

ПРИВЛИЧАНЕ НА ПУБЛИКА В МУЗЕИТЕ ЧРЕЗ ДИГИТАЛИЗАЦИЯ В СИТУАЦИЯ НА COVID-19

Весела Георгиева

Резюме: *Представянето на музейните експозиции и колекции е утвърдена в годините практика в много музеи. Българските музеи, на фона на обявената извънредна ситуация с COVID-19, са изправени пред множество различни предизвикателства. Преди нейното настъпване, навлизането на новите технологии в музеите бе осмисляно, а основното заключение е, че дигитализацията не е лесна за реализиране цел, свързана с редица фактори като: недостатъчно висококвалифициран персонал в областта на културното наследство, както и на специалисти по информационни технологии, ниска мотивация у музейните служители, липсата на специализирана техника и на финансови средства, бавното протичане на процеси по дигитализация и представяне на културното наследство по иновативен начин. Трудностите и ограниченията, наложени от въвеждането на извънредното положение в пандемията, провокират музейните работници да преосмислят някои дейности и да потърсят различни форми за адаптиране към настъпващите новости.*

Целта на статията е изготвянето на кратък обзор върху състоянието на музеите в България след настъпването на пандемичната криза, предизвикана от COVID-19 и промените свързани с въвеждането на извънредните мерки през март 2020 година, които дават отражение върху дейността им. Анализирани са отделни музейни институции у нас, които предлагат разнообразни възможности на своите посетители като виртуални разходки, изложби и достъп до културно съдържание през различни форми. Извеждат се възможности за привличането на музейна публика, за приложението на образователни програми и за включването на новите технологии за опазването и популяризирането на културното наследство в музеите.

Ключови думи: *музеи, музейна публика, дигитализация, COVID-19*

ATTRACTING AUDIENCES IN THE MUSEUMS THROUGH DIGITALIZATION IN THE CONTEXT OF COVID-19

Vesela Georgieva

Abstract: *The presentation on museum expositions and collections has been established over the years in many museums. The Bulgarian museums face many challenges against the background of the declared COVID-19 emergency situation. Prior COVID-19, the development of new technologies in the museums was meaningful, and it is estimated that digitalization is not an easy goal. The reasons for these conclusions are various such as : insufficiency of qualified staff in the field of cultural heritage, as well as in information technology, lack of motivation of museum employees. In addition, many factors are present such lack of specialized equipment, financial resources, slow pace of processes related to digitalization and innovative ways of presentation of cultural heritage. The difficulties and constraints imposed by the introduction of the state of emergency in the context of the pandemic provoke museum workers to rethink some activities and to consider diverse forms of adaptation to new realities. The article aims to prepare a brief overview on the situation in the museums in Bulgaria after COVID-19 and the changes associated with the introduction of emergency measures in March 2020, which also affect the museum work. Some museums in our country that started to look for and offer various opportunities to their visitors for virtual walks, exhibitions, as well as access to cultural content in various other forms have been analyzed. Opportunities are provided to attract museum audiences, about application of educational programs, and for the inclusion of new technologies for the preservation and promotion of cultural heritage in the museums.*

Keywords: *museums, museum audience, digitalization, COVID-19*

Въведение

Музеите традиционно се осмислят като институции на паметта, чиито основни цели се отнасят към процесите свързани с опазването и популяризирането на културното наследство. Съществуват различни дефиниции за музей, предлагани от специалисти и институции. В настоящата разработка се позоваваме на Устава на ИКОМ България, който определя музея като: „постоянна институция с идеална цел, в служба на обществото и на неговото развитие, отворен за публиката и занимаващ се с изследвания, които се отнасят до материалните свидетелства за човека и околната среда. Той придобива, съхранява, експонира и най-вече представя с научна и образователна цел, както и за ес-

