

ДОКЛАД ОТ ПРОУЧВАНЕ НА НИВОТО НА ДИГИТАЛИЗАЦИЯ НА КУЛТУРНИТЕ ОРГАНИЗАЦИИ ОТ ЕВРОПЕЙСКИ ДЪРЖАВИ И ТРЕТИ СТРАНИ

в изпълнение на проект „Интерактивна платформа за дигитализиране на музеи“, № 2021-1-BG01-KA220-ADU-000035298, финансиран по Програма „Еразъм+“, Ключова дейност 2: Партньорства за сътрудничество.



Изпълнители:
Силвана Сюлейман
Людмил Иванов

Възложител:
Фондация „Феникс - 21 век“

СЪДЪРЖАНИЕ

<u>Въведение</u>	2
<u>Описание на методологията</u>	3
<u>I. Анализ на резултатите</u>	4
<u>I.1 Работа във фокус групи</u>	4
<u>II Анализ на анкетното проучване</u>	5
<u>Заклучения.</u>	31

Финансирано от Европейския съюз. Изразените възгледи и мнения обаче принадлежат изцяло на техния(ите) автор(и) и не отразяват непременно възгледите и мненията на Европейския съюз или на Европейската изпълнителна агенция за образование и култура (ЕАСЕА). За тях не носи отговорност нито Европейският съюз, нито ЕАСЕА.

ВЪВЕДЕНИЕ

Настоящото проучване има за цел да анализира нивото на дигитализация на музеи, галерии и културни организации от европейски държави и трети страни в изпълнение на проект „Интерактивна платформа за дигитализиране на музеи“, № 2021-1-BG01-KA220-ADU-000035298, финансиран по Програма „Еразъм+“, Ключова дейност 2: Партньорства за сътрудничество. Водещ партньор по проекта е Фондация "Феникс - 21 век" - Видин, България, от Румъния партнира Румънската асоциация за Електронна и Софтуерна индустрия (АРИЕС), Крайова, от Сърбия партнира Институт за трансгранични области от град Бор. Целта на проекта е да помогне на работещите в културния сектор, да подобрят своите цифрови умения. Така те ще могат да използват потенциала на дигиталната трансформация за повишаване на конкурентоспособността на организациите, работещи в областта на културното наследство.

Една от първите дейности по проекта предвижда извършване на проучване сред музеи, галерии и културни организации от европейски държави и трети страни за нивото им на дигитализация.

Целта на проучването е да очертае реална и детайла картина на актуалното състояние, да проучи предизвикателствата и пречките пред културните институции в процеса на внедряване на дигиталните технологии. Получените резултати ще ни помогнат да идентифицираме кои са предизвикателствата, които стоят пред организациите в процеса на дигитализация, готовността им за дигитализация, пречките, които срещат, както и възможностите, от които могат да се възползват. Въз основа на получената обратна връзка ще разработим качествени учебни материали, които да отговарят на нуждите на служителите в културните организации.

Основните цели на Проучването са:

- **Да се идентифицира, анализира и оцени нивото на дигитализация на културните организации от европейски държави и трети страни;**

- Да се идентифицират, анализират и оценят предизвикателствата и пречките пред културните институции в процеса на внедряване на дигиталните технологии;
- Да се формулират изводи и препоръки за внедряването на дигиталните технологии в работата на културните организации от европейски държави и трети страни;

Целева група: служители в културни организации (музеи, галерии, културни организации) от европейски държави и трети страни.

Обхват: Проучването е проведено в периода 16 март - 20 април 2022 г. чрез онлайн анкета. Ориентирано е изцяло към културния сектор от европейски държави и трети страни. Онлайн анкетата беше разпространена чрез платформата google form, наред с това линк към анкетата беше изпратен чрез електронна поща до повече от 150 различни културни организации от европейски държави и трети страни. В анкетата се включиха и отговориха 203 представители от различни европейски организации. Информация и линк към онлайн проучването бяха публикувани във фейсбук профила на проекта: <https://www.facebook.com/Interactive-platform-for-digitalization-of-museums-106717655300551>. Анкетата беше публикувана във фейсбук в различни Еразъм платформи и в различни платформи с предмет култура.

ОПИСАНИЕ НА МЕТОДОЛОГИЯТА

Проучването обхваща представители на културни организации от европейски държави и трети страни.

Проучването се базира на следната методология:

За постигане на целта и задачите на Проучването е използвана методологическа триангулация, или „кръстосана проверка, което означава използване на повече от един метод за събиране на данни (анкетно проучване и работа с фокус групи). В тази връзка са извършени следните дейности:

1. **Първо, качествено изследване**, включващо работа в две фокус групи, всяка с по 6 участника. Във фокус групите, вниманието на участниците беше фокусирано върху тестването на анкетната карта и яснотата на въпросите. Груповите дискусии ни предоставиха възможност за кръстосана проверка (cross-check) на яснотата и достъпността на въпросите, включени в анкетата.

2. **Второ, количествено изследване**, включващо провеждането на онлайн анкетиране сред представители на културни организации от европейски държави и трети страни.

Данните от анкетното проучване са набрани чрез целево подготвен структуриран въпросник (анкетна карта).

Считаме, че при обработката на цялата база данни, е допустимо до 3% статистическа грешка. Засичането за направения статистически анализ бе извършено както по вертикал, така и по хоризонтал на таблицата с база данни.

Допитване (пряка анкета)

Анкетната карта е подготвена специално за целите на изследването. Тя е с приблизителна продължителност на попълване от около 15 минути. Резултатът от обработката на информацията от анкетните карти ще служи като основа и входяща информационна база за подготовка на окончателния Аналитичен анализ на резултатите от проведеното проучване с изводи и препоръки за внедряването на дигиталните технологии в работата на културните организации от европейски държави и трети страни.

I. АНАЛИЗ НА РЕЗУЛТАТИТЕ

I.1 РАБОТА ВЪВ ФОКУС ГРУПИ

С цел да проверим яснотата и достъпността на въпросите, проведохме работа в две фокус-групи, които следваха една и съща методология. Във фокус групите включихме представители на различни културни организации, читалища, театър, културни организации от неправителствения сектор, представители на отдел

„Култура“ от общински администрации и други организации, които са представители на анализирания сегмент в сферата на културата и културното наследство. Всяка една от двете фокус групи включваше 6 участника, работещи в сферата на културата. В началото на всяка фокус-група, модераторът имаше за задача да направи кратко въведение като представи правилата за работа във фокус-групата, проекта, в рамките, на който се извършва настоящия анализ, както и целите на дискусиата. Чрез фокус групите целим да съберем информация и да проверим яснотата и достъпността на въпросите, които ще включим в анкетната карта през следващия етап. Комбинирането на фокус групи с количествени техники е изключително полезен начин за справяне с определени изследователски въпроси.

В рамките на работата на двете фокус групи бяха подробно представени и обсъдени въпросите, които са включени в анкетната карта за интервюиране на представителите на културния сектор.

Според участниците и в двете фокус групи, включените въпроси в анкетната карта за анкетиране на представители на културния сектор бяха ясни, достъпни и същевременно подробни и гарантирано отговорите им ще дадат представа за нивото на дигитализация на културните организации, за предизвикателствата и пречките пред тях в процеса на внедряване на дигиталните технологии и не на последно място ще спомогнат за формулирането на изводи и препоръки за внедряването на дигиталните технологии в работата на културните организации от европейски държави и трети страни.

II АНАЛИЗ НА АНКЕТНО ПРОУЧВАНЕ

Анализът се извършва на база разработена анкетна карта. Тя е разделена главно на три части: 1. Демографски характеристики: обхващащи основни въпроси за пола, възрастта, образованието, месторабота и държава на пребиваване. 2. Личен опит в сферата на дигитализацията: в този раздел са разгледани въпроси свързани с опит в сферата на дигитализацията и степен на владене на дигитални инструменти. 3. Ниво на дигитализация на организацията: тук са включени въпроси като процент прехвърлени културни ценности върху цифров носител, формат на дигитализация, решения за дигитализация, проблеми при

дигитализация, наличен софтуер, познания за европейски стандарти за дигитализация, наличие на виртуални обиколки, дигитален каталог и др.. Въпросникът е разработен така, че да бъде лесно попълнен за около 15 минути, съдържа 33 въпроса, главно с отметки (някои от тях позволяват многократни избори, когато е уместно) и няколко отворени. Въпросникът е представен онлайн.

Анкетите са попълнени надлежно и добросъвестно. В анкетата са се включили представители на културни организации от следните европейски държави и трети страни: България, Румъния, Сърбия, Словения, Испания, Русия, Австрия, Белгия, Кипър, Чехия, Дания, Великобритания, Франция, Германия, Гърция, Унгария, Италия, Латвия, Литва, Северна Македония, Малта, Норвегия, Полша и Португалия. По отношение на възрастта, анкетираните са в активна възраст от 20 до 60 години, с различен образователен статус. Анкетираните са представители на различни по вид културни организации. Широкото представяне на различни по вид културни организации, участвали в анкетата, цели да даде максимално пълна картина на нивото на дигитализация, очакванията и предизвикателствата пред културния сектор по отношение на внедряването на цифровите технологии. Затова се стремим с анкетното проучване да обхванем максимално много държави. Така резултатите от анкетата ще помогнат на възложителя да изгради реалистична представа за нивото на дигитализация в културните организации, както и за проблемите и предизвикателствата, които срещат в процеса на дигитализация. Това ще даде възможност да се направят адекватни изводи и препоръки. Затова представените в таблиците данни са подредени по признаци (сортирани), за да става възможно лесното им разбиране и, най-вече, установяване на някакви закономерности.

