

КОНФЕРЕНЦИЯ С МЕЖДУНАРОДНО УЧАСТИЕ – ВИЗИЯ ЗА ЕВРОПЕЙСКОТО КУЛТУРНО НАСЛЕДСТВО 2025

ДИГИТАЛИЗАЦИЯТА В МУЗЕИТЕ: БЪЛГАРСКИТЕ ЩРИХИ

Доц. д-р Соня Пенкова, НВИМ

Развитието на информационните и комуникационни технологии преобръна представите за памет и общуване, разми границите на реалното и виртуалното създавайки свят, непознат за родените през ХХ век и единствено възможен за родените през този век. Безспорно това промени познатият ни музей от миналия век. Съхранявайки своите традиционни функции като опазване и представяне на културното наследство, той усъвършенства механизмите и способите на осъществяването им. От „законодател“ на исторически и културен наратив, музеят се утвърди като медиатор на диалог. Променят се и мненията и оценките за това в каква степен той предоставя достъпно за всички преживяване, докато спасява обществото от загуба на памет.

Музеите днес повече от всякога са на кръстопътя на промяната. Безспорен факт е, че без поставянето на „дигиталния обрат“ в центъра на музейната проблематика, свързана с опазването на наследството, интерактивността и комуникативността на музея, както и неговите образователни ангажименти към обществото, няма път напред. „Дигиталният обрат“ разбран не просто като технологична революция, а като култура на дигитална интелигентност и компетентност, променяща установените парадигми за общност, индивид, идентичност, авторство, диалог, автентичност, собственост.

Днешният музей е натоварен с нелеката задача да предава на поколенията смислите, достиженията, историята на миналото, носейки отговорност за взаимното разбиране в процеса на общуване, при непрекъснато усъвършенстване на моделите, чрез които се осъществява. Музеят, приемащ моделите на дигиталното, и в този смисъл на интерактивността и „културата на участие“ всъщност променя разбирането за собствената си мисия и параметрите на основните си дейности. Това го превръща в модератор на диалог и в място за дебат, показвайки готовността му да представя различни гледни точки, без да се крие в „безопасността“ на миналото.

Дигитализацията в музеите, както и в други институции е инструмент за генериране: на съдържание, на приходи, или на имидж. Относителната тежест на тези три продукта в дигиталната стратегия на съответната музейна организация зависи от декларираната ѝ мисия, нужди и статут. В зависимост от нивото на „дигитална зрялост“ музеите избират или да интегрират дигитални аспекти в съществуващите си структури и функции – като експозиции, образователни отдели, колекции, маркетинг, или обособяват екипи от дигитални лидери, които „поглъщат“ в себе си, синергизират тези функции.

Навлизането на дигиталното в музея променя системата му на управление – от механизмите на планиране и финансиране на дейностите, мониторинга и оценките, управлението на правата, до отношенията в екипа, типа мотивация и взаимоотношения; от подобряване обратната връзка с публиката и включването на анализите на големи данни до развиване на нови организационни стратегии, нови форми на партньорство, търговия и

услуги, и т.н. Това собствено вътрешно развитие е съчетано с нови комуникационни модели – увеличаване на достъпността на колекциите чрез базите данни с онлайн достъп, чрез технологични платформи за обсъждане и съвместно използване, активност в социалните мрежи, привличане на нова аудитория, нови съдържателни и визуални модели на експозиционни програми, разнообразяване и обогатяване на изживяванията – чрез разширени възможности за предоставяне на допълнителна информация, добавена реалност, виртуална реалност, игрови елементи, 3D модели и т.н. Като следствие от тези развития възниква и феноменът на дигиталното наследство – под формата на виртуални колекции, виртуални изложби, или физически реконструкции на база 3D модели. Процесите на дигитализация безспорно са във връзка с многообразието на образователни модули, ориентирани от предаване на знания към развитие на навици и компетенции, към съучастие и партньорство.

.....

Могат да се цитират стотици примери на отлични практики възприети от европейските музеи в сферата на дигитализацията.

В България институциите, работещи в сферата на материалното културно наследство имат сравнително еднаква, начална степен на дигитализация. По данни за 2017 г. музеите и художествените галерии са дигитализирали малко над 5% от общата численост на съхраняваното от тях културно наследство. Този процент е постигнат както благодарение на финансиране по програми, така и чрез собствен ресурс на някои от музеите.

.....

Няколко думи за тези процеси в музея, който представлявам – НВИМ. Музеят е създаден преди сто години, винаги е бил структура на Министерство на отбраната и има три филиала в страната – два във Варна – Военноморският музей и Парк-музеят на бойната дружба Владислав Варненчик, и Музеят на авиацията в Пловдив.

