

VILNIUS UNIVERSITY

IGNAS KAPLERIS

DIGITAL MEDIA EXPRESSION IN COMMUNICATION OF LITHUANIA  
MUSEUMS

Summary of doctoral dissertation

Social Sciences, Communication and Information (08 S)

Vilnius, 2014

The dissertation was prepared at Vilnius University in 2010–2014.

**Academic supervisor:**

Assoc. Prof. Dr. Rimvydas Laužikas (Vilnius University, Social Sciences, Communication and Information – 08 S)

**The dissertation will be defended at the open session of the Vilnius University Council of Communication and Information Sciences:**

**Chairperson:**

Prof. Dr. Andrius Vaišnys (Vilnius University, Social Sciences, Communication and Information – 08 S).

**Members:**

Prof. Dr. Zenona Atkočiūnienė (Vilnius University, Social Sciences, Communication and Information – 08 S);

Prof. Dr. Pieter van Mensch (Bergamo University, Italy, Social Sciences, Communication and Information – 08 S);

Assoc. Prof. Dr. Nastazija Keršytė (Vilnius University, Humanitarian Sciences, History – 05H);

Assoc. Prof. Dr. Regina Varnienė-Janssen (Martynas Mažvydas National Library of Lithuania, Social Sciences, Communication and Information – 08 S).

The public defence of the dissertation in the open session of Vilnius University Council of Communication and Information Sciences will be held at 13.00 on December 19, 2014 at the Faculty of Communication, Vilnius University, in the room of A. Glosienė (204).

Address: Saulėtekio al. 9, I building, Vilnius, Lithuania

The summary of the dissertation was sent out on November 19, 2014.

The dissertation is available for review at the Vilnius University Library and at the VU website:<http://www.vu.lt/naujienos/ivykiu-kalendorius>.

VILNIAUS UNIVERSITETAS

IGNAS KAPLERIS

SKAITMENINIŲ MEDIJŲ RAIŠKA LIETUVOS MUZIEJŲ KOMUNIKACIJOJE

Daktaro disertacijos santrauka

Socialiniai mokslai, komunikacija ir informacija (08 S)

Vilnius, 2014

Disertacija rengta 2010–2014 metais Vilniaus universitete.

**Mokslinis vadovas:**

Doc. dr. Rimvydas Laužikas (Vilniaus universitetas, socialiniai mokslai, informacija ir komunikacija – 08 S)

**Disertacija ginama Vilniaus universiteto Komunikacijos ir informacijos mokslo krypties taryboje:**

**Pirmininkas:**

Prof. dr. Andrius Vaišnys (Vilniaus universitetas, socialiniai mokslai, komunikacija ir informacija – 08 S)

**Nariai:**

Prof. dr. Zenona Atkočiūnienė (Vilniaus universitetas, socialiniai mokslai, komunikacija ir informacija – 08 S);

Prof. dr. Pieter van Mensch (Bergamo universitetas, Italija, socialiniai mokslai, komunikacija ir informacija – 08 S);

Doc. dr. Nastazija Keršytė (Vilniaus universitetas, socialiniai mokslai, komunikacija ir informacija – 08 S);

Doc. dr. Regina Varnienė-Janssen (Lietuvos nacionalinė Martyno Mažvydo biblioteka, socialiniai mokslai, komunikacija ir informacija – 08 S).

Disertacija bus ginama viešame Komunikacijos ir informacijos mokslo krypties tarybos posėdyje 2014 m. gruodžio mėn. 19 d. 13 val. Komunikacijos fakulteto A. Glosienės (204) aud.

Adresas: Saulėtekio al. 9, I rūmai, 10222 Vilnius, Lietuva.

Disertacijos santrauka išsiuntinėta 2014 m. lapkričio mėn. 19 d.

Disertaciją galima peržiūrėti Vilniaus universiteto bibliotekoje ir VU interneto svetainėje adresu: <http://www.vu.lt/naujienos/ivykiu-kalendorius>.

## **Summary**

### **Relevance of the topic**

The development of digital informational and communicational technologies (ICT) and the effects on different areas of reality is one of the most important phenomenon in the modern world, including culture and the memory institutions closely-related with it, which protects the heritage – libraries, archives and museums. Because of digital ICT museum work practices, artefacts presentation and interaction with visitors are changing. The virtual exhibitions of digital artefacts are spreading, increasing the number of virtual visitors. Because of the social impact of ICT there are new challenges, but it also provides huge opportunities of information publication and the expansion of visitors audience. Very significant changes are related with the formation of networking society (Castells, 2005) and people of Y and Z generations, “digital natives“, “network generation“ becoming part of the museum visitors (Howe, Strauss, 1992; Prensky, 2001; Tapscott, 2008).

The impact of digital ICT on museums is difficult to explain solely on narrow aspect of technology as being advancement in itself. To assess the large-scale social and cultural phenomena they caused in the society and museum institutions we need a wider scientific study, covering a wide field of museums actors – the founders, curators, visitors – interaction space – the modern network society and virtual culture. According to museologist Friedrich Waidacher – museums are the reflection of particular society from which they come (Waidacher, 2007). Therefore, they, like other cultural constructs, change due to the changes in society.

One of the tools which can help to explain this complex, multidirectional interaction of technology, museums and society (founders, curators and visitors) is media theory. According one of the developers of this theory – Marshall McLuhan, any object of reality can be called a media, which stores and transmits information (media is the message“). In a more narrow sense, media is a means of communication or an information transmission channel, the intermediary between sender and the recipient with its own system of coding and dissemination of information (McLuhan, 2003). According to Knut Hitckethier, based on its functions media is grouped into monitoring, recording, processing and transmission (Michelkevičius, 2009). Communication media is

a combination of all these media types, which is different from the “real“ technology because it has a certain communication intention to use a specific technology, i.e. the technology is used intentionally to communicate or to express something with someone. As a result, certain social and cultural effects emerge (Williams, 2003).

According to media theory, the museum can be seen as an independent media which protects and transmits information. Museum-media acts as a communicative channel which connects past and modern societies, through preserved and communicated heritage. The museum is also a space where by using specific technologies, the messages for modern society are created and transmitted from objects of the past (heritage) and scientific knowledge, thus ensuring the functioning of heritage in modern culture. (Waidacher, 2007).

The digital media play a special role in networking society and culture, therefore there is a need to re-evaluate the change and interaction between culture and society, and the impact on communication which is implemented in the museums. Lev Manovich new media theory helps, because it fully describes the characteristics of the latter and explains their impact on today's society (Manovich, 2009). According to Manovich digital media transcoding principle, every media consists of two layers: the cultural level (belongs to human culture) and the computer level (belongs to the logic of the computer). As the new media, is created, distributed, stored and archived on computers, we can expect a considerable impact of computer logic on the traditional cultural logic of media (on the cultural layer), on its structure, on the emerging genres and content (Manovich, 2009). Transcoding principle also explains the expression of the digital media in museums. It has two layers – the museum media of human culture and the interaction of computer logic based digital media.

Considering performance of a museum as a media in a society and its relationship with technologies. Jürgen Habermas's public sphere (Germ. *Öffentlichkeit*) theory states that until the revolutions of the end of eighteenth century which ruined the hierarchical feudal system, representational culture dominated in Europe, which was represented by the absolute authority – the absolute ruler and his/her subordinate aristocracy (Habermas, 1991). The public sphere culture, which formed after the collapse of the monarchies is characterized as a dialogue between equal individuals whose arguments form the public opinion which relates the state with the needs of society.

The museum concept was also affected by similar changes. The classical museum concept 0.0, which represents “representative culture“ and corresponds to a concept of an absolute ruler, private, available only for the cultural elite and museum workers – of the museum, was important as far as the second part of the 20th century, but later received criticism from museologists. This criticism is reflected in the ideas of “New Museology“ movement which formed in the seventies, which reflected “the public sphere culture“. Andrea Witcomb referring to the philosopher Theodor Adorno, compared these museums with the dead mausoleum reeking of the past, incompatible with current needs (Witcomb, 2004). F. Waidacher invites the museums to adapt to society for which they must serve (Waidacher, 2007). In his opinion, a large part of world museums want to meet the requirements of the past world and with their insularity and elitism reminds pseudo-university research institutions or the places where only the chosen ones would be able to communicate with the art.

Ideological changes of the museum concept were related with the beginning of the use of digital media in these institutions and this fact contributed to the formation of the Museums 1.0 concept, closer to the “public sphere culture“. According to it, the museums figuratively remind not an absolute, but a constitutional monarchy with certain ruler restrictive tools. Museums 1.0 are encouraged to respond to the needs of the market, the public opinion of the society and to become socially oriented institution, an active public partner and the fulfiller of it needs. It is perfect, when the museum is supported by the society and the society is the most important work object of the museum (Hauenschild, 1988).

The pressure caused by the technical possibilities of sophisticated digital media and its influence on the networking society resulted in the increased value of communication function of the museums. According to the contemporary understanding of museums practice – the communication of natural and cultural heritage became the main function of the museum, which gives meaning to the other – the accumulation and storage of the heritage. The important shift occurs in the interaction of digital media, networking society and museums. Museums lose the “monopoly of truth“ in the interpretation of past objects and become the space of the interaction or a “collection“, which users use independently without the “absolute or constitutionally restrained ruler“ (Museums 0.0 or 1.0) and its “servants“ (museum workers). In museum 2.0 the society freely prepares

its reports and creates the meanings of musealities in a sort of “republic“ where all museums actors become equal participants in heritage communication – the “citizens“. As a result, a larger part of the society can go from the camp of passive users of the cultural heritage to become more active and independent information propagators and creators of culture, heritage meanings and messages. According to Peter van Mensch (Mensch, 1987), a museum’s object, as an item of value in itself, is being replaced by social value, which perceives the heritage as a raw material, which is in the disposition of residents, and they can use it as an aid to understand economic, social and cultural changes of their own world. Social museum activity is emphasized in the modern, third place, participatory museum 2.0, or “contact zone“ concept, according to which these institutions are considered the places of community gathering, leisure, exchange of experience, knowledge, inter-cultural communication and social cohesion, promoting passive museum visitors corresponding to the concepts of the museums 0.0 and 1.0 to become active content creators, estimators and planners.

Digital ICT is a useful tool, providing more opportunities to museums to serve the society and implement its social role as an institution responsible for the society (participant of “public sphere culture“). On the other hand, ICT changes museum visitors: it forms in a society the awareness and the need of a new cultural heritage communication. In modern world different concepts of the museums exist, next by one another (0.0, 1.0, 2.0). But all of them, despite the conception of the museum, they appear in the interaction field of museum as an institution, digital media and networking society. The fact that the emergence of a museum 2.0 (participatory museum) is not local, but the phenomenon of global network society and digital media interaction, which stretch over the limits of memory institutions, is testified by similar processes in other areas: participatory democracy Participatory democracy – in politics, or the new journalism 2.0 – in media (Pečiulis, 2014).

The recovery of independence of Lithuania in 1990, communication freedom, and the country's opening to the global world coincided with the change of the rapid development of digital ICT. The most significant inventions of the last decade of the twentieth century were – cheaper and more functional personal computers and the global Internet network. These innovations created favourable conditions for wider application of digital ICT in humanities, memory institutions and heritage. After more than 20 years,



when Lithuanian museums started to use computers, the need has arisen to overview and evaluate the development of the use of ICT from a historical perspective. This allows to evaluate the situation of the application of digital media in Lithuanian museums in general context (other countries) and to perceive the general market trends, which are important not only for museum societies, but also for strategic planning and important political decisions in the field of Lithuanian museums.

On the other hand, scientific researches in various spheres show that Lithuanian society acquire networking formation features (Luobikienė, 2010; Paliulis, 2012). It is becoming global, more open, the informational literacy of people is growing, the network links are expanding and the computerization of government institutions, organizations, businesses and households is increasing. From the end of the twentieth century there is an increasing number of modernity features in Lithuanian museums, which promote a new approach to a social mission of museums and reveal the benefits of modern technology usage in museum activities (Keršytė, 2007). But in this context there is a lack of museums attitude visitors towards the needs of changing society, digital technology as means necessary for an interaction with visitors. According to researches, the tendencies of digital ICT and its application in Lithuanian society and the importance of ICT as a means for the creation of high level services are changing rapidly, therefore it is important to ascertain whether and how the Lithuanian museums and their founders take into account the evolving, cultural and social needs of network society.

### **Former exploration of the topic**

The number of theoretical researches of computer application in museums of Western countries increased since the last decade of the twentieth century. Research was late because museums began to use the computers relatively recently, only in the sixties. According to Ross Parry, who examined the theoretical development of ICT application in museums – the first scientific research in this field was of applied nature, focused on technology and specific projects, rather than on theoretical justification of their use (Parry, 2005). The turning point in research of the use of digital ICT in museums, so called “Cultural turn“ happened in the last decade of the twentieth century, when more theoretical works appeared about the use of digital ICT (Garmill, 1997; Keene, 1998; Maroevič, 1998a; Hooper-Greenhill, 1999; Hein, 2000; Witkomb, 2004; Dicks, 2004;

Parry, 2005; Henning, 2006; Mason, 2006; Cameron, Kenderdine, 2007; Din, Hecht, 2007). The Applicative researches of the use of digital ICT in museums are meant for digitization projects, to investigate their methods and practices, and the other – to explore the use of digital technology (mobile phones, interactive virtual exhibitions, stands, etc.) in work with visitors, to investigate various qualitative and quantitative parameters of museum websites or social networking (Cunlife, 2001; Soren, 2005; MacDonald, 2006; Greengrass, 2006; Marty, 2007ab; Mason, McCarthy, 2008; Bearman, Geber, 2008; Tallon, Walker, 2008;). Because of the rapid development in digital ICT and its impact on society and the museums - researches which were carried out are rapidly changing the topics. The newest theoretical and practical works of the use of ICT are related with the impact of the second generation Web technologies on museums and visitors (Simon, 2010; Giaccardi, 2012).

Lithuanian scientists began to show more interest in issues concerning the digitization of cultural heritage in museums and other memory institutions – in libraries and archives - in the first decade of the twenty-first century. (Kligienė, 2004; Manžuch, 2007; Laužikas 2008b; Jankevičiūtė, 2009). In 2010 there was a turning point in this field, the research has gained wider volume and momentum than before. It is testified by the increased number of the works by scientists in this subject (Gudinavičius, 2011, 2012; Strolytė, 2010; Gaubytė, 2011; Varnienė-Janssen, 2010, 2011; Laužikas, Vosyliūtė, 2012). The newest research of ICT application in Lithuanian museums communication carried by Vilnius University Faculty of Communication, Department of Museology (restored in 2012) – shows that Lithuanian museums passively and uniformly interact online with different groups of their audience, poorly apply social media and perceive the use of its practice as a kind of experimental area and as unequal means of communication to the institution's objectives (Aleksandravičius, 2013; Šuminas, Armonaitė 2013). From other researches about the situation of the application of digital technologies in Lithuanian museums the first was the data about the current computerization level in the activities of Lithuanian museums collected by Lithuanian museums collections computerization concept drafting group, which was composed by the order of Minister of Culture of Lithuanian Republic is on 27 March 2001. (Meškelevičienė, 2001). Earlier, there were no researches about the application of digital technology in Lithuanian museums on national scale (Meškelevičienė, 2012). In 2009 by an order of Lithuanian Ministry of

Culture (LRKM) a study of similar scale was carried out: “LIMIS (Lithuanian integral information system) Feasibility Study“ (2009) and LRKM together with the Lithuanian Art Museum (LAM) prepared analysis “Preparation for the digitization of museum exhibits and computerized accounting“ (Sirgedaitė, Stankevičiūtė, 2009).

