

გვანცა ლიპარტელიანი,
საქართველოს შოთა რუსთაველის თეატრისა და
კინოს სახელმწიფო უნივერსიტეტის დოქტორანტი,
ხელმძღვანელი: სოციალურ მეცნიერებათა დოქტორი,
პროფესორი, რევამ ჭიჭინაძე

რეზიუმე

სტატია მიმოიხილავს კულტუროლოგიური მულტიმედიური პროექტების მნიშვნელობას თანამედროვე განათლებისა და საზოგადოებრივი ცნობიერების ამაღლების პროცესში. კვლევის ფარგლებში განხილულია მულტიმედიური ტექნოლოგიების (VR, AR, ვირტუალური მუზეუმები, სოციალური მედიის კამპანიები) გავლენა ინფორმაციის დამახსოვრებაზე, ემოციურ ჩართულობასა და სამოქალაქო პასუხისმგებლობის განვითარებაზე. ნაშრომი ეფუძნება როგორც ქართულ, ასევე საერთაშორისო გამოცდილებას, მათ შორის თბილისის ციფრულ მუზეუმს, დეთუ ჯინჯარაძისა და მარიამ ნატროშვილის მულტიმედიურ პროექტს „მე ვწუხვარ ბაღზე“ (წარმოდგენილი ვენეციის 59-ე საერთაშორისო ბიენალეზე საქართველოს ეროვნულ პავილიონში), Google Arts & Culture-სა და გლობალურ ინიციატივას Earth Hour.

21-ე საუკუნის განათლებისა და კულტურის მთავარი გამოწვევაა ცოდნისა და მესხიერების ისეთი ფორმით გადაცემა, რომელიც ხელმისაწვდომი იქნება, ემოციური და ცოცხალი ფართო აუდიტო-

რიისთვის. ამ მიზანს ემსახურება კულტუროლოგიური მულტიმედიური პროექტები - ინოვაციური პლატფორმები, რომლებიც აერთიანებენ ტექნოლოგიას, კულტურასა და განათლებას. მულტიმედიური ინსტრუმენტები (ვიდეოინსტალაციები, ინტერაქტიური ექსპოზიციები, ვირტუალური რეალობა, ჰოლოგრამები) ხელს უწყობენ ინფორმაციის მრავალგანზომილებიან აღქმას და საგანთან ემოციური კავშირის შექმნას.

ნაშრომში ხაზგასმულია, რომ კულტუროლოგიური მულტიმედიური პროექტები არა მხოლოდ ცოდნის გავრცელების საშუალებაა, არამედ სოციალური ცნობიერების ამაღლების მძლავრი ინსტრუმენტი. მათი ვიზუალური და აუდიოშინაარსით გაჯერებული ფორმატი იწვევს ემოციურ ზემოქმედებას, რაც ხელს უწყობს კრიტიკული აზროვნებისა და საზოგადოებრივი დიალოგის განვითარებას.

კვლევის ემპირიული ნაწილი ეფუძნება ონლაინ კითხვარებსა და სიღრმისეულ ინტერვიუებს. მიღებული შედეგები აჩვენებს,

რომ მულტიმედიური პროექტები მნიშვნელოვნად აძლიერებენ კულტურულ ცნობიერებას, ეროვნული იდენტობის გაგებასა და აქტიურ საზოგადოებრივ ჩართულობას. სტატია მოიცავს თეორი-

ულ ანალიზს, კვლევის შედეგებსა და პრაქტიკულ რეკომენდაციებს კულტურული ორგანიზაციებისა და საგანმანათლებლო ინსტიტუტებისთვის.

კულტუროლოგიური მულტიმედიური პროექტების მნიშვნელობა განათლებასა და საზოგადოებრივი ცნობიერების ამაღლების პროცესში

საკვანძო სიტყვები: კულტუროლოგია, მულტიმედია, საზოგადოებრივი ცნობიერება, განათლება, ვირტუალური მუზეუმები, სოციალური მედია.

21-ე საუკუნე ციფრული ტექნოლოგიების ეპოქად იქცა, სადაც ინფორმაციის გავრცელების ფორმატები სწრაფად გარდაიქმნება და ევოლუციას განიცდის. გლობალური ციფრული რევოლუციის ფონზე მულტიმედიური პროექტები არა მხოლოდ კულტურის სფეროს განუყოფელი ნაწილი გახდა, არამედ მნიშვნელოვანი პლატფორმა განათლებისა და საზოგადოებრივი ცნობიერების განვითარებისათვის. თუ ადრე კულტურის გაცნობის მთავარ გზას წარმოადგენდა ტრადიციული მუზეუმი, ბიბლიოთეკა ან თეატრი, დღეს კულტურულ სივრცეებში ინტენსიურად ინტეგრირდება მულტიმედიური ფორმატები – ვირტუალური ტურები, ინტერაქტიური ექსპოზიციები, ციფრული არქივები და სოციალური მედიის კამპანიები, რომლებიც ახალ შესაძლებლობებს სთავაზობენ როგორც საზოგადოებას, ისე საგანმანათლებლო ინსტიტუტებს.

კულტუროლოგიური პერსპექტივა მულტიმედიის შესწავლაში განსაკუთრებულ როლს ასრულებს, რადგან ის საშუალებას იძლევა გაანალიზდეს არა მხოლოდ ტექნოლოგიური პროგრესი, არამედ მისი გავლენა კულტურულ პროცესებზე, სოციალური იდენტობის ფორმირებასა და განათლების სტრატეგიებზე. სწორედ ამ კუთხით, კულტუროლოგიური მულტიმედიური პროექტები წარმოადგენს უნიკალურ ჰიბრიდს – მათში თანხვედრილია კულტურული მემკვიდრეობის კვლევა და წარმოდგენა, თანამედროვე ტექნოლოგიების გამოყენება და საზოგადოების ცნობიერების ამაღლება.

სტატიის მიზანია გაანალიზდეს, თუ როგორ მოქმედებს კულტუროლოგიური მულტიმედიური პროექტები განათლებასა და საზოგადოებრივ ცნობიერებაზე. ამ მიზნის მისაღწევად სტატია შეისწავლის:

- მულტიმედიური პროექტების თეორიულ საფუძვლებსა და კულტუროლოგიურ კონცეფციებს;
- განათლებაში მულტიმედიური ტექნოლოგიების როლს და ინოვაციურ სწავლების ფორმებს;
- საზოგადოებრივ ცნობიერებაზე მათ გავლენას, განსაკუთრებით კულტურული მემკვიდრეობის პოპულარიზაციისა და სოციალური მედიის გავლენის ჭრილში;
- ქართულ და საერთაშორისო პრაქტიკას, რომელიც გვიჩვენებს, როგორ შეიძლება მულტიმედიური ინიციატივები იქცეს საზოგადოებრივ განათლებასა და კულტურულ კომუნიკაციაში მნიშვნელოვან ინსტრუმენტად.

