

თბილისის მუზეუმების გაერთიანების განვითარების სტრატეგია



მუზეუმების გაერთიანება
THE UNION OF MUSEUMS

თბილისის მუზეუმების გაერთიანების განვითარების სტრატეგია

ქალაქ თბილისის მუნიციპალიტეტის მთავრობის 2016 წლის 29 ივლისის №30.02.651 განკარგულების საფუძველზე დასრულდა ქალაქ თბილისის მუნიციპალიტეტის 9 (ცხრა) ერთეული მუზეუმის რეორგანიზაციის (შერწყმა/გაერთიანების) პროცესი და დაფუძნდა ა(ა)იპ „მუზეუმების გაერთიანება“ (ს/ნ 402036998), რომლის რეგისტრაციაც საჯარო რეესტრის ეროვნული სააგენტოს მეწარმეთა და არასამეწარმეო (არაკომერციულ) იურიდიულ პირთა რეესტრში განხორციელდა 2016 წლის 4 აგვისტოს. გაერთიანებაში შემავალი მუზეუმების უმრავლესობა მრავალი წელია არსებობს და ქართული კულტურული და ისტორიული მემკვიდრეობის დამცველად გვევლინება.

ქ. თბილისის მუნიციპალური მუზეუმების გაერთიანება

1. ქ. თბილისის ილია ჭავჭავაძის ლიტერატურულ-მემორიალური მუზეუმი
2. ქ. თბილისის ზაქარია ფალიაშვილის მემორიალური სახლ-მუზეუმი
3. ქ. თბილისის ნიკოლოზ ბარათაშვილის სახლ-მუზეუმი
4. ქ. თბილისის მიხეილ ჯავახიშვილის მემორიალური ბინა-მუზეუმი
5. ქ. თბილისის გალაკტიონ ტაბიძის მემორიალური ბინა-მუზეუმი
6. ქ. თბილისის ვახტანგ ჭაბუკიანის მემორიალური ბინა-მუზეუმი
7. ქ. თბილისის მერაბ კოსტავას მემორიალური ბინა-მუზეუმი
8. ქ. თბილისის სოსო წერეთლის მემორიალური ბინა-მუზეუმი
9. ქ. თბილისის თოჯინების მუზეუმი

თბილისის მუზეუმების გაერთიანების განვითარების სტრატეგია

თბილისის მუნიციპალური მუზეუმების გაერთიანების მიზნებია:

- უკვდავოს ილია ჭავჭავაძის, ზაქარია ფალიაშვილის, ნიკოლოზ ბარათაშვილის, მიხეილ ჯავახიშვილის, გალაკტიონ ტაბიძის, ვახტანგ ჭაბუკიანის, მერაბ კოსტავას და კოტე და სოსო წერეთლის სახელები;
- შეაგროვოს, აღრიცხოს, დაიცვას, მეცნიერულად შეისწავლოს ილია ჭავჭავაძის, ზაქარია ფალიაშვილის, ნიკოლოზ ბარათაშვილის, მიხეილ ჯავახიშვილის, გალაკტიონ ტაბიძის, ვახტანგ ჭაბუკიანის, მერაბ კოსტავას, სოსო წერეთლის ცხოვრება-მოდერნიზმის ამსახველი მასალები, უზრუნველყოს მათი ექსპონირება, აღნიშნულის საფუძველზე აწარმოოს საგანმანათლებლო მუშაობა;
- პოპულარიზაცია გაუწიოს თოჯინურ ხელოვნებას: შეაგროვოს და დაიცვას საქართველოსა და საქართველოს ფარგლებს გარეთ ქვეყნებში ფართოდ გავრცელებული, მაღალმხატვრული ღირებულების თოჯინები, მოძრავ-მექანიზებული სათამაშოები, ხალხური შემოქმედების ნიმუშები, ახალი მოდელები, შეისწავლოს და გამოაქვეყნოს შედეგები;
- ყველა აღრიცხული ერთეულიდან მემორიალური ნივთებისა და მნიშვნელოვანი ექსპონატების ბაზაზე შექმნას ძირითადი ფონდი, რომელიც წარმოადგენს ქვეყნის სამუზეუმო ფონდის შემადგენელ ნაწილს.
- აწარმოოს სხვადასხვა სახეობის ფონდების სისტემატური შევსება, მიიღოს კოლექციები და ცალკეული საგნები სახელმწიფო დაწესებულებებისგან, საზოგადოებრივი ორგანიზაციებისგან, აგრეთვე კერძო პირებისგან შესყიდვით და შემოწირულობით;
- აწარმოოს ფონდებში დაცული მასალების მეცნიერული დამუშავება და ამის საფუძველზე გამოსაცემად მოამზადოს სამეცნიერო სტატიები, ანგარიშები, კატალოგები, შრომები, გამოფენის მეგზურები და ბუკლეტები;
- მოაწიოს სტაციონალური ექსპოზიციები, მოძრავი გამოფენები ქვეყნის შიგნით და მის ფარგლებს გარეთ. აწარმოოს მისი პერიოდული რეექსპოზიციები; სამუზეუმო გაერთიანების 2017 წლის მიზანია სამუზეუმო გაერთიანების მიზნების შესაბამისად გაერთიანების ინსტიტუციურ ფორმად ჩამოყალიბება, ახალი საგამოფენო კონცეფციებისა და ექსპოზიციების მომზადება, გაერთიანების ერთიანი საგამოფენო სტრატეგიის შექმნა, საინფორმაციო ბაზებისა და სამეცნიერო

თბილისის მუზეუმების გაერთიანების განვითარების სტრატეგია

მიმართულებების მომზადება და სხვა. დღეისათვის მუზეუმების მისია, გარდა კულტურული მემკვიდრეობის დაცვისა საზოგადოებასთან ურთიერთობის როლის დაბალანსებას წარმოადგენს. მუზეუმი კულტურისა და მარკეტინგის დიალოგს ემსახურება და რეალურად წარმოადგენს კულტურული ფასეულობების პოპულარიზაციის, კულტურის ინტეგრაციის, მუზეუმისა და საზოგადოების დაახლოების, საკუთარი შემოსავლების გაზრდისა და მუზეუმისთვის ბიზნეს გარემოს შექმნის შერწყმასა და განვითარების სწორ მართვას.

