

THE PRESENTATION OF SHUMEN REGIONAL MUSEUM OF HISTORY IN THE SOCIAL MEDIA FACEBOOK DURING THE STATE OF EMERGENCY PERIOD

Abstract: The paper treats the presence of Shumen Regional Museum of History via various posts in the social media Facebook during the state of emergency declared by the Bulgarian government in the period 13 March – 13 May 2020. At the same time a profile of the Museum's followers in the media is provided and some conclusions are made which could be useful for the institution in the future, aiming at expanding the articles and reaching certain target groups of readers and ultimately actual visitors to-be, attending the events and exhibitions of Shumen Regional Museum of History.

Author information:

Daniel Rumenov
PhD
Shumen Regional Museum of History
✉ Penerliev_1970@abv.bg
🌐 Bulgaria

Keywords:
pandemic, posts, Facebook, presentation, museum

Въведение

Във фондовете на Регионален исторически музей (РИМ) – Шумен се съхраняват над 150 хиляди броя движими културни ценности. В структурата на музея функционират 11 обекта, сред които Национален историко-археологически резерват (НИАР) „Мадара“, в който се намира и скалният релеф Мадарски конник – включен в Списъка на ЮНЕСКО на обекти от световно значение и Глобален символ на България, НИАР „Плиска“, Групова археологическа недвижима културна ценност (ГАНКЦ) „Шуменска крепост“, мемориалните музеи „Добри Войников“, „Лайош Кошут“, „Панайот Волон“, музейен комплекс „Панчо Владигеров“, комплекс „Авшарян“ с временна експозиция „Градски бит – края на XIX – 30-е години на XX в.“, а също така и още два външни за областния град обекти Късноантична крепост при село Войвода и Тракийски гробничен комплекс при село Ивански. Тук не трябва да пропускаме и Централна експозиция, представяща почти цялата история на Шуменски регион. Всички тези обекти нареждат РИМ – Шумен сред музеите, които имат най-много прилежащи такива. Регионален исторически музей – Шумен заема едно от водещите места сред българските музеи по степен на въвеждане на дигитални компоненти в своите експозиции във всички обекти от структурата си, както и по степен на присъствие в световните социални мрежи. Това не е просто привеждане на актуални статистически данни, които количествено да представят профила на музейната институция. Съвременната дейност на РИМ – Шумен получава своята оценка и в книги и научни публикации по тази проблематика¹. През 2018 г. в Прага, Чехия Регионален исторически музей – Шумен спечели специално признание за „внимание към посетителите и отвореност“. Международното отличие бе получено по време

на връчването на наградите „Жива“ за най-добър славянски музей от Форума на славянските култури. През 2017 г. един от най-популярните и обичани национални символи Мадарският конник беше във фокуса на кампанията на Билла „Ние обичаме България“, което позволи създаването на мултимедиен информационен център – оборудван с виртуална реалност и други нови технологии.ⁱⁱ

От година преди началото на пандемията, свързана с т.н. КОВИД-19 Регионален исторически музей – Шумен споделя с последователите си в социалната мрежа Facebook различни рубрики, оформени в различни тематични направления, свързани с видни личности от епохата на националното ни Възраждане, модерния и съвременен период от развитието на българската държава. След обявяване на извънредното положение, със затварянето за посетители на културните институции РИМ – Шумен разшири тази си дейност – знакови находки от постоянните експозиции и колекциите си (с внимание и към най-младата аудитория – децата), временни изложби, които в момента са в експозиционните зали, видеа, свързани с обектите от структурата на Музея, онлайн лекции и др. Ползването на този вид комуникации и канали за информация (тук включвам Youtube, Instagram, Google+) е наша дългогодишна практика и дълбоко убеждение, но в случая засилването бе наложено от екстремни обстоятелства. В интернет пространството се появиха публикации за използването им, за ползата от това, за нуждата на музеите да показват и да се показват, и да напомнят на обществото, че съществуват. Не отричам необходимостта от подобни публикации, но според мен в по-голямата си част бяха наложени от форсмажорните обстоятелства, а не предварително премислени стратегии за връзката на институциите с публиките си и служещи по-скоро за оправдание на бездействие през годините, и убеждаване на обществото, че са били нужни, нужни са и ще бъдат (нещо, в което всички са убедени, въпреки negliжирането на културата като цяло). Много от музеите използваха и използват времето за извършване на друг вид дейности – идентификации, инвентаризации, препоредба или подредба на фондохранилищата си. Тези дейности до голяма степен в РИМ – Шумен са извършени и бе преценено, че за институцията е по-важно да поддържа зрителското внимание на публиките с перспектива интереса, който предизвикваме с различните презентации да доведе и до реални посещения на посочените по-горе обекти. Още повече, че през двата месеца на затваряне на постоянни и временни експозиции, а също така и на откритите площи в резерватите не носят финансови приходи, които за Музея са особено важни, от гледна точка на дейности и бъдещи планове по обновяване на експозиции и внедряване на нови дигитални приложения.