To summarize the research of Lithuanian scientists, we must say that they are fragmented, and reflects only a part of the opinions and visible problems of museum actors, especially curators, such as technical, organizational and digital side. Research themes and trends show the digitization of cultural heritage, as connecting, rather than separating in departmental sense memory institutions and the formation of perception of operating field. In Lithuania, it has evolved into a common methodological cultural heritage digitization and dissemination direction (Varnienė-Janssen, 2011).

Scientific research of museology in Lithuania became wider only in the last decade. The mentioned facts show that the policy of Vilnius University Faculty of Communication Studies, which revived the museum studies and lifted them to a higher level of professionalism, played a vital role in the development of museology science in Lithuania. It is approaching, as shown in interdisciplinary, increasing and higher-quality research in this area, to a certain cultural turning point.

In reviewed scientific researches concerning the use of digital ICT in the museums often only a narrow meaning of technologies as progress in itself is emphasized and more complex political, cultural and social consequences of their expression field are concealed. Technological determinism is not sufficiently accurate representation of the complex reality changes which occurred in the last decade and can be a cause for false decisions of strategic or tactical nature in heritage communication. The studies of the impact of digital technologies for heritage interpretation and communication should include a circle of wide range of causes, development and consequences.

### **Scientific problem covered in the thesis**

The interaction of Museums and society is one of the most important research problems in modern museology. According to Manuell Castells: “in the information era museums have two choices: to become a private historical culture mausoleums devoted only to global elite pleasures, or to respond to the challenges and become a significant cultural links in networking society“ (Castells, 2001). According to M. Castells, a private

museum–mausoleum corresponds to the concept of Museum 0.0 (a museum, remaining the “representative cultural reserve“) and the concept of Museum 2.0. (a museum becoming a part of “public cultural sphere“) – corresponds with significant cultural links concept. Museality can be affective only when all the elements of the museum are adapted to a certain cultural level and museum communication happens according to the interests of the partners (according to P. van Mensch – the museum field actors – the founders, museum workers, visitors) (Waidacher, 2007).

If Lithuanian museums ignore the different needs, while communicating with visitors the part of them are not affected by museality. The newest research of the situation of Lithuanian Museum shows that, while in our country the museum staff per 100 thousand of the population is one of the largest in Europe, most of them are not professionals, therefore the problem becomes relevant concerning their qualification while applying digital media in museum communication (Laužikas, 2013).

On the other hand, it is unclear whether the “culprits“ of such a problematic situation are only museum workers, because there is little scientific research, whether and to what degree the other actors of the museums – the founders, politics, the executive authorities and visitors want to see these Lithuanian institutions socially-oriented and participatory, how deep they perceive the participation and the importance of museum 2.0 for modern society, to what degree they are willing to “participate“ and to respond to the opportunities offered by the Museum 2.0?

The analysis of the last phase of the European Union structural funding in Lithuania in 2005-2013, shows that regardless of the fact that on the initiative of professionals working in Lithuanian memory institutions the participatory coherent digitization paradigm is formed corresponding to the needs of Museum 2.0 the approach of museum founders, politicians and executive authorities remain conservative, perceiving the digitization not as a socially-oriented activity, but as a gratuitous “heritage objects digitization“ and focusing digitization more on the development of infrastructure (development of new informational systems, portals, etc.) the creation and digitization of content, rather than on the public-oriented services. For this reason, the majority of digital products has become a “frozen capital“ which does not or poorly create surplus values of various capital forms (social, cultural, innovations and financial) (Laužikas, Varnienė, 2014). In this context, there is another important fact that Lithuanian society is

not sufficiently open, active and ready for participation. This is partly testified by the relatively poor Lithuanian society civil power index in 2013: Lithuanian society civil power, although was and still is little, very marginally grows.

These systemic contradictions show that the understanding of the benefit and the need of digital media expression, which are possessed by field actors of different museums, can vary significantly, therefore the research raises the problematic question: **what are the reasons for the digital media expression in the communication in Lithuanian museums?**

The study raises the hypothesis that the expression of digital media depends on the historical, legal-political and social contexts, the technological possibilities and the appropriate application of digital media in Lithuanian museums and society.

**The thesis presents the research object** – digital media expression in communication of Lithuanian museums.

**Aim of the research.** The goal of the research presented in this thesis is to determine the expression directions of the digital media in communication of Lithuanian museums.

In order to achieve the goal following **tasks** are set:

1. To examine the expression of digital media in the theoretical context of museum concepts shift.
2. To identify and methodologically justify the phases of historical development of the application of digital media in Lithuanian museums.
3. To evaluate the compliance in the expression of digital media in communication of Lithuanian museums in virtual space with the concept of participatory museum and to provide recommendations to the founders and workers of the museums.

## **Thesis defending statements**

1. The expression of digital media in museum is the interaction between the museum as media and digital media, which defines the museum's 0.0, 1.0 and 2.0 of the concept. Each of them covers a different interaction between museum as a media and digital media – which manifests on the level of visitors inclusion.
2. The concept of participatory museum 2.0 corresponds to the changed informational behaviour of a network society which manifests on the participation of visitors in interpretation of museum collections, in creation of the communicative content, the joint authorship of ideas and interaction in the context of the museum.
3. In applying the digital media for the purpose of Lithuanian museums experienced the technology trigger of *Gartner* methodology hype cycle, peak of inflated expectations, trough of disappointment, the slope of enlightenment stages and since 2010 is in mass plateau of productivity technology adaptation.
4. The Communication of many Lithuanian museums in virtual space does not correspond to concept features of participatory museum, because these institutions in order to realize the participation do not have the policy and strategy of the state and the founders, legal regulation, staff skills, technical platform and the readiness of visitors to participate in the creation of museal content.

## **Thesis methodological solutions**

While formulating the problem of the thesis research and methodological decisions, we are striving to avoid technological determinism criticized by the museologists (Šola, 1997; Parry, 2007). Because in such a case, there is a risk to see only the technology as the main reason of changes. The use of technology in some cases is selected and determined by society in certain cultural circumstances. Therefore the effect is mutual: on the one hand the technology affects society, on the other hand, when people are matured for a certain need, society and culture determine the use of technology. Such an approach is closer to the social constructivist theory, stating that the representation of reality and the entities themselves which are represented are created socially (Goldman, 1999).

Zygmunt Bauman claims that the consequences caused by globalization processes do not show certain affinities, as is commonly believed (Bauman, 2007). According to him, the globalization divides as much as it unifies; it divides by unifying, and the reasons for the division of the world are the same which promote the world's uniformity. In this case, we are talking about the impact of local (often historically caused) contexts on the expression of global culture. Therefore, certain processes of the application, use and spread of digital technologies, and their socio-cultural effects of global and local contexts e.g., in the context of museums in Western Europe and in Lithuania – happen unevenly. As the reasons of historical spread of ICT in Western countries and in Lithuania are different, in order to investigate the interaction, the theoretical approach of cultural flows or network was chosen (Crane, 2002). This theory explains that the cultural influences derive not from a single centre, but from the network which does not have a clear centre and the periphery. In it the key actors are regional and national unions and companies, and the cultural transmission – bidirectional. Cultural flow effect, consisting of media, technology, ideologies and ethnicity is more of cultural hybridization rather than homogenization (Appadurai, 2001).

There is also a view that globalization of culture is quite complicated to be explained by one theory (Crane, 2002). K.G. Wilkins proposes to investigate the communication processes in interdisciplinary way, applying different methodological approaches used in sociology, history, political science, anthropology, demography, and cultural studies. In her opinion, the structure of the study, which uses the full palette of different methodological tools, will enhance the understanding of communication (Gudykunst, 2002).

This approach based on (based on bi-directional interaction of interdisciplinary, technology and society and on the interaction between global and local culture) is also followed in the thesis, in levels of theoretical and empirical research, the elements of media, museology, historiography, sociology and innovation diffusion theories and the various methods are used.

In order to formulate the theoretic generalizations, the scientific publications analysis method is applied in this thesis. And in order to collect the empirical data about the historical development of the digital media expression – the depth (non-structural) interview (oral survey) was employed. The advantages of this method is the ability to

carry out an investigation without thorough research program prepared in advance, and a possibility to obtain not only the actual material, but also to ascertain the subjective study approach to capture the content of the replies and direct observation of the reaction and without specific conditions and resources to accumulate purposeful information (Kardelis, 2002). This method was used in gathering data from the respondents about the beginning of the application of digital technology in Lithuanian museums. The empirical data obtained during interviews was analyzed by the methods of critical-comparative analysis and qualitative content analysis. Critical-comparative analysis was employed in order to reveal the differences in certain approaches of museum field actors museum and to compare the expression of digital media in Lithuania and in other countries. Lithuanian legislation acts of various levels were also used as comparative sources. In order to evaluate the expression of modern digital media in communication of Lithuanian museums – the museum websites and museum profiles on social networks were analyzed. In order to examine the empirical data, the methods of critical-comparative analysis, qualitative content analysis and mathematical statistics were employed. The statistical analysis was chosen due to the possibility of identifying the number of tools in a website of a certain museum. Comparative analysis is used in order to reveal the differences between certain types of Lithuanian Museums and compare the situation of our country and the other countries. The reliability of this research can be checked using the same methods after repeating the research.

### **The sources of research data**

Different sources were used for the research as empirical data. These are the documents regulating the activities of the Museums in the Republic of Lithuania and the use of digital ICT in Lithuania museums: the laws of the Republic of Lithuania, the resolutions of the Government of the Republic of Lithuania, the orders of the Minister of Culture of the Republic of Lithuania, the internal documents of the museums, etc. The second group – quantitative statistic data collected since 2002 by the Ministry of Culture of the Republic of Lithuania (LRKM) about the majority of Lithuanian museums, published in the portal [www.muziejai.lt](http://www.muziejai.lt). The number of the Museums from the reports of 2002–2013 ranged from 108 – in 2002 up to 103 – in 2013. In This data provides the digital parameters: of virtual users, virtual exhibitions and digital publications, and since 2010 –



the number of digitized artefacts. Museum websites and e-mail addresses are also indicated.

The research data of computerization situation in Lithuanian Museum studies from the years 2001 and 2009 were used in this study. Also the new data collected by the author on social networking tools and visit features of 71 websites of Lithuanian museums and 158 visits in Facebook social media accounts, were analyzed in this study. The original sources of research data are the depth interviews conducted by the author with the pioneers of the application of digital ICT.

- an interview with The first creator of digital computing machines in Soviet Lithuania, a member of Lithuanian Academy of Sciences, of the Department of Recognition Processes and the head of UNESCO department Informatics for the Humanities, of the Institute of Mathematics and Informatics, Adolfas Laimutis Telksnys (2012 October 23, the interview).
- an interview with the museum worker, the pioneer and organizer of digitization of Lithuanian museums, the head of working draft group of the computerization concept of the artefacts in Lithuanian museums, the chief curator of Lithuanian Art Museum collections Loreta Meškelevičienė (2012 July 31, the interview).
- an interview with the museum worker and the pioneer of digitization of Lithuanian museums, in digital publications centre of the Lithuanian Art Museum, later the head of the branch of LM ISC LIMIS Danutė Mukienė (2013 July 11, the interview).
- an interview with a librarian, the organizer of digitization of Lithuanian libraries and other memory institutions, the director Regina Varniene-Janssen of National digitization and Virtual Electronic Heritage System, of Martynas Mažvydas Library (2013 July 17, the interview).
- an interview with a LRKM employee, who supervised the museum sector in 1988-2011, the Cultural Attaché of the Republic of Lithuania in Kaliningrad region Roman Senapėdis (2013 July 24, the interview).

The author of the study chose the interlocutors from different fields in order to reveal the widest possible spectrum of approaches to the research object. A. L. Telksnys was

chosen as an interlocutor, in order to determine how digital media expression is associated with the emergence of computers in Lithuania as such. The aim was to reveal the course of the process of digitization not only from the position of the museum workers (interlocutors L. Meškelevičienė and D. Mukienė), but also to provide an alternative view from the position of LRKM which supervises the museums (interview with R. Senapėdis) and from the view of memory institutions related with museums - libraries (interview with R. Varnienė-Janssen).

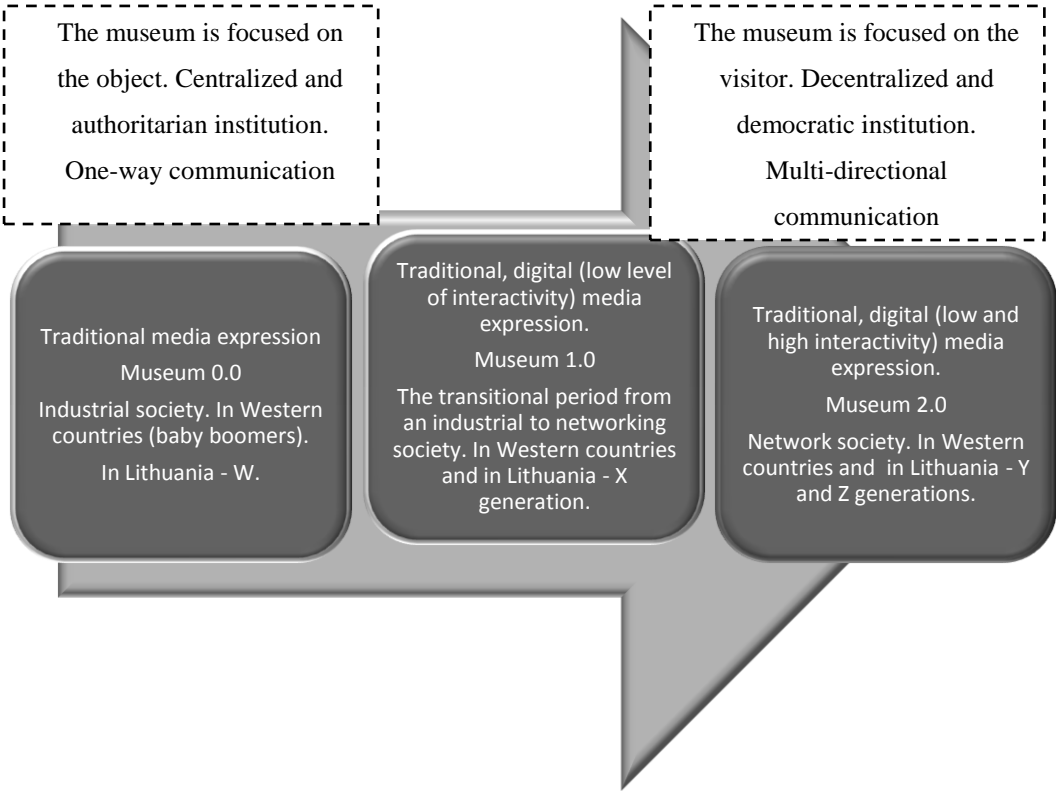
### **Work structure**

The work consists of introduction, three parts of the research, conclusions, references to the literature used and lists of sources and appendixes.