✚ მუზეუმების მნიშვნელობა

მუზეუმი კულტურის სფეროს კომპლექსური დაწესებულება, რომელიც დაკავებულია მატერიალური კულტურის მემკვიდრეობის შეგროვებითა და შენახვით. როგორც დაწესებულება, მუზეუმი იქმნება სწორედ იმიტომ, რომ მის მიერ შენახული და დაცული კულტურული მემკვიდრეობის მნიშვნელობის განმარტებას ენიჭება დიდი სოციალური და ასევე პოლიტიკური მნიშვნელობა. მუზეუმის მისია, უფლებამოსილება, მიზნები და ამოცანები მნიშვნელოვანია, რომ ყველა მათგანი ეფუძნებოდეს მისი ფუნქციების შესრულებას. მუზეუმს ექვსი მთავარი ფუნქცია აქვს, რომელთა ერთობლიობა განსაზღვრავს მის თავისებურებებს. სამი მათგანი უკავშირდება მუზეუმის კოლექციებს. ესენია: კოლექციების შევსება, აღწერა და შენახვა–დაცვა; ხოლო სამი, უშუალოდ მუზეუმის საქმიანობას: კვლევას, ექსპონირებას, ინტერპრეტაციას. ამ ორ სფეროს: კოლექციებსა და საქმიანობას კოორდინირებს ადმინისტრაცია.

მუზეუმი ერთდროულად ასრულებს ხუთ როლს:

1. შთააგონოს მუზეუმს საკუთარი მისიის მნიშვნელობა
2. განმარტოს მუზეუმის უფლებამოსილება
3. წარმართოს მუზეუმი საკუთარი მიზნების განსახორციელებლად
4. გააკონტროლოს მუზეუმის ამოცანების შესრულება

თბილისის მუზეუმების გაერთიანების განვითარების სტრატეგია

5. შეაფასოს მუზეუმის მიერ საკუთარი ფუნქციების შესრულების ხარისხი

ამ ფუნქციების შესრულებით მუზეუმის მართვა უზრუნველყოფს მუზეუმის მისიის შესრულებას, უფლებამოსილების შესაბამისობას, მიზნების მიღწევასა და ამოცანების გადაწყვეტას. მუზეუმები წარმოადგენს არა მარტო შენობებს, არა მარტო საგანგებოდ დაცულ კოლექციებს, არამედ კომპლექსურ კულტურულ დაწესებულებებს, რომელთა მიზანია როგორც მატერიალური/კულტურული მემკვიდრეობის შეგროვება და დაცვა, ისე სათანადო მნიშვნელობებისა და იდეების გადაცემა საზოგადოებისთვის, მუზეუმების ფუნქციები საგრძნობლად გაფართოვდა. ამიტომ ეფექტიანი მართვის დამკვიდრება სრულებით აუცილებელი გახდა. თანამედროვე მკვლევარები თვლიან, რომ „მუზეუმის მართვის მიზანია ისეთი გადაწყვეტილებების მიღების ხელშეწყობა, რომლებიც საფუძვლად დაედება მუზეუმის დანიშნულების გამართლებას, მისი მანდატის განხორციელებას და მისი მიზნებისა და ამოცანების მიღწევას მუზეუმის ყველა ფუნქციასთან დაკავშირებით“.

✚ კოლექციები და კოლექციათა მართვა

კოლექციები სამუზეუმო საქმიანობაში ყველაზე მნიშვნელოვანი კომპონენტია. მუზეუმის განმასხვავებელი ნიშანია მასში თავმოყრილი ორიგინალური ექსპონატები ან ნიმუშები, ხოლო მუზეუმებთან დაკავშირებული ყველა პროგრამის გულს სწორედ კოლექციები წარმოადგენს. მათი მართვა მოიცავს ყველა ექსპონატის მოვლასთან, შესაბამისი დოკუმენტების შედგენასა და დათვალიერებასთან დაკავშირებულ ყველა ასპექტს. კოლექციების მართვა გულისხმობს საზოგადოების მომსახურებისთვის საჭირო ყველა სფეროს, ძირითადად, შექმნას, კონსერვაცია-რესტავრაციას, დოკუმენტების შედგენის პროცედურებს, კვლევას, კომუნიკაციას და გამოფენას ან მაქსიმალური ხელმისაწვდომობის სხვა მეთოდების უზრუნველყოფას იმ ადამიანებისთვის, რომლებსაც ეს სჭირდებათ ცოდნის ან საერთო თვალსაწიერის გასაფართოებლად. კოლექციები ჩვენი ისტორიის ფაქტებია, ზოგჯერ კი ერთადერთი კავშირი ჩვენს წარსულთან. მათდამი გონივრული მიდგომა მუზეუმის განვითარების ყველაზე

თბილისის მუზეუმების გაერთიანების განვითარების სტრატეგია

ნაყოფიერი გზაა. მუზეუმების დღევანდელ ახალ როლს ყურადღება გადააქვს ექსპონატების დათვალიერების შესაძლებლობაზე და მეტი ინფორმაციის მიწოდებაზე. მუზეუმის ეს მთავარი ფუნქციები უნდა მოიცავდეს ისეთ საქმიანობას და პროფესიულ პრაქტიკას, რომლებიც ადამიანებისთვის ხელმისაწვდომს გახდის როგორც ექსპონატებს, ისე მათი შესწავლის შედეგებს, მიიზიდავს დამთვალიერებლებს და დააკმაყოფილებს მათ ინტელექტუალურ მოთხოვნილებებს (განათლება-გართობა) გამოფენების, სემინარებისა და სხვადასხვა ჩვენებების საშუალებით. სწორედ კოლექციებია ის რესურსი, რომელიც ამგვარი ღონისძიებების გამართვის შესაძლებლობას იძლევა.

✚ კოლექციათა მოვლა

კოლექციათა და ექსპონატების მოვლა მუზეუმების მუშაობის მნიშვნელოვანი ასპექტია. კონსერვაცია დღევანდელ დღეს გულისხმობს როგორც ექსპონატის შენახვას, ისე მის რესტავრაციას. კონსერვაცია-რესტავრაცია გულისხმობს დაზიანებული და დამპალი ექსპონატების შეკეთებას სხვადასხვა ტექნოლოგიების საშუალებით. კონსერვაციის მთავარ მიზანს სამუზეუმო ექსპონატის დაცვა და მისი ორიგინალის ხარისხობრივი მაჩვენებლის შენარჩუნება წარმოადგენს. პრევენციული კონსერვაცია ნიშნავს, რომ სამუზეუმო ექსპონატები და კოლექციები შენახულია, გამოფენილია, მოვლილია და შენარჩუნებულია ისე, რომ არ მოხდეს მათი მდგომარეობის გაუარესება. პრევენციული კონსერვაცია გულისხმობს ექსპონატებისა და კოლექციების დაზიანების საწინააღმდეგო და პოტენციური საფრთხის შესამცირებელ ნებისმიერ ზომას, რომელიც ყურადღებას უფრო კოლექციებზე ამახვილებს, ვიდრე ცალკეულ ექსპონატებზე. სათანადო პრევენციული კონსერვაცია ყველაზე ქმედითი ფორმაა, რადგან ამ მეთოდის გამოყენება თავიდან გვაცილებს გამოსასწორებელი კონსერვაციის აუცილებლობას ან მინიმუმამდე დაჰყავს მისი საჭიროება. ამ მეთოდის გამოყენებით შესაძლებელია ხელოვნების ნიმუშის შენარჩუნება და დაცვა მომავალი თაობებისათვის იმავე მდგომარეობაში, როგორშიც ის მუზეუმში მოხვედრამდე იყო. პრევენციული კონსერვაცია ხანგრძლივი სამუშაოა, რომელიც მოიცავს გარემოს კონტროლს, ხოლო თუ კომპლექსურად იქნა გამოყენებული, ინდივიდუალური მოვლის საჭიროება

