

**МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ УКРАЇНИ**  
**НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ КЕРІВНИХ КАДРІВ КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ**  
Кафедра мистецтвознавчої експертизи

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**  
на здобуття освітнього ступеня бакалавр

на тему: **СТАНОВЛЕННЯ ТА ФОРМУВАННЯ СУЧАСНИХ ГАЛЕРЕЙ У  
ЦИФРОВОМУ ФОРМАТІ: ЕТАПИ РОЗВИТКУ**

**Виконала:**

студентка IV курсу, групи БМЕ-21-7з  
Спеціальності: 023 «Образотворче мистецтво,  
декоративне мистецтво, реставрація»  
**Шевцова Ольга Ігорівна**

**Науковий керівник:**

доктор філософії у галузі права  
Поліщук Інна Юріївна

**Рецензент:**

Доктор історичних наук,  
декан факультету архітектури,  
будівництва та дизайну  
Національного авіаційного університету  
**Карпов Віктор Васильович**

Допустити до захисту  
Протокол засідання кафедри  
№ 10 від 12 травня 2021 р.  
Завідувач кафедри Федорук О.К.  
(\_\_\_\_\_)\_\_\_\_\_  
(підпис)(ініціали, прізвище)

## АНОТАЦІЯ

*Шевцова О.І.* Становлення та формування сучасних галерей у цифровому форматі: етапи розвитку. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дипломна робота на здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня бакалавр за спеціальністю 023 «Образотворче мистецтво, декоративне мистецтво, реставрація» – Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв, Київ, 2021.

Дипломна робота присвячена комплексному дослідженню розвитку сучасних галерей у цифровому форматі. Сформульовано висновки, практичні пропозиції й рекомендації щодо розвитку сучасних галерей, що відповідають вимогам наукової новизни.

На основі дослідження було розкрито поняття галерея, його основні ознаки та функції, поняття музейної справи, їх спільні риси та відмінності. Більш детально були дослідженні соціальні та культурні функції галерей.

В основній частині детально розглядаються умови розвитку галерей у цифровому форматі. Основною передумовою їх розвитку є технологічний прогрес людства та поява цифрових технологій, зокрема мережі Інтернет.

Розглядається питання, яке дозволяє виділити наслідки використання цифрових технологій в мистецтві і вплив соціокультурних змін на розвиток нових форм сучасного мистецтва. Доводиться наявність взаємного зв'язку сучасних тенденцій філософії культури і впровадження цифрових технологій у мистецтво. Розвиток технологій змінює не тільки філософію культури в цілому, а й розширює теорію і методологію мистецтв.

В роботі окреслено функції цифрових технологій у сфері мистецтва. Нові інформаційні технології розглядаються не тільки як допоміжні засоби організації простору, але і як самостійний інструментарій формування нової віртуальної середовища. Наводяться приклади впровадження засобів мультимедіа у галерейну та музейну діяльність. Йде мова про віртуальні виставки музеїв як нового феномену розвитку інформаційно-комунікаційних технологій.

*Ключові слова:* галерея, цифрові технології, блокчейн у мистецтві, віртуальна виставка.

## ЗМІСТ

ВСТУП .....	4
РОЗДІЛ 1. ПОНЯТТЯ, СТРУКТУРА ТА ФУНКЦІЇ ХУДОЖНІХ ГАЛЕРЕЙ.....	5
<b>1.1. Поняття та типи художніх галерей.....</b>	<b>5</b>
<b>1.2. Порівняння галерейної та музейної діяльності.....</b>	<b>7</b>
<b>1.3. Етапи розвитку сучасної галерейної діяльності .....</b>	<b>11</b>
<b>1.4. Соціальні та культурні функції художніх галерей .....</b>	<b>13</b>
РОЗДІЛ 2. РОЗВИТОК ГАЛЕРЕЙ У ЦИФРОВОМУ ФОРМАТІ.....	17
<b>2.1. Мистецтво як спосіб аналізу та розуміння людського існування ....</b>	<b>17</b>
<b>2.2. Поява цифрових технологій та їх функції в мистецтві.....</b>	<b>26</b>
<b>2.3. Авторське право та цифрове піратство .....</b>	<b>31</b>
<b>2.4. Блокчейн .....</b>	<b>37</b>
РОЗДІЛ 3. ЦИФРОВІ ГАЛЕРЕЇ .....	46
<b>3.1. Оцифровка традиційних галерей .....</b>	<b>46</b>
<b>3.2. Сучасні цифрові галереї. Їх специфіка, функції .....</b>	<b>52</b>
<b>3.3. Порівняльний аналіз традиційних та цифрових галерей.....</b>	<b>56</b>
ВИСНОВКИ.....	64
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	67
ДОДАТКИ.....	72