The introduction deals with the relevance of the topic, the scientific problem, the scientific research concerning the application of ICT in museums in the works of scientists of foreign countries and in Lithuania. Also the research object is provided with concept explanations of its constituent parts, purpose, goal, aims, defending statements, also the applied research methods and used data sources are indicated.

*The first part of the study* theoretically describes the concept and properties of the museum as a communicational media. The first part analyses the impact of digital media expression on the change of museums concept while distinguishing the conceptions of museum 0.0 which used the traditional media, the museum 1.0 with digital media, and museum 2.0 – participatory museum (1 Fig.). In parallel, the links of change of media expression in the museums with the processes in society are highlighted: with the perception of communication and needs of people from W, X, Y and Z generations. The concept of museum is described, which reflects the application of the latest digital media trends, the participatory concept of the museum and the influence of the second generation Web technology, constructivist education, culture communication theory, and new museology on its formation. Also the research examines the problems of participatory conception while assessing the levels of the inclusion of the visitors in the participatory museum. The model of evolution of media expression in its interaction with the society is provided. Based on that, it is stated that the evolution of museum concepts towards a participatory museum depended on media interactivity level and habits and

needs of the society formed by it. Digital media as a tool or platform, helped to implement a participatory museum in a technical sense.



1 Fig. Evolution of the Media expression in public and museums interaction (Kapleris, 2014).

*In the second part of this work* the stages of directions of digital media expression in historical development of Lithuanian museums are determined. The historical assumptions are analyzed of the application of digital information and communication technologies in the societies of Western countries and in Lithuania, and in museums and libraries. According to the hype cycle methodology by ICT research firm *Gartner*, the phases of the application of digital ICT in Lithuanian museums are appointed and characterized: technology trigger (in 1989–1996), the peak of inflated expectations (in 1997–2001), disappointment trough (in 2002–2003), Enlightenment slope (in 2004–2009) and the productivity plateau (since 2010 and continues to this day). (Fig. 2.).

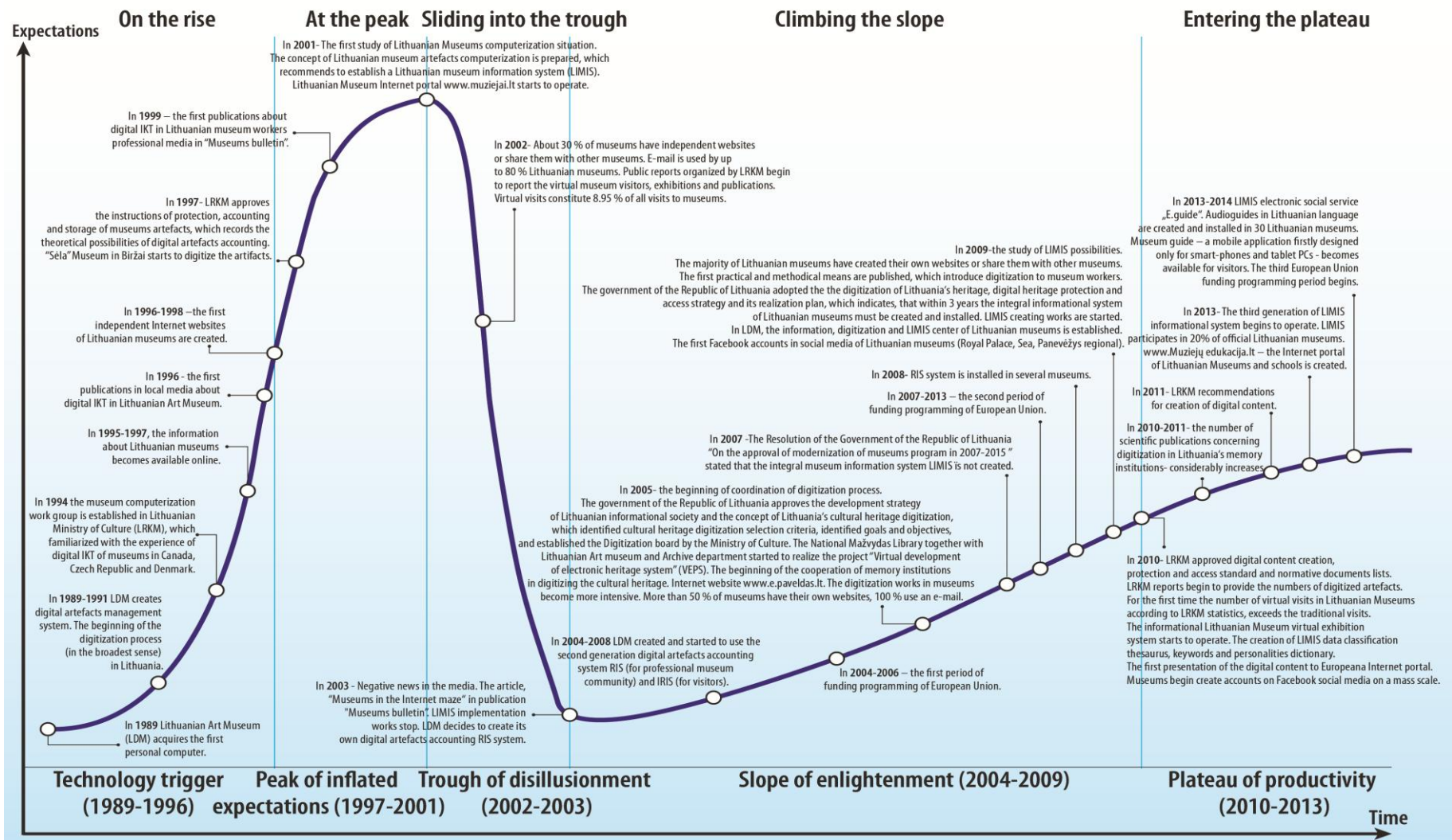


Fig. 2. The main stages of hype cycle technology and the digital media adaptation in Lithuania museums (1989–2013).

*The third part* assesses the impact of digital media expression on the characteristics of virtual space communication of Lithuanian museums and their visitors. On the basis of 24 criteria set, the spread of digital ICT tools is determined in Lithuanian Museums websites, which is needed for participatory museum to implement social networking. Common trends are explained and compared with the results similar to the ones obtained by research carried out in the USA, the UK, Spain, Italy and France. According to the data of *Alexa* monitoring system collected during the research – the duration of the visit to the museum website, bounce rate, the number of pages reviewed by unique visitor, the characteristics of the virtual visits in the websites of Lithuanian Museums are described, which are compared with the trends of neighbouring countries and the world's largest museums. The participation of Lithuanian Museums in the most popular Facebook social media and the participation levels of visitors in their accounts are determined according to the data showed by indicators “Likes“, “Talks about it“, “Were here“. According to the research data, 7 suitable criteria to describe the expression of participatory museum are formed. According to data after its clustering, the compliance of communication in virtual space of 160 Lithuanian Museums with the concept of participatory museum was assessed while distinguishing the closest and furthest museums.

**Work novelty and practical significance.** The thesis complements with new knowledge the older scientific researches about digital use of ICT in Lithuanian museums. On a theoretical level, for the first time there was an attempt to combine the fields of digital media expression in museums and in society. The museum concepts 0.0, 1.0 and 2.0 and their links with industrial and networking societies and informational behaviour of their generations are theoretically described. According to the original data sources collected by the author, the history of computerization of Lithuanian museums is overviewed, which is compared with the history of Western countries and related to memory institutions – libraries. In order to explain the course of digital ICT adaptation, the expectations cycle methodology was employed, which allowed to determine the periods and the current level of digital media expression in Lithuanian museums. The history of the computerization of Lithuanian museums became the part of global historical development of the world’s museums. The completed research opens broad opportunities to compare the use of ICT in museums and in other institutions of Lithuania and in other

countries, e.g. in libraries. In the context of conception match of participatory museum in networking society, the social networking tools in the virtual space of communication in Lithuanian museums and characteristics of visitors in websites and in Facebook accounts, in 2013-2014.

The broad scope of study (all museums with websites and accounts on Facebook are examined) increases the practical benefit of the work. It is useful for the cultural sector workers, museologists and museum workers, archive and library workers, who strive to form the strategies oriented to the needs of networking society- communications in virtual space. Without the determination of the current situation, trends, problems in Lithuania, it is difficult to predict the evolution of the country's museums, to develop the strategic management of the sector, to predict the plans related with digitization, staff training, exhibitions and visitors, to predict the priorities related with funding and development of certain museums.

## **Findings**

1. The research exposed that the operation of the museum in the culture can be defined on the basis of media theory. According to it, the museum is a communication channel through which the heritage of the past works in modern culture, and space, which, through heritage, scientific knowledge and personal experiences, messages are created for the modern society.

- Digital media expression in a museum is the mutual interaction between museum as a media and digital media, which happens in historical, legal-political and social contexts, which are created by museum field actors (founders, museum workers and visitors).
- Historical, legal-political and social contexts promote museums as public sector institutions to accept or reject your digital media, and determine the ways of usage of introduced digital media. For this reason, historical, legal-political and social contexts influence digital media expression in a museum.
- Digital media used in museums contribute to the museality, which can be seen as the applied activity of museum professionals, and to museology which can be seen

as the change of the concept of theoretical activity field of museums and museum institution.

2. The performed theoretical and literature analysis identified that digital media expression promotes the change of a museum concept. According to the research concerning museum – media and digital media interaction – the concepts of Museum 0.0, 1.0 and 2.0 are determined.

- The Museum 0.0 is the traditional, acting in a real space, represents “a representative culture“, is authoritarian towards society and uses analogue media, in which messages are created by scientists and curators with traditional instruments: expositions, exhibitions and publications. Society is understood as the mass, without knowledge and skills to create messages, therefore a museum has to convey the information for it. The founders consider the institution as an instrument of power, which can be employed in the interests of politics or executive authorities. While forming legal and political activity context of museums the founders make decisions unilaterally. Museum 0.0 is typical for the industrial society of end of 19 – beginning of 20 century and its conceptual definition is considerable in the works of museologists of the same period.
- The concept of museum 1.0 is the result of the first generation of the World Wide Web (non-interactive, one-directional communication) digital media interactions of Museum 0.0. This is a museum partly representing the “the public sphere culture“. In it, scientists and curators have the main role of creating messages, but through the visitor opinion surveys there is an attempt to take into account the needs of society. In order to transfer the messages, traditional means of museum 0.0 are used, and low interactivity digital media, providing information in one direction, usually, in order to prepare a museum visitor for a visit in the real museum. The society is still perceived as unable to create messages, therefore a museum has to transmit the information for it. Museum founders consider the museum as one of the power instruments, which should serve public interest, as is understood by the founders. While forming legal and political activity context of museums the founders make decisions unilaterally, although museum workers



communities have an advisory right. Museum 1.0 is typical in the transition period from an industrial to networking society -the second half of the twentieth century- and its conceptual definition is significant “new museology“ theoretical works.

- The Museum 2.0 appeared due to the interaction of Museum 1.0 and the second generation World Wide Web (interactive, multidirectional communication, social) digital media. This museum is democratic towards society and fully represents the “public sphere culture“. In it reportedly the creation of messages is achieved through public participation through community service. Museum becomes a platform where visitors create messages under moderation, but not under the leadership of scientists and curators. In museum 2.0, in order to transmit the messages, makes use of all the means, which partly are managed by museum visitors. In addition, museums only active in the in the virtual space begin to appear. Visitors are seen as individuals and groups of individuals who have a unique experience, are creative and willing to participate. Digital media is used to enhance museum’s social role in creating museum friends and interest groups communities. The museum's founders perceive the social importance of museum as a cultural institution in public sphere and its influence on creation of various forms of capital (social, innovations, cultural, financial). In the formation of legal and political activity context of museums of the activities it involves the other actors of museums field considering their changing needs and other contexts important for museums activities. Museum 2.0 is typical to the networking society – the beginning of the twenty-first century, and its definition is provided in theorists works concerning the participatory museum.
- In addition to technological platform for the implementation of participatory museum – the readiness of society and the need to participate in the activities of such a museum – is no less important. This digital media affected network society need creates not only a social context of museum activity (requirements for the museum), but in democratic countries forms the legal-political context, which is no less important for the appearance and functioning of museum and 2.0. If there

is individual or collective initiative of society and legal-political context is unfavourable to Museum 2.0, the implementation of a participatory museum concept is impossible.

3. According to the research conducted by hype cycle methodology, the following digital media application stages were determined.

- Technology trigger lasted in 1989-1996. During this period, individual Lithuanian museums began to use computers, the first digital collections management system was created, the museums started to place information about themselves on the Internet.
- Peak of inflated expectations was in 1997-2001. The first independent Lithuanian museums websites started operating. The summit of peak is marked by the first study of Lithuanian museums computerization situation, as well as developed, but not implemented Lithuanian museums collections computerization concept.
- Trough of disillusionment was in 2002-2003. It is marked by the negative knowledge about the application of digital media in the media and the creation works of Lithuanian museums information system (LIMIS) were stopped for a long time.
- Slope of the enlightenment was in 2004-2009. This period is marked by positive shifts: stable funding was ensured, the coordination of digitization processes on state level, institutions started to cooperate, LIMIS installation works were renewed.
- Productivity plateau began in 2010 and continues to this day. LIMIS began to operate, museums began to create accounts in social media, and recommendations to create digital content were prepared. This indicates that these memory institutions are already aware of practical benefits of applying digital media in their activities and reached a favourable time to implement the participatory museum.
- The prolonged hype cycle of the application of digital media in Lithuanian museums prevented to form the favourable environment to implement the participatory museum. The application of digital media was meant not to enhance

the interaction with visitors, but to meet the interior needs of the museums related with exhibits accounting. By applying technology, Lithuanian museums managed to avoid some pitfalls of the hype cycle, such as premature application or discontinuation due to the failures during trough of disillusionment period.

4. The research of the content, visits and characteristics from Lithuanian museums websites online and accounts in Facebook social media and the results of museums clustering show that the communication of the majority of Lithuanian museums in virtual space does not comply with the concept features of museum 2.0 (participatory museum).