1. Демографски данни

Разпределение на анкетираните лица по пол. Резултатите от първи въпрос на анкетата дават информация за пола на анкетираните и имат пряко отношение към целите на анкетата.

По-голямата част от отговорите идват от жени (61% от анкетираните, съвсем в съответствие с общата тенденция на населението). Трудно е да се посочи точната

причина за това (например жените са по-многобройни от мъжете или жените са по-активни от мъжете).

Табл. 1. Разпределение на анкетираните по пол



Важно е да се посочат данни, за разпределението на анкетираните по пол, за да се анализира дали в отговорите на допълнителните въпроси може да има различия между половете.

Табл. 2. Разпределение на анкетираните по възрастова група



Вторият въпрос от анкетната карта, уточняващ профила на участниците е въпрос свързан с възрастовата категория. Въпросът е от затворен тип. Този въпрос е важен, за да се разбере връзката между възрастта и степента на владене на дигитални умения и инструменти.

Видно от графиката участващите в анкетното проучване са хора от различни възрастови групи, което ще ни даде по - ясна информация, коя възрастова група е най - активна в дигитализацията. Най-висок интерес към попълването на анкетата са заявили респондентите от възрастова група (от 41 - 50 години) - 40 %, след нея се нареждат респондентите, обхваща лицата от 46 - 60 години - 34 % , след това анкетираните от възрастовата група 31 - 40 години - 20 %, следвани от групата между 20 - 30 години - 5 % и най - малко съвсем очаквано са анкетираните над 60 години - 1 %. Може да се заключи, че средната възраст на анкетираните лица е между 30 - 60 години.

Табл.3. Разпределение на анкетираните по образование



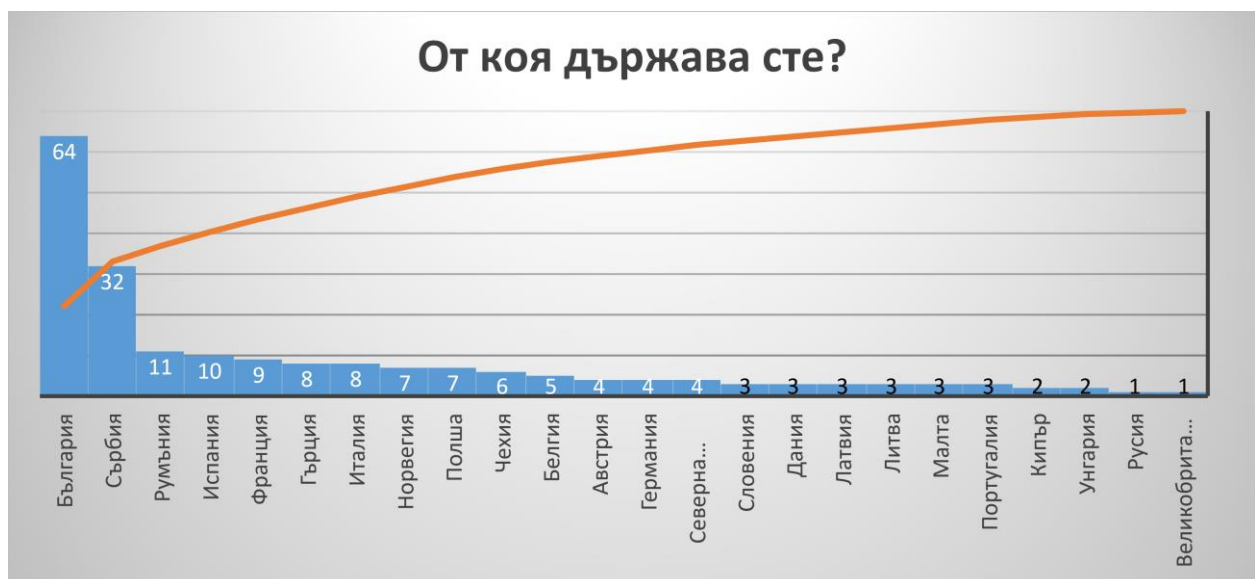
Не е изненада, предвид вида на анкетираната целева група, че най - много от анкетираните са с висше образование „магистри“ - 57 %, 17 %, имат докторска степен, 16 % са бакалаври и едва 10 % са със средно образование.

Табл. 4. Разпределение на анкетираните по месторабота



Най - много от анкетираните са работещи в музеи 49 %, в културни организации работят 25 % и 25 % работят в галерии.

Табл. 5. Разпределение на анкетираните по местоживеене



Диаграмата изчертава разпределението на данните в низходящ ред. Този въпрос е последният, който дава основна информация за участниците в анкетата като:

пол, образование, възраст, месторабота и местоживеене. Видно от диаграмата, в анкетата са се включили представители на културни институции от различни държави. Най - много участници има от България, 64 души, следвани от 32 души от Сърбия. По 11 души са се включили в анкетата от Румъния и 10 от Испания, по 8 от Гърция и Италия, 7 от Полша и Норвегия, 6 от Чехия, 5 от Белгия, по 4 от Австрия, Германия и Северна Македония, по 3 от Дания, Латвия, Литва, Малта, и Португалия, по 2 от Кипър и Унгария и по 1 от Русия и Великобритания. Участието в анкетата на представители от различни държави гарантира осигуряване на реалистична картина за нивото на дигитализация на културните организации от европейски и трети страни.

Табл.6. Отговор на анкетираните на въпроса. 6.От колко време работите за организацията?

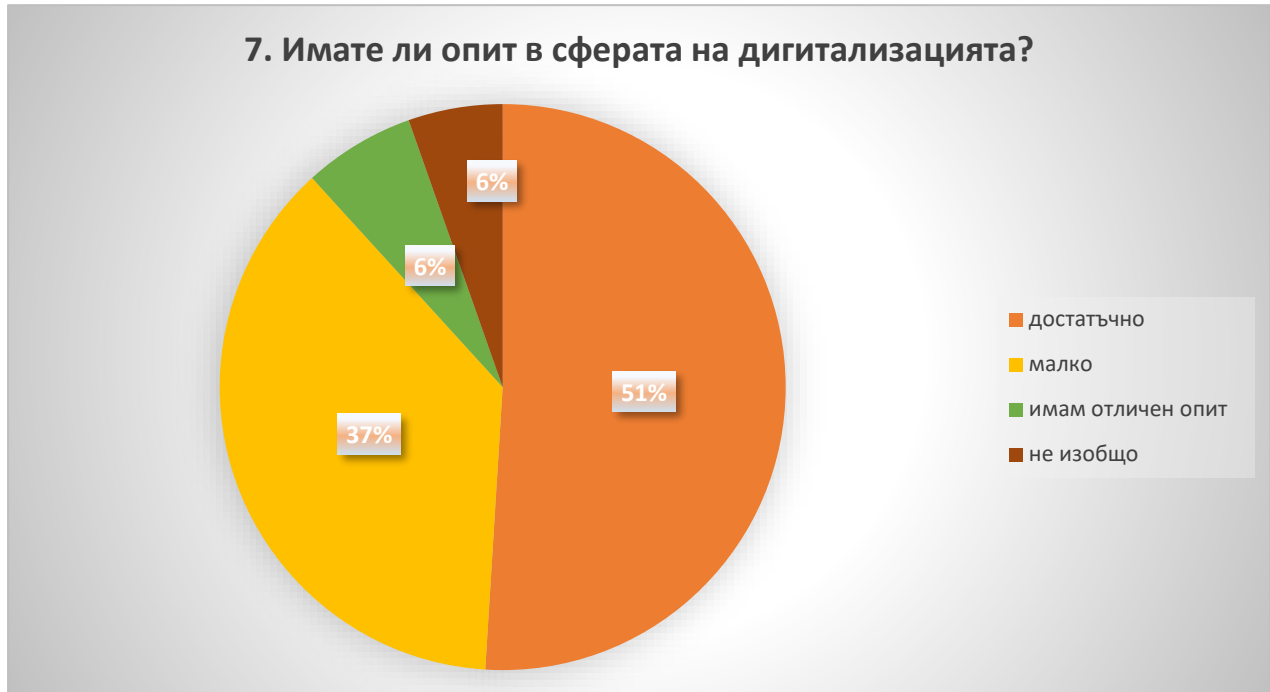


Анкетата за професионален опит показва, че мнозинството от респондентите са работили в културни организации повече от 5 години (77%). Малка част от анкетираните са работили в културни институции по-малко от 5 години (16%), по - малко от 2 години са работили едва (7%).

След като идентифицирахме участниците по пол, възраст, образование, месторабота, местоживеене и професионален опит, продължаваме с въпроси, с които се прави преглед на самооценката на анкетираните за степента на владеене на дигитализацията.