თბილისის მუზეუმების გაერთიანების განვითარების სტრატეგია

შეიძლება შემცირდეს მარტივად მართვად დონემდე, რაც ხელს შეუწყობს ფინანსური რესურსების უფრო ეფექტიანად გამოყენებას. მუზეუმებში პრევენციული კონსერვაციის დაგეგმვა კომპლექსური საკითხია, რადგან განსხვავებული ტიპის კოლექციებს მოვლის განსხვავებული მეთოდები ესაჭიროება. ეს ასევე დამოკიდებულია სპეციალისტების მუშაობაზე და იმ გამოცდილებაზე, რომლის შედეგადაც შეიძლება კოლექციის ყველა საჭიროების უზრუნველყოფა. უპირველეს ყოვლისა, ექსპონატის გადარჩენის შესაძლებლობაზე და კონსერვაციის შესაბამისი საშუალების არჩევანზე გავლენას ახდენს ამ ექსპონატის ისტორია სამუზეუმო კოლექციაში მოხვედრამდე. რა მიზნით შეიქმნა ეს ნივთი, რა მასალისგან არის დამზადებული, როგორ გამოიყენებოდა და რა პირობებში იმყოფებოდა მუზეუმში მოხვედრამდე – ყველაფერი ეს ის ფაქტორებია, რომლებსაც ყურადღება ექცევა კომპლექსური პრევენციული კონსერვაციისას. პრევენციული კონსერვაცია მუზეუმის მართვის სამ მთავარ კატეგორიას უკავშირდება: 1. გარემოს სტანდარტებს, 2. უსაფრთხოების ფაქტორებს (მოვლა, გეგმები საგანგებო მდგომარეობისთვის), 3. დიზაინის მახასიათებლებს.

✚ გამოფენები და ექსპოზიციები

ექსპოზიციები საზოგადოებასთან მუზეუმის ურთიერთობის ყველაზე მნიშვნელოვანი ფუნქციაა. ეს არის კომუნიკაციის მძლავრი საშუალება, რომელიც მიზნად ისახავს ინფორმაციისა და ცოდნის, ესთეტიკური სიამოვნებისა და აუცილებელი გართობის შეთავაზებას. ექსპოზიციათა კლასიფიკაცია შესაძლებელია, აგრეთვე, არა გამოფენილი მასალის, არამედ ამ ექსპოზიციების ხასიათის მიხედვით. ექსპოზიცია შეიძლება იყოს:

ა. მუდმივი, ბ. დროებითი, გ. მობილური ანუ მოძრავი

ექსპოზიცია წარმოადგენს საზოგადოებისთვის შეთავაზებულ რთულ და თავისებურ ქმნილებას, რომლის დაგეგმვა მოითხოვს პროფესიულ ცოდნას, შემოქმედებით მიდგომას და წარმოსახვის უნარს. ყოველ ცალკეულ ექსპოზიციას ისტორიული მნიშვნელობა აკისრია არა მარტო მუზეუმის პერსონალისთვის ან სამეცნიერო სამყაროსთვის, არამედ მთლიანად

თბილისის მუზეუმების გაერთიანების განვითარების სტრატეგია

საზოგადოებისთვის. სიამოვნების მიღება კომბინირებულია ცოდნის მიღებასთან. მუზეუმში შესვლისთანავე დამთვალიერებელს არ უნდა გაუჭირდეს ორიენტაცია - მარტივი და გასაგები უნდა იყოს შემოთავაზებული საშუალებების არსი და ადვილად მისაწვდომი უნდა იყოს ექსპოზიციის მარშრუტები, კაფე, საინფორმაციო ბიურო და სხვა. განსაკუთრებული ყურადღება უნდა დაეთმოს თანმხლებ ტექსტებსა და ექსპონატების ქვეშ გაკეთებულ წარწერებს, რომლებიც მოკლე და ადვილად გასაგები უნდა იყოს, არ უნდა შეიცავდეს სპეციალურ ტერმინოლოგიას და უნდა ეყრდნობოდეს ავტორიტეტულ სამეცნიერო წყაროებს. ყურადღება უნდა გამახვილდეს, აგრეთვე, წარწერის შრიფტსა და შრიფტის ზომაზე, წარწერის განთავსებაზე, ზომასა და ფერზე. საინფორმაციო ან აუდიო-ვიზუალური მასალა უნდა იყოს ინფორმაციით დატვირთული და გონივრულად შედგენილი, მაგრამ არ უნდა ჩრდილავდეს თავად ექსპონატებს.

საგამოფენო სივრცეების და გამოსაფენი ობიექტების წარდგენის იდეოლოგია განსაზღვრავს საგამოფენო სივრცის გამოყენების მეთოდებს დამთვალიერებლებთან ურთიერთქმედებისათვის. ილია ჭავჭავაძის მემორიალურ-ლიტერატურული მუზეუმის საგამოფენო კონცეფციისთვის გამოყენებული იქნება გამოფენის ინსტალაციის სამი მეთოდი:

- ✚ ვიზუალური - ამგვარ ექსპოზიციებში მატერიალური კულტურის საგნები ან ხელოვნების ნაწარმოებები წარდგენილია ესთეტიკური კუთხით, რაც აძლიერებს აღქმის ემოციურ მუხტს. ეს მიდგომა ყველაზე მეტად ტიპურია იმისათვის, რომ დამთვალიერებლებში გამოიწვიონ განცვიფრება და აღფრთოვანება, ილია ჭავჭავაძის მუზეუმში დაცული ექსპონატების მრავალფეროვნება იძლევა ვიზუალური ეფექტის შექმნის შესაძლებლობას.
- ✚ თემატური - ინტერპრეტაციის გრაფიკული და სხვა საშუალებები სამუზეუმო ობიექტებს ათავსებს უფრო ფართო სოციალურ, ისტორიულ, კულტურულ ან სამეცნიერო კონტექსტში.
- ✚ ინტერაქტიული - ექსპოზიციის ეს ტიპი დამთვალიერებელს იწვევს გამოფენასთან დიალოგში. განსაკუთრებით ეფექტური ამ მხრივ აღმოჩნდა მულტიმედიური კომპიუტერული სისტემები სენსორული ეკრანით და სხვადასხვა ინსტალაციები;

თბილისის მუზეუმების გაერთიანების განვითარების სტრატეგია

✚ გამოფენების მომზადების ეტაპები:

გამოფენა მუზეუმისათვის წარმოადგენს დამთვალე რეზერვთან ურთიერთობის ძირითად საშუალებას, რომლისთვისაც საჭიროა მუზეუმის ექსპონატებისა და ფონდების მობილიზება.

საგამოფენო სივრცისა ორგანიზებისა და გამოფენისთვის მზადებისთვის საჭიროა რამდენიმე მნიშვნელოვანი ეტაპის დაგეგმვა ორგანიზება:

1. კოლექციათა შეჯერება - აღწერა (მზადდება მუზეუმის მიერ)
2. კონცეფციის ფორმირება
3. კონსერვაცია (მზადდება მუზეუმის მიერ)
4. დოკუმენტაცია (მზადდება მუზეუმის მიერ)
5. ბექდური და სივრცობრივი დიზაინი
6. დამთვალე რეზერვების მომსახურება და გადაადგილების გეგმის ფორმირება (მზადდება მუზეუმის მიერ)

1. კონცეფციის ფორმირების ეტაპი

- გამოფენის მიზნები;
- გამოფენის სამეცნიერო მნიშვნელობა;
- დამთვალე რეზერვთან ინტერესი გამოფენისადმი;
- ექსპოზიციისა და აუცილებელი საგამოფენო ფართის ზომის აღწერა (ჯერ-ჯერობით მხოლოდ სიტყვიერი);
- ხელოვნების ნიმუშების ან მატერიალური კულტურის საგნების (როგორც საკუთარი კოლექციის, აგრეთვე სხვა მუზეუმიდან დროებითი სარგებლობისათვის მოსატანი ნივთების) აღწერა;
- გამოფენის ორგანიზების სავარაუდო ვადები.

თბილისის მუზეუმების გაერთიანების განვითარების სტრატეგია

2. სქემატური (ესკიზური) პროექტირება
3. დეტალური პროექტირება
4. აგება, ინსტალაცია, მონტაჟი
5. ეტიკეტები და განმარტებითი ტექსტები

კონცეფციის ფორმირების შემდეგ საგამოფენო ჯგუფის თითოეულ წევრს შეუძლია შეუდგეს მუშაობას საკუთარი სპეციალობის პროფილისდა მიხედვით: დიზაინი, ექსპონატების შერჩევა და თანმხლები ტექსტის მომზადება, მარკეტინგის გეგმები, უსაფრთხოების ზომები, ექსპონატების გამოსაფენად მომზადება, მოლაპარაკებები დროებით სარგებლობაში ექსპონატების მიღებაზე და ა. შ.

სქემატური (ესკიზური) პროექტირება - სქემატური პროექტირება იწყება იმ პერიოდში, როცა დიზაინერები ბრიფის შესაბამისად იწყებენ ესკიზების შესრულებას. ჩვეულებრივ, ესაა გამოფენის ყველა კომპონენტის პროექციებისა და სამგანზომილებიანი ხედების (მათ ხშირად „საპრეზენტაციო ნახატებს“ უწოდებენ) კომბინაცია.

დეტალური პროექტირება - დიზაინის დამუშავების ეტაპზე, გამოფენის თითოეული კომპონენტი მუშავდება დეტალურად, რათა შესაძლებელი გახდეს მისი გადაცემა კონკრეტული შემსრულებლებისთვის. ესკიზებზე ამ დროისათვის უკვე მონიშნულია ფერი, მასალა და ზომები.

ამ ეტაპის ბოლოს მზად უნდა იყოს გამოფენის ყველა თანმხლები ტექსტი და აუდიოვიზუალური სცენარი. ჩვეულებრივ, სპეციალიზებული გამოფენებისათვის ტექსტი იწერება გამოფენის ორგანიზების ჯგუფში ჩართული ფონდის მცველისა და კურატორების მიერ. ამავე ეტაპზე მზადდება და ორგანიზდება სივრცე საგამოფენო მასალისთვის. მზადდება საგამოფენო ვიტრინებისა და კონსოლების დიზაინი და რაოდენობა.

თბილისის მუზეუმების გაერთიანების განვითარების სტრატეგია

აგება და ინსტალირება (მონტაჟი) - საბოლოო, დამტკიცებული პროექტი და ტექსტების პაკეტი უკვე შეიძლება იქცეს გამოფენის აწყობის საფუძვლად. ექსპოზიციის აგებისა და მონტაჟის დროს, საპროექტო ჯგუფის მთავარ საქმეს წარმოადგენს ამ სამუშაოების ხარისხის კონტროლი და გრაფიკის დაცვა. აქ ძირითად როლს ასრულებს საგამოფენო განყოფილება, მაგრამ სამუშაოების მსვლელობაზე მეთვალყურეობა უნდა აიღოს ჯგუფის ყველა წევრმა. მოსამზადებელი პერიოდის განმავლობაში საპროექტო ჯგუფი უზრუნველყოფს მუზეუმის ურთიერთქმედებას კონკრეტულ გამოფენასთან და მასთან დაკავშირებული ყველა ისეთი ასპექტის კოორდინაციას, როგორცაა: საგანმანათლებლო პროგრამები, განსაკუთრებული ღონისძიებები, რეკლამა და დამთვალეობები მომსახურება.