И преди пандемията и по време на нея всички действия на РИМ – Шумен в тази насока са били с ясна цел, че се прави за поддържане на интереса в публиката към институцията и събитията, които организира, но и че всеки наш последовател и неговите близки или приятели получават информацията от първо лице, а не пречупена през призмата на журналистическото мислене и разбиране за дадено събитие. Още повече, че заявената Мисия на РИМ – Шумен е: *„Основната цел на Регионален исторически музей – Шумен е чрез издиреното, съхранено и популяризирано културно-историческо наследство на Шуменски регион да се превърне в медия за обществото, която информира, образова и отговаря на потребностите на българските и чуждестранни посетители. По този начин запазва българската идентичност за следващите поколения, но и показва пред света културните достижения на българския народ.*

Тази цел се постига чрез успешната комбинация на класически експозиции с възможностите, предоставени от съвременните технологии, които правят тяхното възприемане по-лесно и по-близко до посетителите. Реализирането на поставените цели се доказва от постигнатите резултати – постоянно увеличаващ се брой на посещенията в

обектите и установяване на силно взаимодействие между организацията и нейните гости, особено децата и учениците. Нещо повече – музеят като структура е ключов фактор за развитието на културен туризъм не само в региона, но и в цяла Североизточна България.⁴ⁱⁱⁱ Всичко това е доказателство, че Музеят се движи и в нормално време в посока, която други предприемат в извънредно такава.

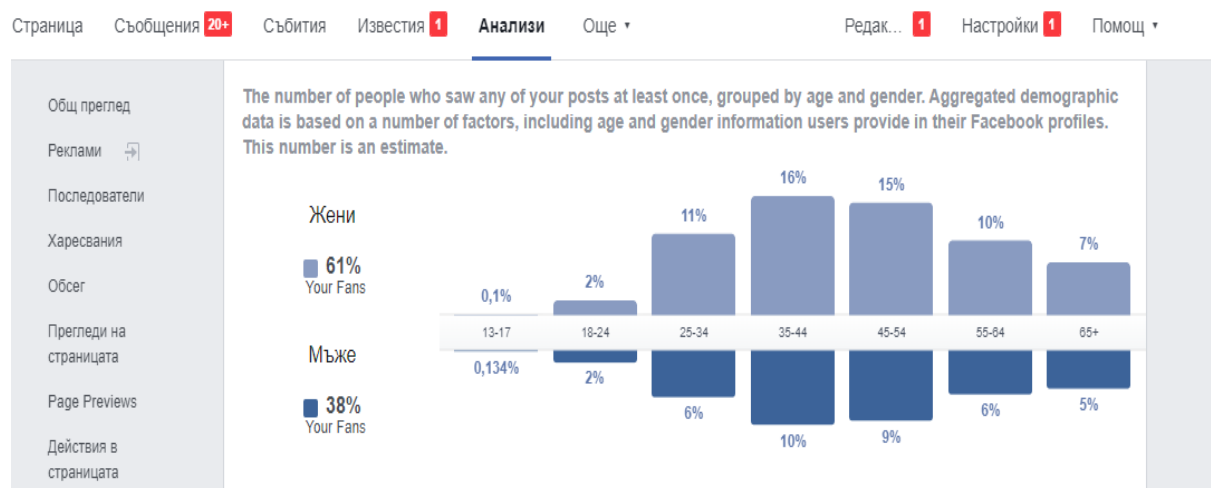
Цели

Целта на тази статия не е да се представя стратегията на РИМ – Шумен по посока нейните взаимодействия с публиките и откога се практикува, а да се направи анализ именно на профила на публиката, четяща музейната страница в социалната мрежа Facebook точно по време на т.н. пандемия КОВИД-19 и карантинния период, наложен от правителството на Република България (а дали това е точно карантина по дефиниция е въпрос, който трябва да се реши от учени-специалисти в други области на науката).

Важен акцент в изложението е поставен на интересите на публиката към споделяните теми. Резултатите ще бъдат полезни на РИМ – Шумен в по-далечно бъдеще за подготовка на рубрики, отговарящи на интересите на последователите и засилване на присъствието на такива, които вече имат необходимия интерес.

