

იხინა ჯომოხიძე



# მუზეუმცოდნეობის შესავალი



ამროველი და ავერიკული მუზეუმების  
მართვის თანამედროვე მეთოდები

197.182

3



მუზეუმცოდნეობის შესავალი

ევროპული და ამერიკული

მუზეუმების მართვის თანამედროვე მეთოდები



ივანე ჯავახიშვილის სახელობის  
თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი



## ირინა კოშორიძე

### მუზეუმმცოდნეობის შესავალი

ევროპული და ამერიკული

მუზეუმების მართვის თანამედროვე მეთოდები



თბილისის  
უნივერსიტეტის  
გაერამცობილა



საქართველოში პირველი მსოფლიო  
საბავშვო ლიტერატურული კონკურსი



ნაშრომში განხილულია ამერიკული და ევროპული მუზეუმების მართვის ძირითადი მოდელები, ასევე მუზეუმმცოდნეობის ისეთი ასპექტები, როგორიცაა კოლექციების რეგისტრაცია-კატალოგიზაცია, მათი ინტერპრეტაციის, კვლევის, გამოფენების მონაცემების ძირითადი კონცეფციები და მიდგომები.

ნიგნი განკუთვნილია ჰუმანიტარული ფაკულტეტის სტუდენტებისა და ასევე მუზეუმებით, მათი ისტორიით დაინტერესებულ ყველა პირათვის.

ილენაქენ-პინოტელონსონ

ილენაქენ-პინოტელონსონ

რედაქტორი

**ზაზა სხირტლაძე**

პირველადი ექსპერტი

რეცენზენტები:

**ლიკა მამაცაშვილი**

**ინგა ქარაია**

K281.580

© თბილისის უნივერსიტეტის გამომცემლობა, 2009

ISBN 978-9941-13-140-0



საქართველოს პარლამენტის  
ეროვნული ბავშვული ლიტერატურის კონკურსი



# ს ა რ ჩ ე ვ ი



სამადლობელი	
თავი I .....	9
ა) მუზეოლოგიის საგანი, კვლევის მეთოდები და მუზეოლოგიის შემადგენელი ელემენტები, მუზეუმების ტიპები.....	9
ბ) მუზეუმების ტიპები .....	11
თავი II .....	14
მუზეუმების ისტორია ევროპაში.....	14
თავი III .....	37
ამერიკული მუზეუმები.....	37
თავი IV .....	44
ამერიკული მუზეუმების მეურვეები და მეცენატები.....	44
ფილანთროპია და მეცენატობა – ისტორია .....	44
თავი V .....	60
თანამედროვე ამერიკული მუზეუმების სტრუქტურა .....	60
თავი VI .....	65
თავი VII .....	79
კოლექციების მენეჯმენტი.....	79
ბ) კოლექციების მოვლა-კონსერვაცია .....	82
თავი VIII .....	90
კოლექციების გამოყენება & ინტერპრეტაცია .....	90
თავი IX .....	105
მუზეუმების დამთვალიერებლები .....	105
თავი X .....	110
სამუზეუმო განათლება .....	110
თავი XI .....	112
კანონები, სამუზეუმო ეთიკის ნორმები, საერთაშორისო სამუზეუმო გაერთიანებები.....	112

## სამადლობელი



2002-03 წწ. ფულბრაიტის სტიპენდიით ვიყავი ამერიკის შეერთებულ შტატებში, ნიუ-იორკის უნივერსიტეტის ხელოვნებისა და მეცნიერების სკოლის პროგრამით – „მუზეუმმცოდნეობა“ (museum study), სადაც 5 თვის მანძილზე ვიკვლევდი თანამედროვე მუზეუმების მართვისა და ადმინისტრირების ახალ მეთოდებს. კვლევის დროს დიდი დახმარება გამინია ამ პროგრამის დირექტორმა პროფესორმა ბრიუს ალტშულერმა, რომლის ხელმძღვანელობითა და დახმარებით ვიმუშავე ამერიკის ბევრ მუზეუმში, ბიბლიოთეკაში, ვესწრებოდი ლექციებს მუზეუმმცოდნეობაში. საშუალება მომეცა მემუშავა არა მხოლოდ ნიუ-იორკის ათობით მუზეუმში, არამედ ვაშინგტონის, ბოსტონის, ჰარვარდის, ფილადელფიის, კინის მუზეუმებისა და სამხატვრო გალერეების მასალებზე, აგრეთვე შევხვედროდი მუზეუმების თანამშრომლებს: კურატორებს, კონსერვატორებს, განათლების პედაგოგებს, მენეჯერებს. დიდი მადლობა მინდა გადავუხადო თითოეულ მათგანს, ყველას, ვინც ხელი შეუწყო ჩემს კვლევით საქმიანობას. განსაკუთრებული მადლობა მინდა გადავუხადო ქ-ნ ჯეინ სეიფერს (დამოუკიდებელი ექსპერტი), პრისცილა საუჩეკს (სახვითი ხელოვნების ინსტიტუტი, ნიუ-იორკის უნივერსიტეტი), ლეილა დიბას (დამოუკიდებელი ექსპერტი), დანიელ ვოლკერს (ისლამის განყოფილების გამგე, მეტროპოლიტენ მუზეუმი), ჰელენ ევანსს (შუა საუკუნეების ქრისტიანული ხელოვნების კურატორი, მეტროპოლიტენმუზეუმი), პეტე დაჯლინგს (კონსერვატორი, მეტროპოლიტენ მუზეუმი), ნაბუკო კაჯიტანის (კონსერვატორი, მეტროპოლიტენ მუზეუმი), პიტერ ჩელკოვსკის (პროფესორი, ჰაკოპ-გევორქიანის ცენტრი, ნიუ-იორკის უნივერსიტეტი), პოზი ბენედიქტს (დამოუკიდებელი ექსპერტი), მორინ აჰერნს (კინს სტიუტ კოლეჯის სამხატვრო გალერეის დირექტორი), ბილ კნორს (ადვოკატი), ურსულა მაკკრაკერს (დირექტორი, ტექსტილის მუზეუმი, ვაშინგტონი),





დიკ რაიტს (დამოუკიდებელი ექსპერტი, ვაშინგტონი) და კიდევ ბევრ სხვა ჩემს მეგობარს, რომლებმაც დიდი წვლილი შეიტანეს იმაში, რომ თავი ისე მეგრძნო, როგორც საკუთარ ოჯახში.

წინგში შესულია ლექციები, რომლებიც მე წავიკითხე 2003-2005 წწ-ში თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტსა და საქართველოს სოციალურ მეცნიერებათა უნივერსიტეტში.

ვფიქრობთ, ნაშრომი საინტერესო იქნება საქართველოს სხვა უმაღლესი სასწავლებლების ხელოვნების ისტორიისა და კულტურის, ასევე ხელოვნების მენეჯერთა ფაკულტეტების სტუდენტებისათვის.

წარმოდგენილი მასალა არის მხოლოდ ნაწილი იმ დიდი კვლევისა, რომლის მთლიან ვერსიას, ალბათ, უახლოეს მომავალში მივანვდით ფართო აუდიტორიას. ძირითადად იგი ეყრდნობა ამერიკულ და ევროპულ ასეთი ტიპის სახელმძღვანელოებს, რომლებითაც ამერიკაში მუშეოლოგია ისწავლება.

## მუზეოლოგიის საგანი, კვლევის მეთოდები და მუზეოლოგიის შემადგენელი ელემენტები, მუზეუმების ტიპები

მუზეუმების ისტორია ათასწლეულებს ითვლის, თუმცა მისი შემსწავლელი მეცნიერება – მუზეოლოგია ანუ მუზეუმ-მცოდნეობა მეცნიერების შედარებით ახალი დარგია. იგი, როგორც ცალკე დისციპლინა, XX სს-ის 80-90-იანი წლებიდან გამოიყო ხელოვნებათმცოდნეობის კურსიდან, მრავალი ქვეყნის უნივერსიტეტებში ცალკე კურსად იკითხება და მას მუზეოლოგია (Museology) ან მუზეუმმცოდნეობა (Museum Study) ეწოდება. მუზეოლოგიის ყველაზე გავრცელებული განმარტება დღეისათვის არის შემდეგი: „მუზეოლოგია არის მეცნიერება, რომელიც შეისწავლის მუზეუმების წარმოშობის ისტორიას, მათი მართვისა და ადმინისტრირების, კოლექციათა მოვლის, რეგისტრაციისა და შენახვის თანამედროვე მეთოდებს“. უფრო ფართოდ კი მუზეოლოგია იკვლევს მუზეუმების ისტორიას, მათ ფუნქციონირებას, მუზეუმების სხვადასხვა ტიპებს, ასევე მათ როლს თანამედროვე საზოგადოებაში. იგი იკვლევს ექსპონატების რეგისტრაციის, კონსერვაციის, სამეცნიერო კვლევის, განათლების, ექსპონირებისა და, ზოგადად, მუზეუმების მართვის სისტემებს (ახალსა და ძველს), ასევე – ამ სისტემების ურთიერთკავშირს საზოგადოებასთან და გარე სამყაროსთან.

თავად მუზეუმი დღესდღეობით არის დაწესებულება, რომელიც ადამიანებს ეხმარება გაიგონ და შეიმეცნონ სამყარო, ცივილიზაციათა ისტორია, სამეცნიერო, მხატვრული მიღწევები. მუზეუმებში თავმოყრილია კაცობრიობის მიერ საუკუნეების მანძილზე შექმნილი სამეცნიერო და მხატვრული მნიშვნე-



ლობის ნივთები, ხოლო მუზეუმი უვლის, შეისწავლის, გამოფენს ამ ექსპონატებს, რათა ადამიანებმა შეიმეცნონ ისინი დატკვენ მათი მშვენიერებით. მსოფლიოს თითქმის ყველა დიდსა თუ პატარა ქალაქში ათიათასობით მუზეუმი არსებობს, რომლებიც ყველგან კულტურულ-საგანამანათლებლო კერებია საზოგადოებისათვის.

თანამედროვე მუზეუმები საზოგადოებას ფართო საგანმანათლებლო პროგრამებს სთავაზობს, რომლებიც ყველა ასაკისა და სოციალური ფენის ადამიანებისათვის არის განკუთვნილი. ეს პროგრამები ეხმარება საზოგადოებას, გააღამაზოს თავიანთი ცხოვრება და იგი უფრო საინტერესო და მიმზიდველი გახადოს. საზოგადოებისათვის ისინი დამატებით ინტელექტუალურ რესურსს წარმოადგენს, რომელთა მეშვეობითაც ადამიანები თვითგანათლებისა თუ მკაფიო და აშკარა ვიზუალური სახეების მეშვეობით ეზიარებიან სხვადასხვა ნაციონალური კულტურის შედეგებს და, ამავე დროს, თავიანთი ეროვნული სახის იდენტიფიკაციასაც ახდენენ. მუზეუმები ერთ-ერთი ყველაზე კარგი უნიკალური საშუალებაა მუდმივისა და წარმავლის ნათელსაყოფად და, იმავდროულად, კაცობრიობის განვითარების მანძილზე მხატვრული აზროვნების ცვლილებების წარმოსაჩენად. ამრიგად, მუზეუმი არის არამომგებიანი მუდმივმოქმედი დაწესებულება, რომელიც საზოგადოების განვითარების სამსახურშია, იგი ღიაა ამ საზოგადოებისათვის და მუდმივად ზრუნავს მის განვითარებაზე.

მუზეუმი შეიძენს, ინახავს, უვლის, შეისწავლის იქ დაცულ ნიმუშებს, გამოფენების საშუალებით ეკონტაქტება საზოგადოებას და მისი მიზანია გაართოს და, ამავედროულად, შეასწავლოს დამთვალიერებელს ადამიანისა და მისი გარემომცველი სამყაროს შესახებ არსებული ნივთიერი მასალა.

ჩვენი სალექციო კურსის მსვლელობისას რამდენიმე ქვეყნის მაგალითზე გავეცნობით უძველესი მუზეუმების შექმნის ისტორიას, მუზეუმების ტიპებს, თანამედროვე მუზეუმების მოდელებს, მათ სტრუქტურებს, ამ სტრუქტურების სხვადასხვა



კომპონენტს (ადმინისტრირება, კოლექციათა შენახვა, ექსპლუატაცია-განვითარება), საგამოფენო პოლიტიკისა და საგანმანათლებლო პროგრამების აგების პრინციპებს.

## **მუზეუმების ტიპები**

კოლექციების შემადგენლობის მიხედვით მუზეუმების დიდ მრავალფეროვნებაში ჩვენ მაინც ძირითადად რამდენიმე სახის მუზეუმს გამოვყოფთ. ესენია:

**1. სახვითი ხელოვნების მუზეუმები** – სახვითი ხელოვნების მუზეუმებში ძირითადად ძველი კულტურებისა და თანამედროვე მხატვრული კულტურის მხატვრული ნიმუშებია წარმოდგენილი. გამოფენებისა და საგანმანათლებლო პროგრამების მეშვეობით ხელოვნების მუზეუმები ეხმარება საზოგადოებას შეიმეცნოს და ისიამოვნოს ამა თუ იმ ეპოქის ხელოვნების ნიმუშებით. ხელოვნების მუზეუმებში შეიძლება ნაჩვენები იყოს ცივილიზაციის განვითარების მთელი სპექტრი, მაგრამ შეიძლება იყოს წარმოდგენილი მხოლოდ ხელოვნების ერთი რომელიმე დარგი. ზოგიერთი მუზეუმი შეიძლება მხოლოდ ერთი ხელოვნის შემოქმედებას ეძღვნებოდეს და იგი დამთავალიერებლისათვის საინტერესო იყოს შემოქმედის მხატვრული სტილის ევოლუციის თვალსაზრისით.

**2. ისტორიული მუზეუმები** – ეძღვნება კაცობრიობის განვითარების ისტორიული სურათის წარმოჩენას. ამიტომ ამ მუზეუმებში ინახება ყველა ის ისტორიული ნივთი, დოკუმენტი, მატერიალური კულტურის სხვა უამრავი საგანი, რომლებიც სრულყოფილად აღადგენს ამა თუ იმ ისტორიულ პერიოდს. ისტორიული მუზეუმების სპექტრი ძალზე ფართოა, კერძოდ, დაწყებული დიდი ისტორიული ქალაქებიდან და მცირე ისტორიული და მემორიალური სახლებით დამთავრებული.

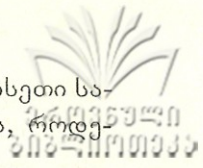
დღესდღეობით ძალზე გავრცელებულია ისტორიული მუზეუმები ღია ცის ქვეშ, რომლებიც შეიძლება ასახავდეს ამა თუ იმ ხალხის ისტორიულ-ეთნოლოგიურ სახეს, მაგრამ ამავე



დროს, შეიძლება ამა თუ იმ ისტორიული მოვლენისა თუ ბრძოლისადმი იყოს მიძღვნილი. არის ისტორიული მუზეუმები, რომლებიც ამა თუ იმ ეთნიკურ რასას იკვლევს, არის ანთროპოლოგიური მუზეუმები, რომელთა ინტერესს წარმოადგენს კაცობრიობისა და ცივილიზაციის განვითარების ისტორია და მოიცავს ამ ხალხების ენის, რელიგიის, მატერიალური და ნივთიერი მასალისა, აგრეთვე სოციალური სტრუქტურების კვლევას. ამ მუზეუმებში შეიძლება გავაერთიანოთ არქეოლოგიური, ნუმისმატიკური და სხვა ასეთი ტიპის მუზეუმები.

**3. ნატურალური ისტორიის მუზეუმების** მიზანია აჩვენოს და გააცნოს დამთვალიერებელს ადამიანის გარემომცველი სამყარო ყველა ასპექტში. ასეთი ტიპის მუზეუმები თავდაპირველად იხსნებოდა როგორც სამეცნიერო კვლევის ცენტრები. დღეს ასეთი მუზეუმები წარმოადგენს ძლიერ სამეცნიერო კვლევითსა და, ამავე დროს, საგანმანათლებლო ცენტრებს. ძირითადი კოლექციებია ბუნებისა და მატერიალური კულტურის ნიმუშები. დინოზავრები, ქვები, მინერალები, პირველყოფილი კულტურები, ეკოლოგია, მცენარეები, ადამიანის აგებულება და მისი ევოლუცია, მეტეორიტები, ოკეანეები, მოლუსკები – ყველაფერი ეს ნატურალური მუზეუმის ინტერესების სფეროში შედის. დღესდღეობით, სტატისტიკის მიხედვით, ამერიკის შეერთებულ შტატებში ნატურალური ისტორიის მუზეუმები ყველაზე პოპულარული ადგილია ფართო მაყურებლისათვის.

**4. სამეცნიერო მუზეუმები** – ეს არის სამეცნიერო ტექნოლოგიების ცენტრები, რომელთა მიზანია მაყურებელს დაეხმაროს გაიგოს ამა თუ იმ მეცნიერებისა თუ სამეცნიერო მიღწევის არსი, მისი მნიშვნელობა კაცობრიობის ისტორიაში. დღეს ძალზე ხშირია გამოფენები კომპიუტერებზე, რობოტებზე, თანამედროვე ტექნოლოგიებზე. ასეთი ტიპის მუზეუმებში შედის აკვარიუმები, პლანეტარიუმები, პატარა ზოოპარკები და ბოტანიკური ბაღებიც. ბევრი სამეცნიერო მუზეუმი მაყურებლის მისაზიდად იყენებს ლაზერ შოუებს და სხვადასხვა სამეცნიერო პოპულარულ ფილმებს. ამ მუზეუმებისათვის განსაკუთრებით და-



მახასიათებელია მაყურებლების აქტიური ჩართვა და ისეთი საგანმანათლებლო პროგრამების შეთავაზება მათთვის, როდესაც ისინი თავიანთი ხელით ბევრ რამეს აკეთებენ.

**5. სხვა ტიპის მუზეუმები** – დღესდღეობით ბევრი მუზეუმში სცილდება ზემოჩამოთვლილი მუზეუმების კატეგორიას. გვაქვს სპორტის, ბავშვთა, თოჯინების, მუსიკის (როკ-მუსიკის), ცვილის თოჯინების მუზეუმები. მათი შემადგენელი ელემენტები და წარმოდგენილი ექსპონატები სხვადასხვაა, მაგრამ მართვისა და ორგანიზების პრინციპი, ასევე მათი მისია ერთნაირია. სწორედ ამიტომაცაა ეს მუზეუმები გაერთიანებული ამ საერთო სათაურით; ისინი ღია და ხელმისაწვდომია საზოგადოებისათვის. იქ დაცული ექსპონატები ასახავს კაცობრიობისა და ბუნების განვითარების ისტორიულ სურათს და საგამოფენო, საგანმანათლებლო პოლიტიკის გატარებით ასეთი მუზეუმები ეხმარება დამთვალიერებლებს არა მარტო მის შემეცნებაში, არამედ იმაშიც, რომ გაიგონ, ესთეტიკური სიამოვნება მიიღონ.

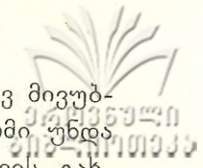


## მუზეუმების ისტორია ევროპაში

მუზეუმების განვითარებას ხანგრძლივი ისტორია აქვს. მუზეუმი ბერძნული სიტყვაა და მუზეების ადგილსამყოფელს ნიშნავს. უკვე ძველ საბერძნეთში აკროპოლისის რეკონსტრუქციის შემდეგ, რაც პერიკლეს ხანაში განხორციელდა ცნობილი მოქანდაკის ფიდიასის ხელმძღვანელობით, ძველი ავტორების გადმოცემით, მთავარი სატაძრო კომპლექსის შესასვლელი ანფილადა - „პროპილეი“ პერიოდულად ეთმობოდა ხელოვნების ნიმუშთა გამოფენებს.

ძვ. წ. 290 წ. პტოლომაიოს I-მა დააარსა სამეცნიერო ცენტრი, რომელიც მუზეებისადმი იყო მიძღვნილი. იგი შედგებოდა ცნობილი ბიბლიოთეკის, ყველა ტიპის სამუზეუმო კოლექციების, ასტრონომიული ობსერვატორიის და სამეცნიერო კვლევისა და სწავლებისათვის საჭირო ყველა აუცილებელი დანადგარისაგან. იმ ხანაში ამ დანესებულებას სხვა კონკურენტი არ ჰყავდა და ფაქტობრივად ეს იყო პირველი სამეცნიერო-საგანმანათლებლო მუზეუმი, რომელიც თითქმის 2000 წლით უსწრებს წინ თანამედროვე მუზეუმებს.

ამის შემდეგ, ასწლეულების მანძილზე, ასეთი ტიპის მუზეუმები ქრება და სხვადასხვა განძი და კოლექცია უკვე თავს იყრის ჯერ რომაული ტაძრების, შემდეგ კი შუა საუკუნეების ხანის ქრისტიანული ეკლესიების საგანძურებში. აღორძინების ხანიდან იტალიაში და, შემდეგ თანდათან, დანარჩენ ევროპაშიც მდიდარი არისტოკრატია და სამღვდელოება იწყებს სხვადასხვა სახის ხელოვნების ნიმუშების შეგროვებას პირადი ესთეტიკური მოთხოვნილებების დასაკმაყოფილებლად. ასეთი ტიპის დანესებულებებს კ უ ნ ს ტ კ ა მ ე რ ე ბ ს და კ ა ბ ი ნ ე ტ ე ბ ს უწოდებდნენ.



მუზეუმის თანამედროვე განმარტებას თუ კვლავ მივუბრუნდებით, რომლის მიხედვითაც იგი ხელმისაწვდომი უნდა იყოს ფართო მაცურებლისათვის, საზოგადოებისათვის განსნილ ასეთ პირველ სანახაობად უნდა ჩაითვალოს საფრანგეთის ბასანსონის წმ. ვინსენტის სააბატოს აბატ ბუასოტის კოლექცია. 1694 წლიდან, აბატ ბუასოტის გარდაცვალების შემდეგ, ანდერძის თანახმად, მთელი მისი კოლექცია უნდა გამოფენილიყო სპეციალურ დარბაზებში, სადაც საზოგადოებას მისი რეგულარულად დათვალიერების საშუალება მიეცემოდა. აღორძინების ხანისა და განმანათლებელთა იდეების საფუძველზე უკვე ევროპის თითქმის ყველა დიდ ქვეყანაში XVII-XVIII სს-ში იხსნება დიდი მუზეუმები. განვიხილოთ მათი მოკლე ისტორია ქვეყნების მიხედვით.

### იტალია

მუზეუმები იტალიაში XVI ს-ის II ნახევრიდან ჩნდება და მათი გახსნა უშუალოდ აღორძინების ეპოქას უკავშირდება.

1471წ. პაპმა სიქსტ IV -მ ლატერანის სასახლეში გახსნა ანტიკური ნივთების გამოფენა. მისი ძირითადი მიზანი იყო, ხალხისათვის რომის დიდების ძველი ნაშთები ეჩვენებინა.

1503 წ. პაპმა იულიუს II-მ მეორე ასეთი მუზეუმი გახსნა ვატიკანის ბელვედერის სასახლეში. იგი ასევე ძირითადად ანტიკური სკულპტურისაგან შედგებოდა და, განსხვავებით პირველისაგან, განკუთვნილი იყო მხოლოდ არტისტული წრისათვის, რომელთაც თავად პაპი ეპატიუებოდა.

1525 წ. კარდინალმა დომენიკო გრიმანიმ აქ ანტიკურ-ბერძნულ სკულპტურასთან ერთად რომაელ იმპერატორთა ფართო სპექტრი წარმოადგინა, თუმცა ჩვეულებრივი ხალხისათვის არც ეს კოლექცია იყო ღია და ხელმისაწვდომი.

1543 წ. პიზაში, ხოლო 1545 წ. პადუაში იხსნება ბოტანიკური ბაღები, სადაც ადამიანების მიერ შექმნილი სხვადასხვა საოცრება იყო გამოფენილი მრავალფეროვან მცენარეებთან ერთად.





1581 წ. იხსნება უფიცას მუზეუმი (გალერეა) ფლორენციის ში, რომლის პირველი სართულზე იყო სპეციალური მარჯაო-დარბაზი – როტონდა შედევრებისათვის. დამთვალეირებლები-სათვის აქ იმდენი სიახლე დაინერგა, რომ მისი გახსნა შემობრუნებად იქცა მუზეუმების ისტორიაში. აქედან იწყება იტალიაში სახვითი ხელოვნების მუზეუმების ისტორიაც. აქვე გვინდა აღვნიშნოთ, რომ უფიცა დღესაც კოლექციების ფართო სპექტრისა და შემადგენლობის გათვალისწინებით ერთ-ერთ უდიდეს სახვითი ხელოვნების მუზეუმად რჩება მსოფლიოში.

1596 წ. ვენეციაში მარჩიანას ბიბლიოთეკაში იხსნება ვენეციის რესპუბლიკის ქანდაკების მუზეუმი.

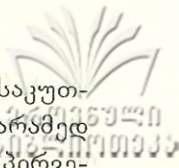
1603 წ. ულის აღდროვანი თავის კოლექციას გადასცემს ბოლონიის სენატს ბიბლიოთეკასთან ერთად. ყველაფერი ეს ქალაქის სასტუმროში განთავსდება.

მუზეუმების შექმნის მეორე ტალღა იტალიაში დაიწყო XVIII ს-ის 20-იან წლებში. ამ დროს რამდენიმე სტრუქტურული ცვლილებაც მოხდა, კერძოდ ბოლონიის აღდროვანდის მუზეუმი ბოლონიის უნივერსიტეტს შეუერთდა, 1812 წ. კი ვენეციის ქანდაკების მუზეუმი – ვენეციის არქეოლოგიურ მუზეუმს. ყველა ამ მუზეუმის მთავარი შემადგენელი ნაწილები იყო ძირითადად ანტიკური (ბერძნულ-რომაული) ქანდაკებები.

XVIII ს-ში სპექტრი ოდნავ ფართოვდება; აქა-იქ სურათებიც ჩნდება. პინაკოტეკები ანუ სურათების გალერეები იტალიაში მხოლოდ ნაპოლეონის ეპოქიდან იწყება.

1769 წ. ფლორენციაში დიდი მთავრის ლეოპოლდის ხელშეწყობით დამთვალეირებლებისათვის გაიხსნა უფიცას გალერეა. დიდი მთავარი განმანათლებელთა, განსაკუთრებით მირაბოს, თაყვანისმცემელი იყო და ცდილობდა მათი იდეებისათვის ტოსკანაში ხორცი შეესხა.

განმანათლებელთა იდეების თანახმად, ხალხის განათლება მეცნიერებასა და ხელოვნებაში ძლიერი საზოგადოების შექმნის წინა პირობა იყო. სახვით ხელოვნებას ამ ტიპის განათლებაში განსაკუთრებული ადგილი ჰქონდა დათმობილი.



როგორც უკვე აღვნიშნეთ, უფიცას გაღერეას განსაკუთრებული ადგილი უჭირავს არა მხოლოდ იტალიის, არამედ მსოფლიოს მუზეუმების ისტორიაში. უფიცა ერთ-ერთი პირველი და ძველი მუზეუმი მსოფლიოში. იგი სათავეს იღებს კოზიმო მედიჩი უფროსისაგან (1389-1464წწ.) და მისი შვილიშვილის ლორენცო ბრწყინვალისაგან (1449-1492წწ). ასევე მათი შთამომავლების ტოსკანის მმართველების კოზიმო I (1519-1574 წწ.) და მისი შვილი ფრანჩესკო I-საგან(1541-1587წწ.).

1559 წ. კოზიმო პირველმა დაავალა ჯორჯო ვაზარის აეშენებინა ადმინისტრაციული შენობა მედიჩების ოფისებისათვის პიაცა დელა სინიორიიდან მდინარე არნომდე. ჟორჯო ვაზარიმ ორი ერთმანეთთან დაკავშირებული გრძელი შენობა ააგო რომლის მეორე და მესამე სართულზე გაღერეები იყო განლაგებული, სადაც ფრანჩესკო I-მა 1580 წელს პირველად განათავსა მედიჩების გვარის საკუთრებაში არსებული სახვითი ხელოვნების კოლექციები.

K281.580

კოლექცია თანდათანობით კიდევ უფრო მდიდრდება, მაგრამ XVIII ს-ში იგი სხვა მფლობელების ხელში გადავა. 1737 წ. გარდაიცვლება გასტონ მედიჩი და ტოსკანა ლოტარინგიის სახლის მფლობელობაში გადადის. პოლიტიკურმა ცვლილებებმა აიძულა ანა მარია ლუდოვიჩი (გარდაიცვალა 1743 წ.), გასტონის უმცროსი და და მედიჩების უკანასკნელი წარმომადგენელი, მთელი თავისი საგვარეულო ხელოვნების ნიმუშთა კოლექცია ტოსკანის თვითმმართველობისათვის დაეტოვებინა იმ პირობით, რომ ლოტარინგიის გვარს ეზრუნა ამ კოლექციაზე; ამასთანავე, იგი ყოფილიყო განთავსებული ფლორენციაში და მისი კარი მუდმივად ღია ყოფილიყო ფართო საზოგადოებისათვის.

როგორც უკვე აღვნიშნა, 1769 წელს უფიცის გაღერეა ფართო დამთვალიერებლისათვის გაიხსნა. ამავე წელს დაინიშნა მისი პირველი დირექტორი ჯუზეპე დე კერჩი. პრაქტიკულად მას უნდა განეხორციელებინა საზოგადოების განათლების ღონისძიებები ხელოვნების მუზეუმის მეშვეობით და ამ მხრივ ეს მუზეუმი მართლაც ნაციონალური თვითმეგნების დამკვიდრე-



ბის საუკეთესო რესურსი იყო. მაგალითად, უფიცაში გამოიფინა სკოლებად დაყოფილი ავტოროპორტრეტების მთელი გალერეა. როტონდაში კი იყო გამოფენილი ვენეციელთა და ფლორენციელთა საუკეთესო ნამუშევრები.

უფიცას პირველი დირექტორი 1773წ. გარდაიცვალა და იგი რაიმონდ კორიმ შეცვალა, რომელმაც შექმნა კოლექცია, რომელიც მთელს ტოსკანურ ხელოვნებას მოიცავდა. უფიცა ფაქტობრივად პირველი ნაციონალური გალერეა იყო, რომლის ორი მთავარი პრინციპი იყო ის რომ:

1. იგი სახელმწიფოს (ამ შემთხვევაში ტოსკანას მმართველ გვარს) ეკუთვნოდა.

2. მოიცავდა იმ გეოგრაფიული ადგილის (ტოსკანის) ხელოვნების განვითარების ამომწურავ სურათს.

სხვა სკოლები და ქვეყნები შენობის სხვა სივრცეში იყო განლაგებული.

1782 წელს გამოდის გალერეის პირველი გზამკვლევი, რომელიც ლუიჯი ლანცის ეკუთვნის. 1795 წლიდან უფიცა დამთავლიერებლებისათვის უფასო ხდება. აქ სურათებზე კეთდება განმარტებითი წარწერები, ინფორმაცია მხატვარზე, სიუჟეტზე და სხვა.

ამრიგად, ყველა იმ მნიშვნელოვანი ღონისძიების გათვალისწინებით, რაც ლეოპოლდმა უფიცას გალერეაში განახორციელა (პატრიოტიზმი, უფასოობა, ინფორმაციულობა), მისი მოღვაწეობა პიონერულად შეიძლება ჩაითვალოს მუზეოლოგიაში.

იტალიის სხვა ცნობილი მუზეუმებია:

ფლორენციის აკადემია – რომელიც 1563 წელს დააარსა ვაზარიმ. ეს იყო პირველი ასეთი სასწავლო დანესებულება ევროპაში.

1773 წელს „დავითი“ გადაიტანეს მოედნიდან აკადემიის შენობაში და ამის შემდეგ იგი დამთავლიერებლისათვის იხსნება. ესაა ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი მუზეუმი, სადაც ინახება მიქელანჯელოს „დავითისა“ და „მონების“ ცნობილი ქანდაკებები, ასევე ალორძინების ხანის იტალიელ მხატვართა სხვა ნამუშევრები.



აღსანიშნავია ასევე ვატიკანის გალერეები – პიუს VI-მ 1790 წელს პაპების სასახლეში გახსნა სურათების პირველი გალერეა. ეს იყო სამ დიდ ოთახში განთავსებული 100-მდე სურათი. აქ ძირითადად თავმოყრილია XVI – XIX სს-ის იტალიური ფერწერა. მათ შორის არის ისეთი შედეგები, როგორებიცაა ლეონარდოს „ნმ. იერონიმუსი“, რაფაელის „ფერისცვალება“, კარავაჯოს „გარდამოხსნა“.


### საფრანგეთი

საფრანგეთი ისტორიულად ხელოვნების დიდი მოტრფიალე იყო. ხელოვნების მდიდრული კოლექციები ჰქონდათ მეფეებს, დიდებულებს, კარდინალებს, მაგრამ ეს კოლექციები მხოლოდ 1750წ. გაიხსნა ფართო დამთვალიერებლისათვის პარიზში, ლუქსემბურგის სასახლეში. ეს იყო ძირითადად სურათების გალერეა. იგი კვირაში ორი დღე უფასოდ ემსახურებოდა დამთვალიერებელს. ეჭირა ოთხი ოთახი სასახლის აღმოსავლეთის ფრთის პირველ სართულზე. ეზოს გასწვრივ განთავსებული იყო რუბენსის მიერ შექმნილი მედიჩის ციკლი; სამ ოთახში – ჩრდილოეთის (ჰოლანდიური და ფლანდრიული) და ფრანგული სკოლის ნიმუშები; ერთ ოთახში კი – XVII-XVIII სს. ცნობილი ფრანგი მხატვრების ნამუშევრები.

გამოიცა გალერეის ანგარიშები და გზამკვლევი, სადაც საზოგადოებას ზოგადად აცნობენ გალერეის მიზნებს. აღსანიშნავია, რომ ამ დროს ხელოვნებისადმი ინტერესი მალალ საზოგადოებაში საკმაოდ დიდია.

ლუქსემბურგის გალერეა 60-70-იან წლებში მოინახულეს დანიის მეფემ, ავსტრიის იმპერატორმა იოსებ II-მ და სხვა წარჩინებულმა პირებმა. 1779 წელს ლუქსემბურგის გალერეა იკეტება და ამ დროს უკვე გადაწყვეტილია ლუვრის Grand Gallery-ში გაიხსნას უფრო დიდი მუზეუმი. ლუი XVI-ისა და მისი ხელოვნების მინისტრის არნგივილერის (Comte d'Arngiviller) სურვილი იყო საფრანგეთი ხელოვნების ცენტრად ექციათ. არნგივილერი განმანათლებლების იდეების თაყვანისმცემელი იყო.



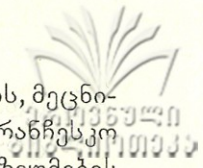


ამავე დროს, მისი აზრით, ხელოვნების მუზეუმის მიზანი უნდა ყოფილიყო ხაზი გაესვა ფრანგული ხელოვნებისა და ფრანგული სკოლის უპირატესობისათვის, ეჩვენებინა, რომ იგი მსოფლიოში საუკეთესოა. არნგივილერის იდეები განუხორციელებელი დარჩა, თუმცა არა დიდხანს. რევოლუციურმა საფრანგეთმა 1793 წლის 10 აგვისტოს გახსნა საფრანგეთის მუზეუმი. იგი რევოლუციის ერთი წლისთავის ზეიმს დაამთხვიეს, რითაც ხაზი ესმებოდა მის მნიშვნელობას. პირველივე დღეს ხალხს საშუალება მიეცა დაეთვალიერებინა მეფისა და ეკლესიის ყოფილი საკუთრება მათსავე ყოფილ სასახლეში. ეს ყველაფერი ახლა ხალხს ეკუთვნოდა. ლუვრი მონანილებოდა ამ წლისთავისადმი მიძღვნილ ფესტივალშიც, რომელიც დიდი მხატვრის დავითის მიერ იყო ორგანიზებული. ლუვრშივე იხსნება ანტიკური მუზეუმიც, თანდათანობით იწყება კოლექციების შევსება და გაფართოება.

1808 წ. კოლექციაში რომიდან შემოდის ვილა ალბანის კოლექცია მედიჩებისაგან. ბორგეზების კოლექციას ლუვრისათვის იძენს ნაპოლეონი. განსაკუთრებით ცნობილი ხდება იგი 1821 წელს ვენერა მილოსელისა და 1867წ. ნიკა სამოთრაკიელის შეძენის შემდეგ. ამ დროისათვის ლუვრში ძირითადად წარმოდგენილი იყო იტალიური რენესანსის კოლექციები.

XVIII ს II ნახევრიდან იწყება შემობრუნების ხანა ლუვრის ისტორიაში, როცა იწყება ნაციონალური ნივთების შეძენა. მის პარალელურად 1826 წ. ლუვრში შემოდის ეგვიპტური და აღმოსავლური კოლექციებიც. 1827 წ. ლუი დე ბავი იძენს ნიდერლანდებისა და შუა საუკუნეების გერმანული ხელოვნების ნიმუშებს. ლუვრი მუზეუმების ისტორიაში პირველ საზოგადოებრივ მუზეუმად ითვლება, რომელმაც ფართოდ და, ამასთანავე, უფასოდ გაუღო კარი მაყურებელს და დამთვალიერებელს.

კოლექციების განლაგებას ლუვრში საფუძვლად დაედო ქრონოლოგიურობისა და ისტორიციზმის პრინციპები. ესა თუ ის მხატვარი განიხილებოდა თავის სკოლაში ქრონოლოგიურად და განისაზღვრებოდა მისი როლი ისტორიულ ასპექტში. თან-



დათანობით იქმნებოდა პროფესიონალური დილერების, მეცნიერების, ექსპერტების (ყან ბატისტ პიერ ლებრანი, ფრანკესკო ალგაროტი, ჯონ ვინკელმანი) ახალი კლასი. ისინი მუზეუმების მცველები და კურატორები ხდებიან როგორც ხელოვნების ნიმუშების შერჩევის, ასევე ექსპოზიციის შექმნის დარგში.