კვლევის საფუძველს წარმოადგენს როგორც არსებული თეორიული ლიტერატურა, ასევე პრაქტიკული მაგალითები – საქართველოსა და მსოფლიო მასშტაბით განხორციელებული პროექტები. განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია სოციალური კვლევის მონაცემები, რომლებიც ასახავს ქართველი სოციალური მედიის მომხმარებლების დამოკიდებულებას მულტიმედიური კულტუროლოგიური პროექტების მიმართ.

ამგვარად, სტატია მიზნად ისახავს არა მხოლოდ არსებული გამოცდილების შეჯამებას, არამედ იმ პერსპექტივების გამოვლენასაც, რომელიც მომავლისთვის ახალ შესაძლებლობებს ქმნის განათლების სისტემასა და საზოგადოებრივი ცნობიერების ამაღლებაში.

კულტუროლოგიური მულტიმედიური პროექტების კონცეფცია

ტერმინი „მულტიმედია“ პირველად ფართო აკადემიურ დისკურსში XX საუკუნის მეორე ნახევარში დამკვიდრდა, თუმცა მისი წინაპირობები უფრო ადრეც არსებობდა – მაგალითად, თეატრალური ხელოვნების, კინემატოგრაფიისა და მასობრივი კომუნიკაციის სფეროებში. თანამედროვე განსაზღვრებით, მულტიმედია არის ერთდროულად რამდენიმე მედია-ფორმატის ინტეგრაცია ერთიან სივრცეში, რომლის მიზანია მომხმარებლისთვის ინფორ-

მაციის უფრო სრული, ემოციური და ინტერაქტიური მიწოდება.¹

კულტუროლოგიურ ჭრილში მულტიმედია აღარ არის მხოლოდ ტექნიკური შესაძლებლობების ერთობლიობა. ის გარდაიქმნება კულტურის ტრანსლაციის ინსტრუმენტად, სადაც თითოეული ტექნოლოგიური ფორმატი (ვიდეო, აუდიო, გრაფიკა, ტექსტი, ანიმაცია) განიხილება როგორც კულტურული კოდის მატარებელი. კულტუროლოგიური მიდგომა აქცენტს აკეთებს იმაზე, თუ როგორ იცვლება ადამიანის ურთიერთობა კულტურასთან ტექნოლოგიური მედიუმების პირობებში.

მაგალითად, გერმანელი კულტუროლოგი იან ასმანი კულტურულ მეხსიერებას განსაზღვრავს როგორც საზოგადოების იმ ინსტრუმენტს, რომლის მეშვეობითაც ხდება ისტორიის, იდენტობისა და კოლექტიური ცნობიერების შენარჩუნება.² ამ თეორიასთან შეხამებით, მულტიმედიური პროექტები შეიძლება ჩაითვალოს „ახალ მეხსიერების არქიტექტურად“, რომელიც ტრადიციულ არქივებსა და მუზეუმებს ციფრულ ფორმატებში გარდაქმნის.

ტერმინოლოგიური ასპექტი ქართულ მეცნიერებაში

საქართველოში „მულტიმედიური პროექტების“ ცნება ჯერ კიდევ ჩამოყალიბების პროცესშია, თუმცა, ბოლო წლებში აქტიურად გამოიყენება როგორც მუზეუმების, ისე საგანმანათლებლო და კულტურული ღონისძიებების სფეროში. ქართულ აკადემიურ სივრცეში მულტიმედია ხშირად განიხილება „ინტეგრირებულ მედიასაშუალებათა ერთობლიობად“, რომელიც აძლიერებს კომუნიკაციას და ქმნის ახალ კულტურულ გამოცდილებას. ამ კონტექსტში კულტუროლოგიური მულტიმედიური პროექტი შეიძლება განისაზღვროს, როგორც ისეთი ინიციატივა, რომელიც კულტურულ კონტენტს ციფრულ და ინტერაქტიულ ფორმებში აქცევს, რითაც ხელს უწყობს როგორც შემეცნებას, ისე საზოგადოების კულტურულ თვითშეგნებას.

ტიპოლოგიური ხედვა

კულტუროლოგიური მულტიმედიური პროექტების კლასიფიკაცია მრავალგანზომილებიანია და შეიძლება გამოიყოს შემდეგი ძირითადი კატეგორიები:

1 Negroponte, Being Digital, 1995.

2 Assmann, Cultural, 2011.

1. ტექნოლოგიური ფორმატი:
 - ვირტუალური მუზეუმები;
 - აუგმენტირებული რეალობა (AR);
 - ვირტუალური რეალობა (VR);
 - ჰოლოგრაფიული ექსპოზიციები;
 - ინტერაქტიური ვებ-პლატფორმები.
2. შინაარსობრივი მიზანი:
 - ისტორიული და კულტურული მემკვიდრეობის პოპულარიზაცია;
 - საგანმანათლებლო და აკადემიური პროექტები;
 - სოციალური ცნობიერების ამაღლება (ეკოლოგიური, სამოქალაქო ან პოლიტიკური თემები);
 - შემოქმედებითი და ესთეტიკური ინიციატივები.
3. ფუნქციური როლი:
 - მეხსიერების კონსერვაცია (არქივები, კოლექციები);
 - ინტერაქტიური განათლება (სწავლის ახალი მეთოდები);
 - საზოგადოებრივი დიალოგი (მედიის და სოციალური ქსელების ინტეგრაცია).

ამგვარი ტიპოლოგიური სქემა საშუალებას იძლევა მულტიმედიური პროექტები განვიხილოთ არა მხოლოდ როგორც ტექნოლოგიური ინოვაციები, არამედ როგორც კულტურულ-სოციალური ფენომენი, რომელსაც აქვს კონკრეტული მიზნები, ღირებულებები და შედეგები.