Със следващия въпрос се проучва какъв опит имат анкетираните в сферата на дигитализацията

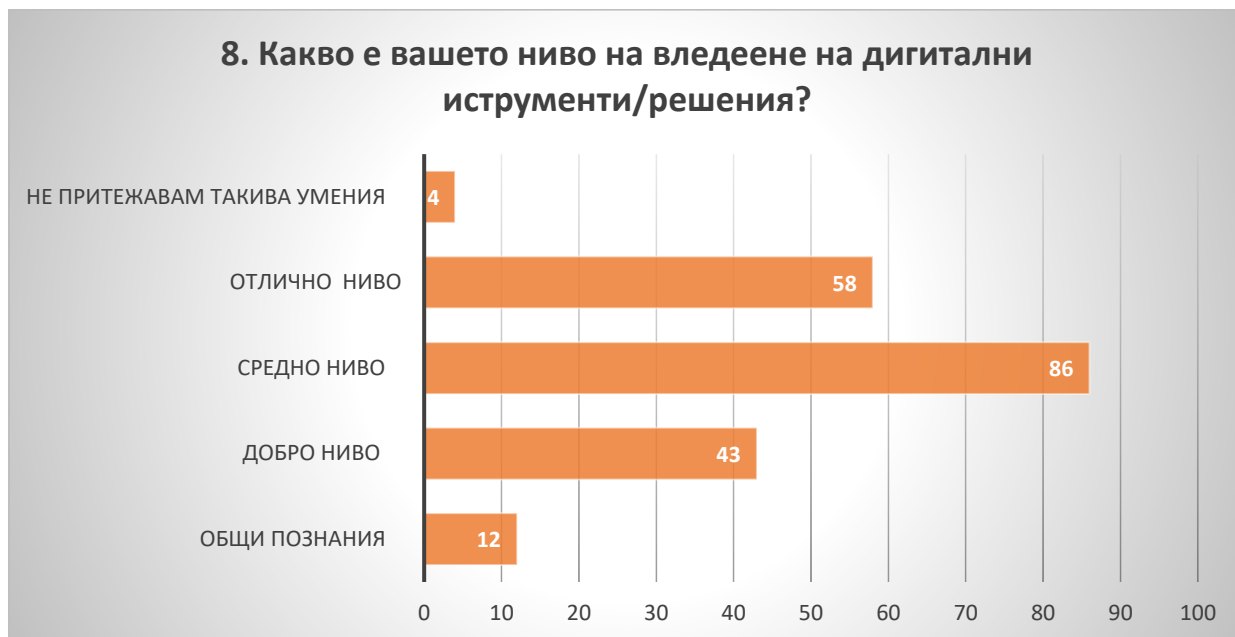
Табл.7. Отговор на анкетираните на въпроса. Имате ли опит в сферата на дигитализацията?



По отношение на предишен опит в дигитализацията, според събраните данни, близо половината от респондентите имат достатъчно опит в сферата на дигитализацията, което е много добър резултат (51%), а останалата част от респондентите (37%) има малко опит, (6%) имат отличен опит, което е твърде малко като процент. Като цяло резултатът е положителен, защото повече от половината анкетирани заявяват, че имат достатъчен опит в сферата на дигитализацията и процента хора, които нямат изобщо опит в дигитализацията е много нисък.

Като заключение можем да кажем, че повечето от анкетираните смятат себе си за средни потребители на дигитални услуги.

Табл. 8. Отговор на анкетираните на въпроса. Какво е вашето ниво на владене на дигитални инструменти/решения ?



Що се отнася до нивото на владеење на дигитални инструменти и решения, доминиращата група е среден потребител на компютър със стандартни умения за използване на офис, поща, социални медии 86 души или (43%). Прави впечатление, че следващата основна група са потребителите на дигитални инструменти на отлично ниво, 58 души или (29%). Това показва, че голяма част от служителите в културните организации владеят отлично дигиталните технологии. Добро ниво на владеење на дигиталните инструменти показват 43 души или (21%). Общи познания имат 12 души или (6%). Никакви умения не притежават едва 4 души или (1%), което е отличен резултат и показва, че преобладаващата част от служителите в културните институции владеят дигиталните инструменти. Този е последният въпрос от втората част с въпроси, която ни дава информация за опита на анкетираните в сферата на дигитализацията и степента на владеење на дигитални инструменти.

Следващата част от анкетното проучване обхваща въпроси, които ни дават информация за нивото на дигитализация на организациите. Първият въпрос е от ключовите за анализиране на нивото на дигитализация на културните организации, защото ни предоставя информация в проценти за реално дигитализираните културни ценности.

Табл. 9. Отговор на анкетираните на въпроса. 9. Колко от културните ценности съхранявани във вашата организация са прехвърлени на цифрови носители?



По отношение на степен на дигитализиране на културни ценности, преобладаваща част от анкетираните 109 души или (54%), заявяват, че под 15 % от културните ценности в тяхната организация са прехвърлени на цифров носител. Следващата група, която представлява 45 души или (22%) заявява, че над 35 % от културните ценности са дигитализирани, 27 души или (13%) твърдят, че над 50 % от културните ценности са дигитализирани в техните организации. Според едва 17 души или (8%) над 75 % от културните ценности са дигитализирани и едва 5 души или (3%) твърдят, че всичките, културни ценности на организациите са дигитализирани. Тази статистика показва, че трябва да се положат доста усилия в сферата на дигитализацията в културните организации, за да се увеличи броят на дигитализираните ценности.

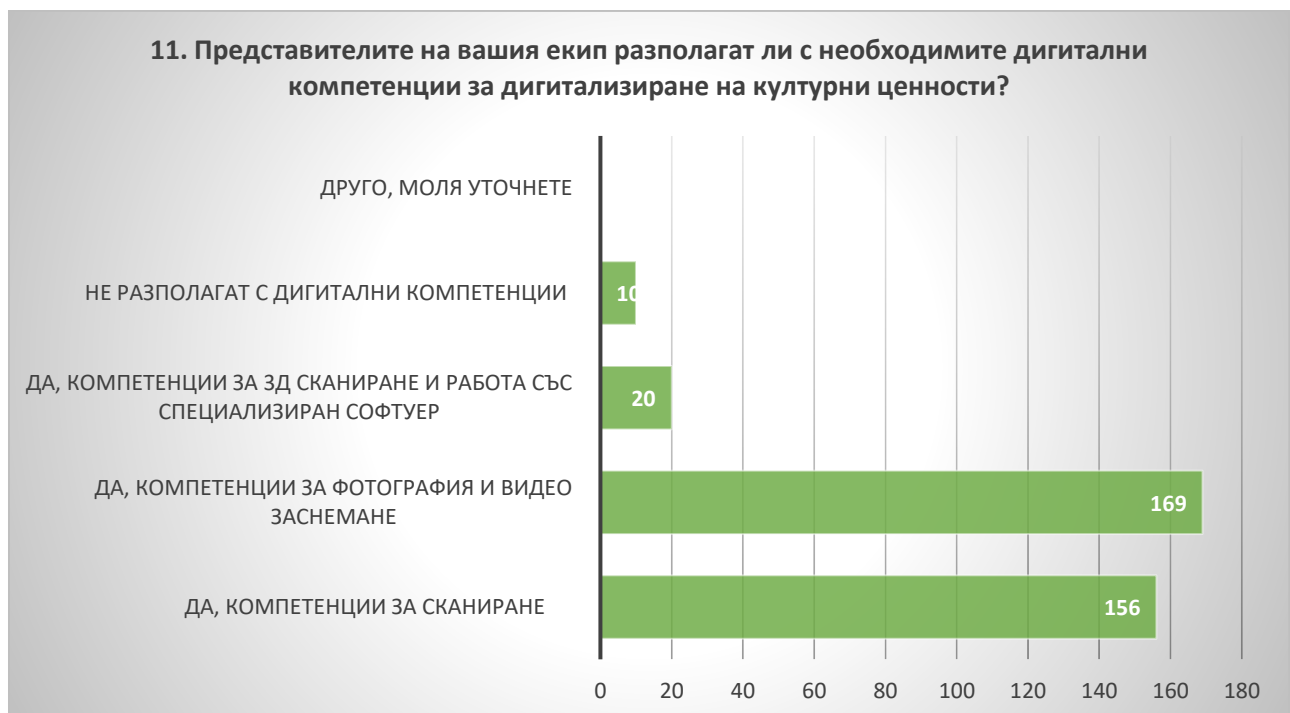
Табл. 10. Отговор на въпроса. 10. Какъв вид формати и инструменти използвате за дигитализация?



Повечето от анкетиранияте са маркирали по повече от един от отговорите, което е обяснимо предвид спецификата на въпроса. При анализирането на отговорите се откроява ясна картина кои са най - използваните формати и инструменти за дигитализация. Сред предпочитаните формати, както е видно от таблицата са графичните формати JPEG, TIFF, според 172 анкетирани или (32%). Другият посочен най - голям процент са определили използването на PDF, Excel, Word, Powerpoint - 157 анкетирани или (29%). Не малък процент от анкетиранияте - 101 души или (19 %) използват за дигитализация основно аудио/видео формати - MP3, MP4, MPEG, WAV, AVI, MOV, 3D video. Около 79 от анкетиранияте или (14%) използват дигитална база данни - CD, DVD, външен HDD, аудио запис. Едва 35 души от анкетиранияте са заявили, че използват за дигитализация уеб платформи, метаданни и облачни инструменти. Резултатът е интересен, очаквахме по - голям процент да използват облачни инструменти и различни външни носители за дигитализация. От таблицата може да се обобщи, че анкетиранияте от всяка от

страните използват съвременни форми за дигитализация. Трябва да се работи повече за популяризирането на уеб платформи, уеб архиви, каталогизирани метаданни, облачни инструменти като съвременни инструменти за дигитализиране.