თავდაპირველად მუზეუმის რევოლუციურ ყოფაში აღმოცენებას მოჰყვა ის, რომ, მართალია, პირველ ხანებში ხალხს აჩვენებდნენ არისტოკრატის ნივთებსა და მათ გარემოს, მაგრამ თანდათან ის ექსპონატები, რომლებიც მონარქიის დიდებას ასახავდა, ჩამოიხსნა ექსპოზიციიდან. ამის მაგალითია რუბენსის მედიჩის ციკლი, რომელიც მთლიანად მოიხსნა და დარჩა მხოლოდ ის, რაც არ შეიცავდა სამეფო სიმბოლიკას. ასეთი მიდგომა შეიცვალა მას შემდეგ, რაც მუზეუმს სათავეში ჩაუდგა დენონი და საფრანგეთში ჩამოვიდა უამრავი განძეულობა ნაპოლეონის ლაშქრობების შემდეგ. პირველი ყველაზე წარმატებული ექსპოზიცია იყო რაფაელის გალერეა ლუვრში, სადაც დენონმა ისტორიულ-კულტურულ კონტექსტში გააკეთა ექსპოზიცია. ამას დიდი წარმატება მოჰყვა. მალე ვატიკანიდან ჩამოვიდა ანტიკური და რომაული ქანდაკებები, თუმცა დენონს არ ჰქონდა საშუალება, ვინკელმანის თეორიის მიხედვით, ქრონოლოგიური განვითარების სურათი ეჩვენებინა არასაკმარისი რაოდენობის ექსპონატების გამო. ნაპოლეონის ვატერლოოსთან დამარცხების შემდეგ ევროპის ქალაქებში უკან დაბრუნდა ყველაფერი, რაც ფრანგებმა იქიდან გამოზიდეს. მაგრამ დენონის დამსახურება მუზეოლოგიაში მაინც დიდი იყო, რადგანაც მან მოახერხა მუზეუმის დეპოლიტიზირება და მისი ფუნქციის ისტორიულ-საგანმანათლებლო კონტექსტში გადაყვანა.

საფრანგეთის სხვა მუზეუმები:

**დორსეის მუზეუმი** – XIX ს-ის ფრანგული ხელოვნების ერთ-ერთი უმდიდრესი კოლექცია. ის განთავსებულია ყოფილი რკინიგზის სადგურის შენობაში, რომელიც 1900 წელს აიგო მსოფლიო გამოფენისათვის. შემდეგ ცოტა ხანს სასტუმროც იყო. 1973 წელს ჯორჯ პომპიდუს მოუვიდა იდეა მისი მუზეუ-





მად გადაკეთებისა. 1980 წლიდან იწყებენ ინტენსიურად მისი კონსტრუქციის და 1986 წელს იგი იხსნება მაყურებლისათვის. აქ არის იმპრესიონისტებისა და პოსტიმპრესიონისტების საუკეთესო ნამუშევრები: მანეს „ოლიმპია“, რენუარის „ცეკვა მულენ დე ლა გალეტი“, დეგას „აბსენტი“, სეზანის „კარტის მოთამაშეები“.

**პომპიდუს ცენტრი** – თანამედროვე ხელოვნების ერთ-ერთი უდიდესი მუზეუმი პარიზში. აშენებულია სპეციალურად მუზეუმისათვის, თუმცა სრულიად ულტრათანამედროვე ფუნქციონირის სტილში (არქიტექტორები იტალიელი რენცო პიანი და ინგლისელი რიჩარდ როჯერსი). გუგენჰეიმის, ჰირშორის, უიტნის მუზეუმების გვერდით ერთ-ერთი პირველი შენობაა, რომელიც სპეციალურად მსოფლიოს თანამედროვე სახვითი ხელოვნების უდიდეს კოლექციებს ფლობს, თუმცა იგი არის ასევე კინომატოგრაფიისა და თეატრალური ხელოვნების ცენტრიც.

**დიდი ბრიტანეთი**

მუზეუმების შექმნას ბრიტანეთში ძალიან დიდი და ხანგრძლივი ისტორია აქვს, რომლის სათავეებიც XVII XVIII სს-შია საძიებელი. აღსანიშნავია, რომ ინგლისში არისტოკრატის გვერდით, ხელოვნებისადმი დიდ ინტერესს ავლენენ ბურჟუაზიის ფენა და განათლებული ელიტა (ექიმები და სხვა).

ხელოვნების ნიმუშების შეგროვება განსაკუთრებით პოპულარულია არისტოკრატისა და სამეფო ოჯახში XVII-XVIII სს-ში. 1610 წელს უელსის პრინცი ჰენრი ამისათვის აარსებს სპეციალურ სახლს. მის მაგალითს შემდგომ მიმართავს მისი ძმა მეფე ჩარლზ I, რომელიც კონტინენტის მხატვართა ტილოებს, განსაკუთრებით კი იტალიურ ფერწერას, იძენს.

1690 წ მეფე უილიამ III, რომელიც ასევე ძალზე გატაცებული იყო სურათების შეგროვებით, იწვევს სირ კრისტოფერ ვრენს სამეფო სამუშაოების მთავარ მწარმოებელს და ავალებს მას პროექტის გაკეთებას Hampston Court-ის ახალი სურათების გალერეისათვის.



სამუშაოების დასრულების შემდეგ აქ განთავსდა რაფაელის ესკიზები, რომლებიც მეფე ჩარლს I-მა 1650 წელს ვონხა-გასაგან შეიძინა. ამ გალერეას ძალიან ბევრი მნახველი ჰყავდა და იგი დიდი პოპულარობით სარგებლობდა. საზოგადოების მხრიდან დიდი პროტესტი მოჰყვა უილიამის გადანყვებილებას, რაფაელის ესკიზები გადაეტანა სურათების გალერეაში.

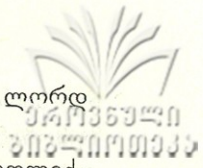
კერძო მუზეუმები, რომლებიც ინგლისში იმ დროს არსებობდა, სამეცნიერო კაბინეტების ტიპისა იყო, სადაც მხოლოდ რამდენიმე პორტრეტს თუ შეხვდებოდით. ტრადესკანტ-აშმოლიან მუზეუმში, რომელიც 1684 წელს დაარსდა და რომელიც მსოფლიოში პირველი ნატურალური ისტორიის მუზეუმი, საინტერესოა, რომ სწორედ მასთან მიმართებაში იხმარეს პირველად სიტყვა „მუზეუმი“ ევროპაში. იქ იყო რამდენიმე პორტრეტი, მაგრამ ყველა ისინი დამაარსებლებს და მათ ნათესაურ კავშირებს წარმოადგენდა. ჯონ ტრადესკანტი და მისი შვილი ჯონ ტრადესკანტი უმცროსი ინგლისის მეფე ჩარლზ I-ის მეზღვრები იყვნენ. მათ ძალიან დიდი ბოტანიკური, ზოოლოგიური და სხვა უცხო ნივთების კოლექცია ჰქონდათ. ჯონ ტრადესკანტი უმცროსის გარდაცვალების შემდეგ, 1662 წელს, მისი კოლექცია დარჩა ანტიკვარ ელიას აშმოლს. მან, თავის მხრივ, კოლექცია ოქსფორდის უნივერსიტეტს დაუტოვა, რომელმაც გადანყვიტა 1684 წელს გაეხსნა აშმოლის ხელოვნებისა და არქეოლოგიის მუზეუმი.

ძალზე საინტერესო და ფერხერით მდიდარი კოლექციაა რაღფ ტროსერბის (1658-1725) სახლ-მუზეუმი, რომელიც ლიდში (Leed) გაიხსნა დამთვალიერებლისათვის. აქ სხვა მასალასთან ერთად ინახებოდა არისტოკრატის მრავალრიცხოვანი პორტრეტები. ამავე პერიოდიდან პროგრესული საზოგადოება იწყებს ზრუნვას ნაციონალური მხატვრული სკოლის დაარსებისათვის, თუმცა ყველა ამ დაწესებულებას ნაკლები ფინანსური მხარდაჭერა აქვს მეფისა და მდიდართა კლასისაგან. 1735 წელს უილიამ ჰოგარტმა დაარსა „ნმ. მარტინ მეორე ლეინის აკადემია“, რომელმაც იარსება სამეფო აკადემიის დაარსებამდე, 1768



ნლამდე. ეს ძალზე მნიშვნელოვანი დანესებულება იყო, რომელიც ხელს უწყობდა ნაციონალური კულტურის აღორძინებას.

1739 წელს ფილანტროპმა კაპიტან თომას კორამმა ლონდონში დააარსა უპატრონო ბავშვთა ჰოსპიტალი, რათა შეემეობა აღმოეჩინა უპატრონო ბავშვებისათვის. შენობის მშენებლობა დასრულდა 1745 წელს და მხატვრებმა გამოთქვეს სურვილი გაეფორმებინათ ინტერიერები. მართლაც, ინგლისელი მხატვრების (სულ 15 სხვადასხვა მხატვარი) ჯგუფი, ფრენსის ჰეიმანის ხელმძღვანელობით და ჰოგარტთან შეთანხმებით, იწყებს კედლების მოხატვას. მოხატული სცენები თემატურად მრავალფეროვანია. ის როგორც ისტორიული, ასევე საყოფაცხოვრებო ხასიათისაა; გამოსახულია მონყალებისა და ბავშვებისადმი ზრუნვის სცენები. ფაქტობრივ ეს სახლი გახდა პირველი ისეთი ადგილი, სადაც თანამედროვე ინგლისელ საზოგადოებას შეეძლო ენახა მათი თანამედროვე ინგლისური ფერწერა. ამ ჰოსპიტალმა მალე გაითქვა სახელი. მნიშვნელოვანი ფიგურა ჰოსპიტალისათვის იყო ფილანტროპი, მდიდარი ექიმი რიჩარდ მეიდი (1673-1754), რომლის პორტრეტი იქ ახლაც კიდია. იგი ერთ დროს ვატოს მკურნალი ექიმიც იყო. იგი იყო ძალზე კარგი კოლექციონერი. მის კოლექციაში ინახებოდა მონეტები, ბერძნული და რომაული ქანდაკება, იტალიური, ჰოლანდიური, ასევე თანამედროვე ინგლისური ფერწერა. მისი სახლი მცირე აკადემია იყო, სადაც ნებისმიერი მეცნიერი, მოქანდაკე და მხატვარი შეიძლებოდა მისულიყო და იმდენი ასლი გაეკეთებინა, რამდენიც დასჭირდებოდა. ამ დროს არისტოკრატების სახლებიც ღიაა მნახველებისათვის როგორც გარეუბნებში, ასევე ლონდონში. ზოგან წინასწარი ჩანერა იყო საჭირო (მაგ., ვინძორის სასახლეში); ექსკურსიებს ხშირად მსახურები ატარებდნენ, თუმცა ეს მოუხერხებელი იყო იმ მხრივ, რომ იქ დიდხანს ვერ რჩებოდნენ კოპირებისათვის. უკვე 1671 წელს ლონდონში გამოდის გზამკვლევი, სადაც აღწერილია სხვადასხვა ადგილი, რომლებიც ტურისტმა შეიძლება მოინახულოს ლონდონიდან 20 მილის რადიუსით. იყო ასევე კერძო გალერეები, სადაც სტუდენტებს კო-



პირებაც შეეძლოთ, მაგ.: ლორდ ნორთსბერლენდის, ლორდ ბედფორდის, ლორდ რიჩმონდის სახლები<sup>1</sup>.

1753 წ. ინგლისის პარლამენტი სერ ჰანს სლოუნის კოლეჯციას იძენს და 6 წლის შემდეგ, 1759 წელს, ხსნის ბრიტანეთის მუზეუმს. ბრიტანეთის მუზეუმის გახსნას საფუძვლად დაედო სამი კოლეჯცია: კოტონის გვარის ხელნაერთა კოლეჯცია, ოქსფორდის გრაფების ბიბლიოთეკა და სირ სლოანის კოლეჯცია, რომლის ნაწილი მან უანდერდა მუზეუმს, ნაწილი კი მისი მემკვიდრეებისაგან შეიძინეს (1753 წ).

ბრიტანეთის მუზეუმი პირველი დამოუკიდებელი მუზეუმი მსოფლიოში, რომელიც ხალხს ეკუთვნოდა. მაგრამ პირველი 50 წელი – ეს არ იყო მუზეუმი დღევანდელი გაგებით. მასში დამთვალიერებლების შეშვება მკაცრად იყო განსაზღვრული – დღეში მხოლოდ 15 კაცი დაიშვებოდა. მათ არ შეეძლოთ 2 სთზე მეტ ხანს იქ გაჩერება. ჯერ კიდევ 1800 წელს მსურველები ხანგრძლივ რიგში უნდა მდგარიყვნენ, რომ მუზეუმში მოხვედრილიყვნენ. ამასთანავე, იგი უფრო XVI-XVII სს.-ის კაბინეტებს მოგვაგონებდა და არ იყო გამიჯვნა ისტორიულ ექსპონატებსა და ბიბლიოთეკას შორის. მას სათავეში ბიბლიოთეკარი ედგა, რომელსაც ორი ასისტენტი ჰყავდა. ეს ტრადიცია ინგლისში მხოლოდ 1931 წ. დაირღვა, როდესაც მუზეუმს სათავეში არა-ბიბლიოთეკარი ჩაუდგა, თავად ბიბლიოთეკისა და მუზეუმის გაყოფა კი მხოლოდ 1972 წ. მოხდა. აშშ-მომენ მუზეუმისაგან განსხვავებით, ბრიტანეთის მუზეუმი ნაწილ-ნაწილ იძენს კოლეჯციებს: 1772 წ. ვილიამ ჰამილტონისაგან ყიდულობს, ხოლო 1802 წ. ფრანგების კაპიტულაციის შემდეგ შემოდის დიდი ეგვიპტური კოლეჯცია. 1808 წ. შარლ ტორნლეისაგან ყიდულობს მარმარილოს ქანდაკებებს, 1806 წ. კი ლორდ ელგანისაგან იძე-

<sup>1</sup> ეს ტრადიცია ინგლისში დღესაც გრძელდება, ზოგიერთი არისტოკრატიის საცხოვრებელი სახლები და სასახლეების ნაწილი მუზეუმებად არის გადაკეთებული, მაგრამ არის სახლები, სადაც ისინი დღესაც ცხოვრობენ, მაგრამ გარკვეულ დღეებში და საათებში ისინი ღიაა დამთვალიერებლებისათვის.



ნენ პართენონის ფრიზებს. ბრიტანეთის მუზეუმის შედეგებს ზემოწამოთვლილი ექსპონატების გარდა მიეკუთვნება როზეტის ქვა, ურის მესამე სამეფო დინასტიის ეპოქის ექსპონატები, რომაული და ბერძნული ხელოვნების, ახლო აღმოსავლეთისა და ისლამის შედეგები.

1760 წელს ტახტზე გეორგ III ადის, იგი ხელოვნების ტრფიალია, აგროვებს სამეცნიერო და საბუნებისმეტყველო ნიმუშებს, 60-იან წლებში იძენს იტალიური ფერწერის დიდ კოლექციას, ბენჟამენ ვესტს უკვეთავს ფერწერებს უინდძორის ციხე-სიმაგრისა და ბუკინგემის სასახლისათვის, რომელიც სამეფო ოჯახის არყოფნის დროს დამთვალეირებლებისათვის ღია იყო და, ბოლოს, 1768 წელს იღებს გადაწყვეტილებას სამეფო სამხატვრო აკადემიის დაარსების შესახებ (ერთი საუკუნით გვიან, ვიდრე საფრანგეთი). აკადემია განლაგდა სომერსეტ ჰაუზში 1780 წელს.

სახვითი ხელოვნების მნიშვნელობის გაზრდა, ყოველწლიური გამოფენები, თანამედროვე მხატვრებთან მუშაობა, ნიადაგის მომზადება ნაციონალური მუზეუმის შესაქმნელად – აი, აკადემიის მუშაობის ძირითადი მიმართულებები. აკადემიას ჰქონდა და დღესაც აქვს ხელოვნების ნიმუშების თავისი კოლექცია (ნანილი – შეძენილი, ნანილი – ნაჩუქარი), რომლებსაც წმინდა პედაგოგიური ფუნქცია აქვს.

1800 წლისთვის ლონდონი თითქმის ერთადერთი ევროპული დედაქალაქი იყო, სადაც არ არსებობდა ეროვნული მუზეუმი. ამავე დროს, აქ მთელი რიგი კერძო გალერეები და დილერები საქმიანობენ საკმაოდ წარმატებულად. დამთვალეირებლებისათვის ასევე ღია იყო ცნობილი მხატვრების სახლები, სადაც თითქმის ყველაგან იყო განთავსებული ასევე გალერეები-ოთახები, სადაც რამდენიმე ხელოვნების ნიმუში იფინებოდა ხოლმე. იმ დროს თავისი საქმიანობით განსაკუთრებით ცნობილი იყო ორი ინგლისური კერძო გალერეა:

ლორდ სტაფორდის და ლორდ მეიფერების კოლექციების გალერეები.




სტაფორდების მეორე მარკიზი(1758-1833 წწ.) ინგლისში ყველაზე მდიდარ ადამიანად ითვლებოდა. იგი საფრანგეთში ინგლისის ელჩი იყო რევოლუციის პირველ წლებში. ასე რომ, ალბათ იდეა ხალხისათვის გალერეის გახსნისა მას არ ეკუთვნოდა. თანამედროვეთა გადმოცემით, თავისი კოლექცია მან ბიძისაგან ჰერცოგ ბრიჯუოთერისაგან მიიღო. მისი სურათები განთავსებული იყო გრინპარკში კლევლენდჰაუზში. ეს იყო მისი ბიძისათვის აგებული შენობა (1790 წ.), რომელსაც მარკიზმა გალერეისათვის დაუმატა ნაგებობა. ეს იყო პირველი არისტოკრატიული სახლი ინგლისში, რომელიც მაის-ივნისში რეგულარულად იყო ღია დამთვალიერებლებისათვის ოთხშაბათობით 12-დან 5 სთ-მდე. გამოიცა ამ კოლექციის კატალოგიც, რომლის ავტორიც ჯონ ბრიტონი აღწერს კოლექციას და სინანულს გამოთქვამს, რომ კოლექციის ნახვა საკმაოდ გართულებულია (ვიზიტორი მარკიზის ან მისი ოჯახის პირადი მეგობარი, ან სამეფო აკადემიის რეკომენდაციით მისული პირი უნდა ყოფილიყო), თუმცა ჯონ ბრიტონი იმასაც დასძენს, რომ ინგლისში შეუძლებელია კერძო კოლექციების ფართო მაყურებლისათვის გახსნა მათი გაუნათლებლობისა და ვულგარულობის გამო, რაც სახვითი ხელოვნების სწავლების დაბალი დონით არის განპირობებული.

ეს შენობა ძალზე მდიდრულად იყო მორთული, განსხვავებით შემდეგი თაობის სამხატვრო გალერეებიდან. დაცული იყო სკოლების პრინციპი ოთახების მიხედვით. სურათებს ახლდა წარწერები და განმარტებები, რაც აადვილებდა მათ აღქმას. ამ დროს ინგლისში უკვე იყვნენ ადამიანები, რომლებიც მუზეუმებში მუშაობდნენ და ამიტომ კარგად ერკვეოდნენ ხელოვნების ისტორიაშიც, მათ შორის იყო უილიამ უტლეი უმცროსი (1771-1836), რომელმაც 1818 წელს გამოსცა სტაფორდის კოლექციის 4 ტომი.

მეორე ასეთივე მნიშვნელოვანი კერძო კოლექცია, რომელიც მნახველებისათვის იყო ღია მდებარეობდა ლეინ პარკის გროსვენორ ჰაუზში, თავისი შემადგენლობით იგი ძალზე ფასე-

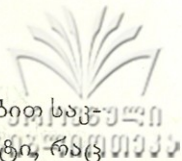




ული იყო და ეკუთვნოდა მეიფერების გვარს: მემამულეებსა და ვესტიმსტერის გრაფებს. 1805 წელს მათ შეიძინეს XVIII ს-ის სახლი, რომელიც ფორმალურად სამეფო ოჯახს ეკუთვნოდა, მნიშვნელოვნად გადააკეთეს იგი და 1817 წელს დაუმატეს სპეციალური გალერეა (არქიტექტორი უილიამ პარდონი). შემორჩენილია მიმონერა არქიტექტორსა და მფლობელს შორის, სადაც ისინი ისეთ დეტალებსაც განიხილავენ, როგორცაა მაგ., კედლების ფერი, რათა სურათები უკეთ გამოჩენილიყო, მოჩარჩოებები და სხვა. ექსპოზიცია სკოლებად იყო წარმოდგენილი. ამასთანავე, ცალკე ოთახი ეთმობოდა ინგლისურ ფერწერულ სკოლას. ჯონ იანგის ავტორობით გამოიცა კატალოგი, რომელიც ფართო მაცურებლებისათვის იყო განკუთვნილი.

შემდგომში, 1810-იანი წლებიდან, კიდევ რამდენიმე გალერეა იხსნება ლონდონში, აქედან მნიშვნელოვანია ორი, რადგანაც ისინი ინგლისურ ფერწერაზე აკეთებდნენ აქცენტს. 1818 წელს ინგლისელი მხატვრების საუკეთესო კოლექციონერი სირ ჯონ ლეიჩესტერი (1762-1827 წწ.) ხსნის თავის სახლში გალერეას, რომელიც მხოლოდ საღამოს საათებში იყო ღია დამთვალიერებლისათვის ბილეთებით, ხოლო მაღალი კლასისათვის შესვლა ფასიანი იყო. მის მაგალითს მალე მიჰბაძა სერ უოლტერ ფავკმაც, რომელმაც თავის სახლში გამოფინა ტერნერის აკვარელები.

1824 წელს ფინანსისტ ჯონ იულიუს ანგერშტეინის კოლექციის საფუძველზე, რომელიც სახელმწიფომ შეიძინა, მეორე დიდი მუზეუმი გაიხსნა ხალხისათვის უკვე უფასოდ – ინგლისის ეროვნული გალერეა. თავდაპირველად კოლექცია განლაგებული იყო მის საცხოვრებელ სახლში პალ-მალში, სადაც მან კოლექციისათვის ორი ოთახი მიაშენა. თუ შევადარებთ ინგლისის ნაციონალურ გალერეას ლუვრს, ვნახავთ, რომ მათ შორის დიდი განსხვავებაა; კერძოდ, ლუვრი თავიდანვე გაიხსნა სამეფო კოლექციების ბაზაზე სამეფო სასახლეში, ხოლო ანგერშტეინის



კოლექცია საკუთარ სახლში და ამიტომ მასთან შედარებით საკუთარი  
მაოდ მოკრძალებით გამოიყენებოდა. მაგრამ ის აქცენტი, რაც  
თავიდანვე გაკეთდა, რომ ეს იყო ერის საკუთრება, ხოლო მისი  
მისია კი ადგილობრივი შემოქმედების უფრო ხაზგასმულად  
წარმოჩენა, სწორედ ამით ხდის ამ კოლექციას და, საერთოდ,  
ბრიტანეთის მუზეუმების ისტორიას ჩვენთვის საინტერესოს.

ეროვნული გალერეის გვიანი თარიღი, როგორც უკვე ვნა-  
ხეთ, სულაც არ ნიშნავს იმას, რომ ინგლისელებს არ უყვარდათ  
ხელოვნება და არ აგროვებდნენ ხელოვნების ნიმუშებს. ვინც  
ინგლისურ მუზეუმებში მოხვედრილა, ალბათ ადვილად შეამ-  
ჩნევდა მათ განსაკუთრებულ სიყვარულს პორტრეტული ხელო-  
ვნებისადმი. ეს სიყვარული იმდენად ძლიერია, რომ 1856 წელს  
იხსნება მხოლოდ ხელოვნების ამ დარგისადმი მიძღვნილი მუ-  
ზეუმი – პორტრეტის ეროვნული გალერეა.

ძალზე მნიშვნელოვანი მოვლენა იყო 1851 წელს ვიქტო-  
რიატალბერტის მუზეუმის გახსნა. 1851 წელს, ჰაიდპარკში, შუ-  
შის სასახლეში გამართული მსოფლიოს გამოფენიდან შესული  
ფულით მუზეუმის მესვეურებმა მინა შეიძინეს სამხრეთ კენსინ-  
გტონის სასახლის მახლობლად და მალე იქ ინდუსტრიული მუ-  
ზეუმი ააშენეს, რომელსაც შემდგომ დედოფალ ვიქტორიას და  
მისი მეუღლის მეფე ალბერტის სახელი ეწოდა. დღესდღეობით  
ეს მუზეუმი მსოფლიოში ყველაზე დიდი დეკორატიულ-გამოყე-  
ნებითი ხელოვნების მუზეუმია და ამ ხელოვნების ნიმუშების  
არაჩვეულებრივად მდიდრულ და რეტროსპექტულ სურათს  
წარმოგვიდგენს, თუმცა აქ, რა თქმა უნდა, არის ძალზე საინტე-  
რესო ფერწერული ნამუშევრებიც. იგი სამი სხვადასხვა ტიპის  
მუზეუმისაგან შედგება, ესენია: სამხრეთ კენსინგტონის მუზე-  
უმი, ჩაილდჰუდის მუზეუმი (თოჯინების) და თეატრის მუზეუ-  
მები. მისი კოლექციების რამდენიმე უნიკალურ ნიმუშთა შორის  
შეიძლება დავასახელოთ XVI ს-ის ცნობილი არდებილის ხალიჩა,  
ირანული, ჩინური და იაპონური კერამიკისა და მინის ღია გალე-  
რეები, ინგლისური იარაღისა და ძვირფასი ლითონის კოლექცი-  
ები, უძველესი თოჯინებისა და სათამაშოების კოლექციები.





XIX ს-ში ხელოვნების მუზეუმები ინგლისში იხსნებოდა ვერსიტეტებისა და კოლეჯების ან ეკლესიების ბაზაზე და ხელწერა ყველგან ერთნაირია. ესა თუ ის არისტოკრატიული გვარი გადასცემს უნივერსიტეტს კოლექციას იმ პირობით, რომ უკანასკნელისათვის გამოიყოფოდა სპეციალური შენობა და მუზეუმები გაიხსნებოდა მნახველებისათვის. ასეთი პირველი მუზეუმებია ჰანტერიან მუზეუმი გლაზგოში (1807წ.), დალვიჩ კოლეჯის სურათების გალერეა(1811წ.) და ფიტსვილიამის მუზეუმი კემბრიჯში (1819წ.) გამონაკლისი ამ არისტოკრატების მიერ დაარსებული მუზეუმებიდან იყო ლივერპულის სამეფო ინსტიტუტი, რომელიც გაიხსნა ბანკირ უილიამ როსკოს კოლექციის საფუძველზე.

უმდიდრესი და საინტერესო მუზეუმები აქვს შოტლანდიას. „შოტლანდიის ეროვნული მუზეუმების გაერთიანება“ ათობით მუზეუმს აერთიანებს, იგი ერთ-ერთი პირველი ასეთი მართვის მოდელი იყო ევროპაში, სადაც აუდიტორიასთან ინტერაქტიური ურთიერთობის მოდელები ინერგებოდა.

დღეს ინგლისური მუზეუმები ერთ-ერთი ყველაზე საინტერესო და პოპულარული კულტურული დასვენების ადგილებია, სადაც მილიონობით ადამიანი დადის. მათი უდიდესი ნაწილი უფასოა დამთვალიერებლისათვის და იქ შესულებს მრავალ საინტერესო და შესაქცევ სანახაობებს, საგანმანათლებლო პროგრამებსა და ატრაქციონებს სთავაზობენ მუზეუმების თანამშრომლები. მათ უმრავლესობაში არის ძალზე განვითარებული თანამედროვე ინფრასტრუქტურები – მუზეუმების მაღაზიები, კაფე-რესტორნები, დასასვენებელი და საგანმანათლებლო კუთხეები, ბიბლიოთეკები და საბავშვო პროგრამები. ინგლისური მუზეუმების თანამედროვე მოდელი ყველაზე ახლოს დგას ამერიკულ მოდელთან, თუმცა ამ მუზეუმების ძირითადი ნაწილი (ბრიტანეთის მუზეუმი, ნაციონალური გალერეა, ნაციონალური პორტრეტის გალერეა, ვიქტორია&ალბერტის მუზეუმი) სახელწიფო საკუთრებაშია.

## გერმანია



კიდევ ერთი ევროპული ქვეყანა, რომლის მუზეუმებში უდიდესი კოლექციებია დაუნჯებული, არის გერმანია.


მართალია, XVIII-XIX სს –ში გერმანია ევროპაში ერთ-ერთი უდიდესი და უძლიერესი ქვეყანა იყო, მაგრამ მისი მასშტაბები ძალზე ჩამორჩებოდა ინგლისსა და საფრანგეთს. ამას ხელი შეუწყო მათმა რამდენიმე მარცხმაც პოლიტიკურ ასპარეზზე.

ერთ-ერთი ბრწყინვალე ფიგურა გერმანიის მუზეუმების ისტორიაში, რომელმაც დიდი კვალი დააჩნია მათ მომავალ მოღვაწეობას, ვილჰელმ ბოდე იყო. 1880 წ. იგი პრუსიის სახელმწიფო მუზეუმების ფერწერისა და ქანდაკების განყოფილების დირექტორია. განათლებით იგი ადვოკატია, მაგრამ თვითნასწავლი ექსპერტი ხდება XVII ს-ის დანიური და ფლანდრიული, აგრეთვე რენესანსის ფერწერის და დეკორატიულ-გამოყენებითი ხელოვნების სფეროში.

მას დიღერებთან და კოლექციონერებთან ურთიერთობის არაჩვეულებრივი ნიჭი ჰქონდა და ახერხებდა ძალიან მნიშვნელოვნად გაემდიდრებინა ბერლინის კოლექციები. გარდა ადმინისტრირების შესანიშნავი ნიჭისა, იგი კარგი მეცნიერიც იყო და მას ამერიკელი ბერნარდ ბენსონი თუ შეედრებოდა, რომელიც მუდმივად ფლორენციაში ცხოვრობდა.

1897-1905 წწ. ბოდე რემბრანდტის სრულ კატალოგს გამოსცემს. მისი წყალობით, XX ს-ის დასაწყისისათვის გერმანია ევროპული ფერწერის ერთ-ერთ საუკეთესო კოლექციებს ფლობს. ამას ემატება 1878 წ. ნაყიდი პერგამონის საკურთხეველი, რომლის ბერლინში ჩამოსვლის შემდეგ ბურჰგარდტმა თქვა, რომ დღეიდან ბერლინი ხელოვნების თაყვანისმცემელთა ერთ-ერთი მექა გახდაო. ყოველივე ამას დაემატა გერმანელთა არქეოლოგიური გათხრები ოლიმპიასა და ამარნაში (ეხნატონის ეპოქის აღმოჩენა), შლიმანის სენსაციური გათხრები, იშთარის კარიბჭე. 1907 წ. იხსნება შორეული აღმოსავლეთის ხელოვნების განყოფილება, რასაც მოჰყვა ისლამის განყოფილების გახსნაც.





ბოდეს ერთ-ერთი დანყებული პროექტი იყო კაიზერ ფრიდრიხ მუზეუმი, რომელიც მისი ხელმძღვანეობით შეიქმნა 1897–1904 წწ. სწორედ აქ განახორციელა მან ექსპოზიციის ახალი მის მიერ შემუშავებული პრინციპები, რომლის მიხედვითაც ექსპონატები იფინებოდა არა დარგის მიხედვით (ფერწერა – ფერწერა, ქანდაკება–ქანდაკება) არამედ ეპოქების მიხედვით და მოიცავდა ყველა დარგს. ხშირად ჩართული იყო თანადროული ინტერიერების, ჭერების, კარებების დეტალებიც.

1905 წ. ბოდე მთელი ბერლინის მუზეუმების პირველ დირექტორად დაინიშნა (1920წ-მდე) და, იმავდროულად, მან თავისი ექსპოზიციის პრინციპების დანერგვა სხვა მუზეუმებშიც დაიწყო. უპირველესად, მან გადანიშნა შეექმნა მუზეუმების ცენტრი (შემდგომში ეს იდეა გახორციელდა ვაშინგტონში, სადაც ერთმანეთის გვერდით არის ათობით მუზეუმი), რომელშიც გაერთიანდებოდა მისი მუზეუმი – კაიზერ-მუზეუმი, ხელოვნების მუზეუმი, ნეო-მუზეუმი და ნაციონალური გალერეა. დასავლეთიდან მიუშენდა ახალი შენობა – პერგამონის მუზეუმი, რომლის ჩრდილოეთ ფრთაში იყო გერმანული ხელოვნება, სამხრეთში – ახლო აღმოსავლეთის ხელოვნება (ცნობილი იშთარის კარიბჭე), ცენტრში კი – პერგამონის საკურთხეველი და სხვა რომაული და ბერძნული ანტიკური მასალა. ამავე დროს, საინტერესოა გამოფენის პრინციპებიც, კერძოდ, პერგამონი გამოიფინა ძალზე ბაცი კედლების, დაბალი შუქის, დაბალი პიედესტალების ფონზე. ყველაფერში ხაზი ესმებოდა მის როგორც ხელოვნების ნიმუშის ფასეულობას და ეს განასხვავებდა მას პართენონის ექსპონირებისაგან. ამავე ხანებში, ბოდე იწყებს სხვა შენობის მშენებლობას, სადაც უნდა განთავსებულიყო მსოფლიოს სხვა ნაწილების (აფრიკა, ოკეანია, ამერიკული) კოლექციები. ამ პროექტის განხორციელება დაიწყო 1911-16წწ.-ში (არქიტექტორი ბრუნო პაოლი) და მხოლოდ მეორე მსოფლიო ომის შემდეგ დასრულდა. ომის დროს ეს კოლექციები ხელში ჩაუვარდათ მოკავშირეებს და ბერლინში მხოლოდ 1950 წ. დაბრუნდა.



ბოდეს, როგორც მუზეუმის ადმინისტრატორის და კურატორის, დამსახურება მუზეუმოლოგიაში ძალზე დიდია.

ასევე ძალზე გამორჩეული ფიგურა იყო ჰუგო ვან ჩუდი. იგი 1896 წ. ნაციონალური გალერეის დირექტორად ინიშნება, სადაც XIX ს-ის ფერწერაა თავმოყრილი. იგი გერმანიის მუზეუმის პირველი დირექტორია, რომელიც ჯერ კიდევ ცოცხალი და ნაკლებად აღიარებული იმპრესიონისტებისა და პოსტიმპრესიონისტების ხელოვნების ნიმუშებს იძენს. 1897 წ. იგი ყიდულობს სეზანის „ქარხანას“. ჩუდის არჩევანს ამკარად ებრძოდა იმპერატორი ვილჰელმ II რომელიც თვლიდა, რომ ხელოვნება, რომელშიც დავიწყებულია პატრიოტიზმი, საერთოდ არ უნდა არსებობდეს. მაგ., როდესაც დირექტორმა იმპერატორს დელაკრუას ფერწერა უჩვენა, ვილჰელმმა ბრძანა, რომ მას შეეძლო ეს ეჩვენებინა ვილაც ისეთი ადამიანისათვის, რომელსაც საერთოდ არ ესმის ფერწერა და არა მისთვის. მალე ჩუდი ტოვებს თანამდებობას 1909 წ. და მიუნხენის ცნობილი მუზეუმის ალტე პინაკოტეკის დირექტორი ხდება. სიკვდილამდე იგი ამ თანამდებობაზეა და იძენს მისთვის ხელოვნების მნიშვნელოვან ძეგლებს, როგორიცაა გოგენი, ვან გოგი, ტულუზ-ლოტრეკი, როდენი, მაიოლი, ბონარი, მატისი, სეზანი, მანე და სხვა.

ჩუდის შემცვლელი თანამდებობაზე უფრო ჯიუტი და პრინციპული აღმოჩნდა. ბოდეს მიერ დანიშნული ახალი დირექტორი, ლუდვიგ ჯუსტი, უკვე იმპერატორის დაუკითხავად ყიდულობდა პოსტიმპრესიონისტებს, კუბისტებსა და გერმანელ ექსპრესიონისტებს. I მსოფლიო ომის დასრულებისა და ვილჰელმის განდევნის შემდეგ კრონპრინცენ პალასში გადადის თანამედროვე ხელოვნების მუზეუმი და იგი მსოფლიო ავანგარდული ხელოვნების ცენტრი ხდება.

მაგრამ ყველაფერი დასრულდა ხელისუფლებაში ჰიტლერის მოსვლის შემდეგ. მისი პირველი მსხვერპლი კრონპრინცპალასის და ნაციონალგალერის თანამედროვე და იმპრესიონისტული ნამუშევრები ხდება. 1933 წ. გებელსი და რუსტი (განათლების მინისტრი) ოფიციალურად ითხოვენ მისგან ამ ნამუშევ-






რების შეცვლას და, როცა უარს იღებენ, დირექტორს ათავისუფლებენ. 1933 წ. ენყობა ნაცისტების რეიხის მუზეუმების მუშაკთა კონფერენცია, სადაც ხაზი გაესვა, რომ მუზეუმებმა უნდა მჭიდროდ ითანამშრომლონ რეიხთან და ხელი შეუწყონ ამორფული ხალხის მასების ნაციად ჩამოყალიბებას. ყველა ძველი დირექტორი მოიხსნა და დაინიშნა რეჟიმებისათვის სასარგებლო ხალხი. 1933 წ. ინიშნება ახალი დირექტორი ალოის შარდტი. ადრე იგი ჯუსტის ქვეშევრდომი იყო და თანამედროვე ხელოვნების საუკეთესო მცოდნედ ითვლებოდა. მან თავიდან გამოფინა იმპრესიონისტები და ექსპრესიონისტები, თუმცა ექსპოზიციიდან ამოიღო კანდინსკი, ბეკმანის ოთახი. მან განავითარა თეორია გერმანიის ხელოვნების განვითარების ხაზის უწყვეტობის შესახებ გოთიკიდან ექსპრესიონიზმამდე და იქამდეც მივიდა, რომ ალბრეხტ დიურერზე ნაკითხულ ლექციაში მისი იტალიაში მოგზაურობა დიდ შეცდომად მიიჩნია.

