

НАЦИОНАЛЕН СТУДЕНТСКИ КОНКУРС ЗА НАЙ-ДОБРА
РАЗРАБОТКА НА ТУРИСТИЧЕСКА ТЕМАТИКА

Тема:

Ролята на интерактивните музеи в туризма

Разработил: **Деляна Генова**

Студент от *Великотърновски университет, „Св. св. Кирил и Методий“*, при Стопански факултет, Катедра „Туризъм“, *Специалност „Туризъм“*, ОКС „Бакалавър“, редовно обучение

В. Търново, 2019

1. Нагласи за интерактивност в туризма

Проучване на GfK (Growth from Knowledge - изследва пазара и потребителите)¹ за нагласите на „*туриста от бъдещето*“ показва, че той очаква повече интерактивност в преживяванията си. Дори начинът на изразяване на впечатления, моменти, спомени се случва по интерактивен начин. Потребителите предпочитат да получават услуги чрез различни приложения, социални медии, електронна поща, онлайн канали и др. Подобна глобализация влияе на туристическия бизнес, тъй като информацията за хотели, събития, дестинации става лесно лесна и достъпна.

Изследването² показва, че продажбата на устройства като умни часовници и гривни през 2016 е достигнала стойност от 114 милиона долара. Смята се, че това е в резултат от стремежа за персонализиране и уникалност, което се отразява и на ръста в продажбите на различни туристически пътувания, улеснявайки планирането им. Повече от 25% от потребителите разчитат на социалните мрежи и онлайн канали за споделяне като първа стъпка при планиране на пътуването си.

Интерактивността в туризма може да има и други проявления, поради всеобхватността на предлагане на услуги, но и като сфера на дейност с голяма зависимост и необходимост от човешки ресурси. Като част от интерактивността в туризма може да посочим:

➤ *За потребители: технологии за виртуалната реалност (VR)*, познати също като компютърно-симулирана реалност, която пресъздава среда, истинска или измислена, която симулира физическото присъствие на потребителя по такъв начин, който позволява на използващия устройството да си взаимодейства с околната среда;

➤ *За служители и потребители: геймифицирането*, като начин на прилагането на елементи от дизайна на игри и включването на принципи от игри в контекста на нещо не-игрално и различно. То е насочено към човешките ресурси и има задачата да реши проблеми, свързани с лоялността, ефективността и желанието за работа на служителите. Това разбира се са само част от проявленията му. Това е и средство за група туристи със специфичен интерес.

¹ <https://www.gfk.com/>

² Пак там

Като друг пример за интерактивност в туризма, може да дадем появата на интерактивните музеи, които са нов начин на представяне на музейното дело и начин на модернизиране предлагането на туристически ресурси. Добавената реалност по-често се използва за развиване на образователния потенциал на музейните експозиции. Някои музеи изграждат и специални зали, в които се прожектират 3D филми, посветени на конкретни музейни експонати³, за да привлекат интереса на посетителите.

2. Интерактивни музеи по света и в България

Музеите са учреждения, които събират, съхраняват и публично излагат различни предмети и свързана с тях информация, които представляват обществен интерес. Думата „музей“ се отнася както за институцията, така и за самата сграда, в която тя се помещава. Законът за културното наследство определя музея като „*културна и научна организация, която издирва, изучава, опазва и представя културни ценности, природни образци и антропологични останки с познавателна, образователна и естетическа цел.*“⁴ За нас в туризма, музеят е средство за привличане на туристи със специфични потребности.

Повечето музеи опитват да се възползват от новите технологии чрез „включването“ им в музейни експозиция, което позволява на посетителите да получат повече информация, или да използват интернет за по-пълна картина на музейните колекции и дейности (виртуално представяне в мрежата, виртуален музей).⁵

Ако през 2016 г. „умният“ часовник е върхово постижение във внедряването на технологии в туризма, то през 2019 съществуват цели интерактивни музеи. Тези културни центрове разчитат на различни уреди, симулатори, продукти от всички сфери на технологиите и изкуството. Списание Businessweek⁶ прави класация на най-високотехнологичните музеи в света като определя следните, като представители на новото поколение музеи:

➤ *Музеят на MIT, Масачузетс, САЩ*

Този институт по технологии е американски частен университет, който е едно от най-елитните висши училища в света. В музея му се излагат най-добрите разработки на