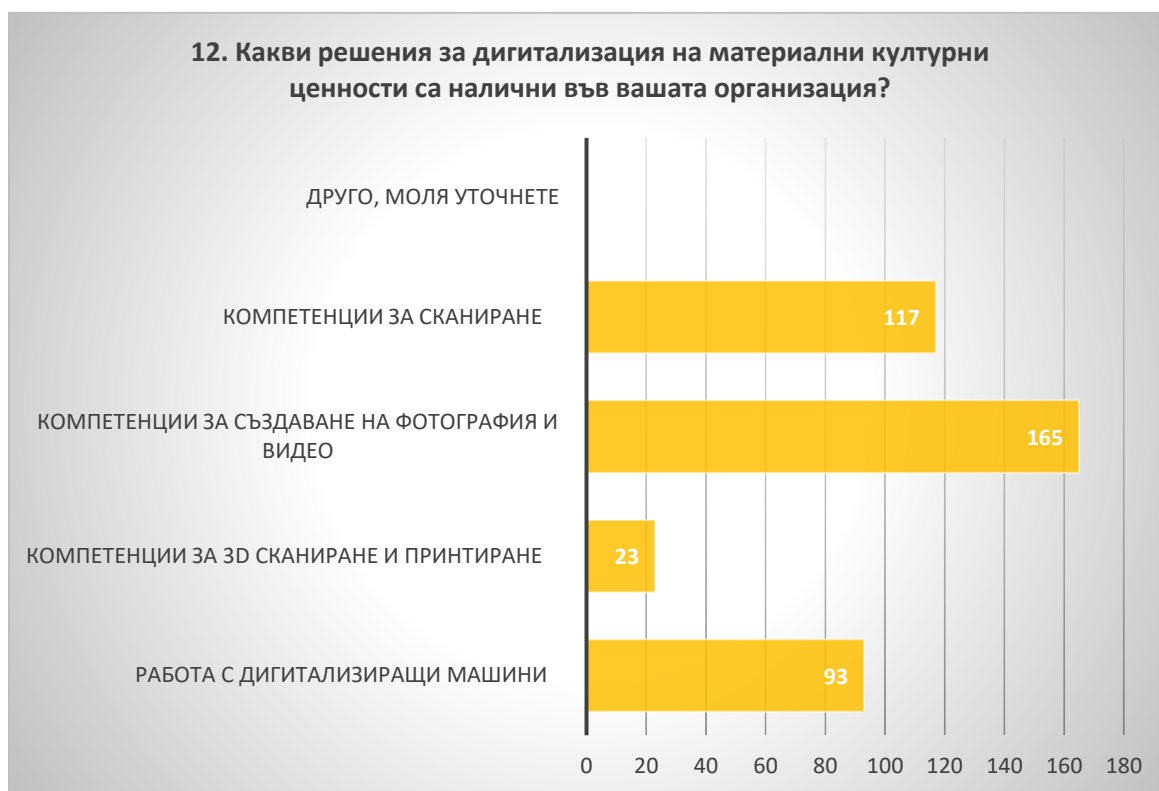
Табл. 11. Представителите на вашия екип разполагат ли с необходимите дигитални компетенции за дигитализиране на културните ценности?



И тук повечето от анкетиранияте са маркирали по повече от един от отговорите. Видно от таблицата, преобладаваща част от анкетиранияте притежават дигитални компетенции за фотография и видеозаснемане и компетенции за сканиране. Едва 20 души или (4%) от анкетиранияте са отговорили, че представителите на техния екип разполагат с компетенции за 3Д сканиране и работа със специализиран софтуер. Положителното в случая е, че едва 10 души или под (2%) са заявили, че екипът им не разполага с дигитални компетенции.

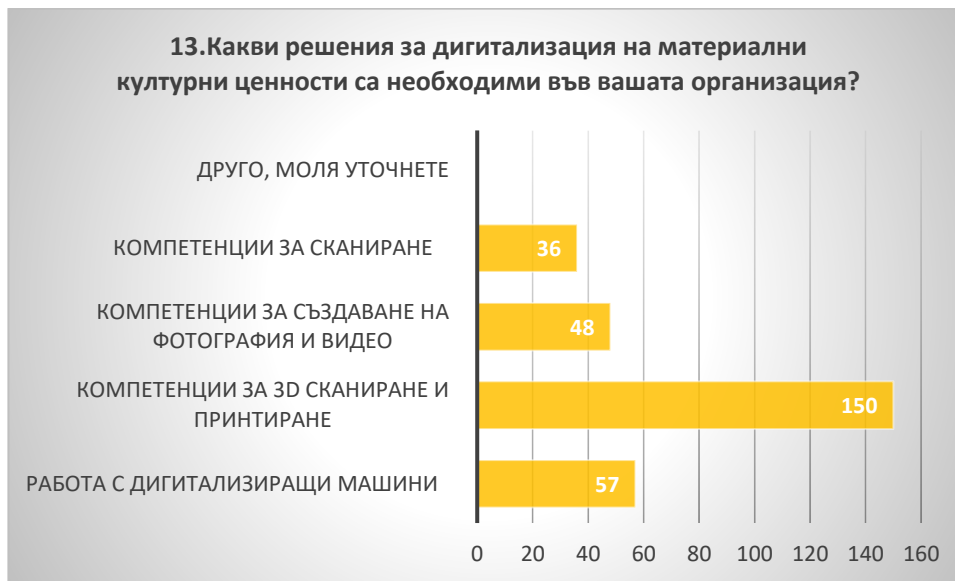
Изводът е, че преобладаваща част от анкетиранияте разполагат с необходимите дигитални умения и имат желание за придобиване на нови.

Табл. 12. Какви решения за дигитализация на материални културни ценности са налични във вашата организация?



Отново повечето от анкетираните са маркирали по повече от един от отговорите. От отговора на този въпрос ще придобием представа какви решения за дигитализация са налични в културните организации. Най - голям брой от анкетираните са отбелязали, че имат компетенции за създаване на видео, фотографии и сканиране. Работата с дигитализиращите машини е по - слабо представена в културните организации, а компетенциите за 3Д сканиране като цяло липсват, едва 23 души са отметнали, че служителите в тяхната организация имат подобни умения. Въз основа на анализа на отговорите бихме препоръчали провеждане на обучение на служителите в културните организации за работа с 3Д оборудване и съответно закупуване на такъв вид оборудване.

Табл. 13. Какви решения за дигитализация на материални културни ценности са необходими във вашата организация?



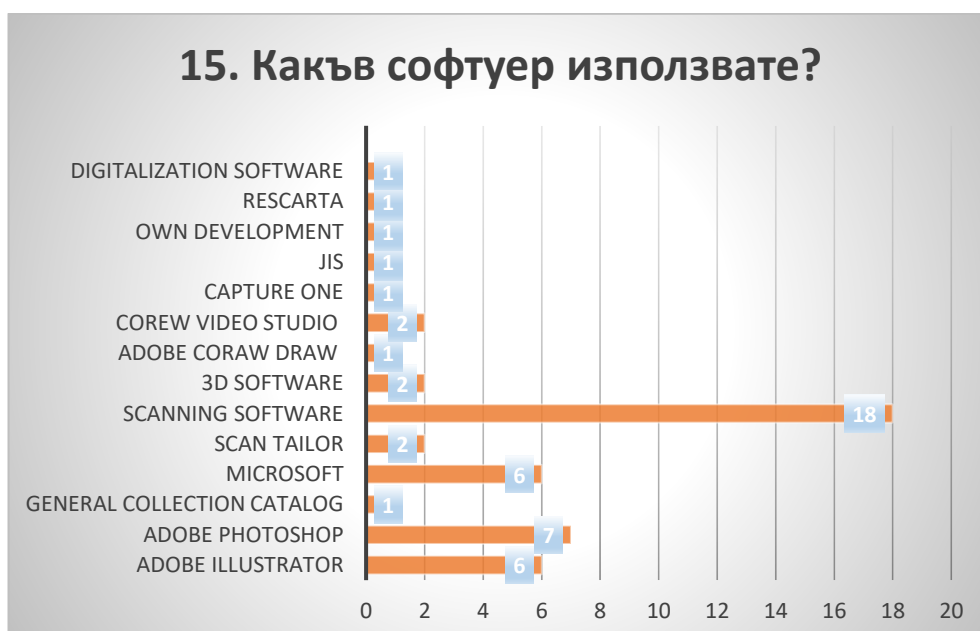
Отговорите на 13 въпрос потвърждават отговорите на 12 въпрос. Въпрос 13 е ключов за нашето изследване, той цели да ни даде ценна информация какви решения за дигитализация липсват и е необходимо да бъдат придобити от представителите на културните организации. При анализа на отговорите на анкетираните, както и на база на отговорите от предишния въпрос, прави впечатление, че културните организации имат нужда основно от формиране на компетенции за 3Д сканиране и принтиране. Работата с 3Д скенер и принтер за тях е сравнително непозната сфера, която очевидно имат желание да опознаят. Затова 75 % от анкетираните смятат, че имат нужда от компетенции за 3Д сканиране и принтиране. Следващите, компетенции, които липсват към момента в културните организации са компетенциите за работа с дигитализиращи машини. В малка част от културните организации липсват и умения за създаване на фотография или видео, както и компетенции за сканиране.

Табл. 14. Използвате ли софтуер за дигитализиране?



Отговорите на този въпрос показват, че 57 % от анкетираните от културните организации работят със софтуер за дигитализация, което е положително и показва, че процеса на дигитализация напредва. За съжаление доста голям процент не използват софтуери за дигитализация (27 %). Наред с това 16 % от анкетираните, заявяват, че не знаят дали в тяхната организация се използва софтуер за дигитализация. Това още веднъж потвърждава, заключението, което направихме на база на предишните отговори, че нивото на дигитализация и подготвеността за дигитализация в културните организации не е особено добре развита и че в тази насока трябва да се работи.

Табл. 15. Ако отговорът е да, какъв софтуер използвате?



