St. Cyril and St. Methodius University of Veliko Tarnovo
Faculty of Economics

СЪВРЕМЕННИ ИНОВАЦИИ В ТУРИСТИЧЕСКАТА ИНДУСТРИЯ – АВАТАР В МУЗЕЯ ИЛИ КЪМ РЕКОНСТРУКЦИЯТА НА ИЗЧЕЗВАЩИТЕ ЗАНАЯТИ

MODERN INNOVATIONS IN THE TOURISM INDUSTRY — AN AVATAR IN THE MUSEUM OR TOWARDS THE RECONSTRUCTION OF DISAPPEARING CRAFTS

Мариела Димитрова
Mariela Dimitrova

Генади Симеонов
Genadi Simeonov

Великотърновски университет „Св. св. Кирил и Методий“
St. Cyril and St. Methodius University of Veliko Turnovo

Abstract: The publication presents one of the modern opportunities for developing and upgrading the tourist product provided by the classical type of museums in Bulgaria. The accessibility of museum exhibitions and their perception by users in the digital communication age require the implementation of new technologies in order to improve the tourist experience and attract a new audience. There are objects of intangible cultural heritage in Bulgaria that are starting to disappear and are now part of museum exhibitions. That is why the article focuses on the use of technological achievements in museum exhibitions as a way to build an innovative tourist product with the aim of preserving the disappearing intangible cultural heritage and popularizing it among the general public.
Keywords: avatar; museum exhibitions; digital twins; cultural industry management; we experience tourism.
JEL: L83

ВЪВЕДЕНИЕ

С навлизане на съвременните технически средства, класическият подход за експониране на артефакти и находки в музеите днес е променен. Технологичните революции, проявяващи се във формат индустриални революции, създават сериозно предизвикателство при управлението на музеите като културен институт и влияят по отношение на социализацията на културно-историческото наследство.

Днес музеите са натоварени с допълнителни функции. Пазителите на древни тайни, с леко мистичната атмосфера в част от музейните пространства, или старинните кътове, пренасящи посетителя столетия назад във времето, са задължителната подправка без която културният туризъм и съвременният туристически продукт са невъзможни.

В настоящата публикация[1] ще ви представим една от съвременните възможности за развиване и надграждане на туристическият продукт, предоставян от класическия тип музеи в Бъл-

[1] Авторството в публикацията се разпределя както следва: д-р Мариела Петрова Димитрова – въведение, т. 1, т. 3 и заключение; Генади Пламенов Симеонов – т. 2.

гария. Поставили сме акцента върху използването на технологичните достижения в музейните експозиции, като способ за изграждане на иновативен туристически продукт с цел съхраняване на изчезващото нематериално културно наследство и популяризирането му сред широката публика.

ИЗЛОЖЕНИЕ

1. За съчетанието на традиционния и съвременния музей, с VR реалността

Достъпността на музейните експозиции и тяхното възприятие от потребителите в дигиталната комуникационна епоха, изискват внедряване на новите технологии, с цел да се подобри туристическото изживяване и да се привлече нова публика. Съществуват обекти на нематериалното културно наследство в България, които започват да изчезват и днес са само част от музейните експозиции.

Изчезващите занаяти на България са именно пример за нематериално културно наследство, чийто пазители днес са малцина и музейните пространства са територията, където могат да бъдат видяни. Туристът все по-рядко има възможността да наблюдава как майсторът изработва изделието, защото индустриализацията и механизацията съвсем в логиката на глобалните процеси, подмениха дневният ред в сферата на специализираният вид услуги. Допълнителен фактор за изчезване на автентичното занаятчийско производство е вносът от Китай или други държави, където населението е многобройно и държавната политика е създаване на заетост, като автентичното качество и майсторството са подменени с евтина суровина и труд с цел масово производство и ниска себестойност за единица изделие.