- Lithuanian museum websites online have few social networking tools (forums, chat rooms, guest books, markup, creation, sending, sharing, commenting tools, blogs, games, etc.), which would technically allow the implementation of participatory museum platform.
- The deficiencies and features of accounting and monitoring of websites visits support the assumption that the Lithuanian museums are not interested, do not value their virtual visitors who are potential visitors of participatory museum.
- The characteristics of virtual visits of Lithuanian museums websites (length, bounce rates, opening web pages) show that the content is not particularly interesting to visitors.
- The quantitative characteristics of museums accounts in Facebook social media – “Likes“, “Talks about it“, “Were here“ clicks, engagement rate data – corresponds with R. Mayfield’s participation power law and confirms that the activities of higher level of participatory museum are realized by especially small part of visitors.

5. The research of this thesis showed that digital media expression in Lithuania is determined by the historical, legal - political context, technological possibilities and the appropriate application of digital media in Lithuanian museums and society. Interaction contexts of museum as a media and digital media are created, based on the orientation towards all museum concepts.

- Due to the consequences of Soviet occupation, the digital media expression in Lithuanian museums started later than in the museums and society of Western countries. Therefore, in the communication of Lithuanian museums, the concept of the museum 0.0 prevailed till 1990. Currently the negative historical experience does not have decisive influence on digital media expression in communication in Lithuanian museums.
- Legal - political context depends on the European Union and Lithuanian politicians, the executive authorities and the position of the founders of Lithuanian museums. The analysis of law acts shows that the majority of the museum founders, politicians and executive people perceive the museum according to 0.0 (the law of the museums of the Republic of Lithuania) or 1.0. concepts. After 2005 by the efforts and the initiative of professionals working in memory institutions, the legal basis began to change, and after solid and digitization paradigm was formed- a favourable legal environment was ensured to the expression of museum 1.0. Lithuania's membership in the European Union, which ensured continual funding flows related with the cultural field, contributed greatly to the implementation of set tasks.
- The research showed that a museum staff with insufficient theoretical knowledge is not always able to assess the needs of the network society and the possibilities of the application of digital media in network society. Museum managers play an important role, because they make the decisions that determine the expression of digital media in museums. Museum classification in media application is not important. The massive adoption, usage of digital media, the application of second-generation World Wide Web technologies, the innovative actions of certain museums in the virtual space which promote social interaction with visitors show, that the Lithuanian museum workers find themselves, according to the understanding of museum concept, between concepts 1.0 and 2.0.
- The growing number of virtual visitors in museum websites and it already surpasses traditional visits testifies the strengthening of museum 1.0 concept in a society. From the characteristics of virtual visitors in museum websites it is clear that most of them are already using digital media, but passively, only looking for

information to prepare for the visit in a real museum. Websites visitors interact passively with provided museal content, contribute poorly to the creation, dissemination and discussion in virtual space. The founders of the museums and museum workers do not feel the pressure of the society, noticeable in the public space, to change the existing legal-political context, necessary to implement the participatory museum.

- On the other hand, the need for participatory museum is slowly emerging. The rapidly growing popularity of social media, the visitors assembling in museums accounts, emerging communities and their interaction with the content of the account shows that visitors find themselves, according to the understanding of museum concept, between concepts 1.0 and 2.0.

### **Recommendations for researchers and museum workers**

The research of the situation of digital media expression in Lithuanian museums can be repeated using the same methods and assessing the changes over time. The directions of complementary researches areas would be the determination of hype cycles of individual ICT application, and comparative analysis of the digitization evolution of the Baltic countries, Lithuanian libraries, museums and archives. In this work, after analyzing the shift of museums towards participatory museum, the qualitative research of the websites of Lithuanian museums and the needs of the visitors of Facebook accounts is recommended, which can reveal in detail their approach to the use of digital ICT in museums.

The founders of the museums, particularly the authorities of the Republic of Lithuania, which adopt legal acts related with the museum's sector, must take into account the changed concept of the museums in networking society, and to encourage the visitors as equal partners to actively engage in the processes of natural and cultural heritage communication. Also to ensure the accumulation of theoretical and practical knowledge, communication, professional development skills related with digital technologies and to improve the funding of the sector, that museums could employ the professionals of

digital ICT. In evaluating the museums activities, we should follow not only the quantitative indicators, but also take into account the social capital.

In order to improve the interaction with the visitors, museums need to pay attention not only to the quantity of the application of digital technologies, but also to the quality, to focus on the needs of networking society and have in mind the increased general informational literacy of the total population of Lithuania. In the course of few decades virtual visitors will make the largest part of museum visitors. This is testified by the examples of the Lithuanian Art Museum and several other museums which widely apply digital technology in their activities: the virtual visits become more numerous than physical.

In order to improve the future museum communication with visitors in the virtual space, it is proposed to increase the number of social tools allowing the networking in websites to open and improve content and quality of virtual exhibitions. To observe and examine the virtual visitors we can use free of charge monitoring systems, such as Google Analytics, Alexa and others.

Museums need to improve the number and diversity of means of communication in the virtual space: to open and maintain accounts primarily in the most popular “Facebook” network in Lithuania, to place the information on Wikipedia, and YouTube site to create apps for smart-phones.

The identified measures would form the favourable creative social-cultural field of society, which is needed to implement a participatory museum, would democratize Lithuanian museum institutions and help to understand the benefit of the inclusion of visitors in the museum activities. Staff training and state cultural policy, adequate funding should help the Lithuanian museums to become participatory and meet the needs of larger groups of visitors. This is especially relevant in the context of the formation of network society, because in a few decades Z generation people who experienced especially large digital media influence will become the main museum visitors.

### **Approval of the dissertation**

On the topic of this study PG published 3 publications in reviewed scientific journals and presented 4 papers in international scientific conferences.

### **Presented Publications in reviewed scientific journals:**

- Application of digital technologies in Lithuanian museums in 1990-2011. Lithuanian museums after 1990: collection of scientific articles. *Acta Museologica Lithuanica*. Vilnius, Academic Publishing, 2013, t.1. p. 238-280.
- Information and communication technologies (ICT) Transfer in Lithuania museums. *Museologica Brunensia*. Masaryk University, Brno, 2013, No. 2, p. 16-25.
- Participatory museum paradigm in virtual communication in museums of Lithuania. *Information Sciences*, 2014, vol. 68, p. 77-99.

### **The research was presented in reports in national and international scientific conferences:**

- Problems of digital media application in museum communication. National conference “Cultural and economic effects of social networks“, Vilnius University, Students' Association of Faculty of Communication. 2012 April 26.
- Application of digital technologies in museums of Lithuania, in 1990-2011. International conference “Returned past: phenomenon of prof. Lev Vladimirov and dissemination of scientific ideas“. Vilnius University, Faculty of Communication. 2012 November 15-16.
- Digital media usage in Lithuania museums in 1990-2011: historical and comparative viewpoint. International Scientific Conference CEECOM 2013. Vytautas Didysis University, Department of Public Communications. 2013 April 26-27.
- Participatory museum paradigm in communication of Lithuanian museums in virtual space. International Scientific Conference “Communication and

Information Sciences in networking society: experiences and insights II“. Vilnius University, Faculty of Communication. 2014 June 19-20.

**Internships:**

NORSLIS, Workshop in 2011 seminar. The presentation of topic and methodology of the thesis, reviewing and critical discussion with foreign colleagues. Vilnius University, Faculty of Communication. 2011 November 14 –18.

In March of 2012 – the secondment to Reinwardt Academy in the Netherlands, in Amsterdam to collect scientific literature for the theoretical part of the thesis

**Information about the author:**

Ignas Kapleris graduated in 2002 from Vilnius University, the Faculty of History and completed the undergraduate history programme and was awarded a bachelor's degree in history. In 2004 the author of the thesis graduated from Vilnius University, and completed Master's degree programme in history and acquired Master's qualification degree. In 2010-2014 Ignas Kapleris is the graduate student of the Faculty of Communication, in the Department of Museology, in Vilnius University (in 2010-2012 Librarianship and Information Science Institute).

Since 2003 Ignas Kapleris is the project manager and author of history textbooks and teaching aids in publishing house “Briedis“.



## Santrauka

### Temos aktualumas

Skaitmeninių informacinių ir komunikacinių technologijų (IKT) plėtra ir poveikis įvairioms tikrovės sritims yra vienas svarbiausių šiuolaikinio pasaulio reiškinių, neišskiriant kultūros bei su ja glaudžiai susijusių atminties institucijų, kuriose saugomas paveldas: bibliotekų, archyvų ir muziejų. Dėl skaitmeninių IKT keičiasi muziejų darbo praktika, eksponatų pateikimas, sąveika su lankytojais. Plinta skaitmeninių eksponatų virtualios parodos, vis didesnę dalį lankytojų sudaro virtualūs svečiai. Dėl socialinio IKT poveikio atsiranda naujų iššūkių, bet kartu ir didžiulės muziejų paslaugų bei lankytojų auditorijos išplėtimo galimybės. Itin reikšmingi pokyčiai susiję su tinklaveikos visuomenės formavimusi (Castells, 2005) ir Y ir Z kartų, „skaitmeninių čiabuvių“, „tinklo kartos“ žmonių tapimu muziejų lankytojais (Howe, Strauss, 1992; Prensky, 2001; Tapscott, 2008).

Skaitmeninių IKT poveikį muziejams sudėtinga paaiškinti remiantis vien siauru technologijų kaip savaiminės pažangos aspektu. Jų sukeltiems didelio masto socialiniams ir kultūriniais reiškiniais visuomenėje ir muziejų institucijose įvertinti būtinas platesnis mokslinis tyrimas, apimantis plačią muziejų lauko veikėjų – steigėjų, muziejininkų, lankytojų – sąveikų erdvę, – šiuolaikinę tinklaveikos visuomenę ir virtualumo kultūrą. Anot muzeologo Friedricho Waidacherio, muziejai yra tam tikros visuomenės, iš kurios jie kilę, atspindys (Waidacher, 2007). Tad jie, kaip ir kiti kultūros konstruktai, keičiasi veikiami pokyčių visuomenėje.

Vienas iš įrankių, galinčių padėti paaiškinti šią sudėtingą, daugiakryptę technologijų, muziejų ir visuomenės (steigėjų ir lankytojų) sąveiką, yra medijų teorija. Anot šios teorijos vieno iš kūrėjų Marshallo McLuhano, medija gali būti vadinamas bet kuris tikrovės objektas, saugantis ir perduodantis informaciją („medija yra pranešimas“). Siauresne prasme medija yra komunikacijos priemonė ar informacijos perdavimo kanalas, informacijos siuntėjo ir gavėjo tarpininkas, turintis savo informacijos kodavimo ir sklaidos sistemą (McLuhan, 2003). Remiantis Knutu Hitckethieriu, pagal savo funkcijas medijos grupuojamos į stebėjimo, fiksavimo ir apdorojimo bei perdavimo (Michelkevičius, 2009). Komunikacijos medija yra visų šių medijų tipų derinys, kuris nuo „grynosios“ technologijos skiriasi tuo, kad turi tam tikrą komunikacijos intenciją

naudoti konkrečią technologiją, t.y. technologija pasitelkiama tikslingai siekiant ką nors komunikuoti ar ką nors išreikšti. Dėl to sukeliama tam tikrų socialinių ir kultūrinių poveikių (Wiliams, 2003).

Medijų teorijos požiūriu muziejų galime traktuoti kaip savarankišką mediją, kuri išsaugo ir perduoda informaciją. Muziejus-medija veikia kaip komunikacinis kanalas, per išsaugotą ir komunikuojamą paveldą susiejantis praeities ir dabarties visuomenes. Muziejus taip pat yra erdvė, kurioje, naudojant konkrečias technologijas, iš praeities (paveldo) objektų ir mokslo žinių apie juos kuriami ir perduodami šių dienų visuomenei skirti pranešimai, taip užtikrinant paveldo veikimą šių dienų kultūroje (Waidacher, 2007).

Tinklaveikos visuomenėje ir kultūroje ypatingą vaidmenį vaidina skaitmeninės medijos, todėl kyla būtinybė iš naujo įvertinti kaitą, sąveiką su kultūra ir visuomene bei poveikį muziejų vykdomai komunikacijai. Padeda Levo Manovichiaus naujųjų medijų teorija, išsamiai apibūdinanti pastarųjų savybes ir paaiškinanti jų poveikį šių dienų visuomenei (Manovich, 2009). Remiantis L. Manovichiaus skaitmeninių medijų transkodavimo principu, kiekvieną mediją sudaro du sluoksniai: kultūrinis (priklauso žmogiškajai kultūrai) ir kompiuterinis (priklauso kompiuterio logikai). Kadangi naujosios medijos kuriamos, platinamos, saugomos bei archyvuojamos kompiuteriuose, galima tikėtis nemažo kompiuterinės logikos poveikio tradicinei kultūrinei medijų logikai (kultūriniam sluoksniui), jo struktūrai, besikuriantiems žanrams ir turiniui (Manovich, 2009). Transkodavimo principas paaiškina ir skaitmeninių medijų raišką muziejuose. Ji yra dvisluoksnė – žmogiškosios kultūros muziejaus medijos ir kompiuterio logika grįstos skaitmeninės medijos sąveika.

Žvelgiant į muziejaus kaip medijos veikimą visuomenėje ir jo santykį su technologijomis, reikia atkreipti dėmesį į muziejaus sampratos kismą. Jürgeno Habermaso viešosios sferos (vok. *Öffentlichkeit*) teorija teigia, kad iki XVIII a. pabaigos revoliucijų, sugriovusių hierarchinę feodalinę santvarką, Europoje vyravo reprezentacinė kultūra, kuriai atstovavo besąlyginis autoritetas – absoliutusias valdovas ir jam pavaldi aristokratija (Habermas, 1991). Po monarchijų griūties susiformavusi viešosios sferos kultūra charakterizuojama kaip dialogas tarp lygiaverčių individų, kurių argumentai formuoja viešąją nuomonę, o ši susieja valstybę su visuomenės poreikiais.

Panašių pokyčių vyko muziejų sampratoje. Klasikinė „representacinei kultūrai“ atstovaujančio muziejaus 0.0, kaip absoliutųjį valdovą atitinkančios, uždaros, skirtos tik kultūros elitui ir muziejininkams, samprata buvo svarbi iki pat XX a. II pusės, bet vėliau sulaukė muzeologų kritikos. Ši kritika atsispindi XX a. 8 dešimtmetyje susiformavusio „naujosios muzeologijos“ judėjimo idėjose, atspindėjusiose „viešosios sferos kultūrą“. Andrea Witcomb, remdamasi filosofu Theodoru Adorno, muziejus lygino su negyvu ir praeitimi dvelkiančiu mauzoliejumi, neatitinkančiu dabarties poreikių (Witcomb, 2004). F. Waidacheris ragina muziejus prisiderinti prie visuomenės, kuriai turi tarnauti (Waidacher, 2007). Jo manymu, nemaža dalis pasaulio muziejų nori atitikti praeities pasaulio reikalavimus ir savo uždarmu, elitiškumu primena pseudouniversitetinių tyrimų įstaigas arba tik išrinktiesiems prieinamas bendravimo su menu vietas.