კიდევ უფრო გართულდა სიტუაცია 1936 წლიდან, როდესაც, გებელსის ბრძანების თანახმად, ხელოვნების ყველა მოღვაწე უნდა დარეგისტრირებულიყო სპეციალურ ნიგნებში და ეთხოვა მოღვაწეობის უფლება. ნაცისტებმა დაიწყეს თანამედროვე ხელოვნების ნიმუშების კონფისკაცია და ზოგიერთის დაწვაც (1939 წ.).

მუზეუმების კოლექციების ნაწილი ევაკუირებულ იქნა ომის დროს, მაგრამ ისინი მაინც ძალიან დაზიანდა. კოლექციების გარკვეული ნაწილი რუსების ხელში გადავიდა. შემდგომ, კომუნისტური რეჟიმის დროს, დაიწყო აღდგენითი სამუშაოები. ახლა გერმანელი კურატორების ახალი თაობა ცდილობს გადააფასოს თავის წინამორბედთა განვლილი გზა და, ძველი გამოცდილების გათვალისწინებით, მუზეუმები რაიმე პოლიტიკური დაკვეთის გავლენისაგან გაათავისუფლოს.

კოლექციების თვალსაზრისით ძალზე მნიშვნელოვანია ბერლინის ეგვიპტური მუზეუმის კოლექცია. მისი ფორმირება XIX ს-ის შუა წლებიდან დაიწყო. განსაკუთრებით გამდიდრდა მუზეუმის კოლექციები ლიუდვიგ ბურგჰარდის ამარნაში არქე-



ოლოგიური გათხრების შემდეგ, როდესაც ეხნატონის პერიოდის ძეგლები აღმოჩნდა. დღესაც, ბერლინის მუზეუმი ამ ეპოქის საუკეთესო შედეგებს ფლობს, რომელთა შორისაც ყველაზე ცნობილი ნეფერტიტის ფერადი ბიუსტი, მისი და მისი მიულის – ეხნატონის ათობით რელიეფური და სკულპტურული გამოსახულებაა.

## სხვა მუზეუმები

XIX ს-ის II ნახევრისათვის მსოფლიოს სხვა ქვეყნებშიც ათობით მნიშვნელოვანი მუზეუმი და გალერეა იხსნება, რომელთა უმრავლესობას ამა თუ იმ ერისათვის ძალზე დიდი მნიშვნელობა აქვს და მსოფლიოს კულტურული მემკვიდრეობის ათასობით შედეგს ფლობენ. მათ შორის განსაკუთრებით აღსანიშნავია რუსეთის მუზეუმები:

**ერმიტაჟი** ითვლება მსოფლიოში ყველაზე დიდ მუზეუმად. რუსეთის იმდროინდელ დედაქალაქ სანკტ-პეტერბურგში 1851 წელს ზამთრის საიმპერატორო სასახლეს მიაშენეს ახალი ერმიტაჟის შენობა, სადაც ერთი წლის შემდეგ გაიხსნა მუზეუმი. თავიდან იქ შესვლა მხოლოდ სპეციალური ნებართვით შეიძლებოდა. აქ განთავსებული კოლექციები რუსეთის მეფეების საკუთრება იყო. განსაკუთრებით მათ გაფართოებასა და გამდიდრებაზე ეკატერინე II დიდი ზრუნავდა.

ერმიტაჟის ცნობილი შედეგებია – პირველი არქეოლოგიური ხალიჩა პაზირიკის ყორღანიდან, სკვითური ოქრო, ლეონარდოს მადონა ლიტა და მადონა ბენუა, რაფაელის მადონა კონესტაბილე, რემბრანტის უდიდესი კოლექცია (დანაია, უძლები შვილის დაბრუნება, ავტოპორტრეტი), ტიციანის წმ. სებასტიანი და მარიამ მაგდალინა, იმპრესიონისტების, პოსტიმპრესიონისტების უდიდესი კოლექცია.

**რუსული მუზეუმი** – სანკტ-პეტერბურგი, რუსული ხელოვნების მუზეუმი. რუსული სკოლის რეტროსპექტივა, ყოფი-



ლი რუსეთის ყველა ხალხების (მათ შორის ქართველებისაც), უდიდესი ეთნოგრაფიული კოლექციები, XX ს-ის დასაწყისის რუსული ავანგარდის ცნობილი ტილოები ფართო მაცურებლისათვის 1898 წელს გაიხსნა.

**პუშკინის მუზეუმი** – მოსკოვი. ერთ-ერთი უმდიდრესი მუზეუმი. დაარსდა 1921 წელს ცნობილი რუსი მეცენატის ცვეტაევის მიერ. მის კოლექციებში არის ეგვიპტური, ბიზანტიური, იტალიური რენესანსის, ჰოლანდიური, ფრანგული სკოლების, ასევე თანამედროვე მხატვრობის ბევრი შედეგრი. მათ შორის: პიკასოს „გოგონა ბურთით“, სეზანის „პიერი და არლეკინი“, ვან გოგის „არლის ვენახები“. იმპრესიონისტების ბევრი ტილო აქ ცნობილი რუსი მეცენატის მოროზოვისაგან შედის. ამ მუზეუმში დაიდო ბინა ცნობილმა შლიმანის ოქრომ – ტროას განათხარმა არქეოლოგიურმა მასალამ, რომელიც რუსეთმა II მსოფლიო ომის შემდეგ გამოიტანა გერმანიიდან.

**პრადოს მუზეუმი** – მადრიდი, ესპანეთი. ესპანეთის სამეფო მხატვრული კოლექციების განსათავსებლად ჟოსეფ ბონაპარტის 1810 წლის ბრძანებით იქმნება პრადოს გალერეა, რომელიც დამთავალიერებლისათვის 1819 წელს იხსნება. თავიდან ეს იყო მხოლოდ სამი ოთახი, სადაც ძირითადად ესპანური სკოლის წარმომადგენლების 200-მდე მხატვრული ტილო იყო გამოფენილი. თავდაპირველად აქ შესვლა მხოლოდ სპეციალური ნებართვებით შეიძლებოდა.

გალერეაში გამოფენილი იყო შემდეგი შედეგრები: ველასკესის „ბრედის ჩაბარება“, „მრთველები“, გოიას „შიშველი მახა“, „1808 წ. დახვრეტა“, ტიციანის „დანაია“, ბოსხის, მემლინგის, ვან ეიკის, რაფაელის ტილოები.

## ამერიკული მუზეუმები

ამერიკაში თავიდანვე ხელოვნების მუზეუმები სხვა მოთხოვნების მიხედვით და სხვა მოტივებით შეიქმნა. XVIII-XIX სს. ის პერიოდი, როცა იწყება სამეცნიერო და ხელოვნების კოლექციების შეგროვება ორივე კონტინენტზე, თუმცა უნდა აღინიშნოს, რომ აშშ-ში უპირატესობა სამეცნიერო კოლექციებს ენიჭებოდა. მართალია, ზოგიერთი განათლებული ადამიანის ნყალობით, უფრო მეტი ყურადღება მიექცა არქიტექტურას და შემდგომ ქანდაკებასაც, მაგრამ ფერწერის ამ კონტექსტში მოქცევას საკმაოდ დრო დასჭირდა.

იმ თეორიის თანახმად, რომ დიდი ხელოვნება ანტიკურ ქანდაკებას ეფუძნება, აშშ-ში გამოიფინა ნაპოლეონის მიერ პარიზში ჩამოტანილი კოლექციის ნაწილი, თუმცა ის შოკი, რაც ამდენმა შიშველმა ფიგურამ ამერიკულ საზოგადოებაზე მოახდინა იმაზე მეტყველებს, თუ რამდენად შორს იყო ამერიკელთა შეხედულებები განათლებული ევროპისაგან.

მიუხედავად ამისა, ბენჯამენ ლატბორმა პენსილვანიის სამხატვრო აკადემიის (ფილადელფია) შენობის გახსნისას აღნიშნა, რომ ხელოვნება ეხმარება დემოკრატიული საზოგადოების მშენებლობას და ამის მაგალითად სპარტა და ათენი მოჰყავდა. ხელოვნების ორმაგ ფუნქციაზე საუბრობდნენ სხვა გამომსვლელებიც: 1) ეს იყო ნაციის თვითშეგნებისა და სიამაყის განცდის გაძლიერება და 2) ესთეტიური გემოვნების დახვეწა.

ხელოვნების ნიმუშების გამოფენა აშშ-ში თავდაპირველად დაიწყო სამხატვრო გალერეებში. იქ იფინებოდა ადამინის ხელით შექმნილი ფერწერა, გრაფიკა, რომლებსაც კერძო კოლექციონერები იძენდნენ. ამავე დროს, ეს არ იყო სპეციალურად ხელოვნების ნიმუშების გამოსაფენად განკუთვნილი შენობები.





ხელოვნების ნიმუშებს ამერიკელები ეცნობოდნენ გარკვეულ პერიოდულობით და ამ გამოფენებს ასოციაციები აწყობდნენ.

ამავე დროს, XIX ს-ის დასაწყისში იხსნება რამდენიმე ათენაუმი, რომელიც იყო ზოგადად ისტორიული ცოდნის ცენტრი და არა სახვითი ხელოვნებისათვის განკუთვნილი ნაგებობები. მაგალითად, ბოსტონის ათენაუმში, რომელიც დაარსდა 1807 წელს, დაიწყო ხელოვნების ნიმუშების შეგროვება. ვედგორსის ათენაუმი დაარსდა 1844 წელს. ვაშინგტონის პატენტ ოფისში გამოიფინა 1836 წ. ხელოვნების ნიმუშები ინდიელების ძვლებთან და სხვა რელიქვიებთან ერთად, რომლებიც ვაშინგტონის ინსტიტუტს ეკუთვნოდა.

1847 წ. ჯეიმს რენვიკმა ააგო სმიტსონიანის შენობა, სადაც სამხატვრო გალერეისათვის სპეციალური სივრცე გამოიყო. წლების მანძილზე ხელოვნება მაინც ვერ ცდება იმ კლიშეებს, რომლითაც იგი წარმოებასა და ისტორიასთან არის დაკავშირებული და ყოველთვის სწორედ ამ კონტექსტში განიხილებოდა. თუმცა, უკვე XIX ს-ის 70-იან წლებში, როდესაც ძირითადი დიდი მუზეუმები იხსნება – მეტროპოლიტენ მუზეუმი (1870 წ.), ბოსტონის სახვითი ხელოვნების მუზეუმი, ფილადელფიის ხელოვნების მუზეუმი (1876 წ.) და ჩიკაგოს სახვითი ხელოვნების ინსტიტუტი (1879 წ.) – ცალკე განიხილება სახვითი ხელოვნება, რომელსაც თავისი განვითარების კანონები და ისტორია აქვს.

იმისათვის, რომ ხელოვნების ისტორიას თავისი ადგილი დაემკვიდრებინა ამერიკელთა ცნობიერებაში, ხანგრძლივი შრომა გახდა საჭირო. ამ ასპექტით ნიშანდობლივია, რომ XIX ს. დასაწყისიდან ხატვას უკვე ელემენტარული განათლების აუცილებელ კომპონენტად განიხილავენ, რომელიც ეხმარება ადამიანებს უკეთ გაიგონ ხელოვნება. ამავე დროს, ხელებით აქტიური ქმედება განიხილებოდა როგორც აუცილებელი დამხმარე საშუალება გონებრივი განვითარებისათვის. მხოლოდ ნახევარი საუკუნის შემდგომ ხდება ხელოვნება უმაღლესი სასწავლებლების ერთ-ერთი საპატიო საგანიც. თანამედროვე ხელოვნ-

ნებასაც ეთმობოდა ადგილი, თუმცა მთელი ყურადღება მაინც გადატანილი იყო ძველ ხელოვნებაზე.


ამავე დროიდან გაჩნდა მოთხოვნილება, რომ მუზეუმებისათვის ცალკე შენობები აგებულყო. საინტერესოა, რომ პირველი ასეთი შენობები ფსევდო-გოთურ სტილში იგებოდა (სმითსონიანის პირველი ნაგებობა, ბოსტონის მუზეუმის პირველი შენობა, ნიუ-იორკის აკადემია). გამონაკლისი კორკორანის ნაციონალური გალერეა იყო ვაშინგტონში. იგი ახალი ლუერის სტილში 1859 წ. აიგო ფართო ცენტრალური კიბეებითა და დიდი ფრიზებით.

ამავე დროს, გაჩნდა მოთხოვნილება ორი ტიპის ადამიანებზე: კოლექციონერებზე, რომლებიც აგროვებდნენ, ყიდულობდნენ და მუზეუმების პოტენციური დონატორები იყვნენ, ასევე ექსპერტებზე, განათლებულ დილერზე ან მეცნიერებზე, რომლებიც ამ სფეროში მოღვაწეობდნენ. ამიტომ კოლექციონერებს ხშირად სჭირდებოდათ სწავლა და ცოდნის გაღრმავება ამ დარგში, რადგანაც თავიდან ისინი ყველაფერს ყიდულობდნენ (განურჩევლად იმისა, თუ რა იყო), ოღონდ სიძველის ნიშანი ჰქონოდა. საუკეთესო ვარიანტი იყო, როცა კოლექციონერი განათლებულ დილერთან ერთად აგროვებდა კოლექციას.

როგორც უკვე აღვნიშნეთ, ხელოვნების მუზეუმები ამერიკაში ენთუზიასტების ერთობლიობის საფუძველზე შეიქმნა, რომლებიც ასოციაციებს ქმნიდნენ და მართავდნენ ერთად. 1870-90წწ. ათობით ასეთი ასოციაცია შეიქმნა. ამას ბევრგან მუზეუმების გახსნაც მოჰყვა. მაგ., 1883 წ. თანამედროვე ხელოვნების გამოფენის შემდეგ, 1885 წ. დეტროიტში დაარსდა მუზეუმი, ხოლო 1888 წ. იგი საზოგადოებისათვის გაიხსნა. 1919 წლიდან კი ეს მუზეუმი უკვე (ახლა დეტროიტის ხელოვნების ინსტიტუტი) მნიშვნელოვან როლს თამაშობდა ადგილობრივი საზოგადოების ცხოვრებაში.

1881წ. კერძო ორგანიზაციის მიერ დაარსდა ცინცინატის ხელოვნების მუზეუმი, 1892წ. პორტლანდის ხელოვნების ასოციაციამ დააარსა ხელოვნების მუზეუმი.





ყველა ამ შემთხვევაში კოლექციონერები მმართველ რგოლში – სამეთვალყურეო საბჭოში (Board of Trustees) ერთადერთად ბოდნენ და ხშირად თავიანთ მრჩეველ დილერებთან ერთად განსაზღვრავდნენ ხოლმე მუზეუმის პროფილს. პროფესიონალი დირექტორი ჯერ კიდევ ჰორიზონტზე არ ჩანდა.

1876 წ. აშშ-ის იმდროინდელი დედაქალაქის – ფილადელფიის დაარსებიდან ასი წლისთავისადმი მიძღვნილი იუბილე გაიხსნა სპეციალურად ამ თარიღისადმი აშენებულ მუზეუმში (არქ. შვარცმანი). შენობა რენესანსული სტილის იყო. ამ დროიდან გოთური სტილი რენესანსულმა და ფრანგულმა კლასიციზტურმა შეცვალა. შემდეგი 50 წლის მანძილზე მუზეუმების შენობები ევროპელ დიდებულთა სასახლეებს მოგვაგონებს. აღსანიშნავია 1893 წ. აგებული ჩიკაგოს ხელოვნების ინსტიტუტი, 1902წ. – მეტროპოლიტან მუზეუმი, 1909წ. – ბოსტონის ხელოვნების მუზეუმი. ყველა ამ შენობას ფართო, დიდი კიბეები, სიმეტრიულად განლაგებული სივრცეები, დიდი ფანჯრები ჰქონდა. ისინი ყველა ძალზე პომპეზურია და მუზათა ტაძრის სამყოფელს შეესაბამება. 1920 წ.მდე ათობით ასეთი მუზეუმის შენობა აიგო.

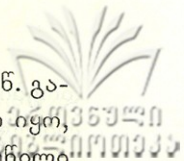
ამერიკული მუზეუმების არსებობის პირველ ეტაპზე ექსპოზიციის გაკეთებისას არსებობდა ორი სხვადასხვა გზა:

1. მიაჩნდათ, რომ ხელოვნების ნიმუში შესაბამის და თანადროულ გარემოში უნდა მოთავსებულყო (ავეჯი, ინტერიერი, დეკორატიულ-გამოყენებითი ხელოვნების ნივთები).

2. ხელოვნების ნიმუში ცარიელ კედელზე ცალკე უნდა აჩვენო, რათა ეფექტი მეტი იყოს.

დღეს ამერიკულ მუზეუმებში ორივე ამ პრინციპს შეხვდებით; არის შემთხვევები, როდესაც ეს ორივე მიდგომა ერთ მუზეუმში თანაარსებობს.

1937 წ. ანდრიუ მელონმა თავისი კოლექცია და ფული ვაშინგტონის მუზეუმს გადასცა და მას ეწოდა ეროვნული გალერეა. ეს მუზეუმი ყველაფრით გამოირჩეოდა თავისი წინამორბედისაგან: შენობით, კოლექციებით და ასევე მენეჯმენტით.



რასელ პოპის მიერ აშენებული ეს შენობა, რომელიც 1941 წ. გაიხსნა, ამერიკული მუზეუმის სახის ერთგვარი აპოთეოზი იყო, რაც 1870-იანი წლებიდან ყალიბდებოდა. ეს ძალზე დახვეწილი და მოხერხებული შენობა იყო მასიური, ფართო, ნათელი დერეფნებით, როტონდით ოთხკუთხა ნაგებობის ნაცვლად. უკვე გათვალისწინებული იყო სივრცე – აუდიტორია განათლების პროგრამებისათვის, ასევე საკმაოდ დიდი სივრცე ეთმობოდა ოფისებს ადმინისტრაციისა და შტატისათვის. თუმცა ჯერ კიდევ არ იყო ცალკე გამოყოფილი ადგილი კარგად აღჭურვილი რესტავრაციის ლაბორატორიისათვის.

მელონის მიერ აშენებული ეროვნული გალერეა აშშ-ის უდიდესი სამუზეუმო სივრცის მუზეუმების (მოლის) გვერდით მდებარეობს ვაშინგტონში. მუზეუმების ამ გაერთიანებას (სხვა ბევრ კულტურულ დაწესებულებებთან ერთად) დღეს სმითსონიანის ინსტიტუტი ეწოდება. მისი პირველი შენობა, როგორც უკვე აღვნიშნეთ, ჯერ კიდევ XIX ს-ის 80-იან წლებში აიგო. დღეს ამ სამუზეუმო გაერთიანებაში თავად ვაშინგტონში 17 ცნობილი მუზეუმი შედის, ხოლო ამერიკის მასშტაბით მასში ასობით მუზეუმი და სხვა სამეცნიერო დაწესებულება არის გაერთიანებული. სმითსონიანის მუზეუმები ერთ-ერთი უმდიდრესია მსოფლიოში და, განსხვავებით სხვა ამერიკული მუზეუმებისაგან, ისინი სახელმწიფოს უშუალო დაქვემდებარებაშია, ხოლო მის დირექტორს თავად ამერიკის პრეზიდენტი ნიშნავს.

1939 წ. ნიუ-იორკში გაიხსნა თანამედროვე ხელოვნების მუზეუმი (შემოკლებით MOMA), რომელიც ასევე ძალიან თანამედროვედ გამოიყურებოდა. აქ არ იყო ერთნაირი, ერთი ზომის გალერეები, თითოეული სხვადასხვანაირი სივრცის იყო ხელოვნების ამა თუ იმ ნიმუშის შესაბამისად, კერძოდ, დაბალი, ხელოვნური განათებული ქვით. ამასთან, იგი მხოლოდ თანამედროვე ხელოვნების ნიმუშებისთვის იყო განსაზღვრული და მისი მიზანი იყო თანამედროვე ხელოვნებისადმი საზოგადოების ზიარება. ეს მუზეუმი ქმნიდა ახალ სახეს: რა არის თანამედროვე მუზეუმი და რა როლი შეიძლება ითამაშოს მან საზოგა-



ლოების განათლების სფეროში. მას ნამდვილად უდიდესი ადგილი უჭირავს თანამედროვე ამერიკულ საზოგადოებაში. დღეს დღეობით მიმდინარეობს ახალი შენობის მშენებლობა და მუზეუმში გადატანილია ბრონქსში, ყოფილი ფაბრიკის შენობაში. იგი ამერიკელების ერთ-ერთი უსაყვარლესი დასვენების ადგილია და ძალზე წარმატებით ასრულებს საზოგადოების განათლების ფუნქციას.

მეორე მსოფლიო ომის შემდეგ მუზეუმების რიცხვი მნიშვნელოვნად იზრდება, რაც მათდამი გაზრდილმა ინტერესმა გამოიწვია. 1948 წ. მათი რიცხვი 106-მდეა, მაშინ როდესაც თანამედროვე გამოქვეყნებული მასალებით (80-იანი წლები) მათი რიცხვი 340-ს აღწევს. ამავე დროს, მაყურებელთა და დამთვალიერებელთა რიცხვი მნიშვნელოვნად გაიზარდა. აქვე აღსანიშნავია, რომ მუზეუმის დამთვალიერებელთა მხოლოდ 14 % მოდის სახვითი ხელოვნების მუზეუმებში, ამერიკაში უფრო პოპულარულია ისტორიული და სამეცნიერო ტიპის მუზეუმები.

გაიზარდა მოთხოვნილებები შენობებისადმიც. ის სივრცეები, რაც თავიდან გამოიყო ოფისებისათვის საკმარისი აღარ აღმოჩნდა.

50-იანი წლებიდან დიდი ყურადღება ეთმობა საზოგადოების მომსახურებას – რესტორნები, ტუალეტები, კაფეები, გარდერობები, ბავშვების ოთახები, აუდიტორიები, რაც მთავარია, მუზეუმის მაღაზია. 50-60-იანი წლებიდან ისინი მუზეუმების სტრუქტურის აუცილებელი კომპონენტებია. მაღაზიებში თავიდან მხოლოდ კონკრეტული მუზეუმის მასალები იყო წარმოდგენილი, შემდგომ სპექტრი გაფართოვდა. 60-იანი წლებიდან ასევე იყიდება საჩუქრები, ხელით ნაკეთი მრავალი სხვა ნივთი, რეპროდუქციები, კერამიკა. იქ, სადაც ასეთი სივრცეები არ იყო გათვალისწინებული, დაიწყეს დიდი გრანდიოზული ფოიეების გამოყენება. გაიზარდა საგანმანათლებლო სივრცეების რაოდენობა (აუდიტორიები, ბავშვების სპეციალური კუთხეები). ზოგიერთმა მუზეუმმა დაიწყო დამატებითი ნაგებობების აშენებაც.



1961 წლიდან დაიწყო გალერეების სივრცეების კონდიციონირება. თუმცა შესაძლებლობები არც აქ იყო საკმარისი. ერთ-ერთი გორც 1966 წ. ამერიკის მუზეუმების ასოციაციის ანგარიშიდან ჩანს, ბევრ მუზეუმს არ აქვს თანხები რომ ახალ მოთხოვნილებებს აენყოს. მხოლოდ 70-იანი წლებიდან, ფედერალური ბიუჯეტის დახმარებით გახდა შესაძლებელი ამ ცვლილებების რეალურად ცხოვრებაში გატარება.

1946-74 წწ. ახალ კონცეფციებზე დაყრდნობით იწყება თანამედროვე ტიპის მუზეუმების მშენებლობა. ამის ყველაზე კარგი მაგალითი გუგენჰეიმის მუზეუმი, რომელიც 1943 წ. დაპროექტდა ფრანკ ლოიდ რაიტის მიერ და გაიხსნა 1959წ. არქიტექტორული თვალსაზრისით ასევე ძალზე საინტერესოა ჰირშორნ მუზეუმი ვაშნგტონში. აქ მუდმივი ექსპოზიცია განლაგებულია მხოლოდ ერთ სართულზე. ზედა, მეორე სართულზე არის ოფისები, ბიბლიოთეკა, საცავები. ქვევით არის საგამოფენო სივრცეები, აუდიტორია, გარდერობი, ტუალეტები და მაღაზია. ასევე კონსერვაციის ლაბორატორია და სხვა დამხმარე ნაგებობები. რა თქმა უნდა, ორივე ეს მუზეუმი თანამედროვე ხელოვნებისათვის არის განკუთვნილი. თანამედროვე არქიტექტურისა და თავად კოლექციების შემადგენლობის მნიშვნელობით ასევე გამოირჩევა უიტნი მუზეუმი. იგი თანამედროვე ამერიკული ხელოვნების არაჩვეულებრივად მდიდარ კოლექციებს ფლობს. მისი შენობაც ასევე ძალზე თანამედროვეა, ფასადით ნიუ-იორკის ერთ-ერთ ყველაზე ფეშენებელურ ქუჩაზე – მედისონ ავენიუზე გამოდის, შიდა სივრცეები და დაგეგმარებაც სრულიად შეესაბამება თანამედროვე ამერიკული მუზეუმების მოთხოვნებს.





## ამერიკული მუზეუმების მეურვეები და მეცენატები

### ფილანთროპია და მეცენატობა – ისტორია

ფილანთროპიას ხანგრძლივი მრავალსაუკუნოვანი ისტორია აქვს. ეს არის ადამიანის გამორჩეული თვისება აკეთო სიკეთე და ამით გამოხატო სიყვარული ადამიანებისადმი. ფილანთროპიის ეთიკური დოგმები ანტიკურ ფილოსოფიაში ჩაისახა და მის მამამთავრად არისტოტელე მიიჩნევა. იგი იყო პირველი, ვინც ადამიანის ქველმოქმედება მისი მაღალზნობრივი და ეთიკური სტანდარტები განსაზღვრა. ეს არის მოაზროვნე ადამიანის სწრაფვა სიკეთის კეთებისაკენ, თუმცა ეს არ არის მარტივი პროცესი. გადწყვეტილების მიღება, თუ ვისთვის გაიცეს, რა ოდენობით, როდის და რა მიზნით, ეს ქველმოქმედების პრაქტიკის ძირითადი არსია. არისტოტელე განიხილავდა ქველმოქმედებას როგორც კატეგორიას, რომელსაც აქვს – „გარკვეული სიდიდე, ხდება სადმე და ოდესმე“. ამ მოვლენის საკმაოდ რთული ხასიათიდან გამომდინარე, როდესაც ლაპარაკია ამ მოვლენაზე, ხდება მისი ყოველმხრივი შესწავლა – ვინ რისი გამცემი და მიმღებია, ასევე საჭიროების, ოდენობის და გაცემის პირობები. ფილანთროპიის ცნობილი ფორმებია :

1. საკუთრივ სიკეთის ქმნა – ერთი პიროვნება მეორეს ხელს უმართავს და ეხმარება. ამის კლასიკური ფორმა კეთილი სამართიელია და მსგავს ქმედებას არაერთხელ შეხვდებით ისტორიაშიც და რეალურ ცხოვრებაშიც.

2. მეცენატობა – ფილანთროპიის ერთ-ერთი ყველაზე გავრცელებული და პოპულარული ფორმაა, რომლის საშუალები-



თაც ჩვენამდე ასეულობით ხელოვნების შედეგმა მიაღწია. დღეს ამ მოვლენას სტიპენდიების პრაქტიკასაც უწოდებენ (Fellowship), როდესაც მრავალი კერძო პირი პირადი სახსრებით ათობით და ასობით სტუდენტს ასწავლის და მრავალ მეცნიერს აძლევს სამეცნიერო შრომების განხორციელების საშუალებას.

3. დღეს ძალზე გავრცელებული ფორმა ფილანთროპიისა არის ასევე მსახურობის კონცეფცია, ანუ დროისა და ცოდნის უანგარო გაღება, რასაც მოხალისეობას ანუ „ვოლონტიერობას“ უწოდებენ.

4. ყველაზე ახალი, აქტიური და ქმედითი ფორმა, რომელსაც მხოლოდ XX ს-ში ჩაეყარა საფუძველი – კორპორაციული ფილანთროპიაა. ამ სახის ფილანთროპია ყველაზე გავრცელებულია დღეს. ასეთი საქმიანობა ხშირად მხარში უდგას ბევრ სახელმწიფოს სოციალური და სხვა მძიმე პრობლემის გადასაწყვეტი პროგრამების რეალიზაციაში. ასეთი ტიპის ინსტიტუციებს, ძირითადად, წარმოადგენს ფონდები, საიდანაც ასეულობით მილიონი დოლარი იხარჯება ქველმოქმედებაში, თუმცა ამაში გარკვეულ შეღავათებსაც იღებს. არსებობს მრავალნაირი ფსიქოლოგიური ანალიზი იმ ფაქტორებისა, თუ რა ინვესც ადამიანში კეთილის კეთების მოთხოვნილებას. კერძოდ, შეიძლება მოკლედ ჩამოვთვალოთ რამდენიმე, რომელიც ყოველი ადამიანის შინაგანი სამყაროს გარკვეულ წყობასა და მის ცალკეულ თვისებებს გამოხატავს: აღიარების, დაფასების, თვითდამკვიდრების სურვილი, გაცემის სიამოვნების, ნდობის, მადლიერების გამოხატვის მოთხოვნილება, დანაშაულის კომპლექსი, ხსნის, მეფედ გრძნობის და კიდევ ათობით ასეთი შინაგანი სურვილი, უკუგება და საგადასახადო შეღავათები, მორალური პასუხისმგებლობა. როგორც ხედავთ, სპექტრი საკმაოდ დიდია, ასევე დიდია განსხვავება ამ ყველა მოტივაციას შორის, თუმცა მიუხედავად ყოველივესი და მიუხედავად ცალკეული ადამიანების დაფარული ქვენაზრახვებისა, ფილანტროპია პრინციპში ადამიანის ერთ-ერთი საუკეთესო და მომხიზვლელი თვისებაა, რომელიც კაცობრიობის პროგრესის და მისი მორალური სრულყოფის მამოძრავებელია.





სწორედ ამ ტიპის ადამიანებმა შეიტანეს დიდი წვლილი ამერიკული მუზეუმების ჩამოყალიბებისა და ამ დაწესებულებების წარმატებულ საქმიანობაში. მათი მორალური და ფინანსური მხარდაჭერა ამ დაწესებულებებისადმი განუზომლად დიდი იყო და დღემდეც ასე რჩება. როგორც უკვე აღვნიშნეთ, ამერიკული მუზეუმები სწორედ ასეთი ადამიანების ჯგუფების მიერ დაარსდა, მათი კაპიტალდაბანდებები ამ სფეროში დღემდე ძალზე მნიშვნელოვანია და ბევრად აღემატება სახელმწიფოს წილს. ამერიკული მუზეუმების დიდი უმრავლესობა დღესაც კერძოა და იმართება სამეთვალყურეო საბჭოების მიერ, რომლებიც მუზეუმის ფინანსურ მხარდაჭერას უზრუნველყოფენ. მუზეუმების ნაწილი დღესაც ამა თუ იმ ცნობილ ოჯახს ეკუთვნის (მაგ., გეტისა და ფრიკის მუზეუმები), რაც არაფრით უშლის ხელს იმას, რომ ეს მუზეუმები ხალხისათვის გახსნილი და ხელმისაწვდომი იყოს. წლების მანძილზე სახელმწიფო მხოლოდ ნაწილობრივ ახერხებდა, დაებალანსებინა კერძო კაპიტალის შემოწირულობანი ამ სფეროში. ნაწილობრივ იგი ამას მხოლოდ XX ს-ის 60-იანი წლებიდან ახერხებს, როდესაც ჯონ კენედის დროს დაიწყო მოძრაობა ჰუმანიტარული, კულტურისა და ხელოვნების ფონდების შესაქმნელად, მისი სიკვდილის შემდეგ კი, 1964 წელს პრეზიდენტ ჯონსონის ინიციატივით კონგრესმა დაამტკიცა ამ ფონდების შექმნა. დღესდღეობით ეს ორი დიდი სახელმწიფო ფონდი ხელოვნების და, განსაკუთრებით, მუზეუმების ერთ-ერთი მსხვილი დამფინანსებელია მდიდარი კერძო ფონდების გვერდით.

თვალი გადავავლოთ ამერიკული მეცენატობის ისტორიას XIX-XX სს-ის მანძილზე და ვნახოთ რა ამოძრავებდათ ამ მდიდარ, ხშირად ძალზე ჭირვეულ და ამბიციურ ადამიანებს – სახელის უკვდავყოფის სურვილი, დაუოკებელი ამბიციები, ხელოვნების სიყვარული თუ ფულის დაბანდების სრულიად ახალი და პერსპექტიული გზების ძიება. ჟ. მორგანს ერთხელ უთქვამს, რომ ადამიანს ყოველთვის აქვს ორი მოტივი, პირველი, როდესაც იგი რამეს აკეთებს, ეს არის კარგი, დადებითი მოტივაცია

და მეორე – ნამდვილი. ყველა ამერიკელი მეცენატი მდიდარი ბურჟუაზიის წარმომადგენელი იყო, რომელიც აკონტროლებდა როგორც ამერიკულ, ისე საერთაშორისო კაპიტალს. მათთვის მნიშვნელოვანი იყო საერთაშორისო ამბიციების დაკმაყოფილება, ამერიკის აღიარება მსოფლიოს მიერ და ემიგრანტების მრავალრიცხოვანი მასების ერთ, მიზანმიმართულ, ერთიანი იდეოლოგიით გამსჭვალულ ერთად ჩამოყალიბება. ამ მიზნის მისაღწევად ერთ-ერთ საუკეთესო საშუალებად მათ მუზეუმები მიაჩნდათ, რომლებიც დიდი ინფრასტრუქტურის ნაწილს წარმოადგენდა, რომელთა მიზანი იყო ამერიკული ქალაქები უფრო ცივილიზებული, სუფთა, მორალურად მაღალხნეობრივი და მშვიდობიანი გამხდარიყო. ის ხალხი, ვინც აარსებდა მუზეუმებს, ამავე დროს, ქმნიდა ბიბლიოთეკებს, საზოგადოებრივ პარკებს, სკოლებს, სიმფონიური მუსიკისათვის საკონცერტო დარბაზებს, მოედნებს, ასევე ყველაფერს – კანალიზაციის მილებიდან დაწყებული, საზოგადოებრივი სკოლებითა და ჩვეულებრივი ქუჩის გასანათებელი ლამპიონებით დამთავრებული.

მუზეუმების მშენებლობის პროცესში ეს ადამიანები ყოველთვის მიმართავდნენ რამდენიმე პრინციპს – ცდილობდნენ, რომ მუზეუმები საზოგადოებრივ, მუნიციპალურ მიწებზე აეშენებინათ და დაფინანსების ნაწილიც ქალაქის ან სახელმწიფოსი ყოფილიყო, რათა ხალხს ჰქონოდა იმის შეგრძნება რომ ეს არის საზოგადოების, ხალხის საკუთრება. ამავე დროს, მუზეუმების მართვა და კოლექციები ამ მეცენატების საკუთრება იყო და იმართებოდა სამეთვალყურეო საბჭოს მიერ. თუმცა ყოველთვის, როდესაც ლაპარაკი იწყებოდა მუზეუმის საზოგადოებისადმი კუთვნილებაზე, სწორედ მისი გახსნილობა და ყველა კოლექციის ნახვის შესაძლებლობა გადმოდიოდა პირველ ადგილზე და მეცენატების პირადი ინტერესები იჩრდილებოდა. აი რას ნერდა მეტროპოლიტენ მუზეუმის სამეთვალყურეო საბჭოს თავჯდომარე რობერტ დე ფორესტი ამის შესახებ: „ყველას – ქალს, ბავშვს, კაცს, აქვს შეუზღუდავი უფლება რომ ნახოს ხელოვნების კარგი ნიმუშები, რათა მიიღოს სიამოვნება და ბედნი-



ერება. ეს არის დაბადებიდან ჩვენი კონსტიტუციური უფლება, რომელიც გაცხადებულია ამერიკის დეკლარაციაში ადამიანის უფლებების შესახებ“.

კალიფორნიაში, ლოს-ანჯელესის ჩრდილოეთით, მალიბუ-ში, წყნარი ოკეანის სანაპიროზე არის ცნობილი ნავთობის მაგნატის პოლ გეტის გრანიტის საფლავი, რომლის გვერდითაც ძველი რომაული ვილების სტილში აშენებული პოლ გეტის მუზეუმია მოთავსებული. მისგან რამდენიმე მილის დაშორებით, ძველებურ ინგლისურ საცხოვრებელ სახლში განთავსებულია ჰენრი ე. ჰანტინგტონის ხელოვნების გალერეა ხელოვნების უბრწყინვალესი ნიმუშებით; ნიუ-იროკში 71-ე ქუჩისა და მე-5 ავენიუს გადაკვეთაზე არის შესანიშნავი ფრანგული სტილის ელვგანტური ვილა, რომელიც ფრიკს ეკუთვნოდა და რომელშიც დღეს განთავსებულია მისი ევროპული და ამერიკული ხელოვნების შედევრები. ყველა ეს მუზეუმი, რა თქმა უნდა, კერძოა და ერთ დროს პატრონების საცხოვრებელ სახლებს წარმოადგენდა, რომლებიც მათი სიკვდილის შემდეგ, მათი სურვილის თანახმად, საზოგადოებრივ მუზეუმებად, და, ამავე დროს, მათ მემორიალებად გადაიქცა.

ამერიკის შეერთებულ შტატებში ასეთი ტიპის მუზეუმები ძალიან მოდაში იყო „ოქროს ხანის“ (XIX-XX სს-ის მიჯნა) მილიონერებში. ხშირად მათი განათლებისა და კულტურის დონე არც ისე მაღალი იყო, თუმცა მათ დიდი სურვილი ჰქონდათ თავიანთი ფული კეთილშობილ საქმეში დაეხარჯათ და იმ პერიოდში მუზეუმები სწორედ ასეთი დანესებულებები იყო. მათი გადანყვებილება ურყევი და შეუცვლელი იყო. ისინი ყიდულობდნენ ევროპული არისტოკრატის ვილებს, ყიდულობდნენ საუკეთესო ხელოვნების ნიმუშებს, ქირაობდნენ საუკეთესო არქიტექტორებსა და ექსპერტებს. ამავე დროს, ისინი ერთმანეთს ყურადღებით აკვირდებოდნენ და ხშირად ეს ერთგვარი შეჯიბრი იმის სტიმული ხდებოდა, რომ მათ ხელოვნების შედევრები შეეძინათ და გაემდიდრებინათ ამით ამერიკული მუზეუმები. მათ შორის კონკურენციამ ის გამოიწვია, რომ დღეს ამერიკაში



მსოფლიო ცივილიზაციების საუკეთესო კოლექციებია დაუნჯებული და ხშირად მათი უმეტესობის წარმომავლობა ერთ რომელიმე კოლექციონერის სახელს უკავშირდება.