тетическа наслада, културно-исторически паметници и природни образци“¹. Съществуват различни видове музеи каквито например са историческите, природонаучните, етнографските, къщите-музеи, археологическите и още много други. Може да бъде направено и допускането, че музейните експозиции и експонатите, съхранявани в тях, представляват интерес за хора от различни възрастови групи, което от своя страна допринася за формирането на т. нар. профил на посетителя. Според мнението на Симеон Недков, представено в книгата му „Музеи и музеология“, „всяка експозиция се създава единствено, за да служи на посетителите. Ето защо връзката експозиция – музейна публика е пряко обоснована“² и има своята значимост. Важно е да се има предвид, че музейните посетители могат да бъдат не само на различна възраст, но и с различни интереси и профили. Като примери за това можем да посочим както единичните, така и организирани групи български или чуждестранни туристи. Посетителите на музеите могат да бъдат освен на различна възраст, така и заетост (деца, учаци, студенти, докторанти, научни работници, масови туристи и т.н.). От друга страна, по отношение на туризма, бихме могли да споменем и неговата категоризация по видове съгласно Закона за туризма от 2013, според който в чл. 2. „Целите на закона са да: създаде условия за развитие на специализираните видове туризъм – културен, здравен, СПА и уелнес, селски, еко, конгресен, детски и младежки, приключенски, спортен, ловен, голф и друг туризъм“³. Тази категоризация е значима от гледна точка на разграничаването на видовете туризъм, но и създаването на взаимно допълващи се връзки между тях, както и устойчивост.

Ролята на музеите в контекста на настоящата разработка се анализира с фокус върху привличането на публика посредством приложението на новите технологии. Това е широкоспектърна и многообхватна тема, трудна за едно-

¹ ИКОМ България. *Устав* [онлайн]. 29. Февр. 2012. Достъпно от: <http://icombulgaria.org/wp-content/uploads/2020/06/USTAV.pdf>. За повече информация виж и: *Закон за културното наследство* [онлайн]. В сила от 10.04.2009, обн. ДВ, бр. 19 от 13 март 2009. Достъпно от: <https://www.lex.bg/laws/ldoc/2135623662> – Чл. 25. Музей се създава при наличие на: културни ценности, идентифицирани по реда на наредбата по чл. 107, ал. 1, които могат да бъдат представяни във вид на музейна експозиция; сграден фонд, осигуряващ условия за съхраняването на движимите културни ценности, определени с наредбата по чл. 34, ал. 6, и условия за представянето на движимите културни ценности, определени с наредбата по чл. 185; Недков, Симеон. *Музеи и музеология*. София: ЛИК, 1997. Достъпно онлайн от: <https://museite.com/index.php/library/museums-museology-book> – „Музеите са връстници на човешката цивилизация. В тях са представени както природни образци, така и човешките постижения във всички области – изкуство, наука, занаяти и т.н.“

² Недков, Симеон. *Музейна публика*. В: *Музеи и музеология*. София: ЛИК, 1997. [Прегледан на 17.05.2021]. Достъпно онлайн от: <https://museite.com/index.php/library/museums-museology-book/33-museina-publika>

³ *Закон за туризма* [онлайн]. В сила от 26.03.2013. обн. ДВ, бр. 30 от 26 март 2013. [Прегледан на 10.05.2021]. Достъпно от: https://www.tourism.government.bg/sites/tourism.government.bg/files/documents/2018-12/zakon_za_turizma_16_10.pdf

начно представяне. Освен традиционните функции, които изпълняват музеите – да съхраняват, представят и популяризират различни артефакти, те също така имат и образователна функция. Поради тази причина в много от тях се прилагат образователни програми, в които чрез експонираните предмети се обогатяват знанията на посетителите, които могат да са на различна възраст, социална прослойка и др., но също така които биха могли да посещават музея за различни цели, в това число туризъм, образование, развлечение и изследвания в различни научни области.

Привличане на музейна публика посредством интегрирането на образователни програми

Музеите според своите профил и специфики използват разнообразни подходи, чрез които да привличат посетители. Примери за това са различни добри практики, свързани с обособяването на музейни образователни програми, интегриране на съвременните информационни и комуникационни технологии в сферата на културата, прилагане на иновативни подходи, социални мрежи и мобилни приложения за представяне и популяризиране на културното наследство и др. Важно е да се има предвид, че различните видове музеи изискват специфично представяне на колекциите пред музейната публика. Когато говорим за образователни програми, обаче трябва да сме наясно, че независимо в какъв вид институция ще бъдат прилагани, те трябва да бъдат обособени по интерактивен начин и едновременно с това чрез прилагането на образователен подход, който да представя тематиката на музеите по достъпен за посетителите начин. Според Стефанка Кръстева образователно-възпитателната функция на музеите е: „една от основните социални функции на музея, насочена към предаването на знания и формиране на историческо съзнание, общочовешки ценности и устойчиво социално поведение у посетителите. Реализира се на базата на музейните колекции и сбирки чрез различните форми на експозиционна и научно-просветна дейност“⁴.