ეტიკეტები და განმარტებითი ტექსტები - გულისხმობს ეტიკეტებისა და სტენდზე განმარტებითი წარწერების მომზადებისას, რაც თითოეული მუზეუმისთვის ინტერპრეტაციის ფილოსოფიის განსაზღვრას წარმოადგენს; ეტიკეტები და განმარტებითი ტექსტები გულისხმობს:

6. დარბაზების დასახელებებს და მათ თემატიკას;
7. ეტიკეტებისა და სასტენდო ტექსტების ზომებს;
8. მიწოდებული ინფორმაციის სპექტრს (თარიღი, მხატვარი/ავტორი, წყარო, საინვენტარო ნომერი, ჩუქება, აღწერა, გამოყენება და ა. შ.);
9. ტექსტების ტონს (როგორი უნდა იყოს – ავტორიტეტული ან ობიექტური);
10. სტილი (საჭიროა თუ არა ყოფითი ენისა თუ სპეციალური ტერმინოლოგიის გამოყენება).
11. სიტყვების რაოდენობას;
12. შრიფტის ზომასა და ფერს;
13. განთავსებას;

თბილისის მუზეუმების გაერთიანების განვითარების სტრატეგია

I ეტაპი – მოსამზადებელი სამუშაო

შერჩეულია ექსპოზიციის თემა და განიხილება გამოფენის იდეა, შეისწავლება სამიზნე ჯგუფი, რომლისთვისაც ეწყობა ექსპოზიცია, დგინდება სასურველი შედეგი და ექსპოზიციის ღირებულება, წინასწარ მოწმდება საექსპოზიციო დარბაზის მოცულობა, სარემონტო სამუშაოების მიმდინარეობისას დგინდება საგამოფენო სივრცის ფართობი, დამთვალირებელთა მოძრაობის მარშრუტი, უსაფრთხოება და ა.შ., პარალელურად ხორციელდება სამუშაოები გამოსაფენი ექსპონატების გამოკვლევასთან, ექსპონატების დაცულობის განსაზღვრასთან და სხვა საკითხებთან დაკავშირებით.

II ეტაპი – ექსპოზიციის მომზადება

საგამოფენო გრიფზე დაყრდნობით გამოფენოს ორგანიზების ჯგუფი შეუდგება შემდეგი ღონისძიებების გატარებას:

- კონტროლდება ექსპონატების მდგომარეობა
- დგინდება ექსპონატების, ნახაზების, ნახატების, ფოტოსურათებისა და ა.შ. ჩამონათვალი
- დგინდება სამეცნიერო აპარატი - ანოტაციების ტექსტები (წყაროებისა და არქივების გამოყენებით)
- კონტროლდება კლიმატური პირობები
- მოწმდება საევაკუაციო გეგმა და რისკების მართვის შესაძლებლობა
- მზადდება ექსპოზიციის მოწყობის საწყისი გეგმა

III ეტაპი – საორგანიზაციო გეგმის დასრულება

- დგება გამოსაფენი ექსპონატების საბოლოო სია
- ზუსტდება სამეცნიერო აპარატი - ტექსტი და საინფორმაციო მასალა
- მზადდება ექსპოზიციის თანმხლები პროდუქცია – მოსაწვევი, პოსტერები, ბროშურები და ა.შ.

თბილისის მუზეუმების გაერთიანების განვითარების სტრატეგია

- მზადდება ექსპოზიციის კატალოგი ან ალბომი
- კონსერვატორ-რესტავრატორის ან კურატორის მიერ მზადდება ანგარიშები ექსპონატების მდგომარეობის შესახებ, საჭიროების შემთხვევაში ხდება მათი განახლება, ტარდება გადაუდებელი სამუშაოები.
- მონტაჟდება და მოწმდება განათება;
- მზადდება და მონტაჟდება აუდიო-ვიზუალური მასალები და ა.შ.;
- იბეჭდება მოსაწვევები და ინიშნება გახსნის დღე;

IV ეტაპი –განხორციელების ეტაპი

- სამუშაოს აწარმოებენ სათანადოდ აღჭურვილი სპეციალისტები;
- ექსპონატებს ათავსებენ განსაზღვრულ ადგილებში;
- მოწმდება საბოლოო კლიმატური პირობები და ხანძარსაწინააღმდეგო და უსაფრთხოების სისტემები;
- სრულდება საინფორმაციო ტექსტების ან თანმხლები მასალის განთავსება;
- მზადდება გახსნისთვის

თბილისის მუზეუმების გაერთიანების განვითარების სტრატეგია

დამთვალიერებელთა და მომხმარებელთა ქცევების ანალიზი თითქმის ყოველთვის დაფუძნებულია შეთავაზებებზე, მომხმარებლები ყოველთვის აფუძნებენ თავიანთ გადაწყვეტილებებს გარკვეულ ინფორმაციაზე. ეს ინფორმაცია შეიძლება დავყოთ ორ კატეგორიად: შიდა (წინა გამოცდილება) და გარე (პროდუქტის ტიპი).

გადაწყვეტილებების მიღებასთან დაკავშირებულ პროცესების გაუმჯობესება

- დაკავშირებული უშუალოდ მომხმარებლებთან;
- შენაძენის კონტექსტთან;
- სიტუაციასთან.

დღეისათვის მუზეუმების მისია, გარდა კულტურული მემკვიდრეობის დაცვისა, საზოგადოებასთან ურთიერთობის როლის დაბალანსებას წარმოადგენს. მუზეუმი კულტურისა და მარკეტინგის დიალოგს ემსახურება და რეალურად წარმოადგენს კულტურული ფასეულობების პოპულარიზაციის, კულტურის ინტერგრაციის, მუზეუმისა და საზოგადოების დაახლოების, საკუთარი შემოსავლების გაზრდისა და მუზეუმისთვის ბიზნეს გარემოს შექმნის შერწყმასა და განვითარების სწორ მართვას.

მუზეუმის დანიშნულება - მუზეუმი არაა მხოლოდ შენობა, რომელშიც რაღაც არის განთავსებული, და არც კოლექციები, რომლებიც მასში ინახება, მიუხედავად იმისა, რომ ერთიც და მეორეც თავისთავად ძალზე მნიშვნელოვანია. მუზეუმი არის კულტურის კომპლექსური დაწესებულება, რომელიც დაკავებულია მატერიალური კულტურის მემკვიდრეობის შეგროვებითა და შენახვით, და გარდა ამისა, მისი მნიშვნელობის განმარტებით, რომელსაც ენიჭება სოციალური და ასევე პოლიტიკური მნიშვნელობა.

მუზეუმის დამთვალიერებელთა და “არდამთვალიერებელთა” ფართო ჯგუფების ფარგლებში არსებობს უამრავი სპეციფიკური “ბაზრის სეგმენტი” - სხვადასხვაგვარი ჯგუფები, რომელთაც აქვთ საერთო დემოგრაფიული, გეოგრაფიული, ქცევითი

თბილისის მუზეუმების გაერთიანების განვითარების სტრატეგია

მახასიათებლები და დამოკიდებულების სხვადასხვა სტილი. ამ ჯგუფების დამოკიდებულება მუზეუმის მონახულების მიმართ შეიძლება შეიცვალოს მარკეტინგის ეფექტური სტრატეგიის მეშვეობით.