ამრიგად, კულტუროლოგიური მულტიმედიური პროექტების კონცეფცია აერთიანებს სამ ძირითად განზომილებას:

- ტექნოლოგიური – ახალი მედიაფორმატების გამოყენება;
- კულტურული – ეროვნული და გლობალური მემკვიდრეობის ახალი ფორმით წარმოდგენა;
- სოციალური – საზოგადოების ცნობიერების ამაღლება, განათლება და კომუნიკაცია;

განათლებისა და ცნობიერების ასპექტი კულტუროლოგიაში

კულტუროლოგიის ერთ-ერთი უმთავრესი მიზანია განათლებისა და საზოგადოებრივი ცნობიერების ფორმირების პროცესების

კვლევა. განათლება კულტუროლოგიურ პარადიგმაში აღიქმება არა მხოლოდ როგორც ცოდნის გადაცემა, არამედ როგორც ღირებულებების, კოლექტიური მეხსიერებისა და იდენტობის კონსტრუქციის მექანიზმი. კულტურის ტრანსლაცია სწორედ განათლების გზით ხდება, ამიტომაც ნებისმიერი საგანმანათლებლო პრაქტიკა გარკვეულწილად კულტუროლოგიური ხასიათისაა.

ფილოსოფოსი პაულო ფრეირე განათლებას განსაზღვრავდა როგორც „განმათავისუფლებელ პროცესს“, რომელიც ადამიანს არა მხოლოდ ინფორმაციას აძლევს, არამედ სამყაროს კრიტიკულად გააზრებას ასწავლის.³ ამ თვალსაზრისით, განათლება კულტუროლოგიურ ჩარჩოში არის სოციალური ტრანსფორმაციის ინსტრუმენტი.

საზოგადოებრივი ცნობიერება კულტუროლოგიაში განიხილება როგორც საზოგადოების საერთო ღირებულებათა, სარწმუნოებებისა და კოლექტიური წარმოდგენების ერთობლიობა. ედვარდ ტაილორი კულტურას განსაზღვრავდა როგორც „ყველაფრის ერთობლიობას, რაც ადამიანს საზოგადოებაში აქვს მიღებული“⁴ – აქედან გამომდინარე, ცნობიერება და განათლება ერთმანეთთან მჭიდროდ არის დაკავშირებული, რადგან განათლება ქმნის ცოდნის ბაზას, ხოლო ცნობიერება მას სოციალურ მნიშვნელობას ანიჭებს.

მულტიმედიური პროექტები ამ პროცესში განსაკუთრებულ როლს ასრულებენ. მათი საშუალებით შესაძლებელი ხდება:

1. ინფორმაციის დემოკრატიზაცია – ცოდნის გავრცელება ფართო აუდიტორიისთვის (მაგალითად, ვირტუალური მუზეუმი ყველასთვის ხელმისაწვდომია, მიუხედავად გეოგრაფიული მდებარეობისა);
2. ინტერაქტიური სწავლება – მომხმარებელი არა მხოლოდ „მიმღებია“, არამედ „მონაწილეა“ ცოდნის მიღების პროცესში;
3. კულტურული გამოცდილების ემოციური ინტენსიფიკაცია – მულტიმედიის ვიზუალური და აუდიო შესაძლებლობები ქმნის უფრო ღრმა ემოციურ და ესთეტიკურ გამოცდილებას, რაც ცოდნის უკეთ დამახსოვრებას უწყობს ხელს;
4. საზოგადოებრივი ცნობიერების ამაღლება – სოციალური მედიისა და მულტიმედიური კამპანიების საშუალებით შესაძლებელია

3 Freire, Pedagogy, 1970.

4 Tylor, Primitive, 1871.

ბელია მნიშვნელოვანი თემების (ეკოლოგია, თანასწორობა, მემკვიდრეობის დაცვა) პოპულარიზაცია.

მაგალითად, UNESCO-ს ანგარიშში „Digital Heritage“ (2019) ხაზგასმულია, რომ ციფრული ტექნოლოგიები და მულტიმედიური პლატფორმები ახალი გზაა კულტურული მემკვიდრეობის შენარჩუნებისა და განათლებისთვის, განსაკუთრებით ახალგაზრდა თაობაში. ეს მაგალითი აჩვენებს, რომ მულტიმედიური პროექტები არა მხოლოდ განათლების, არამედ ცნობიერების ცვლილებების ტრიგერებადაც იქცევიან.

- ამრიგად, კულტუროლოგიური ხედვით: განათლება არის მექანიზმი, რომლის მეშვეობითაც კულტურა გადაეცემა თაობიდან თაობას;
- ცნობიერება არის ის სივრცე, სადაც ეს ცოდნა გარდაიქმნება ღირებულებად და სოციალურ პრაქტიკად;
- მულტიმედია კი არის ხიდი, რომელიც ამ ორს ერთმანეთთან აკავშირებს თანამედროვე ციფრული ფორმატებით.

მულტიმედიური პროექტების როლი განათლებაში

კულტუროლოგიური მულტიმედიური პროექტები საგანმანათლებლო პროცესში მნიშვნელოვან ინოვაციას წარმოადგენენ. ისინი აღიქმებიან არა მხოლოდ როგორც ტექნოლოგიური დამატება ტრადიციულ სწავლებაზე, არამედ როგორც სწავლებისა და ცოდნის მიღების ახალი ფორმატი, რომელიც უფრო ინტერაქტიური, ემოციური და შემოქმედებითი გამოცდილების საშუალებას იძლევა.

თანამედროვე განათლების სისტემა სულ უფრო მეტად გადადის ინტერაქტიურ სწავლებაზე, სადაც სტუდენტი აღარ არის მხოლოდ ინფორმაციის პასიური მიმღები, არამედ ხდება პროცესის აქტიური მონაწილე. მულტიმედიური პროექტები სწორედ ამგვარ ჩართულობას უწყობენ ხელს.