Иглика Мишкова извежда на преден план „създаването на цялостна система за работа на музеите с децата и обогатяване методиката на преподаване посредством уроци с предмети и специални музейни турове. Програмите са създадени и с цел да се преодолее стереотипът за възприемане на музея като нагледна илюстрация за презентация на предмети, които да покажат, че музеят има свой път и своя собствена образователна задача – формиране на ценностно и емоционално отношение към културното наследство“⁵.

⁴ **Кръстева**, Стефанка. *Студии по музеология*. София: Изд. къща ФДК, 2003, с. 201.

⁵ **Мишкова**, Иглика. *Образование в музея*. София: ИК „Гутенберг“, 2015, с. 238.

Според Екатерина Цекова „музейните образователни програми – като специфичен интердисциплинарен музеен продукт са важна част от работата с публиката и не могат да бъдат строго отделяни от общото направление „Връзки с обществеността“. В същото време обаче, те са и относително самостоятелно направление в музейната дейност, защото имат свои вътрешни специфични правила за изпълнение, собствен живот и развитие. Разнообразието им се определя преди всичко от тематиката на музейните колекции, от характеристиката на региона и очакванията на публиката“⁶.

Различните музеи и музейни колекции въздействат по различен начин на своята публика в зависимост от музейния разказ, който им е собствен. Тематиката на различните музеи би могла да бъде представена, освен както в повечето случаи досега по традиционен начин под формата на беседи, но и чрез използването на различни технологични методи като виртуална или добавена реалност, симулативни игри и други, които да улеснят представянето на научната информация по разбираем за посетителите начин. Използването на подобни практики и превръщането им в музейни образователни програми значително би могло да допринесе за привличането на вниманието особено на децата в музеите, които да ги осмислят не само като място, предлагащо знания, но и забавление.

Дигитализацията и музеите в България

Освен чрез обособяването на различни образователни програми в музеите, съществуват редица други практики, които могат да бъдат използвани с цел привличане на музейна публика. Може да се направи допускането, че музейните посетители с течение на времето започват да се превръщат постепенно в потребители. Това е така поради широкото навлизане и приложението на интернет, цифровите иновации и съвременните информационни и комуникационни технологии. Цифровата култура способства за модернизирването на музеите, както и за споделянето на информация, определяно като един от ключовите акценти на бъдещето. Споделянето от своя страна означава създаване на възможност за растеж и представлява инструмент за непряк маркетинг и разширяване на аудиторията. От друга страна, цифровите технологии са едни от основните средства, чрез които е възможно постигането на мисиите на музеите. Това е така поради факта, че те се отнасят в голяма степен към повечето от извършваните в музеите дейности, а също така и към работата на музейния персонал. Чрез дигитализацията на културното наследство и изграждането и използването на различни бази данни, музеите могат да представят по ино-

⁶ **Цекова**, Екатерина. *Музейна комуникация и музейно образование*. София: Сдружение Кръг Будител, 2007, с. 111.

вативен начин съхраняваните в тях културни ценности. Например, благодарение на възможностите за 3D сканиране, се достига до различни дигитални архиви с високо качество, което позволява бърз и лесен достъп до набор от информация за съхраняваните в музеите колекции.

Развитието на новите технологии и изграждането на т.нар. „интернет изкуство, нараства все повече през последните години. Очаква се комуникацията да комбинира когнитивно и емоционално съдържание, за да отговори на физическите и виртуалните нужди на посетителите“⁷. По този начин, например, добавената реалност и включването на различни интерактивни образователни игри могат да имат революционна роля. „При проектирането и предлагането на потапящи среди и приложни игри, може да се твърди, че играта насърчава активното участие и взаимодействието между потребителите и артефактите, преди и след посещението. Изборът на подходящи технологични средства зависи от целите на музея към които се стреми и наличните финансови ресурси. Целта е да се разработят иновативни техники, които не просто да предоставят на потребителите идеи, но и да улесняват тяхното обучение чрез емоционално участие“⁸.

Процесът на дигитализация поетапно все повече започва да навлиза в музеите на различни равнища, в това число експозиции, организация, съхраняване и социализация на културното наследство. Дигитализацията се приема като част от процес, който включва избор, оценка (включително на нуждите), приоритизиране, подготовка на оригинали за дигитализация, събиране и създаване на метаданни, дигитализация и обособяване на колекции от данни, подаване на цифрови ресурси към системи за доставка и хранилища и други. Този процес е придружен от управление, включително управление на правата на интелектуална собственост и контрол на качеството и оценка в края. Тези стъпки са от съществено значение, за да се гарантира, че цифровият обект остава достъпен в дългосрочен план. Въпреки множеството съществуващи дефиниции, част от които от нормативна или правна гледна точка, а други от гледната точка на различни науки, терминът дигитализация се дефинира от ЮНЕСКО като: „създаване на цифрови обекти от физически, аналогови оригинали посредством скенер, камера или друго електронно устройство“⁹.