³ Varadzhakova, D., Digital reality in tourism industry, Collective Scientific Book of an annual conference Development of the Bulgarian and European Economies – challenges and opportunities, vol. 1, University Press St. St. Cyril and Methodius, Veliko Tarnovo, p. 246, 2018

⁴ <https://www.lex.bg/laws/ldoc/2135623662>

⁵ Lapteva, M., N. Pikov, Visualization Technology in Museum (From the Experience of SibFU Collaboration with the Museums of Russia), Journal of Siberian Federal University. Humanities & Social Sciences 7 (2016 9), p. 1674

⁶ <https://www.bloomberg.com/businessweek>

студенти по време на тяхното обучение. Пример за това са работ за подводни изследвания, ново поколение градски автомобили, триизмерен модел на риба зебра, която ще помогне за разработването на лекарство срещу рак и др.

➤ *Музей на движещите се картини, Ню Йорк, САЩ*

Този музей е посветен на така нареченото поколение на видеоигрите и клиповете в Youtube. В него чрез триизмерни технологии се разполагат експонати от най-известните видеоигри, клипове и кинопродукции. Създадена е и пещера с интерактивна реалност, където всички предмети са триизмерни.

➤ *Музей за роботи, Япония*

Музеят за роботи изглежда като космически кораб. Разполага със стотици експонати от света на роботиката. В него се представят от най-старите изобретения в тази област до бъдещи роботизирани домашни помощници. Освен обичайните снимки и клипове, присъщи за интерактивните музеи, в този се провеждат обучения за управляване на роботи.

➤ *Научен музей, Лондон, Великобритания*

Класическият стил на сградата контрастира с високотехнологичното съдържание на музея, което е едно от най-модерните, познати на човечеството. В него посетителите могат да се насладят на 4D кино с прожекции на филми от различни сфери на науката, да използват различни симулатори. Музеят проследява в хронологичен ред най-значимите исторически и технологични открития. Безплатен е за всички посетители.

➤ *Музей за нови науки, Япония*

Този музей представя изобретения от всякакъв тип, разработвани с помощта на високи технологии. Освен роботи и машини, могат да се разгледат най-високотехнологичните превозни средства. В центъра му има огромен глобус, направен от ЛЕД дисплеи, които възпроизвеждат различен тип съдържание.

Уникални музеи в България има в Грявна, Чепеларе, Гурково, Мадан, Перник, Габрово и др.⁷, като част от тях вече работят с интерактивни технологии. Такива примери са:

➤ *Музей на индустрията, Габрово, България*

⁷ Dimitrov, S., CULTURAL AND HISTORICAL HERITAGE OF BULGARIA AS A TOURIST RESOURCE, Научные горизонты № 1(17), 2019, ISSN 2587-618X, p. 69

В България също има музеи, представящи експонатите си чрез съвременни експозиционни технологии. Интерактивен музей на индустрията в гр. Габрово притежава атрактивни аудио-визуални приложения, които създават автентична атмосфера. Последната инсталация е симулатор на Ф1.

➤ *Музей Абритус, Разград, България*

Музеят разполага с 12 зали, които превръщат посетителите в древни римляни чрез игри, симулации и филми. Умните стъкла, които издават тайни и шкафчетата, криещи отговори запознават с бита, културата и боговете на Древен Рим.

Всички тези музей по света и в България са доказателство за подобряване представянето и модернизирването на туристически услуги и създаването на високо конкурентна среда за развитие на бизнеса.

По данни на НСИ⁸, в България има 191 музея, които за 2017 г. генерират 5 109 хил. посещения, а 1 112 хил. от тях на чуждестранни туристи. Класацията на музеите по области и броя на посещенията има следния вид:

- *Първо място:* София град с 24 музея и 1,039 млн. посещения;
- *Второ място:* Пловдив с 14 музея и 291 хил. посещения;
- *Трето място:* Бургас с 12 музея и 230 хил. посещения;
- *Четвърто място:* тук се нареждат 4 области с по 10 музея –
- Велико Търново (495 хил. посещения), Габрово (379 хил. посещения), Стара Загора (301 хил. посещения) и Шумен (194 хил. посещения). Уникални музеи са в Трявна, Чепеларе, Гурково, Мадан, Перник, Габрово и др.

Данните са закономерни и анализът показва, че дори на четвърто място по брой на музеи, дестинации като В. Търново, Габрово и Ст. Загора изпреварват Пловдив и Бургас по брой посещения за година. Тук съществена роля има популяризирането на дестинациите и начинът им на представяне пред потенциалните потребители.