ასეთმა კონკურენციამ სტიმული მისცა, ასევე, ხელოვნების ნიმუშებით ვაჭრობას. მაგ., ისეთი ცნობილი დილერები, როგორც იყვნენ ჟოსეფ დიუვენი, კნოდლერი და სელიგმანი. ამასთან, ისინი ამარაგებდნენ ხელოვნების ნიმუშებით ყველა დიდ კოლექციონერებს – მორგანს, ფრიკს, მელონს, ჰანტინგტონს და სხვა.

**ჰენრი კლეი ფრიკი (1849-1919 წწ.)**

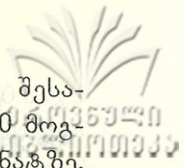
ბიოგრაფების გადმოცემით მან ბავშვობაშივე გადანყვიტა, მილიონერი გამხდარიყო. ჯერ კიდევ ახალგაზრდა ყმაწვილმა წინასწარ განსჭვრიტა ფოლადის ინდუსტრიის პერსპექტიულობა, ტომას მელონს(ანდრიუ მელონის მამა) ესესხა ფულს და კოქსის ბაზრის მფლობელი გახდა მაშინ, როდესაც ამერიკაში ფოლადის ინდუსტრიის ბუმი დაიწყო. მან თავისი პირველი მილიონი 30 წლის ასაკში იშოვნა. მალე იგი ანდრიუ კარნეგის გიგანტური ფოლადის კომპანიის პარტნიორი და მთავარი აღმასრულებელი გახდა. მისი სახელი უსიამოვნო ინციდენტსაც დაუკავშირდა, როდესაც მან კარნეგის კომპანიის გაფიცული მუშების წინააღმდეგ 1892 წ. შეიარაღებული გვარდია გამოიყენა, რასაც სროლა და ორივე მხრიდან მსხვერპლი მოჰყვა. 1905 წელს ფრიკი თავს ანებებს ფოლადის ბიზნესს და გადანყვიტს, რომ მთელი ფული ხელოვნებაში დააბანდოს. როგორც იმ პერიოდის სხვა დანარჩენი მილიონერი, ისიც ფრანგული ბარბიზონის სკოლის შეგროვებით იწყებს. მაგრამ ნიუ-იორკში გადასვლის შემდეგ უკვე ძველი ოსტატების შედევრების შეძენაც დაიწყო. 1913-14 წწ. მე-5 ავენიუსა და 71-ე ქუჩების გადაკვეთაზე იგი აშენებს საკუთარ საცხოვრებელ სახლს, რომელიც შემდეგ 1935 წლიდან (ფრიკის გარდაცვალების დღიდან) მუზეუმად გადაკეთდა ფართო საზოგადოებისათვის. მისი კოლექციები ძალზე ცნობილი და მაღალი ხარისხის არის. აქ ინახება პიეტრო დე-



ლა ფრანჩესკას, ტიციანის, ველასკესის, გოიას, ვერმეერის ტილოები. მთელი ოთახი დეკორირებულია და შემკული ფრაგონარის ტილოებით. მისი ანდერძის თანახმად, იგი უნდა ყოფილიყო მისაბაძი მაგალითი სხვა მდიდარი ადამიანებისათვის, რათა მათ ერთობლივად შეეტანათ წვლილი კაცობრიობის გაკეთილშობილების საქმეში. მნიშვნელოვან კულტურულ ცენტრს წარმოადგენს ასევე ფრიკის ისტორიისა და ხელოვნების ცენტრი. ეს არის ისტორიული და კულტურული ტიპის დანესებულებების კომპლექსი, რომელიც მის მშობლიურ ადგილას – პიტსბურგის ისტ ენდის 5 აკრი მიწის ფართობზეა გადაჭიმული. აქ წარმოდგენილია ჰენრი კლეი ფრიკის ცხოვრებისა და მოღვაწეობის მთელი ეპოქა, ასევე მისი საცხოვრებელი სახლი, რომელიც სახლ-მუზეუმად არის გადაკეთებული და ხელოვნების მუზეუმი, მანქანებისა და ეტლების მუზეუმები, ფრიკის ოჯახის ბავშვების სათამაშო მოედანი, კაფეები და მაღაზია.

ფრიკის ხელოვნების მუზეუმი აშენდა 1969 წელს და მასში განთავსდა ჰენრი ფრიკის მესამე ქალიშვილის ელენ ფრიკის პერსონალური სახვითი ხელოვნების კოლექციები. მისი სურვილის შესაბამისად, აქ კოლექციები ისე უნდა განთავსებულიყო, რომ ინტიმურობის ატმოსფერო შექმნილიყო. ფერწერასთან ერთად წარმოდგენილია დეკორატიულ-გამოყენებითი ხელოვნების ნიმუშები – ფაიფური, ბრინჯაო, XVII-XVIII სს-ის იშვიათი ავეჯი. მუზეუმში ხშირად იმართება დროებითი გამოფენები სხვადასხვა მუზეუმებიდან, ასევე მისი კოლექციებიც იფინება სხვა ადგილებში.

იმ დროს ბევრ ადამიანს ჯერ კიდევ ახსოვდა პენსილვანიის მუშების გაფიცვა და ხშირად კიდევაც შეახსენებდნენ ამას ფრიკს. მაგრამ დრომ, ასევე პროფესიონალთა მუშაობის ათეულმა წლებმა, კურატორთა ძალისხმევამ, ტექნოლოგიურმა საშუალებებმა და უსაფრთხოების ახალმა სისტემებმა დაჩრდილა გაფიცვების უსიამოვნო მოგონებები. დღეს თითქმის აღარავის ახსოვს, რომ ოდესღაც ფრიკი ფოლადის მაგნატი ან კოქსის ბაზრის მფლობელი იყო. აი, რას სწერს ამის შესახებ მისი ერთ-




ერთი ბიოგრაფი ს. ბეჰერმანი – „ინფორმაციას ფრიკის შესახებ „ენციკლოპედია ბრიტანიკაში“ 23 ხაზი უჭირავს. 10 მოგვითხრობს მასზე, როგორც ინდუსტრიის, ფოლადის მაგნატზე. დანარჩენი 13 კი – როგორ ხელოვნების მფარველზე. ამ სტროფებში იგი მოიხსენიება ტიციანის, ვერმეერის, ელ-გრეკოს, გოიას, გეინსბოროსა და ველასკესთან ერთად. ფოლადის ქარხნის მუშების გაფიცვები და პირკენტონის ჯარისკაცების შესახებ მოვლენები გაფერმკრთალდა და ადგილი დაუთმო უფრო მნიშვნელოვან და მარადიულ თემებს“. დღესდღეობით მისი სახელი დაკავშირებულია ძველ ოსტატთა უმდიდრეს ფერწერულ კოლექციასთან, საზოგადოების ფართო ფენებისათვის გახსნილ პატარა ლამაზ მუზეუმთან, რომელიც ნიუ-იორკის ერთ-ერთ ყველაზე ფემენებელურ ადგილას, მე-5 ავენიუსა და 71-ე ქუჩის კუთხეში მდებარე ელეგანტურ ფრანგული სტილის სახლშია განთავსებული.

### **ენდრიუ კარნეგი (1835-1919წ.)**

იგი დაიბადა შოტლანდიაში მქსოველის ოჯახში. ინგლისში ეკონომიკური დეპრესიის გამო ოჯახი 1848 წელს ამერიკაში გადადის და უერთდება შოტლანდიურ სათვისტომოს დაბა ალენგენში პიტსბურგთან ახლოს (პენსილვანია). 12 წლის ენდრიუმ დაიწყო მუშაობა ბამბის ქარხანაში, მაგრამ სწავლასაც განაგრძობდა ლამის სკოლაში. 14 წლისა იგი კურიერი ხდება პიტსბურგის ტელეგრაფში. მისი გამორჩეული ბიზნესუნარები შეამჩნია თომას სკოტმა, რომელიც პენსილვანიის დასავლეთის რკინიგზის ხელმძღვანელი იყო და მას თავის მდივნად ნიშნავს. სამოქალაქო ომის დროს სკოტი ომის სამდივნოს მოადგილე ხდება, გადადის ვაშინგტონში და თან კარნეგიც გადაჰყავს, როგორც თავისი მარჯვენა ხელი. ენდრიუს ევალეობდა სამხედრო ტელეგრაფის სისტემების აწყობა. ამის შემდეგ, იგი კვლავ მიჰყვება სკოტს პენსილვანიის რკინიგზის დასავლეთის სამმართველოში.





კარნეგი მოხერხებულად აბანდებს ფულს რამდენიმე პატარა ქარხნებში. ერთ-ერთ ასეთ კომპანიაში იგი 1/5 ფილიალად დროიდან კარნეგი სისტემატურად ჩადის ინგლისში და აკვირდება რკინის ინდუსტრიის განვითარებას. იგი მალე მიხვდა, რომ მას ფოლადი შეცვლიდა. 1970 წელს იგი პირველ ასეთ ღუმელს უშვებს. მალე მას სხვებიც მისდევენ და აშშ-ში ფოლადის ინდუსტრიის განვითარება იწყება.

ამის პარალელურად კარნეგი ყოველთვის იყო გატაცებული სოციალური და პოლიტიკური კვლევებით. მას მრავალი წიგნი და სტატია აქვს გამოქვეყნებული. 1889 წელს უშვებს თავის ცნობილ „მდიდართა სახარებას“, რომელშიც იგი ასეთ ფრაზასაც ამბობს: „უბედურია ის ადამიანი, რომელიც მდიდარი მოკვდება“.

1889 წელს იგი იწვევს ფრიკს, რათა იგი ჩაუდგეს სათავეში მის კომპანიას, თავად კი ნიუ იორკში გადადის და განაგრძობს კვლევებს და კომპანიის განვითარებაზე ზრუნვას. ამასთანავე, წელიწადში 6 თვეს იგი შოტლანდიაში ატარებს ოჯახთან ერთად. 1889-1898 წწ-ში კომპანიის შემოსავალი 2 მლნ-დან 40 მლნ-მდე გაიზარდა.

კომპანია თანდათან ფართოვდება და მისი ღირებულება 25 მლნ დოლარს შეადგენს. ის მსოფლიოში უდიდესი ფოლადის კომპანია ხდება.

პინკერტონის ცნობილი გაფიცვის დროს კარნეგი ქვეყანაში არ იმყოფებოდა, ამასთან ძალის გამოყენების (რაც ფრიკმა მოახდინა) წინააღმდეგი იყო. მართალია, მას არასოდეს ხმამაღლა სხვების თანდასწრებით არ გაუკრიტიკებია ფრიკი, მაგრამ ამის შემდეგ (1898 წ.) ისინი ერთმანეთს სცილდებიან. ფრიკის წილს კარნეგი 15 მლნ. დოლარად გამოისყიდის.

1901 წელს ფრიკი და ჟან პიერპონტ მორგანი უკვე 500 მლნ. დოლარად ყიდულობენ კარნეგის კომპანიას და აყალიბებენ აშშ-ს ფოლადის კორპორაციას, რომლის კაპიტალი 1,4 მილიონად იყო შეფასებული. თავად მას ამ დროს უკვე 225 მლნ. ჰქონდა. ამის შემდეგ კარნეგიმ დააარსა განვითარების სამეთ-



ვალყურეო ფონდი, რომელმაც, თავის მხრივ, გახსნა 3000 საჯარო ბიბლიოთეკა (მათ შორის 380 ინგლისში), კარნეგის ინსტიტუტი პისბურგში, კარნეგის ტექნოლოგიის ინსტიტუტი, კარნეგის ინსტიტუტი ვაშინგტონში საბუნებისმეტყველო მეცნიერული კვლევებისათვის და ასევე მან ომების თავიდან აცილების მიზნით დააარსა საერთაშორისო მშვიდობის ფონდი.

იმ დროისათვის როდესაც კარნეგი გარდაიცვალა, მას უკვე ქველმოქმედებაში ჩადებული ჰქონდა 350 მლნ, ხოლო დამატებით 125 მლნ. კარნეგის კორპორაციას უნდა მოეხმარა ყველა მისი ნამოწყებებისა და მიზნების განსახორციელებლად.

### ჰენრი ე. ჰანტინგტონი

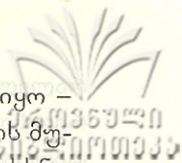
მისი ისტორია ბევრი რამით ჰგავს ფრიკისა და კარნეგის ბიოგრაფიას. ჰანტინგტონი (1850-1927) თავისი ბიძის ბიზნესის გამგრძელებელი და მემკვიდრე იყო, რომელიც თითქმის მთელ ამერიკის რკინიგზას აკონტროლებდა. მართალია, იგი თავიდანვე დიდი ბიბლიოფილი და უდიდესი ბიბლიოთეკის დამაარსებელი იყო, მაგრამ ხელოვნების ნიმუშებით ის, ისევე როგორც ფრიკი, მხოლოდ სიცოცხლის ბოლოს დაინტერესდა. 1907 წლიდან იგი იწყებს ფრანგული გობელენებისა და ავეჯის ყიდვას, ამასთან ცნობილ არქიტექტორს მეირონ ჰანტს საცხოვრებელი სახლის აშენებას ავალებს სან-მარინოში, რომელიც მისი სიკვდილის შემდეგ მუზეუმად უნდა გადაკეთებულიყო. მისი კოლექციების ფორმირებაში დიდი წვლილი შეიტანეს დილერმა დიუვენმა და ბიძის ქვრივმა არაბელა ჰანტინგტონმა, რომელიც ასევე ხელოვნების ნიმუშების დიდი მოტრფიალე და მოყვარული იყო. 1914 წელს სახლის მშენებლობა დასრულდა და ჰენრი ახლა უკვე თავის მეუღლე არაბელასთან ერთად გადადის იქ საცხოვრებლად; აქვე თავსდება მათი დიდი კოლექციები, რომლებიც XVIII ს-ის ავეჯის, დეკორატიულ-გამოყენებითი ხელოვნების, გობელენების, ვერცხლისა და ფერწერისაგან შედგება. ჰანტინგტონების გარდაცვალების შემდეგ მათი სახლი საზოგადოებრივ დაწესებულებად გამოცხადდა(მუზეუმი) და მმართვე-



ლობა სამეთვალყურეო საბჭოს ხელში გადავიდა, რომელიც სიკვდილამდე რამდენიმე ხნით ადრე თავად ჰანტინგტონმა და-  
ნიშნა. ჰანტინგტონები მხოლოდ მუზეუმებით არ დაკმაყოფილე-  
ბულან, ისინი ასევე საზოგადოებრივ ბალებსა და გროტებს  
ხსნიდნენ. მათ მამულეებში გაშენებული იყო იაპონური ბალები,  
კაკტუსის ბალები, ინგლისური ბალები და სხვადასხვა ატრაქცი-  
ონები.

### პოლ გეტი (1892-1976 წწ.)

გეტის, განსხვავებით თავისი თანამედროვეებისაგან, არა-  
სოდეს უცხოვრია თავის მიერ დაფინანსებულ და აშენებულ მუ-  
ზეუმში, რომელშიც მისი ნავთობის ბიზნესის მთელი შემოსავ-  
ლები დააბანდა. იმ დროს, როდესაც მუზეუმი შენდებოდა  
(1970-73წწ.), იგი უკვე სატონ პლეისში ცხოვრობდა და აღარ  
მოგზაურობდა, თუმცა იქიდან ხემძღვანელობდა მუზეუმის  
მშენებლობას, რომელიც ძველ ინგლისურ სტილში აშენდა. მიუ-  
ხედავად ამისა, 17 მილიონიანი ვილა მაინც მისი უკვდავსაყოფ  
მემორიალად გადაიქცა და თავად გეტისაც სურვილი ჰქონდა,  
რომ მუზეუმის დამთვალეირებლებს შეეგრძნოთ ამ პიროვნების  
სიდიადე მუზეუმის ექსპონატებისა და თავად გარემოს მიხედ-  
ვით. ორსართულიანი შენობა ატრიუმითა და შიდაეზოთი შემ-  
კული იყო ფრანგული ავეჯით, როკოკოს სტილის სხვადასხვა  
ლამაზი ნივთებით და ფერწერით. თავად გეტი ყოველთვის აღ-  
ნიშნავდა, რომ მას იზიდავდა სასახლის ატმოსფერო, გრძელი  
მაგიდები, ვერცხლის ჭურჭელი, რაც ადამიანს აგრძნობინებდა,  
რომ იგი ცივილიზებული სამყაროს ნაწილი იყო, მაგრამ გან-  
სხვავებით თავისი თანამედროვეებისაგან, მას საკმაოდ მკაცრი  
და განსხვავებული ხასიათი ჰქონდა: არასოდეს იძლეოდა ფულს  
ქველმოქმედებისათვის, ხოლო ხელოვნების ნიმუშების ყიდვი-  
სას ყოველთვის ცდილობდა, რომ ისინი დაბალ ფასებში, ან ფას-  
დაკლებებზე ეყიდა. თავად, მუზეუმის გახსნის შემდეგ, ყოველ-  
თვის მხოლოდ იმას ითვალისწინებდა, რომ ესა თუ ის მისი საქ-  
ციელი რამდენი გადასახადისაგან გაათავისუფლებდა. მნახ-



ველთა რაოდენობაც ყოველთვის მკაცრად შეზღუდული იყო – ისინი მხოლოდ განსაზღვრულ დღეებში დაიშვებოდნენ მის მუზეუმში. ამან გამოიწვია ის, რომ როდესაც მუზეუმი გაიხსნა, აღმოჩნდა რომ მისი სურათების კოლექცია მხოლოდ მეორეხარისხოვანი ნამუშევრებისაგან შედგებოდა, ხოლო გეტის სიკვდილის შემდეგ მისმა შთამომავლებმა ბევრი მილიონი დოლარი დახარჯეს იმისათვის, რომ კოლექციები გაემდიდრებინათ პირველხარისხოვანი შედევრებით, რათა მუზეუმი მიმზიდველი გამხდარიყო ასიათასობით დამთვალიერებლებისათვის. მათი მრავალწლიანი მცდელობა დღეს დიდი წარმატებით დაგვირგვინდა, რადგანაც დღესდღეობით პოლ გეტის მუზეუმი, ინსტიტუტი და ფონდი ლოს-ანჯელესში ერთ-ერთი უმსხვილესი საქველმოქმედო კონცერნია, რომელიც უამრავ ფულს ხარჯავს მსოფლიოს სახვითი ხელოვნებისა და არქიტექტურული შედევრების გადარჩენისა და შესწავლისათვის.

### ჟან პიერპონტ მორგანი

მორგანი ერთ-ერთი უდიდესი ამერიკელი მილიონერი და სრულიად გამორჩეული ფიგურა იყო თავად მეცენატებს შორისაც. 1904-1913 წწ. იგი მეტროპოლიტენ მუზეუმის სამეთვალყურეო საბჭოს თავმჯდომარე იყო და კარდინალურად შეცვალა მისი მართვის პოლიტიკა, უზომოდ გაამდიდრა კოლექციები და მსოფლიოში ერთ-ერთ საუკეთესო და უმდიდრეს მუზეუმად აქცია. როდესაც 67 წ. ასაკში მორგანმა თავმჯდომარის ადგილი დაიკავა, იგი უკვე იყო მსოფლიოში უდიდესი ბიზნესმაგნატი. მისი სიმდიდრე XIX ს-ის 80-იან წლებში იღებს სათავეებს. იგი გამდიდრდა რკინიგზებით. ამავე დროს, აკონტროლებდა სხვა სფეროებსაც. გახდა უდავო ლიდერი როგორც ამერიკაში, ასევე საერთაშორისო მნიშვნელობის საბანკო ოპერაციებისა და ინვესტიციების სფეროში. იგი იყო მონოპოლისტი სარკინიგზო ფასების რეგულირების საქმეში. მოგვიანებით ამერიკის უდიდესი ფოლადის კორპორაციის სამეთვალყურეო საბჭოს მეთაური გახდა და მისი კაპიტალი თავის ზენიტს აღწევს. ყოველივე ამის პა-



რალელურად თითქმის 15 წელი მორგანი MET-ის სამეთვალყურეო საბჭოს ერთ-ერთი ყველაზე პროგრესული და შორსმხედველ ტელი წევრი იყო. მან თავიდანვე ძალიან კარგად გათვალა, რომ მუზეუმი და მისი მსგავსი კულტურული დაწესებულება სრულად თავისუფლად გახდებოდა ამერიკელი მილიონერების უკვდავი ცოცხალი მავზოლეუმები, რომლებიც საუკუნეებს გაუძლებდა. მან კარგად იცოდა ასეთი უკვდავი მემორიალების ხიბლი. მის მფლობელობაში იყო დღევანდელი მორგანის ბიბლიოთეკაც.

როდესაც მეტროპოლიტენ-მუზეუმი ჩაიბარა, მან გამოაცხადა, რომ მისი პოლიტიკის მთავარი მიმართულება – მუზეუმში მხოლოდ უმაღლესი ხარისხის ხელოვნების ნიმუშებისა და შედეგების გამოფენა უნდა მომხდარიყო, რომლებიც ისტორიულ კონტექსტში იქნებოდა ნაჩვენები და ამას ყველაფერს პროფესიონალები გააკეთებდნენ. იგი ამავე დროს აცხადებდა, რომ მუზეუმის კოლექციების ძირითადი ნაწილი ეგვიპტური, ანტიკური და ევროპული კოლექციებიდან იქნებოდა. მორგანმა მოახდინა მუზეუმის თანამშრომელთა რეორგანიზაცია და აქცენტი გადაიტანა ძალიან მაღალი რანგის პროფესიონალებზე. სირკასპერ პარდონ კლარკი, ვიქტორია ჰალბერტის მუზეუმის ყოფილი მეთაური მეტროპოლიტენ-მუზეუმის დირექტორად მინიჭდა, ხოლო ახალგაზრდა როჯერ ფრეის ჩააბარა ფერნერის განყოფილება. შემდეგ მორგანი მთელ თავის გავლენას იყენებს და იწყებს კოლექციონერების შთაგონებას, რომ მათი კოლექციების გამოსაფენად მუზეუმი ყველაზე კარგი და პრესტიჟული ადგილი იყო. მისი ეს ნამონყებაც წარმატებით დამთავრდა, რისი საწინდარიც თავად მორგანის კოლექციების მეტროპოლიტენის მუზეუმისადმი გადაცემა გახდა. აღსანიშნავია, რომ სწორედ მორგანის კოლექციებიდან არის შესული მეტროპოლიტენ მუზეუმში ქართული მინაქრების, მათ შორის, ჯუმათის ხატის ფრამაგმენტები და ნაქარგობის ნიმუშებიც. ამ დროიდან მდიდარი და გავლენიანი ამერიკელი მილიონერები დიდ პატივად მიიჩნევენ მეტროპოლიტენ მუზეუმში მათი ექსპონატების დროებით საგამოფენო დარბაზებში განთავსებას.


## ენდრიუ ი. მელონი(1855-1937)



იგი გამორჩეული ფიგურაა ამერიკელ მეცენატთა შორის, რომლის სახელთანაც დაკავშირებულია ვაშინგტონის ნაციონალური გალერეის დაარსება და რომლის სახელიც არ ფიგურირებს გალერეის აბრევიატურაში, თუმცა ყველა ამერიკელისათვის ეს მუზეუმი მელონების გვარის ერთგვარი მემორიალიცაა.

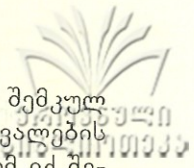
მელონი როკფელერთან, კარნეგისა და მორგანთან ერთად ერთ-ერთი უმდიდრესი ადამიანი იყო XX ს-ის დასაწყისში. იგი პენსილვანიელი მდიდარი ბანკირების ოჯახიდან გამოვიდა და თავადაც განუზომლად გამდიდრდა. 1920 წლისათვის იგი სამი უდიდესი ამერიკული კაპიტალიდან ერთ-ერთის მფლობელი ხდება, რომელშიც შედიოდა ალუმინის, ნავთობის, რკინიგზის, ქვანახშირის კორპორაციები და ჰოლდინგები. 65 წლის ასაკში მან გადაწყვიტა საზოგადოებრივ საქმიანობაში ჩაბმა. 1921 წელს ამერიკის პრეზიდენტმა მელონს შესთავაზა ზარაფხანის თავჯდომარეობა. 1924-28 წლებში მომდევნო პრეზიდენტებმა კოლიჯმა და ჰუვერმა იგი განმეორებით დანიშნეს იმავე თანამდებობაზე. მისი საქმიანობა ზენიტს კოლიჯის დროს აღწევს. იმ დროს იგი თეთრი სახლის შეუზღუდავი აქტიური ფიგურა ხდება. 1932 წლიდან, დეპრესიის პერიოდში, მიუხედავად მნიშვნელოვანი წვლილისა სახელმწიფო მართვის საქმეში, მისი რეპუტაცია ეცემა და თეთრ სახლში რუზველტის მისვლის შემდეგ იგი იძულებული ხდება გადადგეს. მას სახელმწიფო დიდ ბრიტანეთში უშევენს აშშ-ს ელჩად. ხელოვნების ნიმუშების შეგროვება მელონმა სახელმწიფო სამსახურში ყოფნის დროს დაიწყო. დიუვენისა და კნოედლერის დახმარებით მისი სასახლის ტიპის საცხოვრებელი ვაშინგტონში ძველი ოსტატების სურათებით ივსებოდა. მელონი გამსჭვალული იყო იდეით, რომ თავისი გარდაცვალების შემდეგ რაღაც უკდავი და ფასეული დაეტოვებინა მომავალი თაობებისათვის. დანამდვილებით ძნელია იმის თქმა, თუ როდის ჩამოუყალიბდა ნაციონალური გალერეის გახსნის იდეა, მაგრამ 1930 წლისათვის მელონი დიდი რაოდენობით ძველი ოსტატების ტილოებს ყიდულობს. იმავე 1930 წელს მან მილიონები გადაიხადა ერმიტაჟის 21 ტილოს სანაცვლოდ, რომლებიც საბჭოა რესპუბლიკამ გაყიდა. მალე ამას კიდევ 21 მილიონიანი 24 ნამუშევრის ყიდვა მოჰყვა დიუვენისაგან.





დეპრესიამ დიდი ცვლილებები შეიტანა ამერიკის ეკონომიკაში. ერთ დროს განუზომლად პოპულარული და ერთ-ერთ საუკეთესო ფინანსისტად აღიარებული მელონი კარგავს სამსახურს და ქუჩაში რჩება, თუმცა მალევე იგი გადაწყვეტილებას იღებს და 1936 წელს წერილით მიმართავს ამერიკის პრეზიდენტს რუზველტს და სთავაზობს მას თავის კოლექციას, როგორც მომავალი ეროვნული მუზეუმის დასაყრდენ მთავარ კოლექციას. ამავე დროს, იგი მზადაა ააშენოს შენობა ამ მუზეუმისათვის და უზრუნველყოს მისი ფინანსური მხარდაჭერა ფონდის სახით გალერეის განვითარებისათვის. ფონდს თავისი თვითმმართველობა ჰქონდა, მისი აღმასრულებელი ორგანო იყო 9 კაციანი სამეთვალყურეო საბჭო, რომელთაგან 5 თავად მელონის დანიშნული იყო, ხოლო 4 სახელმწიფო სამსახურის მოხელე, როგორც სახელმწიფოს წარმომადგენლები. რამდენიმე კვირაში მელონის თხოვნა-წინადადება კონგრესმა დააკმაყოფილა და გალერეისათვის ადგილი გამოყო ვაშინგტონის მუზეუმების გაერთიანების (Mall) ტერიტორიაზე. მელონმა თავად აირჩია არქიტექტორი ჯონ რასელ პოპი და თავადვე დანიშნა მუზეუმის პირველი დირექტორი – თავისი თანამებრძოლი და დამხმარე – დავიდ ფაინლეი. ეროვნული გალერეა მალევე გამდიდრდა კიდევ სამი მეცენატის კერძო კოლექციებით – ჯოსეფ ვიდენერის, ძმები კრეზებისა და, მოგვიანებით, ჩესტერ დეილის კოლექციებით. მუზეუმის შემდგომი განვითარება და მხარდაჭერა მაინც ყოველთვის მელონის ოჯახის წევრებისაგან მოდიოდა. მისი ვაჟის ანდრიუ და ქალიშვილის ალისა მელონ ბრიუსისაგან.

გალერეა აშენდა ფსევდოკლასიციზმის სტილში. ინტერიერები რომაული, ბერძნული და ალორძინების ხანის არქიტექტურული ინტერიერების ნაზავს წარმოადგენდა, თუმცა ეს ალბათ ერთ-ერთი პირველი შენობა იყო ამერიკაში, რომელიც სპეციალურად მუზეუმისათვის აშენდა. ამიტომ შიდა სივრცესა და ინტერიერებში, მიუხედავად დიდი რაოდენობის ძვირფასი მარმარილოს კოლონადებისა და მოპირკეთებული პანოებისა, მნახველების მთელი ყურადღება მაინც გადატანილი იყო თვითონ ნამუშევრებზე, რადგანაც კედლები და ინტერიერები სადა ნეიტრალური ფერებით იყო შეფერილი. მელონის პირმშო კიდევ ერთი ნიშნით გამოირჩეოდა ზემოთ აღწერილი მეცენატების



მუზეუმებისაგან. ყველა ისინი ძვირფას მდიდრულად შემკულ სახლებში ცხოვრობდნენ, რომლებიც მათი გარდაცვალების შემდეგ გადაკეთდა მემორიალურ მუზეუმებად, ამიტომ იქ შენარჩუნებული იყო სახლის სურნელი და თავად ამ ადამიანათა არსებობის მიმანიშნებელი აქცენტები (პორტრეტები, მემორიალური ნივთები და სხვა). მელონის მიერ აგებული ეროვნული გალერეა არის აბსოლიტურად ნეიტრალური, განყენებული, არა სუბიექტური შენობა, მელონის გვარი აქ არსად არ ფიგურირებს, მხოლოდ როტონდის თავზე გამოსახულ არწივში შეიძლება ამოვიცნოთ მისი ფონდის სიმბოლო – არწივი. რა თქმა უნდა, ყველაფერი ეს მელონმა გამიზნულად გააკეთა, რათა ხაზი გაესვა კიდევ ერთხელ, რომ სურათების გალერეა არა კერძო პირის, ან ფონდის, არამედ მთელი ამერიკელი ხალხის (და თუ თავად გალერეის უმდიდრესი კოლექციებით ვიმსჯელებთ, მთელი კაცობრიობის) კუთვნილებაა.

**ძმები კრეზები** – სამუელ ჰ.კრეზი (1863-1955წწ.) დაიბადა ჩერივილსიში (პენსილვანია). იგი იყო მენარმე, რომელმაც „ხუთცენტიანი მალაზიების ქსელი“ დაარსა მთელს ამერიკაში. როგორც კი ფული გაუჩნდა, მან დაიწყო ძველი ოსტატების ტილოების შეგროვება. 1929 წელს მან დააფუძნა კრეზის ფონდი, რომელიც მისი გარდაცვალების შემდეგ 1 300 საუკეთესო ძველი მხატვრობის ნიმუშებს ფლობდა. მისი გარდაცვალების შემდეგ ფონდს სათავეში ჩაუდგა მისი ძმა რეშ კრეზი, რომელმაც გაზარდა მისი კოლექციები და ფონდის საქმიანობა. მათი ფონდი იტალიური რენესანსის ეპოქის ერთ-ერთ საუკეთესო კოლექციას ფლობდა. მათმა ფონდმა მნიშვნელოვნად გაამდიდრა ამერიკის ეროვნული გალერეა. მათი მხატვრული კოლექციები გადანაწილდა 18 რეგიონალურ მუზეუმებში, 23 კოლექჯისა და უნივერსიტეტის გალერეებსა და 50 სხვა დანესებულებაში მთელი ამერიკის მასშტაბით.



## თანამედროვე ამერიკული მუზეუმების სტრუქტურა

ამერიკული მუზეუმების სტრუქტურა თანდათანობით ყალიბდებოდა XIX ს-ის შუა წლებიდან და უნივერსიტეტებისა და ბიზნესის ცალკეული ელემენტების ერთგვარ ნაზავს წარმოადგენდა. ამის ტიპური მაგალითია ბოსტონის მუზეუმი. იგი დაარსდა მასაჩუსეტის შტატში 1870 წ. 12 ცნობილი და მდიდარი მოქალაქის მიერ, რომლებმაც შეადგინეს სამეთვალყურეო საბჭო. მათ ჰყავდათ კიდევ რამდენიმე მონვეული მეცნიერი და ბიბლიოთეკარიც (არა უმეტეს 30 კაცისა). ისინი იყვნენ ამ მუზეუმის დამფინანსებლები და ადმინისტრატორებიც, ამასთან თავი მიაჩნდათ ცივილიზებული საზოგადოების წევრად, რომლის ერთ-ერთი შემადგენელი ნაწილი ბოსტონის მუზეუმი – „დასავლეთის ათენი“ (როგორც მას ისინი უწოდებდნენ) უნდა გამხდარიყო. საბჭო აკონტროლებდა ყველაფერს. თავად მუზეუმის თანამშრომლები ძალზე ცოტანი იყვნენ. ასეთივე სიტუაცია იყო სხვა ადგილებშიც. მაგალითად, თავიდან ჩიკაგოს ხელოვნების ინსტიტუტში ჰყავდათ მხოლოდ ერთი კურატორი და მდივანი, რომელსაც თვალი უნდა ედევნებინა არა მხოლოდ საბჭოს მუშაობის გრაფიკისათვის, არამედ შეესრულებინა მათი ყველა განკარგულებაც. თავდაპირველად მუზეუმის დირექტორებიც მხოლოდ ხელოვნებაში გათვითცნობიერებული ადამიანები უნდა ყოფილიყვნენ კარგი გემოვნებით. მაგრამ თანდათანობით ხელოვნების დიდძალი ნიმუშების გადმოღინებამ ამერიკაში, მათმა სხვადასხვა ხასიათმა განაპირობა ის, რომ გაიზარდა მოთხოვნილება პროფესიონალებზე, ამიტომ შეიქმნა სხვადასხვა განყოფილებები, ხოლო კოლექციები დაიყო ქვეყნებად და ეპოქებად. მართვის მოდელები გადმოვიდა ევროპიდან.



1920-იანი წლებიდან ჩნდება მუზეუმის დირექტორის ახალი ტიპი, მას უნდა კარგად სცოდნოდა მასალა (ყველანაირი რაც მის მუზეუმში იყო), უნდა ყოფილიყო კარგი ადმინისტრატორი, თავადაც უნდა მოეძიებინა ფული და ა.შ. მიუხედავად ამისა, იგი არ იყო დაცული, რადგან სამეთვალყურეო საბჭოს შეეძლო მისი განთავისუფლება ყველანაირ პატარა შენიშვნაზე.

მართვის თვალსაზრისით ამერიკაში გამოიყოფა მუზეუმების მართვის სამი კატეგორია:

1. მუზეუმები, რომლებიც იმართება კერძო სამეთვალყურეო საბჭოს მიერ და ხშირად იმ საბჭოებში ადგილები გადადის მამიდან შვილზე.
2. მუზეუმები, რომლებიც იმართება ფედერალური, სახელმწიფო ან ქალაქის დაფინანსებიდან.
3. მუზეუმები, რომლებიც იმართება საზოგადოებრივი ფონდებიდან.

თუ პირველი ტიპის მუზეუმების სამეთვალყურეო საბჭო ნელა იცვლება, მეორე და მესამე კატეგორიის მუზეუმებში სამეთვალყურეო საბჭოში უკვე შესულია სხვადასხვა უმცირესობები (შავკანიანები, ებრაელები, ქალები). სამეთვალყურეო საბჭოს რიცხვი გაზრდილია, მაგრამ მოქმედებენ აღმასრულებელი კომიტეტები, რომლებშიც მათი რამდენიმე წარმომადგენელი შედის. დირექტორი ასევე არის დამაკავშირებელი რგოლი სამეთვალყურეო საბჭოსა და მუზეუმის სხვა თანამშრომლებს შორის.

XX ს-ის შუა წლებში მსოფლიოს ყველა მუზეუმი ფინანსური სიძნელის წინაშე დადგა და დაიწყო გზების ძიება, რათა ეს დაწესებულებები კრიზისიდან გამოეყვანათ. პირველი რთული ფაქტორი იყო ფინანსების არქონა. თანდათანობით გაძნელდა უზარმაზარი შენობების, კოლექციების შენახვა, კვალიფიკაციური კადრების დაქირავება, პროგრამების მომზადება. მეორე საშიში ფაქტორი გახდა ტელევიზია, რომლის მეშვეობით მსოფლიოს სხვადასხვა კუთხის ნებისმიერი ნივთის ნახვა იყო შესაძლებელი – მუზეუმების როლი ამ დროს მკვეთრად ეცემა. საგამომცემლო ხარისხიანი პუბლიკაციები ასევე საშიში ფაქტორი გახდა.



ყველაფერ ამაზე შეიძლებოდა მხოლოდ ერთი პასუხის გაცე-  
მა – საჭირო იყო გაეზარდათ დამთვალეიერებელთა რიცხვი და მუ-  
ზეუმში მიეზიდათ ისეთი ადამიანები, რომლებიც მანამდე საერ-  
თოდ არ დადიოდნენ მუზეუმებში. ამისათვის საჭირო იყო მუზე-  
უმს თავისი ადგილი დაემკვიდრებინა საზოგადოებაში, მოეხდინა  
უკვე ნაცნობი ნივთებისა და ექსპონატების ინტერპრეტაცია.