Изложение

Като начало на изложението е интересно да се разгледа цялостната група последователи на РИМ – Шумен в социалната мрежа. На етапа на работа върху изследването те са 6042 души, от които 61% жени и 38% мъже. Най-големият брой последователи и при двата пол са на възраст 35-44 години – съответно 16% и 10% (жени – мъже) и 45-54 години – 15% и 9% (жени – мъже). Прави впечатление, че това са най-активните години в човешкия живот. Разглеждайки графиката се вижда от началните години, че скокът към върха не е толкова плавен, както това става след посочените върхови години. По-голямата разлика в тези години по мое мнение е в по-слабия интерес на мъжете към социалната мрежа, докато след 65 години е възможно неангажираността с други дейности да е причина в почти изравнените проценти 7% и 5% (съответно жени – мъже).



iv

Що се отнася до географията на последователите ни тя е твърде широка като държави. Изключвайки България е логично да имаме последователи от славянските страни, до които е

близък езика ни – в случая Русия, откъдето е най-голямата чуждестранна група потребители. Втората голяма чуждестранна група е от Обединеното кралство, но там най-вероятната причина е огромната диаспора от българи, емигрирали най-вече по икономически причини. Третата отличаваща се група е от Украйна – причините отдавам както на езика, така и на българското малцинство в Бесарабия и Таврия, но и на отношенията, които РИМ – Шумен поддържа с тамошното българско общество от Одеска област (реализирани пет историко-етнографски експедиции, представители на някои от селата са били гости на РИМ – Шумен, честите гостувания на ученически клуб „Български сърца“ във форуми, организирани от Музея). Като обща цифра последователите на РИМ – Шумен в социалната мрежа са от 44 държави, като не липсват и екзотични такива – Индия, Колумбия, Тайван.

Профилът на градовете показва, че Москва е с най-голям брой представители, следващи поддържаната от Музея страница, а логично Лондон и Одеса са на следващите места, тоест от трите държави с най-голям брой имащи интерес към случващото се в културната институция и отразявано във Facebook.

В езиково отношение най-добре са представени англо-говорещите последователи на страницата на Музея в социалната мрежа – 466 души, следвани от руско-говорещите – 290 и хората употребяващи турски език – 66. Като цяло има представители говорещи 37 езика (разбира се тук е изключен българският език).

Общ преглед	Държава	Your Fans	Град	Your Fans	Език	Your Fans
Реклами	България	5050	Shumen, Shumen Prov...	1283	български	4880
Последователи	Русия	159	Sofia, Sofia City Province	1053	Английски (САЩ)	302
Харесвания	Обединено кралство	107	Varna, Varna Province	446	руски	290
Обсег	Украйна	93	Plovdiv, Plovdiv Province	269	английски (Великобри...	164
Прегледи на страницата	Германия	82	Burgas, Burgas Province	187	турски	66
Page Previews	Италия	47	Veliko Tarnovo, Veliko ...	107	турски италиански	42
Действия в страницата	Испания	47	Ruse, Ruse Province	94	немски	32
Публикации	Турция	34	Novi Pazar, Shumen Pr...	89	испански	28
Събития	Съединени американ...	33	Stara Zagora, Stara Za...	69	испански (Испания)	26
Видеоклипове	Гърция	27	Pleven, Pleven Province	56	Френски (Франция)	24
Stories						
Хора	Вижте още					

Facebook Search: Търсене		Daniel Начало Създаване		Редак... 1 Настройки 1 Помощ	
Страница	Съобщения 20+	Събития	Известия	Анализи	Още
Белгия	23	Moscow, Russia	55	украински	23
Франция	22	Dobrich, Dobrich Provi...	52	Португал (украински)	16
Австрия	19	Veliki Preslav, Shumen...	49	румънски	15
Холандия	16	Sliven, Sliven Province	49	гръцки	9
Чехия	15	Targovishte, Targovisht...	46	македонски	9
Македония	14	Razgrad, Razgrad Pro...	39	унгарски	8
Кипър	14	London, England, UK	37	сръбски	8
Румъния	13	Yambol, Yambol Province	33	полски	7
Унгария	10	Haskovo, Haskovo Pro...	32	арабски	7
Бразилия	10	Silistra, Silistra Province	30	словашки	3
Аржентина	10	Gabrovo, Gabrovo Pro...	30	хърватски	3
Полша	10	Pazardjik, Pazardzhik ...	30	португалски (Португа...	3
Канада	9	Odessa, Odessa Oblas...	29	японски	2

