

## КУЛЬТУРА НОВОГО ПОКОЛІННЯ ТА ІННОВАЦІЙНИЙ ПОСТУП УКРАЇНИ

*(оглядова довідка за матеріалами преси, Інтернету та  
неопублікованими документами за 2016–2017 рр.)*

Сучасна епоха пов'язана з певними змінами, що вплинули на розвиток культури та її проявів. Ряд з них настільки значний, що це створило умови для дискурсу щодо докорінної трансформації її основ.

Завдяки процесу інформатизації традиційна культура почала занурюватися в багатовимірний кіберпростір, який умовно називають віртуальним простором, і якого раніше не було. Комп'ютерні технології відкрили перед людством можливості для розширення меж творчості, формування нових видів мистецтва, самоосвіти, породили новий вид культури – інформаційної, що являє собою складний і багатоплановий феномен сьогодення.

Вивченням питань віртуальної реальності вже давно займаються не тільки фахівці з кібернетики, а й дослідники-гуманітарії, в тому числі й культурологи. Останнім часом навіть введено в науковий обіг і широко використовується термін «віртуальна культура», яка розуміється як «вид культури, де віртуальне середовище, побудоване засобами комп'ютерних технологій, як мережеве, так і автономне, є способом буття людини».

Комунікація в інформаційному суспільстві стає вирішальною вимогою, оскільки інформація, в тому числі й у сфері культури, постійно застаріває й оновлюється. Говорячи про радикально нові тенденції розвитку культури, пов'язані зі збільшенням обсягів інформації, впровадженням комп'ютерних та мережевих технологій її зберігання і передання, зростанням аудиторій і масштабів впливу телебачення, радіо, мобільних засобів зв'язку та Інтернету, слід зазначити, що специфічність віртуальної культури полягає не тільки в безпрецедентній доступності інформації, але й у створенні комфортних умов для творчості, обміну досвідом, взаємопроникненню локальних, національних культур і, в решті решт, поєднанні їх в єдиний глобальний культурний простір [1].

Глобальна мережа Інтернет дає змогу «мандрувати» бібліотеками різних країн, вивчати традиції та артефакти інших культур, скориставшись віртуальним туром від найкращих музеїв світу, ставати активними учасниками мережевих спільнот дизайнерів, художників, музикантів, письменників. Ці нові форми традиційної культури змінили самі шляхи доступу до інформації та способи її засвоєння, ставши доступними для більшості членів світового інформаційного суспіль-

ства. А головне, що завдяки їх інтерактивності будь-яка комунікація в інформаційному суспільстві отримала шанс перетворитися на процес взаємного навчання, оскільки активізується зв'язок між стійкою традиційною культурою – національні цінності, релігія, знання, успадковані від попередніх поколінь, – та динамічною масовою культурою, як от відео-кліпи, серіали, комп'ютерні ігри, блоги тощо. Іншими словами, дедалі стрімкіше скорочується дистанція між елітарною і популярною культурою, між національною та чужорідною, що, своєю чергою, зумовлює взаємопроникнення культур [1; 2].

Віртуальний світ, який не має національних кордонів, став новим етапом розвитку культурного простору людської цивілізації. Його сутність та особливості полягають також й у тому, що, крім появи під впливом інформаційно-комунікаційних технологій нових форм культури, на основі використання цих же технологій відбувається розвиток традиційних її форм.

Мистецтво – це одна з найбільш прогресивних та водночас консервативних царин людської діяльності. З одного боку, митці першими реагують на зміни в суспільстві, політиці, релігії, науці. А їхні твори зазвичай випереджають час та встановлюють тренди в багатьох сферах життя. Разом із тим деякі галузі й досі залишаються надзвичайно ортодоксальними в дистрибуції власного контенту.

Відомо, що в інформатизованому, глобалізованому світі будь-який митець має боротися за час і увагу аудиторії. Адже сучасна людина обробляє щодня великі об'єми інформації, і для того, щоб привернути чиясь увагу, треба докласти чимало зусиль. На щастя, все більше культурних організацій це розуміють і шукають нові способи донесення необхідної інформації до потенційних або вже завойованих шанувальників мистецтва. Найпростіший та найкоротший шлях – це, безперечно, Інтернет [1; 3].

З метою поширення українського арту в світі в 2016 році вітчизняними розробниками було створено першу соціальну арт-мережу – One Day Auction (ODA). Нова платформа, що поєднала в собі функції Instagram й такі світові платформи з продажу мистецтва он-лайн, як Paddle8, ArtNet, Artsy, Saatchi Online, надає своїм користувачам можливість не тільки купувати, продавати і знайомитися з асортиментом галерей, аукціонних домів та приватних дилерів в Україні, але й слугує своєрідним майданчиком комунікації для тих, хто цікавиться мистецтвом. Саме це і виділяє українську арт-мережу з-поміж світових он-лайн-аукціонів.

Від існуючих в мережі світових арт-платформ ODA також відрізняє підтримка іншого тренду сучасності – економія часу клієнта. Так, більшість онлайн-аукціонів тривають від одного тижня до кількох місяців, а One Day Auction, що перекладається, як «одноденний аукціон», виходячи з назви, – лише добу. Адже, купівля предметів мистецтва – це емоційне рішення і здебільшого його приймають швидко.

Крім того, додаток є безкоштовним і доступним для всіх видів мобільних платформ, включаючи Web. Для засновників цього амбітного проекту також важливо, щоб арт-платформа залишалася надійним майданчиком для всіх без виключення користувачів. Тому дилери, з якими співпрацює ODA, проходять дуже ретельну перевірку [4].

З-поміж інших цікавих і свіжих вітчизняних веб-ініціатив, покликаних пропагувати українське образотворче мистецтво: ARTELECT – ресурс, що знайомить інтернет-аудиторію з творчістю молодих українських авторів, надаючи можливість оперативно придбати вподобаний об'єкт мистецтва за дуже лояльною ціною; львівський мультимедійний проект «Maisternia» – відео-історії про українських художників та їхні робочі майстерні в супроводі текстів українською та англійською мовами; інтернет-музей «Кровець», який також доступний українською та англійською мовами, – це віртуальна база зразків народного мистецтва, метою якої є оприлюднення всіх шедеврів народного мистецтва, які знаходяться у приватних колекціях, зокрема на ресурсі розміщено світлини експонатів з Бойківщини, Буковини, Гуцульщини, Лемківщини, Криму, Західного та Східного Поділля, Полісся, Полтавщини та інших історико-етнографічних регіонів [5].