აქციო ვიზიტორი სტუმრიდან მომხმარებლამდე მოითხოვს დიდ ძალისხმევას, სწორ დაგეგმვასა და მართვას.

მუზეუმის დამთვალეირებლები კლასიკურად იყოფიან რამდენიმე კატეგორიად:

- ადგილობრივი დამთვალეირებლები
- უცხოელი დამთვალეირებლები
- კორპორატიული მომხმარებლები
- სკოლები, სასწავლებლები და სხვადასხვა საგანმანათლებლო დაწესებულებები;
- Online - მომხმარებლები

თბილისის მუზეუმების გაერთიანების განვითარების სტრატეგია

თბილისის მუზეუმების გაერთიანების საგანმანათლებლო სტრატეგია:

დღეისათვის მუზეუმების მისია, გარდა კულტურული მემკვიდრეობის დაცვისა, საზოგადოებასთან ურთიერთობის როლის დაბალანსებას წარმოადგენს. მუზეუმი კულტურისა და საზოგადოებასთან ურთიერთობის დიალოგს ემსახურება და რეალურად წარმოადგენს კულტურული ფასეულობების პოპულარიზაციის, კულტურის ინტერგრაციის, მუზეუმისა და საზოგადოების დაახლოების, საკუთარი შემოსავლების გაზრდისა და მუზეუმისთვის ბიზნეს გარემოს შექმნის შერწყმასა და განვითარების სწორ მართვას.

მუზეუმები, უპირველეს ყოვლისა, საგანმანათლებლო და სამეცნიერო დაწესებულებებია, ამიტომ მათ მნიშვნელოვანი ფუნქცია აკისრიათ ბავშვებისა თუ მოზრდილებისთვის საგანმანათლებლო მომსახურების გაწევაში. გარდა ამისა, ეს არის მთელი ცხოვრების განმავლობაში ადამიანის სწავლის მნიშვნელოვანი რესურსი, რადგან მუზეუმების კოლექციები და მათთან დაკავშირებული ინფორმაცია ყველა ასაკის დამთვალეირებელმა შეიძლება გამოიყენოს განათლების მისაღებად.

კაცობრიობის კულტურული მემკვიდრეობის საკმაოდ დიდი ნაწილი სამუზეუმო ფონდებშია დაცული. ამ საგანმურის გამოყენებასა და მიზანმიმართულ ჩართულობას სასწავლო პროცესში დიდი მნიშვნელობა აქვს საგანმანათლებლო საქმიანობის წარმატებისთვის. „მუზეუმით სწავლას“ დიდი დახმარება შეუძლია გაუწიოს მოსწავლეებს სასწავლო პროგრამების ათვისებაში, მეტყველების, სმენის, აზროვნების (კრიტიკული და შემოქმედებითი), სემიოტიკური ინფორმაციის გაგების და ზოგადად კომუნიკაციური უნარების განვითარებაში, პიროვნულ ზრდასა და სწორ თვითშეფასებაში.

საგანმანათლებლო მომსახურების ფორმა და მასშტაბი განსხვავებულია და დამოკიდებულია მუზეუმის ადგილმდებარეობაზე, კოლექციებზე, პერსონალსა და არსებულ ფინანსურ რესურსებზე. მიუხედავად ამისა, ყოველმა მუზეუმმა უნდა შეიმუშაოს საკუთარი სტრატეგია და ჩამოაყალიბოს სკოლების საგანმანათლებლო მომსახურების ზოგიერთი ფორმა მუზეუმში თუ მის ფარგლებს გარეთ.

თბილისის მუზეუმების გაერთიანების განვითარების სტრატეგია

იმის მიუხედავად, თუ რას ამზადებს მუზეუმი, თავისი მუდმივი კოლექციების გამოფენას, დროებით ექსპოზიციას თუ ორივეს ერთად, დამთვალიერებელი გაცილებით უკეთ აღიქვამს მათ, თუ გამოფენებთან ერთად წარმოდგენილი იქნება საგანმანათლებლო თუ სხვა სახის საზოგადოებრივი პროგრამა და ღონისძიება, რაც კიდევ უფრო მეტად აძლიერებს და უფრო ნათლად გადმოგვცემს გამოფენის მთავარ სათქმელს. სამუზეუმო საქმიანობას შეგვიძლია ვუწოდოთ “საზოგადოებრივი პროგრამა”. გამოფენებთან დაკავშირებით განხორციელებულ ყველა პროგრამას გარკვეული განმსაზღვრელი მახასიათებლები აქვს, რაც ყველა მათგანისათვის საერთოა. როგორც წესი, ასეთი პროგრამები იმართება უშუალოდ საგამოფენო გალერეებში ან მათ ახლოს; წარმოაჩენს გამოფენილი ექსპონატების ვიზუალურ და ინტელექტუალურ შესაძლებლობებს; ინტერაქტიურია და უშუალო კონტაქტს ამყარებს მნახველებთან; აძლიერებს ზემოქმედებას, დრამატიზმის განცდას, მოულოდნელობის ეფექტსა და შთაგონებას; მოქნილი და დინამიურია.

საგანმანათლებლო პროგრამების განყოფილების თანამშრომლები. პედაგოგ ექსპურსიამბლოლები წარმოადგენს შუამავალს მუზეუმის კოლექციებში არსებულ ხელოვნების ნაწარმოებებსა და დამთვალიერებლებს შორის.

მუზეუმების, როგორც საგანმანათლებლო სივრცე, არაფორმალური საგანმანათლებლო დაწესებულებაა, ხოლო არაფორმალური განათლების წარმატების პირობაა ურთიერთქმედების ემოციური მხარე, რომელიც ბადებს სამყაროსადმი დამოკიდებულების ან პიროვნების ინტერესთა ცვლილებებს.