Като част от дългосрочните си планове в областта на дигитализацията НВИМ има 3 непосредствени приоритета: цифровизация на едномилionenния фонд на музея – приблизително 40% от ресурсите предвидени по дигиталната стратегия се усвояват в това направление; утвърждаване на музейния бранд – 40 %; и разработка на образователни, интерактивни и изследователски приложения ориентирани към различни сегменти от публиката – 20%. Дигиталната стратегия на организацията се осъществява от малък екип от специалисти по създаване на съдържание, маркетинг в дигитална среда, публични стратегии, создатели на приложения, експерти-архивисти и графични дизайнери.

Музеят има работеща, постоянно допълвана версия на своя електронен каталог, който е безценен инструмент в помощ на учени, учаци и любители на историята. Има създаден електронен каталог на библиотеката на музея (повече от 20 000 издания и периодика), която е публична и специализирана в областта на военната история и музеология. Отделно от това музеят активно работи по създаване на дигитални каталози на някои от основните си колекции – фотография, отличия, оръжие, униформи, знамена, архив. За жалост поради причини от финансово естество той не е онлайн достъпен. Музеят има разработени и онлайн достъпни виртуални турове на експозициите си.

В залите на музея електронни терминали доставят разширено съдържание или визуализации към временните и постоянни експозиции, а интерактивни инсталации акцентират върху знакови за българската история моменти и артефакти.

Музеят реализира виртуални изложби като последната – „Моите предци ...на война“, беше открита в Нощта на музеите, и е част от образователните ангажменти на институцията към младите хора. В момента Музеят работи и по проект осъществяван с финансовата подкрепа на Програма „Култура“ на Столична община за създаването на приложения за виртуална реалност.

Музеят използва активно електронните медии и социалните мрежи за реклама, за комуникация с публиките и партньорите си. Музеят търси пътища до целевата си аудитория и до всеки свой идентифициран потребител с адекватни и емоционални послания. Правят се онлайн базирани проучвания на интереса към изложби и събития на институцията, както и на нагласите на публиките ни и конкретния посетител. В институцията активно се работи по въвеждане на електронна система на документооборот. Извършват се електронни услуги към граждани на основата на фонда от културни ценности и електронна кореспонденция. В музея има изградени вътрешни електронни мрежи на комуникация между структурите и между хората, работещи в него. В последните години ръководството залага на подобряването на квалификацията и дигиталните умения на екипа на музея.

Могат да бъдат изброени и други приложения на дигитализацията в музея, но да се върнем на националните проблеми в тази област.

.....

Анализирайки проблемите, ние работещите в културните институции в България определяме като съществени липсата на национално приети стандарти за дигитализация и регламентирани и осигурени ресурси или възможности за такива. От своя страна Министерство на културата отчита като съществена причина за забавяне на процеса на дигитализация на културни ценности липсата в Закона за културното наследство на текст, определящ понятието „дигитализация“ и „електронни“ регистри. Коректно е да отбележа, че към днешна дата текат съгласувателни процедури в министерствата, които имат отношение към процеса на дигитализация по промени в закона по тези текстове.

Хубаво е, че Министерство на културата смята да започне работа по разработване национална стратегия за дигитализация, защото от 2009 г. в чл. 27 на Закона за културното наследство е разписано, че музеите обработват съхраняваните от тях културни ценности в единен електронен софтуер за управление на музейните фондове, но към 2018 г. той все още липсва.

Предвид на това, както и на факта, че министерството оповести, че ще се създава национална стратегия за дигитализация, то изразявайки мнението на голяма част от музейната колегия, смятаме че трябва да се обърне внимание на следното:

Да се направи спешен мониторинг на техническата и кадрова обезпеченост на българските музеи и галерии за дигитализация и предприемане на спешни мерки за подобряването, вкл. нормативни;

Да се проучат съществуващи европейски модели;

Да се направи допитване до музейната колегия за създаване на единни изисквания по отношение на софтуера, така че да отговаря на специфичния фонд на всеки от музеите;

Да се осмисли такова създаване на метаданни, което да отговаря на заложената в Закона за културното наследство и подзаконовите му актове терминология и изисквания, но в същото време да бъде разбрано от потребителите;

Да се създадат Единни национални стандарти за дигитализиране и технология за дигитализация, която да отчита разнообразието на културни ценности в българските музеи и техните специфики;

Да се създаде софтуер за Дигитален музей и Дигитална галерия;

Да се изгради система за контролиран достъп до дигиталното съдържание и дигитална сигурност;

Да се регламентират функции за персонализация и функции на социални мрежи;

Да се осигури ресурс – финансов и кадрови;

В търсене на партньори за дигитализацията да се оптимизира Закона за частно-публичното партньорство и се създадат в него работещи текстове, касаещи българските музеи.