Великий ажіотаж наразі виникає навколо різноманітних освітніх програм, тренінгів, у тому числі й тих, що навчають, як за допомогою Інтернету популяризувати свої творчі проекти. Оскільки багато художників або дизайнерів створюють дивовижні речі, але не знають яким чином розповісти про це світу. Приміром, минулого року Kyiv Music Labs Meetings за підтримки America House Kyiv організували воркшоп з комунікацій та піару для арт-проектів. Цільова аудиторія – представники вітчизняних креативних індустрій, які отримали можливість навчитися ефективно використовувати цифрові комунікації, соціальні мережі, писати текстові матеріали для популяризації своїх проектів («сторітеллінг») і дізнатися багато іншого [6].

Очевидно, що протягом останніх двох десятиліть галузь культури відчуває ці фундаментальні зміни. Якщо ж розглядати перспективи застосування комп'ютерних технологій в процесі створення нових форм мистецтва, то можна переконатися, що сучасні інновації пропонують набагато більше можливостей для розвитку, ніж будь-що. Навіть у порівнянні з такими революційними подіями, як винайдення фотографії чи кіно.

Нові технології не тільки впливають на усталені художні форми, але й сприяють створенню нових жанрових підвидів. Такі сфери як, наприклад, тривимірна анімація, віртуальна дійсність, інтерактивні системи та інші виявили нечувані можливості для творчості. В результаті ми сьогодні маємо справу з новим феноменом – арт-медіа, або, цифрові мистецтва, для котрих, серед іншого, характерна елітарність.

Неоднозначною залишається й проблема оцінки даного впливу. Фахівці в галузі культури та мистецтва умовно розділилися на два табори – тих, хто сприймає даний вплив і вважає медіамистецтва кроком у розвитку, перспективним напрямом, і тих, хто не сприймає, оцінюючи медіамистецтво як деградацію.

З огляду на стрімке проникнення техногенного середовища в гуманітарне поле, наразі не всі сфери культурного життя виявилися здатними адаптуватися до нових реалій. Очевидно, що на шляху сприйняття «високотехнологічного мистецтва» виникають проблеми. Й одна з них – елементарне технічне невігластво, коли глядач не в змозі зрозуміти сучасну мову мистецтва, що пропонує йому худож-

ник, або взагалі не володіє комп'ютером і, вже звичайно, не посвячений у тонкощі існуючих дискурсів, пов'язаних з мистецтвом нових технологій. А втім, можна відзначити, що проблема боротьби консерваторів і новаторів типова для будь-якого етапу культурної еволюції.

Разом з тим, існує традиційне мистецтво, говорячи мовою цифрової культури, аналогове. Але «цифра» – більш відкрита система, а тому розвивається в контексті всього мистецтва та активно впливає на аналогове. Так, зазнали змін живопис, графіка, скульптура – найбільш традиційні види образотворчого мистецтва. І тепер голографічні зображення імітують картину, скульптуру, рельєф, навіть архітектуру. До того ж, з'явилися такі синтетичні мистецтва, як хепенінг, перформанс.

Що дали нові технології мистецтву? Відповідь на це питання одночасно фіксує основні риси сучасного мистецтва, яке вже сформувалося і продовжує змінюватися під впливом технологій. По-перше, це інтерактивність, тобто можливість для глядача вступати в контакт з художником і навіть брати участь у створенні творів. По-друге – нові художні засоби. І, насамкінець, елітарність цифрового, частіше всього мережевого (іноді плутають з WEB-дизайном, який має відношення не до візуальної культури, а до сфери комунікацій) та медіамистецтва.

Медіамистецтво (мережеве мистецтво, «нет арт»; англ. *net.art, Internet art*) сьогодні вже не обмежується інтерактивними інтернет-проектами, навпаки, воно вбудовується в реальність, створюючи нові горизонтальні засоби комунікації від людини до людини, минаючи пропагандистську машину мас-медіа. У цій сфері мистецтва «аналог і цифра» переживають найбільш цікаві колізії: суто цифрове, мережеве мистецтво парадоксальним чином еволюціонувало в аналогове, вплинувши на такі явища, як акціонізм (з'явився медіа-активізм) і хепенінг (з'явився флешмоб).

Примітно й те, що у наші дні мистецтво «нікнеймів» і «віртуалів» доволі природно поєднується з тим самим радикально аналоговим мистецтвом, яке існує лише в моменти його творення за безпосередньої участі автора / глядача / учасника. До речі, тісна співпраця між географічно віддаленими художниками в процесі роботи над спільним твором мистецтва – одна з нових парадигм, що стала можливою завдяки прогресу технології [7].

Важливим напрямом, над яким працюють сьогодні тандеми митців та експертів у галузі телекомунікацій, стали освітні програми, які навчають створювати нові форми мистецтва із залученням провідних наукових технологій.

Цілком свіжий приклад – відтепер українські художники будуть творити в наукових лабораторіях. «Нова художня школа» відкрила у Харкові курс за напрямом «science art», під час якого художники і науковці об'єднують зусилля задля створення спільних проектів. Учні школи зможуть використовувати 3D-принтери, мікроконтролерні системи, тепловізор, рідкий азот, левітуючий магніт, один з найбільших телескопів у Європі, гамма-камери, що дозволяють бачити внутрішні органи людини в розрізі та детектор, що уможливорює отримання картини з розподілу хімічних елементів в досліджуваному об'єкті, а також досліджувати художні можливості термометрії, космічної радіації, маспектометрії (зважування часток) тощо.

Програму створено для художників, що працюють з альтернативними медіа та мають або хотіли б мати досвід міждисциплінарних експериментів; представників гуманітарних галузей, які займаються предметом на професійному рівні та бажають долучитись до створення мистецьких проєктів; для науковців точних, природничих, інженерних спеціальностей, що прагнуть розширити межі свого досвіду засобами художніх методів та відкрити естетичний та художній потенціал наукових досліджень.