Facebook Search: Търсене		Daniel Начало Създаване		Редак... 1 Настройки 1 Помощ	
Страница	Съобщения 20+	Събития	Известия	Анализи	Още
Сърбия	8	Kaspichan, Shumen Pr...	28	чешки	2
Молдова	7	Blagoevgrad, Blagoevg...	27	нидерландски	2
Израел	7	Kyiv, Kiev, Ukraine	26	датски	2
Дания	6	Kazanlak, Stara Zagor...	26	Опростен китайски (К...	2
Мексико	6	Pernik, Pernik Province	26	беларуски	1
Колумбия	6	Kardzhali, Kardzhali Pr...	25	Индонезийски	1
Беларус	5	Popovo, Targovishte Pr...	25	тайски	1
Швейцария	5	Troyan, Lovech Province	24	Английски (Пиратски)	1
Норвегия	4	Saint Petersburg, Russia	23	Каталонски	1
Португалия	4	Karlovo, Plovdiv Province	20	Норвежки (Букмол)	1
Япония	4	Istanbul, Istanbul Provi...	19	албански	1
Хърватска	4	Smoljan, Smolyan Prov...	17	виетнамски	1
Словения	4	Sandanski, Blagoevgra...	17	азербайджански	1

Страна	Брой публикации
Египет	4
Обединени арабски е...	4
Словакия	3
Индия	3
Малта	3
Казахстан	3
Киргизстан	2
Грузия	2
Ирландия	2
Финландия	0
Швеция	0
Азербайджан	0
Тайван	0

v

За целите на изследването от големия брой публикации споделени в социалната мрежа Facebook от РИМ – Шумен са избрани няколко, които са с различна тематика, но не обхващат всички по причина, че някои от тях имат сходна характеристика на информацията, а някои са приключили преди т.н. пандемия КОВИД-19. Данните са за едноседмичен период. Изборът е направен произволно от различните рубрики, като не е търсен някакъв целенасочен ефект.

Ще започна с тези, които се споделяха и преди въвеждане на извънредното положение на 13 март 2020 г. и карантинирването на голяма част от българското общество. Това са различните рубрики, свързани с видни шуменци – възрожденски дейци, спортисти, военни дейци и др., които в своя живот и дейност са допринесли за развитието не само на град Шумен, но и на държавата след Освобождението и преди него:

1. Биографична справка за шуменския будител и военен лекар по време на Руско-турската освободителна война Андрей Рачев – 02.04. – 08.04.2020 г. – 1 седмица – 838 достигнати, 99 ангажирания, 10 споделяния, 23 харесвания. Рубриката е „Възрожденци“, както стана дума и по-горе – дейци от Шумен дали своя принос за развитието на тогавашните български земи, а някои и за следосвободенска България. Публикацията достига до 838 човека, като това и преди обявеното извънредно положение е средния брой на достигнати хора, но рубриката е сравнително отдавна и има своята аудитория или ниша на интереси от една определена група хора, както от град Шумен, така и от страната.

2. Биографична справка за баскетболната легенда на „Славия“ Благовеста Ченгелиева от рубриката „Спортна слава“ – 05.04. – 11.04.2020 г. – 1 седмица – 855 достигнати, 106 ангажирания, 6 споделяния, 16 харесвания. Тя е сравнително по-нова. Интересът към нея не е толкова силен и вероятно се дължи на факта, че някои от личностите са от нашето съвремие и са познати на голяма част от публиката, но пък тя също намери своите последователи при възпитаниците на бившето ЕСПУ Спортен профил „Васил Друмев“. И все пак това не е случайно, а целенасочено действие от страна Музея – всяка публикация отнасяща се до известни спортисти, родени в Шумен се споделя и в групата на бившите спортисти от

Спортното училище. Със своите 855 достигнати последователи тя се вмести в параметрите и на другите видни шуменци, но в тази рубрика умишлено бе търсена и целева група.

3. Биографична справка за войводата Панайот Хитов – 02.04 – 08.04.2020 г. – 1 седмица – 826 достигнати, 96 ангажирания, 5 споделяния, 24 харесвания. Публикацията не е от определена рубрика, а от реализирана изложба на РИМ – Шумен (съвместно с още 18 музея) „... Пък каквото сабя покаже... (оръжията на българските герои)“. Периодът ѝ за посещения остана за съжаление твърде малък – от 26.02. до 13.03.2020 г., когато бе обявено и извънредното положение. Тогава бе решено да бъдат публикувани документалните материали от изложбата, представящи над 40 личности (участници в национално-освободителните борби и войните за национално обединение), чието оръжие присъства в експозицията, като същевременно към всяка една справка бе приложено и видео с експонатите. Видеото бе заснето предварително от ТВ Шумен при презентирането на изложбата. Достигнатите 826 човека се явява средното число въобще за биографичните справки, видно и от предните две. Други биографии от посочената изложба достигнаха и до много повече последователи, но обяснението според мен, е че са твърде малко познати на широката публика – пример е Ангел Керелов – участник в Априлското въстание от Батак с интересна история, но слабо популярна – 5973 достигнати човека. И това не е единствения пример в потвърждение на казаното.