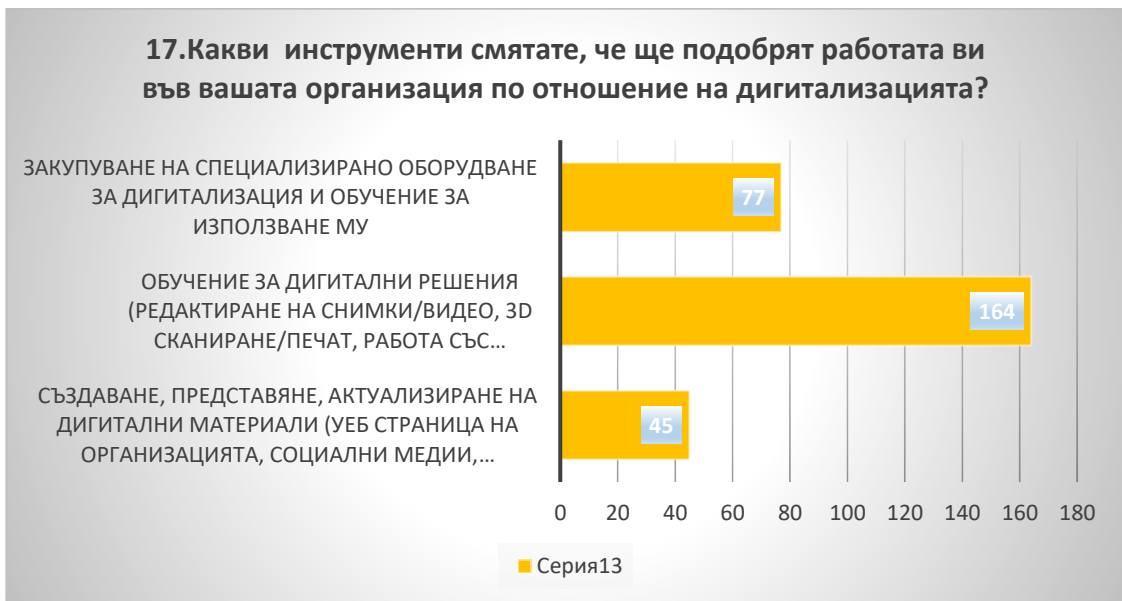
Отговор на този въпрос са дали едва 50 души от анкетиранияте. Отговорите са разнородни. Заключение е, че организациите използват различни софтуери, според индивидуалните им потребности, но като цяло малко използват различни софтуери за обработка, съхраняване и промоциране на културните ценности.

Табл.16. Запознати ли сте как можете да защитите авторското право на колекциите в цифрова среда?



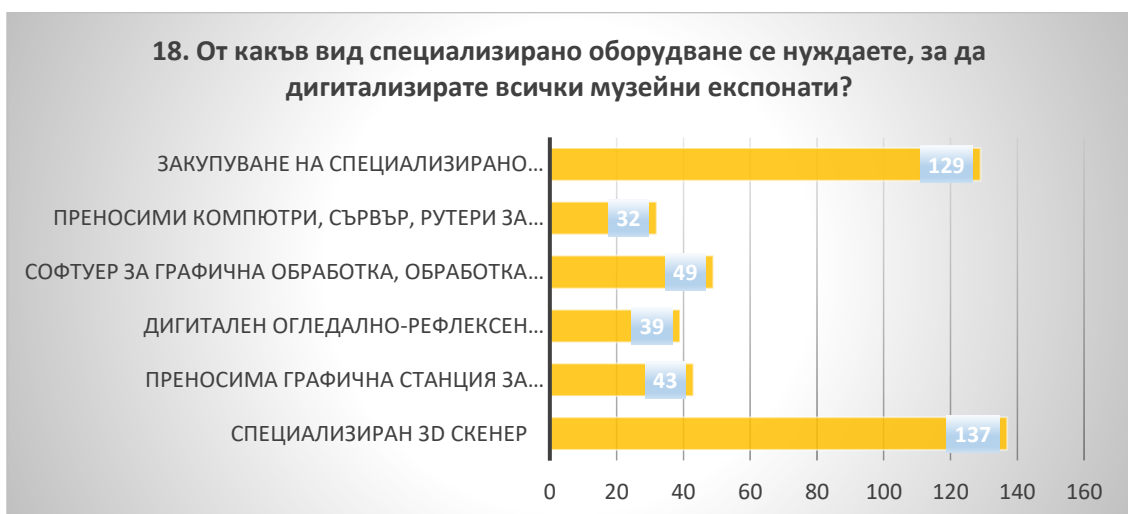
Отговорите на този въпрос са много интересни и ключови за изследването ни. Те донякъде обясняват ниската дигитализация в културните организации. Едва 18 % от анкетиранияте са заявили, че знаят как могат да защитят авторското си право в цифрова среда. Непознаването на Закона за авторското право и като цяло на дигиталната регламентацията на интелектуалната собственост води до нежелание за присъствие онлайн. Тревожен е факта, че 37 % от анкетиранияте са заявили, че не знаят как да защитят авторското си право онлайн, а 45 % са заявили, че донякъде знаят. За да се промени това, трябва да се организират повече обучения, на които да се правят разяснения по темата.

Табл.17. Какви инструменти смятате, че ще подобрят работата ви във вашата организация по отношение на дигитализацията?



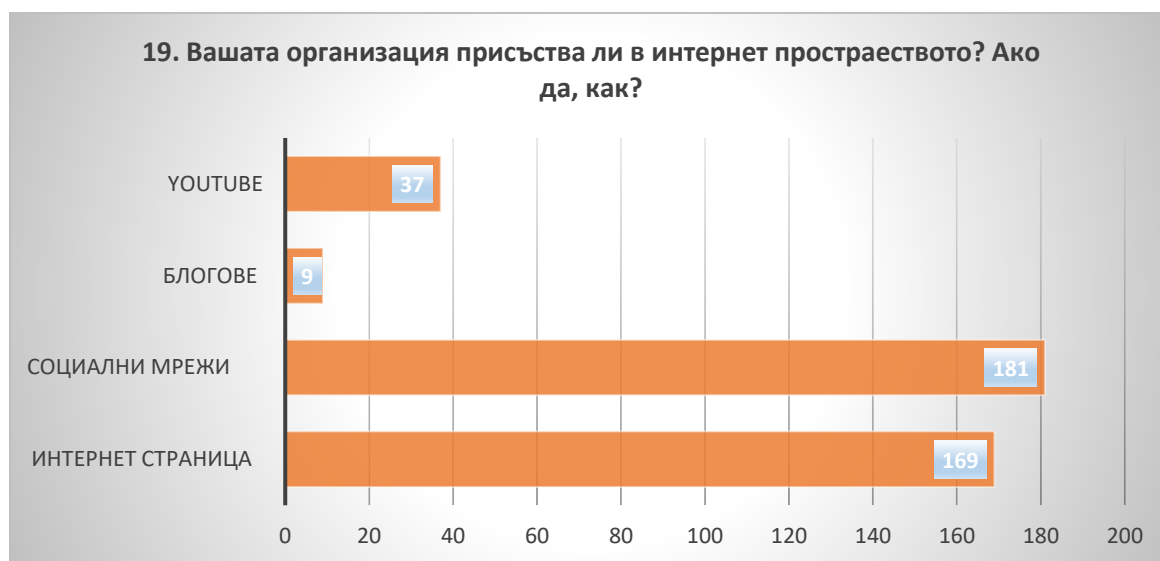
Необходимостта от обучение по дигитализация и закупуване на специализирано оборудване от културните организации, потвърждават отговорите и на този въпрос. Болшинството от анкетиранияте са отговорили, че имат нужда от обучение за дигитални решения, както и от закупуване на специализирано оборудване за дигитализация и провеждане на съответно обучение за работа с него - 85 % общо.

Табл.18. От какъв вид специализирано оборудване се нуждаете за да дигитализирате всички музейни експонати?



Повечето от анкетиранияте са маркирали по повече от един от отговорите. Видно от таблицата, най-много анкетирани, 137 души са споделили, че се нуждаят от специализиран 3Д скенер, 129 души са заявили, че се нуждаят от специализирано оборудване за дигитализация и от обучение за работа с него, както и от софтуер за графична обработка - 49 души.

Табл. 19. Вашата организация присъства ли в интернет пространството? Ако да, как?