## ВСТУП

**Актуальність теми.** Інформатизація та інформаційні технології стали невід’ємною частиною життя сучасної людини і вплинули на всі його сфери. Зрозуміло, це стосується і мистецтва. Коли мова заходить про творче відображення світу і його проблем, важливо йти в ногу з часом і використовувати всі нові можливості. Саме тому проблема становлення та формування сучасних галерей у цифровому форматі актуальна і потребує розкриття та вивчення.

**Мета і завдання дослідження.** Метою роботи є формування теоретичних засад та практичних рекомендацій феномену розвитку сучасних галерей у цифровому форматі.

Сформульована мета передбачає розв’язання низки задач, а саме:

- з’ясувати стан наукового дослідження проблем розвитку сучасних галерей;
- розкрити поняття галереї та музею, виокремити їх схожі риси та відмінності;
- сформулювати етапи розвитку сучасної галерейної діяльності;
- дослідити як змінюються функції сучасних галерей з технічним розвитком та впливом на загальне ставлення до мистецтва;
- визначити основні умови розвитку галерей в цифровому форматі;
- окреслити проблеми авторського права та цифрового піратства у мистецьких об’єктах;
- охарактеризувати сучасні цифрові галереї та віртуальні виставки;
- визначити тренди та перспективи розвитку сучасних галерей.

**Об’єкт дослідження** – процеси формування та розвитку галерейної діяльності та музейної справи.

**Предмет дослідження** – впровадження інформаційних технологій у цифровому форматі в галерейну справу.

**Практичне значення отриманих результатів** полягає в тому, що на основі авторських розробок сформульовані теоретичні положення, висновки, надані пропозиції, які може бути використано в *освітньому та комунікаційно-розважальному процесі*.

**Апробація результатів дослідження** здійснена у практичній діяльності шляхом впровадження цифрових технологій у виставках в м. Києві.

Дипломна робота самостійна наукова праця. Положення, висновки, пропозиції та рекомендації сформульовані автором на підставі одноосібного та самостійного наукового дослідження.

**Структура та обсяг дипломної роботи.** Робота складається з анотації, вступу, трьох розділів, що включають одинадцять підрозділів, висновків, списку використаних джерел (45 позицій). Повний обсяг дипломної роботи становить 78 сторінок, з яких основний текст – 64 сторінка.

## РОЗДІЛ 1. ПОНЯТТЯ, СТРУКТУРА ТА ФУНКЦІЇ ХУДОЖНІХ ГАЛЕРЕЙ

### 1.1. Поняття та типи художніх галерей

Галерея - це державна або приватна організація, яка постійно займається виставкою, зберіганням, дослідженням та просуванням мистецтва. Залежно від статусу та поставлених цілей галереї мають можливість займатися комерцією. Значення слова "галерея" у багатьох мовах дуже подібні. Одне з понять, наведених у словнику, - це витягнута частина кімнати або коридор, що з'єднує різні частини будівлі [31]. Так чи інакше, це поняття спочатку асоціювалося з архітектурою. Галереї - це витягнуті приміщення, розділені балюстрадами. Пізніше поняття «витягнутий простір» було перенесено в організацію того самого простору, тобто в його призначення з будь-якою метою.