მაყურებლის და ვიზიტორის გამოკითხვების საშუალებით  
ასეთი ცვლილებები ნელ-ნელა ხორციელდებოდა და ეს ყველაფე-  
რი გულდასმით იგეგმებოდა. გამოფენები გახდა უფრო იდეებით  
დატვირთული, ეთნიკური და კონცეპტუალური. მუზეუმების  
მესვეურები მიხვდნენ რომ მათ აქვთ ძალზე ფასეული პროდუქტი,  
რაც შეუძლიათ საზოგადოებას შესთავაზონ – ეს არის განათლე-  
ბა. მუზეუმის საქმიანობის ეს მიმართულება ყველა ქვეყნის მუზე-  
უმში არსებობდა, ოღონდ საჭირო იყო მისი გააქტიურება.

შეიცვალა მუზეუმისადმი დამოკიდებულება და მიდგომა.  
თუ წინათ იგი განიხილებოდა როგორც არამომგებიანი, არაკო-  
მერციული, ნახევრად საქველმოქმედო დაწესებულება, დღეს-  
დღეობით ყველა შეთანხმებულია იმაზე, რომ მუზეუმი ეს არის  
დაწესებულება, რომელიც ისეთივე ბიზნესკანონებით იმართე-  
ბა, როგორც სხვა ნებისმიერი საწარმო. ამავე დროს, ის „პრო-  
დუქტი“ რასაც მუზეუმი სთავაზობს დამთვალეიერებელს, ბევ-  
რად აღემატება ხარისხობრივად, ინფორმაციულობითა და ფა-  
სეულობით სხვა ნებისმიერ პროდუქციას და, ფაქტობრივად, ეს  
არის ყველაფერი საუკეთესო, რაც კი ოდესმე ადამიანს შეუქ-  
მნია კაცობრიობის განვითარების ხანგრძლივი ისტორიის მან-  
ძილზე. ამრიგად, მუზეუმების მართვაში შემოდის აქამდე სრუ-  
ლიად უცხო ბიზნესტერმინები და მცნებები: მარკეტინგი, მე-  
ნეჯმენტი, დაგეგმვა, საზოგადოებასთან ურთიერთობა და გან-  
ვითარების განყოფილება და სხვა.

იმისათვის, რომ მუზეუმი წარმატებული იყოს, მის  
ხელმძღვანელს მკაფიო წარმოდგენა უნდა ჰქონდეს იმაზე, თუ  
რა აქვს და რისი შეთავაზება შეუძლია საზოგადოებისათვის.  
სანამ ამა თუ იმ საგნის ან ნივთის, ან იდეის ინტერპრეტაცია



მოვახდენთ, უნდა გავაცნობიეროთ თუ რა გვაქვს, რას ვფლობთ. საზოგადოებაში მუზეუმი არის ცენტრი, სადაც მას (საზოგადოებას) აცნობენ თუ რა ჰქონდათ მათ ისტორიულ წარსულში და რა აქვთ დღეს. ზოგი მკვლევარი თვლის, რომ თანამედროვე მუზეუმებში მოხდა ყურადღების ცენტრების გადატანა მუზეუმის საგნიდან საზოგადოებაზე. სინამდვილეში ორივე ეს სფერო არის მედლის ორი მხარე.

კონცეფციამ – „საზოგადოების მსახურება“ – დრამატულად შეცვალა მუზეუმები და მათი თანამშრომლები. ისინი იძულებულნი გახდნენ მთელი ყურადღება გადაეტანათ საზოგადოებაზე. მუზეუმებს, აქედან გამომდინარე, ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ადგილი უჭირავთ როგორც საგანმანათლებლო დაწესებულებებს. ამავდროს, არ უნდა დაგვავიწყდეს, რომ ინფორმაციისა და განათლების გარდა, მუზეუმის მისიაა სიამოვნება მიანიჭოს და ააღვლევოს მაყურებელი.

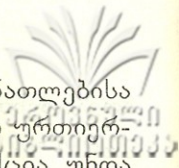
ომის შემდგომ ამერიკულ მუზეუმებში განსაკუთრებით ორი ტენდენცია შეინიშნება;

1. მაქსიმალური ყურადღება ექცევა ხალხის მუზეუმში მოზიდვას და მათ აქტიურ ჩართვას, ამისათვის მრავალნაირ საშუალებას მიმართავენ როგორც მუზეუმის შიგნით, ასევე გარეთ.
2. კონსერვაციისადმი დიდი ყურადღება. აქ იგულისხმება თავად ნივთების აღდგენა კონსერვაცია და მათი შენახვის ნორმებისა და რეჟიმების დადგენა.

მუზეუმების მართვა არის მათი განვითარებისა და პროგრესის აუცილებელი და სასიცოცხლო ელემენტი. დღესდღეობით მკაფიოდ ჩამოყალიბებული მენეჯმენტის სისტემის გარეშე შეუძლებელია კოლექციების მოვლა, შენახვა, შესწავლა, სასწავლო პროგრამების გაკეთება. ამის გარეშე შეიძლება დაიკარგოს კავშირი მუზეუმსა და საზოგადოებას შორის და მუზეუმის არსებობა საშიშროების წინაშე აღმოჩნდეს.

მუზეუმი საზოგადოების მაღალი განვითარების დონის კარგი მაჩვენებელია და მასში კარგად აირეკლება ყველა ის პროცესები, რაც საზოგადოებაში მიმდინარეობს. თანამედრო-





ვე მუზეუმისათვის საჭიროა სხვადასხვა ტიპის განათლებისა და შესაძლებლობების ადამიანების დაბალანსებული ურთიერთშეთანხმებული მოქმედება. მასში მრავალი ფუნქცია უნდა იყოს გაერთიანებული. კერძოდ, ინფორმაციული, პროფესიონალური, სისტემატიზირებული (კოლექციების მოვლა), სასიამოვნო და სოციალურად ხელმისაწვდომი დანესებულება. ყველა ამ მიზნების თანხვედრა, რომლებიც ერთი შეხედვისთანავე ამკარად ურთიერთგამომრიცხავია, მენეჯმენტის ტრადიციულ მეთოდებს მოუქნელსა და გამოუსადეგარს ხდის. მართვის ეს ახალი მეთოდი ფაქტობრივად წარმოადგენს ერთგვარ სინთეზს, სადაც სამეცნიერო, ეკონომიური, საგანმანათლებლო, სამართლის, მენეჯმენტის სხვადასხვა ელემენტები მაღალ ტექნოლოგიებთან არის შერწყმული. ამ ელემენტების ზუსტი თანმიმდევრობა შეიძლება იცვლებოდეს, მაგრამ პრინციპი ყველა ქვეყანაში მაინც ერთია, რადგანაც არის კითხვები და პრობლემები, რომლებიც დგას ყველა მუზეუმების წინაშე:

- როგორ დავიცვათ, შევინახოთ და შევინარჩუნოთ კოლექციები?

- როგორ გავხადოთ სამუზეუმო ნივთები და მათში დაუზღვებული ინფორმაცია უფრო მისაწვდომი ფართო საზოგადოებისათვის?

- როგორ გავანათლოთ საზოგადოება მუზეუმის მნიშვნელოვანი როლის შესახებ?

- რას ველით რადიკალური ცვლილებებისაგან და როგორ გავატაროთ ისინი რომ არ დავაზიანოთ კოლექციები?

- როგორ მოვიზიდოთ მეტი ფული, თანამშრომლები, სივრცეები, მასალები და ა.შ.

- როგორ მოვამზადოთ და გადავამზადოთ მომუშავე პერსონალი ისე რომ ისინი უკეთესი პროფესიონალები გახდნენ?

- როგორ ჩავართოთ ახალი ტექნოლოგიები კოლექციების მართვისა და აღრიცხვის საქმეში?

მსოფლიოს ყველა ქვეყნისა და მუზეუმის წინაშე დგას ეს კითხვები და პრობლემები, რომლებიც სხვადასხვანაირად იჭრება.



## **მუზეუმების მართვის ახალი კომპონენტები – მისია, PR, მარკეტინგი, ფონდების მოზიდვა, სტრუქტურული სქემები**

### **ა) მუზეუმის მისიის განსაზღვრა**

პირველი, რაც უნდა გააცნობიერონ და დაადგინონ მუზეუმების ხელმძღვანელებმა, ესაა – ვის ექვემდებარება მუზეუმები და რა არის მათი მისია? დღესდღეობით მსოფლიოში ძირითადად არსებობს ოთხი ტიპის მუზეუმი:

1. სახელმწიფო მუზეუმები, რომლებიც იმართება სახელმწიფო, ადგილობრივი და რეგიონალური სააგენტოებით;

2. კერძო მუზეუმები – იმართება კერძო პირების ან ორგანიზაციების, ან ფონდების მიერ;

3. საუნივერსიტეტო მუზეუმები – იმართება უნივერსიტეტის ან კოლეჯების მიერ, ძირითადად ასეთ მუზეუმებს სასწავლო ფუნქციები აქვს;

4. შერეული მუზეუმები – დაარსებულია სახელმწიფოს მიერ და შემდეგ მართვა გადაეცემა კერძო პირებს.

ყველა ამ ტიპის მუზეუმი თანაარსებობს და ვერ განსაზღვრავს ნინასწარ, რომელი უფრო წარმატებული შეიძლება იყოს.

სანამ მუზეუმის მართვის შემადგენელი ძირითადი კომპონენტების განხილვაზე გადავალთ, გვინდა შევჩერდეთ ისეთ აუცილებელ და მნიშვნელოვან ასპექტზე, როგორცაა მუზეუმის მისია, მისი არსი და განსაზღვრა.

დღეს ყველა ამერიკულ მუზეუმს აქვს მკაფიოდ ჩამოყალიბებული მისია და ამ მისიის დასაბუთების სამოქმედო მრავალწლიანი გეგმა, რომელიც მისი საპროგრამო დოკუმენტია. ამ დოკუმენტის შემუშავება მუზეუმის უმაღლესი რგოლის – ადმინისტრაციის პრიორიტეტია, თუმცა მისი შემუშავების პროცესში ჩართულები არიან მუზეუმის განყოფილების გამგეებიც.



მუზეუმის მისია არის ის, რაც გამოხატავს მისი საქმიანობის ძირითად არსს და ხსნის მისი მოქმედების მექანიზმს.

მუზეუმის მისიის განსაზღვრაში უნდა ჩანდეს მუზეუმის არსი, რა შესაძლებლობები გააჩნია, როგორ ხორციელდება იქ დასახული ამოცანები. ეს მისია ყველა მუზეუმის ხელმძღვანელს ქალაქში დაწერილი უნდა ჰქონდეს და საზოგადოებას აცნობდეს. მასში ძირითადად შემდეგი საკითხები უნდა იყოს გამოყოფილი:

რა ტიპის მუზეუმია თქვენი მუზეუმი, რა მიზნით არის შექმნილი, რა ტიპის აუდიტორიაზე არის გათვლილი, რა პროგრამებს სთავაზობთ საზოგადოებას, რა უნიკალური ნივთებია მასში და ა.შ. ხშირად მუზეუმებში არის შიდასამსახურებრივი სარგებლობის დოკუმენტი, რომელსაც მისიის დასაბუთება ჰქვია. მასში რამდენიმე კომპონენტია ხოლმე გათვალისწინებული: მუზეუმის ისტორია, მისი ფილოსოფია, უნიკალურობა, მიღწევები, მუზეუმის მიერ შეთავაზებული პროგრამების მოკლე აღწერა, იმ აუდიტორიის განსაზღვრა, ვინც ამ პროგრამებზე დადის, თქვენს მიერ შეთავაზებული მომსახურების სხვადასხვა სახეობების მოკლე მიმოხილვა, მომავალი გეგმები, შენობების მდგომარეობა და ხელახალი მონყობა, ფინანსური პროგნოზი, ოპერატიული დანახარჯების წინასწარი შეფასება, პროგრამების სავარაუდო დამატებები, მოსალოდნელი შემოსავლები. ეს პუნქტი სამი ან მეტი წლით იგეგმება. აგრეთვე ინფორმაცია მუზეუმების შენობა-ნაგებობების მდგომარეობის და მათი შენახვის დანახარჯების შესახებ.

## **ბ) PR ანუ საზოგადოებასთან ურთიერთობის სამსახურები მუზეუმებში**

დღესდღეობით ყველა საზოგადოებრივი დაწესებულების ერთ-ერთი აუცილებელი რგოლი არის PR ანუ საზოგადოებასთან ურთიერთობის სამსახური. ეს სამსახური ხშირად უშუალოდ ადმინისტრაციის დაქვემდებარების ქვეშ არის და მის საქმიანობას ხშირად წარმართავს მუზეუმის დირექტორი ან მუზეუმის დირექტორის მოადგილე განვითარების დარგში. ეს სამსა-



ხური ძირითადად მუზეუმის შესახებ საზოგადოებრივი აზრის ჩამოყალიბებაზე მუშაობს, მაგრამ ეს არ არის რეკლამა, მიუხედავად იგი განსხვავდება, რადგანაც მუზეუმის საზოგადოებასთან ურთიერთობის სამსახურები არა მხოლოდ გრძელვადიანი პროგნოზების მეშვეობით კარნახობენ მუზეუმის ადმინისტრაციას მომავალ სამოქმედო გეგმებს, არამედ იკვლევენ კიდევაც აუდიტორიებს და ცდილობენ გააფართოვონ მათი სპექტრიც. ეს არის სამსახური, რომელიც გარესამყაროს ამცნობს თქვენს შესახებ და როდესაც ეს სამყარო (საზოგადოება) მოდის მუზეუმში, PR სამსახური ცდილობს, რომ მათი მოსვლა იყოს განუმეორებელი, შთამბეჭდავი და დამამახსოვრებელი, მაგრამ ჯერ უნდა დარწმუნდეთ რომ ამისათვის მზად ხართ და სწორედ ეს არის მთავარი PR-ში.

ყველა სამუზეუმო მენეჯმენტის სახელმძღვანელოსა თუ მრავალ ტრენინგებზე, ყველაზე მარტივად იხსნება PR -ის სამსახურის ფუნქცია, კერძოდ, „ნარმოიდგინეთ რომ თქვენ ხართ დამთვალეიერებელი და მოხვედით მუზეუმში – რას მიაქცევთ ყურადღებას, რა ახდენს თქვენზე შთაბეჭდილებას“. დღესდღეობით დიდი კონკურენციის პირობებში მოთხოვნილებათა ნიშნული ძალზე მაღლა აწეული და ყველა დიდი, საშუალო თუ პატარა ევროპული, ამერიკული და აზიური<sup>1</sup> მუზეუმი ცდილობს იყოს უნიკალური, მოსახერხებელი და მიმზიდველი დამთვალეიერებლისათვის. უკვე ყველა ეს მუზეუმები მაყურებელს სთავაზობს არა მხოლოდ შედევრებს, არამედ დასვენების კუთხეებს, მაღაზიებს, კაფეებს, მუსიკალურ საღამოებს და სხვადასხვა ასეთ გასართობებს. დღეს, როდესაც მუზეუმი აღარ არის ელიტარული დანესებულება, სადაც ხალხი სპეციალური სამეგობით შედიოდა მხოლოდ განსაზღვრულ დროს, უფრო მეტი ყურადღება ეთმობა საზოგადოების საშუალო ფენებს. თანამედროვე მუზეუმების მართვაში ყურადღება ექცევა ისეთ საკითხებსა და დეტალებს, რომლებიც

<sup>1</sup> უკანასკნელ პერიოდში რამდენიმე სრულიად ულტრათანამედროვე მუზეუმი გაიხსნა აზიის ზოგიერთ ქვეყანაში (ჰონ-კონგი, მალაიზია და სხვა).

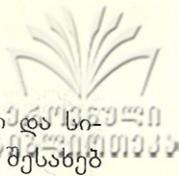




სრულიად წარმოუდგენელი იყო თუნდაც რამდენიმე ათწლეულის წინ, ჩამოვთვლით ზოგიერთ მათგანს:

1. როგორ გამოიყურება თქვენი დანესებულების მოწინავე ხაზი: კონტროლიორები, მოლარეები, დაცვის სამსახური, ზედამხედველები, თბილი და ყურადღებიანი არიან ისინი? —მათი ფაქტორი ძალზე მნიშვნელოვანია მუზეუმის სახის ჩამოყალიბებაში, რადგანაც დამთვალიერებელი სულაც არ ხვდება თქვენს განსწავლულ და ზრდილობიან კურატორებს და სხვა სამსახურების უფრო მაღალი ეშელონების წარმომადგენლებს. ისინი სწორედ „თქვენს მოწინავე ხაზს“ ხვდებიან ყოველდღე, როდესაც მუზეუმში მოდიან და თუ ეს ხალხი მათ უხეშად და მკაცრად მოექცა, ისინი მეორედ მუზეუმში აღარ მოვლენ. შთაბეჭდილება მუზეუმზე სწორედ ერთი რიგითი კონტროლიორის ან დაცვის სამსახურის უხეშობამ შეიძლება გააფუჭოს და ნაწყენი მნახველი აღარ დაიწყებს გამოძიებას ვინ იყო იგი, რამდენად მნიშვნელოვანი ფიგურა იყო, ან რა შესანიშნავი კოლექციები გაქვთ. იგი უბრალოდ აღარ მოვა თქვენს მუზეუმში, ნავა სხვაგან, სადაც მას უფრო თბილად მოექცევიან და თანაც თავის შთაბეჭდილებას აუცილებლად ახლობლებს გაუზიარებს.

2. როგორია თქვენი ტუალეტები, რამდენად მოსახერხებელი და სუფთაა ისინი, რამდენი ხალხის მიღება შეუძლიათ მათ, არის ვინმე პასუხისმგებელი, ვინც მათ მდგომარეობას შეამოწმებს დღეში ორჯერ მაინც? რაოდენ გასაკვირიც არ უნდა იყოს, ეს ერთ-ერთი მთავარი და გადამწყვეტი ფაქტორია მუზეუმის დამთვალიერებლისათვის. მუზეუმში ჩემი საკუთარი მრავალწლიანი გამოცდილებიდან შემიძლია ვთქვა, რომ ძალიან ბევრჯერ უცხოელ სტუმრებს უარი უთქვამთ მოსვლაზე ჩვენი ტუალეტების მდგომარეობის გამო. საინტერესოა, რომ 1977 წელს ლოს-ანჯელესში გაიხსნა ცნობილი პოლ გეტის მუზეუმი, რომლის კოლექციების უნიკალურობა არანაირ ეჭვს არ ბადებდა, მაგრამ მუზეუმის ტუალეტები ცუდად იყო მოწყობილი, რამაც რიგები წარმოქმნა და მოხდა ის, რასაც იმ დროს ვერც ერთი მენეჯერი და კარგი ადმინისტრატორი ვერ წარმოიდგენდა — მუზე-



უმის მიერ ჩაფიქრებული მრავალრიცხოვანი ეფექტები და სიურპრიზები პრესაში გამოქვეყნებულმა ტულეტების შესახებ არასასიამოვნო შენიშვნებმა და ხალხის უკმაყოფილებამ გადაფარა.

3. როგორ პასუხობენ თანამშრომლები ტელეფონზე, ან როგორი მომსახურებაა თქვენს ფოიეში – არიან ისინი ზრდილობიანები, იძლევიან ამომწურავ ინფორმაციას? ამავე დროს, უკეთესია თუ პასუხები იქნება კონკრეტული, ამომწურავი და მკაფიო.

PR – ერთ-ერთი მთავარი და აუცილებელი გაკვეთილი არის ის, რომ ყველაფერს, რასაც აკეთებ დამთვალე რეზილენტის აკეთებ და ზრუნავ მასზე, თქვენი მათდამი დამოკიდებულება არის მთავარი შთაბეჭდილება და მთავარი ნყარო, რაც საზოგადოებრივ აზრს ქმნის თქვენს მუზეუმზე.

5. არის თქვენს მუზეუმში დასაჯდომი და დასასვენებელი კუთხეები? ეს შეიძლება იყოს უბრალოდ სკამები დარბაზებში, შეიძლება იყოს პატარა მწვანე კუთხეები, ბალები, კაფეები. ეს ასევე ერთ-ერთი აუცილებელი ფაქტორია მუზეუმების დღევანდელ საქმიანობაში, რადგანაც მუზეუმები საკმაოდ ინფორმაციული და დამღლეი დანესებულებებია, აქ ადამიანები ძალიან ბევრ ინფორმაციას იღებენ, ამ ინფორმაციას გადამუშავება სჭირდება, ან უბრალოდ ადამიანებს სურთ დასვენება, სუფთა ჰაერზე ჩაის ან ყავის დალევა.

6. გაქვთ მუზეუმში მაღაზია? უკვე 50-60-იანი წლებიდან ჯერ ამერიკულ, შემდეგ კი ბრიტანულ და სხვა ევროპულ მუზეუმებში აუცილებელ წესად იქცა მუზეუმის მაღაზიების გახსნა. იქ თავიდან მხოლოდ მუზეუმის ექსპონატების ასლები, სხვადასხვა ტიპის სუვენირები და შესაბამისი ლიტერატურა იყიდებოდა. თანდათანობით მათი სპექტრი გაიზარდა და დღეს ბრიტანეთის მუზეუმის, მეტროპოლიტენ მუზეუმის, ლუვრის ან თუნდაც პატარა მუზეუმების მაღაზიაში შეიძლება იპოვოთ ძალზე საინტერესო სამეცნიერო ლიტერატურა და უნიკალური ხელნაკეთი ნივთებიც. დიდი ადგილი ასეთ მაღაზიებში ეთმობა



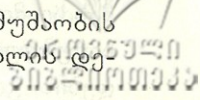


პერიოდული გამოფენის სუვენირებს, მათ კატალოგებს, ან მუზეუმის ზეუმის სიმბოლოს, ან ბრენდის და ხშირად ისინი გაცემის ძვირი ღირს, ვიდრე სხვა საქონელი.

7. ძალზე ხშირად მუზეუმების PR სამსახურები ასეთ ხერხსაც მიმართავენ, ისინი რამდენიმე თანამშრომელს სთხოვენ, რომ მათ პერიოდულად გაიარონ მუზეუმის დარბაზებში და დამთვალიერებლის თვალთ შეხედონ ყველაფერს. ხშირად მიმართავენ ანკეტირებასაც, ზედამხედველებს სთხოვენ, რომ მათ გააკეთონ ჩანაწერები იმის შესახებ, თუ რომელი კოლექციები, რომელი ნივთები ან ექსპონატები იზიდავს მეტ მაყურებელს. როგორ იქცევიან მაყურებლები, ამის მიხედვით ხდება კითხვარების შედგენა, აუდიტორიის ასაკობრივი ცენზის განსაზღვრა, ხდება ისეთი ჯგუფების კვლევა, რომლებიც არ დადიან მუზეუმებში, რატომ არ დადიან, რა არის ამის მიზეზი, ყველა დეტალს და ყველას აზრს შეიძლება გადამწყვეტი მნიშვნელობა ჰქონდეს, რადგანაც შიგნიდან ეს ნაკლი არ ჩანს. მთელი ამ ინფორმაციის მიღების შემდეგ PR სამსახური გადაამუშავებს მონაცემებს, აკეთებს მათ ანალიზს და ამ მასალაზე დაყრდნობით ადმინისტრაციას სთავაზობს თავის წინადადებათა პაკეტს სამომავლო პროგრამებისა თუ სხვა სამოქმედო გეგმების შესახებ.

PR სამსახური და მუზეუმის დიზაინერი ზრუნავენ მუზეუმის ინდივიდუალური სახის შესაქმნელად. ეს არის მუზეუმის ლოგო, დევიზი, ემბლემები, შრიფტი, სპეციალური შეფერილობის ქაღალდები, ანუ საზოგადოებაში ესა თუ ის სიმბოლო და შეიძლება ფერიც ამა თუ იმ მუზეუმთან იყოს ასოცირებული, რათა საზოგადოებამ იგი სწრაფად იცნოს, გამოარჩიოს სხვა მილიონი ბეჭდური მასალიდან. დღეს თითქმის ყველა ევროპულ და ამერიკულ მუზეუმს თავისი მკაფიოდ ჩამოყალიბებული სიმბოლიკა აქვს და ისინი ერთი შეხედვით გამოირჩევა სხვა პროდუქციისაგან.

ისევე როგორც სხვა სამსახურებს, PR-ს თანამშრომლებსაც აქვთ თავიანთი სამოქმედო გეგმა, რომელიც ჩამოყალიბებული და მკაცრად განერილია:

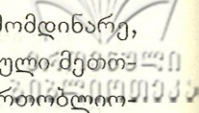
- 
1. რაში მდგომარეობს თქვენი საინფორმაციო მუშაობის მიზანი (დასწრების გაზრდა, ტიპური დამთვალეიერებლის დე მოგრაფია, ელიტარული დამთვალეიერებელი და სხვა).
  2. რა გზით და რა ვადებში აპირებთ ამის განხორციელებას.
  3. მოქმედებათა მეთოდების დასაბუთება.
  4. მეთოდის აღწერა.
  5. ყველა დაგეგმილი მოქმედების ბიუჯეტი.
  6. შეფასების მექანიზმები.

ამრიგად, როგორც მოკლე დახასიათებამ გვიჩვენა, PR ეს არის მოღვაწეობა, რომლის მიზანია, რაც შეიძლება მეტი ადამიანების მიზიდვა მუზეუმებში. ამ ორგანიზაციის ყველა წევრს კარგად უნდა ესმოდეს, რომ თითოეული მათგანის საქციელი მოქმედებს თქვენი იმიჯის შექმნაზე. მთავარი ამოცანაა ადამიანთა საკუთარი წრის შექმნა, ამ წრის გაფართოება, მათ სულსა და აზრებში მყარად შესვლა. PR – საშუალებაა, რომ ადამიანებს აუწყოს თქვენი მუზეუმების შესახებ და რაც უფრო მოხერხებულად გააკეთებს ამას, რაც უფრო ადეკვატური იქნება დაპირებები რეალობასთან, მით უფრო გაიზრდება დამთვალეიერებლების რიცხვი და უფრო წარმატებული და პოპულარული გახდება მუზეუმი.

### **გ) მარკეტინგი მუზეუმში**

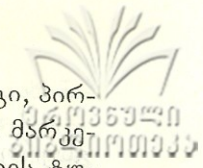
მარკეტინგის მცნება დღეს ბევრი პოსტსაბჭოთა სივრცის მუზეუმებისათვის უცხო და მიუღებელი მცნებაა. ისინი უკმაყოფილოები არიან ხალხის დიდი რაოდენობით, რადგანაც ხალხი მათ სამეცნიერო მუშაობაში უშლის ხელს, ხმაურობს, დამატებითი სამუშაო და თავის ტკივილია. მაგრამ ეს ასე ნამდვილად არ არის. დასავლური და ამერიკული მუზეუმების საქმიანობამ დაადასტურა, რომ მარკეტინგი აუცილებელი ელემენტია თანამედროვე მუზეუმის მართვის სქემაში და კარგად გააზრებული მარკეტინგული პოლიტიკის გარეშე დღეს წარმოუდგენელია წარმატებული მუზეუმის საქმიანობა. მარკეტინგი კლასიკური გაგებით არის ის, რომ ადამიანებს შესთავაზო გაცვალოს თავისი რაღაც ფასეულობა შენს ფასეულობაზე (პროდუქციაზე), რომელიც





მას სიამოვნებას მიანიჭებს. ამ განსაზღვრებიდან გამომდინარე, სამუზეუმო მარკეტინგი არის გარკვეული სტანდარტული მეტრიკების, გადანყვეტილებებისა და ინსტრუმენტების ერთობლიობა, რომელთა სამუზეუმო პრაქტიკაში დანერგვაც მეტ დამთვალიერებელს მიიზიდავს მუზეუმში. სამუზეუმო მარკეტინგის იდეა ფულის უკმარისობის გამო წარმოიშვა. დღესდღეობით არ არსებობს სახელმწიფო ან კერძო მუზეუმი, რომელიც ყოველთვის გარანტირებულად მიიღებს დაფინანსებას სპონსორებისაგან, ამიტომ ყველა მუზეუმს, მიუხედავად იმისა, რომ მათი უმეტესობა ამერიკასა და ევროპაში დღეს აუდიტორიით არის გადატენილი და ისინი ერთ-ერთი ყველაზე პოპულარული კულტურული დასვენების ცენტრებია, უწევს მარკეტინგზე ფიქრი.

დღეს, როდესაც ასეთი კონკურენტული გარემოა ყველა სფეროში, როდესაც არსებობს ამდენი აუცილებელი საინვესტიციო სფეროები, როგორცაა ჯანმრთელობა, უსაფრთხოება, ეკოლოგიური კატასტროფების საშიშროება, რატომ უნდა დედეს სახელმწიფო, მუნიციპალიტეტი ან თუნდაც კერძო სპონსორი ფულს მუზეუმებში? სამწუხაროდ, ყველა ისინი სარგებლიანობის კრიტერიუმებიდან გამოდიან. სარგებლიანობა კი მუზეუმებში ერთ კვადრატულ მეტრზე გამოფენილი შედეგების რაოდენობით კი არ იზომება (სამწუხაროდ), არამედ მაყურებლის რაოდენობით, რომლებიც მუზეუმში მოდის. ამ აუდიტორიის რაოდენობის დათვლას და მათ შთამბეჭდავ რიცხვს შეიძლება დაჰყვეს სპონსორი და ინვესტიციებმა თქვენკენ დაიწყონ წამოსვლა. თუ თქვენ ბევრი დამთვალიერებელი გყავთ, ეს ნიშნავს იმას, რომ სასარგებლო ხარტ საზოგადოებისთვის და თქვენი არსებობა გადასახადების გადამხდელი საზოგადოებისთვის სულერთი არ არის. სამწუხაროდ, დღეს კულტურის, ან ხელოვნების ორგანიზაციის სარგებლიანობაზე სამეცნიერო მიღწევებით აღარ მსჯელობენ, გაცილებით მნიშვნელოვანი გახდა საკითხი: როგორ ემსახურება ეს სამეცნიერო გამოკვლევა საზოგადოებას, როგორ უნდა გაიზომოს ეს სარგებლიანობა? ისევ ვიზიტორების რაოდენობაზე მიბრუნება მოგიწევთ.



როდესაც ტურისტი ამა თუ იმ ქვეყანაში ჩადის, იგი, პირველ რიგში, მუზეუმებით ინტერესდება; ამიტომ თვენი მარკეტინგული სამსახური მჭიდროდ უნდა თანამშრომლობდეს ტურისტულ სააგენტოებთან, უნდა გააზრებული ჰქონდეთ რა განძს ფლობენ და რისი შეთავაზება შეუძლიათ მათ დამთვალიერებლებისათვის. მათი სამოქმედო გეგმა ისე უნდა იყოს აგებული, თითქოს გაყიდული ბილეთების რაოდენობაზეა დამოკიდებული მათი სიცოცხლე და მომავალიც (თუმცა გარკვეულწილად ეს მართლაც ასეა). აქვე გვინდა დავამატოთ, რომ ბევრ წამყვან მუზეუმებში შესვლა უფასოა (ვაშინგტონის სმითსონიანის მუზეუმები, ლონდონის ბრიტანეთის მუზეუმი, ვიქტორია-გალბერტი, სურათების გალერეა, ეროვნული გალერეა და სხვა), რაც სულაც არ ნიშნავს იმას რომ მათი მარკეტინგულ სამსახურებს საქმე არ აქვთ, პირიქით, უფასოდ მუზეუმებში შესულთ იქ ყოველ ნაბიჯზე ძალზე ბევრი „ცდუნებები“ ხვდებათ და მაყურებელი იქ ხარჯავს თავის ფინანსებს და ხანდახან ეს თანხა ბევრად აღემატება ბილეთის შესასვლელ ფასს. მაგ., ეს არის მუზეუმების დასასვენებელი სივრცეები – კაფეები, ნიგნების მაღაზიები, აუდიო გიდები, უამრავი სუვენირებისათვის სპეციალური კუთხეები ან მუზეუმის მაღაზია, სადაც ისეთი სასიამოვნო ატმოსფეროა შექმნილი, რომ დამთვალიერებელი ფულის ხარჯვისას დიდ კმაყოფილებასაც განიცდის. ამავე დროს, ხშირად მოსული დამთვალიერებლები ნევრიანდებიან მეგობართა ასოციაციებში, რისთვისაც გარკვეულ თანხას იხდიან, ამიტომ მთელი რიგი შეღავათები და უპირატესობები გააჩნიათ (ამის შესახებ ქვევით). XX ს-ის 90 იანი წლების ბოლოს ამერიკული მუზეუმები არნახულ აღმავლობას განიცდის და მათ მილიონობით დამთვალიერებლები ჰყავს, განსაკუთრებით პოპულარულია იქ დროებითი დიდი გამოფენები, რომლებიც მარკეტინგული მომსახურების მთელ პაკეტებს სთავაზობს დამთვალიერებლებს. მუზეუმის მარკეტინგული აქტივობა ორი მიმართულებით უნდა წარმოებდეს:





1. მათკენ, ვისაც თქვენ უკვე იცნობთ და ვისი ვიზიტებზეც გასურთ რომ გაააქტიუროთ.

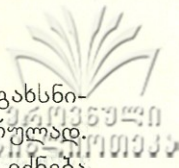
2. ისინი ვისაც თქვენ ჯერ არ იცნობთ, მაგრამ გინდათ რომ მათ თქვენს მუზეუმში იარონ. ამ სამსახურისთვის აუცილებელია იმ ადამიანთა სიების არსებობა, რომლებიც თქვენი მუდმივი დამთვალეირებლები, გულშემატკივრები და მხარდამჭერები არიან, მუზეუმის მენეჯერი ყოველთვის ეპატიჟება მათ, სთავაზობს სიახლეებს, იღებს და ითვალისწინებს მათ წინადადებებს. სამუზეუმო მარკეტინგი ასევე შეიძლება ნიშნავდეს: 1. ყურებას გარედან შიგნით და არა პირიქით, 2. ყოველთვის ვიყოთ იმის საქმის კურსში თუ რა ხდება სამომხმარებლო ბაზარზე, 3. შევეკიხოთ, და არა ვუკარნახოთ, დამთვალეირებლებს რა სურთ, რა მოსწონთ, 4. ვიზრუნოთ ყველა ამ პროცესზე ისევე, როგორც ჩვენს ექსპონატებზე 5. განვახორციელოთ ყოველივე მუზეუმის მეშვეობით.

მარკეტინგის ერთ-ერთი ძლიერი საშუალება არის რეკლამა, იგი ამავე დროს ეხმარება PR -ს. ასევე, რეკლამა ხელსაყრელია იმით, რომ მის ტექსტს თქვენ თვითონ ადგენთ, რომელიც იგი შემდეგ კომპონენტებს უნდა შეიცავდეს:

- თქვენი შეტყობინება მკაფიო მიზანს უნდა ისახავდეს.
- მიმართული უნდა იყოს გარკვეული აუდიტორიისადმი, რომელთან მისასვლელი გზაც იმ სარეკლამო საშუალებებს უნდა გააჩნდეს, რომლებსაც თქვენ იყენებთ..
- მასში უნდა იყოს რაღაც მიმზღველი, განსხვავებული სხვა ასეთი ტიპის რეკლამისაგან.
- შეტყობინება უნდა შეესაბამებოდეს იმ იმიჯს, რომელიც PR-ის სამსახურმა უკვე ჩამოაყალიბა თქვენს შესახებ საზოგადოებაში.

ასევე ძალზე დიდი გავლენის მოპოვება შეუძლიათ სიმბოლოებს, ლოგოებსა და მოკლე დევიზებს (სლოგანებს), ხშირად ისინი უფრო ეფექტურიც არის ვიდრე რეკლამა.

ხანდახან მუზეუმების ხელმძღვანელობა პრობლემების შექმნის შემთხვევებში ლობირებასაც მიმართავენ და ამისათვის ყველა თავიანთ კონტაქტებს იყენებს. ისევე როგორც სხვა შემთხვევაში, ამ დროსაც დგება სამოქმედო გეგმა ყველა დეტალის გათ-



ვლით. ლობიერების პროცესი შეიძლება მიმდინარეობდეს გახსნილად პრესის, საინფორმაციო საშუალებების წინაშე, ან ფარულად. ყველა შემთხვევაში, საკითხის გადაჭრისას (წარმატებული იქნება ის, თუ წარუმატებელი), თითოეულ იმ ადამიანს, ვინც ჩაბმული იყო ამ კომპანიაში, მადლობა უნდა გადავუხადოთ.

### **დ) განვითარების ანუ ფანდრეიზინგის – ფონდების მოძიების სამსახური**

თანამედროვე მუზეუმების სტრუქტურებში დღეს აუცილებელი რგოლი განვითარების სამსახურებია, რომლებიც მუზეუმების ცალკეული პროგრამებისათვის ფონდების მოძიებაზე მუშაობენ. როგორც უკვე აღვნიშნეთ, ოპერატიული ბიუჯეტის გაანგარიშებისას ყოველთვის რჩება ის ფინანსური დეფიციტი, რომელსაც თავად მუზეუმის მიერ გამომუშავებული შემოსავლები ვერ ფარავს, ამიტომ საჭიროა დამატებითი ძალისხმევა სხვადასხვა მიმართულებით, რათა გამოინახოს დამატებითი ფინანსები ამ პროგრამების განსახორციელებლად. მუზეუმების ზომებიდან გამომდინარე, ამ საქმეს შეიძლება ერთი კოორდინატორი ჰყავდეს, მაგრამ შეიძლება ამაზე თანამშრომელთა რამდენიმე შტატი ან ერთი განყოფილებაც მუშაობდეს და ამ საქმიანობას „ფანდრეიზინგი“ ანუ ფინანსური სახსრების მოძიება ეწოდება. ამ სამსახურში მკაცრად განსაზღვრულია ყველას საქმიანობის მიმართულებები და სფეროები. მუშაობენ სახელმწიფო უწყებებთან, კერძო ფონდებთან, საერთაშორისო ორგანიზაციებთან, კერძო ბიზნესის წარმომადგენლებთან, კორპორაციებთან. განვითარების სამსახური მჭიდროდ არის გადაჯაჭვული მარკეტინგისა და PR-ის სამსახურებთან, ასევე მუზეუმის მკაფიოდ ჩამოყალიბებულ მისიასთან და მისიის დასაბუთებასთან. მხოლოდ ამ სამსახურების ურთიერთშეთანხმებული სინქრონული მუშაობა განაპირობებს განვითარების სამსახურის წარმატებულ მოღვაწეობას, რაც საბოლოოდ მუზეუმის მიერ განხორციელებულ წარმატებულ პროექტებს უწყობს ხელს.