Ideologinės muziejaus sampratos permainos buvo susijusios ir su skaitmeninių medijų naudojimo šiose institucijose pradžia ir tai prisidėjo prie artimesnės „viešosios sferos kultūrai“ muziejaus 1.0 sampratos susiformavimo. Pagal ją muziejai metaforiškai primena ne absoliutinę, bet konstitucinę monarchiją su tam tikrais valdovą ribojančiais įrankiais. Muziejai 1.0 skatinami reaguoti į rinkos poreikius, visuomenės viešąją nuomonę ir tapti socialiai orientuota institucija, aktyviu visuomenės partneriu bei jos poreikių tenkintoju. Idealu, kai muziejų palaiko visuomenė ir ji yra svarbiausias muziejaus darbo objektas (Hauenschild, 1988).

Tobulėjančių skaitmeninių medijų techninės galimybės ir jų veikiamos tinklaveikos visuomenės spaudimas lėmė komunikacinės muziejų funkcijos reikšmės augimą. Remiantis šiuolaikiniu muziejų veiklos supratimu, gamtos ir kultūros paveldo komunikacija tapo pagrindine muziejaus funkcija, suteikiančia prasmę kitoms – paveldo kaupimui ir saugojimui. Skaitmeninių medijų, tinklaveikos visuomenės ir muziejų sąveikoje įvyksta svarbus poslinkis. Muziejai praranda praeities objektų interpretavimo „tiesos monopolį“ ir tampa sąveikų erdve ar „kolekcija“ be „absoliučiojo ar konstitucijos suvaržyto valdovo“ (muziejaus 0.0 ar 1.0) ir jo „tarnų“ (muziejininkų). Muziejuje 2.0 visuomenė laisvai rengia savo pranešimus ir kuria muzealijų reikšmes (tarsi „respublikoje“, kurioje visi muziejų veikėjai tampa lygiaverčiais paveldo komunikacijos dalyviais – „piliečiais“). Dėl to didesnė visuomenės dalis gali pereiti iš pasyvių kultūros paveldo naudotojų stovyklos į aktyvių ir nepriklausomų informacijos skleidėjų bei kultūros ir paveldo prasmų ir pranešimų kūrėjų pozicijas. Pasak Pieterio van Menscho

(Mensch, 1987), muziejinį objektą, kaip savaiminę vertybę, ima keisti socialinė vertybė, paveldą suprantanti kaip žaliavą, kuria gyventojai laisvai disponuoja kaip pagalbine priemone norėdami suvokti savo pasaulio ekonominius, socialinius ir kultūrinius pokyčius. Socialinė muziejų veikla pabrėžiama moderniose, trečios vietos, dalyvaujamojo muziejaus 2.0 (angl. *participatory museum*) ar „kontaktų zonos“ sampratoje, pagal kurias šios įstaigos laikomos bendruomenių telkimosi, laisvalaikio leidimo bei keitimosi patirtimi, žiniomis, tarpkultūrinės komunikacijos ir socialinės sanglaudos vietomis, skatinančiomis iki tol muziejų 0.0 ir 1.0 sampratų pasyvius muziejų lankytojus tapti aktyviais turinio kūrėjais, vertintojais ir planuotojais.

Skaitmeninės IKT yra naudingas įrankis, suteikiantis muziejams daugiau galimybių tarnauti visuomenei ir įgyvendinti savo, kaip visuomenei atsakingos institucijos („viešosios sferos kultūros“ dalyvio), socialinį vaidmenį. Kita vertus, jos keičia muziejų lankytojus: formuoja visuomenėje naują kultūros paveldo komunikacijos suvokimą ir poreikį. Dabarties pasaulyje greta vieni kitų egzistuoja skirtingų sampratų muziejai (0.0, 1.0, 2.0). Tačiau, nepriklausomai nuo muziejaus sampratos, visi jie atsiduria muziejaus kaip institucijos, skaitmeninių medijų ir tinklaveikos visuomenės (steigėjai ir lankytojai) sąveikos lauke. Tai, kad muziejaus 2.0 (dalyvaujamojo muziejaus) atsiradimas yra ne lokalus, bet globalus tinklaveikos visuomenės ir skaitmeninių medijų sąveikos reiškinys, peržengiantis atminties institucijų erdvę, rodo panašūs procesai kitose srityse: dalyvaujamoji demokratija (angl. *participatory democracy*) – politikoje ar naujoji žurnalistika 2.0 – žiniasklaidoje (Pečiulis, 2014).

Lietuvos nepriklausomybės atgavimas 1990 m., komunikacijos laisvė ir šalies atsivėrimas globaliam pasauliui sutapo su sparčia skaitmeninių IKT kaita. XX a. paskutinio dešimtmečio reikšmingiausi išradimai – pigesni ir funkcionalesni asmeniniai kompiuteriai bei pasaulinis interneto tinklas. Šios naujovės sudarė palankias sąlygas skaitmenines IKT plačiau taikyti humanitariniuose moksluose, atminties institucijose, paveldosaugoje. Praėjus daugiau nei 20 metų, kai Lietuvos muziejuose pradėti naudoti kompiuteriai, atsirado poreikis iš istorinės perspektyvos peržvelgti ir įvertinti IKT naudojimo raidą. Tai sudaro sąlygas įvertinti skaitmeninių medijų taikymo Lietuvos muziejuose situaciją bendrame kitų šalių kontekste bei suvokti bendrąsias raidos tendencijas, kurios svarbios ne tik muziejų bendruomenėms, bet ir priimti strateginį planavimą bei politinius sprendimus Lietuvos muziejų erdvėje.

Kita vertus, moksliniai įvairių sričių tyrimai rodo, jog Lietuvos visuomenė įgyja tinklaveikos formacijos bruožų (Luobikienė, 2010; Paliulis, 2012). Ji tampa globali, atviresnė, auga žmonių informacinis raštingumas, plečiasi tinkliniai ryšiai ir didėja valdžios įstaigų, organizacijų, verslo, namų ūkių kompiuterizacija. Nuo XX a. pabaigos gausėja Lietuvos muziejų modernumo požymių, kurie skatina naują požiūrį į muziejų socialinę misiją ir atskleidžia modernių technologijų naudojimo muziejų veikloje naudą (Keršytė, 2007). Šiame kontekste pasigendama muziejų požiūrio į besikeičiančios visuomenės poreikius, skaitmeninių technologijų kaip sąveikos su lankytojais priemonių tyrimų. Jie rodo, kad skaitmeninių IKT ir jų taikymo Lietuvos visuomenėje tendencijos bei IKT reikšmė aukšto lygmens paslaugų kūrimui sparčiai keičiasi, todėl aktualu išsiaiškinti, ar ir kaip Lietuvos muziejai ir jų steigėjai atsižvelgia į kintančius tinklaveikos visuomenės kultūrinius ir socialinius poreikius.

### **Temos iširtumas**

Kompiuterių taikymo Vakarų šalių muziejuose teorinių tyrimų gausėjo nuo XX a. paskutinio dešimtmečio. Tyrimai vėlavo dėl to, kad kompiuteriai muziejuose pradėti naudoti palyginti neseniai, tik XX a. 7 dešimtmetyje. Skaitmeninių IKT taikymo muziejuose teorijų raidą nagrinėjęs Rossas Parry teigė, jog pirmieji šios srities moksliniai tyrimai buvo taikomojo pobūdžio, sutelkti į technologijas, konkrečius projektus, o ne į teorinį jų naudojimo pagrindimą (Parry, 2005). Kultūriniu posūkiu (angl. *cultural turn*) įvardijamas skaitmeninių IKT naudojimo muziejuose tyrimų lūžis įvyko XX a. paskutiniame dešimtmetyje, kai atsirado daugiau teorinių darbų, skirtų skaitmeninių IKT naudojimui (Garmill, 1997; Keene, 1998; Maroevič, 1998a; Hooper-Greenhill, 1999; Hein, 2000; Witkomb, 2003; Dicks, 2004; Parry, 2005; Henning, 2006; Mason, 2006; Cameron, Kenderdine, 2007; Din, Hecht, 2007). Taikomieji skaitmeninių IKT naudojimo muziejuose tyrimai skirti skaitmeninimo projektams, jų metodams ir praktikoms nagrinėti, kiti – skaitmeninių technologijų (mobiliųjų telefonų, interaktyvių virtualių parodų, stendų ir kt.) naudojimui darbe su lankytojais, muziejų interneto svetainių ar socialinių tinklų įvairiems kokybiniais bei kiekybiniais parametrams tirti (Cunliffe, 2001; Soren, 2005; MacDonald, 2006; Greengrass, 2006; Marty, 2007 ab; Mason, McCarthy, 2008; Bearman, Geber, 2008; Talon, 2008;). Dėl sparčios skaitmeninių IKT kaitos ir jos poveikio visuomenei bei muziejams atlikti mokslo tyrimai

sparčiai keičia tematiką. Naujausi teoriniai ir praktiniai IKT naudojimo darbai susiję su antros kartos saityno technologijų įtaka muziejams ir lankytojams (Simon, 2010; Giaccardi, 2012).

Lietuvos mokslininkai kultūros paveldo skaitmeninimo problemomis muziejuose ir kitose atminties institucijose – bibliotekose ir archyvuose – aktyviau domėtis ėmė XXI a. 1 dešimtmetyje (Kligienė, 2004; Manžuch, 2007; Laužikas, 2008b; Jankavičiūtė, 2009). 2010 m. įvyko persilaužimas šioje srityje, tyrimai įgijo platesnes nei iki tol apimtis ir pagreitį. Tai rodo mokslininkų darbų šia tema gausėjimas (Gudinavičius, 2011, 2012; Strolytė, 2010; Gaubytė, 2011; Varnienė-Janssen, 2010, 2011; Laužikas, Vosyliūtė, 2012). Naujausi Vilniaus universiteto Komunikacijos fakulteto Muzeologijos katedros (atkurta 2012 m.) IKT taikymo Lietuvos muziejų komunikacijoje tyrimai rodo, kad Lietuvos muziejai internete neaktyviai ir vienodai bendrauja su skirtingomis savo auditorijos grupėmis, menkai taiko socialines medijas, o jų naudojimo praktiką suvokia kaip savotišką eksperimentinę sritį ir institucijos tikslams nelygiavertį komunikacijos būdą (Matkevičienė, Aleksandravičius, 2013; Šuminas, Armonaitė, 2013). Iš kitų skaitmeninių technologijų taikymo Lietuvos muziejuose padėties tyrimų pirmasis yra 2001 m. kovo 27 d. Lietuvos Respublikos kultūros ministro įsakymu sudarytos Lietuvos muziejų rinkinių kompiuterizavimo koncepcijos projekto rengimo grupės surinkti duomenys apie to meto Lietuvos muziejų veiklos kompiuterizavimo lygį (Meškelevičienė, 2001). Anksčiau skaitmeninių technologijų taikymo Lietuvos muziejuose visos šalies mastu tyrimų nebuvo daryta (Meškelevičienė, 2012). 2009 m. Lietuvos Respublikos kultūros ministerijos (LRKM) užsakymu atliktas panašaus masto tyrimas „Lietuvos integralios informacinės sistemos LIMIS galimybių studija“ (2009) bei LRKM kartu su Lietuvos dailės muziejumi (LDM) parengta analizė „Pasirengimas muziejinių eksponatų skaitmeninimui ir kompiuterinei apskaitai“ (Sirgedaitė, Stankevičiūtė, 2009).

Apibendrinant Lietuvos mokslininkų tyrimus, reikia pasakyti, jog jie yra fragmentiški ir atspindi tik dalies muziejų veikėjų, ypač kuratorių, nuomones ir matomas problemas, pavyzdžiui, techninę, organizacinę skaitmeninimo pusę. Tyrimų temos ir kryptys rodo kultūros paveldo skaitmeninimo, kaip jungiančio, o ne skiriančio žinybine prasme atminties institucijas, veiklos lauko suvokimo formavimąsi. Lietuvoje jis išsivystė į

bendrą metodologinę kultūros paveldo skaitmeninimo ir sklaidos kryptį (Varnienė-Janssen, 2011).

Moksliniai muzeologijos tyrimai Lietuvoje tampa platesni tik pastarąjį dešimtmetį. Minėti faktai rodo, kad muziejinkystės studijas atgaivinus ir į aukštesnį profesionalumo lygį pakėlus Vilniaus universiteto Komunikacijos fakulteto studijų politika turėjo itin didelę reikšmę muzeologijos mokslo Lietuvoje raidai. Ji, kaip rodo tarpdalykiniai, gausėjantys ir kokybiškesni šios srities tyrimai, artėja prie tam tikro dalyko kultūrinio lūžio.

Apžvelgtuose moksliniuose skaitmeninių IKT taikymo muziejuose tyrimuose neretai apsiribojama siaura technologijų kaip savaiminės pažangos reikšme, nutylimos sudėtingesnės politinės, kultūrinės ir socialinės jų raiškos lauko aplinkybės. Technologinis determinizmas nepakankamai tiksliai atspindi pastarąjį dešimtmetį įvykusius sudėtingus tikrovės pokyčius ir gali tapti klaidingų strateginio ar taktinio pobūdžio sprendimų paveldo komunikacijoje priežastimi. Skaitmeninių technologijų poveikio paveldo interpretavimui ir komunikacijai tyrimai turėtų apimti platų priežasčių, raidos ir padarinių ratą.

### **Disertacijoje sprendžiama mokslinė problema**

Muziejų ir visuomenės tarpusavio sąveika yra viena svarbiausių šiuolaikinės muzeologijos tyrimų problemų. Pasak Manuellio Castellso, „informacijos eroje muziejai turi dvejetainį pasirinkimą: tapti uždariais istorinės kultūros mauzoliejais, skirtais tik globalinio elito malonumams, arba reaguoti į iššūkius ir virsti reikšmingomis kultūros jungtimis tinklaveikos visuomenėje“ (Castells, 2001). Uždarus M. Castellso muziejus-mauzoliejus atitinka muziejaus 0.0 samprata (muziejų, išliekantį „representacinės kultūros rezervatu“), o reikšmingas kultūros jungtis – muziejus 2.0 (muziejų, tampantį „viešosios sferos kultūros“ dalimi). Muzealumas gali būti paveikus tik tada, kai visi muziejinkystės elementai pritaikomi atitinkamam kultūros lygmeniui ir muziejinė komunikacija vyksta atsižvelgiant į partnerių (P. van Menscho supratimu, muziejų lauko veikėjų – steigėjų, muziejinkų, lankytojų) interesus (Waidacher, 2007). Jeigu komunikuodami su lankytojais Lietuvos muziejai nepaiso skirtingų poreikių, muzealumas dalies jų nepaveikia. Naujausi Lietuvos muziejų situacijos tyrimai rodo, kad nors muziejų darbuotojų skaičius, tenkantis 100 tūkst. gyventojų, mūsų šalyje yra vienas

didžiausių Europoje, dauguma yra neprofesionalai, todėl aktuali tampa jų kvalifikacijos taikant skaitmenines medijas muziejų komunikacijoje problema (Laužikas, 2013). Kita vertus, neaišku, ar tokios probleminės situacijos „kaltininkai“ yra vien muziejininkai, nes moksliniuose tyrimuose menkai analizuota, ar ir kiek kiti muziejų veikėjai paveldo komunikacijos strategijų formavimui didžiulę įtaką turintys muziejų steigėjai, politikai, vykdomosios valdžios institucijos ir lankytojai nori matyti šias Lietuvos institucijas socialiai orientuotas ir dalyvaujamasias, kiek jie suvokia dalyvavimo ir muziejaus 2.0 svarbą šiuolaikinei visuomenei, kiek yra pasirengę „dalyvauti“, atsakyti į muziejaus 2.0 teikiamas galimybes?