На курсі можна буде дізнатися, як створити сайнс-арт проєкт у новій команді в стислі терміни та працювати у колаборації між науково-дослідними інститутами та художніми інституціями. Участь у школі – безкоштовна, за умови успішного проходження конкурсного відбору.

Зі слів кураторів програми А. Ковальнової та Я. Пруденко, подібних проєктів не проходило ні в Україні, ні в інших країнах СНД. Це – принципово новий досвід для всього пострадянського простору. Харківська школа стала лакмусовим папірцем, що демонструє – часи змінюються: науковці не просто відкривають двері своїх науково-дослідницьких інститутів художникам, а готові стати ближчими та зрозумілишими суспільству загалом. Харківські «єдишн школи» – це виклик не просто для української, але і всієї східноєвропейської культурної спільноти [8; 9].

Можливість працювати у складі міждисциплінарних команд – ІТ-фахівець, митець, гуманітарій – та розробляти оригінальні проєкти на основі роботи з великими базами даних отримали учасники медіа-арт лабораторії «Big Data: art&code lab» у рамках фестивалю цифрового мистецтва de:coded, який проходив 2016-го року у Львові [10].

У Києві для митців, котрі прагнуть освоїти нове, відкрилася практична школа new media art BLCK BOX, що надає унікальні освітні можливості. Тут учасники курсів зможуть опанувати медіа-арт, саунд-арт, програмування та навіть робототехніку. У перший набір BLCK BOX включено 5 курсів, серед них: Hardware Development – дає критично важливий для медіа-художників набір знань від основ електроніки та написання програм до розробки і реалізації найбільш унікальних пристроїв; MAX / MSP / Jitter – візуальна мова програмування для створення додатків, що працюють в реальному часі, це невід’ємна складова освітньої програми всіх вищих світових навчальних закладів, що займаються дослідженнями в сфері звуку та медіа-арту; TouchDesigner – середовище візуального розроблення, де можна швидко створити мепінг-проекцію будь-якої складності, декорації для перфомансів, інтерактивну інсталяцію, контент для віртуальної реальності, 3D/2D візуалізацію тощо, управляти світловим шоу або просто зробити дизайн принту; VJing – мистецтво візуального представлення в реальному часі; Electronic music production and Sound Design – введення в звук, саунд-дизайн, робота з аудіо, аранжування, зведення та масте ринг; BLCK BOX – проєкт, що має на меті не тільки виростити фахівців, а й об’єднати всіх, кому цікавий світ цифрового мистецтва, створити структуру, здатну генерувати можливості для підтримки медіа-художників; BLCK BOX – це повноцінний навчально-виробничий комплекс у сфері нових медіа: лабораторія, презентації, концерти, фестивалі та освітні кейси [11].

Отже, в наші дні є сенс підтримувати потенціал цієї сфери і робити проекти для кооперації культури, бізнесу і технологій, адже саме на стику цих індустрій сьогодні народжуються справжні інновації. У світовій практиці – безліч екстравагантних методів дистрибуції традиційного контенту.

Наприклад, Google Art Project – це світове мистецтво он-лайн. Сьогодні на цій платформі зібрано експонати з понад 1200 музеїв та архівів з різних куточків планети. Але це не просто база даних експонатів – компанія Google робить віртуальні екскурсії музеями, дозволяє збирати власні колекції, працювати із базами інформації та навіть переміщуватися в музеї в режимі віртуальної реальності.

Британський театр у кіно. Автори проекту National Theatre Live винайшли нестандартний хід – у процесі зйомки кіновистав обирають такі ракурси, щоб людина могла повністю відчувати себе на місці глядача у театральній залі. Наразі вистави, розміщені на веб-сайті National Theatre Live, вже подивилися більше 5,5 млн. людей у всьому світі.

Емої Shakespeare. Перед 400-ю річницею від дня народження В. Шекспіра академія Arzamas та Британська Рада задумалися над тим, як можна осучаснити його поезію, зробити її ближчою до молоді XXI століття. Так з'явилася ідея додатку Емої Shakespeare. Завдяки інновації поезія Шекспіра стала грою з відгадування пропущених слів, де замість цих слів треба підставляти емодзі. У базі даних гри доступні 11 поем англійською, російською та українською мовами, 20 вистав, а також 550 різних емодзі.

Проект Mix The Play: якщо National Theatre Live дозволяє подивитися найкращі вистави Великої Британії тим, хто перебуває за тисячі кілометрів від її театрів, то Mix The Play від British Council дозволяє відчувати себе всередині процесу. На цьому веб-сайті будь-хто може зібрати власну виставу по частинах. На вибір є два класичних твори: «Ромео і Джульєтта» й «Сон літньої ночі». На етапі вибору складових можна обрати інтерпретацію вистави, акторів, декорації та музику. А потім подивитися, що вийшло. Процес супроводжується підказками режисеру. Головна мета – показати, як багато інтерпретацій може бути в одного твору і наскільки вони впливають на кінцеве сприйняття вистави [3].

На додаток, можна навести приклад культурної колаборації, який доводить, що міжнародне співробітництво – це вірний шлях до професійного зростання і виходу національного культурного продукту на нові ринки. Так, одним з проектів, над яким у рамках програми «Креативна Європа» працюють у партнерстві Київський національний академічний театр оперети та Theatre Royal Stratford East з Лондона (Велика Британія), є «Платформа Цифрова Оперети». Її мета – привернути увагу до жанру мюзиклу та оперети, сприяти розвитку молодих режисерів, а також заохотити нову цільову аудиторію. Платформа міститиме оцифровані оперети, мюзикли, концерти, музичні фестивалі [12].

Щодо музейної галузі, зберігаючи артефакти минулого, вона також має орієнтуватися на майбутнє. Розвиток сфери комп'ютерних технологій відкриває безліч можливостей для комунікації музею з широкою аудиторією відвідувачів,

ознайомлення їх з матеріальним і духовним культурним надбанням, розширення міжмузейних контактів, інтеграції у світове музейне співтовариство.