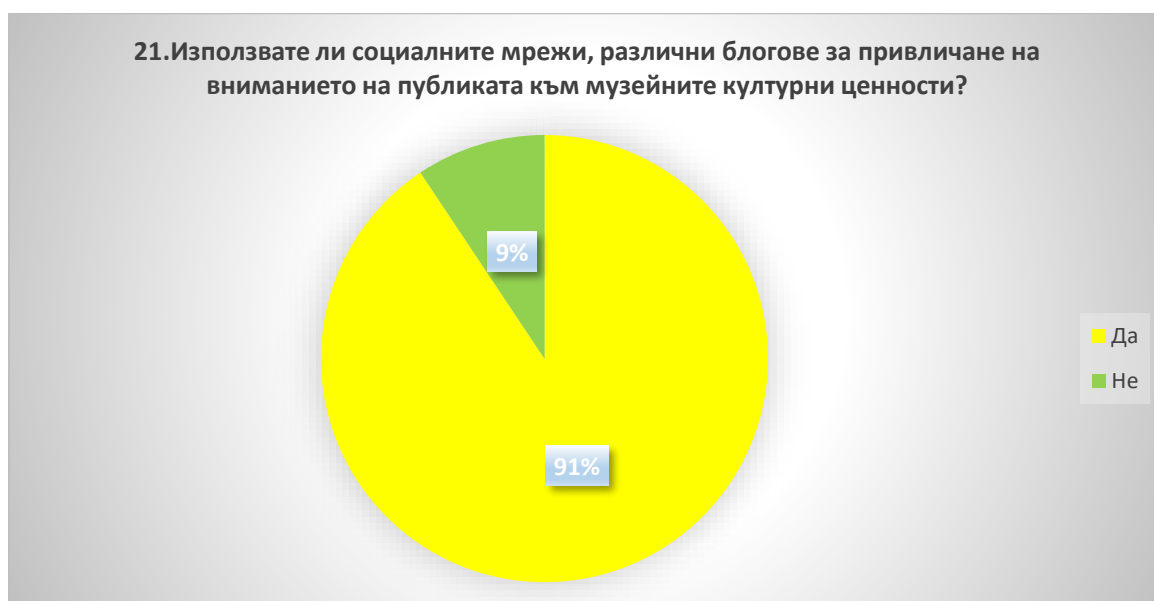
Видно от отговорите на този въпрос е, че културните организации осъзнават ползите от онлайн присъствието на организациите и се възползват от това. Отговорите показват, че онлайн услугите, които изискват по-малко допълнителни финансови ресурси и/или опит и умения, се увеличават най-много (хаштагове в социалните медии или дейности около вече съществуваща онлайн колекция), докато услугите, които изискват време, ресурси и умения (подкасти, съдържание на живо, виртуални разходки, анимации) са тези, които са се увеличили най-малко. От анализа на отговорите ясно се вижда, че културните организации присъстват активно онлайн чрез социалните мрежи или чрез разработването на собствени интернет страници. При изследване на средната оценка и коефициента на вариация на събраните отговори, резултатът е, че над 80 % от анкетиранияте използват социалните мрежи или уеб страници. По слабо е присъствието на организациите в Youtube и в различните блогове.

Табл.20. Запознати ли сте с европейските стандарти за дигитализация?



Относно европейските стандарти за дигитализация, болшинството от анкетираните заявяват (50%), че не са запознати. Едва 26 % от анкетираните са запознати с тези стандарти и 24 % от анкетираните, смятат, че донякъде са наясно с тези стандарти. Това показва належаща нужда от обучение за запознаване с европейските стандарти за дигитализация.

Табл.21. Използвате ли социалните мрежи, различни блогове за привличане на вниманието на публиката към музейните културни ценности?



Съвсем очаквано след отговорите на въпрос 19 е, че болшинството от анкетираните 91 % са заявили, че използват социалните мрежи и различни блокове за привличане на вниманието на публиката. Това показва желание за работа в онлайн пространството и тенденция за промоциране на културните ценности онлайн. Не на последно място, това показва, че анкетираните са наясно, че социалните мрежи са най-популярни сред онлайн посетителите, затова и съсредоточават усилията си в тази посока. Тук трябва да изтъкнем, че това е и най - достъпния и лесен инструмент за реклама.

Табл.22.Колко от дигитализираните културни ценности са представени публично?



Към настоящия момент културните ценности са слабо представени онлайн. Графиката красноречиво показва, че под 15 % най - вече са представените публично културните ценности. Така са отговорили 66 % от анкетираните. Те са следвани от 21 % от анкетираните, които са заявили, че над 35 % от културните ценности са представени публично. 11% от анкетираните са заявили, че над 75 % от културните ценности са налични онлайн. Едва 2 % са заявили, че всичките им културни ценности са налични онлайн. Това показва, че е необходимо усилията на културните институции да се съсредоточат повече върху дигитализацията на културните ценности.

Табл.23. Вашата организация организира ли тематични виртуални изложби?



Прави впечатление, че 51 % от анкетираните са заявили, че техните институции правят тематични виртуални изложби, което показва, че се работи в тази посока и организациите осъзнават значението на цифровизацията. Горедолу същия процент, 49 % от анкетираните заявяват, че не организират такива изложби. За да се промени ситуацията трябва да се организират повече обучения за дигитализиране и не на последно място трябва да се осъвремени материално - техническата база на културните организации.

Табл.24. Вашата организация разполага ли със систематизиран дигитален каталог?



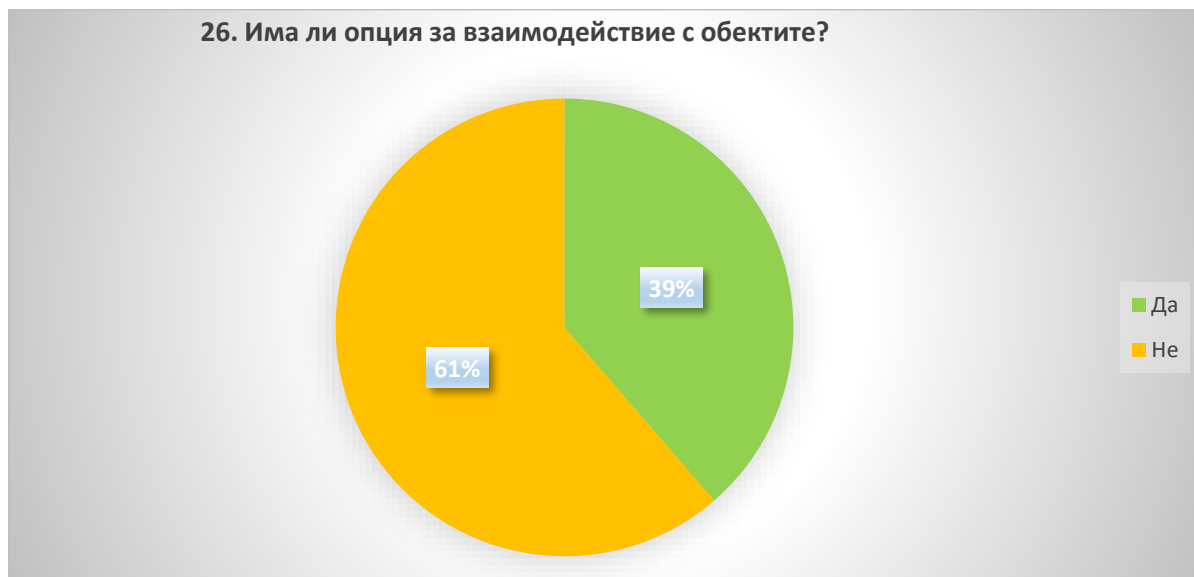
Отговорите на този въпрос кореспондират с отговорите на предишния въпрос. И тук отговорите на анкетираните са разделени почти 50 /50. 47% от анкетираните са заявили че имат систематизиран каталог и почти толкова 53 % са заявили, че нямат такъв каталог. Това затвърждава мнението, че трябва да се положат усилия в посока дигитализация в културните организации.

Табл.25. Достъпни ли са колекциите от уеб страницата на организацията?



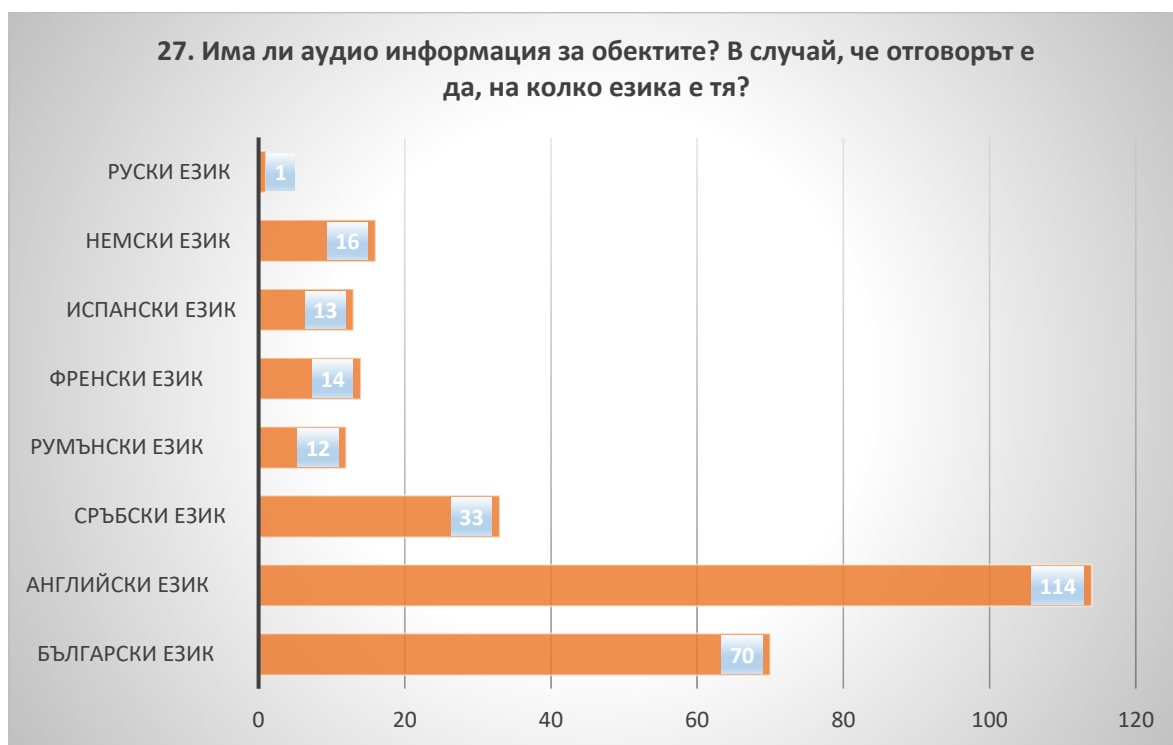
Съвсем очаквано отговорите на този въпрос следват логиката на предишните няколко въпроса. Около 57 % от анкетираните заявяват, че колекциите са достъпни от уеб страницата им. Друга част от анкетираните - 43 % твърдят обратното, че колекциите не са достъпни.