Praėjusio 2005–2013 m. Europos Sąjungos struktūrinio finansavimo Lietuvoje etapo analizė rodo, kad nepriklausomai nuo to, jog atminties institucijose dirbančių profesionalų iniciatyva yra formuojama dalyvavimo ir muziejaus 2.0 poreikius atitinkanti vientisa kultūros paveldo skaitmeninimo paradigma, muziejų steigėjų, politikų ir vykdomosios valdžios institucijų požiūris lieka konservatyvus: skaitmeninimas suvokiamas ne kaip socialiai orientuota veikla, o kaip savitikslis „paveldo objektų skaitmeninimas“ orientuotas daugiau į infrastruktūros plėtrą (naujų informacinių sistemų, portalų ir kt. kūrimą) bei turinio skaitmeninimą, o ne į visuomenei skirtas paslaugas. Dėl šios priežasties dauguma skaitmeninių produktų tapo „išaldytu kapitalu“, nekuriančiu ar menkai kuriančiu įvairių kapitalo formų (socialinio, kultūrinio, inovacijų bei finansinio) pridedamąsias vertes (Laužikas, Varnienė, 2014). Šiame kontekste svarbu ir tai, kad Lietuvos visuomenė nėra pakankamai atvira, aktyvi ir pasirengusi dalyvauti. Tai iš dalies liudija santykinai menkas 2013 m. Lietuvos visuomenės pilietinės galios indeksas: „Lietuvos visuomenės pilietinė galia, nors buvo ir vis dar tebėra menka, labai nežymiai auga“.

Šie sisteminiai prieštaravimai rodo, jog skirtingų muziejų lauko veikėjų skaitmeninių medijų raiškos naudos ir poreikio supratimas gali gerokai skirtis, todėl tyrime keliamas probleminis klausimas: **kokios priežastys lemia skaitmeninių medijų raišką Lietuvos muziejų komunikacijoje?**

Tyrime keliamas **hipotezė**, jog skaitmeninių medijų raišką lemia istorinis, teisinis-politinis ir socialinis kontekstai, technologinės galimybės bei atitinkamas skaitmeninių medijų taikymas Lietuvos muziejuose ir visuomenėje.



**Disertacijoje pristatomo tyrimo objektas** – skaitmeninių medijų raiška Lietuvos muziejų komunikacijoje.

**Tyrimo tikslas ir uždaviniai.** Disertacijoje pateikiamo tyrimo tikslas yra nustatyti skaitmeninių medijų raiškos kryptis Lietuvos muziejų komunikacijoje.

Tiksliui pasiekti keliami šie **uždaviniai**:

1. Išnagrinėti skaitmeninių medijų raišką muziejų sampratų kaitos teoriniame kontekste.
2. Nustatyti ir metodologiškai pagrįsti skaitmeninių medijų taikymo Lietuvos muziejuose istorinės raidos etapus.
3. Įvertinti skaitmeninių medijų raiškos Lietuvos muziejų komunikacijoje virtualioje erdvėje atitiktį dalyvaujamojo muziejaus sampratai ir pateikti rekomendacijų muziejų steigėjams ir muziejininkams.

### **Disertacijos ginamieji teiginiai**

1. Skaitmeninių medijų raiška muziejuje yra muziejaus kaip medijos ir skaitmeninių medijų sąveika, pagal kurią apibrėžiamos muziejaus 0.0, 1.0 ir 2.0 sampratos. Kiekviena iš jų skirtingai aprėpia muziejaus kaip medijos ir skaitmeninių medijų sąveiką, pasireiškiančią lankytojų įtraukties lygiu.
2. Dalyvaujamojo muziejaus 2.0 samprata atitinka tinklaveikos visuomenės pakitusią informacinę elgseną, kuri pasireiškia lankytojų dalyvavimu interpretuojant muziejų rinkinius, kuriant komunikacinį turinį, taip pat idėjų bendraautoryste bei sąveika muziejaus kontekste.
3. Taikydami skaitmenines medijas Lietuvos muziejai patyrė *Gartner* metodologijos lūkesčių ciklo technologijos kibirkštis, išpūstų lūkesčių piko, nusivylimo įdubos, apšvietos šlaito etapus ir nuo 2010 metų yra masinės technologijos taikymo produktyvumo plokštumoje.
4. Daugelio Lietuvos muziejų komunikacija virtualioje erdvėje neatitinka dalyvaujamojo muziejaus sampratos požymių, nes šios institucijos neturi dalyvavimui įgyvendinti reikalingos valstybės ir steigėjų politikos bei

strategijos, teisinės reglamentacijos, personalo įgūdžių, techninės platformos ir lankytojų pasirengimo dalyvauti kuriant muzealinį turinį.

### **Disertacijos metodologiniai sprendimai**

Formuluojant disertacijos tyrimų problemą ir metodologinius sprendimus, siekiama vengti muzeologų (Šola, 1997; Parry, 2007) kritikuojamo technologinio determinizmo. Mat tokiu atveju rizikuojama kaip pagrindinį pokyčių variklį matyti tik technologiją. Technologijų naudojimą tam tikrais atvejais pasirenka ir lemia tam tikrose kultūros aplinkybėse atsidūrusi visuomenė. Taigi poveikis yra abipusis: viena vertus, technologijos veikia visuomenę, kita vertus, subrendus tam tikram poreikiui, visuomenė ir kultūra sąlygoja technologijų naudojimą. Toks požiūris artimesnis socialinio konstruktyvizmo teorijai, teigiančiai, jog realybės atstovavimas bei pačios esybės, kurios atstovaujamos, yra socialiai sukurtos (Goldman, 1999).

Zygmuntas Baumanas tikina, kad globalizacijos procesų sukeltiems padariniams nebūdingas tam tikras bendrumas, kaip paprastai manoma (Bauman, 2007). Pasak jo, globalizacija išskaido tiek pat, kiek ir suvienija; ji skaido vienydama, o pasaulio skaidymo priežastys yra tos pačios, kaip ir skatinančios jo vienodėjimą. Šiuo atveju kalbame apie lokalių (neretai istoriškai sąlygotų) kontekstų poveikį globaliosios kultūros raiškai. Tad tam tikri skaitmeninių technologijų taikymo, naudojimo bei plitimo procesai ir jų socialiniai-kultūriniai padariniai globaliajame ir lokaliajame, tarkime, Vakarų Europos šalių ir Lietuvos muziejų kontekstuose, reiškiasi nevienodai. Kadangi istorinės IKT plitimo Vakarų šalyse ir Lietuvoje priežastys skiriasi, sąveikai nagrinėti pasirinkta kultūros srautų (angl. *cultural flows*) arba tinklo (angl. – *network*) teorijos prieiga (Crane, 2002). Ši teorija aiškina, kad kultūros įtakos kyla ne iš vieno centro, o iš tinklo, neturinčio aiškaus centro ar periferijos. Jame pagrindiniai veikėjai yra regioniniai ir nacionaliniai junginiai ir bendrovės, o kultūros perdavimas – dvikryptis. Kultūros srautų efektas, susidedantis iš medių, technologijų, ideologijų ir etniškumo, yra veikiau kultūros hibridizacija nei homogenizacija (Appadurai, 2001).

Egzistuoja ir požiūris, jog kultūros globalizacija yra gana sudėtinga, kad ją būtų galima paaiškinti viena teorija (Crane, 2002). K. G. Wilkins komunikacijos procesus siūlo tirti tarpdalykiniu būdu, taikant skirtingas metodines prieigas, naudojamas sociologijos, istorijos, politologijos, antropologijos, demografijos ir kultūros studijose. Jos manymu,

tyrimo struktūra, naudojanti visą paletę skirtingų metodinių įrankių, sustiprins komunikacijos supratimą (Gudykunst, 2002).

Požiūrio, grįsto tarpdisciplininio, technologijų ir visuomenės dvikrypte sąveika bei globalios ir lokalsios kultūros sąveika, laikomasi ir disertacijoje, teorinio ir empirinio tyrimų lygmenyse naudojami medijų, muzeologijos, istoriografijos, sociologijos ir inovacijų sklaidos teorijų bei įvairių metodų elementai.

Teoriniams apibendrinimams formuluoti disertacijoje taikomas mokslinių publikacijų nagrinėjimo metodas. Empiriniams skaitmeninių medijų raiškos istorinės raidos tyrimo duomenims rinkti naudotas giluminis (nestruktūrizuotas) interviu (apklausa žodžiu). Šio metodo privalumai yra galimybė atlikti tyrimą be iš anksto parengtos išsamios tyrimo programos, gauti ne tik faktinę medžiagą, bet ir išsiaiškinti subjektyvų tiriamojo požiūrį, fiksuoti atsakymų turinį ir tiesiogiai stebėti reakcijas, be ypatingų sąlygų ir lėšų sukaupti turiningos informacijos (Kardelis, 2002). Šis metodas naudotas iš respondentų renkant duomenis apie skaitmeninių technologijų taikymo Lietuvos muziejuose pradžią. Interviu būdu gauti empiriniai duomenys nagrinėti kritinės-lyginamosios analizės bei kokybinės turinio analizės metodais. Kritinė-lyginamoji analizė pasitelkta siekiant atskleisti skirtumus tarp tam tikrų muziejų lauko veikėjų požiūrių bei palyginti skaitmeninių medijų raišką Lietuvoje ir kitose šalyse. Kaip lyginamieji šaltiniai buvo naudojami taip pat įvairaus lygmens Lietuvos teisės aktai. Šiuolaikinei skaitmeninių medijų raiškai Lietuvos muziejų komunikacijoje įvertinti buvo analizuojamos muziejų interneto svetainės ir muziejų profiliai socialiniuose tinkluose. Empiriniams duomenims nagrinėti pasitelkti kritinės-lyginamosios analizės, kokybinės turinio analizės bei matematinės statistikos metodai. Statistinis nagrinėjimas pasirinktas dėl galimybės nustatyti įrankių skaičių tam tikro muziejaus svetainėje. Lyginamoji analizė pasitelkta siekiant atskleisti skirtumus tarp tam tikrų Lietuvos muziejų tipų bei palyginti mūsų valstybės ir kitų šalių padėtį. Atlikto tyrimo patikimumą galima patikrinti pagal tuos pačius metodus atlikus pakartotinį tyrimą.

### **Tyrimo duomenų šaltiniai**

Tyrimui kaip empiriniai duomenys naudoti įvairūs šaltiniai. Tai dokumentai, reglamentuojantys Lietuvos Respublikos muziejų veiklą ir skaitmeninių IKT naudojimą Lietuvos muziejuose: Lietuvos Respublikos įstatymai, Lietuvos Respublikos vyriausybės

nutarimai, Lietuvos Respublikos kultūros ministro įsakymai, muziejų vidiniai dokumentai ir kt. Antra grupė – Lietuvos Respublikos kultūros ministerijos (LRKM) nuo 2002 m. renkami kiekybiniai statistikos duomenys apie daugumą Lietuvos muziejų, skelbiami portale [www.muziejai.lt](http://www.muziejai.lt). Muziejų skaičius 2002–2013 m. ataskaitose svyravo nuo 108 – 2002 m. iki 103 – 2013 m. Šiuose duomenyse pateikiami skaitmeninių technologijų parametrai: virtualių lankytojų, virtualių parodų bei skaitmeninių leidinių, o nuo 2010 m. – suskaitmenintų eksponatų skaičius. Nurodomi ir muziejų interneto svetainių bei elektroninio pašto adresai.

Tyrimui panaudoti 2001 ir 2009 metų Lietuvos muziejų kompiuterizavimo padėties tyrimų duomenys. Taip pat šio tyrimo metu nagrinėti autoriaus surinkti nauji duomenys apie socialinės tinklaveikos įrankius bei apsilankymų charakteristikas 71 Lietuvos muziejų svetainėje ir 158 paskyroje „Facebook“ socialinėje medijoje. Originalūs tyrimo duomenų šaltiniai yra autoriaus atlikti giluminiai interviu su skaitmeninių technologijų IKT taikymo pradininkais:

- Pirmųjų skaitmeninių skaičiavimo mašinų sovietmečiu Lietuvoje kūrėju Lietuvos mokslų akademijos nariu, Atpažinimo procesų skyriaus ir UNESCO katedros „Informatika humanitaroms“ vadovu Matematikos ir informatikos institute Adolfu Laimučiu Telksniu (2012 m. spalio 23 d. interviu).
- Muziejininke, skaitmeninimo Lietuvos muziejuose pradininke ir organizatore, Lietuvos muziejų rinkinių kompiuterizavimo koncepcijos rengimo darbo grupės vadove, Lietuvos dailės muziejaus vyriausiąja rinkinių saugotoja Loreta Meškelevičiene (2012 m. liepos 31 d. interviu).
- Muziejininke, skaitmeninimo Lietuvos muziejuose pradininke, Lietuvos dailės muziejaus Skaitmeninių leidinių centro, vėliau filialo LM ISC LIMIS vedėja Danute Mukiene (2013 m. liepos 11 d. interviu).
- Bibliotekininke, skaitmeninimo Lietuvos bibliotekose ir kitose atminties institucijose organizatore, Martyno Mažvydo bibliotekos Nacionalinio skaitmeninimo ir virtualios elektroninio paveldo sistemos centro direktore Regina Varniene-Janssen (2013 m. liepos 17 d. interviu).

- LRKM darbuotoju, 1988–2011 m. kuravusiu muziejų sektorių, Lietuvos Respublikos kultūros atašė Karaliaučiaus srityje Romanu Senapėdžiu (2013 m. liepos 24 d. interviu).

Tyrimo autorius skirtingų sričių pašnekovus pasirinko siekdamas atskleisti kuo platesnį požiūrį į tyrimo objektą spektrą. Nustatyti, kaip skaitmeninių medijų raiška susijusi su kompiuterių Lietuvoje atsiradimu apskritai, pašnekovu pasitelktas A. L. Telksnys. Siekta atskleisti skaitmeninimo proceso eigą ne vien iš muziejininkų pozicijų (pašnekovės L. Meškelevičienė ir D. Mukienė), bet ir pateikti alternatyvų požiūrį iš muziejus prižiūrinčios LRKM pozicijos (pokalbis su R. Senapėdžiu) bei muziejams artimų atminties institucijų bibliotekų (pokalbis su R. Varniene-Janssen).