З приводу важливої ролі інформаційних технологій у поліпшенні та уаочненні експозицій музею можна констатувати, що без залучення комп'ютерних продуктів в експозиційну діяльність значна частина музеїв уже не мислить свого конкурентоздатного існування. Йдеться, зокрема, про спеціально створені аудіо-, відео- та мультимедійні продукти, що виступають рівноправними учасниками експозиції поряд із традиційними музейними предметами [13].

Інтерактивність – відносно новий, але дуже популярний термін, який у широкому, радикальному сенсі означає посилення ролі споживача культурного продукту й навіть заміну авторського бачення глядацькою активністю. Ступінь інтерактивності вказує, наскільки швидко і зручно для себе користувач може досягти мети. У засобах масової інформації та в музейних колах інтерактивним музеєм зазвичай називають технічно і технологічно оснащений музей, роботу якого насамперед спрямовано на діалог з публікою. Технологія інтерактивності стала основною тенденцією розвитку музеїв. Відтак уже не речові пам'ятки, а саме мультимедійні продукти переймають на себе функцію пізнавального фокуса музейної експозиції, перетворюються на найпопулярніші повноправні музейні експонати. Для багатьох музейних установ світу практика експозиційного синтезу комп'ютерного мультимедіа й речових експонатів є радше нормою, ніж інновацією [14].

Саме тому віртуальну виставку «Колекція орденів Львівського історичного музею», що в березні 2017 року з'явилася на платформі Google Arts & Culture, можна по праву вважати перемогою наших музейників. До того ж, Львівський історичний музей став четвертою українською інституцією, якій вдалося домовитися про співпрацю з Google. Угоду було підписано восени минулого року. На платформі Google Arts & Culture можна побачити фрески Софійського собору, стріт-арт у Кам'янці-Подільському та експонати з музею Івана Гончара в Києві. Перемовини між менеджментом міжнародної компанії та українським музеєм тривали 10 місяців. Он-лайн-виставка орденів – лише перша з низки віртуальних експозицій. Крім створення таких проектів співпраця передбачатиме також виготовлення 3D-моделей та цифрових копій найцікавіших музейних експонатів. Також у планах віртуальна екскурсія музеєм. Усе це буде створено коштом та з використанням обладнання Google [15].

Отже, фахове представлення музею у Всесвітній мережі відкрило невідомі раніше перспективи для презентації фондів та залучення якнайширшої аудиторії відвідувачів – як реальних, так і віртуальних. Музейні сайти, набуваючи все більш інтерактивного характеру, заохочують користувача до спілкування через анімовані плани, схеми, відеопанорами, зручні пошукові системи, ігри, чати. За їх допомогою тепер можна легко й оперативно отримати інформацію про нові події та музейні акції, про експоновані предмети та їх каталоги, та навіть здійснити віртуальну екскурсію музеєм за допомогою електронного путівника.

Однак необхідно наголосити, що віртуальна екскурсія не здатна замінити людині справжню екскурсію залами музею. А невеличкі картинки на екрані моні-

тора не в змозі конкурувати зі справжніми художніми шедеврами, виставленими в залах того чи іншого музею, комп'ютерні зображення – це своєрідна інформаційно-психологічна «наживка», що карбується в пам'яті людини й породжує бажання принагідно завітати в цей музей.

Інтернет мотивує людину до здійснення туристичних подорожей, в програму яких включено відвідання музеїв, анімаційних скансенів, галерей, арт-студій, театрів абощо. Формується цільова зацікавленість людини комп'ютерної епохи (яку, до речі, важко кудись витягнути через наявність комп'ютера) музейною спадщиною, прищеплюються мистецькі й загальнокультурні цінності.

Консервативно налаштовані фондові працівники можуть опонувати, що це збиткова марнотратність – розміщувати в Інтернеті зображення музейних шедеврів і колекцій, які краще, з дотриманням ексклюзивних авторських прав, друкувати й дуже вигідно реалізувати населенню як поліграфічно-сувенірну продукцію. Бо хто ж захоче купувати музейний CD-диск чи книжку-каталог, якщо у нього є змога безоплатно завантажити собі інформацію з Інтернету?

Відповідь на такі скептичні запитання недвозначна: світовий мас-медійний простір розвивається в жорстких рамках визначеного міжнародним законодавством принципу охорони авторського права. Авторським правом на музейні зібрання володіють самі музеї. А загальнодоступні безкоштовні інтернет-зображення музейних предметів є всього-на-всього їх розтиражованими копіями низької якості. Як вже було зазначено, такі зображення мають низьку якість – як би гарно воно не виглядало на екрані, ця картинка не годиться для комерційної поліграфії. А по суті, це та ж таки реклама: «Погляньте-но, що в нас є! Заплатите – і ви отримаєте і цифрове зображення високої якості, і поліграфічний слайд, та право на його комерційне тиражування, обумовлене відповідною юридично підготовленою угодою між музеєм і товаровиробником».

Зрештою, музеї створювалися для того, аби зберегти й альтруїстично популяризувати серед сучасників природну й культурну спадщину. В даному випадку користувачі Інтернету – це саме та громадськість, інтереси якої зобов'язаний задовольняти музей постіндустріальної епохи. І вигоди від віртуалізації музеїв очевидні, на відміну від певних дріб'язкових втрат, міф про які легко розвінчує практика діяльності інформаційно відкритих музеїв в інформаційному суспільстві.

Отже, з появою мас-медіа та Інтернету роль музею в суспільстві суттєво трансформувалася: основні функції поширення культури, що належали музеєві раніше, перейшли до преси, телебачення, радіо, Інтернету. З іншого боку, експерти звертають увагу на зростання ролі музею та музейних мереж у справі глобальної «трансляції» культурної спадщини.

Успішні музейні установи світу вже давно мають свої представництва у віртуальній мережі – інтерактивні веб-сайти, де можна отримати інформацію про склад фондів та анонс експозицій, про години роботи закладу тощо. Існує таке правило: веб-сайт повинен постійно оновлюватися шляхом своєчасного анонсування музейних подій, розміщення нових аналітичних статей і результатів досліджень окремих музейних експонатів, а також шляхом зміни самого інтерфейсу чи



структури сайту, додавання нових розділів, перекомплектування «вивішених» на сайті каталогів та колекцій зображень музейних предметів. Ці оновлення необхідні для того, щоб постійно актуалізувати увагу до сайту, а отже, і до самого музею, потенційних відвідувачів, зацікавлювати їх появою чергових новинок, культурно-масових акцій і таких презентацій, які просто неможливо пропустити.