4. Тракийската гробницата от гр. Смядово – 01.04. – 07.04. – 1 седмица – 12839 достигания, 2157 ангажирания, 50 споделяния, 102 харесвания. След въвеждането на извънредно положение и естественото затваряне за посетители експозиционните зали на Музея започна и представянето на знакови находки както от експозициите, така също и от фондовете на институцията. Експонатите се представят в хронологичен ред като се започна от праисторическата епоха. Една от най-гледаните и може би четени публикации. Според мен това се дължи на фотографиите, които бяха част от цялата публикация. Защо казвам, че „може би“ е четена? В коментарите под публикацията на няколко пъти бе попитано къде се намира гробницата, как може да стигне до там или посети. А водещото изречение е „Единствената гробница, експонирана в музейна среда“. Това ме води на мисълта, че са прегледани единствено фотографиите, а не и самият текст. Според мен подсъзнателно „гробница“ в този ѝ смисъл се свързва със съкровища, злато, някакви много ценни находки (естествено, че трябва да бъдат от „жълт“ (злато) метал), като дори не се предполага, че там може би е бил погребан знатен тракийски аристократ (а самата гробница дори има надпис) и тогава може би щеше да има и находки от злато.

5. Матрицата от Гърчиново – 03.04 – 09.04. – 1 седмица – 3920 достигнати, 514 ангажирания, 24 споделяния, 50 харесвания. Уникат на тракийското изкуство, без аналог, присъствала на почти всички международни изложби, които България организира в чужбина (последното и гостуване в Лувъра, на изложбата „Епопея на тракийските царе“). Предизвиква интереса най-вече на историци и най-общо казано професионалистите от приятелите на РИМ – Шумен в социалната мрежа Facebook. Въпреки подробното описание на матрицата – място на откриване, използване, мотиви и пр. не достигна очакваната гледаемост и най-вече четаемост. Това отново ме кара да мисля, че интерес представляват най-вече артефакти изработени от злато.