- ვირტუალური მუზეუმები – მსოფლიოს წამყვანი მუზეუმები (ლუვრი, ბრიტანეთის მუზეუმი, ჰერმიტაჟი) უკვე წლებია ქმნიან ვირტუალურ ტურს, რაც საშუალებას აძლევს მილიონობით ადამიანს, ინტერნეტის საშუალებით გაეცნოს ექსპონატებს. ეს არა მხოლოდ ცოდნის გავრცელების ფორმაა, არამედ თანასწორი ხელმისაწვდომობის გარანტიაც, რადგან განათლება აღარ არის მხოლოდ ფიზიკური ლოკაციის შეზღუდვებში მოქცეული;

- ვირტუალური და აუგმენტირებული რეალობა (VR/AR) – VR-ჩაფხუტებისა და AR-აპლიკაციების გამოყენებით მოსწავლეებს შეუძლიათ „გადაინაცვლონ“ ისტორიულ ეპოქებში, დაესწრონ მნიშვნელოვან ბრძოლებს ან მონაწილეობა მიიღონ არქეოლოგიურ ექსპედიციებში. კვლევებმა აჩვენა, რომ მსგავსი გამოცდილება მნიშვნელოვნად ზრდის ინფორმაციის დამახსოვრების ხარისხს, რადგან ემოციური და ვიზუალური გამოცდილება უფრო მყარად ფიქსირდება ცნობიერებაში;⁵
- ჰოლოგრამული ექსპოზიციები – ჰოლოგრამები განსაკუთრებით ეფექტურია მუზეუმებსა და საგანმანათლებლო სივრცეებში. მათი მეშვეობით შესაძლებელია ისტორიული პიროვნებების „ცოცხლად“ წარმოდგენა, რაც ვიზიტორს ემოციურ და ინტელექტუალურ კავშირს აძლევს წარსულთან;
- ინტერაქტიური საგანმანათლებლო პლატფორმები – ონლაინ პლატფორმები, როგორიცაა Coursera, EdX, ან საქართველოს უნივერსიტეტების ციფრული ბიბლიოთეკები, სულ უფრო ხშირად იყენებენ მულტიმედიურ მასალებს (ვიდეო-ლექციები, ინტერაქტიური ტესტები, გრაფიკული სიმულაციები), რათა სწავლა უფრო მრავალფეროვანი და ხელმისაწვდომი გახდეს.

მულტიმედიური პროექტები არა მხოლოდ ტექნოლოგიას, არამედ სწავლების მეთოდოლოგიასაც ცვლის. მულტიმედიური ფორმატები საშუალებას იძლევა, თითოეულმა მოსწავლემ ან სტუდენტმა ინდივიდუალურად აირჩიოს სწავლის ტემპი და სტილი. მაგალითად, ვირტუალური მუზეუმის ექსპოზიციაში მონაწილეს შეუძლია თვითონ განსაზღვროს, რომელ ნაწილზე გაამახვილოს ყურადღება; მულტიმედიური პლატფორმები (მაგალითად, Google Arts & Culture) ქმნის შესაძლებლობას, რომ სხვადასხვა ქვეყნის მოსწავლეებმა ერთობლივად იმუშაონ საერთო პროექტებზე, გაცვალონ იდეები და იმსჯელონ კულტურაზე. ყოველივე ეს ხელს შეუწყობს გლობალურ განათლებას და კულტურულ დიალოგს; კრიტიკული აზროვნების გაძლიერება – ინტერაქტიური პროექტები ხშირად მოიცავს თამაშის ელემენტებს (gamification), სადაც მოსწავლეს ეძლევა ამოცანები, გამოცანები ან გადაწყვეტილების მიღების საჭიროება. ეს აძლიერებს ანალიტიკურ და კრიტიკულ უნარებს, რომლებიც

5 Parong, Mayer, Learning 2018, pp. 785–797.

ტრადიციულ სწავლებაში ნაკლებადაა განვითარებული; მულტიმედიური გამოცდილება აერთიანებს ვიზუალურ, აუდიო და ზოგჯერ ტაქტილურ სტიმულებს, რაც აუმჯობესებს ინფორმაციის დამახსოვრებას. ფსიქოლოგიური კვლევების მიხედვით, მრავალმხრივი გამოცდილება ადამიანის გონებაში გაცილებით უფრო ღრმად იბეჭდება, ვიდრე მხოლოდ ტექსტზე დაფუძნებული სწავლა.⁶ ამრიგად, მულტიმედიური პროექტები საგანმანათლებლო სფეროში ქმნიან ახალ პარადიგმას: სწავლება აღარ არის მხოლოდ „მასწავლებლის მონოლოგი“, არამედ ინტეგრირებული პროცესია, რომელშიც ტექნოლოგია, კულტურა და ინდივიდუალური შეცნობა ერთმანეთს ერწყმის.

მულტიმედიური პროექტების როლი საზოგადოებრივი ცნობიერების ამაღლებაში

საზოგადოებრივი ცნობიერება კულტუროლოგიურ მეცნიერებაში განიხილება როგორც საზოგადოებრივი ღირებულებების, ნორმებისა და კოლექტიური წარმოდგენების ერთობლიობა, რომელიც განსაზღვრავს საზოგადოების კულტურულ და სოციალურ განვითარებას. მულტიმედიური პროექტები, თავისი მასშტაბურობითა და ვიზუალურ-ემოციური ეფექტით, დღეს ერთ-ერთ მნიშვნელოვან ინსტრუმენტად იქცა ამ ცნობიერების ფორმირებისა და ამაღლების პროცესში.

კულტურული მემკვიდრეობის პოპულარიზაცია

კულტურული მემკვიდრეობა წარმოადგენს ეროვნული იდენტობის ფუნდამენტურ საფუძველს. მისი დაცვა, შენარჩუნება და პოპულარიზაცია თანამედროვე პირობებში ხშირად სწორედ მულტიმედიური ტექნოლოგიების მეშვეობით ხორციელდება.

ისტორიისა და ტრადიციების თანამედროვე ფორმატით გაცრეცელება – ვირტუალური ტური უფლისციხეში ან გელათის მონასტერში არა მხოლოდ ტურისტებისთვისაა საინტერესო, არამედ ადგილობრივი საზოგადოებისთვისაც, რადგან მათ საშუალება ეძლევათ ახლიდან „გაიცნონ“ საკუთარი კულტურული სივრცე; ფოლკლორისა და ტრადიციული ხელოვნების გაცოცხლება – მულტიმედიური პლატფორმების საშუალებით შესაძლებელია ეროვნული ცეკვის, სიმღერისა და ზეპირსიტყვიერი მემკვიდრეობის ინტე-

6 Moreno, Mayer, Interactive, 2007, pp. 309–326.

რაქტიური გაცნობა; ეროვნული იდენტობის გაძლიერება – როგორც ივან ლოტმანი აღნიშნავდა, კულტურა არის „სემიოტიკური სისტემა“, რომელიც ქმნის საზოგადოების თვითშეგნებას.⁷ ციფრული პროექტები ამ სისტემას ახალ „ენა-კოდს“ მატებს, რომელიც განსაკუთრებით მიმზიდველია ახალგაზრდებისთვის. საზოგადოებრივი კამპანიები და სოციალური მედია

მულტიმედიური პროექტები მნიშვნელოვან როლს თამაშობენ არა მხოლოდ კულტურული მემკვიდრეობის სფეროში, არამედ სოციალურ და სამოქალაქო ცნობიერებაში.