Статистика, що оперувала такими показниками, як популярність музею серед віртуальних і реальних відвідувачів, престижність музею, поінформованість суспільства про існування та діяльність музею, комерційна активність музею та прибутковість музею, переконливо довела: в інформаційному суспільстві тримаються на плаву, успішно конкурують з іншими закладами індустрії дозвілля, залучають значні потоки відвідувачів, отримують стабільні прибутки та мають імідж привабливих і успішних комерційних партнерів ті музеї, котрі максимально повно й широко розповсюджують інформацію про себе – ведуть маркетингову стратегію глобальної віртуальної присутності через обміни банерами, електронне розсилання прес-релізів світовим мас-медіа тощо.

Простий приклад. Збираючись у туристичну подорож в Європу, пересічний американець зазвичай зазирає в Інтернет і переглядає сайти із загальною туристичною інформацією про іншу країну. Ця інформація побудована таким чином, щоб усіляко привернути його увагу до інших сайтів, де представлено цілу низку інформації, скажімо, про союз національних музеїв Франції з тисячами яскравих повнокольорових зображень наявних у них шедеврів. Тож, у потенційного туриста вже в процесі інформаційної підготовки до майбутньої подорожі виникає непереборне бажання опинитися там – серед величі музейних залів з розкішними художніми полотнами, дорогим умеблюванням та коштовними аксесуарами – неодмінно зняти усе це на відео, щоб потім з гордістю демонструвати друзям враження від відвідин Європи.

Поширений стереотип в інформаційному суспільстві масового споживання: якщо музей ефектно не представлено в Інтернеті, якщо він не здатен заявити про себе й віртуально репрезентувати свої колекції, то це якась консервативна, вбога установа, де для пересічного туриста нема нічого цікавого. Дійсно, споживач погоджується витратити свій дорогоцінний час лише на найкращу пропозицію.

Важливо зазначити, що користувачі Інтернету – здебільшого молоді люди, тобто ті, для кого вибір – піти в музей чи у бар – іноді звужується до безпосередніх вражень від побаченого чи почутого, і для кого зовсім не зайвою буває елементарна інформація про саме існування якого-небудь музею, хоча він може бути тричі знаменитий, не кажучи вже про з'ясування місця його розміщення та складу колекції.

Навіть для переконаних поціновувачів музеїв постійно поновлювана інформація (анонси, прес-релізи) про новинки виставкового та культурно-масового життя знайомого з дитинства музею, опублікована на інтернет-сторінках, відіграє визначальне мотиваційне значення при виборі їхніх планів на проведення дозвілля в найближчі вихідні.

Тому, в наш час музеї зіштовхнулися з новою інформаційною реальністю: якщо гучно не заявити про себе й раз у раз не нагадувати про своє існування, суспільство в умовах споживання надмірного об'єму різнопланової інформації згодом забуває про існування цієї установи навіть у рідному місті. А щодо туристів з інших регіонів і країн, в інформаційно перенасиченому ХХІ ст. діє безкомпромісна формула: якщо закладу немає в Інтернеті чи на шпальтах туристичних довідників-путівників, – його взагалі немає [13].

На жаль, переважна більшість вітчизняних музеїв не використовує зазначені можливості повною мірою. Найчастіше інтернет-сторінки музеїв пропонують короткий путівник закладом, іноді доповнений новинами про поточні й заплановані виставки. Помітно рідше на сайті представлено історію музею, інформацію про постійну експозицію та виставки. І лише в одиничних випадках можна побачити інформацію про освітні програми та наукову діяльність [14].

Хоча є і позитивні приклади. Один із лідерів за кількістю відвідувачів серед українських музейних ресурсів – сайт Дніпропетровського національного історичного музею ім. Д. І. Яворницького, що в Дніпрі. Створений 1999 року, за перше десятиліття він вже нараховував до 1300 одиниць різноманітних матеріалів, у тому числі інформаційні довідки, наукові статті, опис музейних колекцій, що доповнювали більше 2000 одиниць зображень [16].

Наприкінці грудня минулого року спільно з дніпровськими ІТ-спеціалістами музей долучився до мобільного додатку Poster, який дає змогу анонсувати всі музейні заходи та виставки; у квітні 2016-го разом з голландською компанією IZITEQ він запустив у своїх залах новий сервіс на платформі izi.TRAVEL – аудіогід по експозиції (українською та російською мовами). Окрім того, цілий рік у плідній співпраці з голландцями – представниками PlaceView – тут розробляли віртуальний тур музейною експозицією. Наразі вже можна віртуально відвідати з 1-го по 5-й зали, а також меморіальний будинок-музей Д. І. Яворницького [17].

Необхідно додати, що відтепер таку опцію, як безкоштовний аудіогід, мають Львівський національний літературно-меморіальний музей Івана Франка, Національний музей-заповідник українського гончарства в Опішному, Національний літературно-меморіальний музей Г. С. Сковороди на Харківщині та Літературно-меморіальний музей Лесі Українки у Колодяжному, які свого часу долучилися до сервісу голландської компанії. Але першим в Україні закладом, де було запущено цей сервіс, був Одеський муніципальний музей приватних колекцій імені А. В. Блещунова [18–23].

До слова, ще наприкінці лютого 2016 року інший музейний заклад цього регіону – Одеський музей західного і східного мистецтва – першим серед музеїв України запровадив електронний квиток, який можна придбати просто не виходячи з дому. А вже в серпні розпочав роботу унікальний проект ODESSACARD – єдина електронна карта одесита і гостя міста, що дозволяє безкоштовно відвідувати музеї і екскурсії, а також істотно економити кошти в ресторанах, кафе і розважальних центрах. Зокрема, сюди включено безкоштовне відвідування 10 одеських музеїв, а також екскурсії на туристичні об'єкти Одеської області. Відомо також, що анало-

гічні карти поширені і користуються великою популярністю в найбільших містах Європи та світу [24].