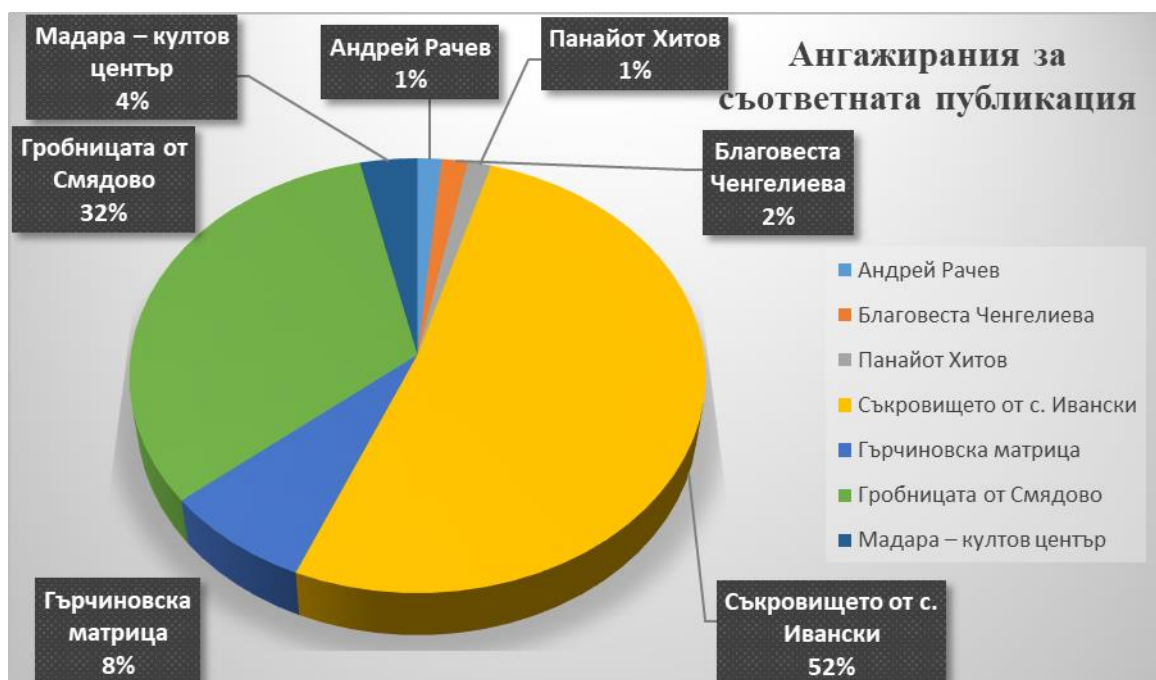
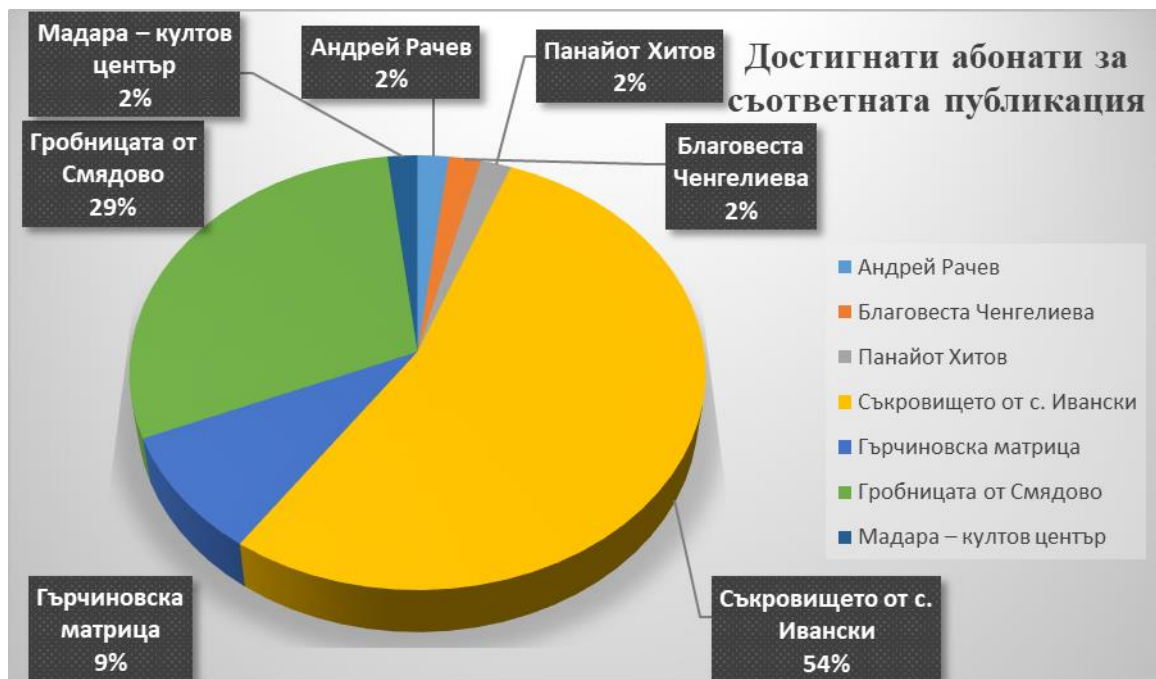
6. Мадара – култов център – 04.04. – 10.04. – 1 седмица – 800 достигнати, 235 ангажирания, 16 споделяния, 40 харесвания, 189 гледания на филма в Youtube канала на РИМ – Шумен. Както става ясно „Мадара – култов център“ е видео клип, представящ Национален историко-археологически резерват „Мадара“. Очакванията и за него бяха да има по-висока гледаемост, но е възможно да е много добре познат и да не предизвиква интерес в нашите