Търсейки връзката дигитализация – музеи, Анка Игнатова прави извода, че „свой принос, макар и твърде скромнен за сега, в изграждането на общо-европейското дигитално културно пространство имат и българските музеи. Зна-

⁷ *Museum of the Future Insights and reflections from 10 international museums*. In: *MUSA Projekt* [online]. Publications, 2016–2019. [Viewed 15.05.2021]. Available from: <http://www.project-musa.eu/wp-content/uploads/2017/03/MuSA-Museum-of-the-future.pdf>

⁸ Пак там.

⁹ **Fundamental** principles of digitization of documentary heritage. In: *UNESCO* [online]. [Viewed 14.05.2021]. Available from: http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/mow/digitization_guidelines_for_web.pdf

чителна част от музеите в България присъстват в интернет пространството чрез свои сайтове, но представените цифрови изображения за съхраняваните от тях културни ценности са твърде малко¹⁰. Освен чрез осигуряването на достъп до интернет страница, музеите трябва да се стремят и към предлагането на възможности за достъп до електронно съдържание, представящо съхраняваните в тях артефакти, което да бъде от полза както за музейните специалисти, така и за всеки проявяващ интерес. Не по-малко важно е и предлагането на иновативни практики като виртуални разходки, активно използване на социални канали за популяризиране на музейните дейности и други.

Музеите в България в условията на пандемия, предизвикана от COVID-19

По отношение на направено проучване в интернет страницата на НСИ¹¹, свързано с общия брой на музеите в България, сведенията сочат, че общият им брой се променя ежегодно. Например през 2018 г. музеите в страната са 174, за 2019 г. са 179, а през 2020 г. са 182. От изведените резултати научаваме още информация за утвърждаването на нови институции, за профила им и за промените, по отношение на които обаче, се изисква по-задълбочено проучване. От друга страна, във връзка с посещаемостта на музеите за последните две години, статистиките на сайта на НСИ и системата ИНФОСТАТ¹² свидетелстват за промени в общия брой на посещенията, които за 2020 г. например са почти на половина по-малко (2 236 031) в сравнение с 2019 г., когато броят направени посещения в музеи в България наброява 5 354 794 посетители. Това създава предпоставки да се счита, че в условията на пандемията, предизвикана от COVID-19, при музеите и по отношение на туризма се очертават промени, оказващи влияние върху посещаемостта на обектите. Настъпилата пандемична обстановка в контекста на музеите постепенно започва да оказва влияния на различни равнища. В това число се наблюдават икономически, социални и други последици, които музеите правят опити частично да преодолеят посредством алтернативни форми за представяне на културното наследство, чрез използване на дигитализацията и съвременните ИКТ. Интересно

¹⁰ **Игнатова**, Анка. За дигитализацията на българското културно-историческо наследство. В: *България, българите и Европа – мит, история, съвремие. Т. III. Научна конференция в памет на д-р Иван Велков и проф. Велизар Велков*, 31 октомври 2008. В. Търново: УИ „Св. св. Кирил и Методий“, 2009, с. 394. Достъпно онлайн и от: <https://journals.uni-vt.bg/getarticle.aspx?aid=5180&type=.pdf>

¹¹ **Национален статистически институт** [онлайн]. Достъпно от: <https://nsi.bg/bg>

¹² **ИНФОСТАТ** – информационна система за онлайн заявки за статистическа информация. В: *Национален статистически институт* [онлайн]. Достъпно от: <https://infostat.nsi.bg/infostat/pages/external/login.jsf>

би било проследяването на данните и извеждането на статистики, свързани с посещаемостта на сайтовете или тегленето на различни мобилни приложения, свързани с музеи в България преди и след настъпването на пандемията от COVID-19, за което обаче са необходими както информация подадена и достъпна от страна на самите музеи, така и изготвяне на качествени и задълбочени обзор и анализ, свързани с проучването.