- სოციალური ქსელების გავლენა საზოგადოებრივ აზრზე – Facebook, Instagram და TikTok პლატფორმებზე გავრცელებული მულტიმედიური კამპანიები ხშირად იქცევა ტრენდად და იწვევს საჯარო დისკუსიებს ისეთ საკითხებზე, როგორებიცაა ეკოლოგია, გენდერული თანასწორობა, ან კულტურული მემკვიდრეობის დაცვა;
- ინტერაქტიური კამპანიები – მაგალითად, გარემოს დაცვის კამპანია „Earth Hour“ (დედამიწის საათი) იყენებს ვიდეოებს, ანიმაციებს და სოციალური მედიის გამოწვევებს იმისათვის, რომ ადამიანებს გააცნობიერებინოს ეკოლოგიური პრობლემების მნიშვნელობა;
- დიალოგის პლატფორმა სახელმწიფოსა და საზოგადოებას შორის – მულტიმედიური პროექტები ხშირად იქცევა „საჯარო ფორუმად“, სადაც მოქალაქეებს შეუძლიათ აზრის გამოხატვა, კრიტიკა ან ახალი იდეების შეთავაზება.

ქართული და საერთაშორისო გამოცდილება

საქართველოში ბოლო წლების განმავლობაში მულტიმედიური პროექტები ინტენსიურად ვითარდება და თანდათან ხდება კულტურულ-საგანმანათლებლო სივრცის განუყოფელი ნაწილი. ვენეციის 59 – ე ფესტივალზე გატანილი მულტიმედიური პროექტია „მე ვწუხვარ ბაღზე“ თბილისში მცხოვრები და მომუშავე მხატვრების, მარიამ ნატროშვილის და დეთუ ჯინჭარაძის ნამუშევარი. ის მოგვითხრობს დასასრულის წინათგრძნობაზე. დიდი ზომის ვიდეო ინსტალაციის და VR გამოცდილების საშუალებით მნახველს ანთროპოცენის ეპოქის მაგიურ რეალიზმში იწვევს. ბუნებრივი და კულტურული ლანდშაფტების მოსალოდნელ ცვლილებებს მხატვ-

⁷ Lotman, Universe, 1990.

რები ვირტუალური რეალობის ენაზე თარგმნიან, მედიუმის, რომელშიც ბოლო 3 წლის განმავლობაში მუშაობენ.

VR გამოცდილების ცენტრალური სცენა გადაშენებული მცენარეების ბაღია. ვირტუალური ბაღი – ადამიანის ჩარევის შედეგად გამქრალ მცენარეებს აერთიანებს. აჩრდილების ბაღი, ეკოლოგიური კრიზისი, როგორც დასასრულის ერთ-ერთი ნიშანი. უკანასკნელ 250 წელიწადში დედამიწაზე, სხვადასხვა ადგილას, 600-მდე მცენარე გაქრა. „მე ვწუხვარ ბაღზე“ მაყურებელს თხრობის მითო-პოეტური ფორმებით მოდელირებულ იმერსიულ გარემოში აქცევს. ეს არის პოეტური ნაწარმოები, რომელიც ტექნოლოგიური ეპოქით განპირობებული ახალი სიურრეალიზმის ენით დასასრულსა და დასაწყისზე გვესაუბრება.

საქართველოს რეალობაში ღირსშესანიშნავი მაგალითია, ასევე, „თბილისის ციფრული მუზეუმი“, რომელიც ხელს უწყობს ისტორიული მეხსიერების ხელმისაწვდომობას. „თბილისის ციფრული მუზეუმი“ არის ინოვაციური პროექტი, რომელიც ვიზიტორებს საშუალებას აძლევს, გაეცნონ ციფრული ფორმატით იურული პერიოდის არსებებს, ვან გოგის შემოქმედებასა და ასე შემდეგ. ეს ინიციატივა ხელს უწყობს, განსაკუთრებით, მოზარდებში კულტურული ცნობიერების ამაღლებას. საერთაშორისო მაგალითები – „Google Arts & Culture“ პლატფორმა, რომელიც მსოფლიოს კულტურულ მემკვიდრეობას აცნობს ფართო აუდიტორიას, ერთდროულად ემსახურება როგორც განათლებას, ისე საზოგადოებრივ ცნობიერებას. Black Lives Matter მოძრაობის მულტიმედიურმა კამპანიებმა კი სოციალური ქსელებში შექმნეს გლობალური დისკუსია რასიზმისა და თანასწორობის შესახებ. ამრიგად, მულტიმედიური პროექტები საზოგადოებრივი ცნობიერების ამაღლებაში ასრულებენ სამ ძირითად ფუნქციას:

- ინფორმაციულს – ავრცელებენ ცოდნას კულტურის, ისტორიისა და სოციალური საკითხების შესახებ;
- ემოციურს – ქმნიან ვიზუალურ და აუდიო გამოცდილებას, რომელიც ადამიანებს მეტად უტოვებს შთაბეჭდილებას;
- კომუნიკაციურს – ქმნიან სივრცეს დისკუსიისთვის, დიალოგისა და კოლექტიური აზრის ფორმირებისთვის.

ფესტივალები და კულტურული ღონისძიებები – „თბილისის იმერსიული არტ-ფესტივალი“ (Tbilisi Immersive Arts Festival) წარმოადგენს პლატფორმას, სადაც ქართველი და უცხოელი არტის-

ტები იყენებენ მულტიმედიურ ფორმებს კულტურული და სოციალური მესიჯების გადასაცემად. იმერსიული ხელოვნება ვიზუალურ გამოსახულებას, ტექნოლოგიებსა და მუსიკას აერთიანებს. წარმოდგენა სფეროს ფორმის, გუმბათოვან კინოთეატრში, დოუმში იმართება, რაც იმას ნიშნავს, რომ მაყურებელი 360 გრადუსითაა მასში ჩართული და გამოსახულებასა და მუსიკას აღიქვამს არა სიბრტყეზე, არამედ მთლიან სივრცეში.

წარმოდგენის შესაქმნელად ხელოვანი სწორედ თანამედროვე ტექნოლოგიების ფართო შესაძლებლობებს იყენებს, რაც მას მაქსიმალური შთაბეჭდილების მოხდენაში ეხმარება.

