

РАЗВИТИЕ И ИНОВАЦИИ В МУЗЕЙНАТА ДЕЙНОСТ

Екатерина Титова

Софийски университет „Св. Климент Охридски“

Резюме: В контекста на еволюцията в културния сектор и измененото позициониране на музеите спрямо променената среда е необходима адаптация към технологичните нововъведения и интересите на публиката. Разгледани са ключови концепции и тенденции в областта на иновациите в музейната дейност, различни методи, които започват активно да се прилагат, като хибридните музейни преживявания, интегрирането на цифрови формати в реална физическа среда, аудиозаписи, уебприложения, виртуална реалност, 3D визуализация и др., които позволяват на аудиторията по-пълноценно и задълбочено да взаимодейства с произведенията. Съвременните технологични решения в музейното управление имат потенциал силно да въздействат върху обществото, като стават катализатори за социални и културни промени.

Ключови думи: музеи, музеен мениджмънт, комуникационен мениджмънт, управление, културен сектор.

Въведение

В условия на ускорен технологичен напредък и културни промени традиционните музейни модели са изправени пред необходимостта да преосмислят своята роля и да се адаптират към променените изисквания на аудиторията. Реализираното изследване на съвременните тенденции и успешните примери от световната музеология спомагат за идентифицирането на ключови фактори за успешно иновативно управление и на начините, по които те допринасят за постигането на целите на музеите. Изложените конкретни аспекти на иновациите в музейното менажиране и разгърнатият обзор върху темата се стремят да предоставят анализ на възможните варианти за развитие и модернизация на музейната индустрия.

Настъпващата еволюция в културния сектор с навлизането в XXI век създава предпоставки за изменено позициониране на музеите спрямо засилената конкуренция, изразена в нарастващия брой алтернативни атракции, които привличат вниманието на публиката и заемат нейното свободно време. Именно тези предпоставки разкриват необходимостта от адаптация към променящата се среда, новите предизвикателства и интересите на аудиторията. В същото време цялостната икономическа картина разкрива сериозни проблеми от финансов характер, които спомагат за възникване на идентичностна криза на тези културни организации. Те са готови да променят институционалната си цялост с цел да реализират добра маркетингова стратегия и да привлекат потенциални посетители. Сложният конф-

ликт, който възниква в управлението на музеите, до голяма степен е обвързан с възприемането на изкуствата като предмет на бизнеса, съответно от съществено значение е артмениджърите да изградят така необходимия баланс между административния и творческия процес, за да функционират успешно. За целта е необходим нов управленски капацитет, който да е изграден на основата на задълбочени познания и компетентност за потенциална на музейната технология, за да има възможност да се прилага ефикасно.

Методология на изследването

Методологията, използвана при изследването, е:

– контент-анализ на научни публикации и статистики на български и английски език, отразяващи промените, през които преминават музеите днес, за да имат възможността да отговорят на предизвикателствата, създадени от динамично променящата се среда и навлизането на новите технологии;

– наблюдение и сравнителен анализ на протичащите съвременни процеси и тенденции в сферата на музеите и на добрите практики, прилагани от тях;

– провеждане на собствени интервюта с музейни изследователи и представители на най-големите културни институции: проф. Йорг Хаспел – директор на Института за паметници на културата в Берлин от 1992 до 2018 г., също така сред основателите на ICOMOS – международна неправителствена организация за опазване на културното наследство, действаща като съветник на ЮНЕСКО, и Тодор Петев – изследовател и преподавател по изкуствознание и музейно дело и един от създателите на фондация „Моят музей“;

– преки наблюдения на автора от практиката му като журналист, следящ и отразяващ културните събития, както и индуктивни и дедуктивни методи на разсъждение и обобщение.

Актуалното състояние на музейната сфера претърпява трансформация във фокуса на появилите се нововъведения, част от които са 3D визуализация, изкуствен интелект, холограми, дисплеи, сензорни интерфейси, киоскове и специални технологични решения. В допълнение своето отражение дават и променените очаквания и изисквания на аудиторията.

Изследването си поставя следните цели:

– да се анализират текущото състояние на музейната сфера и влиянието на технологичните нововъведения върху нея;

– да се проследят начините, по които се променя експозиционната дейност, свързани с навлизането на новите иновативни решения и съответно променените очаквания на публиките;

– чрез теоретични аргументи и анализ на статистики да се проследят развитието на музеите и тяхната съществена роля в динамично променящата се среда.