Якщо йдеться про осучаснення роботи наших музеїв, то цікавою і плідною видається співпраця з соціальними мережами, зокрема приєднання музейної спільноти до популярних нині в Україні та світі акцій – флешмобів.

8 січня 2017 року понад 70 більших і менших музеїв України взяли участь у єдиному флешмобі #MuseumSelfieDay, до якого Україна цього року приєдналася вже втретє. За умовами акції необхідно було прийти до одного з музеїв міста, зробити селфі на фоні чи поруч з якимось експонатом та опублікувати його у соціальній мережі – Facebook, Twitter або Instagram – з хештегом #MuseumSelfie і тегом того музею, де зроблено фото. За підсумками акції вже можна говорити, що кількість учасників флешмобу щороку зростає. Окрім музеїв у Києві, про своє приєднання до акції заздалегідь оголосили практично всі обласні краєзнавчо-історичні та художні музеї – Чернігівський, Житомирський, Полтавський, багато музеїв у малих містечках, зокрема, Музей-заповідник українського гончарства в Опішному на Полтавщині, Нововороновський і Генічеський музеї на Херсонщині, Олександрівський та Добровеличківський музеї на Кіровоградщині, Прилуцький музей на Чернігівщині. Цього року вперше до флешмобу долучилися музеї Донецької та Луганської областей – Слов'янський та Лисичанський – і два історико-краєзнавчі музеї у селах Віролюбівка та Білокузьминівка на Донеччині [25–27].

Міленіали пізнають мистецтво через Instagram, впевнена Д. Бессонова. На початку року ця уродженка Луганська, яка нині працює в Києві в digital-агенції Smartica/Skykillers, створила фотоблог @museumsofukraine, аби популяризувати українські музеї у веб-просторі. Менш ніж за місяць акаунт зацікавив більше 1,8 тисяч користувачів і продовжує рости. Мета – завдяки гарним фото показати, що наші українські музеї не гірші закордонних. Автор проекту вважає, що багато людей просто не розуміє, яка краса ховається просто біля них. І оскільки нещодавно було доведено, що фотосервіси, на кшталт Instagram і Pinterest, перетворилися для сучасної людини на своєрідні он-лайн-філіали музеїв, Д. Бессонова впевнена, що обрала правильний шлях для досягнення своєї мети. Сьогодні на сторінці @museumsofukraine співіснують старі палаци та традиційні українські хати, краєзнавчі музеї та галереї сучасного мистецтва. Кожна фотографія супроводжується інформацією про зображені на фото твори чи, власне, музеї [28].

Є ще одне питання, яке доречно порушити в контексті даної роботи – мовне.

Завдяки Інтернету сьогодні ми маємо доступ до світових бібліотек, книжок на Amazon та он-лайн-курсів, серед яких, до речі, є навіть курс від Гарвардського університету. Єдиною перепорою, що стоїть на шляху до використання цього ресурсу, є іншомовність контенту. Тож величезна кількість матеріалу, який можна використовувати як у буденній роботі, так і в наукових працях, залишається поза увагою наших студентів та працівників сфери. А ті рідкісні примірники українською мовою, які вдається знаходити, на жаль, не йдуть ні в яке порівняння навіть з російськомовними виданнями, вже не кажучи про американські, приміром.

Сьогодні можна засуджувати цей момент або дискутувати на тему дефіциту бюджету чи занепаду сфери. Проте констатація та прийняття проблеми – це вже половина шляху до виходу з кризи. Саме тому наш вітчизняний ресурс – Музейний простір – розпочав проект, метою якого є переклад українською мовою статей, інтерв'ю та матеріалів з іноземних джерел. Першим текстом проекту в перекладі українською мовою стала стаття британського видання «The Guardian» за 2014 рік з символічною назвою «Музеї мають значення: що робить наші культурні інституції такими особливими?». Матеріал опубліковано в рамках проекту „culture professionals network” – тематичного розділу газети, присвяченого культурі, кіно, фінансам сфери та законодавчим питанням [29].

Поза всяким сумнівом, штучний інтелект і віртуальна реальність відкривають нові, фантастичні перспективи для людей з обмеженими можливостями. Так, наприклад, важко переоцінити потенціал цифрових технологій, коли йдеться про дітей, які потребують особливих умов.

На початку грудня минулого року група українських ІТ-спеціалістів – співзасновників компанії BeWarned, яка розробляє різноманітні сервіси для глухих і погано чуючих людей – вирушила в школу для дітей з вадами слуху, щоб випробувати свій новий додаток BW Dance. Інновація дає можливість людям, що мають певні проблеми зі слухом, відчувати музику: завантажується будь-який трек, а спеціальний алгоритм визначає темп і максимально насичені звукові фрагменти, щоб потім перекласти музику на вібрацію телефону, світлові спалахи й еквалайзер на екрані. Під час експерименту діти дивувалися спочатку, бо для них така музика була чимось новим, але майже відразу починали посміхатися і танцювати [30].

Інноваційна за своєю суттю культура, що дає змогу особистості чи спільноті бути релевантними в умовах четвертої промислової революції, лише формується в масштабах світу. Її ознаками є засади creative common, STEAM і рух «мейкерства», принципи гнучких моделей і трансформаційний дизайн, програмування на мікроконтролерах і, разом з тим, – міське городництво й фотографування на плівку. Адже нова культура – це і нове життя для аналогових форматів, тілесних практик; домашнє музикування і заняття живописом, йогою і медитацією як вправою для мозку. Тестові версії цієї культури можна побачити в мистецькій резиденції, влаштованій на базі великого Адронного колайдера, в освітніх центрах на кшталт Національного дитячого музею Eureka у фінському місті Тіккуріла, або в Музеї емерджентної науки та інновацій Мірайкан у Токіо, в кластері високих технологій та дизайну Brainport Eindhoven. Симбіозом візіонерства, інженерних підходів, вміння працювати з науковою інформацією є проекти голландських митців Даан Розегарде, Арне Хендрікса, Мауріціо Монталі.

Що відбувається з процесами модернізації в Україні? З одного боку, суспільство доволі стрімко стає цифровим. З іншого – цифра переважно сприймається як спосіб комунікації, але на смисли, які тут генеруються, встигають відрефлексувати лише одиниці.