შედეგი: ქართულ კონტექსტში მულტიმედიური პროექტები მოქმედებენ როგორც ისტორიული მემსიერების გაძლიერების, ასევე, სამოქალაქო ცნობიერებისა და კულტურულ/შემეცნებითი ამაღლების მექანიზმი.

საერთაშორისო გამოცდილება

საერთაშორისო დონეზე მულტიმედიური პროექტები ფართოდ გამოიყენება როგორც მუზეუმებში, ასევე საზოგადოებრივ სივრცეებში.

- „Google Arts & Culture“ – გლობალური პლატფორმა, რომელიც მსოფლიოს კულტურულ მემკვიდრეობას ციფრულ ფორმატში ხელმისაწვდომს ხდის. მომხმარებელს შეუძლია დაათვალიეროს მუზეუმები, ნახატები, ძეგლები და კულტურული მოვლენები ვირტუალური ტურის სახით;
- Louvre Museum (პარიზი) – მსოფლიოში ერთ-ერთმა უდიდესმა მუზეუმმა განახორციელა ციფრული ტური, რაც განსაკუთრებით პანდემიის დროს გახდა პოპულარული. ვიზიტორებს შეუძლიათ Mona Lisa-ს, Venus de Milo-ს და სხვა შედეგების დათვალიერება ონლაინ სივრცეში;
- Smithsonian Institution (ვაშინგტონი, აშშ) – Smithsonian VR პროექტი იყენებს ვირტუალურ რეალობას, რათა დამთვალიერებლებს prehistoric სამყაროსა და კოსმოსური ობიექტების ინტერაქტიული გაცნობის საშუალება მისცეს;
- „Black Lives Matter“ მულტიმედიური კამპანია – სოციალური ქსელების, ვიდეოების, ვიზუალური არტ-ინსტალაციების და ციფრული აქტივიზმის საშუალებით, პროექტმა არა მხო-

ლოდ აშშ-ში, არამედ გლობალურადაც შექმნა დისკუსია რა-სიზმისა და თანასწორობის შესახებ;

- „Earth Hour“ (WWF) – ეკოლოგიური კამპანია, რომელიც მსოფლიოს ქალაქებსა და სოციალურ ქსელებში ერთდროულად იყენებს ვიდეო-პროდუქციას, ანიმაციასა და ონლაინ აქტივობებს ეკოლოგიური ცნობიერების გასაზრდელად.

საერთაშორისო პრაქტიკა აჩვენებს, რომ მულტიმედიური პროექტები არა მხოლოდ განათლებისა და კულტურული მემკვიდრეობის სფეროში, არამედ სოციალურ აქტივიზმშიც ძლიერი იარაღია.

შედარებითი ანალიზისთვის შეიძლება ვთქვათ, რომ ქართულ პროექტებში შეიძლება აქცენტი უფრო ეროვნულ მეხსიერებაზე, იდენტობასა და ქალაქის კულტურის გაძლიერებაზე კეთდება, საერთაშორისო პროექტებში კი უფრო გლობალურ საკითხებს ეთმობა სივრცე – გენდერული თანასწორობა, ეკოლოგია, სოციალური სამართლიანობა. თუმცა, უნდა აღნიშნოს, რომ ორივე შემთხვევაში, მულტიმედიური პროექტები ინტერაქტიურობისა და ემოციური ეფექტის მეშვეობით ახდენენ საზოგადოების ცნობიერებაზე გავლენას.

კვლევის მთავარი მიზანი გახლდათ, გამოგვეკვლია თუ როგორ მოქმედებს კულტუროლოგიური მულტიმედიური პროექტები სოციალურ ქსელებში მომხმარებელთა ცნობიერებაზე, მათ კულტურულ განათლებასა და სამოქალაქო ჩართულობაზე. ამოცანა იყო განგვესაზღვრა, თუ რამდენად აღიქვამენ სოციალური ქსელების მომხმარებლები მულტიმედიურ პროექტებს, როგორც კულტურულ-საგანმანათლებლო რესურსს. ასევე, გვსურდა, შეგვეფასებინა, რომელი ტიპის მულტიმედიური ფორმატი ახდენდა ყველაზე დიდ გავლენას და რომელი ასაკობრივი და სოციალური ჯგუფები არიან ყველაზე აქტიური მომხმარებლები. შევადარეთ ქართული და საერთაშორისო გამოცდილების მიღება სოციალური პლატფორმის მომხმარებლებში.

კვლევა ჩატარდა 2025 წლის ივლისი-აგვისტოს შუალედში ონლაინ კითხვარისა და სიღრმისეული ინტერვიუების საშუალებით. გამოიკითხა 150, სოციალური ქსელების აქტიური მომხმარებელი, რესპონდენტი, რომელთა ასაკობრივი დიაპაზონი მერყეობდა 18-დან 45 წლამდე. კვლევისას გამოყენებული ინსტრუმენტები იყო ონლაინ კითხვარი (Google Forms): რაოდენობრივი მონაცემების მისაღებად და სიღრმისეული ინტერვიუები: 15 მონაწილე, რათა

გამოგვერკვია ემოციური და ღირებულებითი დამოკიდებულება. კვლევის ობიექტები იყვნენ:

- ქართული პროექტები: „თბილისის ციფრული მუზეუმი“ და „მე ვწუხვარ ბაღზე“;
- საერთაშორისო მაგალითები: Google Arts & Culture, Earth Hour და სხვა.

მონაცემთა ანალიზის მეთოდები: სტატისტიკური ანალიზი (SPSS), თემატური ანალიზი ინტერვიუებისთვის.

კვლევის შედეგებმა აჩვენა, რომ 78% რესპონდენტებისა მიიჩნევს, რომ მულტიმედიური პროექტები ხელს უწყობს კულტურულ განათლებას. 65%-მა აღნიშნა, რომ ასეთი პროექტები მათთვის უფრო მისაღებია, ვიდრე ტრადიციული ფორმატის გამოფენები. 82%-მა აღნიშნა, რომ მულტიმედიური კონტენტი უფრო დიდხანს ახსოვთ, ვიდრე ტექსტუალური.

ფორმატის მხრივ, ყველაზე ეფექტური აღმოჩნდა 45% - ისთვის ვიდეო და მოკლე დოკუმენტური ფილმები; 32% – VR/AR ინტერაქტიული ელემენტები; 15% – ციფრული კამპანიები (მაგალითად, „მე ვწუხვარ ბაღზე“); 8% - ვირტუალური მუზეუმები.