Променената културна среда и наличните предпоставки за нововъведения в музейната дейност

Динамичната културна среда дава основание за разпространение основно на комерсиално изкуство, като основен акцент се поставя върху развлечението, а художествената стойност на дадено произведение често е оставена на заден план. Тази тенденция има отражение върху всички културни организации, като музеите често биват изправени пред сериозна дилема, тъй като, от една страна, те представляват обект на културно наследство и са институции с изключително културно значение, а от друга, са изправени пред новите технологични предизвикателства и съвременни иновации. Традиционно те се възприемат като организации, отговорни за съхраняването и опазването на културното наследство. Според дефиницията, изведена от Международния съвет на музеите (ИКОМ), музеят е институция с нестопанска цел, работеща в услуга на обществото, извършваща разнообразни дейности, включващи изследване, събиране, опазване, интерпретиране и представяне на материалното и нематериалното наследство, като насърчават разнообразие и устойчивост, сътрудничество с общностите, предлагайки разнообразни образователни и културни знания [2]. Променената представа за музейната дейност е свързана с тяхното възприемане от управляващите като търговско предприятие, което предлага определени продукти, насочени към конкретни пазари и привличане на потенциални клиенти. Също така често биват възприемани като част от развлекателната индустрия, което променя основната им функция, която е свързана с тяхната образователна и информационна дейност за съвременните тенденции в областта. По този начин се измества фокусът на представените колекции, а именно да притежават определени художествени стандарти за вкус, да възпитават аудиторията чрез посланията, които разпространяват, и да популяризират качествено творчество. Тази активност е свързана с организирането на изложби и маркетинга. Други дейности, които музейните институти извършват, са изследователска, архивна, реставрационна и консервационна. Те се извършват от професионалисти, специализирани в съответните направления и позиционирани в различни отдели.

Множество усилия са фокусирани в посока на дигитализация на музейните колекции, която е средство за преодоляване на пространствените и времевите ограничения. Често срещан проблем в музеите е ограниченото изложбено пространство, което води до невъзможност за излагане на голяма част от колекцията и съответно нейното съхранение във фондохрани-

лица. Успешното прилагане на цифровизацията предоставя възможност на аудиторията да разгледа цялостната сбирка от произведения. В интервю, проведено специално за настоящия труд, музейният изследовател Тодор Петев споделя мнението, че все още голяма част от музейните специалисти и директори в България не са наясно какво представлява дигитализацията на културното наследство, и възприемат дейността единствено като заснемане и описание на фонда. „Това е един много сложен процес с различни измерения, който включва както дигитални изображения на експонатите, така и метаданни – една структура, която трябва да бъде дефинирана според конкретните функции на базата данни. Поради това, че се оперира без стандарти и без методически насоки в национален мащаб, всеки музей поръчва софтуер, който в повечето случаи се оказва неефективен, непрофесионално функционален и неадекватен за нашето време“ – коментира той [7]. Вследствие на подобни несинхронизирани действия повечето музеи у нас са все още в начален етап на тези процеси. Наличието на уебсайт също е неотменима част от представянето на всеки музей, но съдържанието, което е достъпно на него, обикновено се ограничава до най-необходимата обща информация, като история на института, работно време и текущи изложби. В някои от порталите има качени фотографии на част от заснетата колекция, но много рядко се срещат по-интересни и занимателни раздели. Предоставянето на допълнителна информация под различни интерактивни форми спомага за по-цялостно преживяване на посетителите и провокира тяхната заинтересованост. За сравнение, в световен мащаб вследствие на пандемията от COVID-19 множество музеи визуализираха своите зали чрез специално изработени шаблони на изложбените пространства и по този начин ги направиха достъпни за аудиторията независимо от нейната локация.