Політики нагнітають реформаторський дискурс, але на Давоському форумі, який цього року було присвячено викликам, породженим Четвертою промисловою революцією, продовжують говорити про війну і реформи. Мистецькі проекти зосереджують увагу на проблемах пам'яті, ідентичності, рефлексіях декомунізації або різних способах абстрагуватися від усього цього. Невеликими винятками є хіба що проект „Collider” О. Чепелик, що поволі перетворюється у персональний Ноїв ковчег художниці, проект Нової художньої школи, що завершився резиденціями митців у дослідницьких інститутах Харкова зі створенням science-art проєктів, Kyiv Maker Faire, програма «Код міста» з серією артхакатонів у пілотних містах. Фестиваль «Конструкція» у Дніпрі й ініціатива «Тепле місто» і Івано-Франківську, школа урбаністики CANactions, Стратегія «Культура 2025», яка наразі мало впливає на мейнстрім.

Для того, щоби взаємодія багатьох різномірних елементів була продуктивною, необхідно переглянути рамки культури, зближуючи науку, технології, освіту й мистецтво. Креативному ж класу варто говорити не тільки і не стільки про ревіталізацію промислових зон, скільки про участь акторів культурного і креативного сектора у смартифікації економіки. Тепер, коли понад 70 % вартості світового багатства складають нематеріальні активи, а комунікація сенсу стає частиною маркетингових комунікацій, культуру варто розглядати в ланцюжках створення доданої вартості. Не виключено, що культурним модернізаторам варто побачити спільників серед представників руху нових індустрій. Однією з цілей Хартії національного руху «Індустрія 4.0 в Україні», базового документа для об'єднання різних хай-тек секторів, пов'язаних з українською промисловістю, є позиціонування України як країни високотехнологічного інжинірингу, а не сировинного додатку й відповідно – розвиток людського капіталу як основної переваги. Адже харчовою базою олігархічної економіки ренти, яка отруює культурні практики, залишається багато в чому розподіл сировини, монополія на генерування та передачу енергії, транспорт і доступ до інфраструктури.

Просторами для культури нового покоління в Україні можуть стати оновлений «Мистецький Арсенал», «Музей науки», створюваний зусиллями Малої академії наук, T-Share Crew артіль, мейкерспейси на модернізованих підприємствах, бібліотеки, трансформовані в сучасні простори знань, і музеї, котрі зуміють вибудувати драматургію простору, поєднавши віртуальне й реальне, технологічне й тілесне. Це культура як простір прототипування та уяви, середовище самоосвіти, діалогів і розкриття людського потенціалу. В її основі лежать категорії емерджентності та екосистемності як нові орієнтири для розуміння поступу, який точно не буде лінійним [31; 32].

### Список першоджерел

1. Трач Ю. В. Трансформація культурного середовища в контексті розвитку інформаційних технологій / Ю. В. Трач // Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв. – 2016. – № 1. – С. 25–29.

2. Показати з кращого боку: як українські музеї стають сучасними [Електронний ресурс]. – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: <http://zeitgeist.platfor.ma/museum-in-ua/> (дата звернення: 20.03.2017).

3. Бондаренко О. 6 мистецьких проєктів, які знайшли глядача нестандартними шляхами [Електронний ресурс] / Олексій Бондаренко. – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: <http://life.pravda.com.ua/culture/2017/02/8/222491/> (дата звернення: 20.03.2017).

4. Тарасова Д. Український арт-Instagram. Як додаток ODA просуває українське мистецтво [Електронний ресурс] / Дар'я Тарасова. – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: [http://espresso.tv/article/2016/02/04/persha\\_ukrayinska\\_art\\_socmerezha\\_yak\\_dodatok\\_one\\_day\\_auction\\_robvt\\_pershi\\_uspishni\\_kroky](http://espresso.tv/article/2016/02/04/persha_ukrayinska_art_socmerezha_yak_dodatok_one_day_auction_robvt_pershi_uspishni_kroky) (дата звернення: 20.03.2017).

5. ARTELECT – унікальна українська он-лайн-платформа для продажу картин [Електронний ресурс]. – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: <http://artukraine.com.ua/n/artelect--unikalnaya-ukrainskaya-onlayn-platforma-dlya-prodazhi-kartin-/> (дата звернення: 20.03.2017).

6. Освітній тренінг «Як за допомогою Інтернету популяризувати свій арт-проєкт?» [Електронний ресурс]. – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: <http://i-pro.kiev.ua/content/osvitnii-trening-%C2%AByak-za-dopomogoyu-internetu-populyarizuvati-svii-art-proekt%C2%BB> (дата звернення: 20.03.2017).

7. Вплив нових технологій на мистецтво [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: [http://ua-referat.com/Вплив\\_нових\\_технологій\\_на\\_мистецтво](http://ua-referat.com/Вплив_нових_технологій_на_мистецтво) (дата звернення: 20.03.2017).

8. Українські художники будуть творити в лабораторіях [Електронний ресурс]. – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: <http://cultprostir.ua/uk/news-single/ukrayinski-khudozhniki-budut-tvoriti-v-laboratoriyakh> (дата звернення: 20.03.2017).

9. У Харкові відкриється школа science art [Електронний ресурс]. – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: <http://artukraine.com.ua/n/u-kharkovi-vidkriyetsya-shkola-science-art/> (дата звернення: 20.03.2017).

10. У Львові створять медіа-арт лабораторію «Big Data: art&code lab» [Електронний ресурс]. – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: <http://i-pro.kiev.ua/content/u-lvovi-stvoryat-media-art-laboratoriyu-%C2%ABbig-data-artcode-lab%C2%BB> (дата звернення: 20.03.2017).

11. У Києві відкрилася школа медіа-арту [Електронний ресурс]. – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: <http://i-pro.kiev.ua/content/u-kiyevi-vidkriлася-shkola-media-artu> (дата звернення: 20.03.2017).

12. Національна оперета починає співпрацю з Великою Британією [Електронний ресурс]. – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: <http://i-pro.kiev.ua/content/natsionalna-opereta-pochinaє-spivpratsyu-z-velikoju-britaniyeyu> (дата звернення: 20.03.2017).