ასაკობრივი კუთხით განსხვავება ის გახლდათ, რომ ახალგაზრდები (18-25 წელი) ყველაზე აქტიურად რეაგირებენ სოციალური აქტივიზმის პროექტებზე; საშუალო ასაკის ჯგუფი (26-35) უფრო მეტად აფასებს ისტორიულ და საგანმანათლებლო მულტიმედიას; უფროსი ჯგუფი (36-45) ნაკლებადაა ჩართული, თუმცა მათთვის მისაღებია ვირტუალური ტურის ფორმატი. ჩატარებული კვლევის საფუძველზე შეგვიძლია, ვიფიქროთ, რომ ქართულ და უცხოურ მაგალითებზე დაყრდნობით, ორივე შემთხვევაში, კულტუროლოგიური მულტიმედიური პროექტის ერთ-ერთი უმთავრესი შედეგია სოციალურ ქსელებში დისკუსიის გამოწვევა, ამა თუ იმ აქტუალური სოციალურ-პოლიტიკური, ეკონომიკური თუ კულტურული თემის ირგვლივ.

დასკვნა

ჩატარებულმა კვლევამ ნათლად წარმოაჩინა, რომ კულტუროლოგიური მულტიმედიური პროექტები თანამედროვე ციფრულ ეპოქაში იქცევა როგორც კულტურულ-საგანმანათლებლო ინოვაციის, ისე საზოგადოებრივი ცნობიერების ფორმირების მნიშვნელოვან ინსტრუმენტად.

კულტუროლოგიური მულტიმედიური პროექტები საქართველოში ჯერ კიდევ განვითარების ეტაპზეა, თუმცა, კვლევა ადასტურებს, რომ მათში გაერთიანებული ტრადიციული კულტურული მემკვიდრეობა და ინოვაციური ციფრული ტექნოლოგიები ქმნის მნიშვნელოვან შესაძლებლობებს ქართული საზოგადოებრივი აზრის სწორად ფორმირების, კულტურისა და განათლების დონის ამაღლებისა და სამოქალაქო პასუხისმგებლობის ზრდის კუთხით.

მათში ერთიანდება ტრადიციული კულტურული მემკვიდრეობა და ინოვაციური ციფრული ტექნოლოგიები, რაც ქმნის ახალი მიმართულებების განვითარებას საქართველოს კულტურის გლობალურ პოპულარიზაციაში.

კვლევის მიერ მიღებული შედეგები გვიჩვენებს, რომ მულტიმედიური ფორმატი (ვიდეო, VR/AR, ვირტუალური ტური, სოციალური კამპანია) მნიშვნელოვნად ზრდის ინფორმაციის დამახსოვრებასა და კულტურულ-შემეცნებით თემებთან ემოციურ კავშირს, სოციალური ქსელები (Facebook, Instagram, TikTok) კი გახდა ძირითადი პლატფორმა, სადაც მულტიმედიური პროექტები რეალურად აღწევენ ფართო აუდიტორიამდე. ქართული პროექტები („თბილისის ციფრული მუზეუმი“, „მე ვწუხვარ ბაღზე“) აერთიანებს ეროვნული იდენტობის, მემკვიდრეობისა და ტრადიციების კონსერვაციას, ხოლო საერთაშორისო მაგალითები უფრო მეტად ორიენტირებულია გლობალურ საკითხებზე (ეკოლოგია, თანასწორობა, კულტურული დივერსიფიკაცია).

ახალგაზრდები (18-25) ყველაზე მეტად რეაგირებენ სოციალურ კამპანიებზე და მზად არიან მონაწილეობისთვის, ხოლო საშუალო ასაკის მომხმარებლები (26-35) უფრო მეტად აფასებენ საგანმანათლებლო პროექტებს. რაც შეეხება, თეორიულ დასკვნებს ჩატარებული კვლევის საფუძველზე, შეგვიძლია ვიმსჯელოთ, რომ კულტუროლოგიური მიდგომა ციფრულ გარემოში ავლენს, რომ კულტურა აღარ არის მხოლოდ სტატიკური მემკვიდრეობა, არამედ ინტერაქტიური და კომუნიკაციური პროცესი. ასევე, მულტიმედიის ინტეგრაცია კულტუროლოგიაში ქმნის ახალ კვლევით ველს, რომელიც აერთიანებს მედია-კომუნიკაციის, ფსიქოლოგიისა და სოციალური ინტერაქციის ასპექტებს. ციფრული კულტურა გარდაქმნის საზოგადოებას „მომხმარებელიდან“ აქტიურ მონაწილედ, რაც არსებითად ცვლის ტრადიციულ აუდიტორიის მოდელს.

ქართულ რეალობაში, მულტიმედიური პროექტები ქვეყნისთვის წარმოადგენს სოფტ-პაუერის ინსტრუმენტს, რომელიც აძლევს მის კულტურულ იმიჯს. გასათვალისწინებელია, რომ ეროვნული მემკვიდრეობის თემატიკაზე შექმნილი მულტიმედიური პროექტები შეიძლება გამოყენებულ იქნეს როგორც ტურისტული და საგანმანათლებლო რესურსი. სოციალური ქსელების ალგორითმების გამოყენება მიზნობრივი აუდიტორიისთვის საშუალებას აძლევს პროექტებს, უფრო ეფექტურად მიაღწიონ კონკრეტულ ასაკობრივ და სოციალურ ჯგუფებს.

კვლევის საფუძველზე ნათლად გამოიკვეთა, რომ კულტუროლოგიური მულტიმედიური პროექტები თანამედროვე განათლებისა და საზოგადოებრივი ცნობიერების ამაღლების ეფექტური ინსტრუმენტებია. ისინი საშუალებას იძლევიან, საზოგადოებაში გაიზარდოს კულტურისა და განათლების დონე. VR, AR, ვიდეო და ვირტუალური მუზეუმების გამოყენებით მომხმარებელი ადვილად ითვისებს ისტორიულ, კულტურულ და სოციალური მნიშვნელობის ინფორმაციას. მათი ემოციური ჩართულობის გაზრდა ხდება ინტერაქტიური ფორმატებით, რომელიც ალვივებს ინტერესსა და ემოციას, რაც ხელს უწყობს ინფორმაციის უკეთ დამახსოვრებას. ჯანსაღი საზოგადოებრივი აქტიურობის სტიმულირება შესაძლებელია სოციალური კამპანიების საშუალებით, რომლებიც წარმატებით აძლიერებენ სამოქალაქო პასუხისმგებლობასა და მონაწილეობას კულტურულ ინიციატივებში.