**ე) თანამედროვე მუზეუმების სტრუქტურული სქემების  
ვარიანტები**



მუზეუმის სტრუქტურა ძირითადად სამი კომპონენტისაგან შედგება: 1. ადმინისტრაცია 2. მცველები 3. ექსპლუატაცია ანუ განვითარება.

სწორედ ადმინისტრაცია, ანუ მუზეუმის მმართველობის უმაღლესი რგოლი ახორციელებს ყველა იმ საქმიანობას, რაზეც ამ თავში გვექონდა საუბარი. ამავე დროს, იგი ასახავს მუზეუმის ძირითად სამოქმედო გეგმას და თუ მუზეუმს სამეთვალყურეო საბჭოც ჰყავს, მასთან ერთად გამოიმუშავებს მუზეუმის პოლიტიკას. ადმინისტრაციაში ასევე შედის სხვა სამსახურებიც და ეს სქემა შემდეგნაირად გამოიყურება.

**1. ადმინისტრაცია:**

- ა. მმართველი პერსონალი – დირექტორი, მოადგილეები;
- ბ. ბუღალტერია/ბიზნესი – შედის ყველანაირი ფინანსური ოპერაციები, მათ შორის მალაზიებისა და კაფეების მართვა;
- გ. ფონდების მოძიება;
- დ. საზოგადოებასთან ურთიერთობა.

წმინდა სამუზეუმო ტრადიციული პროფესიის თანამშრომლები მუზეუმის რგოლია და იგი შემდეგი სამსახურებისაგან შედგება:

**2. მცველები/კონსერვატორები:**

- ა. კოლექციების რეგისტრაცია;
- ბ. კოლექციების მოვლა;
- გ. კონსერვაცია/რესტავრაცია;
- დ. სამეცნიერო.

**3. ექსპლუატაცია:**

- ა. გამოფენები – მუდმივი და პერიოდული;
- ბ. საზოგადოების განათლება – საგანმანათლებლო პროგრამები, საზოგადოებრივი ლექციები, სპეციალური ექსკურსიები და სხვა;

გ. ტექნიკური მომსახურება – დანადგარებისა და ტურის მართვა/უსაფრთხოება.

მუზეუმის მართვის უფრო რთული სქემა შეიძლება ასევე ითვალისწინებდეს მუშაკთა გარკვეულ ნაწილს, თუმცა მოვალეობები და ფუნქციები ერთი და იგივეა.

კონკრეტული ადამიანებით ეს სქემა ასე გამოიყურება.

**ადმინისტრაცია:** ადმინისტრაციის თანამშრომლები, მუზეუმის მეგობრების განყოფილება, საზოგადოებასთან ურთიერთობა, ბიბლიოთეკა, გამომცემლობა.

**მცველები:** მცველები, რეგისტრატორები, კატალოგიზაცია, კონსერვაცია, კვლევა.

**განათლება:** განათლების პროგრამების კოორდინატორები, დოცენტები.

**ექსპლუატაცია:** ტექნიკური პერსონალი, ზედამხედველები, დაცვის სამსახური. და ა.შ.

არსებობს მართვის სხვანაირი სქემაც.

**დირექტორი** – მას უშუალოდ (ჰორიზონტალურად) ექვემდებარება საზოგადოებასთან ურთიერთობის განყოფილება და კანცელარია.

დირექტორს უშუალოდ ექვემდებარება –

1. მთავარი მცველი, რომლის დაქვემდებარებაში არიან:

- ა. მცველები;
- ბ. რეგისტრატორები (დაცვა-აღრიცხვა);
- გ. კოლექციების მენეჯერი.

2. დირექტორის მოადგილე, რომლის დაქვემდებარებაში არიან:

- ა. გამოფენის მხატვარი;
- ბ. უსაფრთხოების სამსახურის უფროსი;
- გ. ტექნიკური აღჭურვილობის სამსახურის უფროსი.

3. დირექტორის მოადგილე ფინანსების ანუ განვითარების სფეროში:

- ა. ფონდების მოძიების კოორდინატორი;



- ბ. ბიუჯეტის მენეჯერი;
- გ. მაღაზიის მენეჯერი.
- დირექტორის მოადგილე განათლების სფეროში:
- ა. პროგრამების კოორდინატორი;
- ბ. დოცენტების კოორდინატორი;
- გ. დოცენტები.

ასეთი ტიპის სტრუქტურული რეფორმები ამერიკაში 50-60 იანი წლებიდან დაიწყო. ამავე სქემებით მუშაობს ახლა ევროპის უდიდესი მუზეუმები. 2000 წლიდან იმავე სქემაზე გადავიდა რუსეთის რამდენიმე მუზეუმიც, რომლებმაც ამ კუთხით დიდ წარმატებას მიაღწიეს.

დღესდღეობით მთელს მსოფლიოში მუზეუმები ძალზე პოპულარულია, ხოლო ამერიკაში ყველაზე პოპულარული კულტურული დანესებულებებია. მუზეუმების მესვეურნი თამამად სთავაზობენ საზოგადოებას ახალ ფორმებს, ახლებურად აწვდიან ინფორმაციას მნახველებს, რთავენ ექსპოზიციებში ფოტოგრაფიას და ფილმებს. ასევე მუზეუმის საექსპოზიციო დარბაზებში აწყობენ კონცერტებს, მუზეუმის კაფეებითა და რესტორნებით ქმნიან დამთვალიერებლისათვის თბილ, უშუალო ატმოსფეროს, რათა მუზეუმის გადაღლილმა მნახველმა ცოტა დაისვენოს და განაგრძოს დათვალიერება, იყოდოს რაც შეიძლება მეტი საჩუქარი მუზეუმის მაღაზიაში და ა.შ. მოკლედ, შექმნან ისეთი ატმოსფერო, რომ მნახველი კიდევ მოვიდეს მუზეუმში ახალ დამთვალიერებელთან ერთად.

## კოლექციების მენეჯმენტი

### რეგისტრაცია და კატალოგიზაცია

მუზეუმების შესახებ ზოგადი მსჯელობიდან გადავიდეთ უფრო კონკრეტულ, წმინდა სამუზეუმო საქმიანობებზე, რომლებიც, დროისა და მართვის სტილის ცვლებადობის მიუხედავად, მუზეუმებში ყველაზე საჭირო და აუცილებელი პროფესიები და საქმიანობებია.

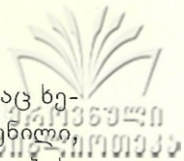
მიუხედავად იმისა, რომ მუზეუმის მცველმა უნდა კარგად იცოდეს ხელოვნების ისტორია და იყოს ამა თუ იმ სფეროში მომუშავე კარგი მეცნიერი, მისი პირველი მოვალეობა მუზეუმში არის ის, რომ მას ზუსტად უნდა ჰქონდეს აღრიცხული და დაფიქსირებული მის კოლექციაში დაცული თითოეული ექსპონატი.

რა გზას გადის ნივთი კერძო პირიდან მუზეუმის საცავამდე?

ხშირად დონორს თავად მიაქვს ნივთი მუზეუმის დირექტორთან ან კურატორთან. ხანაც პირიქით, მუზეუმის თანამშრომელი მიდის დონორთან და ადგილზე ნახულობს ნივთს. მუზეუმის თანამშრომელმა რაც შეიძლება დიდი ინფორმაცია უნდა დააგროვოს შემოსანი რეპონატზე. დგება სპეციალური კითხვარები და მათი შევსება ხდება გულდასმით, ყველა დეტალის დაცვით. ფიქსირდება ყველანაირი ინფორმაცია ნივთზე: რა ნივთია, როგორ გამოიყენებოდა, როდის და სად დამზადდა? საიდან მოხვდა იგი მფლობელთან, რამდენი გადაიხადეს და ა. შ. აქვე კეთდება ნივთის მდგომარეობის დაცულობის დაფიქსირება, თუ საჭიროა კურატორი დამატებით დაიხმარს რესტავრატორ – კონსერვატორს. ყველა ამ ინფორმაციის შეტანა ხდება მუზეუმის შემოსულობათა წიგნში, სადაც ნივთი რეგისტრირ-



დება გარკვეული ნომრით. ამას მუზეუმმცოდნეობაში სხვანაირად „რეგისტრაცია“ ეწოდება და იგი გულისხმობს ნივთისათვის მუდმივი სარეგისტრაციო ნომრის მინიჭებას მუზეუმის ან განყოფილების სარეგისტრაციო წიგნში. ამ დროს ხდება ნივთის შესახებ ყველანაირი ინფორმაციის დაფიქსირება შემოსულობათა წიგნში. ასეთ სამუშაოს მუზეუმებში სპეციალურად ამისათვის გამოყოფილი კადრები ასრულებენ, რომელთაც ამერიკულ მუზეუმებში, რეგისტრატორებს უწოდებენ. ჩვენში, მთელ რიგ მუზეუმებში, არსებობს დაცვა-აღრიცხვის განყოფილებები და სწორედ იქ ხდება შემოსულობათა წიგნებში ამ ნივთების რეგისტრაცია. ნივთის გადაადგილების შემდგომი საფეხური არის მისი გადაცემა შესაბამის განყოფილებებში, სადაც იგი უკვე მეორად რეგისტრაციას გადის უკვე განყოფილების საინვენტარო წიგნში. განყოფილებაში მას შესაბამისი ნომერი ენიჭება. სხვადასხვა მუზეუმებში რეგისტრაციის გრიფები სხვადასხვაა. მაგ., საქართველოს ხელოვნების სახელმწიფო მუზეუმს აქვს გრიფი -სხმ (საქართველოს ხელოვნების მუზეუმი) და ამა თუ იმ განყოფილებაში გადაადგილებისას მას დამატებითი ნიშნები ემატება. მაგ., სხმ/აღ - რაც ნიშნავს საქართველოს ხელოვნების მუზეუმი/აღმოსავლეთი (აღმოსავლეთის ქვეყნებისა და კულტურების განყოფილება), ან სხმ/ნაქ (ნაქარგობისა და ქსოვილების განყოფილება) და ა. შ. ამავე დროს, ექსპონატს უნარჩუნდება შემოსულობათა წიგნის ნომერიც, რომელიც, ხშირ შემთხვევაში, არ ემთხვევა განყოფილების ნომერს, მაგრამ თუ შემთხვევით, ერთ-ერთი ნომერი დაიკარგა, მეორეს ადვილად ვპოულობთ. განყოფილებებში გადასული ნივთები შემდგომ კვლავ მუშავდება მეცნიერულად, ხდება მისი ფოტოგადაღება, საკატალოგო ბარათის შედგენა, სადაც არის მოცემული მოკლე ინფორმაცია ნივთის შესახებ: ხელოვნების დარგი, ზომები, მასალა, პერიოდი, ქვეყანა. შემდგომი საფეხური ნივთის მეცნიერულ დამუშავებაში არის მისი სამეცნიერო კატალოგიზაცია და პასპორტიზაცია. კატალოგიზაციაში იგულისხმება მისი შესაბამის კოლექციებში ჩართვა ქვეყნის, ხელოვნების დარგის, შეს-



რულების ტექნიკის მიხედვით. მაგ., განყოფილებაში, სადაც ხელოვნების სხვადასხვა დარგები და ქვეყნებია წარმოდგენილი, შეიძლება მოხდეს ნივთების კატალოგების შედგენა დარგების, ქვეყნების, ზოგ შემთხვევაში, ფერწერული სკოლებისა თუ ავტორის მიხედვითაც. სამეცნიერო პასპორტის შედგენა ნივთის კვლევის შემდგომი საფეხურია, როდესაც უკვე იკრიბება სრული ინფორმაცია ნივთის შესახებ, ხდება სამეცნიერო კვლევები, პარალელური მასალის მოძიება და ნივთის სრული ატრიბუცია.

რეგისტრაციის და კატალოგიზაციის სისტემები, როგორც ცნობილია, ევროპულ მუზეუმებში შემუშავდა, იქ იხვენებოდა, სრულყოფილი ხდებოდა, მაგრამ მათი არსი ყველგან და ყოველთვის ერთი და იგივე იყო – დაფიქსირებულიყო ნივთი და მას შესაბამისი ნომერი ჰქონოდა. თანამედროვე ტექნოლოგიების განვითარებამ მრავალი ცვლილებები შეიტანა მუზეუმის ცხოვრებაში, დაიწყო ელექტრონული მონაცემთა ბაზების, ვებგვერდების შექმნა. ბევრი ამერიკული მუზეუმი დღეს ამ სისტემით მუშაობს, მაგრამ ამის პარალელურად, მაინც ყოველთვის არსებობს და იარსებებს საინვენტარო და შემოსულობათა ნიგნები, რომლებიც ამომწურავ ინფორმაციებს იძლევა კოლექციების შესახებ. ახალი ტექნოლოგიები ბევრად უფრო სწრაფია და აადვილებს მუზეუმების თანამშრომელთა შრომას, მაგრამ ეს ჯერ კიდევ სიახლეა და ბევრი ამერიკული და ევროპული მუზეუმი მხოლოდ ახლა ასრულებს მონაცემთა ელექტრონულ ბაზებში ყველა თავისი ექსპონატების შეყვანას. ახალ ტექნოლოგიებს ახალი პროფესიონალების გაჩენაც მოჰყვა. ბევრ მუზეუმებში ეს ის ახალგაზრდები არიან, რომლებიც კარგად ერკვევიან ახალ ტექნოლოგიებში და ისინი ხშირად წარმატებულად ართმევენ თავს ამ სამუშაოს, თუმცა დღის წესრიგში უდავოდ დგება მუზეუმის ტრადიციული მუშაკებისათვის – მცველებისათვის კომპიუტრების, დიგიტალური კამერების, ფაქსის მანქანების გამოყენების ცოდნის აუცილებლობაც.



## კოლექციების მოვლა-კონსერვაცია



კოლექციების მოვლა მუზეუმების საქმიანობის ერთ-ერთი ძირითადი მიმართულებაა. ყველა კარგ მუზეუმს მხოლოდ თავისი კოლექციების ნაწილი აქვს გამოფენილი მუდმივ ექსპოზიციაში. მუზეუმი, ყველა შემთხვევაში, უნდა ზრუნავდეს თავის ექსპონატებზე, გამოფენაზე იქნება ისინი თუ საცავებში. მუზეუმის ერთგვარი დაუნერვლი კანონია, რომ მას საცავებისათვის იმდენივე ფართობი უნდა ჰქონდეს, რამდენიც გამოფენებისათვის. პროპორციულად ეს ასეა გამოხატული 40-40-20, რაც ნიშნავს იმას რომ კარგ მუზეუმში 40 % სივრცისა ეთმობა გამოფენებს, 40% – საცავებს და 20% ყველაფერ დანარჩენს (ამაში იგულისხმება ოფისები, ტუალეტები, რომლებსაც ამერიკულ მუზეუმებში დასასვენებელი ოთახები ჰქვია. აგრეთვე აუდიტორიები, კაფეები, მაღაზიები და ა.შ.). ხანდახან ეს პროპორციები საკმარისი არ არის და იგი ნაწილდება 30-30-40-ზე და ამ შემთხვევაში საცავებს უფრო მეტი ადგილი ეთმობათ, ვიდრე მუდმივ ექსპოზიციებს. დაცვა და შენახვა სჭირდება როგორც ექსპოზიციებში, ასევე საცავებში არსებულ ექსპონატებს. საცავები უნდა იყოს ადვილად მისადგომი და ყველა ნივთი ადვილად საპოვნელი, ამიტომ განყოფილებებში კეთდება ტოპოგრაფიული ჩანაწერებიც ყველა ნივთების ადგილმდებარეობის დაფიქსირებით.

ხელოვნების ეროვნული ფონდის 1972წ. სტატისტიკის თანახმად, დირექტორების 33% თვლის, რომ მუზეუმებისათვის ყველაზე საჭირო სამსახური არის კონსერვაცია და მათ არ აქვთ შესაბამისი ადეკვატური პირობები.

შენობების მთლიანი კონდიციონება და კლიმატური კონტროლი მხოლოდ 50-60-იანი წლებიდან იწყება. რესტავრაცია-კონსერვაცია თავიდან ნივთებს უკეთდებოდა კერძო პირებთან. 50-იან წლებში ფოგ მუზეუმმა (სმითსონიანის ერთ-ერთი მუზეუმი) დაიწყო ზრუნვა საკუთარი ლაბორატორიისათვის. ტერმინი რესტავრატორი 50-იან წლებში კონსერვატორით შეიცვალა,

რაც ფუნქციათა უფრო ფართო სპექტრს აერთიანებდა თავის თავში. კონსერვატორების პირველი ნაკადი მომზადდა 50-იან წლებშივე ლონდონის ისტორიული და ხელოვნების ძეგლების კონსერვაციის ინსტიტუტში. ხოლო სამშობლოში დაბრუნებისთანავე მათ თავიანთი ფილიალი დააარსეს. 70-იანი წლებიდან კონსერვატორის პროფესია ერთ-ერთი ძირითადი ხდება ყველა ამერიკის მუზეუმში.

ყველა მასალა დროთა განმავლობაში იშლება და რადგანაც მუზეუმის მთავარი ფუნქცია მის მფლობელობაში მყოფი ექსპონატების მოვლაა, ამიტომ მუზეუმმა მაქსიმალურად კარგი პირობები უნდა შეუქმნას თითოეულ ნივთს, რომ ნივთმა რაც შეიძლება დიდხანს გაძლოს. ექსპონატების შინაგანი და გარეგანი სტრუქტურების ცვლილებაზე მრავალი ფაქტორი მოქმედებს, რომელთაგანაც მათი დაცვა, წინასწარი პროფილაქტიკა, ანუ პრევენციული კონსერვაცია დღეს ერთ-ერთი ყველაზე პოპულარული და მისაღები საქმიანობაა. პრევენციული კონსერვაცია გულისხმობს არა უშუალოდ ნივთზე ზემოქმედებას, არამედ მუზეუმებში ისეთი გარემოს შექმნას, რომ ნივთი მაქსიმალურად იყოს დაცული. 2003 წლის 20-23 ნოემბერს იუნესკოს მრგვალი მაგიდის სემინარზე, რომელიც კავკასიის მუზეუმების მომავალ განვითარებას მიეძღვნა, ბრიტანეთის მუზეუმების ასოციაციის წევრმა, იუნესკოს ექსპერტმა ბარბარა ვორონცოვამ დაადასტურა კონსერვაციის ასეთი მიმართულების პოპულარობა დიდ ბრიტანეთშიც და აღნიშნა, რომ იქ, მუზეუმების უმრავლესობაში დღეს კონსერვატორები პრაქტიკულად ხელით აღარც კი ეხებიან ნივთებს და მათი მთელი ყურადღება გადატანილია უსაფრთხო გარემოს შექმნაზე.

არსებობს შემდეგი გარემოებანი და საშიშროებანი, რომლებიც ექსპონატების სტრუქტურაში ცვლილებებს იწვევს:

1. ადამიანური ფაქტორი – ვანდალიზმი.
2. გარეშე ფაქტორები – ხანძარი, წყლის ჩამოსვლა, რადიაციორების გაჟონვა, მტვერი და სხვა.





3. საშიში კლიმატი საექსპოზიციო დარბაზებში – ტემპერატურისა და ფარდობითი ტენიანობის მკვეთრი ცვლილებები;
4. რადიაციული ენერგია – ულტრაიისფერი სინათლე, დღის სინათლე.
5. ბიოლოგიური საშიშროება – მწერები, ჭიები, ობი, ჩრჩილი და სხვა.
6. ზოგადი კატაკლიზმები – მიწისძვრები, ქარიშხლები.

ამერიკულ უმაღლეს სასწავლებლებში ყველა მუზეუმ-მცოდნეობის პროგრამაში ცალკე პუნქტად შეტანილია კონსერვაციისა და რესტავრაციის ზოგადი პრინციპების სწავლება. თავად კონსერვატორებს აუცილებლად მოეთხოვებათ ქიმიურ და ფიზიკურ განათლებასთან ერთად მუზეოლოგიის კურსის ღრმა ცოდნა. დარბაზებსა და ფონდებში ძირითად საკონსერვაციო საკითხებზე, რა თქმა უნდა, თავად კონსერვატორები მუშაობენ, თუმცა კლიმატური აპარატურის მაჩვენებლების თვალყურის დევნება უშუალოდ განყოფილებების კურატორებსაც შეუძლიათ.

არსებობს რამდენიმე მაჩვენებელი, რომლის ნორმებიც მკაცრად დადგენილია და მათი დაცვა აუცილებელია მუზეუმის ყველა თანამშრომლისათვის. ამავე დროს, არსებობს კონსერვაციაში რამდენიმე ძირითადი პრინციპი, რომელთა დაცვაც აუცილებელია მათთვის, ვისაც კოლექციებთან აქვთ ყოველდღიური შეხება. კერძოდ, არ გამოიყენოთ ექსპონატების მოვლისას შემდეგი ელემენტები და ფაქტორები:

1. რეზინის ლენტები.
2. ქაღალდის სამაგრები-სკრეპები.
3. სკოჩები.
4. არ გაახვიოთ და ერთმანეთზე მჭიდროდ არ დააწყოთ ქსოვილები.
5. ქაღალდი, რომელიც დიდი რაოდენობით მუყავას შეიცავს.
6. არ დაუშვან ტემპერატურის მკვეთრი ცვალებადობა.



7. არ დაუშვავთ რომ დღის სინათლე პირდაპირ ეცემოდეს ექსპონატებს, რადგანაც ეს იწვევს შეუქცევად გაფერმკრთალებას.

8. რაც შეიძლება ნაკლები სინათლე გვექონდეს ექსპონატებთან, ახლო არ მოვათავსოთ განათება და ვიხმაროთ ე.წ. ცივი ნათურები.

9. ლუმინისცენციური ნათურები ვიხმაროთ მხოლოდ დამცავი ფარებით.

10. მხოლოდ იმ შემთხვევაში ავანთოთ სინათლე საცავეებში, როდესაც ამისი აუცილებლობაა, სხვა შემთხვევაში ექსპონატები საცავეებში სრულ სიბნელეში სჯობს რომ იყოს.

ასევე ყველა სახის მუზეუმებისათვის აუცილებელი ნორმა არის სიგარეტის მოწვევის აკრძალვა არა მხოლოდ მუზეუმის შიგნით, არამედ მის მიმდებარე ტერიტორიებზეც.

განვიხილოთ რამდენიმე მახასიათებელი, რომელთა დაბალანსება აუცილებელია საექსპოზიციო დარბაზებში კოლექციების უსაფრთხო დაცვისათვის:

სინათლე – სამუზეუმო კოლექციებზე განსაკუთრებით მავნეა პირდაპირი მზის სხივი. მისადმი განსაკუთრებით მგრძობიარეა ორგანული წარმოშობის საგნები, მინა და ძვირფასი ქვები. ხელოვნური სინათლიდან განსაკუთრებით საშიშია ულტრაიისფერი ლუმინისცენციური (ე.წ. დღის სინათლე) განათება. ყველაზე დაბალი სიძლიერის განათება უნდა ჰქონდეს ნიგნებს, ხელნაწერებს, ქსოვილებს, ბოტანიკურ და ზოოლოგიურ კოლექციებს. სინათლის სიძლიერე, ამ შემთხვევაში, 56-75 ლუქს არ უნდა აღემატებოდეს. სხვა დანარჩენი ნივთების განათება შეიძლება იყოს 75 ლუქს ზევით.

თანამედროვე საექსპოზიციო დარბაზებში ბუნებრივი განათების წყაროები ძირითადად აღარ არსებობს. ყველა თანამედროვე საექსპოზიციო დარბაზი უფანჯრებოა და ხელოვნური ე.წ. ცივი განათების ნათურებით ნათდება. ამავ დროს, ხშირად ეს არ არის ერთიანი დარბაზის განათება, არამედ ე.წ. წერტილოვანი განათება, როდესაც განათებულია ცალკეული



ვიტრინები ან საგნები. თუ სამუზეუმო ექსპონატები ძველ-ბურჟუაზიზმის შენობებშია განთავსებული, ფანჯრები საგულდაგულოდ არის დახშული. ხშირად ეს არის ორმაგი შტორები, გარედან მუქი, რომლებიც დღის სინათლეს აკავენ, ხოლო შიგნიდან თეთრი, ღია ფერის ფარდები.

**ტემპერატურა:** ტემპერატურული რეჟიმი მუზეუმში ზამთარ-ზაფხულ თანაბარი უნდა იყოს (+18 გრადუსის ფარგლებში). თუ ფონდებში ტემპერატურა სხვადასხვაა, მაშინ ნივთიერების შემადგენლობის სპეციფიკიდან გამომდინარე, ისინი შემდეგნაირად განლაგდება – მშრალ და ნათელ ოთახებში განლაგდება სახვითი ხელოვნების, ორგანულ მასალათა კოლექციები, ქსოვილი, ტყავი, ფოტომასალა, ზოოლოგიური და ბიოლოგიური მასალები.

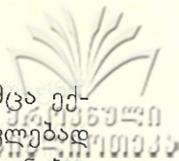
შედარებით ნესტიან, ნოტიო და ბნელ საცავებში შეიძლება შევინახოთ მინა, ქვა, კერამიკა, ფაიფური.

მშრალ, შედარებით ცივ ოთახში შეიძლება განლაგდეს თაბაშირის, მინის, ლითონის საგნები.

საფონდო ოთახებს სჭირდება ტემპერატურისა და ტენიანობის ზუსტი დაცვა, რადგანაც ბევრი მასალა ვერ უძლებს ტემპერატურათა ცვალებადობას. ასეთებს მიეკუთვნება არქეოლოგიური კოლექციები, მათთვის ასევე საშიშია ზედმეტი სიმშრალე და ბევრი მზე.

არსებობს ტემპერატურულ-სეზონური ცვალებადობა და დღიური ცვალებადობა. სასურველია, თუ სეზონური ცვალებადობა 5%-ზე მეტი არ იქნება.

**ფარდობითი ტენიანობა.** ძალზე მნიშვნელოვანი მახასიათებელი სამუზეუმო დარბაზების კლიმატური პირობებისათვის, არის ფარდობითი ტენიანობა, რაც გულისხმობს გარკვეულ კვადრატულ ერთეულზე ტემპერატურისა და ჰაერში წყლის რაოდენობის ურთიერთშეფარდებას. ზოგჯერ მუზეუმებში ფარდობითი ტენიანობის მაჩვენებელი უფრო მნიშვნელოვანია, ვიდრე ჩვეულებრივი ტემპერატურის. მისი მაჩვენებელიც პერიოდულად უნდა მონიტორინგდეს და რეგულირდებოდეს. საშუალო



ფარდობითი ტენიანობის მაჩვენებელი არის 40%, თუმცა ექსპონატები მისადმიც, მასალის მიხედვით, მეტ-ნაკლებად მგრძობიარენი არიან. ტენიანობის ცვალებადობის მაჩვენებელიც ისევე, როგორც ტემპერატურისა, არ უნდა აღემატებოდეს 5%ს. მუზეუმების რესტავრატორები, კურატორები და დარბაზების ზედამხედველები სისტემატურად უნდა ამონებდნენ ტემპერატურისა და ტენიანობის რეჟიმებს, ამისათვის არის სპეციალური მონაცხობილობები – ფსიქომეტრები და თერმომეტრები, ასევე თვითაღმრიცხველი ფსიქომეტრები, რომლებიდანაც საჭიროა პერიოდულად ინფორმაციის შეკრება და კლიმატური რეჟიმის მუდმივი თვალყური. ჭარბი ტენიანობის დროს საჭიროა გათბობის გაძლიერება და შენობის განიავებაც, თუმცა ზამთარში განიავება რეკომენდებული არ არის. ის შენობა, რომელიც არ თბება, უნდა სისტემატურად ნიავედებოდეს ისეთ ამინდებში, როდესაც არ არის მკვეთრი ტემპერატურული ცვალებადობა გარეთ და შენობაში.

როდესაც ნივთი გარედან შედის ან მუზეუმის შენობიდან გადის სხვა შენობაში, აუცილებელია მისი აკლიმტიზაცია, ანუ თანდათანობით შეგუება სხვა გარემოსთან და არა სწრაფად შეტანა ან გამოტანა საცავებიდან.

გარდა ამ ზემოჩამოთვლილი მაჩვენებლებისა, მუზეუმებში სხვა ათობით ინსტრუქცია და წესი მუშაობს კოლექციების შენახვის, გადაადგილების, შეფუთვის და ა.შ. მიმართულებით. ამ ყველა საქმიანობას უფრო დანვრილებით რესტავრატორ-კონსერვატორები ახორციელებენ ფონდებისა და განყოფილებების თანამშრომლებთან ერთად, თუმცა ამ შემთხვევაში გადამწყვეტი ხმა მანც რესტავრატორებს ეკუთვნით.

**უსაფრთხოება**

მუზეუმის ნორმალური და სწორი ფუნქციონირებისათვის ერთ-ერთი გადამწყვეტი ფაქტორი მისი უსაფრთხოების სისტემებია. უსაფრთხოება მოიცავს შენობების, საცავების, საექსპო-



ზიციო დარბაზების, თანამშრომლების, დამთვალეირებლების უსაფრთხოების დაცვას. ის ასევე მოიცავს კოლექციების დაცვას, მოვლას, მათ დაზღვევას ფინანსური და ფიზიკური საფრთხისა და კოლიზიებისაგან.

დაცვის სამსახური ზოგ შემთხვევაში პოლიციური ქვეგანაყოფებია, თუმცა ძირითადად ისინი მაინც სამოქალაქო პირები არიან, რომელთაც ჰყავთ მუზეუმის დირექტორზე დაქვემდებარებული კაპიტანიც. უსაფრთხოების სამსახურს აქვს დამხმარე ალჭურვილობაც, რომლის მეშვეობითაც იგი უფრო ადვილად ასრულებს მასზე დაკისრებულ მოვალეობებს. ეს არის ცეცხლისა და კვამლის მოძრაობის დეტექტორები, სიგნალიზაცია, სათვალთვალო კამერები, რაციები. თითქმის ყველა დიდ კარგად ალჭურვილ უსაფრთხოების სამსახურს აქვს მონიტორებიდან თვალყურის დევნების დანადგარებიც. ხანძარსა და ნაღმდევგოდ მუზეუმების გასასვლელებში და რამდენიმე სხვა ადგილას უნდა იყოს C2-იანი გაზის ბალონები, რომლებიც საჭიროების შემთხვევაში სწრაფად აქტიურდება, თავისთავად დისტანციურად ირთვება და სწრაფ ეფექტს იძლევა. ასევე აუცილებელი და ეფექტურია ღამის მორიგეობები. უმეტეს მუზეუმებში უსაფრთხოების სამსახურის მუშაკებს უნიფორმები აცვიათ. ზოგიერთ დამთვალეირებელს ასეთი ფორმები სამხედრო ან პოლიციურ ნაწილებს მოაგონებს, რაც მათ გაღიზიანებას იწვევს, ამიტომ ზოგან ასეთი ფორმები არ აცვიათ და მხოლოდ სპეციალური ნიშნებით გამოირჩევიან სხვა თანამშრომლებისაგან. მაგ., ბენაკის მუზეუმის (საბერძნეთი) დაცვა პოლიციელებით არ არსი დაკომპლექტებული სწორედ ამ მიზეზით, მაგრამ მათ მაინც ერთნაირი ლურჯი პიჯაკები, ლურჯი მაისურები აცვიათ და ჰალსტუხები უკეთიათ.

როგორც აღვნიშნეთ, ყველა წამყვან მუზეუმებში დღესდღეობით კამერების თვალყურის დევნების უსაფრთხოების სისტემებია დამონტაჟებული. ისინი ძირითად საკვანძო პუნქტებშია დაყენებული და მთელი ინფორმაცია დისპეტჩერთან მრავალმონიტორიან პულტზე გადაეცემა. უსაფრთხოების სამ-



სახურები ასევე ფართოდ იყენებენ სტანდარტულ ფოტოგადაღებებს.

ექსპონატების უსაფრთხოებისათვის ასევე ძალზე გავრცელებული ხერხია მათი დაზღვევა. თითქმის ყველა ცნობილი სურათი უნდა დაიზღვეს სადაზღვევო კომპანიებში და მათი მოპარვის შემთხვევაში კომპანიები მუზეუმებს ზარალს უნაზღაურებენ.

მიუხედავად უსაფრთხოების სისტემების ყოველდღიური გაუმჯობესებისა, მუზეუმები მაინც მნიშვნელოვან ზარალს ნახულობენ გაქურდვების შედეგად. შემოგთავაზებთ რამდენიმე სტატისტიკურ მონაცემს, რომლებიც დამშვიდების საშუალებას ნამდვილად არ იძლევა:

1976 წელს ავინიონის მუზეუმიდან პიკასოს 118 ნამუშევარი მოიპარეს.

1985წ. მეხიკო-სიტის ანტროპოლოგიის ეროვნული მუზეუმიდან 114 პრეკოლუმბიური ხანის ნივთი გაუჩინარდა.

1986წ. დუბლინის ერთ-ერთი კერძო კოლექციონერისაგან გაიტაცეს 40 მლნ. დოლარად შეფასებული 17 ძველი ოსტატის ტილო.

1987 წელს ნიდერლანდების კრიოლერ-მოლერის ნაციონალური მუზეუმიდან სამი ვან-გოგის ტილო გაუჩინარდა. ვან-გოგის ტილოები, ალბათ, ყველაზე ძვირფასი დანაკარგია, რადგანაც მისი ტილოები უკანასკნელ ხანს ყველაზე რეკორდულ ფასად იყიდება აუქციონებზე. 1990 წელს ცნობილი „ირისები“ 54 მლნ. დოლარადად გაიყიდა. 1990 წლის მონაცემებით სურათების ქურდობით მიყენებულმა ზარალმა 2 მილიონ დოლარს მიაღწია და სტატისტიკით ეს რიცხვი მხოლოდ ნარკოტიკებით ვაჭრობას ჩამორჩება. ისიც აღსანიშნავია, რომ მოპარული ნივთების მხოლოდ 12% უბრუნდება კანონიერ მფლობელებს.



## კოლექციების გამოყენება და ინტერპრეტაცია

### მუდმივი ექსპოზიციები

იმის შემდეგ, რაც განვიხილეთ მუზეუმების სტრუქტურა, დავაფიქსირეთ ყველა შემოსული ნივთი, ჩვენ დავდევით სხვა ამოცანის წინაშე, თუ როგორ გამოვიყენოთ მუზეუმის კოლექციები. პრინციპში მუზეუმის საქმიანობის ეს ბოლო მიმართულება მის მისიას ამომწურავს და სრულს ხდის. ინფორმაციის გადაცემის სწავლის ფუნქცია სხვა დაწესებულებებსაც აქვთ, მაგრამ მხოლოდ მუზეუმში ხდება ნამდვილი ორიგინალური ნივთების ამ მისიისათვის გამოყენება. მუზეუმებში ეს ხდება გამოფენების საშუალებით და ამ გამოფენების თანამდევი საგანმანათლებლო საქმიანობით და პროგრამებით.

XIX ს-ის ბოლოს წმინდა სახის კვლევითი მუზეუმებიდან ისინი საგანმანათლებლო კვლევით დაწესებულებებად გადაკეთდა. 1829 წელს სმითსონიანის ინსტიტუტის დამაარსებელმა ჯეიმს სმითსონმა დატოვა ფული, რომლის დახმარებითაც მუზეუმს ხელი უნდა შეეწყოს „ცოდნის გაღრმავებისა და გავრცელებისათვის საზოგადოებაში“. ამ დროიდან მუზეუმები უკვე განიხილებოდა როგორც საგანმანათლებლო დაწესებულებები.

როგორც უკვე აღინიშნა, მუზეუმში ყოველთვის ორი ტიპის გამოფენები თანაარსებობს – მუდმივი ექსპოზიციები და პერიოდული გამოფენები. სამწუხაროდ, დღესაც საკმაოდ დიდია იმ დამთვალიერებელთა რიცხვი, რომელთაც მუზეუმების ეს მუდმივი ექსპოზიციები და გამოფენები წარმოუდგენიათ როგორც საკმაოდ ჭუჭყიანი, სტატიური ვიტრინებისა და ინსტალაციების ერთობლიობა, რომლებიც წლების მანძილზე არ იცვლება.



გამოფენა არის არა საგანთა უბრალო განთავსება სივრცეში, არამედ რამის მოყოლაც ანუ ამ ნივთების ინტერპრეტაცია. გამოფენა ნიშნავს, რომ საგანს ემატება კიდევ სხვა რამ იმისათვის, რომ მას საგანმანათლებლო და ინტერპრეტაციის ფუნქცია, ანუ გამოფენის ფუნქცია გაამართლოს.

გამომდინარე იქიდან, რომ სამუზეუმო საქმიანობის, თავად მუზეუმის შესახებ, წარმოდგენას ადამიანები მისი გამოფენების მიხედვით ადგენენ. მოსამზადებელი სამუშაოები, რაც გამოფენებს უნდა უძღოდეს წინ, ძალზე მნიშვნელოვანია. ყოველთვის უნდა გავითვალისწინოთ ისიც, თუ რას მოელის დამთვალიერებელი გამოფენიდან და რატომ მიდის დასათვალიერებლად მუზეუმებში, რა პროდუქტს და სერვისს სთავაზობენ ისინი საზოგადოებას. საინტერესოა აღვნიშნოთ აქვე, რომ ის რაც დამთვალიერებლებს უნდათ რომ მიიღონ მუზეუმებიდან, ყოველთვის ის არ არის, რაც მუზეუმის პროფესიონალებს უნდათ რომ შესთავაზონ მათ. ამიტომ მუზეუმების თანამშრომლების მისიაა, რომ მათ ორივე მხრიდან შეისწავლონ გამოფენები. ამავე დროს, ერთმა დამთვალიერებელმა შეუძლებელია მთლიანად დაათვალიეროს მუზეუმის ყველა გამოფენა. ამიტომ მუზეუმის მხატვრებისა და კურატორების ვალია ისეთი ტიპის გამოფენები შესთავაზონ მათ, რომ ისინი კიდევ მობრუნდნენ მუზეუმში, ან რაც შეიძლება მეტი ინფორმაცია დარჩეთ ასეთი ვიზიტებიდან.