Преди настъпването на пандемията от COVID-19, можем да твърдим, че процесът на дигитализация и използването на съвременните ИКТ в България е трудна за осъществяване цел за много от музеите. Това не е валидно за голяма част от Националните и регионални музеи в страната, които поетапно започват да прилагат различни нови подходи за опазване и популяризиране на културното наследство. Такива например са Национален археологически институт с музей (НАИМ) при БАН, Националният исторически музей, Регионален исторически музей – град София и други, представени в текста по-долу. С настъпването на пандемията от COVID-19 се констатира множество неблагоприятни промени, които силно засягат всички обществени сфери. Силно повлияни в икономически и социален аспект са сферата на културата и туризма, в следствие на което работещите в тях са изправени пред предизвикателството за търсене на алтернативни форми за справяне с възникналите затруднения от новата пандемична обстановка. Постепенно започва да се забелязва тенденция към предлагането на виртуален достъп до културното наследство в музеите в страната посредством приложението на съвременните ИКТ. До момента на настъпване на пандемията повечето музеи предлагаха на своите посетители съвкупност от специализирани услуги и достъп до културното наследство в присъствена форма, което с въвеждането на противоепидемичните мерки значително се видоизмени. Музеите по Заповед на здравното министерство неколнократно бяха затворени за посещения, което дава отражение не само върху финансовите приходи, но и като цяло върху процеса на работа в тази сфера.

Отчитайки постиженията на съвременните информационни и комуникационни технологии от последните десетилетия, включвайки в това число и навлизането на дигитализацията в музеите на различни равнища – експозиции, организация, съхраняване и социализация на културното наследство и с оглед ситуацията около пандемията, личи тенденция за увеличаване ролята и значимостта на виртуалните музеи, в които дигитализацията излиза на преден план като основополагащ фактор. В този контекст бихме могли да твърдим, че дигитализацията е важен процес свързан с опазването на културното наследство. От друга страна, посредством въвеждането на новите информационни технологии в музеите би могъл да се подобри достъпът до електронно съдържание, както и да се насърчат образователната функция на музеите и привличането на нова музейна аудитория.

В отговор на обявяването на пандемията от COVID-19, „Международният съвет на музеите ИКОМ насърчава стремежа за близост до аудиториите чрез серия от препоръки и напътствия за по-лесното и бързо адаптиране на културните институти към ситуацията. Организацията призовава музейната гилдия да насочи усилията си в това, което прави най-добре – да следи обществените потребности, да се вслушва в гласа на общностите, да поддържа тесни контакти с досегашни партньори и сътрудници, за да се възползва в бъдещата си работа от натрупания в момента опит“¹³.

Също така от ЮНЕСКО „препоръчват музеите да продължат да се развиват въпреки пандемията, като разработват стратегии за справяне със стагнацията. За да отговорят адекватно на повишения интерес от страна на публиките, от ЮНЕСКО идентифицират музеи от цял свят, които предлагат онлайн съдържание и иновативни стратегии, които да бъдат включени в списък за потенциални потребители в интернет пространството“¹⁴.

С въвеждането на забраните и противоепидемичните мерки в световен мащаб, възможностите за пътувания стават силно ограничени. С оглед на това редица „големи и известни музеи и галерии по света са затворени, а човек има особено голяма нужда от култура в подобни моменти. И въпреки че нищо не може да замени усещането да стоиш в непосредствена близост до шедевър на изкуството или знаменит исторически артефакт, то съвременните технологии ни дават възможност да направим виртуална разходка сред едни от най-забележителните музеи на световната сцена“¹⁵. Такива например са Британският музей, Музеят Метрополитън в Ню Йорк, Лувърът, Ватиканските музеи и още много други.

Представяйки ситуацията към днешна дата, през 2021 г. може да се каже, че около пандемията все повече културни институции в страната започнаха да прилагат практики за представяне на културното наследство във виртуална среда под формата на виртуални разходки. Взаимствайки примери от множество световни и европейски музеи, насочили внимание към представяне на културно съдържание чрез видео форми, виртуална реалност, виртуални изложби и обиколки и т.н, те постепенно започнаха да се прилагат като алтернатива на културния туризъм и в България. Така например НАИМ при БАН „има на сайта си обособена минигалерия с 19 малки снимки в два раздела – Античност и Праистория. Текстово са представени четирите зали на музея – Праистория, Трезор, Централна и Средновековие, неговата история, разкоп-

¹³ **Музеи** в пандемия. В: *Гьоте-институт* [онлайн]. [Прегледан на 22.04.2021]. Достъпно от: <https://www.goethe.de/ins/bg/bg/kul/mag/22232063.html>

¹⁴ Пак там.