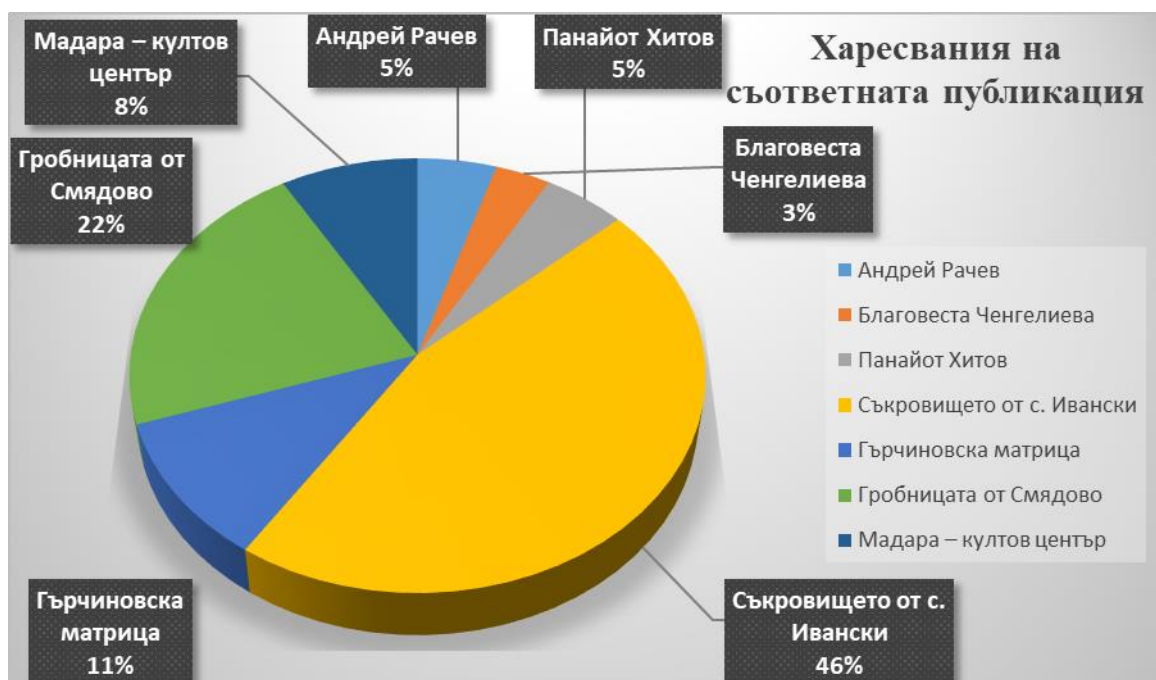
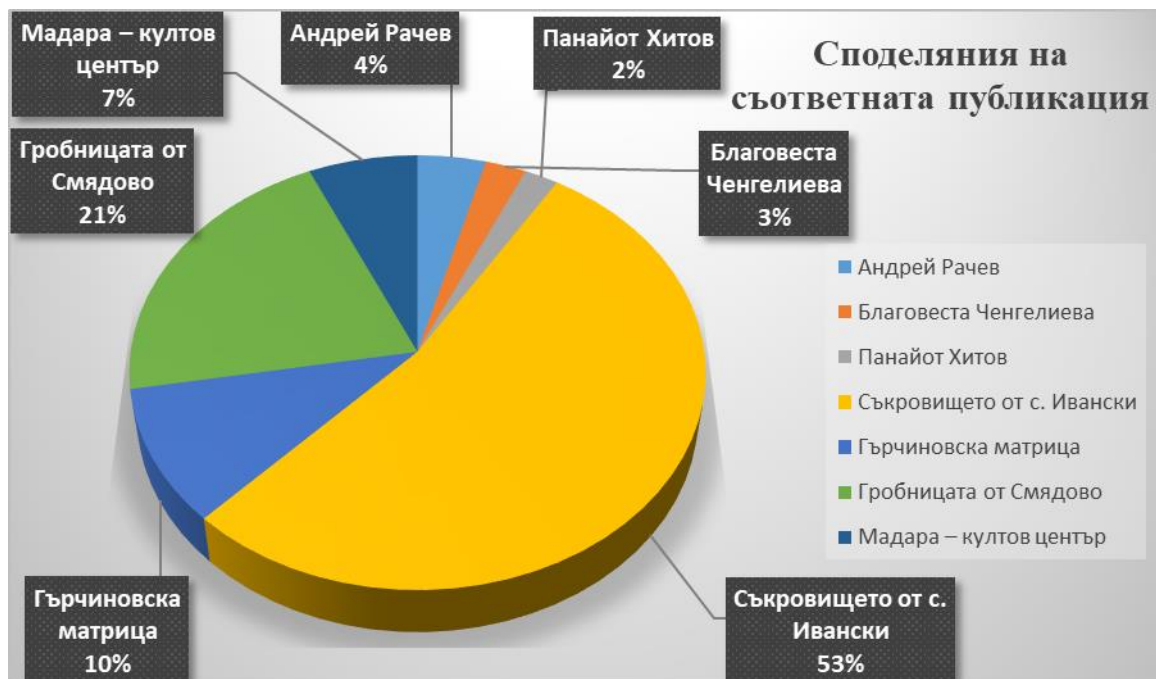
приятели и съответно да не бъде препоръчван (споделян) от тях. Самият филм пък, правен преди 20 години, както и представянето е възможно да не отговарят на съвременните изисквания (най-вече при младата ни аудитория).

7. Тракийското съкровище от с. Ивански – 06.04. – 12.04. – 1 седмица – 23446 достигнати, 3446 ангажирания, 127 споделяния, 217 харесвания. Това е най-гледаната ни публикация, придружена и с фотоси. По мое мнение интересът се дължи най-вече на материала, от който са произведени артефактите – злато. Амуницията е една от най-пълните, но със сигурност не е уникат като матрицата от Гърчиново или пък единствената гробница в България експонирана в музейна среда (гробницата от гр. Смядово). Големият интерес към апликациите от конското снаряжение от Ивански не беше изненада, но надмина очакванията ни.

През времето на извънредното положение бяха публикувани и справки от различните категории, които имаха и имат според мен по-висок емоционален заряд (пример с изложбата „... Пък каквото сабя покаже... (оръжията на българските герои“), но непредизвикващи подобен интерес. И съм далеч от мисълта, че Панайот Хитов е толкова добре познат, особено на младото поколение. Не искам да мисля, че всичко това е заради златото, но и опита, който имаме при реални посещения на изложби, които сме експонирали във времето интересът на публиката е бил най-голям именно когато експонатите са направени от жълтия метал.