კარგ გამოფენას რამდენიმე მახასიათებელი აქვს:

1. ის უნდა იყოს უსაფრთხო და დაცული.
2. უნდა იყოს კარგად და ადვილად აღსაქმელი – ყველა საგანი; უნდა კარგად ნათდებოდეს, მკაფიოდ იყოს გამოყოფილი.
3. ყველა ნივთი თვალს უნდა ხვდებოდეს.
4. ექსპონატები უნდა კარგად გამოიყურებოდეს – იყოს სუფთა და გულმისასვლელი მნახველებისათვის. თუ საჭიროება მოითხოვს, გაუკეთდეს კონსერვაცია.





5. გამოფენამ უნდა მიიზიდოს მნახველის ყურადღება – იგი უნდა ასწავლიდეს, სტიმულს აძლევდეს, ემოციებს ბადებდეს და აბსტრაგირების სურვილს უჩენდეს დამთვალეირებელს. პრინციპში მუდმივ ექსპოზიციებში ადამიანი უნდა რამდენიმე წუთით ან თუნდაც წამით შეჩერდეს.

6. გამოფენა თავად უნდა იყოს საინტერესო და ფასეული – როდესაც მაყურებელი ჩერდება გამოფენაზე, იგი კონტაქტში შედის მუზეუმთან. მუზეუმმა არ უნდა გაუცრუოს მაყურებელს იმედი, სხვა შემთხვევაში იგი მუზეუმში აღარ დაბრუნდება.

7. გამოფენა გემოვნებით უნდა იყოს გაკეთებული – პატივისცემის გრძნობას უნდა უჩენდეს დამთვალეირებელს, უნდა იყოს საინტერესო ეთნიკური და რელიგიური უმცირესობებისათვისაც. მუზეუმის ყველა თანამშრომელი, სამეთვალყურეო საბჭოდან დაწყებული მცველებით დამთავრებული, მოვალეა, რომ საზოგადოების სამსახურში იყოს ჩაყენებული, გაითვალისწინოს მისი თავისებურებები და მოთხოვნები, ხელი შეუწყოს მის უფრო მეტ განათლებას და, ამავე დროს, ესთეტიური ტკობა მიანიჭოს დამთვალეირებელს, რადგანაც სამუზეუმო საქმიანობა უფრო ხელოვნებაა, ვიდრე მეცნიერება, ამავე დროს საკმაოდ რთული ხელოვნება, რომელიც მრავალი პროფესიონალის ერთობლივ ძალისხმევას და სკრუპულოზურ დაგეგმვას მოითხოვს.

სამუზეუმო დარბაზების სწორი და კარგი დაგეგმვა რამოდენიმე ფუნდამენტალურ პრინციპს ემყარება

1. კარგი განმარტებები და წარწერები, რომლებიც ყველა საჭირო ინფორმაციას იძლევა გამოსაფენ საგნებზე. ისინი კარგად უნდა ჩანდეს და მკაფიოდ იკითხებოდეს.

2. დაცული უნდა იყოს წონასწორობა ექსპონატებსა და წარწერებს შორის; ჩანდეს, რომ ისინი ერთმანეთს ეკუთვნის და ორივეს ერთი მიზანი აქვს.

3. გამოფენის კარგი დიზაინი – ექსპონატების გემოვნებით განლაგება, ფერის, სინათლის, სივრცის სწორი გამოყენება.



რას ნიშნავს გამოფენისათვის წარმატება? მუზეუმის ისევე როგორც ბიზნესი დებს ინვესტიციებს, აფართოებს და ზრდის კაპიტალს რაღაც ახალი პროდუქტის მიღებით. ამ შემთხვევაში, მუზეუმის კაპიტალია ფული, საგამოფენო სივრცე, ექსპონატები, თანამშრომლების ცოდნა და ენერჯია. მუზეუმის თანამშრომლები გარკვეულ ანაზღაურებას იღებენ, რათა ეს კაპიტალი ეფექტურად დაიხარჯოს. ეფექტურობა ამ შემთხვევაში მთავარი კრიტერიუმია. თუ არმია ეფექტური არ არის, იგი ბრძოლას აგებს, თუ სხეული დაავადდა, იგი შეიძლება მოკვდეს კიდევაც. არაეფექტური ბიზნესი კი შეიძლება გაკოტრდეს.

სანამ მუზეუმი, ან იქ მონყობილი გამოფენა, ეფექტური გახდება, უნდა კარგად დაითვალოს და ფულად ეკვივალენტში გამოიხატოს თუ რა ჯდება გამოფენის მონყობა. ხშირად ჩვენ ვითვლით თუ რა ჯდება გამოფენა, მაგრამ ვერ ვგებულობთ რას სწავლობს გამოფენიდან მაცურებელი.

ისევე როგორც ბიზნესში, გამოფენა უნდა ასახავდეს რაღაც იდეას და ჩვენ ამისაგან უნდა გარკვეულ შედეგს ველოდეთ. უნდა გადაწყდეს თუ რა გამოიფინოს, როგორ, როდის და რატომ. ისევე, როგორც მუზეუმს აქვს მისია და მიზანი, გამოფენასაც უნდა ჰქონდეს მიზანი. გამოფენის მხოლოდ იმისათვის გაკეთება, რომ თავისუფალი საექსპოზიციო ყუთი შეივსოს, არასწორია. გამოფენები ყველა სოციალური ფენის მიზიდვის მიზნით უნდა კეთდებოდეს, მას უნდა სწავლობდეს დამთვალიერებელი. რაზეა საჭირო ყურადღების გამახვილება? სანამ გამოფენის მონყობას დავინწყებთ, კარგად უნდა ვიცოდეთ თუ რა გვინდა, რისი თქმა გვინდა გამოფენით და როგორ მივალწვეთ მიზანს. მხოლოდ წინასწარ ჩამოყალიბებული კონცეფციის შემთხვევაშია შესაძლებელი გამოფენამ შედეგს მიაღწიოს. გამოფენის საბოლოო მიზანი არ არის მხოლოდ კოლექციები ან მუზეუმი, ან დამთვალიერებელი ცალკე ადებულები. საბოლოო მიზანია, რომ ადამიანთა გონებაში მოხდეს იმ ფასეულობების დამკვიდრება, რაც ჩვენი გამოფენის მიზანი იყო. სწორედ ამის გამო არსებობს მუზეუმი, სწორედ ეს არის მისი წარმატების გა-





რანტია და რაც უფრო ეფექტურად ახორციელებს იგი ამ საქმეს, მით უფრო კარგად ასრულებს თავის მისიას.

იმისათვის, რომ გავიგოთ რამდენად ეფექტურია გამოფენები, ბევრი მუზეუმი კითხვარებისა და გამოკვლევების მეთოდსაც მიმართავს. კითხვარები ხშირად გამოფენების დარბაზებშივეა განთავსებული ან ამას სტუდენტები, ან ვოლონტიერები აკეთებენ. ამ კითხვარების შედეგებს მუზეუმების მარკეტინგის თანამშრომლები უნდა სწავლობდნენ და ითვალისწინებდნენ მათ შედეგებს მომავალ საქმიანობაში.

მუდმივი ექსპოზიციების დაგეგმვის სხვადასხვა მიდგომა არსებობს:

1. ერთგვაროვანი ექსპონატები – მაგ., ფერწერის ექსპოზიციები, სადაც ექსპონატები გარკვეული სისტემით ეპოქების, სკოლების ქვეყნების მიხედვით არის განთავსებული.

2. შერეული ექსპოზიცია – როდესაც ერთი ეპოქის ყველა დარგის ექსპონატები ერთად განთავსდება საგამოფენო სივრცეში და მთლიან, ამომწურავ ინფორმაციას იძლევა ხელოვნების ამა თუ იმ პერიოდზე, ქვეყანაზე. ამავე კონტექსტში ბევრი მუზეუმი ხშირად მიმართავს ისეთ მეთოდს, როდესაც მთლიანი ტაძრის ან საცხოვრებელი სახლის, ან სასახლის ინტერიერის რეკონსტრუქცია ხდება საგამოფენო დარბაზებში.

3. ე.წ. გახსნილი საცავები – ეს სრულიად ახალი მიდგომაა და ამერიკის მხოლოდ რამდენიმე მუზეუმშია დანერგილი (მეტროპოლიტენ მუზეუმი, ნიუ-იორკის საისტორიო საზოგადოების მუზეუმი). ეს წარმოადგენს დიდ შემინულ საფონდო თაროების რიგებს, რომლებზეც მთელი საფონდო მასალა ჩვეულებრივად არის განლაგებული ყოველგვარი წინასწარი შერჩევის გარეშე. ღია საცავებში წარმოდგენილი მასალა შეიძლება იყოს შერეული – თიხა, ფაიფური, ლითონი, ქსოვილი, ან ერთგვაროვანი – მხოლოდ ფაიფური ან ქანდაკება, ან რაიმე სხვა მასალა. ასეთი საცავები არის ერთგვარი სასწავლო მასალა დამთვალიერებლისათვის. ხშირ შემთხვევაში მათ ახლავს კომპიუტერულ მონაცემთა ბაზა და თითოეულ დამთვალიერებელს შეუძლია ნების-



მიერ მისთვის საინტერესო ნივთზე ამომწურავი მასალა ექვე დარბაზში მოიძიოს, შექმნას თავისი სასწავლო საგანმანათლებლო პროგრამა. ტერმინი გახსნილი ფონდი სწორედ იმას ნიშნავს, რომ არაფერი დამალული არ არის, არ არის გამოყოფილი და ყველაფერი იმავე პრინციპითაა დალაგებული, როგორც ეს ფონდებში გვხვდება.

4. საგნების მიხედვით მიდგომა-გამოფენა კეთდება ნივთებით, რომლებიც სხვადასხვა კოლექციებიდან შემოდის, რათა შედგეს საგანმანათლებლო გამოფენა. ასევე ხდება ნივთის არჩევა, მოთავსება საექსპოზიციო სივრცეში, კვლევა, წარწერების გაკეთება, განათება.

### **იდეური მიდგომა**

XX ს-ის 60-იანი წლებიდან დაიწყო ახალი მიდგომა, რომელიც მუზეუმის საგანმანათლებლო ფუნქციას ეფუძნება. ამ მიდგომის თანახმად:

1. გამოფენა რალაც იდეას უნდა ახმოვანებდეს.
2. ხდება ნივთების შერჩევა ამ კონტექსტის მიხედვით და გამოიყენება სხვადასხვა მედია, რათა იდეა სრულყოფილად გაიხსნას.
3. ყველაფერი ერთ მთლიანობას ემსახურება და ეს არის გამოფენის კონცეფცია.

### **საუკეთესო არის კომბინირებული მიდგომა.**

ამ შემთხვევაში კურატორი არჩევს ერთდროულად საგანს და იდეას.

მუზეუმის ყველა თანამშრომელს გააზრებული უნდა ჰქონდეს, რომ გამოფენა მუზეუმის მნიშვნელოვანი ამბის ნაწილს მოუთხრობს მაყურებელს. გამოფენათა უმრავლესობა შედგება ექსპონატების, განმარტებების, ფოტოების, დამხმარე ელექტრონული საშუალებების ერთიანობისაგან. გამოფენას უნდა ჰქონდეს ერთიანი სათაური, დამატებითი წარწერები, განმარტებები, რუკები, დიაგრამები და ყველაფერი ის, რაც დაგვეხმარება მაყურებლისათვის ექსპონატების შესახებ ამომწურავი ინფორმაციის მიწოდებაში. საბოლოოდ, მუდმივი ექსპოზიციე-



ბისადმი თანამედროვე მოთხოვნები შემდეგნაირად შეიძლება ჩამოყალიბდეს:

*მიზნისა და ინტელექტუალური კონტექსტის მიხედვით*

1. ესთეტიკური ანუ სასიამოვნო 2. ფაქტობრივი 3. კონცეპტუალური;

*საგნების ურთიერთდამოკიდებულების მიხედვით* – 1. ჰორიზონტალური, როდესაც ესა თუ ის მოვლენა ერთ მომენტში, დროის ერთ მონაკვეთშია ნაჩვენები ან 2. ვერტიკალური, როდესაც საგანი ან მოვლენა ნაჩვენებია განვითარებაში დროსა და სივრცეში.

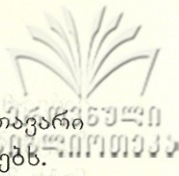
*ექსპოზიციის დაგეგმვის მიხედვით* – 1. ღია საცავეები ყოველგვარი დაგეგმვის გარეშე, 2. ღია საცავეები გარკვეული დაგეგმვით. მაგ., ნივთების სახეობების ან მასალის მიხედვით 3. ნივთების ჩვენება 4. იდეის ჩვენება 5. კომბინირებული მიდგომა.

ბალანსის დაცვა სწავლასა და გართობას შორის მუზეუმის წარმატებული საქმიანობის განმსაზღვრელი კრიტერიუმია. მუზეუმის უპირველესი ამოცანაა ესთეტიკური სიამოვნება მიანიჭოს მაყურებელს. მაგრამ, ამავე დროს, მიანოდოს მას გარკვეული ცოდნა თავად ამ ექსპონატების, ეპოქის, ადამიანების გარემოს შესახებ, სადაც ეს ნივთები იქმნებოდა.

დღეს ამერიკულ მუზეუმებში მუდმივი ექსპოზიციების მოწყობას ავალებენ არა მუზეუმის კურატორებს (თუმცა, რა თქმა უნდა, თავად კონცეფცია და ექსპონატების შერჩევა მათ მიერ ხდება), არამედ პროფესიონალ მონვეულ მხატვრებს და ექსპოზიციის დიზაინერებს. მაგრამ უნდა ისიც გავითვალისწინოთ, რომ მუზეუმში მოსვლა დამთვალეირებლისათვის უნდა ნიშნავდეს არა სკოლაში წასვლას, არამედ გართობას. მუზეუმებში დამთვალეირებელი ძირითადად ზოგად ცოდნას იღებს ამა თუ იმ თემაზე, მოვლენაზე ან ცალკეულ საგანზე.

### **დროებითი გამოფენები**

დროებითი გამოფენების მოწყობისას იგივე კრიტერიუმები მოქმედებს, რაზეც წინა პარაგრაფში გვქონდა საუბარი. დროებითი ანუ პერიოდული გამოფენა განსხვავდება მუდმივი



ექსპოზიციისაგან რამდენიმე ასპექტით და ერთ-ერთი მთავარი არის ის, რომ იგი „შოუ-ბიზნესიდან“ სესხულობს მიდგომებს.

„შოუ-ბიზნესი“ არის სანახაობები, რომლებიც ფართო მასებისა და აუდიტორიისათვის არის განკუთვნილი. მან შეიძლება ამისათვის სახვითი ხელოვნების ნიმუშებიც გამოიყენოს, მაგრამ პრინციპში მისი მიზანი ფართო მასების მოზიდვაა. იგი იყენებს ყველაფერს – ფერს, ხმას, მოძრაობას, ბევრ ძალზე უცნაურ და ხანდახან შოკის მომგვრელ საშუალებებს, რათა მიიზიდოს აუდიტორია.

შოუ ბიზნესი მუზეუმებთან მიმართებაში ეს არის ყველა ტექნიკური საშუალებებისა და ხერხების გამოყენება, რომ რაც შეიძლება მეტი ხალხი მოიზიდოს გამოფენაზე. ისინი იყენებენ შოუ ბიზნესის ისეთ ხერხებს როგორცაა: მუსიკალური გაფორმებები, მუსიკალური ფანტანები, შენობების განათება, ბილ-ბორდები, ბანერები, რომლებიც გამოფენის შესახებ გვაუწყებენ, ასევე მუზეუმის ლოგოები მაღაზიების გარკვეულ ნაწარმზე – კალმისტრებზე, თეფშებზე, კატალოგებზე, ხანდახან სპეციალური ფორმებიც უსაფრთხოების სამსახურისათვის. ყველაფერი ეს არ არის გამოფენის საგანმანათლებლო ფუნქცია, ამას თავად გამოფენა ახორციელებს, მაგრამ ეს არის მაცურებლის მომზადება გამოფენისათვის. არსებობს ორი ფუნდამენტური პრინციპი 1. „თუ არ იცი შოუ ბიზნესი, არ იცი ბიზნესი“ და 2. მუზეუმის ბიზნესი (საქმიანობა) არის განათლება და არა გართობა“. ორივე ეს დებულება მისაღები, ფასეულია და მუზეუმის თანამშრომლებმა უნდა მიიღონ ორივე ეს დებულება, მაგრამ მთავარი არის ის, რომ არსებობდეს ბალანსი ამ ორ მიმართულებას შორის (განათლება-გართობა). როდესაც ადამიანი მუზეუმში მოდის, მან უნდა სიამოვნება მიიღოს და დატკბეს, მაგრამ, ამავე დროს, უნდა რაღაც ცოდნაც მიიღოს და ეს უნდა მოხდეს არა რომელიმე მიმართულების დაჟინებული აქცენტებით, არამედ მსუბუქად, ოსტატურად, ისე რომ დამთვალიერებელმა არ იგრძნოს ზენოლა.





ამერიკული მუზეუმების მენეჯმენტსა და, საერთოდ, მუზეუმების სტრუქტურაში დროებით ანუ პერიოდულ გამოფენებს მნიშვნელოვანი ადგილი უჭირავს. დღესდღეობით, თანამედროვე მუზეუმების დანიშნულება (მისია), იყოს გახსნილი ფართო მასებისათვის, იყოს განათლების კერა, სასწავლო-საგანმანათლებლო, და, ამავე დროს, კულტურული დაწესებულება ყველაზე უკეთ ასეთი გამოფენების მეშვეობით ხორციელდება. სწორედ ამ გამოფენებზე მოსული აუდიტორია არის ყველა იმ სერვისისა და მომსახურების პაკეტის მომხმარებელი, რასაც ესა თუ ის მუზეუმი ამზადებს და სთავაზობს საზოგადოებას.

თუ ამერიკული მუზეუმების ისტორიას გადავხედავთ, დავინახავთ, რომ მათი წარმოშობის პირველ პერიოდში აქცენტი გადატანილი იყო მუზეუმების მუდმივ ექსპოზიციებზე. ამავე დროს, როდესაც XX ს-ის 20-იანი წლებიდან დაიწყო კურატორების პროფესიული მომზადება და გამოშვება, რამაც ხელი შეუწყო მუზეუმების სამეცნიერო კვლევითი მიმართულების წინ წამოწევისას. ამ პერიოდში მრავალი საგულისხმო შრომა, გამოკვლევა დაიწერა, დაისახა ძირითადი მიმართულებები ამერიკულ ხელოვნებათმცოდნეობაში.

XX ს-ის მეორე ნახევრიდან ამერიკაში დაგროვილი დიდი ფინანსური პოტენციის გამო ევროპის ქვეყნები იძულებულნი იყვნენ ჩაეკეტათ საზღვრები და მიეღოთ საკანონმდებლო აქტები, რათა ოდნავ მაინც შეეჩერებინათ ხელოვნების ნიმუშების გადინება ამერიკაში. ამ პერიოდიდან კოლექციების შევსების ერთადერთ წყაროდ აუქციონებილა რჩებოდა და იქაც, უკვე, აქა-იქ თუ გამოჩნდებოდა შედევრები.

ამ სიტუაციიდან გამომდინარე, მოხდა მუზეუმების მისიათა რეორიენტაცია. ყურადღება გამახვილდა შიდა ინტერესებზე, რაც სამეცნიერო მუშაობასა და კონსერვაციას მოიცავს, გარე ინტერესებზე, ანუ საზოგადოებასა და აუდიტორიაზე. დღის წესრიგში დადგა დროებითი გამოფენების მოწყობა და ამ გამოფენების მეშვეობით ხალხის მუზეუმებში მოზიდვა. თანდათანობით ასეთი გამოფენები იმდენად, მნიშვნელოვანი და აუ-



ცილებელი გახდა მუზეუმებისათვის, რომ ჩიკაგოს ხელოვნების ინსტიტუტის დირექტორი მათ „დიდი მუზეუმების სასიცოცხლო სისხლსაც უწოდებს“. სტატისტიკური მონაცემებით დადგენილია, რომ ასეთი გამოფენები ეხმარება მუზეუმებს მოიზიდონ, შეინარჩუნონ და გაზარდონ თავიანთი აუდიტორიები. ასეთ გამოფენებზე მოსული ადამიანები გარდა იმისა, რომ უამრავ ახალ ინფორმაციას იღებენ მუზეუმებში, თავადაც საკმაო სახსრებს ტოვებენ აქ განთავსებული სუვენირებისა და ნიგნების მაღაზიებში, კაფეებსა და რესტორნებში. ასეთი გამოფენები ხელს უწყობს მუზეუმების ხელმძღვანელებს გაზარდონ მუზეუმის მეგობართა ჯგუფები, დაპატიჟონ ისინი გახსნებზე, სამეცნიერო კონფერენციებზე, სემინარებზე, შეღავათიანი მომსახურება შესთავაზონ მათ მუზეუმების სერვის ცენტრებსა და მაღაზიებში. მაგ., თანამედროვე ხელოვნების მუზეუმში მიმდინარე პიკასოს გამოფენის დროს, მუზეუმს 14 000 ახალი მეგობარი შეემატა.

60-იანი წლებიდან ყველა ამერიკულმა მუზეუმმა დაიწყო ასეთი გამოფენების გამართვა, პიკს ეს მაჩვენებელი 1972 წელს აღწევს, როცა წელიწადში 55 პერიოდული გამოფენა ეწყობა.

ასეთი გამოფენები განსხვავდება ზომით და ფორმატით. ისინი შეიძლება იყოს:

1. გამოფენა საკუთარი კოლექციებიდან.
2. კერძო პირის კოლექცია.
3. კოლექცია სხვა მუზეუმებიდან და კერძო პირებიდან, რომელიც შეიძლება ასევე იყოს სხვა ქვეყნებიდანაც. უკანასკნელი ორი ტიპის გამოფენებს მოძრავ გამოფენებსაც უწოდებენ. ეს გამოფენები შეიძლება იყოს 2-3-კვირიანი და 3-6თვიანი. რაც უფრო დიდი და ძვირადღირებულია გამოფენა, მით უფრო ცდილობენ ორგანიზატორები, რომ ისინი რამდენიმე ქალაქში აჩვენონ ხანგრძლივი დროით.

მესამე კატეგორიის გამოფენებში გამოირჩევა განსაკუთრებით პოპულარული, კინოს ენით რომ ვუნოდოთ, ბლოკბას-



ტერ გამოფენები. არსებობს ასეთი გამოფენების განსაზღვრის 3 კრიტერიუმი:

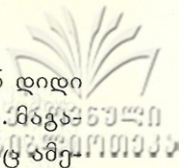
1. წინასწარ, სპეციალურად გაყიდული ბილეთები (თუმცა ზოგიერთ ასეთ გამოფენაზე შესვლა უფასოა, მაგ., სმისონიანის მუზეუმებში).

2. დიდი რაოდენობის აუდიტორია.

3. რიგები.

ამერიკაში ხუთთვიანი მივლინების პერიოდში მრავალ გამოფენას, გახსნას დაესწრებივარ, მაგრამ, თუ ამ კრიტერიუმებით ვიმსჯელებთ, ასეთ “Blockbuster” გამოფენად მხოლოდ ნიუ-იორკში ნატურალური ისტორიის მუზეუმში გახსნილი ეინშტეინის გამოფენა ჩაითვლება, რადგანაც რიგები ბილეთებსა და შესვლაზე მხოლოდ აქ იყო.

ამ ტიპის გამოფენების ძალზე გონებამახვილურ განსაზღვრებას იძლევა ხელოვნებათმცოდნე ალბერტ ელსენი – „ბლოკ-ბასტერი“ – ეს არის დიდი ზომის გამოფენა რომელზეც ხალხი, რომელიც საერთოდ არ დადის მუზეუმებში, რამდენიმე საათიან რიგში დგას“. ჩვენს ქართულ რეალობაში ასეთი მხოლოდ ორი გამოფენა – ჰამერის კოლექცია და ფრანგი იმპრესიონისტების გამოფენა მახსოვს თბილისში. ხოლო თუ ქართული უახლესი რეალობიდან მოვიყვანთ მაგალითს, საკმაოდ კარგად ორგანიზებულ გამოფენათა ამ ნუსხას ზუგდიდის მუზეუმის გამოფენაც – „საგანძური დადიანების სასახლეებიდან“ შეიძლება მივეუმატოთ (2002), რადგანაც ეს გამოფენა სწორედ ახალი მენეჯმენტის თვალსაზრისითაც იყო საინტერესო, დაწყებული ძალზე კარგად ილუსტრირებული კატალოგით, სარეკლამო კომპანიით და შესასვლელში მსურველთა დიდი რიგებით დამთავრებული. უკანასკნელ პერიოდში ჩატარებულ წარმატებულ დროებით გამოფენებად შეიძლება ასევე ჩაითვალოს საქართველოს ეროვნულ მუზეუმში ჩატარებული დროებითი გამოფენები – „ოქრომრავალი კოლხეთი“ (იანვარი-აგვისტო 2005) და „ისლამური კოლექციები ხელოვნების მუზეუმიდან“ (5-12 ივნისი, 2005).



„ბლოკასტერ-გამოფენა შეიძლება ზომით ძალიან დიდი არც იყოს, მაგრამ მას საოცარი წარმატება ხვდეს წილად. მაგალითად, ტუტანხამონის საგანძურის გამოფენა, რომელიც ამერიკაში გაიმართა (და რომელიც პირველ გამოფენად ითვლება ასეთი გამოფენების გრძელ სიაში), მხოლოდ 57 ნივთისაგან შედგებოდა, რასაც არაფრით არ შეუშლია ხელი იმისათვის, რომ გამოფენას ბევრი რეკორდი მოეხსნა. არის ასევე ე.წ. სიურპრიზი ბლოკასტერ-გამოფენები, რომლებიც მოულოდნელად წარმატებული აღმოჩნდება ხოლმე და ყველა პროგნოზს აბათილებს, ასეთი გამოფენების რიცხვს მიეკუთვნება, მაგ., რენუარის გამოფენა ჩიკაგოს ხელოვნების ინსტიტუტში, რომელიც 354 000 კაცმა მოინახულა.

დროებით გამოფენებს ამერიკაში უწოდებენ “Show”-ს და არა “Exhibition”-ს რაც იმაზე მეტყველებს, რომ მიდგომა მათდამი ისეთივეა, როგორც ეს შოუ-ბიზნესში ხდება.

კედელზე ჩამოკიდებული სურათები – ეს მხოლოდ გამოფენის ერთი ნაწილია, რასაც წინ ხანგრძლივი მოსამზადებელი სამუშაოები უსწრებს. ეს ბევრ კომპონენტს გულისხმობს, მაგ., ყველა იმ ქვეყნებთან და მუზეუმებთან მოლაპარაკებების ხარჯებს, დადებულ კონტრაქტებს, სადაზღვევო და ტრანსპორტირების ხარჯებს, სამეცნიერო კატალოგის მოსამზადებელ სამუშაოებსა და ბეჭდვას. რაც შეეხება გამოფენებთან დაკავშირებულ სარეკლამო სამუშაოებს, ისინი უკვე ასეთი გამოფენების განუყოფელი და ხშირად განმსაზღვრელი ფაქტორიცაა. მზადდება გამოფენის თემატიკისადმი მიძღვნილი სხვადასხვა ტიპის სუვენირული ნაწარმი დაწყებული კალმისტრებისა და საფერფლეებიდან, ძვირფასი ლითონის საიუველირო ნაწარმით დამთავრებული, იბეჭდება კალენდრები, ბარათები, აუდიო, ვიდეო მასალა. ეს უკანასკნელი ფართოდ გამოიყენება გამოფენის მიმდინარეობისასაც, ექსპოზიციის ერთ რომელიმე კუთხეში მოწყობილია ე.წ. სასწავლო კუთხეები, სადაც შეიძლება მაყურებელმა ნახოს ფილმები, დაათვალიეროს კატალოგები მიძღვნილი ამ გამოფენისადმი. მაგ., ვატიკანის კოლექციების გამო-





ფენის ორგანიზება ფილიპ მორისს 3 მილიონი დოლარი დაუჯწული და, ხოლო ამ გამოფენის რეკლამირების ხარჯები დამატებითი 2 მილიონი დოლარი.

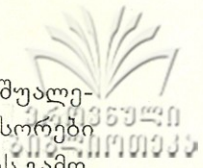
თავად გამოფენების გახსნა ძალზე ამაღლებული, საზეიმო პროცესია მისი ყველა ორგანიზატორისა და თანამშრომლებისათვის. ისინი იხსნება რამდენიმეჯერ და ერთ-ერთი მთავარი არის გახსნა პრესისათვის. ცალკე იმართება გახსნა მუზეუმის მეგობრების, მეცნიერების, მუზეუმის მსხვილი სპონსორებისა და საბოლოოდ ფართო აუდიტორიისათვის. ამ გახსნისათვის საზოგადოებას თითქმის ორი-სამი კვირა ამზადებენ შესაბამისი სტატიებით, სატელევიზიო და რადიო გადაცემებით.

უკვე გამოფენის გახსნის შემდეგ ორგანიზატორები თავიანთ სასწავლო აუდიტორიებში საზოგადოებას სთავაზობენ სხვადასხვა ლექციებს, სემინარებს, ხშირად საერთაშორისო სიმპოზიუმებს, რომელშიც გამოფენაზე მონაწილე ქვეყნების ცნობილი მეცნიერები იღებენ მონაწილეობას. იმართება თემატური საღამოები და კონცერტები.

ამერიკული მუზეუმები ცნობილია თავისი საგანმანათლებლო პროგრამებითა და მათდამი უდიდესი ყურადღებით. ასეთი პროგრამები მზადდება დროებითი გამოფენებისათვისაც. პროგრამები გათვლილია ძალზე ფართო აუდიტორიაზე, სხვადასხვა ასაკის, ასევე სოციალური ჯგუფების და რაიმე დეფექტის მქონე ადამიანების ჯგუფებისათვის. დღესდღეობით ამერიკული მუზეუმების 90 % სწორედ ასეთ სასწავლო პროგრამებზეა ორიენტირებული.

როგორც დროებითი გამოფენების ძალზე ზოგადი მიმოხილვიდან ჩანს, ისინი ძალზე მასშტაბურია და მათი მომზადება საკმაოდ დიდ ფინანსებსა და დროს მოითხოვს. საშუალოდ თითო ასეთი გამოფენის მომზადებას 4-5- წლის მუშაობა სჭირდება.

იქიდან გამომდინარე, რომ სწორედ განსაზღვრული აქცენტები და მიმართულებები საზოგადოების უფართოეს ფენებს მოიცავს, მუზეუმების ხელმძღვანელებს არ უჭირთ ასეთი ტიპის გამოფენებისათვის დაფინანსების მოზიდვა და ძალიან ხში-



რად ეს დაფინანსება შერეული ტიპისაა და მათ იმის საშუალებაც აქვთ, რომ ამოირჩიონ მათთვის სასურველი სპონსორები და უარი თქვან ზოგიერთებზე გარკვეული მოსაზრებების გამო. ამერიკაში ფინანსირების ოთხ ძირითად წყაროს გამოყოფენ:

1. ფილანტროპები (ბიზნესმენები, კერძო პირები).
2. კონცერნები (მსხვილი ფირმები და სანარმოები).
3. ფონდები.
4. სახელმწიფო დაფინანსება.

თავად მუზეუმების დაფინანსების ისტორია სამ პერიოდად იყოფა:

1. ფილანტროპების პერიოდი – როდესაც ყველა დიდი გამოფენა ძირითადად კერძო პირებისაგან ფინანსდებოდა XIX ს. 70-იან და XX ს. 50-იანი წლები.

2. გარდამავალი პერიოდი – როცა კერძო პირების გვერდზე უკვე სახელმწიფო და ფედერალური სამსახურები აფინანსებენ მუზეუმებს (60-70-იანი წლები).

3. ფონდების პერიოდი (80-იანი წლები). დღესდღეობით სჭარბობს შერეული დაფინანსება.

აქვე საინტერესოა გადავხედოთ სტატისტიკას თუ რომელი სპონსორი რას აფინანსებს: კერძო ფილანტროპები უფრო ხშირად თავიანთი კოლექციების გამოფენებსა და კლასიკურ ანუ მათთვის უფრო მარტივად გასაგებ სახვითი ხელოვნების გამოფენებს აფინანსებენ, მსხვილი კონცერნები და ფონდები ისეთ გამოფენებს, რომლებიც ფართო აუდიტორიას იზიდავს. სახელმწიფო და ფედერალური ბიუჯეტებიდან კი წმინდა სამეცნიერო-კვლევითი გამოფენები ფინანსირდება, რომლებსაც ძალიან დიდი მასშტაბის მაცურებელი შეიძლება არ ჰყავდეს, მაგრამ წმინდა სამეცნიერო თვალსაზრისით მნიშვნელოვანია მეცნიერების ამა თუ იმ დარგისათვის.

დღესდღეობით დროებითი გამოფენები ამერიკული მუზეუმების მოღვაწეობის ერთ-ერთი ყველაზე აქტიური, მართალია, საკმაოდ ძვირფასი, მაგრამ, ამავე დროს, შემოსავლიანი საქმიანობაა, რომელსაც, რა თქმა უნდა, ყველა მუზეუმი ერთი და





იმავე წარმატებით ვერ ასორციელებს. მაგ., მეტროპოლიტენ მუზეუმი წელიწადში დაახლოებით 20-28 ასეთ გამოფენას აწყობს, რომლებიდანაც 4-5, ალბათ, მაინც ბლოკბასტერია. მათი ხარჯები 100 000 დოლარიდან 1 000 000 დოლარამდე და ზევით მერყეობს.

რა თქმა უნდა, დღევანდელი ჩვენ მიერ წარმოდგენილი მასალა ძალზე შორს არის ქართული რეალობიდან, მაგრამ ალბათ სხვა ქვეყნების გამოცდილების გათვალისწინება და ცოდნა მომავალში შეიძლება საწინდარი გახდეს ქვეყნისათვის ამ უმნიშვნელოვანესი დანესებულების – მუზეუმის გაცოცხლებისა და მასში ახალი ენერჯის შთაბერვისათვის.

## მუზეუმების დამთვალეირებლები

მუზეუმები აგროვებენ, აფიქსირებენ, იცავენ და შეისწავლიან და ინტერპრეტაციას უკეთებენ ნივთებს და კოლექციებს. ინტერპრეტაციის ერთ-ერთი სახეობა – სამეცნიერო გამოკვლევები აუდიტორიას მიენოდება პუბლიკაციების სახით. მეორე სახის ინტერპრეტაცია – პირდაპირი ზემოქმედება აუდიტორიაზე ხორციელდება გამოფენების, ექსკურსიების, ლექციების მეშვეობით. უფრო ზოგადი ტერმინი რომ ვიხმაროთ, მუზეუმის საგანმანათლებლო საქმიანობით. ექსპონატები განმარტებების, გარკვეული სისტემატიზაციისა და შერჩევის გარეშე ვერ შეასრულებს თანამედროვე მუზეუმში საგანმანათლებლო ფუნქციას.

ინტერპრეტაცია ეს არ არის ცალკე ვაკუუმში არსებული განყენებული მცნება. ეს არის საუბარი მუზეუმის თანამშრომლებსა (მათ შორის სტუდენტებსა და მასწავლებლებს) და დამთვალეირებელს (როგორც მუზეუმის პროდუქტის მომხმარებლის) შორის.

მუზეუმი ისევე როგორც სხვა ნებისმიერი ბიზნესორგანიზაცია უნდა იზიდავდეს „მომხმარებელს“, სწავლობდეს მის მოთხოვნილებებს, აკეთებდეს ანკეტირებას, აღრიცხვა-სტატისტიკას თუ რამდენი დამთვალეირებელი მიდის მუზეუმში წლიურად და შემდეგ ამის საფუძველზე აკეთებდეს მომავალი საქმიანობისათვის სწორ გათვლებს.

ტურიზმი ამ შემთხვევაში ძალიან მნიშვნელოვანი ფაქტორია. მაგ., 1990წ ლოს-ანჯელესის ტურიზმის ინდუსტრიაში მხოლოდ იაპონელმა ტურისტებმა 1/2 მილიონი დოლარი ჩადეს. 1960 წლის ამერიკული სტატისტიკით მუზეუმები და ისტორიული ქალაქები უფრო მეტ მნახველს იზიდავდა, ვიდრე ნებისმი-





ერი სპორტული სანახაობა და ეს რიცხვი 3 ჯერ აღემატებოდა თავად ამერიკის მოსახლეობას. ამავე დროს, თავად მუზეუმების დამთვალეიერებლები სხვადასხვანაირები არიან. მათ ნაწილს ურჩევნია თვითონ დაათვალიეროს გამოფენები, ნაწილი უპირატესობას ექსკურსიამძღოლებს ანიჭებს, ნაწილი ინფორმაციას აუდიო-ვიდო მასალით და სპეციალურად მოწყობილი სასწავლო კუთხეებიდან იღრმავებს. ხელოვნების ისტორიის კარგად მცოდნე მაღალპროფესიონალ გიდს, ხანდახან ჩვეულებრივმა გიდმა შეიძლება აჯობოს, რომელიც ადგილობრივ ლეგენდებს, ხუმრობებს და საოცარ ისტორიებს ყვება მარტივ, ყველასათვის გასაგებ ენაზე.

როგორ გავხადოთ მუზეუმი მიმზიდველი და პოპულარული დამთვალეიერებლებისათვის? პირველ ყოვლისა, იგი უნდა იყოს ხელმისაწვდომი და ადვილად მისაგნები. შეიძლება მსოფლიო მნიშვნელობის კოლექციები გქონდეთ, მაგრამ პოტენციურმა მაყურებელმა თუ არ იცის სად მდებარეობს იგი, როგორ მოვხვდეთ, რა დღეებში და როგორი განრიგით მუშაობს, რა ღირს შესვა და ა.შ. ამ ინფორმაციის უქონლობის შემთხვევაში მუზეუმი ათასობით პოტენციურ მაყურებელს ჰკარგავს. დამთვალეიერებელს უნდა შეეძლოს მუზეუმში მოვიდეს საზოგადოებრივი ტრანსპორტით, თავისი მანქანით და ა. შ. მაგრამ დღეს ესეც არ არის საკმარისი. დღევანდელი მსოფლიოს წამყვან მუზეუმებთან არის გაკეთებული სპეციალური შესასვლელი, ლიფტები, პანდუსები მოძრაობაშეზღუდული და ინვალიდებისათვის.