(Р)еволюцията на технологиите и тяхното все по-настъпателно навлизане във всички сфери на човешката дейност създават една удачна формула, за да се запази духа и спомена за изчезващите занаяти – нематериалното културно наследство от неотдавнашното ни минало. Ще акцентираме върху няколко факта: създателят на Visual Programming Lab – Джарон Лание, дефинира за първи път „виртуалната реалност“ (Virtual reality society) през 1987 г., а няколко години по-късно – през 90-те години на XX век са разработени и предложени на пазара няколко VR очила. Британският музей, през 1994 г., успява да пренесе изкушените посетители в замъка Дъдли, посредством виртуална обиколка на 3D реконструкция и да почувстват атмосферата на 1550 г. Устойчиво Британският музей продължава да използва техническите достижения и през 2015 г., съвместно с компанията Samsung, предлагат виртуална обиколка в бронзовата епоха (Varadzakova, 2018).

VR реалността е позитивната страна на технологията, която днес дава възможност на туристите да преживеят емоцията и да възприемат по-пълнокръвно изчезващите занаяти. Дигиталната трансформация се превръща в част от бизнеса чрез внедряването на дигиталната реалност (добавена, виртуална и/или смесена), използването на облачни технологии, роботизация и изкуствен интелект, интернет на нещата (IoT) (Вараджакова, 2017). Основателно обаче, можем да поставим въпроса дали масираното налагане на новите технологични модели в туристическият сектор е съвременен подход или е по-скоро последица от технологизацията на целият ни живот? Темата е дискусионна, та дори е вид модерно клише, проява на инерционната масовизация. Според авторите има един неоспорим факт – изчезващите занаяти са в тази категория на единиците, защото няма кой да ги практикува. Трудно може да се намери в момента в България майстор – тюфекчия и точно поради тази причина, вместо туристът да вижда пред себе си как се изработва едно оръжие – произведение на изкуството, вече може да се докосне до магията на занаята единствено с използване на VR реалността. В този смисъл, изчезващите занаяти остават един спомен от миналото, който благодарение на VR реалността оживява пред туристите.

Иновацията в музейното експониране, която представяме чрез **аватар в музея**, създава едно цялостно преживяване за туристите. Считаме, че тя е началото на **нова концепция за съвременна форма на събитие в музеите**, съчетаваща емоция, приключение, възприятие (визуално и продуктово), емпатия, активност, придобиване на нови знания и преход към нов етап на индус-

триалната (р)еволюция, където ерата на въображението и обучението на машините на когнитивни способности имат водещо значение.

Терминът „аватар“ има двояк смисъл. **От гледна точка на религиознанието и по-точно в индуизма, значението на лексемата „аватар“ е „въплъщение“.** Когато божеството слиза на земята и придобива материална форма тоест нематериалното и невидимо за човека се материализира в нещо познато от нашия свят, за да може да бъде прието и възприето със сетивата, за да може да бъде докоснато. Изводът е, че човек възприема с обикновените сетива и затова всяко нещо бива овеществено, материализирано, за да може да бъде инкорпорирано в човешкото битие и съзнание. Невидимото за сетивата, от по-голямата част от съвременните хора, не може да бъде възприето, съответно се явява непознато и неосъзнато. Именно поради тази причина във всички науки става дума за материалното и нематериалното, във всичките им форми.

От технологична гледна точка, аватар е вид цифрово представяне на потребителя на услугата в интернет пространството тоест в социалните мрежи, видеоигрите, сайтове, приложения, мобилни устройства. Накратко, аватарът е заместител на реално съществуващ човек, неговият цифров аналог, който следва да различаваме от цифровата самоличност, въведена с Регламент (ЕС) 2024/1183 на Европейският парламент и на съвета от 11 април 2024 година за изменение на Регламент (ЕС) № 910/2014 по отношение на създаването на европейска рамка за цифрова самоличност. Цифровият аватар е израз на образа, който човек цели да създаде за себе си във виртуалното пространство и начина, по който иска всички останали да го възприемат. Дали отговаря на действителните качества или е плод на манипулация, личностна себеизява в средата, плод на усещането за самия себе си, това е съвсем различна тема с уклон към психологията, стояща встрани от настоящият анализ.