რეკომენდაციები

პრაქტიკული განხორციელების მიზნით სასურველი რეკომენდაციებია:

- მუზეუმები და კულტურული ინსტიტუტები თუ გამოიყენებენ VR/AR, ინტერაქტიური პლატფორმებსა და ჰოლოგრამებს. სახელმწიფო სტრუქტურებმა მხარი დაუჭირონ მულტიმედიური პროექტების დაფინანსებასა და გლობალურ კოლაბორაციებს;
- სასწავლო დაწესებულებებში ინტეგრირდეს მულტიმედიური რესურსები, რათა ახალგაზრდა თაობას გაუმჯობესდეს კულტურული განათლება;

- მომავალი კვლევები ფოკუსირდეს ფართო სოციალურ ქსელებზე, მომხმარებელთა ემოციურ რეაქციებზე და პროექტების ეკონომიკურ ეფექტზე.

გამოყენებული ლიტერატურა:

- მულტიმედია პლატფორმა „მდგომარეობებს შორის“ ვენეციის 59-ე საერთაშორისო გამოფენაზე საქართველოს ეროვნულ პავილიონში პროექტს „მე ვწუხვარ ბაღზე“ წარადგენს, Forbes, 2022.
<https://forbes.ge/multimedia-platphorma-mdgomareobebs-shoris-venet-siis-59-e-saerthashoriso-gamophenaze-saqarthvelos-erovnul-pavilionshi-proeqts-me-vtsukhvar-baghze-tsradgens/>
- Assmann J., Cultural Memory and Early Civilization: Writing, Remembrance, and Political Imagination, 2011, Cambridge University Press.
- Campaign W., Earth Hour Campaign. <https://www.earthhour.org/>
- Freire P., Pedagogy of the Oppressed, New York, 1970.
- Georgia N. M., Tbilisi Digital Museum, 2023.
- Lotman J., Universe of the Mind: A Semiotic Theory of Culture. London, 1990.
- Mayer R. E., Multimedia Learning (2nd ed.). Cambridge, 2009.
- Moreno R., Interactive Multimodal Learning Environments, Educational Psychology Review, 19(3), 2007, pp. 309–326.
- Negroponte N., Being Digital, New York, 1995
- Parong J., Learning Science in Immersive Virtual Reality, Journal of Educational Psychology, 110(6), 2018, pp. 785–797.
- Tylor E. B., Primitive Culture, London, 1871.

MEDIA STUDIES

Gvantsa Liparteliani,

Doctoral Student at the Shota Rustaveli

Theatre and Film Georgia

State University Supervisor: Revaz Chichinadze, Ph.D in Social

Sciences, Professor

THE IMPORTANCE OF CULTURAL MULTIMEDIA PROJECTS IN EDUCATION AND RISING PUBLIC AWARENESS

Keywords: culturology, multimedia, public awareness, education, virtual museums, social media, digital museum, virtual reality, augmented reality, public awareness, education, digital culture, civic engagement, cultural identity, Georgia.

Abstract

This paper explores the transformative role of culturological multimedia projects in the contemporary educational environment and in the process of enhancing public consciousness. In an era dominated by digital communication, visual culture, and interactive technologies, the boundaries between education, culture, and technology have become increasingly blurred. Culturological multimedia projects—encompassing virtual reality (VR), augmented reality (AR), digital museums, interactive exhibitions, and social media campaigns—represent a new form of cultural mediation that merges artistic creativity, technological innovation, and civic engagement.

The study analyzes how such projects influence knowledge acquisition, emotional engagement, and the development of civic responsibility. It highlights the pedagogical and communicative potential of multimedia tools that encourage multi-sensory learning, emotional resonance, and participatory cultural experiences. Special attention is paid to the role of digital storytelling and interactive

interfaces as mechanisms for memory preservation and cultural dialogue in the 21st century.

Drawing on both Georgian and international case studies, the research examines successful implementations of culturological multimedia initiatives. Among the Georgian examples are the Tbilisi Digital Museum—a project that integrates digital heritage visualization and immersive learning—and “I Pity the Garden” (Me Vdardob Baghze), a multimedia installation by Detu Jincharadze and Mariam Natroshvili presented in the Georgian National Pavilion at the 59th Venice Biennale. On the international scale, projects such as Google Arts & Culture and the environmental awareness campaign Earth Hour are discussed as paradigms of how digital and multimedia formats can effectively foster cultural participation and global consciousness.

The central argument of the paper is that in the 21st century, the main challenge of education and culture lies not merely in the accumulation of information, but in creating emotionally charged, accessible, and participatory modes of transmitting knowledge and collective memory. Culturological multimedia projects address this challenge by offering interactive and affective learning environments that transcend traditional museum or classroom boundaries. Through the use of video installations, holographic displays, immersive VR experiences, and online interactive archives, such projects promote multidimensional perception and help establish a deep emotional connection between audiences and cultural subjects.

Methodologically, the research combines qualitative and quantitative approaches. The empirical part is based on online questionnaires and in-depth interviews with social media users, educators, and museum visitors. The findings reveal that exposure to multimedia cultural projects significantly enhances users’ cultural awareness, strengthens their understanding of national identity, and fosters civic engagement. Respondents reported that interactive and visually rich content facilitates better retention of information and evokes stronger emotional and intellectual responses compared to traditional forms of cultural communication.

The theoretical section of the study synthesizes interdisciplinary perspectives from cultural studies, media theory, and education

science, demonstrating that multimedia is not only a technical tool but a cultural language capable of shaping collective perception and social values. The discussion emphasizes that culturological multimedia projects serve as dynamic platforms for the dissemination of knowledge, the preservation of heritage, and the stimulation of social dialogue. By integrating art, technology, and education, they redefine how societies construct and share meaning in the digital age.

The article concludes with practical recommendations for cultural organizations, educators, and policymakers. It suggests that the effective use of multimedia technologies in cultural communication requires not only technological investment but also methodological innovation and interdisciplinary collaboration. Museums, educational institutions, and creative industries are encouraged to develop interactive and participatory formats that engage audiences emotionally and intellectually, fostering both individual reflection and collective responsibility.

Ultimately, the study argues that culturological multimedia projects contribute to the democratization of culture by making knowledge more accessible, inclusive, and emotionally resonant. They enable societies to bridge the gap between tradition and modernity, and between local identity and global connectivity. In this sense, multimedia culture becomes not only an artistic expression but also a tool for civic empowerment and sustainable cultural development.