### **Darbo struktūra**

Darbą sudaro įvadas, 3 tyrimo dalys, išvados, naudotos literatūros ir šaltinių sąrašai bei priedai.

Įvade nagrinėjamas temos aktualumas, mokslinė problema, moksliniai IKT taikymo muziejuose tyrimai užsienio šalių ir Lietuvos mokslininkų darbuose. Taip pat pateikiamas tyrimo objektas, tikslas, uždaviniai, ginamieji teiginiai, nurodomi taikyti tyrimo metodai, naudoti duomenų šaltiniai.

*Pirmoje tyrimo dalyje* teoriškai apibūdinama muziejaus kaip komunikacinės medijos samprata ir savybės. Nagrinėjamas skaitmeninių medijų raiškos poveikis muziejų sampratos kaitai, skiriant tradicines medijas naudojusio muziejaus 0.0, skaitmeninių medijų muziejaus 1.0 ir dalyvaujamojo muziejaus 2.0 sampratas. Lygiagrečiai išryškinamos medijų raiškos muziejuose kaitos sąsajos su procesais visuomenėje: W, X, Y ir Z žmonių kartų komunikacijos supratimu ir poreikiais. Apibūdinama naujausias skaitmeninių medijų taikymo tendencijas atspindinti dalyvaujamojo muziejaus samprata ir antros kartos saityno technologijų, konstruktyvistinės edukacijos, kultūros komunikacijos teorijos bei naujosios muzeologijos įtaka jos formavimuisi. Taip pat nagrinėjama dalyvavimo sampratos problematika įvertinant lankytojų įtraukimo į dalyvaujamąjį muziejų lygius. Pateikiamas medijų raiškos sąveikaujant su visuomene evoliucijos modelis. Remiantis juo teigiama, jog muziejų sampratų evoliucija dalyvaujamojo muziejaus link priklausė nuo medijų interaktyvumo lygio ir jo

formuojamų visuomenės įpročių bei poreikių. Skaitmeninės medijos, kaip įrankis ar platforma, technine prasme leido įgyvendinti dalyvaujamąjį muziejų.

*Antroje darbo dalyje* nustatomi skaitmeninių medijų raiškos krypčių etapai Lietuvos muziejų istorinėje raidoje. Analizuojamos skaitmeninių informacinių ir komunikacinių technologijų taikymo Vakarų šalių ir Lietuvos visuomenėje, muziejuose bei bibliotekose istorinės prielaidos. Remiantis IKT tyrimų įmonės *Gartner* lūkesčių ciklo metodologija, skiriami ir charakterizuojami skaitmeninių IKT taikymo Lietuvos muziejuose etapai: technologijos kibirkštis (1989–1996 m.), išpūstų lūkesčių pikas (1997–2001 m.), nusivylimo įduba (2002–2003 m.), apšvietos šlaitas (2004–2009 m.) ir produktyvumo plokštuma (2010 m. ir tęsiasi iki šiol). Taip pat apžvelgiamas Lietuvos muziejų steigėjų, politikų ir vykdomosios valdžios institucijų kuriamas teisinis-politinis skaitmeninių medijų raiškos muziejų komunikacijoje kontekstas.

*Trečioje dalyje* įvertinamas skaitmeninių medijų raiškos poveikis Lietuvos muziejų ir jų lankytojų virtualios erdvės komunikacijos charakteristikoms. Remiantis 24 kriterijų rinkiniu, nustatomas dalyvaujajam muziejui įgyvendinti reikalingų socialinę tinklaveiką skatinančių skaitmeninių IKT įrankių paplitimas Lietuvos muziejų svetainėse. Išryškėjusios tendencijos paaiškinamos, lyginamos su panašaus JAV, Jungtinėje Karalystėje, Ispanijoje, Italijoje ir Prancūzijoje atlikto tyrimo rezultatais. Remiantis tyrimo metu surinktais *Alexa* stebėsenos sistemos duomenimis apie apsilankymo muziejaus interneto svetainėje trukmę, atmetimo rodiklį, unikalų lankytojo peržiūrimų tinklalapių skaičių, apibūdinamos virtualių apsilankymų Lietuvos muziejų interneto svetainėse charakteristikos, kurios lyginamos su gretimų šalių ir didžiausių pasaulio muziejų tendencijomis. Nustatomas Lietuvos muziejų dalyvavimas populiariausioje „Facebook“ socialinėje medijoje ir jų paskyrų lankytojų dalyvavimo lygiai pagal rodiklių „Mėgti“, „Kalba apie tai“, „Buvo čia“ duomenis. Remiantis tyrimo duomenimis, suformuojami 7 tinkami apibūdinti dalyvaujamojo muziejaus raišką kriterijai. Pagal juos klasterizuojant buvo įvertintas 160 Lietuvos muziejų komunikacijos virtualioje erdvėje atitikimas dalyvaujamojo muziejaus sampratai, skiriant artimiausius ir labiausiai nuo jos nutolusius muziejus.

**Darbo naujumas ir praktinis reikšmingumas.** Disertacija naujomis žiniomis papildo senesnius mokslinius skaitmeninių IKT naudojimo Lietuvos muziejuose tyrimus.

Teoriniu lygmeniu pirmą kartą bandyta sujungti skaitmeninių medijų raiškos muziejuose ir visuomenėje laukus. Teoriškai apibūdintos muziejaus 0.0, 1.0 ir 2.0 sampratos, jų sąsajos su industrine ir tinklaveikos visuomenėmis ir jų kartų informacine elgsena. Remiantis autoriaus surinktais originaliais duomenų šaltiniais, apžvelgta Lietuvos muziejų kompiuterizavimo istorija, kuri lyginta su Vakarų šalių ir giminiškų atminties institucijų – bibliotekų – istorija. Skaitmeninių IKT adaptacijos eigai paaiškinti pritaikyta lūkesčių ciklo metodologija, leidusi nustatyti skaitmeninių medijų taikymo Lietuvos muziejuose periodus ir dabartinį lygmenį. Lietuvos muziejų kompiuterizavimo istorija tapo globalios pasaulio muziejų istorinės raidos dalimi. Atlikus tyrimą, atsiveria plačios galimybės palyginti IKT taikymą Lietuvos ir kitų šalių muziejuose arba kitose institucijose, pvz., bibliotekose. Tinklaveikos visuomenės dalyvaujamojo muziejaus sampratos atitiktis kontekste įvertinami 2013–2014 m. Lietuvos muziejų komunikacijos virtualioje erdvėje socialinės tinklaveikos įrankiai ir interneto svetainių, paskyrų „Facebook“ lankytojų charakteristikos.

Plati atlikto tyrimo apimtis (nagrinėjami visi muziejai, turintys interneto svetaines ir paskyras „Facebook“) didina praktinę darbo naudą. Jis yra naudingas kultūros sektoriaus valdžios įstaigų darbuotojams, muzeologams ir muziejininkams, archyvų ir bibliotekų darbuotojams, siekiantiems formuoti į tinklaveikos visuomenės poreikius orientuotas komunikacijos virtualioje erdvėje strategijas. Nenustačius dabartinės Lietuvos situacijos, tendencijų, problemų, yra keblu numatyti šalies muziejų raidą, plėtoti sektoriaus strateginę vadybą, su skaitmeninimu, darbuotojų mokymu, parodomis ir lankytojais susijusius planus, numatyti finansavimo ir atskirų muziejų veiklos plėtotės prioritetus.

## **Išvados**

1. Tiriant nustatyta, kad muziejaus veikimą kultūroje galima apibrėžti remiantis medijų teorija. Pagal ją muziejus yra komunikacijos kanalas, per kurį praeities paveldas veikia šių dienų kultūroje, ir erdvė, kurioje, pasitelkiant paveldą, mokslo žinias ir asmenines patirtis, kuriami pranešimai, skirti šių dienų visuomenei.
- Skaitmeninių medijų raiška muziejuje yra muziejaus kaip medijos ir skaitmeninių medijų abipusė sąveika, vykstanti muziejų lauko veikėjų (steigėjų, muziejininkų

ir lankytojų) kuriamuose istoriniuose, teisiniuose-politiniuose ir socialiniuose kontekstuose.

- Istorinis, teisinis-politinis ir socialinis kontekstai skatina muziejus kaip viešojo sektoriaus institucijas priimti arba atmesti skaitmenines medijas bei sąlygoja pradėtų taikyti skaitmeninių medijų naudojimo būdus. Dėl šios priežasties istorinis, teisinis-politinis ir socialinis kontekstai veikia skaitmeninių medijų raišką muziejuje.
- Muziejuose naudojamos skaitmeninės medijos prisideda prie muziejininkystės, kaip taikomosios muziejų profesionalų veiklos, ir muzeologijos, kaip teorinio muziejų veiklos lauko bei muziejaus institucijos, sampratos kismo.

2. Atlikta teorinės ir specialiosios literatūros analizė leido nustatyti, kad skaitmeninių medijų raiška skatina muziejaus sampratos kaitą. Remiantis muziejaus-medijos ir skaitmeninių medijų sąveikos tyrimu, skiriamos muziejaus 0.0, 1.0 ir 2.0 sampratos.

- Muziejus 0.0 yra tradicinis, realioje erdvėje veikiantis, „reprezentacinei kultūrai“ atstovaujantis, autoritariškas visuomenės atžvilgiu ir analogines medijas naudojantis muziejus, kuriame pranešimus kuria mokslininkai ir kuratoriai tradicinėmis priemonėmis: ekspozicijomis, parodomis, leidiniais. Visuomenė suprantama kaip masė, neturinti žinių ir įgūdžių pranešimams kurti, todėl muziejus turi jai perteikti informaciją. Steigėjai instituciją laiko galios įrankiu, pasitelkiamu politikų ar vykdomosios valdžios interesams. Formuodami muziejų teisinį bei politinį veiklos kontekstą steigėjai sprendimus priima vienašališkai. Muziejus 0.0 yra būdingas industrinei XIX a. pab.– XX a. I pusės visuomenei, o jo konceptualus apibrėžimas ryškus to paties laikotarpio muzeologų darbuose.
- Muziejaus 1.0 samprata yra muziejaus 0.0 ir pirmos kartos saityno (neinteraktyvių, vienakryptės komunikacijos) skaitmeninių medijų sąveikos rezultatas. Tai iš dalies „viešosios sferos kultūrai“ atstovaujantis muziejus. Jame, kuriant pranešimus, lemiamą vaidmenį atlieka mokslininkai ir kuratoriai, tačiau per lankytojų nuomonių tyrimus bandoma atsižvelgti į visuomenės



poreikius. Pranešimams perduoti naudojamos ir tradicinės muziejaus 0.0 priemonės, ir mažo interaktyvumo skaitmeninės medijos, teikiančios informaciją viena kryptimi, dažniausiai siekiant parengti muziejaus lankytoją vizitui realiame muziejuje. Visuomenė tebelaikoma nepajėgia kurti pranešimų, todėl muziejus jai turi perduoti informaciją. Muziejaus steigėjai muziejų laiko vienu iš galios įrankių, turinčių tarnauti tokiems visuomenės interesams, kaip juos supranta steigėjai. Formuodami muziejų teisinį bei politinį veiklos kontekstą patariamojo balso teise pasitelkia muziejininkų bendruomenes, tačiau sprendimus vienašališkai priima steigėjai. Muziejus 1.0 būdingas pereinamojo iš industrinės į tinklaveikos laikotarpio, XX a. II pusės, visuomenei, o jo konceptualus apibrėžimas ryškus „naujosios muzeologijos“ teoriniuose darbuose.

- Muziejus 2.0 atsirado dėl muziejaus 1.0 ir antros kartos saityno (interaktyvių, daugiakryptės komunikacijos, socialinių) skaitmeninių medijų sąveikos. Tai visuomenės atžvilgiu demokratiškas ir visiškai „viešosios sferos kultūrai“ atstovaujantis muziejus. Jame pranešimams kurti pasitelkiamas visuomenės dalyvavimas per bendruomenės paslaugas. Muziejus tampa platforma, kurioje lankytojai kuria pranešimus moderuojami, o ne vadovaujami mokslininkų ir kuratorių. Muziejuje 2.0 pranešimams perduoti pasitelkiamos visos priemonės, kurių dalį valdo muziejų lankytojai. Be to, atsiranda muziejų, veikiančių tik virtualioje erdvėje. Lankytojai vertinami kaip turintys unikalių patirčių, kūrybingi ir norintys dalyvauti asmenys ir asmenų grupės. Skaitmeninės medijos naudojamos muziejaus socialiniam vaidmeniui didinti kuriant muziejaus draugų ir interesų grupių bendruomenes. Muziejaus steigėjai suvokia muziejaus kaip viešosios sferos kultūros institucijos socialinę reikšmę ir įtaką įvairioms kapitalo formoms (socialiniam, inovacijų, kultūriniam, finansiniam) kurti. Į muziejų teisinio bei politinio veiklos konteksto formavimą įtraukia kitus muziejų lauko veikėjus atsižvelgdami į kintančius jų poreikius bei kitus muziejų veiklai svarbius kontekstus. Muziejus 2.0 būdingas tinklaveikos laikotarpio, XXI a. pradžios, visuomenei, o jo apibrėžimas pateikiamas dalyvaujamojo muziejaus teoretikų darbuose.

- Be technologinės platformos, dalyvaujajam muziejui įgyvendinti ne mažiau svarbus yra visuomenės pasirengimas ir poreikis dalyvauti tokio muziejaus veiklose. Šis skaitmeninių medijų paveiktos tinklaveikos visuomenės poreikis kuria ne tik muziejaus veiklos socialinį kontekstą (reikalavimus muziejui), bet demokratinėse šalyse formuoja ir teisinį-politinį kontekstą, kuris ne mažiau svarbus muziejui 2.0 atsirasti ir funkcionuoti. Jeigu nėra visuomenės individualios ar kolektyvinės iniciatyvos ir muziejui 2.0 nepalankus teisinis-politinis kontekstas, įgyvendinti dalyvaujamojo muziejaus sampratą neįmanoma.