13. Нові інформаційні технології музейної справи [Електронний ресурс]. – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: <http://pidruchniki.com/16520205/>

kulturologiya/novi\_informatsiyni\_tehnologiyi\_muzeynoyi\_spravi : (дата звернення: 20.03.2017).

14. Отрох Н. В. Інноватика в музейній педагогіці [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <http://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/123456789/-8622/1/Otrokh.pdf> (дата звернення: 20.03.2017).

15. В арт-проекті Google показали експонати Львівського історичного музею. – «Музейний простір» [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <http://life.pravda.com.ua/culture/2017/03/13/223081/> (дата звернення: 20.03.2017).

16. Маньковська Р. Сучасні музейні комунікації та перспективи їх розвитку / Руслана Маньковська [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: [http://history.org.ua/JournALL/kraj/kraj\\_2013\\_3/13.pdf](http://history.org.ua/JournALL/kraj/kraj_2013_3/13.pdf) (дата звернення: 20.03.2017).

17. Ми і соціальні мережі. Звіт за 2016-й рік [Електронний ресурс]. – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: <http://prostir.museum.ua/post/38580> (дата звернення: 20.03.2017).

18. Создан бесплатный аудиогид Национального музея Украины [Електронний ресурс]. – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: [https://ua.igotoworld.com/ru/news/627\\_sozdan-besplatnyu-audiogid-nacionalnogo-muzeya-ukrainy.htm](https://ua.igotoworld.com/ru/news/627_sozdan-besplatnyu-audiogid-nacionalnogo-muzeya-ukrainy.htm) (дата звернення: 21.03.2017).

19. У Львові в одному з музеїв запустили безкоштовний аудіогід [Електронний ресурс]. – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: [http://lviv.vgorode.ua/news/dosuh\\_y\\_eda/299471-u-lvovi-v-odnomu-z-muzeiv-zapustily-bezkoshtovni-audiohid](http://lviv.vgorode.ua/news/dosuh_y_eda/299471-u-lvovi-v-odnomu-z-muzeiv-zapustily-bezkoshtovni-audiohid) (дата звернення: 21.03.2017).

20. Відвідувачам Музею Івана Франка пропонують безкоштовний аудіогід [Електронний ресурс]. – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: <http://gazeta.lviv.ua/2016/07/06/vidviduvacham-muzeyu-ivana-franka-proponuyut-bezkoshtovnij-audiogid/> (дата звернення: 21.03.2017).

21. Музей Івана Франка у Львові запустив безкоштовний аудіогід [Електронний ресурс]. – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: [http://zaxid.net/news/showNews.do?muzeu\\_ivana\\_franka\\_u\\_lvovi\\_zapustiv\\_bezkoshtovniy\\_audiogid&objectId=1396752](http://zaxid.net/news/showNews.do?muzeu_ivana_franka_u_lvovi_zapustiv_bezkoshtovniy_audiogid&objectId=1396752) (дата звернення: 21.03.2017).

22. Мобільний аудіогід по діорамі та військовій техніці від компанії izi.TRAVEL у Дніпровському історичному музеї [Електронний ресурс]. – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: <http://prostir.museum.ua/post/38403> (дата звернення: 21.03.2017).

23. Новинка в Домі Блещунова: сенсорний інформаційний термінал з музейними листівками [Електронний ресурс]. – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: <http://prostir.museum.ua/post/37141> (дата звернення: 21.03.2017).

24. ODESSACARD оптимізує відвідання музеїв Одеси [Електронний ресурс]. – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: <http://prostir.museum.ua/post/37765> (дата звернення: 21.03.2017).

25. #MuseumSelfieDay – 2017 в Україні [Електронний ресурс]. – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: <http://prostir.museum.ua/post/38540> (дата звернення: 21.03.2017).

26. #MuseumSelfieDay – 2017: як це було в Україні [Електронний ресурс]. – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: <http://prostir.museum.ua/post/38643> (дата звернення: 21.03.2017).

27. Українські музеї запрошують зробити селфі з експонатами [Електронний ресурс]. – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: <http://cultprostir.ua/uk/news-single/ukrayinski-muzeyi-zaproshuyut-zrobiti-selfi-z-ekspوناتami> (дата звернення: 21.03.2017).

28. Мамченкова О., Педоренко М. Музеї України: хто і для чого веде Instagram про українські галереї / Оксана Мамченкова, Марія Педоренко [Електронний ресурс]. – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: <http://life.pravda.com.ua/culture/2017/02/7/222483/> (дата звернення: 21.03.2017).

29. Кузьмук В. Музеї мають значення: що робить наші культурні інституції такими особливими? / Вікторія Кузьмук [Електронний ресурс]. – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: <http://prostir.museum.ua/post/36447> (дата звернення: 21.03.2017).

30. Марченко Ю., Красномовец П. Протянуть звуки допомоги: как украинцы дают неслышащим чувствовать музыку / Юрий Марченко, Павел Красномовец [Електронний ресурс]. – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: [http://projects.platfor.ma/protyanut-zvuki-pomoshchi/?\\_ga=1.164245567.1035426007.-1427880459](http://projects.platfor.ma/protyanut-zvuki-pomoshchi/?_ga=1.164245567.1035426007.-1427880459) (дата звернення: 21.03.2017).

31. Скиба М. Культура на горизонті подій [Електронний ресурс] / Микола Скиба. – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: <http://www.korydor.in.ua/ua/ideas/kul-tura-na-gorizonti-podij.html> (дата звернення: 20.03.2017).

32. Хартія «Індустрія 4.0 в Україні» [Електронний ресурс]. – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: [http://appau.org.ua/Hartiya\\_Industriya\\_4-0\\_in\\_Ukraine](http://appau.org.ua/Hartiya_Industriya_4-0_in_Ukraine) (дата звернення: 20.03.2017).

Матеріал підготувала

***Шлепакова Т. Л.***

голов. бібліограф відділу наукового аналізу та узагальнення інформації

Комп'ютерне опрацювання та редагування ***І. Г. Піленко***

Підписано до друку 22.03.2017. Обл.-вид. арк. 1,16. Б/т. Зам. 33. Безплатно

Ротап rint НБУ імені Ярослава Мудрого, Київ–1, Грушевського, 1. Тел. 278–85–12