Обобщено, според нас, семантичното съдържание на аватар в музея е именно превъплъщението на туриста в негов дигитален аналог в цифрова среда, който е участник в създадена виртуална реалност, така че да може да я преживее и усети със сетивата си. Предлагаме аватар в музея като нова концепция, с комплексно съдържание, която успешно може да обогати познанията на туристите, да ги пренесе в отминали времена или напред в бъдещето, за да преживеят по уникален и неповторим начин нещо, което вече не съществува в съвременния живот или представата за бъдещето.

Авторите на тази публикация, избрахме да ви представим един конкретен пример за това как един изчезващ занаят може да се експонира по атрактивен начин и туристът буквално да се превърне в главен герой – концепцията аватар в музея. Нашият фокус е занаятът тюфекчийство, а емпиричният материал е инспириран от преживяването с VR реалност „Дигитални близнаци на занаяти от старо време“, проект изпълняван от РЕМО „Етър“ в гр. Габрово.

За да бъдем пунктуални и следвайки логическа последователност на изложението, в следващите редове ще ви въведем в занаята тюфекчийство.

2. Накратко за занаятът тюфекчийство по българските земи

Създаването на оръжие е не само занаят, а и изкуство. Терминът, с който е познат този специален занаят по българските земи е тюфекчийство. От древни времена оръжието е било символ на чест, сила и власт на своя притежател, което създава и култа към него. Притежаването на оръжие е било показател колко заможен е собственикът му и каква позиция заема в Обществото.

Производството на оръжия по българските земи е традиция от векове, започвайки от траките и Одриското царство, та чак до Третото българско царство, за което свидетелстват множество извори и документи. Тюфекчийството процъфтява на нашата територия през XVIII–XIX век, поради три основни обстоятелства:

- **първо** – турските оръжейни работилници не са можели да задоволяват непрекъснато нарастващите нужди на турската армия и необходимостта от нейното въоръжаване, предимно нуждите от оръжие за пехотата;

- **второ** – войните и въстанията, в които армията на Османската империя е ангажирана (четирите Руско-Турски войни от XVIII век, Австро-турските войни от XVIII век, Кримската война, Гръцката война за независимост, Египетско-Османските войни; национално-освободителните борби на Балканите – Априлското въстание, Сръбските въстания);
- **трето** – ограничен внос на оръжия от Западна Европа.



Фиг. 1. Карта на българските центрове на тюфекчийството в периода от XV век до XIX век., генерирана с използване на AI
Източник: авторът

В българските земи и на Балканите, пушките и пищовите са уникални, специфични и характерни за Империята, в която са били изработвани. През XVIII в. и първата половина на XIX в., тюфекчийството достига своя връх на развитие, поради военната активност на Османската империя. Юлияна Шулекова констатира, че: „Най-многобройни са проучванията за тюфекчийството и развитието му в Сливен, поради обвързаността на местните тюфекчии с държавните поръчки на Османската империя, което е отразено в турските документи“. (Шулекова, 2011) По мащаби на оръжейното производство, Габрово е вторият център след Сливен. Според изворовият материал, за да се развие тюфекчийството в Габрово, предпоставка е силно развитото железообработване. Това е причината, изследователите да отбелязват, че в последните десетилетия на XVIII век в Габрово „има вече голяма „тюфекчи махалеси“ с 40 тюфекханета“ (Шулекова, 2011). Интересно свидетелство за високото майсторство на габровските оръжейници е мнението на руският генерал И. П. Липранди, който пристига с разузнавателна мисия в пределите на Османската империя в навечерието на Руско-турската война (1828 – 1829 г.). Освен за вътрешният пазар, габровските майстори са предлагали своето оръжие и за Имперския арсенал в Цариград (Шулекова, 2011).