Текущото развитие е свързано с възприемането на технологията от аудиторията като част от забавлението. Концепцията за „хибридни музейни изживявания“ е вдъхновена от Новата музеология и разглежда по какъв начин посещенията могат да са по-смислени, като самата аудитория се превръща в активен участник в тях [3]. Постепенното навлизане на нововъведения в музеите представлява своеобразно допълнение на физическите изложби, като то е свързано с използването на различни устройства. Срещани цифрови решения са аудиогидовете, предлагани на специални устройства, наети от музея, а все по-често са налични и под формата на приложения за мобилните телефони, които предоставят виртуална реалност, показваща артефактите по нов начин. Дисплеите, сензорните интерфейси и киосковете са способ за директно взаимодействие на посетителите чрез тъчскрийн, за да получат допълнителна информация за експонатите. Този тип технология обикновено се използва за предоставяне на подроб-

ности, фотографии или видеоматериали, които допълват експозициите. Заедно с виртуалната реалност (VR) и разширената реалност (AR) те предоставят богати възможности за дейности, разкриващи детайли от историята на произведенията. Нестандартно представяне на културните артефакти се осъществява чрез използването на VR очила, които разкриват виртуални визуализации, свързани с конкретната експозиция, а разширената реалност добавя обекти или информация към реалната среда. Прилагане на съвременните технологии се наблюдава и в една от най-богатите картинни колекции в света, на музея „Лувър“, чийто най-известен художествен шедевър – „Мона Лиза“ на Леонардо да Винчи, също е представен с виртуална реалност в проекта „Мона Лиза: Отвъд стъклото“ [9], който представя едно различно музейно изживяване. Десетилетие проучвания са събрани за забележителното произведение, като посредством пътешествие назад във времето зрителят се пренася до оригиналната обстановка, в която е нарисувана Лиза Герардини. Публиката може да се запознае и със специфичните техники, използвани от художника.

Технологично въздействие върху посетителите

Съчетанието на традиционното изкуство със съвременните възможности за образование и взаимодействие предлага на посетителите нови и вълнуващи начини да се насладят на изкуството и историята. Пример за такива са прилагането на висококачествени дигитални екрани и проекционни системи, които са внедрени с цел да подчертаят уникалността на представените изложби. В някои от изложбите се използват тъчскрийн технологията и аудио-визуалните елементи, които ангажират посетителите и ги въвличат в своеобразно лично изследване на видяното. Разработените музейни мобилни приложения, които аудиторията може да изтегли на своите смартфони, предоставят интерактивни карти, аудиогайдове и допълнителна информация за артефактите.

Интересни нестандартни техники и формати, които започват да се прилагат с цел привличане и ангажиране на посетителите, са обособяване на експериментални пространства, които предоставят възможност за творчество, изследване и използване на разнообразни техники и материали. Тази дейност насърчава развитието на креативност у публиката посредством внедряването на различни иновации. Преобразеното възприятие за музеите се изразява и в инициативите, чрез които се прави опит да се доближат институциите до обществото. Пример за това е Държавният музей на Амстердам, който посреща туристите на летището с галерия, в която са изложени 15 произведения от неговата колекция, и магазин, от който може да се купят каталози. Интересна модификация по време на пандемията от COVID-19 е преобразяването на празни магазини, които са затворени и не

се използват поради текущите обстоятелства – те биват наемани за един месец и на техните витрини са излагани различни творби. По този начин се провокира любопитството на минаващите хора, без да е необходимо да влизат в изложбеното помещение, но впоследствие могат да решат да посетят самия музей. Тази нестандартна идея не изисква голямо финансиране за реализирането си, но представя начин музеят да отиде при аудиторията. Друг провокативен пример е музей в кутия, в която са представени реплики на скулптури и други обекти. Тези начинания разкриват промененото значение на културните организации, които от място, в което се събират картини и артефакти, се видоизменят чрез своята активност и допринасят за общественото развитие. Освен наличието на постоянни изложби, посредством реализирането на подобни временни експозиции аудиторията се привлича много по-динамично.

Иновативни методи за ефективното функциониране на музеите

Разнообразието от технологии, които институциите могат успешно да въведат в своята дейност, са многобройни, като тяхната функция е да бъдат допълваща част към основната дейност. Новите инструменти, които постепенно се интегрират, са аудио- и видеоелементи, онлайн изложби, дисплеи, предоставящи допълнителна информация, проекции, QR кодове, виртуална и добавена реалност, холографски изображения, аудиосистеми и др. Проучване на The statistics portal се фокусира върху планираните дигитални елементи за изложбена дейност, които да се интегрират в музеи по целия свят. 78% от анкетираните институции възнамеряват да използват аудио- и видеоелементи, 67% са планирали да приложат онлайн изложби и 59% – визуални информационни дисплеи (като сензорни екрани) (фиг. 1) [10].