მუზეუმების მიერ განხორციელებული პროგრამების ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი განმსაზღვრელი მახასიათებელი, რომლის მაქსიმალურ წარმოჩენასაც ისინი ცდილობენ, არის გამოფენილი ნივთების (არტეფაქტების, მხატვრული ნამუშევრების თუ ნიმუშების) ვიზუალური შესაძლებლობების წარმოჩენა, ისევე როგორც მათ შესახებ არსებული გამოკვლევების ინტელექტუალური მიღწევების ჩვენება. ეს განსაკუთრებით შეეხება საგამოფენო პროგრამებს და თავისთავად, ერთ-ერთი ძირითადი მიზეზია, რის გამოც ასეთმა პროგრამებმა უშუალოდ მუზეუმების შენობებში გადაინაცვლა. საკუთრივ რეალური

თბილისის მუზეუმების გაერთიანების განვითარების სტრატეგია

ნივთი ყველაზე ძვირფასი და მნიშვნელოვანია, რაც კი მუზეუმებს გააჩნია და რომელიც სხვა საშუალებებთან ერთად, საგანმანათლებლო თუ დასვენების მიზნებისათვის გამოიყენება;

- ✓ თბილისის მუზეუმების გაერთიანების საგანმანათლებლო სტრატეგია გულისხმობს თითოეულ მუზეუმში სხვადასხვა ტიპის ინტერაქტიული და საგაკვეთილო სისტემების შექმნასა და დამთავალიერებლისა და მუზეუმის დიალოგზე დაფუძნებული ურთიერთობების გზით მუზეუმებისა და სამუზეუმო რესურსების პოპულარიზებას, რისთვისაც მნიშვნელოვანია კონკრეტულად დასახული საგანმანათლებლო მიზნების და ამოცანების შესაბამისად შემუშავდეს სხვადასხვა საგანმანათლებლო კომპონენტები, რომლებიც:
- ✓ წარმოაჩენს გამოფენილი ექსპონატების ვიზუალურ და ინტელექტუალურ შესაძლებლობებს;
- ✓ ინტერაქტიურია და უშუალო კონტაქტს ამყარებს მნახველებთან;
- ✓ აძლიერებს ზემოქმედებას, დრამატიზმის განცდას, მოულოდნელობის ეფექტს და შთაგონებას;
- ✓ მოქნილი და დინამიურია.

თბილისის მუზეუმების გაერთიანების მისიაა სასწავლო პროცესში სამუზეუმო ფონდების აქტიურად გამოყენება და საგანმანათლებლო რესურსებად ქცევა. მისი მიზანია უმაღლესი სკოლის, სამეცნიერო კვლევისა და სამუზეუმო პრაქტიკის ერთ ინსტიტუციაში გაერთიანება, რომელიც გულისხმობს ინტერდისციპლინარული კვლევების განსაკუთრებულ მნიშვნელობას, სადაც ყველა კომპონენტი ერთობლივად გაანალიზდება და უზრუნველყოფს მოსწავლეთა დამატებითი განათლებას.

სამუზეუმო განათლების უმნიშვნელოვანესი მიმართულებაა სხვადასხვა საგნობრივი მიმართულებების ინტეგრირებული სწავლებისთვის ხელშეწყობა მუზეუმი-გაკვეთილის ჩატარების გზით, რომლისთვისაც იგი მის ხელთ არსებულ მდიდარ ფონდებს იყენებს. ინტეგრირებული გაკვეთილების ჩატარებით დაინტერესებულ პედაგოგებს მუზეუმი სთავაზობს ისეთ სივრცეს, რომელიც გაამდიდრებს მათ გაკვეთილებს ინფორმაციული კუთხით.

თბილისის მუზეუმების გაერთიანების განვითარების სტრატეგია

სამუზეუმო გაკვეთილის მიზნები

- ✓ საშუალებას აძლევს მოსწავლეს გამოიყენოს სამუზეუმო გარემო ცოდნის გასადრმაველად
- ✓ ხელს უწყობს სწავლის მოტივაციის ამაღლებას
- ✓ ზრდის შექმნილი ცოდნის გამოყენების შესაძლებლობებს
- ✓ სცდება საგნის სწავლების სტანდარტულ ჩარჩოებს
- ✓ ხელს უწყობს ინტერაქტიური სწავლების, სასკოლო პროექტებისა და პრეზენტაციების უნარ-ჩვევების ჩამოყალიბებას.

გაკვეთილის სპეციფიკა

- ✓ გაკვეთილის თემის მიხედვით ექსპოზიციების, ტექსტებისა და დოკუმენტების შერჩევა და მათთან მუშაობის მეთოდების შემუშავება
- ✓ მოსწავლეებისთვის ინდივიდუალური დავალებების შერჩევა პედაგოგთან ერთად
- ✓ გაკვეთილი უნდა შეესაბამებოდეს მუზეუმისა და სკოლის პროგრამის თემატიკას
- ✓ მორგებული უნდა იყოს მოსწავლის ასაკზე
- ✓ გაკვეთილს უნდა იყოს ინტერაქტიული (თამაშით სწავლება, როლური თამაშები, დისკუსია)
- ✓ გაკვეთილი უნდა იყოს დროში გაწერილი
- ✓ მოსწავლეების ოპტიმალური რიცხვი 10-15
- ✓ გაკვეთილის უნდა ჰქონდეს გეგმა.

საგანმანათლებლო პროგრამების მომზადებისას აუცილებელია გათვალისწინებული იყოს სამუზეუმო საქმიანობაში გამოყენებული და საგამოფენო სტრატეგიისთვის აუცილებელი - ე.წ ობიექტების წარდგენის იდეოლოგია, რომელიც განსაზღვრავს საგამოფენო სივრცის გამოყენების მეთოდებს დამთვალიერებლებთან ურთიერთქმედებისათვის.

თბილისის მუზეუმების გაერთიანების განვითარების სტრატეგია

- ✚ ვიზუალური - მატერიალური კულტურის საგნები ან ხელოვნების ნაწარმოებები წარდგენილია ესთეტიკური კუთხით, რაც აძლიერებს აღქმის ემოციურ მუხტს. ეს მიდგომა ყველაზე მეტად ტიპურია იმისათვის, რომ დამთვალიერებლებში გამოიწვიონ განცვიფრება და აღფრთოვანება, მუზეუმში დაცული ექსპონატების მრავალფეროვნება იძლევა ვიზუალური ეფექტის შექმნის შესაძლებლობას.
- ✚ თემატური - ექსპოზიციის ეს ტიპი სამუზეუმო ობიექტებს ათავსებს უფრო ფართო სოციალურ, ისტორიულ, კულტურულ ან სამეცნიერო კონტექსტში და ფართოთ გამოიყენება ისტორიულ ან სამეცნიერო მუზეუმებში.
- ✚ ინტერაქტიული - ექსპოზიციის ეს ტიპი დამთვალიერებელს იწვევს გამოფენასთან დიალოგში და ეხმარება დამთვალიერებელს, გაიაროს სამეცნიერო თეორიების ჩამოყალიბების გზა;

ფონდებთან და კოლექციებთან დაკავშირებული სამუშაოები:

კულტურის სფეროს ორგანიზაციებისა და მენეჯერების ვალდებულებაა გააუმჯობესონ კულტურული მემკვიდრეობის ობიექტების რისკისთვის მზადყოფნა, რაც დიდადაა დამოკიდებული რისკისთვის მზადყოფნისადმი საზოგადო მიმართებაზე ეროვნულ, რეგიონულ და ლოკალურ დონეზე განხორციელებულ პოლიტიკასა და პრაქტიკაზე.