Фиг. 2. Макет на автентична тюфекчийска работилница, генериран с използване на AI
Източник: авторът

Основните процеси по производството на тези оръжия се извършват в ковашки работилници, в които се правят различните елементи: цеви, ударни механизми, обкови и някои бронзови или месингови части и кондаци (приклади). Украсата на оръжието се извършва от куюмджиите. През втората половина на XIX в., в Габрово се отварят около 15 ремонтни работилници за ремонтиране на кремъчно ударните пушки и пищови.

Освен Габрово, друг голям оръжейно-производствен център е Пловдив. Това е град, който има репутация на металообработващ център още от древността до днес. До Освобождението, в Пловдив функционират 600 дюкяна и работилници, за да се покаже, че Ориентът не е за едра индустрия. Занаятите претърпяват трансформация и адаптация през османският период, след което започва бързият им упадък и поетапното им залязване заради развитието на индустрията. В своя статия, Соня Семерджиева отбелязва: „За огромните нужди на турската армия от произведенията на българските занаятчии, ни дават представа поръчките, които са правени със специални султански заповеди, както и факта, че от Пловдив, властта често набира принудително категории занаятчии, за да работят в Цариград. Според военна заповед от 1610 г. оруджии (технически лица към войската), сабяри с всички техни инструменти и майстори на лъкове от Скопие, Пловдив и София, където през XVII–XVIII в. има смесени по състав тюфекчийски и ножаро-бучакчийски еснафи, са задължени да отидат на работа до 1650 г. в цариградските оръжейници.“ (Семерджиева, 2006)

Пикът на тюфекчийският занаят по българските земи е в края на XVIII век до средата на XIX век. Поради силната конкуренция на по-евтини и по-луксозни изделия, започва упадъка на занаята. Новото време определя нов начин, вкус и желание на хората. Един след друг, всички занаяти, включително и тюфекчийството, западат и остават в историята. Чаршията губи своето предназначение и излъчване. Вносът на индустриална стока затваря много преди Освобождението оръжейният еснаф. В Пловдив остават около десетина – дванадесет работилници на майстори-оръжейници, предимно за ремонт, гравюра и украса на оръжието, които са включени към еснафската организация на железаро-ковачите.

След повече от век, в днешно време, тюфекчийството е в категорията на изчезващите занаяти. Мястото за запазване и съхранение на този занаят остават музеите. Малко са майсторите днес, които практикуват тюфекчийството. Изработката на огнестрелно оръжие е строго регулирана със закон, затова майсторите тюфекчиите най-често изработват музейни или декоративни реплики, реставрация и художествена обработка на такива оръжия. В днешно време, занаятът е запазен като част от културното наследство, а не като професия.

Местата за съхранение и представяне на занаята, освен малкото останали майстори-тюфекчии, са:

- РЕМО „Етър“ (Габрово): демонстрации и възстановки;
- Националният военно-исторически музей, където се съхраняват оригинални оръжия;
- Историческите музеи в Сливен, Габрово, Самоков и други.

3. От космическата индустрия до аватар в музея

Проучвайки концепцията за дигиталните близнаци, авторите тръгнаха по следите на нейните корени. Какво се оказа?

Всеки съвременен турист, докоснал се до виртуална реалност, базирана на дигиталните близнаци, реално е космически турист. И това е напълно логично, предвид че технологията дигитални близнаци има за свой първоизточник мисията Аполо 13. Космическата индустрия отдавна създава съвременната иновация дигитални близнаци, която все по-масово се предлага като разработка, маркетингов инструмент за убеждаване на клиента и вземане на информирано-емоционално решение. Музеите се присъединяват към останалите продуктови индустрии и на свой ред предлагат на преситеният турист нова емоция – пътуване във времето.