Публикации	Достигнати последователи за съответната публикация	Ангажирания за съответната публикация	Споделяния на съответната публикация	Харесвания на съответната публикация
Андрей Рачев	838	99	10	23
Благовеста Ченгелиева	855	106	6	16
Панайот Хитов	826	96	5	24
Съкровището от с. Ивански	23446	3446	127	217
Гърчиновска матрица	3920	514	24	50
Гробницата от Смядово	12839	2157	50	102
Мадара – култов център	800	235	16	40





Умишлено не обръщам внимание на коментарите под посочените публикации. Мисля, че това е въпрос на друго и по-разширено изследване, което би отговорило на много щекотливи въпроси за образование, грамотност, познаване на българската история (въпреки многото мнения, че те не са критерий и не могат да се правят генерални изводи) и въобще на разглежданата социална мрежа и нейното използване.

Изводи

Направеният анализ на представянето на РИМ – Шумен в социалната мрежа Facebook в периода на извънредното положение налага следните изводи:

- Увеличен брой последователи на Регионален исторически музей – Шумен в социалната мрежа, постигнат с целенасочена кампания;
- Разширяването на рубриците, целенасоченото и методично подаване на информация, съобразена с интересите на различните аудитории води и до нови последователи на Музея в социалната мрежа;
- Достигане до нови аудитории чрез публикациите на археологически артефакти от експозициите на Музея – предимно от Румъния, Русия и Украйна;
- Засилена образователна функция на Музея чрез дистанционен метод – в случая социалната мрежа Facebook и Youtube;
- Социалните мрежи са добро място за популяризиране на по-слабо известни факти, независимо дали са за събития или личности;
- Привличане на по-силно вниманието на обществото върху личности и събития от националната ни история, които поради своето естество са останали встрани от основната дейност на музея.
- В по-дългосрочен план това би могло да доведе не само до популяризиране на музейната дейност, но и до нейното реализиране като приход – от нови посетители, клиенти, читатели.

Заклучение

Представеният анализ на присъствието на РИМ – Шумен в социалните мрежи показва, че при наличието на подходящи стратегии българските музеи могат да имат своите публики и в условията на извънредни обстоятелства. В конкретния случай чрез целенасочена кампания, се увеличава броят на последователите на музея в социалните мрежи, както и броят на чуждестранните потребители. Това е нова аудитория, която е вече привлечена към Регионален исторически музей – Шумен. Перманентният мониторинг на съответните данни може да бъде една много полезна ориентация за конкретния музей в какви посоки да насочи бъдещата си дейност, така че да разширява своите публики.

ⁱ Бонева, В., Р. Русев. Регионалните музеи в културната инфраструктура на България. София, 2017 [Boneva, V., R. Rusev. Regionalnite muzei v kulturnata infrastruktura na Bulgaria. Sofia, 2017]; Vasileva Sofia, Tina Petrova. (2019) Virtual relity development and the cotsialization of Bulgarian cultural heritage // Jurnal of International Cooperation and Development, Vol.2, N 1, May 2019, pp. 34-39; Vassileva, Sofia, Eugenia Kovatcheva. (2019) The Innovative Model For Interactivity In Bulgarian Museums // *Proceedings of ICERI2017 Conference 16th-18th November 2017, Seville, Spain, pp. 5407-5411*; Световното наследство на ЮНЕСКО. Средновековни обекти в Североизточна България. Сборник с доклади от международна пътуваща конференция семинар Шумен, 24-25 март 2017 г. Велико Търново, издателство Фабер. -156 стр. [Svetovното nasledstvo na YuNESKO. Srednovekovni obekti v Severoiztochna Bulgaria. Sbornik s dokladi ot mezhdunarodna patuvashta konferentsia seminar Shumen, 24-25 mart 2017 g. Veliko Tarnovo, izdatelstvo Faber. -156 str.]

ⁱⁱ Виртуална реалност и нови технологии на Мадарския конник - <https://www.billa.bg/za-billa/novini/virtualna-realnost-i-novi-tehnologii-na-madarskiya-konnik>

ⁱⁱⁱ <https://museum-shumen.eu/%d0%bc%d0%b8%d1%81%d0%b8%d1%8f-%d0%b8-%d1%86%d0%b5%d0%bb/> (18.04.2020)

^{iv} <https://www.facebook.com/regionalenistoricheskimuzej.sumen/insights/?section=navPeople> (19.04.2020)

^v <https://www.facebook.com/regionalenistoricheskimuzej.sumen/insights/?section=navPeople>