Активното навлизане на изброените дигитални формати разкрива необратимия процес, който е започнал и чиято крайна цел е да обогати музейното посещение, правейки го по-атрактивно. Мнение за променената роля на музеите споделя и проф. Йорг Хаспел: „[В] своята история музеите са били възприемани като елитарни, като място, където са се събирали хора от висшата класа, защото са разбирали от изкуство. Днес се вижда новата им позиция, която ги превръща в сборен пункт – достъпно място за общуване и диалог не само за изследователите, но и за публиката, която иска да се среща, за да дискутира изкуството, без да бъде обезпокоявана“ [8].



Фиг. 1. Нови технологии, планирани да бъдат внедрени от музеите по света през май 2021 г.

Нововъведенията, които започват да се прилагат в музейната дейност, включват както интерактивни експозиции, така и автоматизирани управленски процеси посредством използването на изкуствен интелект. ИИ представлява не само технологичен напредък, но и възможност за преобразяване на културното преживяване, като трансформира начина, по който музеите взаимодействат с посетителите и общността, но въпреки това е важно неговото интегриране да се осъществява постепенно, за да се осигури устойчив и отговорен напредък в сферата на културните институции.

Необходимо е музейният мениджмънт да прилага интерактивните инструменти като част от съвременните стратегии за привличане на посетители чрез хибридни музейни преживявания. За целта се използва набор от технологии, интегриращи цифрови формати в реална физическа среда, като аудиозаписи, уебприложения, 3D визуализация, изкуствен интелект, холограми, дисплеи, сензорни интерфейси, киоскове, специални технологични решения за конкретен музей и др. Различните сензорни устройства спомагат за по-пълноценното и задълбочено представяне и създават революция във взаимодействието между музеите и техните целеви групи. Приложението на изкуствен интелект, виртуална реалност (VR) и разширена

реалност (AR) допринася за създаването на интерактивни изложби, които позволяват въвеждането на виртуални обекти в реално пространство, като възстановка на исторически събития или достъп до допълнителна информация за произведенията. Употреба на ИИ се наблюдава и в алгоритмите, които се използват за проследяване на предпочитанията на аудиторията с цел да ѝ се предложат персонализиран маршрут и интересни факти, свързани с акцентите в него.

Изводи

Изводите, направени на базата на осъществения анализ на теоретичните и практическите аспекти на нововъведенията в управлението на музеите, са следните:

– иновациите са ключов фактор за успеха на музейното управление – те са неделима част от доброто функциониране на музейната организация, като са необходими готовност и гъвкавост за внедряване на новаторски решения;

– технологичните нововъведения преобразяват посетителското преживяване – разнообразните модерни подходи, като виртуална реалност, интерактивни експозиции, дисплеи, сензорни интерфейси, киоскове, специални технологични решения и др., могат да преобразят начина, по който посетителите възприемат музейната среда;

– инвестиране в технологични иновации – необходимо е музеите активно да инвестират в нововъведения, които обогатяват посетителското преживяване. Внедряването на виртуална реалност, интерактивни приложения и онлайн ресурси спомага за увеличаване на достъпността и привличане на нови посетители.

Заклучение

Иновациите в управлението на музеите са ключов фактор за тяхната успешност и адаптация към текущите промени. Музеите трябва да продължават да експериментират, да интегрират нови технологии и да бъдат активни участници в образователните и културните процеси. Със своята уникална дейност като пазители на културното наследство те имат отговорността да оформят бъдещето на обществото, предоставяйки стимулиращи и иновативни преживявания на своите посетители. Нововъведенията в индустрията обогатяват посетителското преживяване, изграждат по-силна свързаност с обществото и допринасят за развитието на културната сфера.