Табл.26. Има ли опция за взаимодействие с обектите онлайн?



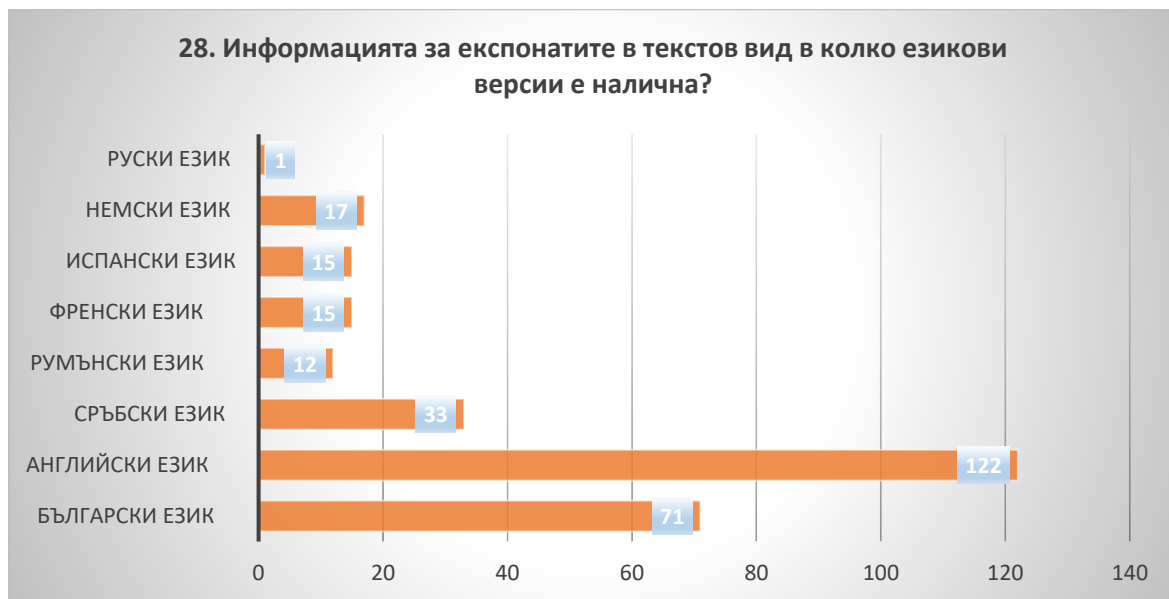
При анализа на отговорите на анкетираните се идентифицира, че няма опция за взаимодействие при по - голяма част от обектите, които са онлайн. Това споделят 61 % от анкетираните. Позитивно е, че 39 % заявяват, че има опция за взаимодействие онлайн на обектите на тяхната уеб страница. Отговорите показват, че се работи активно в тази посока, липсата на подобен вид услуги в някои организации се обяснява и с липсата на умения и финансови ресурси.

Табл.27. Има ли аудио информация за обектите? В случай, че отговора е да, на колко езика е налична информацията?



Относно наличието на информация за обектите в няколко езикови версии, прави впечатление, че повечето анкетирани са отговорили, че информацията е налична на националния език на организацията плюс английски език. С това се цели информацията за обектите да е достъпна до възможно най - много хора, предвид факта, че повечето хора говорят английски език. Това показва, че културните организации полагат необходимите усилия да промотират своите колекции отвъд границите на техните държави.

Табл.28. Информацията за експонатите в текстов вид в колко езикови версии е налична?



Съвсем очаквано, резултатите, илюстрирани в таблицата, напълно кореспондират с отговорите на предишния въпрос. Логично е при наличие на аудио информация на националния език на организацията плюс английски език, текстовата информация също да е налична и на двата езика.

Табл.29. Налична ли е анимация с показване на приложението на даден експонат?



Следвайки логиката на отговорите до настоящия момент на анкетната карта съвсем очаквано е, че 73 % от анкетираните да споделят, че не е налична анимация при показването на експонатите. Едва 27 % казват, че използват анимацията при презентирането на експонатите. Както изтъкнахме и при анализа на предишните въпроси, обяснението за липсата на такъв вид услуги е и липсата на умения и финансов ресурс.

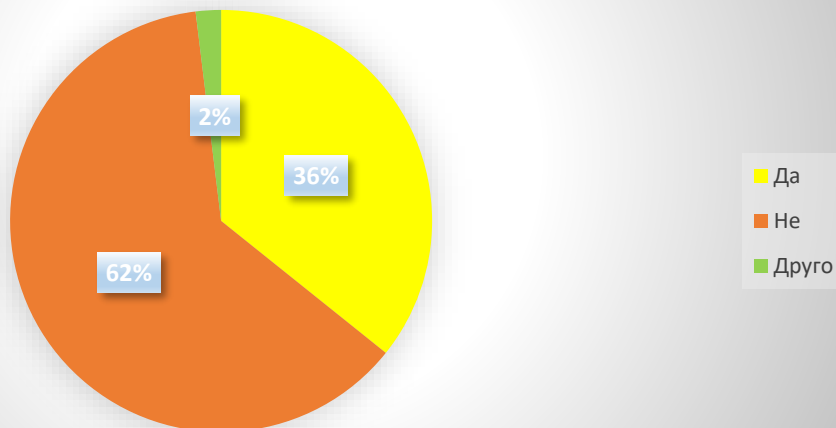
Табл.30. Използвате ли виртуална и разширена реалност за представяне на културното наследство?



Съвсем очаквано е същата ситуация и при използването на виртуална и разширена реалност за представяне на културното наследство. Отново 70 % от анкетираните споделят, че не използват такива инструменти в своята практика. Все пак 30 % споделят, че използват тези дигитални решения за презентиране на културното наследство.

Табл.31. В случай, че обектите са представени онлайн, необходимо ли е допълнително приложение, за да се разгледат колекциите или са широко достъпни за всички потребители чрез уеб браузер?

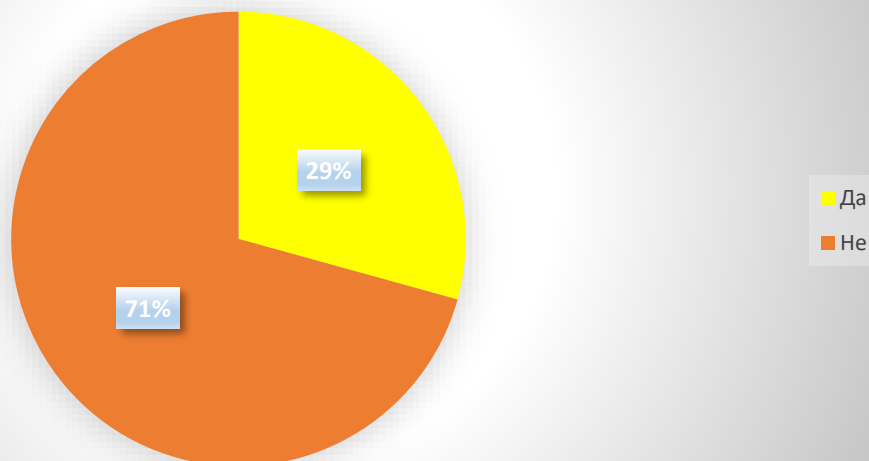
31. В случай, че обектите са представени онлайн, необходимо ли е допълнително приложение, за да се разгледат колекциите или са широко достъпни за всички потребители?



По отношение на необходимостта от допълнително приложение за разглеждане на колекциите онлайн от потребителите, 62 % от анкетираните споделят, че не е необходимо допълнително приложение, което улеснява достъпа до колекциите. Друга не малка част от анкетираните, 36 % споделят, че е необходимо допълнително приложение за разглеждане на колекциите. Това съответно допълнително би затруднило достъпа до колекциите и ограничава потребителите. 2 % от анкетираните са дали различни от предварително зададените отговори. Някои са споделили, че нямат онлайн представени колекции, други са изтъкнали, че имат виртуална обиколка на музея.

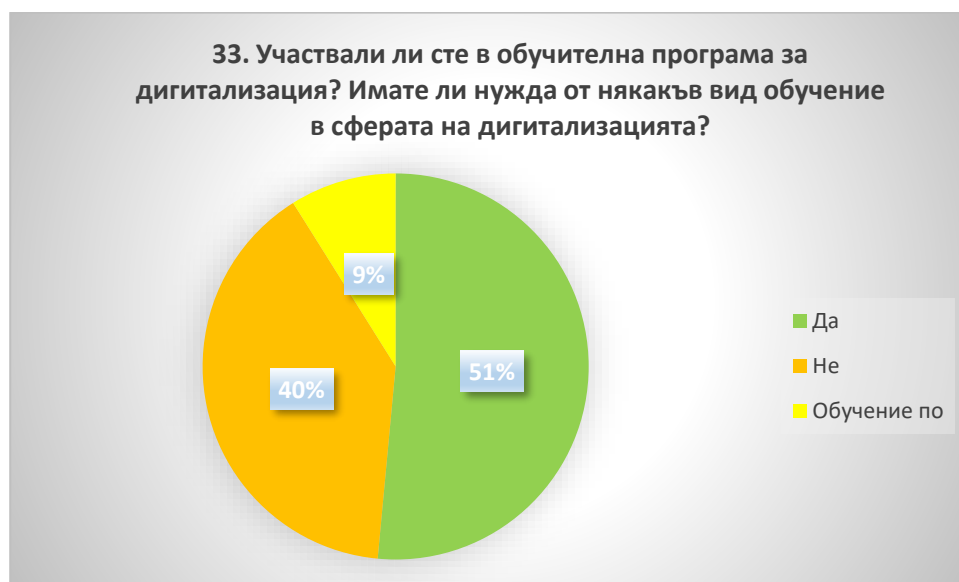
Табл.32. Предлагате ли Виртуални турове 360 °?