უკეთესია, თუ მუზეუმის მთავარი შესასვლელი ადვილად საპოვნელია და, ამავე დროს, სადა, ხაზგასმულად გამორჩეული. უკეთესია, რომ ეწეროს „კეთილი იყოს თქვენი მობრძანება“ ან რაღაც ამის მსგავსი წარწერა, რაც მუზეუმის გახსნილობაზე მიუთითებს და ყოველთვის კარგ განწყობაზე აყენებს დამთვალეიერებელს. რაც უფრო მომღიმარია მომსახურე პერსონალი, რომელსაც დამთვალეიერებელი მუზეუმში შემოსვლისას ხვდება, მით უფრო დადებითია შთაბეჭდილება მთლიანად



მუზეუმის შესახებ. სტატისტიკით დამტკიცებულია, რომ ხშირად პირქუში უსაფრთხოების სამსახურის მუშაკები მუზეუმების აუდიტორიის დაკარგვის მიზეზიც გამხდარან.

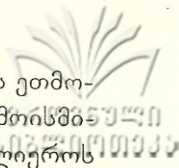
მუზეუმის ფოიე არის მაცურებლების და დამთვალეიერებლების შეხვედრის ადგილი და, ამავე დროს, ათვლის წერტილი, საიდანაც მუზეუმი იწყება. სასურველია, თუ იგი ფართო და ნათელი იქნება, რათა დიდი ჯგუფები მიიღოს. ამავე დროს, იგი კონფორტულიც უნდა იყოს, რათა მეგობრების შეხვედრის ადგილადაც გადაიქცეს. აქედან იწყება მოძრაობა იმ მიმართულებებით, რაც დამთვალეიერებელს აინტერესებს – საექსპოზიციო დარბაზებში, მალაზიებში, კაფეებში, სასწავლო ცენტრებში, დასასვენებელ ოთახებში (ტუალეტი); ხოლო სიმბოლოები, მიმართულებებისა და დარბაზების, სართულების აღმნიშვნელი სტენდები, მუზეუმის გეგმა ფოიეში თავსდება. აქვე უნდა იყოს გარდერობი. ძალზე მნიშვნელოვანია ტუალეტები, რომლებსაც ამერიკულ მუზეუმებში დასასვენებელ ოთახებს უწოდებენ, რომლებიც სასურველია რომ ყველა სართულზე იყოს (ზოგიერთ ასეთ ოთახებში ბავშვების პამპერსების გამოსაცვლელი მაგიდებიც დგას). მუზეუმის თანამშრომელი მუზეუმს ყოველთვის უყურებს შიგნიდან გარეთ, ანუ თავისი პოზიციიდან, მაშინ როდესაც თანამედროვე მენეჯმენტის მთავარი მოთხოვნაა მას მომხმარებლის პოზიციიდან, ანუ გარედან შიგნით შევხედოთ, რათა უკეთ დავინახოთ ის ნაკლი, რაც საზოგადოების სამსახურში მყოფ მუზეუმს გააჩნია.

მუზეუმის თანამშრომელი მზად უნდა იყოს ყველანაირი სახის ინფორმაცია მიანოდოს მომხმარებელს – ქალაქის რუკები, მეზობელი მუზეუმების დასახელებები, ინფორმაცია მუზეუმში მიმდინარე კულტურული ცხოვრების შესახებ. მუზეუმის მალაზიებში უნდა იყიდებოდეს ყველა სახის ბეჭდური მასალა – გზამკვლევები, სამეცნიერო კატალოგები, მიმდინარე გამოფენების კატალოგები, საფოსტო ბარათები და სხვადასხვა სახის სუვენირები. სასურველია, თუ მუზეუმს, გამორჩეულ ლოგოსთან ერთად, ერთი რომელიმე განსაზღვრული ფერის, კომპოზი-



ციის განმასხვავებელი ნიშნები აქვს, რომლებსაც იგი იმეორებს ყველა თავის ბექდურ მასალაში, გზამკვლევებში, რუკებში, მაყურებელს საშუალებას აძლევს გამოარჩიოს სხვა მასალიდან მუზეუმის სახე, იგი რალაც გარკვეულ სტერეოტიპად აღიბექდება მაყურებლების ცნობიერებაში. აუცილებელია მუზეუმებში იყოს კაფეტერიები, სადაც დამთვალიერებელი მსუბუქად ისაუზმებს და განაგრძობს დათვალიერებას. ზოგიერთ დიდ მუზეუმებში არის ასევე რესტორნები და ბარებიც.

ღია ცის ქვეშ მუზეუმებში ამერიკასა და ევროპაში მიღებულია ე.წ. ცოცხალი ისტორიების ინსტალაციები, როდესაც მსახიობები ამა თუ იმ ეპოქის სამოსში გამოწყობილები მაყურებლისათვის წარმოდგენებს მართავენ. ასეთივე ტიპის სანახაობები იმართება ზოგიერთ ეგზოტიკურ მუზეუმებშიც. მაგ., მე საშუალება მქონდა მონაწილეობა მიმელო ჩაის ცერემონიალში ფილადელფიის იაპონური ბალის მუზეუმში. ეს ცერემონია წელიწადში მხოლოდ ორჯერ იმართება და დამთვალიერებლებს საშუალება აქვთ ტრადიციულ იაპონურ კიმონოებში გამოწყობილებმა დაათვალიერონ ორიგინალური იაპონური სახლი და გიდთან ერთად ჩაის მომზადების რიტუალშიც მიიღონ მონაწილეობა, რაც საბოლოოდ სახლის მთავარ დარბაზში ჩაის დაყენებით და სმით მთავრდება. ასეთი ტიპის ექსკურსიების დროს გიდი ხსნის ყველა დეტალს, სიმბოლოს და ღრმად წვდება მოვლენებს. ძალზე მიღებულია ასევე ამერიკულ მუზეუმებში ღია კარის დღეები, როდესაც მუზეუმები მთელი დღე უფასოდ არის ღია დამთვალიერებლებისათვის დილიდან ღამის 12 საათამდე. მეტროპოლიტენ მუზეუმში ასეთი დღე არის შაბათი და ამ დღეს, საღამოთი, ფოიეს დიდ აივანზე სიმფონიური ორკესტრიც უკრავს და ირგვლივ განლაგებულ მაგიდეებზე მაყურებლებს შეუძლიათ მუსიკას მოუსმინონ და მსუბუქი გამაგრილებელი სასმელები დალიონ (არა ალკოჰოლური). ძალზე პოპულარულია ამერიკის ერთ-ერთი უძველესი ფილადელფიის მუზეუმის ცნობილი ოთხშაბათისა და პარასკევის მუსიკალური საღამოებიც. ამ დღეს მუზეუმის ცენტრალური კიბის მიმდებარე



სივრცე სხვადასხვა ქვეყნების მუსიკალურ კოლექტივებს ეთმობა და 3-4 სთ-ის განმავლობაში მათთვის შეუძლია მონაწილეობა ეს მუსიკალური ჰანგები და, ამავე დროს, დაათვალიეროს მუზეუმის ზოგიერთი დარბაზებიც, რომლებიც ამ დღეებში გვიანობამდე ღიაა. ასეთ ღონისძიებებზე დასწრებას ცალკე საფასური არ აქვს, მისი ღირებულება მუზეუმის საერთო ღირებულებაში შედის. თუმცა ზოგიერთ მსურველს შეუძლია საგულდაგულოდ მონაწილეობა კაფეებში მსუბუქი ვახშამი მიირთვას გამაგრებლად სასმელებთან ერთად (ეს სივრცე სრულიად იზოლირებულია საექსპოზიციო დარბაზებიდან).

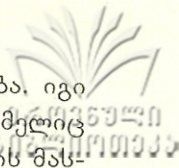


## სამუზეუმო განათლება

სამუზეუმო განათლება დღესდღეობით მუზეუმების საქმიანობის ერთ-ერთი უმთავრესი ნაწილია. მუზეუმებს ჰყავთ სპეციალური თანამშრომლები, რომლებიც ბავშვებთან მუშაობენ და განყოფილებებიც, რომლებიც ამ საგანმანათლებლო პროგრამებს ამზადებენ და სკოლებს ემსახურებიან. საგანმანათლებლო პროგრამებს დღევანდელი მუზეუმების საქმიანობის 90 % აქვს დათმობილი. ასეთი პროგრამები კეთდება როგორც მუდმივი, ასევე პერიოდული გამოფენებისათვის. ხშირად პროგრამებისათვის ცალკე სივრცეებია გამოყოფილი, რომლებსაც საგანმანათლებლო, სასწავლო ცენტრები ჰქვია, თუმცა პროგრამები ხშირად საექსპოზიციო დარბაზებშიც ტარდება.

განსხვავდება მიდგომა საგანმანათლებლო პროგრამებისადმიც – კეთდება არა მთლიანი, დამლელი პროგრამები, რომლებიც მთელ ექსპოზიციებს მოიცავს, არამედ პროგრამები მხოლოდ რამდენიმე ექსპონატზე, ეპოქაზე ან კოლექციაზე, ან თუნდაც ერთ დეტალზე.

საგანმანათლებლო პროგრამები კეთდება საზოგადოების ყველა ფენისათვის. განსაკუთრებული აქცენტი კეთდება სოციალურად დაუცველ ფენებზე, ეთნიკურ უმცირესობებზე, ინვალიდებზე; განსაკუთრებული აქცენტი გადატანილია ბავშვებზე. მუზეუმებს მუდმივი კავშირი აქვს სკოლასთან. თუ მუზეუმს არ ჰყავს დიდი შტატი განათლების მუშაკებისა, მას აუცილებლად ჰყავს ერთი თანამშრომელი, ვინც სისტემატურად მუშაობს სკოლის მასწავლებლებთან, ან ვოლონტიერებთან, ე.წ. დოცენტებთან, რომლებმაც ბავშვებს საგანმანათლებლო პროგრამები უნდა გააცნონ და ექსკურსიები ჩაუტარონ. ტიპური საგან-



მანათლებლო პროგრამა დიდი გულისყურით მუშავდება. იგი შედგება სასწავლო-საგანმანათლებლო მასალისაგან, რომელიც წინასწარ მუზეუმში მოსვლამდე გადაეცემათ სკოლებს შსს-წავლებლებს. იგი შედგება ე.წ. მასწავლებლის პაკეტისაგან და თავად საბავშვო პროგრამისაგან. მასწავლებლის პაკეტი შეიცავს ამომწურავ ინფორმაციას ამა თუ იმ გამოფენაზე, ან თემაზე, რაც, რა თქმა უნდა, კურატორებთან არის შეთანხმებული და მათი მეცნიერული განმარტებები საგნებსა და მოვლენების შესახებ არის გამარტივებული და ინტერპრეტირებული იმ ასაკის მაყურებლისათვის, ვისთვისაც არის განკუთვნილი პროგრამა.

ამერიკაში ერთ-ერთი მივლინების დროს, მე გახლდით ნიუ ჰემპშირის შტატის კინ სტიუტ კოლეჯის სამხატვრო გალერეის სტუმარი. ჩემი ვიზიტის და, საერთოდ, გრანტის მიზანი იყო (ამერიკის მუზეუმების ასოციაციის გრანტი „მუზეუმებს შორის საერთაშორისო თანამშრომლობა“) გაკეთებულიყო სასწავლო პროგრამა ქართულ ხელოვნებაში ჩემი მუზეუმის ექსპონატების მასალებზე დაყრდნობით კინ სტიუტ კოლეჯის სტუდენტებისათვის და ყველა მსურველისათვის. ამ პროგრამაზე მუშაობისას ჩემთვის ყველაზე საინტერესო აღმოჩნდა სხვადასხვა ასაკის სტუდენტებისა და ბავშვებისათვის ერთი და იგივე საგანზე და ნივთზე მუშაობა, როდესაც აუდიტორიის ასაკიდან გამომდინარე, ნივთის შესახებ მისი ფსიქოლოგიური განვითარების დონისა და ერუდიციის შესაბამის ინფორმაციას აწვდი.

თანამედროვე საგანმანათლებლო პროგრამებში ძალზე გავრცელებული პრაქტიკაა ასევე ერთი და იმავე რაოდენობის ნივთებით სხვადასხვა სასწავლო პროგრამების კეთება. მაგ., ხელოვნების ისტორიაში, ისტორიაში, გეოგრაფიაში, ფიზიკასა და ქიმიაშიც კი. საბავშვო ასაკის პროგრამებში მნიშვნელოვანი ადგილი ეთმობა შემეცნებითი საქმიანობის გარდა ისეთ აქტიურ საქმიანობას, როდესაც ბავშვი თავისი ხელით აკეთებს, აფერადებს, ეხება ნივთს, რაც განაპირობებს მის ცნობიერებაში ხელოვნების ნიმუშებისა და ზოგადი მცნებების დამკვიდრებას.



## კანონები, სამუზეუმო ეთიკის ნორმები, საერთაშორისო სამუზეუმო გაერთიანებები

ამრიგად, ყოველივე ზემოთქმულიდან გამომდინარე, შეიძლება ჩამოყალიბდეს რამდენიმე ძირითადი დებულება და მიმართულება, რითაც მუზეუმის მუშაკებმა შეიძლება იხელმძღვანელონ:

1. საექსპოზიციო სივრცეებს ძირითადად მუზეუმების საერთო ფართის 1/3 უჭირავს.

2. ყოველდღიურ სამუზეუმო საქმიანობაში მთავარი არის – ა) უსაფრთხოება, ბ) სისუფთავე, გ) ფართო აუდიტორიაზე ორიენტაცია.

3. მუზეუმის მთავარი საქმიანობა უნდა იყოს საზოგადოების განათლება და მთელი ფინანსური, ინტელექტუალური ძალისხმევის და შესაძლებლობების სწორედ ამ მიმართულებით მიმართვა.

4. სწორად წარმართული მუზეუმის მართვა უნდა რამდენიმე მიმართულებით განხორციელდეს.

5. კოლექციები – მათი აღნუსხვა, ფიქსაცია, კვლევა და დაცვა.

6. გამოფენები.

7. სამეცნიერო მუშაობა და სხვა სახის საქმიანობა.

8. კოლექციების გამდიდრება – ყველა ექსპონატი უნდა იყოს ფასეული ესთეტიკური და მხატვრული კუთხით.

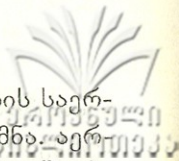
რამდენიმე ათეული წელია მსოფლიოს წამყვან ქვეყნებში მუზეოლოგია ცალკე სამეცნიერო მიმართულებად ჩამოყალიბდა. წამყვან უმაღლეს სასწავლებლებში არსებობს ასეთი კურსები. მუზეუმების პროფილიდან გამომდინარე, წმინდა ხელოვ-



ნებათმცოდნეობის თვალსაზრისით (ისტორიულ, საბუნებისმეტყველო ცოდნის გარდა), ისწავლება ისეთი დარგები და დისციპლინები, რომლებიც კურსდამთავრებულებს საშუალებას მისცემს სხვადასხვა პროფილის მუზეუმებში იმუშაონ. მუზეოლოგია/მუზეუმმცოდნეობის პროგრამები ძირითადად ითვალისწინებს ბაკალავრისა და მაგისტრის დიპლომებიანი სპეციალისტების მომზადებას. ასეთ პროგრამებში სტუდენტთა ჩარიცხვისას უპირატესობა ენიჭებათ, ზოგადად, ჰუმანიტარული განათლების მქონე სტუდენტებს (ისტორია, ანტროპოლოგია, ხელოვნების ისტორია, ფსიქოლოგია). განსხვავდება რესტავრატორ-კონსერვატორის პროფესია, რომელთა სამეთვალყურეო საბჭოს პროფესიული მომზადება, გამომდინარე კონსერვატორის პროფილიდან, ხელოვნების ისტორიასთან ერთად ითვალისწინებს ქიმიის, ფიზიკის, ბიოლოგიის საფუძვლების ცოდნას.

ყველა ქვეყნის მუზეუმი იმ კანონების შესაბამისად მუშაობს, რა კანონებიც ამ ქვეყნებში არსებობს. ისინი ძირითადად შეიძლება იყოს როგორც ზოგადი კანონები ადამიანის უფლებების შესახებ, ასევე კანონები მუზეუმების შესახებ, საავტორო უფლებების შესახებ ან ნივთის ქვეყნიდან გატანის, ან შემოტანის შესახებ. არსებობს დიდი არასამთავრობო ორგანიზაციები, რომლებშიც სხვადასხვა ქვეყნების მუზეუმებია გაერთიანებული და რომელთაც განსაკუთრებული ავტორიტეტი აქვთ მოპოვებული. მაგ., ICOM ან AAM. ეს არასამთავრობო ორგანიზაციები ფაქტობრივად კარნახობს მუზეუმებს განვითარების ძირითად პოლიტიკას. მათ შემუშავებული აქვთ ეთიკის ნორმებიც, რომლებსაც ორგანიზაციაში განწევრიანებული ორგანიზაციების თანამშრომლები უნდა იცავდნენ. გარდა ამისა, ბევრ ქვეყანაში არსებობს მუზეუმების თანამშრომელთა პროფესიული კავშირებიც კურატორების, კონსერვატორების, რომელთა მიზანია ხელი შეუწყონ ამ ადამიანთა პროფესიულ სრულყოფას, ასევე საჭიროების შემთხვევაში მათი შრომითი და პროფესიული ინტერესების დაცვას.





ICOM-International Council of Museums – მუზეუმების საერთაშორისო გაერთიანებაა, რომელიც 1946 წელს შეიქმნა. აგრეთვე გაერთიანებს ევროპისა და მსოფლიოს ნამყვან მუზეუმებს. შტაბ-ბინა არის პარიზში. უმაღლესი საკანონმდებლო ორგანო – გენერალური ასამბლეა, რომელზეც ირჩევა სამდივნო, რომელიც ასამბლეებს შორის მართავს ამ ორგანიზაციას. მათ აქვთ თავიანთი კანონმდებლობა და ეთიკის ნორმები, რომლებსაც უნდა დაემორჩილოს ამ ორგანიზაციაში განევრიანებული ყველა მუზეუმი.

- American Association of Museums- ICOM-ის ტიპის ორგანიზაცია, რომელშიც ამერიკული მუზეუმებია გაერთიანებული დაარსდა 1906 წელს, შტაბ-ბინა ვაშინგტონში. ისევე, როგორც ICOM-ს აქვს თავისი კანონები და ეთიკის ნორმები მუზეუმების ყველა თანამშრომლებისათვის და ამ კანონებს, ნორმებს ყველა მისი წევრი ემორჩილება. ორივე ეს ორგანიზაცია ძალზე ეხმარება მუზეუმებს ფინანსურად, ატარებს ტრენინგებს, აქვეყნებს პერიოდულ, სხვადასხვა სახის პროფესიონალურ ლიტერატურას.

აუცილებელი და მიღებული პრაქტიკაა დასავლეთის ქვეყნებში ასევე მუზეუმების აკრედიტაცია, რომელსაც ყველა მუზეუმი და ამ ტიპის სხვა ორგანიზაციები ყოველ წელს გადის. ამასთან, ვალდებულია წარადგინოს შესაბამისი დოკუმენტაცია საკუთარი საქმიანობის შესახებ და შემდეგ კომპეტენტური კომისია გადანყვეტს რამდენად აკმაყოფილებს სამუზეუმო ნორმებს.

## დამატება:

მუზეუმის თანამშრომლების თანამდებობებისა და უფლება-მოვალეობების აღწერა (ამერიკის მოდელის მიხედვით).

### 1. დირექტორი:

სამუშაოს აღწერა: დირექტორი არის პასუხისმგებელი და ლიდერი, რომელიც მუზეუმის საერთო პოლიტიკას ატარებს (სამეურვეო საბჭოსთან ერთად). ის გეგმავს, ირჩევს, ახორციელებს თანამშრომლების შერჩევას, ნივთების ყიდვას, დაცვას, კვლევას, ინტერპრეტაციას, ფინანსურ მხარდაჭერას. მუზეუმის ყველა თანამშრომელი ანგარიშვალდებულია დირექტორის წინაშე.

განათლება: უმაღლესი განათლება მუზეუმის ერთ-ერთ სფეროში. მუზეუმის მართვის კურსები ან გამოცდილება მუზეუმის მართვაში სასურველია.

გამოცდილება: სამი წელი მართვის გამოცდილება მუზეუმში ან მსგავს კულტურულ დაწესებულებაში. დამატებითი ადმინისტრაციული გამოცდილება მომიჯნავე სფეროში სასურველია.

ცოდნა, შესაძლებლობები და უნარ-ჩვევები:

- სპეციალური ცოდნა მუზეუმის ერთ-ერთ სფეროში ან კოლექციებში, ან სხვა რომელიმე ტიპის მუზეუმში.

- უნარი, რომ ცხოვრებაში გაატაროს მუზეუმის ის პოლიტიკა, რომელიც ერთობლივად შემუშავდა მუზეუმის მმართველი სტრუქტურის მიერ. სითამამე და გამბედაობა რათა მართოს მუზეუმი, მონაწილეობა მიიღოს მუზეუმის თანამშრომლებთან და სხვა ტიპის მონაწილეებთან ერთად, რომ განახორციელოს ყველაფერი რაც დასახულ იქნა ადმინისტრაციის მიერ.

- ფინანსების მართვა და მიმდინარე გადასახადების ცოდნა.

- მუზეუმების ადგილობრივი და საერთაშორისო იურიდიული ნორმების ცოდნა.



## 2. მცველი-კურატორი

სამუშაოს აღწერა: მცველი არის სპეციალისტი მუზეუმის გარკვეული კოლექციების სფეროში. მცველი მოვალეა იზრუნოს, მეცნიერულად შეისწავლოს და შეინახოს ექსპონატები. იძლევა რეკომენდაციებს ნივთების შექენისას, საინვენტარო ნომრების გაუქმებისას, ატრიბუციისას, ასევე პუბლიკაციებს ამზადებს, იკვლევს და აქვეყნებს კვლევის შედეგებს კოლექციების შესახებ. მას ასევე შეიძლება ჰქონდეს ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობა ან გამოფენის მომზადებისას გარკვეული პასუხისმგებლობა. ასევე უნდა ითვალისწინებდეს კონსერვატორების რჩევებს.

განათლება: უმაღლესი განათლება მუზეუმის ერთ-ერთ დარგში.

გამოცდილება: სამი წელი მუზეუმის ან მის მსგავს დაწესებულებაში.

სამეცნიერო შრომები: სამეცნიერო კვლევისა და წერის დამამტკიცებელი მასალა.

ცოდნა, შესაძლებლობები და უნარ-ჩვევები:

- სპეციალური განათლება მუზეუმის კოლექციების ერთ-ერთ სახეობაში.

- კოლექციების ინტერპრეტაციის და მომიჯნავე დისციპლინების ცოდნა.

- კოლექციების შერჩევის, შესწავლის, დაცვის, რესტავრაციის და გამოფენაზე ექსპონირების ჩვევა.

- თანამედროვე ბაზრის, კოლექციონერობის ეთიკის თანამედროვე მოთხოვნილებათა რეგულაციის ცოდნა.

## 3. კოლექციების მენეჯერი

სამუშაოს აღწერა: მისი ვალდებულებაა საგნების კატალოგიზაცია, დანომვრა, შენახვა კოლექციებისა და განყოფილებების შესაბამისად. იგი ითავსებს დაცვა-აღრიცხვისა და მცველის ფუნქციებს.

განათლება: ხარისხი მუზეუმმცოდნეობაში. ბაკალავრის ხარისხი მუზეუმმცოდნეობაში შესაბამისი მიმართულებებს სძენს ციალიზაციით სასურველია.

გამოცდილება: სამი წლის გამოცდილება რეგისტრაციის განყოფილებაში ან მუზეუმში ისეთი თანამდებობა, სადაც ყველა ისეთ ტექნიკურ მახასიათებლებს იყენებენ, რომლებიც დაკავშირებულია კოლექციების შენახვასთან, გადაადგილებასთან, საცავებთან და კატალოგიზაციასთან.

#### 4. რეგისტრატორი

სამუშაოს აღწერა: სამუზეუმო რეგისტრაციის, აღრიცხვის, შენახვის ფორმების, იურიდიული დოკუმენტაციის, სხვადასხვა ფორმალური დოკუმენტაციის შედგენა, წარმართვა და, თუ საჭიროა, შექმნა. მოიცავს შემდეგ სფეროებს – შესყიდვა, კატალოგიზაცია, მიღება-ჩაბარება, გადაბარება, დროებითი მფლობელობა, შეფუთვა, გაგზავნა, ინვენტარიზაცია, დაზღვევა და შენახვა. იგი უზრუნველყოფს ყველა საჭირო დოკუმენტაციას ნივთის დროებით მფლობელობაში ყოფნისას. კოორდინაციას უწევს ასევე საავტორო უფლებების კოორდინაციას, ქმნის ძირითად ბაზას, რომლის ინტერპრეტაციაც შემდგომში ხდება.

განათლება: დიპლომი მუზეუმმცოდნეობაში ან სხვა ჰუმანიტარულ დისციპლინაში.

გამოცდილება: ორი წელი დაცვა-აღრიცხვის ან სხვა განყოფილებაში, სადაც ნივთების რეგისტრაცია ერთ-ერთი მოვალეობაა.

ცოდნა, შესაძლებლობები და უნარ-ჩვევები:

- არსებული რეგისტრაციის მეთოდების ცოდნა.
- კონსერვაციისა და შენახვის მეთოდების ცოდნა.
- იურიდიული კანონების ცოდნა, რომლებიც შეეხება კოლექციებს, საავტორო უფლებებს, რეპროდუქციისა და ზოგადი პოლიტიკის ცოდნას.
- ჩანერისა და მონაცემთა ბაზის ახალი მეთოდების ცოდნა.



- დაზღვევის, ტრანსპორტირების, შეფუთვისა და გადაზიდვების ახალი მეთოდების ცოდნა.

### 5. კონსერვატორი/რესტავრატორი

სამუშაოს აღწერა: სამეცნიერო საფუძველზე ნივთების შესწავლა, პრევენციული კონსერვაციის მიმართულებით მუშაობა. ნივთების მკურნალობა და აღდგენა. ის სწავლობს გარემოს და უზრუნველყოფს საჭირო პირობების შექმნას. იმისათვის, რომ დონე შენარჩუნდეს, სასურველია საერთაშორისო პროფესიული ორგანიზაციის წევრობა და ეთიკის ნორმების ცოდნა.

განათლება: ბაკალავრი ან მაგისტრი სარესტავრაციო საქმეში, რაც მოიცავს ორი ან მეტი წლის პრაქტიკას კონსერვაციის თეორიაში, პრაქტიკაში, ასევე ერთი წლის წვრთნა ზოგად კონსერვაციაში და მინიმუმ ერთი წლის გამოცდილება კონკრეტულ სფეროში. უნდა ჰქონდეს ასევე ბაკალავრის წოდება ხელოვნების ისტორიაში და დამხმარე დისციპლინებში (ქიმია, ფიზიკა, ბიოლოგია, ფიზიკური მეცნიერებები).

გამოცდილება: ორი წლის გამოცდილება ან სამუშაო გამოცდილება კვალიფიცირებული რესტავრატორის ხელმძღვანელობით.

ცოდნა, შესაძლებლობები და უნარ-ჩვევები:

- ძირითადი უნარების ცოდნა ნივთების მკურნალობისათვის.

- საგნების ფიზიკური მასალის ცოდნა; ისტორიული, სამეცნიერო, ინფორმაცია მასზე. მასალის დაშლის ფიზიკური და ქიმიური კანონების ცოდნა.

- ყველა თანამდევი პროცედურების ცოდნა ნივთების რესტავრაციის პროცესში.

- ყველა ჩატარებული პროცედურის ჩანერის უნარი.

- ყველა იმ დანადგარისა და აპარატურის ცოდნა, რაც კოლექციებისათვის საჭირო გარემოს შესაქმნელად არის საჭირო.

- უნარი, რათა ცოდნა განავრცოს და პოპულარიზაცია მოახდინოს მთელ დანესებულებაში.



- კონსერვაციის თანამედროვე მეთოდებისა და ტექნოლოგიების ცოდნა.

- კონსერვაციის სპეციალიზირებული ლაბორატორიის თეორიული გაანგარიშება, მისი რეალიზაცია და განვითარება.

სამეცნიერო ნაშრომები:

პორტფოლიო ჩატარებული სამუშაოების აღწერით (კვლევა, დიაგნოსტიკა, მკურნალობის ანგარიშები, ფოტოგრაფიული, წერილობითი და სხვა ორიგინალური ჩანაწერები).

## 6. გამოფენების მხატვარი

სამუშაოს აღწერა: მხატვარი თარგმნის მცველებისა და განათლების კოორდინატორების იდეებს მუდმივ, დროებით ან მოძრავი გამოფენების ენაზე. ნახატების, ნახაზების, განათების, ნივთების გარკვეული წესით განლაგების და წარწერების მეშვეობით. მან უნდა უხელმძღვანელოს გამოფენის მოწყობას და ამიტომ უნდა ჰქონდეს ადმინისტრაციული ვალდებულებებიც.

განათლება: ხარისხი ან სერტიფიკატი გრაფიკულ ან ინდუსტრიულ დიზაინში, კომერციულ, კომუნიკაციურ ხელოვნებაში, არქიტექტურაში, ინტერიერის დიზაინში, ან სტუდიო არტის, ტიპოგრაფიის და მედია გამოყენების ხელოვნებაში.

გამოცდილება: გამოცდილება გამოფენების დიზაინში მუზეუმში ან მუზეუმისათვის. საგამომცემლო გამოცდილება სამუზეუმო გამოფენებისათვის, მასალების, ასევე ახალი ვიდეო და მედია ხერხების ფლობა სასურველია.

ცოდნა, შესაძლებლობები და უნარ-ჩვევები:

- ჩვევა იმისა, რომ დანესებულების შესაბამისად ჩამოაყალიბონ გამოფენის კონცეფცია.

- ესთეტიკური ინტუიცია.

- ჩვევა, რათა მოხდეს გამოფენის კონცეფციის გადმოცემა ნახაზებისა და წერილობითი სახით.

- გამოფენის აწყობისა და მონყობის ხელმძღვანელობა.

- უსაფრთხოებისა და კონსერვაციის მოთხოვნების ცოდნა და გათვალისწინება.

- განათების სისტემების ცოდნა.





- ტექნიკური და ხელსაწყოების ცოდნა ექსპოზიციის მოწყობისთვის.

- შეფასების, ბიუჯეტის გათვლის, ფასის შეთავაზების, ბუღალტერიის გამოცდილება.

- ხელოვნების ნიმუში გამოფენაზე, სხვა დაკავშირებული დისციპლინები.

- საკომუნიკაციო მედიისა და მასალების ცოდნა.

- იმ მასალისა და საგნების ცოდნა, რომლებიც უნდა გამოიფინოს.

ცოდნა, შესაძლებლობები და უნარ-ჩვევები:

- თანამშრომლების ხელმძღვანელობა, პროგრამების კოორდინაცია, ბიუჯეტის დაგეგმვა და რეალიზაცია. ყველაფერი კოლექციების კონტექსტში.

- კოლექციების მონესრიგება, დალაგება, თანმიმდევრობის დაცვა, მათი განსაზღვრა შესაბამისი აკადემიური დისციპლინების მოშველიებით.

- ახალი კომპიუტერული რეგისტრაციის მეთოდების ცოდნა.

- უნარი გარკვეული ნივთების წარმომავლობის და იდენტიფიკაციისა მუზეუმის მთლიანი კოლექციების კონტექსტში.

- ექსპონატებისა და მუზეუმის ნივთების შეხება და გადაადგილება, ცოდნა უსაფრთხოების, კონსერვაციის, კლიმატური კონტროლის პირობების დაცვისა.

სამეცნიერო ნაშრომები: პორტფოლიო წარსული და მიმდინარე პროექტებისა.

## 7. სამუზეუმო განათლების მუშაკი

სამუშაოს აღწერა: იგი განავითარებს, განიხილავს და ზედამხედველობას უწევს სასწავლო პროგრამების მომზადებას, რათა ხელი შეუწყოს საზოგადოებისათვის კოლექციების გახსნას, მათ ინტერპრეტაციას, რესურსების გამოვლენას. გამოფენების სასწავლო პროგრამების, ბეჭდური მასალის, აუდიო და ვიდეო მასალის მომზადება, კლასების, ლექციების, ტურების,



სპეციალური ღონისძიებების, ვორკშოპების მასწავლებლების მომზადების, სკოლების და სხვა ღონისძიებების ხელმძღვანელობა, ასევე გიდების და დოცენტების მომზადება-გადამზადების ხელმძღვანელობა. ასევე მას უნდა ჰქონდეს ადმინისტრაციული მართვის უნარებიც.

განათლება: უმაღლესი განათლება განათლების სფეროში, ან მუზეუმის სპეციფიკის ცოდნა. მუზეუმცოდნეობა სამუზეუმო განათლების სპეციალიზაციით.

გამოცდილება: ორი წელი მუზეუმის განათლების განყოფილებაში ან სხვა საგანმანათლებლო დაწესებულებაში.

ცოდნა, შესაძლებლობები და უნარ-ჩვევები:

- სამუზეუმო პროგრამების მოგონება და შექმნის შესაძლებლობა საგამოფენო და საგამომცემლო საქმიანობის ჩათვლით.

- მუზეუმის საგანმანათლებლო ტექნიკური შესაძლებლობების რესურსების ცოდნა.

- სამუზეუმო აუდიტორიის სასწავლო დამახასიათებელი ნიშნების ცოდნა.

- კარგი ორატორული და წერის კულტურა რათა იმუშავოს სხვადასხვა მიმართულებით და სხვადასხვა კოლექციებზე.

- სასკოლო და სხვა საგანმანათლებლო დაწესებულებების სასწავლო პროგრამების კარგი ცოდნა.

- მუზეუმების კოლექციების ცოდნა.


- ჩვევა, რომ გამოიყენოს უახლესი კვლევითი მიღწევები.

- სასწავლო პროგრამების შეფასების მეთოდების ცოდნა.





1. Art კანონმდებლობა, ექსპერტიზა, აუქციონები, ანალიტიკა. თბილისი. 2008.
2. კოშორიძე ირინე. მუზეუმების მართვის მოდელი ამერიკის სახვითი ხელოვნების მუზეუმებში. ნარკვევები. აკ. შალვა ამირანაშვილის სახელობის საქართველოს ხელოვნების სახელმწიფო მუზეუმის შრომები. თბილისი. ტ. IX. გვ.173-179. 2004.
3. კოშორიძე ირინე. მუზეუმების მართვის თანამედროვე მოდელები (პერიოდული გამოფენების მონყობის გამოცდილება ამერიკის მუზეუმებში). ხელოვნებათმცოდნეობა. ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის შრომების კრებული. V. გვ. 107-118. თბილისი. 2003.
4. კულტურის პოლიტიკა საფრანგეთისა და სხვა ქვეყნების გამოცდილება. თბილისი. 2003.
5. ლორდი ბ. გ. სამუზეუმო საქმის მენეჯმენტი. თბილისი. 2006.
6. პული ჯულიან. ფულის მენეჯმენტი ხელოვნების ორგანიზაციებისათვის. თბილისი. 2005.
7. სამუზეუმო ფასეულობათა აღრიცხვა-დაცვის ინსტრუქცია, თბილისი. 2006.
8. ფილანტროპია-თეორია და პრაქტიკა. თბილისი. 2004.
9. ქარაია ინგა. თანამედროვე ქართული სამუზეუმო სივრცის პრობლემები და მათი გადაჭრის პერსპექტივები. ჟურნ. „ლიტერატურა და ხელოვნება“. თბილისი. 12, 2006.
10. Alexander.Victoria D. *Museums&Money-the impact of Funding on Exhibitions, scholarship, and Management* Indiana University Press. 1996.
11. Burcaw Ellis . *Introduction to Museum Study*. Third Edition. Altamira Press. 1999.
12. Code of Ethic of ICOM.
13. Code of Ethic of AAM.
14. Finn David. *How to visit Museums*. Abrams publishers. NY 1985.
15. Karaia, Inga Materials International Conference *Innovative Policies for Heritage*.
16. Lord Barry and Gail. *Manual of Museum Management*. London. 2002.

- 
17. *Mozaika- upravljenje otkritim i strategicheskim podxodom k kulture – finansirovanie buduchego. endro makanroi-council of Europe.*
18. *Museums and Education.* ed. by Eric Larrabee. Smithsonian Institute Press. Washington. 1968.
19. *Museums and the public interest, About Museums,* 2006.
20. *Museum guide to copyright and trademark-ed. by American association of Museums.* Washington D. C. 1999.
21. *Museum News,* AM-ის გამოცემა, ნოემბერი, 2002-2003.
22. *Reinventing the Museum.* ed. Gail Anderson.
23. Runyard Sue and French Yiva. *Marketing & Public relations for Museums Galleries & Heritage Attractions.* Altamira press. California. 1999.
24. *Safeguarding and Cultural Tourism Development,* UNESCO Moscow Office, 2005.
25. <http://www.smithsonian.org/>; <http://www.metmuseum.org/home.asp>;
26. <http://home.speedfactory.net/psmith/Louvre/> .
27. <http://www.polomuseale.firenze.it/english/musei/uffizi/> .
28. <http://www.monstermarketplace.com/googlesearchover.asp?q=museum+collection>.
29. <http://www2.ministries-online.org/thanawy/musems.html>.
30. <http://www.thebritishmuseum.ac.uk/>.



2021/10

ქ. ჯანელიძე



გამომცემლობის რედაქტორი	მარინე გიორგობიანი
გარეკანის დიზაინი	თინათინ ჩირინაშვილი
დაკაბადონება	ნათია დვალი

0128, თბილისი, ი. ჭავჭავაძის გამზირი 14

0128, Tbilisi, 14, Ilia Chavchavadze Ave.

[www.press.tsu.ge](http://www.press.tsu.ge) (25-14-32)

K281-580  
3