¹⁵ **Пет** невероятни музея, които предлагат виртуални разходки. В: *Usitcolours* [онлайн]. [Прегледан на 20.04.2021]. Достъпно от: <https://usitcolours.bg/bg/pochivki-v-chujbina/statii/5-neverojatni-muzeja-koito-predlagat-virtualni-razhodki/s/856>

ките, в които е участвал при други аспекти на дейността му¹⁶ и 3D виртуална обиколка.

Пример за музей, използващ дигитализация е и музеят на ДЗИ, в който се съхранява историята на застрахователното дело в България и има план за обогатяване на експозицията и виртуален достъп до експонатите. “Посетителите на виртуалния музей могат да разгледат изцяло дигитално книжа, полици, предмети, брошури от застрахователната история на България в 3 епохи – Царство България, Народна република България и съвременния период на Република България след 1989 г. В него те могат да открият документи, както от историята на ДЗИ – от създаването му през 1946 година до наши дни, така и такива от развитието на застрахователното дело в страната от началото на ХХ век¹⁷.”

Друг добър пример в ситуацията с COVID-19 е Националният исторически музей, който има разработени „виртуални 360-градусови турове на два от значимите паметници, които са част от музея – Боянската църква и Земенският манастир¹⁸, както и основната музейна експозиция, в която „служителите използват затварянето, за да подготвят залите и витрините за предстоящото заснемане. Правят се и видеофилми до 35 мин., които да представят залите като екскурзоводски беседи¹⁹.”

Регионалният исторически музей в София също използва добър подход за представяне на културното наследство посредством обособяване рубрика за дигитална експозиция в интернет сайта на музея, активна от 3 април 2020 г., когато се навършват 141 години от обявяването на София за столица на Третата българска държава. Едни от основните цели на рубриката се отнасят към „представяне на някои от показваните през годините временни изложби, разкриващи интересната история на София, разказана чрез предмети, архивни снимки и документи, спомени на личности, като по този начин всеки, който не е имал възможност да посети изложбените зали, ще научи нещо ново и интересно²⁰. Някои от представените на сайта на музея дигитални изложби са „Атриум“, свързана с „архитектурата на тоталитарните режими през ХХ в.“²¹, „Птиците в изкуството и цар Фердинанд“, изложба „Антична Сердика – средновековен Средец“, „140 години българско монетосечене“ и други.

¹⁶ **Георгиев**, Емил Л. Влязоха ли българските музеи в крак с времето. В: *Сега* [онлайн], 11. дек. 2020. [Прегледан на [22.04.2021]. Достъпно от: <https://segabg.com/category-observer/vlyazoha-li-bulgarskite-muzei-krak-vremeto>

¹⁷ *ДЗИ – Виртуален музей* [онлайн]. 1 окт. 2020. [Прегледан на 22.04.2021]. Достъпно от: <https://www.dzi.bg/csr/museum>

¹⁸ **Георгиев**, Емил Л. *Цит. съч.*

¹⁹ Пак там.

²⁰ *Дигитална изложба Столичната община (1918-1944)*. В: *Музей за история на София* [онлайн]. [Прегледан на 22.04.2021]. Достъпно от: <https://sofiahistorymuseum.bg/bg/ekspozicii/digitalna-ekspozicia>

²¹ Пак там.

Заклучение

Краткият обзор на научни публикации и нормативни документи, както и на сайтове на музеи в България и чужбина, дава основание да се направи изводът, че има промяна в работата на музеите и чрез дигитализация в ситуацията с COVID-19. Може да се говори за явления, но не и за устойчива тенденция за развитие на съвременните ИКТ и дигитализацията в сферата на културното наследство. В нормативен и административен план се вземат решения за преосмисляне дейностите на музеите по време и след вълните на пандемията от COVID-19, както и се работи в посока за формулиране на нови стратегии и концепции, които са свързани с адаптирането към новопоявилата се ситуация. Все още обаче това са първи стъпки и за съвременни явления каквито са добавена реалност, виртуална реалност, смесена реалност, интерактивна комуникация, виртуални разходки (а още по-малко за геймификация), трудно може да се говори в контекста на приложението на съвременните ИКТ в музеите. Това се отнася и до развитието на българския културен туризъм, в който се очертават различни алтернативни форми, отнасящи се към използването на съвременните информационни технологии за привличане на музейна публика, но те не са достатъчни. Рано е да се говори и за осъществяването на интерактивен диалог с виртуални посетители в електронна среда. Другата сфера, която още не е развита достатъчно е свързана с насърчаването на образователните функции на музеите и подпомагане на научната им дейност, което трябва да бъде утвърдено като добра практика не само в кризисни ситуации, но и като част от политиките за устойчиво развитие.