32. Предлагате ли виртуални турове 360 °?



Анализът на резултатите от отговорите на анкетиранията показва, че повечето културни организации не предлагат виртуални турове - 71 % от анкетиранията, споделят това. Едва 29 % от анкетиранията казват, че техните организации предлагат виртуални турове. Това показва, че новите технологии не се прилагат активно от повечето културни организации, което трябва да се промени в бъдеще чрез провеждането на различни обучения и закупуването на модерно дигитализиращо оборудване.

Табл.33. Участвали ли сте в обучителна програма за дигитализация? Имате ли нужда от някакъв вид обучение в сферата на дигитализацията?



Въз основа на анализа на отговорите, можем да кажем, че над 50 % от анкетиранията са участвали в обучителна програма за дигитализация. Таблица 33 показва и, че 40 % от анкетиранията не са участвали в подобни обучения. Въпросът беше отворен и предоставяше опция за друг различен отговор от предварително зададените. От анкетиранията 9 % са се възползвали от тази опция. Една част от тях са посочили, че не са участвали в подобен вид обучения, но биха се включили с удоволствие в такива, друга част са заявили, че са участвали, но биха се включили отново. Не може да не заключим, че представителите на културните организации оценяват нуждата от обучения за дигитализация и проявяват активен интерес към участия в такъв вид обучения.

Последният въпрос от нашата анкетна карта е отворен и незадължителен. Чрез него искаме да идентифицираме мнението на представителите на културния сектор като цяло за бъдещето на дигитализацията в контекста на културното наследство. На него са пожелали да отговорят 10 % от анкетираните. Всички, които са пожелали да отговорят на този въпрос са посочили, че бъдещето е в дигитализацията и трябва да се работи в тази посока. Наред с това анкетираните са посочили, че малките организации не разполагат с необходимата техника за дигитализация, както и с необходимия капацитет. Затова те заявяват желание за включване в различни обучения и за повишаване на дигиталните компетенции и умения.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Въз основа на анализа на попълнените анкетни карти и работата с фокус групите, можем да направим важни заключения, върху които да основем нашите предложения и препоръки за дигитализация в европейските музеи, галерии и културни организации.

Резултатите от Анализа, дават цялостна картина за предизвикателствата, които стоят пред организациите в процеса на дигитализация, готовността им за дигитализация, пречките, които те срещат. На база на тези резултати ще се формулират основните тематични области, на трите обучения, които следва да се проведат по проект InterDIGImuseum, целящ да допринесе за подобряване на капацитета за дигитализация на представителите на музеи, галерии и културни организации и по този начин да насърчи процесите на цифровизация и да подпомогне цялостния процес, свързан със съхраняването и популяризирането на културните ценности. Свързаните с цифровизацията умения и техники, използвани за тази цел, налагат изисквания за придобиването на определени знания, умения и компетенции от представителите на културните организации, което резултатите от анкетата ясно показваха. Дигитализирането на културните ценности е важна стъпка в прехода от материално изразяване към цифрово културно наследство. Практиката показва, че музеите трябва да увеличат онлайн присъствието си, както и дигиталните си услуги, за да достигнат до нови публики и по - широка аудитория. Положително е, че почти половината от анкетираните

заявяват, че тяхната организация вече предоставя една или повече нови онлайн услуги и присъства в интернет пространството.

Към настоящия момент виртуалната реалност, 3D визуализацията, развитието на ИКТ, инструментите на WEB 2.0/3.0 създадоха широка платформа за споделяне и трансфер на знание, което поставя нови изисквания пред културните организации, свързани с развитието на компютърните мрежи и Интернет.

В тази връзка нашето проучване показва, че около 50 % от културните организации са успели да променят задачите на персонала и/или да добавят ресурси и така са увеличили своите дигитални услуги, както и онлайн присъствието си.

Изследването показва, че културните институции използват социалните медии, както за образователни цели свързани с колекциите и презентирания материали, така и за промоция и привличане на посетители. Независимо от това има необходимост от формиране на умения за провеждане на социални медийни кампании за привличане на посетители и интерес към музеите. С тази цел препоръчваме участия в различни обучения. В отговор на тази потребност по проекта ще организираме обучение за целевите групи по „Дигитален маркетинг и дигитален брандинг чрез "InterDIGImuseum". Така ще успеем да покрием дефицита от умения за провеждане на успешни онлайн кампании.

Също така е важно да се подчертае, че анализа на отговорите на анкетата идентифицира, че в културните организации липсва съвременно оборудване, чрез което да се реализира дигитализацията. В тази връзка бихме искали да препоръчаме обновяване на материално - техническата база на организациите. Препоръчително е да се закупи 3D скенер, мобилно фото студио, проектор, универсален многоформатен скенер. При липса на финансови средства препоръчваме кандидатстването с проектни предложения по различни национални и европейски програми, като сесиите на Национален фонд култура, ОП „Развитие на човешките ресурси“, Програма Интеррег VI - А Румъния - България 2021-2027, Програма ИНТЕРРЕГ VI-А ИПП България - Сърбия 2021-2027, поканите на Норвежкия финансов механизъм и др.

На база на извършения анализ на резултатите от проучването трябва отново да подчертаем, че за дигитализиране се изисква не само специализирано оборудване, но и специални умения, техники и инструменти, базирани на ИКТ, каквито липсват у над 50 % от работещите в културните организации, според

отговорите на анкетиранияте. Това очертава спешна необходимост от професионалисти, ангажирани в сектора на културата (на музейни специалисти и др.), които трябва да формират необходимите знания и да развиват съответните цифрови компетенции. Необходимо е повишаване на дигиталната грамотност на музейните екипи и на екипите на културните организации като цяло за дигитализиране и промоциране на културните ценности и достигане на нови публики. Към настоящия момент тази нужда се задоволява със самообучение от Интернет, при това за малцина служители, ползващи английски език или с наличие на отлични ИКТ умения. Необходимо е да се разработят обучителни програми и курсове за дигитализация и виртуално експониране, които да са съобразени с реалните нужди и изисквания на културния пазар. Вземайки предвид профила на анкетиранияте, предложената концепция за обучение трябва да вземат предвид съвременните принципи на обучение за възрастни:

- Учебният материал трябва да отговаря на работните позиции и роли на целевите групи.
- Участниците в обучението трябва да видят, че предметът и методите са подходящи и приложими към техните дейности.
- Трябва да преобладават практическите занятия, които следва да са съобразени с компетенциите и нуждите на обучаемите, завършващи обучението.

Практическото обучение ще помогне на обучените практики да го разберат и да го да го прилагат впоследствие към съществуващата им среда.

В отговор на тази идентифицирана нужда в културните организации по проекта ще организираме обучение за „Дигитализиране на музейни артефакти и 3Д принтиране“. В рамките на обучението обучаемите ще придобият знания, умения и компетенции за дигитализиране и 3Д принтиране.

От анализа на резултатите на анкетите, идентифицирахме също, че различните културни организации използват различни платформи, хардуер и софтуер, в някои организации се работи частично в тази област. Всяка организация решава според своята политика и цели как да дигитализира и презентира културните ценности и не се използват единни стандарти. Препоръката е да се работи в тази посока като се планират действия и процедури за цифровизация на културните ценности и се формира политика за дигитализация на културните ценности в съответствие с концепцията за непрекъсната промяна.

В резултат на анализа се идентифицира, че културните организации не инвестират достатъчно в разработването на анимации, виртуални разходки, забавни, ангажиращи и креативни дигитални предложения. Нашата препоръка е да се отделят повече средства за внедряването на такива дигитални инструменти, които да станат част от цифровото бъдеще на музеите.

Не на последно място трябва да подчертаем, че около 60 % от организациите разполагат с уеб страници, но не всички ги използват активно за промоция и презентиране на културните колекции. Забелязва се необходимост от обучение за управление и промоция на уеб страници. В отговор на тази идентифицирана нужда по проект „InterDiGImuseum“ ще проведем обучение „Работа с уеб базирана платформа“ "InterDiGImuseum". По време на обучението ще демонстрираме на целевите групи, разработената по проекта платформа, ще ги научим как да работят с нея и как могат да използват платформата и своите страници за активна реклама и привличане на нова аудитория.

В обобщение в отговор на всичко изброено до тук, можем да изтъкнем, че обратната връзка от участниците беше доста позитивна, както за възможността им да участват в обучението, така и за темата на обученията. Затова смятаме, че всички посочени до тук препоръки изцяло отговарят на нуждите и очакванията на изследваната целева група.

На края бихме искали да отправим една последна препоръка към културните организации. При презентирането на колекциите и културните ценности да се стремят да разказват истории (digital storytelling), което е основен аспект за привличане на нови публики. За целта се нуждаят само от вдъхновени сценаристи - музейни куратори или други специалисти, иновативни технологии, които да предложат лесно боравене със семантиката на обектите, с дигиталните им изображения, с описанията им и с потребителските очаквания. За да привлекат нови публики, културните организации трябва да сменят перспективата при презентирането на дигитализираните културни артефакти. Те трябва чрез артефактите да разказват истории, а не само да споделят исторически факти.