За 2017 година в българските музеи са изнесени 55 585 беседи, 2 189 временни изложби, 689 концерта, 490 обсъждания на книги, 13 094 видео прожекции и 141 конкурса.⁹ Тази тенденция е положителна за страната ни, а наличието на видео прожекциите е знак за търсене на модерна и интерактивна визия на музейното дело.

⁸ <http://www.nsi.bg/bg/content/3669/музеи>

⁹ Пак там

3. SWOT-анализ на интерактивните музеи

Интерактивните музеи са нов начин за популяризиране на музейното дело, който предлага различна визия на традиционния и автентичен музей като обект на изкуството и културата. В таблица 1. е направен опит за определяне на предимствата, недостатъците, възможностите и заплахите пред интерактивните музеи (SWOT-анализ).

Таблица 1. SWOT-анализ на интерактивните музеи

<i>Предимства</i> - запомнящо представяне на информацията; - различно преживяване/ усещане; - подходящо за всякакви възрасти.	<i>Недостатъци</i> - възможна загуба на автентично преживяване; - разминаване между очаквания и реалност.
<i>Възможности</i> - намаляване разхода за човешки ресурси; по-лесни за усвояване на послания и социални каузи.	<i>Заплахи</i> - отдалечаване от традиционното преживяване в музей; - намаляване на културната стойност и масовизиране.

Една от задачите на музея е да покаже нагледно всички факти и постижения на науката, за които сме чували. Внедряването на високотехнологични методи, тяхното използване за представянето на експозициите, води до по-запомнящо се и ефектно послание за потребителите. Осигурявайки интерактивни преживявания, музеите се превръщат в притегателен център не само за деца, но и за представители на различни възрастови групи.

Както всичко останало, така и интерактивността може да бъде опасна, ако е в прекалено голям процент. Прекалената технологизация крие риск да се изгуби автентичната атмосфера в един музей. Така той би изгубил стойността си на традиционен културен център и би се приел повече като развлекателен. Тъй като

музеите са част от обучителната програма на деца, чието ежедневие е заето изцяло от технологиите, трябва да се внимава, за да не се прекали. Това може да доведе до размиване на очаквания и реалност.

Във векът на високите технологии възможностите за развитие са безброй. Такъв тип културни центрове биха се приели по-добре, защото посланието, което носят е по-достъпно и лесно усвоимо. Социални каузи, представени по интерактивен начин биха имали потенциално по-голям успех поради възможността да се покаже нагледно мисията им.

Основната заплаха за музеи, използващи високите технологии, за представяне на експозициите си е да не изгубят истинското преживяване от посещението на такъв тип центрове. Интерактивните музеи съчетават различни свойства, което ги прави гъвкави и носещи висока добавена стойност в туризма със техните функционални и технологични възможности.

Интерактивността е фактор, който потребителите на туристически услуги определят като важен и със значение за развитието и предлагането на туристически продукти, услуги и ресурси. Такива са музеите и като антропогенен туристически ресурс се оказват подходящи за модернизирани и внедряване на интерактивни технологии.

SWOT-анализът на интерактивните музеи показва, че предимствата и възможностите пред тях са с висока стойност на полезност, а недостатъците и заплахите са преодолими и подлежат на ограничение, без това да нарушава тяхната стойност.

Библиография

1. Dimitrov, S., CULTURAL AND HISTORICAL HERITAGE OF BULGARIA AS A TOURIST RESOURCE, Научные горизонты № 1(17), 2019, ISSN 2587-618X, p. 69
2. Lapteva, M., N. Pikov, Visualization, Technology in Museum (From the Experience of SibFU Collaboration with the Museums of Russia), Journal of Siberian Federal University. Humanities & Social Sciences 7 (2016 9), DOI: 10.17516/1997-1370-2016-9-7-1674-1681, p. 1674
3. Varadzhakova, D., Digital reality in tourism industry, Collective Scientific Book of an annual conference Development of the Bulgarian and European Economies – challenges and opportunities, vol. 1, University Press St. St. Cyril and Methodius, Veliko Tarnovo, 2018, p. 246
4. Национален статистически институт www.nsi.bg
5. Закон за културното наследство <https://www.lex.bg/laws/ldoc/2135623662>

6. <https://www.bloomberg.com/businessweek>
7. <https://www.digital.bg/novini/>
8. <https://www.gfk.com/>
9. <https://imi.gabrovo.bg/BG/>
10. <http://travelnews.bg/bg/novite-tehnologii-promenyat-turizma/>