Благодарение на технологията цифрови/дигитални близнаци, която от космическата индустрия се пренася в промишлената индустрия в началото на 21 век и след 2022 година, интензивно започва да се използва като продуктова иновация за преживяване/събитие в сектора туризъм. Всеки турист, поставил очилата за виртуална реалност, започва своето пътуване във времето и не е шега – той забравя за своята материална същност и за света около него и става герой от видео игра.

Спомнете си за главният герой във филма, режисиран от Джоузеф Косински – „Трон: Заветът“ (2010 г.), продължение на филма „Трон“ (1982 г.) режисиран от Стивън Лисбъргър и третата част от октомври 2025 г. – „Трон: Арес“. Или пък филмовата поредица на Джеймс Камерън „Аватар“. Имплементирането на концепцията за дигиталните близнаци в музеите създава съвременен иновативен туристически продукт, който реално е част от кардиналната стратегия за дигитализиране на музейното дело. Всеки един турист – потребител на музейният продукт, без значение колко е информиран, на каква възраст е, дали има съответните познания, може по достъпен и лесно възприемащ се от него способ, да пътува във времето на цената на билета за вход в съответния музей.

Да бъдеш единият главен герой в компютърна реалност, да участваш в процеса по изработка на оръжие, и да учиш без усилия, само като се забавляваш и даже си без мобилният телефон в ръце, ето усещането за свобода чрез аватар в музея, което е реалният продукт на дигиталните/цифровите близнаци. Музеите имат готова формула за привличане на туристи от всякакви възрастови и социални групи, тествана първо в необятният Космос. И ето още една връзка между религиозното разбиране за аватар и вътрешната симбиоза в концепцията аватар в музея.

РЕМО „Етър“ прилага, по разработен от музейната институция проект, именно тази вече добре позната и навлизаща в музеите иновация. Интересен е подхода – за фокус е избран изчезващият занаят тюфекчийство, защото това пък е формула този занаят да остане частично жив в съзнанието на туристите. Разбира се – опазването на нематериалното културно наследство е задължение на държавата чрез достатъчно ангажирани специалисти и мениджъри в културния сектор. Желателно е да има хора, които да почувстват вътрешна потребност да научат занаята, колкото и да е труден, защото това е начина той да се предава в поколенията наистина, а не като виртуална реалност.

Само че, за да стигне информацията за него до повече хора, вероятно един от способите е да бъде представен на туристите по достъпен, емоционален и въздействащ начин. И кой знае – може някое дете да се вдъхнови и да пожелае да тръгне по трудният път за майстор тюфекчия, да овладее тайните на занаята, да се превърне във виртуоз и да е живото културно наследство.

Дали всяка музейна обстановка и тематика на експозициите са подходящи за внедряване на виртуално базираните технологии?

Отново ще си послужим с пример от РЕМО „Етър“. На фона на възрожденският калдъръм, уникалните водни съоръжения, звука на часовниковата кула, песента на хлопките, красотата на плъстените изделия и аромата от старото кафене, изведнъж променяте реалността – ставате герой във виртуалната реалност и влизате в тюфекчийската работилница, като се връщате в 18/19 век, но сте човека от 21 век. И в тази еклектична картина всъщност има хармония – музеят се възражда. Взаимствал постиженията на космическата индустрия, съвременният музей показва отминалото старо, за да помнят поколенията; създава емоция и спомен в съзнанието на туриста, който ще е дълготраен; провокира туриста, веднъж докоснал се до това преживяване, да очаква развитие и когато посети отново същият музей да потърси преживяването с VR очила, но на друга тема.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Въвеждането на концепцията аватар в музея е предизвикателство към българските музеи, и то не финансово и технологично, а от гледна точка на обогатяване на портфолиото на предлаганите услуги с VR очила. Тази концепция, която може спокойно да се приеме като част от глобалната дигитална стратегия на културните институти, за пореден път е потвърждение на възможностите в стратегията син океан при управление на търговските марки.