Цитирани източници:

1. **Георгиев**, Емил Л. Влязоха ли българските музеи в крак с времето. В: *Сега* [онлайн], 11. дек. 2020. [Прегледан на 22.04.2021]. Достъпно от: <https://segabg.com/category-observer/vlyazoha-li-bulgarskite-muzei-krak-vremeto>
2. **ДЗИ – Виртуален музей** [онлайн]. 1 окт. 2020. [Прегледан на 22.04.2021]. Достъпно от: <https://www.dzi.bg/csr/museum>
3. **Дигитална изложба Столичната община (1918–1944)**. В: *Музей за история на София* [онлайн]. [Прегледан на 22.04.2021]. Достъпно от: <https://sofiainhistorymuseum.bg/bg/ekspozicii/digitalna-ekspozicia>
4. **Закон за културното наследство** [онлайн]. В сила от 10.04.2009, обн. ДВ, бр. 19 от 13 март 2009. Достъпно от: <https://www.lex.bg/laws/ldoc/2135623662>
5. **Закон за туризма** [онлайн]. В сила от 26.03.2013. обн. ДВ, бр. 30 от 26 март 2013. [Прегледан на 10.05.2021]. Достъпно от: https://www.tourism.government.bg/sites/tourism.government.bg/files/documents/2018-12/zakon_za_turizma_16_10.pdf
6. **Игнатова**, Анка. За дигитализацията на българското културно-историческо наследство. В: *България, българите и Европа – мит, история, съвремие. Т. III. Научна конференция в памет на д-р Иван Велков и проф. Велизар Велков, 31 октомври 2008*. В. Търново: УИ „Св. св. Кирил и Методий“, 2009, с. 394. Достъпно

- онлайн и от: <https://journals.uni-vt.bg/getarticle.aspx?aid=5180&type=.pdf>
7. **ИККОМ** България. *Устав* [онлайн]. 29. Февр. 2012. Достъпно от: <http://icombulgaria.org/wp-content/uploads/2020/06/USTAV.pdf>
 8. **ИНФОСТАТ** – информационна система за онлайн заявки за статистическа информация. В: *Национален статистически институт* [онлайн]. Достъпно от: <https://infostat.nsi.bg/infostat/pages/external/login.jsf>
 9. **Кръстева**, Стефанка. *Студии по музеология*. София: Изд. къща ФДК, 2003, с. 201.
 10. **Мишкова**, Иглика. *Образование в музея*. София: ИК „Гутенберг“, 2015, с. 238.
 11. **Музеи** в пандемия. В: *Гьоте-институт* [онлайн]. [Прегледан на 22.04.2021]. Достъпно от: <https://www.goethe.de/ins/bg/bg/kul/mag/22232063.html>
 12. **Недков**, Симеон. *Музеи и музеология*. София: ЛИК, 1997. Достъпно онлайн от: <https://museite.com/index.php/library/museums-museology-book>
 13. **Недков**, Симеон. Музейна публика. В: *Музеи и музеология*. София: ЛИК, 1997. [Прегледан на 17.05.2021]. Достъпно онлайн от: <https://museite.com/index.php/library/museums-museology-book/33-museina-publika>
 14. *Национален статистически институт* [онлайн]. Достъпно от: <https://nsi.bg/bg>
 15. **Пет** невероятни музея, които предлагат виртуални разходки. В: *Usitcolours* [онлайн]. [Прегледан на 20.04.2021]. Достъпно от: <https://usitcolours.bg/bg/pochivki-v-chujbina/statii/5-neverojatni-muzeja-koito-predlagat-virtualni-razhodki/s/856>
 16. **Цекова**, Екатерина. *Музейна комуникация и музейно образование*. София: Сдружение Кръг Будител, 2007, с. 111.
 17. **Fundamental** principles of digitization of documentary heritage. In: *UNESCO* [online]. [Viewed 14.05.2021]. Available from: http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/mow/digitization_guidelines_for_web.pdf
 18. *Museum of the Future Insights and reflections from 10 international museums*. In: *MU. SA Projekt* [online]. Publications, 2016–2019. [Viewed 15.05.2021]. Available from: <http://www.project-musa.eu/wp-content/uploads/2017/03/MuSA-Museum-of-the-future.pdf>