ფონდებთან და კოლექციებთან დაკავშირებით აუცილებელი ვალდებულებაა მემკვიდრეობის ცალკეულ ობიექტთა დაცვისა და რისკების დროს პრევენციული ღონისძიებების მომზადება, რომელთა განხორციელება ხდება სხვადასხვა ნორმატიული აქტებითა და საკანონმდებლო ბაზის მიხედვით, მათ შორის როგორც კანონი კულტურული მემკვიდრეობის შესახებ, RISK PREPAREDNESS: A MANAGEMENT MANUAL FOR CULTURAL HERITAGE; 1993 წელს ევროპის საბჭოს რეკომენდაციები "არქიტექტურული მემკვიდრეობის დაცვა ბუნებრივი კატასტროფებისგან" UNESCO; კონვენციები, რეკომენდაციები და სხვა;

თბილისის მუზეუმების გაერთიანების განვითარების სტრატეგია

- მუზეუმთა უმრავლესობაში არ არსებობს საქართველოს კულტურული მემკვიდრეობის ინსტრუქციის „სამუზეუმო ფასეულობათა დაცვისა და აღივსვის წესის“ შესაბამისი პირობები სახანძრო უსაფრთხოებასთან დაკავშირებით, მოსამზადებელია პროექტები უსაფრთხოებისა და ხანძარსაწინააღმდეგო დაცვასთან დაკავშირებით;
- კოლექციებთან და ფონდებთან დაკავშირებით აუცილებელია ჩატარდეს შემდეგი ღონისძიებები, რაც სამომავლოდ მუზეუმების გამართულ მუშაობას შეუწყობს ხელს:
- მონაცემთა ბაზის შექმნა;
- კოლექციათა დიგიტალიზაცია;
- პრევენციული და საკონსერვაციო გეგმის შემუშავება;
- გარემო სტანდარტების დადგენა.

ჩასატარებელი ღონისძიებები:

- ერთიანი სამოქმედო გეგმის შემუშავება
- თითოეული ორგანიზაციისთვის ინდივიდუალური სამოქმედო მოდულების შედგენა და შემუშავება
- ერთიანი მონაცემთა პლატფორმისა და ინფორმაციის გავრცელების სტრატეგიის შექმნა
- ერთიანი სავაჭრო ნიშნის შექმნა

თბილისის მუზეუმების გაერთიანების განვითარების სტრატეგია

- ერთიანი მარკეტინგული ნიშნის შექმნა
- ერთიანი მარკეტინგული კამპანიისა და პიარ კამპანიის სტრატეგიის შემუშავება
- ადამიანური რესურსების მობილიზება - სამუშაო სტრატეგიის შემუშავება
- მოხალისეთა კონცეფციის შექმნა - დანერგვა
- ერთიანი საპროექტი კონცეფციის შემუშავება

მომხმარებელთა ქცევების ანალიზი თითქმის ყოველთვის დაფუძნებულია შეთავაზებებზე, მომხმარებლები ყოველთვის აფუძნებენ თავიანთ გადაწყვეტილებებს გარკვეულ ინფორმაციაზე. ეს ინფორმაცია შეიძლება დავყოთ ორ კატეგორიად: შიდა (წინა გამოცდილება) და გარე (პროდუქტის ტიპი).

გადაწყვეტილებების მიღებასთან დაკავშირებულ პროცესების გაუმჯობესება

- დაკავშირებული უშუალოდ მომხმარებლებთან;
- შენაძენის კონტექსტთან;
- სიტუაციასთან.

გრძელვადიანი შედეგები

- მუზეუმის სავაჭრო ნიშნისა და პროდუქციის ცნობადობის განმტკიცება
- დამთვალიერებელთა რაოდენობის გაზრდა
- ახალი პროგრამების შემუშავება და საგანმანათლებლო სექტორის ჩართულობა
- ახალი პროდუქტების ბრენდინგი და რეინვესტიცია

თბილისის მუზეუმების გაერთიანების განვითარების სტრატეგია

- მზარდი მოთხოვნა მომავალ წლებში - მუდმივი მომხმარებელი
- დამატებითი შემოსავლების ზრდა
- მოხალისეობითი ინსტიტუციის შექმნა
- საკუთარი პროდუქტების დამზადება და გასაღების ავტონომიური ბაზარი

- ურბანულ სივრცესთან შეჯერებული მარშუტები
- ადგილები - ტურისტული რესურსი
- ინფრასტრუქტურა, მოქალაქე, დამთავლიერებელი, ტურისტი და მობინადრე
- დამატებით რესურსები და შესაძლებლობები - ინფორმაციის გავრცელების და ცნობადობის გაზრდისთვის.

ერთიანი სამოქმედო გეგმის შემუშავება და მარკეტინგული სტრატეგია

სამუზეუმო მარკეტინგი მჭიდროდაა დაკავშირებული აუდიტორიის გაფართოებისა და ამასთან, მუზეუმის მუდმივ დამთავლიერებლებთან ურთიერთობის განმტკიცების საქმიანობასთან - როგორც მუზეუმის დამთავლიერებლებთან ურთიერთობის განუყოფელი ნაწილი.

- საგანმანათლებლო პოლიტიკა;

თბილისის მუზეუმების გაერთიანების განვითარების სტრატეგია

- საგამოფენო პოლიტიკა;
- საკადრო პოლიტიკა;
- ინტერპრეტაციის პოლიტიკა
- დამთვალეირებლებისათვის მუზეუმის ხელმისაწვდომობის პოლიტიკა, მათ შუამ
- საზოგადოებასთან ურთიერთობის - PR სტრატეგია - ინფორმაციის გავრცელება

შემოსავლის მომტანი საქმიანობები

- მოზიდული დამთვალეირებელი - შესვლის საფასური / ბილეთის ფასი
- საცალო ვაჭრობა
- საგანმანათლებლო პროგრამები
- საექსკურსიო მომსახურება
- ფოტო-კინო გადაღების ნებართვა
- ფონდებში დაცული მასალების გამოქვეყნების უფლება

თბილისის მუზეუმების გაერთიანების განვითარების სტრატეგია