Да възпитаваме туриста, така че да почувства необходимостта от досег с музея и да го възприеме като културен бранд – ето това е социалната мисия на съвременните музеи, които ще изпълняват и функцията на образователни институции. Музеите имат потенциала да се превърнат в марка на съвременност, актуално съдържание именно чрез прилагане на концепцията аватар в музея. Така ще могат да подпомагат в образованието на подрастващото поколение семействата, училищата и университетите.

Аватар в музея е креативен способ за спомняне, светоусещане, знание, емоция и зависи само от потенциала на хората със знания и памет, които ще могат да го развият, за да се разпространи онази светлина на познанието и паметта, завещавана поколения назад от нашите предци, която на свой ред сме длъжни да предадем на тези, които ще създадем и ще останат след нас.

REFERENCES

https://bg.wikipedia.org/wiki/Аватар (Accessed on 1 May 2026)

https://etar.bg/tpost (Accessed on 1 May 2026)

Regulation (EU) 2024/1183 of the European Parliament and of the Council of 11 April 2024 amending Regulation (EU) No 910/2014 as regards establishing the European Digital Identity Framework, PE/68/2023/REV/1; *OJ L, 2024/1183, 30.4.2024*

Dimitrova, M. (2021). *The Brand – the Personal Handwriting in Business* – Slavena Publishing House, Varna, 276 pages, COBISS.BG-ID -57586696 Reviewers: Prof. Dr. Nadka Stefanova Kostadinova, Prof. Dr. Todorka Stoyanova Atanasova-Kalaidzhieva (in Bulgarian)

Dimitrova, M. (2015). The Culture of Intellectual Property in the Context of the Management Culture - *Collection of reports from the anniversary scientific and practical conference with international participation "Times of uncertainty and risks: opportunities and prospects for development"* Plovdiv, November 7-8, 2014, volume 2, Plovdiv, pp. 159–164.

Semerdzhieva, S. (2006). The Tyufekchi craft in Plovdiv (18th – early 20th century). // Folk crafts past, present and future. T. I. Compiled by Angel Goev. – Gabrovo, pp. 99–113 (in Bulgarian)

Shulekova, Yu. (2011). Gunsmithing during the Revival in Gabrovo // Folk Crafts: Past, Present and Future., Vol. VI. Gabrovo, pp. 32–44.

Varadzhakova, D. (2017). Tourism 4.0 – technological transformation and digitalization, *Collection of papers from the XXV symposium Quality, competitiveness, sustainable development – The challenges of the new technological transformation*, Sofia, BKONK, UNWE, 2017, pp. 184–193.

Varadzhakova, D. (2018). Digital reality in tourism industry, *Collective Scientific Book of the Annual Conference of the Faculty of Economics "Development of the Bulgarian and European Economies – challenges and opportunities", 28-29.09.2017, University of Veliko T*arnovo, vol. 1, pp. 243–247.

Virtual reality society, History of virtual reality, https://www.vrs.org.uk/virtual-reality/history.html (Accessed on 4 May 2026).

За контакти:
Мариела Димитрова, главен асистент, доктор
Адвокат към Софийската адвокатска колегия
Служебен адрес: гр. Велико Търново 5000, ул. „Арх. Г. Козаров“ № 1А
ВТУ „Св. св. Кирил и Методий“, Стопански факултет
Катедра „Туризъм“
Ел. поща: marieladimitrova.lawoffice@gmail.com
mariela.dimitrova@ts.uni-vt.bg

Генади Симеонов, студент
ОКС „Магистър“, спец. „Етнология“,
Екскурзовод в РЕМО „Етъра“,
Служебен адрес: гр. Габрово 5309, ул. „Ген. Дерожински“ № 144
Ел. поща: genadisimeonov19999@gmail.com