References/Литература

1. **Angus, J.** Innovations in practice: an examination of technological impacts in the field. – In: *The journal of museum education*, 2012, Vol. 37, No 2.
2. **Balgarski** национален комитет на ИКОМ. Nova muzeyna definitsia, prieta na 24.08.2022 g. <<https://icombulgaria.org/archives/1957>> (03.04.2024).
[**Български** национален комитет на ИКОМ. Нова музейна дефиниция, приета на 24.08.2022 г. <<https://icombulgaria.org/archives/1957>> (03.04.2024).
3. **Løvlie, A., A. Waern, L. Eklund, J. Spence, P. Rajkowska, S. Benford.** Hybrid Museum Experiences. Amsterdam: Amsterdam University Press, 2022.
4. **Pulh, M., R. Mencarelli.** Web 2.0: Is the museum – visitor relationship being redefined? – In: *HEC, International journal of arts management*, 2015, Vol. 18, No 1.
5. **Pusa, S., L. Uusitalo.** Creating brand identity in art museums: a case study. – In: *HEC, International journal of arts management*, 2014, Vol. 17, No 1.
6. **Ramirez, J.** Marx vs the robots. Universitätsverlag Winter GmbH, American Studies, 2017, Vol. 62, No 4.
7. **Titova, E.** Sobstveno intervyyu na avtora s Todor Petev, 27.11.2023 g.
[**Титова, Е.** Собствено интервю на автора с Тодор Петев, 27.11.2023 г.]
8. **Titova, E.** Sobstveno intervyyu na avtora s Yorg Haspel, 03.12.2023 g.
[**Титова, Е.**, Собствено интервю на автора с Йорг Хаспел, 03.12.2023 г.]
9. **The Mona Lisa** in virtual reality in your own home. <<https://www.louvre.fr/en/what-s-on/life-at-the-museum/the-mona-lisa-in-virtual-reality-in-your-own-home>> (10.04.2024).
10. **The statistics** portal. New technologies, tools, and digital formats for exhibitions planned to be implemented by museums worldwide as of May 2021. <<https://www.statista.com/statistics/1287736/new-technologies-for-exhibitions-to-be-implemented-by-museums-worldwide/>> (16.04.2024).

За автора

Екатерина Титова е главен асистент, доктор по „Теория на журналистиката и медиите“ във Факултета по журналистика и масова комуникация (ФЖМК) на Софийския университет „Св. Климент Охридски“, магистър по журналистика от ФЖМК и бакалавър по „Визуални изкуства – фотография“ от Нов български университет. Автор е на монографията „Културни перспективи в съвременната журналистика“, съавтор на електронната книга „Реформи и социална промяна. Ролята на онлайн медиите при изграждането на дневния ред на българското общество“, както и на множество статии, посветени на медийната култура, динамиката и развитието на журналистиката и културната среда. Нейната дългогодишна работа в областта като журналист, отразяващ събитията от сферата на културата, и фотограф може да бъде проследена в редица издания, сред които списанията „Икономист“, „HELLO! България“, „ВВС Знание“, „Мода“, вестниците „Телеграф“, „Монитор“, „Демокрация“, „Политика“, „Europost“ и др. Интересите ѝ са насочени в областта на журналистиката, съвременните аспекти на културата, фотографията и комуникацията.

За контакт с автора: e_d_titova@abv.bg

DEVELOPMENT AND INNOVATIONS IN THE MUSEUM ACTIVITY

Ekaterina Titova

Sofia University "St. Kliment Ohridski"

Abstract: In the context of the evolution in the field of culture and the changed positioning of museums related to the changed environment, adaptation to technological innovations and the interests of the public is must. Key concepts and trends in the field of innovation in museum activity, various methods that are beginning to be actively applied, such as hybrid museum experiences, the integration of digital formats in a real physical environment, audio recordings, web applications, virtual reality, 3D visualization, etc., are examined, which allow the audience to interact with the works more fully and deeply. The modern technological solutions in museum management have the potential to greatly impact society, becoming catalysts for social and cultural change.

Keywords: museums, museum management, communication management, management, cultural sector.

About the Author

Ekaterina Titova, Assistant prof., is a PhD in "Theory of Journalism and Media" from the Faculty of Journalism and Mass Communication at Sofia University "St. Kliment Ohridski", Master of Journalism from the same Faculty and Bachelor of "Visual Arts – Photography" from NBU. She is the author of the book "Cultural Perspectives in Contemporary Journalism", co-author of the e-book "Reforms and Social Change. The role of online media in shaping the agenda of Bulgarian society", as well as numerous articles dedicated to media culture, the dynamics and development of journalism and the cultural environment. Professional experience and years of her work in the field as a journalism covering events and a photographer can be trace in numerous publications, including the magazines "The Economist", "HELLO! Bulgaria", "BBC Knowledge", "Moda", the newspapers "Telegraph", "Monitor", "Demokratiya", "Politika", "Europost" etc. Her interests are in the field of journalism, contemporary aspects of culture, photography, and communication.

To contact the Author: e_d_titova@abv.bg