References:

1. **Digitalna** izlozha Stolichnata obshtina (1918–1944). In: *Muzej za istoria na Sofia* [online]. [Viewed 22.04.2021]. Available from: <https://sofiahistorymuseum.bg/bg/ekspozicii/digitalna-ekspozicia>
2. **DZI** – *Virtualen muzej* [online]. 1 okt. 2020. [Viewed 22.04.2021]. Available from: <https://www.dzi.bg/csr/museum>
3. **Fundamental** principles of digitization of documentary heritage. In: *UNESCO* [online]. [Viewed 14.05.2021]. Available from: http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/mow/digitization_guidelines_for_web.pdf
4. **Georgiev**, Emil L. Vlyazoha li balgarskite muzei v krak s vremeto. In: *Sega* [online], 11. dek. 2020. [Viewed 22.04.2021]. Available from: <https://segabg.com/category-observer/vlyazoha-li-bulgarskite-muzei-krak-vremeto>
5. **Ignatova**, Anka. Za digitalizatsiyata na balgarskoto kulturno-istoricheski nasledstvo. In: *Bulgaria, balgarite i Evropa – mit, istoria, savremie. T. III. Nauchna konferentsia v pamet na d-r Ivan Velkov i prof. Velizar Velkov, 31 oktombri 2008*. V. Tarnovo: UI

- „Sv. sv. Kiril i Metodiy“, 2009, s. 394. Available online from: <https://journals.uni-vt.bg/getarticle.aspx?aid=5180&type=.pdf>
6. **IKOM Bulgaria.** *Ustav* [online]. 29. Fevr. 2012. Available from: <http://icombulgaria.org/wp-content/uploads/2020/06/USTAV.pdf>
 7. **INFOSTAT** – informatsionna sistema za onlayn zavavki za statisticheska informatsia. In: *Natsionalen statisticheski institut* [online]. Available from: <https://infostat.nsi.bg/infostat/pages/external/login.jsf>
 8. **Krasteva, Stefanka.** *Studii po muzeologia*. Sofia: Izd. kashta FDK, 2003, s. 201.
 9. **Mishkova, Iglia.** *Obrazovanie v muzeya*. Sofia: IK „Gutenberg“, 2015, s. 238.
 10. **Museum of the Future Insights and reflections from 10 international museums.** In: *MU. SA Projekt* [online]. Publications, 2016-2019. [Viewed 15.05.2021]. Available from: <http://www.project-musa.eu/wp-content/uploads/2017/03/MuSA-Museum-of-the-future.pdf>
 11. **Muzei v pandemia.** In: *Gyote-institut* [online]. [Viewed 22.04.2021]. Available from: <https://www.goethe.de/ins/bg/bg/kul/mag/22232063.html>
 12. **Natsionalen statisticheski institut** [online]. Available from: <https://nsi.bg/bg>
 13. **Nedkov, Simeon.** *Muzei i muzeologia*. Sofia: LIK, 1997. Available online from: <https://museite.com/index.php/library/museums-museology-book>
 14. **Nedkov, Simeon.** *Muzeyna publika*. In: *Muzei i muzeologia*. Sofia: LIK, 1997. [Viewed 17.05.2021]. Available online from: <https://museite.com/index.php/library/museums-museology-book/33-museina-publika>
 15. **Pet neveroyatni muzeya, koito predlagat virtualni razhodki.** In: *Usitcolours* [online]. [Viewed 20.04.2021]. Available from: <https://usitcolours.bg/bg/pochivki-v-chujbina/statii/5-neveroyatni-muzeja-koito-predlagat-virtualni-razhodki/s/856>
 16. **Tsekova, Ekaterina.** *Muzeyna komunikatsia i muzeyno obrazovanie*. Sofia: Sdruzhenie Krag Buditel, 2007, s. 111.
 17. **Zakon za kulturnoto nasledstvo** [online]. V sila ot 10.04.2009, obn. DV, br. 19 ot 13 mart 2009. Available from: <https://www.lex.bg/laws/ldoc/2135623662>
 18. **Zakon za turizma** [online]. V sila ot 26.03.2013. obn. DV, br. 30 ot 26 mart 2013. [Viewed 10.05.2021]. Available from: https://www.tourism.government.bg/sites/tourism.government.bg/files/documents/2018-12/zakon_za_turizma_16_10.pdf