3. Remiantis tyrimu, atliktu pagal lūkesčių ciklo metodologiją, nustatyti šie skaitmeninių medijų taikymo etapai.

- Technologijos kibirkštis truko 1989–1996 m. Tuo laikotarpiu pavieniuose Lietuvos muziejuose pradėti naudoti kompiuteriai, sukurta pirmoji skaitmeninė rinkinių valdymo sistema, informacija apie muziejus imta dėti į internetą.
- Išpūstų lūkesčių pikas vyko 1997–2001 m. Pradėjo veikti pirmos savarankiškos Lietuvos muziejų svetainės internete. Piko viršukalnę žymi pirmoji Lietuvos muziejų kompiuterizacijos situacijos studija, taip pat parengta, bet neįgyvendinta Lietuvos muziejų rinkinių kompiuterizavimo koncepcija.
- Nusivylimo įduba tęsėsi 2002–2003 m. Ją žymi negatyvios žinios apie skaitmeninių medijų taikymą žiniasklaidoje, ilgam sustoję Lietuvos informacinės muziejų sistemos (LIMIS) kūrimo darbai.
- Apšvietos šlaitu laikomi 2004–2009 m. Šiam laikotarpiui būdingi pozityvūs poslinkiai: užtikrintas pastovus finansavimas, skaitmeninimo procesų koordinavimas valstybės mastu, prasidėjo institucijų bendradarbiavimas, atnaujinti LIMIS diegimo darbai.
- Produktyvumo plokštuma prasidėjo 2010 m. ir tęsiasi iki šiol. Pradėjo veikti LIMIS, muziejai ėmė kurti paskyras socialinėse medijose, parengtos

rekomendacijos skaitmeniniam turiniui kurti. Tai rodo, kad šios atminties institucijos jau suvokia skaitmeninių medijų taikymo savo veikloje praktinę naudą ir pasiekė palankų laikotarpį įgyvendinti dalyvaujimąjį muziejų.

- Lietuvos muziejuose ilgai užtrukęs skaitmeninių medijų taikymo lūkesčių ciklas trukdė formuoti dalyvaujajam muziejui įgyvendinti palankią aplinką. Skaitmeninių medijų taikymas buvo skirtas ne sąveikai su lankytojais stiprinti, bet muziejų vidaus poreikiams, susijusiems su eksponatų apskaita, tenkinti. Lietuvos muziejams taikant technologijas, pavyko išvengti kai kurių lūkesčių ciklo spąstų, tokių kaip per ankstyvas taikymas ar jo visiškai nutraukimas dėl nesėkmių nusivylimo įdubos laikotarpiu.

4. Lietuvos muziejų svetainių internete ir paskyrų „Facebook“ socialinėje medijoje turinio, apsilankymų charakteristikų tyrimas ir muziejų klasterizavimo rezultatai rodo, kad daugelio Lietuvos muziejų komunikacija virtualioje erdvėje neatitinka muziejaus 2.0 (dalyvaujamojo muziejaus) sampratos bruožų.

- Lietuvos muziejų svetainės internete turi nedaug socialinės tinklaveikos įrankių (forumų, pokalbių svetainių, svečių knygų, žymėjimo, kūrybos, siuntimo, dalijimosi, komentavimo įrankių, tinklaraščių, žaidimų ir kt.), kurie technologiškai leistų įgyvendinti dalyvaujamojo muziejaus platformą.
- Svetainių lankomumo apskaitos ir stebėsenos trūkumai ir ypatybės patvirtina prielaidą, kad Lietuvos muziejai nesidomi, nevertina savo virtualių lankytojų, kurie yra potencialūs dalyvaujamojo muziejaus lankytojai. Virtualių apsilankymų Lietuvos muziejų interneto svetainėse charakteristikos (trukmė, atmetimo rodikliai, atsiverčiamų tinklalapių skaičius) rodo, kad jų turinys lankytojus ne itin domina.
- Muziejų paskyrų „Facebook“ socialinėje medijoje kiekybinės charakteristikos – „Mėgti“, „Kalba apie tai“, „Buvo čia“ paspaudimai, įsitraukimo rodiklio duomenys – atitinka R. Mayfieldo dalyvavimo galios dėsnį ir patvirtina, kad

aukštesnio lygio dalyvaujamojo muziejaus veiklas įgyvendina itin nedidelė lankytojų dalis.

5. Disertacijos tyrimas parodė, jog skaitmeninių medijų raišką Lietuvoje lemia istorinis, teisinis-politinis kontekstas, technologinės galimybės bei atitinkamas skaitmeninių medijų taikymas Lietuvos muziejuose ir visuomenėje. Kuriami skirtingi muziejaus kaip medijos ir skaitmeninių medijų sąveikos kontekstai grindžiami orientacija į visas muziejų sampratas.

- Dėl Sovietų Sąjungos okupacijos padarinių skaitmeninių medijų raiška Lietuvos muziejuose prasidėjo vėliau nei Vakarų šalių muziejuose ir visuomenėje. Todėl Lietuvos muziejų komunikacijoje iki 1990 m. vyravo muziejaus 0.0 samprata. Šiuo metu neigiama istorinė patirtis nedaro lemiamos įtakos skaitmeninei medijų raiškai Lietuvos muziejų komunikacijoje.
- Teisinis-politinis kontekstas priklauso nuo Europos Sąjungos ir Lietuvos politikų, vykdomosios valdžios bei Lietuvos muziejų steigėjų pozicijos. Teisės aktų analizė rodo, kad dauguma muziejų steigėjų, politikų ir vykdomosios valdžios atstovų muziejų suvokia pagal 0.0 (Lietuvos Respublikos muziejų įstatymas) arba 1.0. sampratas. Po 2005 m. atminties institucijose dirbančių profesionalų pastangomis ir iniciatyva teisinė bazė ėmė keistis, suformuota vientisa skaitmeninimo paradigma lėmė muziejaus 1.0 raiškai palankią teisinę aplinką. Svarbų vaidmenį įgyvendinant užsibrėžtus tikslus turėjo narystė Europos Sąjungoje, užtikrinusi pastovius su kultūros sritimi susijusius finansavimo srautus.
- Tiriant nustatyta, kad nepakankamai teorinių mokslo žinių turintis muziejų personalas ne visada pajėgia įvertinti tinklaveikos visuomenės poreikius ir skaitmeninių medijų taikymo tinklaveikos visuomenėje galimybes. Svarbus vaidmuo tenka muziejų vadovams, nuo kurių priklauso skaitmeninių medijų raišką muziejuose lemiantys sprendimai. Muziejų klasifikacija medijų taikymui nėra svarbi. Masinis skaitmeninių medijų priėmimas, naudojimas, plintantis

antros kartos saityno technologijų taikymas, inovatyvūs socialinę sąveiką su lankytojais skatinantys kai kurių muziejų veiksmi virtualioje erdvėje rodo, kad Lietuvos muziejininkai pagal muziejų sampratos suvokimą yra tarp muziejų 1.0 ir 2.0 sampratų.

- Augantis ir tradicinius apsilankymus lenkiantis muziejų interneto svetainių virtualių lankytojų skaičius liudija muziejaus 1.0 sampratos visuomenėje stiprėjimą. Iš virtualių lankytojų charakteristikų muziejų svetainėse matyti, kad dauguma jų jau naudoja skaitmenines medijas, bet pasyviai, ieškodami informacijos rengtis vizitui tikrame muziejuje. Svetainių lankytojai neaktyviai sąveikauja su pateikiamu muzealiniu turiniu, menkai prisideda prie jo kūrimo, platinimo, aptarimo virtualioje erdvėje. Muziejų steigėjai ir muziejininkai kol kas nepatiria viešoje erdvėje juntamo stipraus visuomenės spaudimo keisti esamą teisinį-politinį kontekstą, reikalingą įgyvendinti dalyvaujамąjį muziejų. Kita vertus, poreikis dalyvaujамajam muziejui pamažu atsiranda. Sparčiai populiarėjančios socialinės medijos, apie muziejų paskyras besiburiantys lankytojai, besiformuojančios jų bendruomenės ir sąveikos su paskyros turiniu rodo, kad lankytojai pagal muziejaus supratimą yra tarp muziejaus 1.0 ir 2.0 sampratų.

### **Rekomendacijos mokslininkams ir muziejininkams**

Skaitmeninių medijų raiškos padėties Lietuvos muziejuose tyrimas tais pačiais metodais gali būti kartojamas vertinant pokyčius laikui bėgant. Papildomų tyrimų kryptys būtų atskirų IKT taikymo lūkesčių ciklą nustatymas, lyginamoji Baltijos šalių, Lietuvos bibliotekų, muziejų ir archyvų skaitmeninimo raidos analizė. Darbe, ištyrus muziejų slinktį dalyvaujamojo muziejaus link, rekomenduojamas kokybinis Lietuvos muziejų svetainių internete ir paskyrų „Facebook“ lankytojų poreikių tyrimas, galintis išsamiai atskleisti jų požiūrį į skaitmeninių IKT naudojimą muziejuose.

Muziejų steigėjams, pirmiausia Lietuvos Respublikos valdžios institucijoms, priimančioms su muziejų sektoriumi susijusius teisinius aktus, reikia atsižvelgti į tinklaveikos visuomenėje pasikeitusią muziejų sampratą, skatinti lankytojus kaip

lygiaverčius partnerius aktyviai įsitraukti į gamtos ir kultūros paveldo komunikacijos procesus. Taip pat užtikrinti su skaitmeninėmis technologijomis susijusių muziejinių teorinių ir praktinių žinių, komunikacinių įgūdžių kaupimą, kvalifikacijos kėlimą, gerinti sektoriaus finansavimą, kad muziejuose galima būtų įdarbinti skaitmeninių IKT profesionalus. Vertinant muziejų veiklą, vadovautis ne vien kiekybiniais rodikliais, bet ir atsižvelgti į socialinį kapitalą.

Siekiant pagerinti sąveiką su lankytojais, muziejams būtina atkreipti dėmesį ne tik į skaitmeninių technologijų taikymo kiekybę, bet ir į kokybę, orientuotis į tinklaveikos visuomenės poreikius ir išaugusį bendrą Lietuvos gyventojų informacinį raštingumą. Per kelis dešimtmečius virtualūs lankytojai sudarys didžiausią muziejų lankytojų srautą. Tai rodo Lietuvos dailės muziejaus bei dar kelių savo veikloje skaitmenines technologijas plačiai taikančių muziejų pavyzdžiai: virtualūs apsilankymai ima lenkti fizinius.

Norint ateityje pagerinti muziejų komunikaciją su lankytojais virtualioje erdvėje, siūloma didinti socialinę tinklaveiką leidžiančių įrankių skaičių interneto svetainėse, atverti virtualias parodas ir gerinti jų turinį bei kokybę. Virtualiems lankytojams stebėti ir juos nagrinėti galima pasitelkti nemokamas stebėsenos sistemas, pavyzdžiui, „Google analytics“, *Alexa* ir kt.

Muziejams būtina didinti komunikacijos virtualioje erdvėje priemonių skaičių bei įvairovę: atidaryti ir palaikyti paskyras pirmiausia populiariausiame Lietuvoje „Facebook“ tinkle, dėti informaciją Wikipedijoje ir „Youtube“ svetainėje, kurti programėles išmaniesiems telefonams.

Įvardytos priemonės formuotų palankų kūrybinį visuomenės socialinį-kultūrinį lauką, reikalingą dalyvaujamajam muziejui įgyvendinti, demokratizuotų Lietuvos muziejų institucijas ir padėtų suvokti lankytojų įtraukimo į muziejines veiklas naudą. Personalo ugdymas ir valstybės kultūros politika, tinkamas finansavimas turėtų padėti Lietuvos muziejams tapti dalyvaujamaisiais ir atitikti didesnių lankytojų grupių poreikius. Tai ypač aktualu tinklaveikos visuomenės formavimosi kontekste, nes per kelis dešimtmečius itin didelę skaitmeninių medijų įtaką patyrę dabartiniai Z kartos atstovai taps pagrindiniais muziejų lankytojais.

## **Disertacijos aprobavimas**

Atlikto tyrimo tema doktorantas paskelbė 3 publikacijas recenzuojamuose mokslo leidiniuose ir perskaitė 4 pranešimus nacionalinėse ir tarptautinėse mokslinėse konferencijose.

**Paskelbtos publikacijos recenzuojamuose mokslo leidiniuose:**

- Skaitmeninių technologijų taikymas Lietuvos muziejuose 1990–2011 metais. Lietuvos muziejai po 1990 metų: mokslinių straipsnių rinkinys. *Acta Museologica Lithuanica*. Vilnius, Akademinė leidyba, 2013, t.1. p. 238–280.
- Information and communication technologies (ICT) transfer in Lithuania museums. *Museologica Brunensia*. Masaryk University, Brno, 2013, No. 2, p. 16–25.
- Dalyvaujamojo muziejaus paradigma virtualioje Lietuvos muziejų komunikacijoje. *Informacijos mokslai*, 2014, t. 68, p. 77–99.

**Atlikti tyrimai buvo pateikti nacionalinių ir tarptautinių mokslinių konferencijų pranešimuose:**

- Skaitmeninių medijų taikymo muziejų komunikacijoje problematika. Nacionalinė konferencija „Kultūriniai ir ekonominiai socialinių tinklų efektai“, Vilniaus universitetas, Komunikacijos fakulteto Studentų mokslinė draugija. 2012 m. balandžio 26 d.
- Skaitmeninių technologijų taikymas Lietuvos muziejuose 1990–2011 m. Tarptautinė konferencija „Sugrąžinta praeitis: prof. Levo Vladimirovo fenomenas ir mokslininkų idėjų sklaida“. Vilniaus universitetas, Komunikacijos fakultetas. 2012 m. lapkričio 15–16 d.
- Digital media usage in Lithuania museums 1990–2011: historical and comparative viewpoint. Tarptautinė mokslinė konferencija CEECOM 2013. Vytauto Didžiojo universitetas, Viešosios komunikacijos katedra. 2013 m. balandžio 26–27 d.
- Dalyvaujamojo muziejaus paradigma Lietuvos muziejų komunikacijoje virtualioje erdvėje. Tarptautinė mokslinė konferencija „Komunikacijos ir

informacijos mokslai tinklaveikos visuomenėje: patirtys ir įžvalgos. II“. Vilniaus universitetas, Komunikacijos fakultetas. 2014 m. birželio 19–20 d.

**Stažuotės:**

NORSLIS, Workshop 2011 m. seminaras. Disertacijos temos bei metodologijos pristatymas, recenzavimas bei kritiškas aptarimas su užsienio kolegomis. Vilniaus universiteto Komunikacijos fakultetas. 2011 m. lapkričio 14–18 d.

2012 m. kovo mėn. komandiruotė į Reinvardto akademiją Nyderlanduose, Amsterdame rinkti mokslinės literatūros disertacijos teorinei daliai.

**Informacija apie autorių:**

Ignas Kapleris 2002 m. baigė Vilniaus universiteto Istorijos fakulteto pagrindinių studijų istorijos programą ir jam buvo suteiktas istorijos bakalauro kvalifikacinis laipsnis.

2004 m. disertacijos autorius baigė Vilniaus universiteto magistrantūros studijų programą ir įgijo istorijos magistro kvalifikacinį laipsnį. 2010–2014 m. Ignas Kapleris – Vilniaus universiteto Komunikacijos fakulteto Muzeologijos katedros (2010–2012 m. Bibliotekininkystės ir informacijos mokslų instituto) doktorantas.

Nuo 2003 m. Ignas Kapleris yra leidyklos „Briedis“ istorijos vadovėlių ir mokymo priemonių projektų vadovas ir autorius.