Отже, італійською мовою *galleria* означає «церковний ганок». Сьогодні значення галереї набуло набагато більшої кількості визначень та цілей і має певну семантичну неоднозначність. Існує також таке визначення художньої галереї: «спеціально облаштована кімната для перегляду творів мистецтва; державна, громадська чи приватна організація, яка постійно займається виставкою, зберіганням, дослідженням та просуванням мистецтва. Залежно від статусу та поставлених цілей, вона може вести комерційну діяльність»[6]. У свою чергу Міріам Прево визначила художню галерею так: «фінансовий організм, який створює економічні цінності на основі художніх цінностей»[19]. «Галерея купує, зберігає, експонує, продає та публікує твори художника серед публіки ...»[19]. До переліченого можна додати те, що у зв'язку зі збільшенням попиту та підвищеним інтересом до мистецтва галерея є також соціальним інститутом, який займається не лише розповсюдженням творів сучасного мистецтва в суспільстві, іншими словами, продає їх, але також займається культурно-освітньою роботою, виставкою робіт художників, публікаціями наукової літератури, організацією круглих столів. Поєднуючи ці визначення, ми можемо отримати робоче поняття «галерея»: це художня та культурна організація, що займається культурною, освітньою та виставковою діяльністю

(пошук, експонування, зберігання, реставрація, вивчення та популяризація творів сучасного мистецтва), а також комерційна діяльність (експертиза, реклама та продаж художніх творів).

Художня галерея вважається простором, в якому проводиться експозиція образотворчого мистецтва. У більшості випадків усі виставлені роботи виставляються на продаж. Художні галереї також іноді називають художніми музеями.

Художні галереї можна класифікувати на такі типи. Мілюкова [29] пропонує досить місткий їх поділ:

- галерея, орієнтована на мистецькі рухи
- галерея, що спеціалізується на мистецтві
- галерея "особиста орієнтація"
- галерея одного художника
- галерея однієї картини
- галерея-салон
- віртуальна галерея

Галереї, орієнтовані на мистецькі тенденції, за своєю специфікою повинні демонструвати та представляти мистецтво певної групи художників, які працюють в одному напрямку, належать до тієї чи іншої течії чи школи. Робота таких галерей полягає в тому, що вони організують регулярні персональні та групові виставки, різноманітні акції (залежно від того, який вид мистецтва представлений певною групою художників), випускають спеціалізовану літературу, брошури, каталоги виставок, встановлюють контакти та зв'язки з їх однодумцями за кордоном, займаються освітою молодого покоління наступників та послідовників, створюють власні архіви професійної, спеціалізованої колекції. Особливість і призначення художніх галерей полягає в тому, що вони просувають певну групу художників, пов'язаних з одним видом мистецтва: або живописом, або графікою, або скульптурою, або фотографією.

Галереї, що спеціалізуються на видах мистецтва, загалом досить складні за змістом, оскільки вони пропонують різні напрямки в одному виді мистецтва,

різноманітність прийомів, форм та способів висловлення головної ідеї; відкриті для нових авторів, технік і технологій, напрямків у обраній галузі, але закриті для інших видів мистецтва; гнучкі, оскільки вони змушені відчувати зовнішні зміни і підлаштовуватися під них, щоб бути на плаву у складній системі торгових відносин.

Галереї «особистої орієнтації» співпрацюють з певними авторами, які можуть стосуватися різних напрямків, шкіл, займатися будь-якими жанрами та видами мистецтва.

Інший тип галерей - це галерея одного твору, особливістю якого є побудова виставкового простору у спеціальному вигляді, в якому глядачеві на кожній змінній виставці представлений лише один твір. Однак, на жаль, такий спосіб експонування, який ідеально підходить для музею, не підходить для картинної галереї сучасного мистецтва, оскільки галерея є комерційною установою. І, швидше за все, такі галереї залишаться одиничним явищем, пов'язаним з організацією якоїсь конкретної виставки. Салонні галереї - це лише комерційні організації, створені та діючі з метою максимального продажу мистецтва. Віртуальні галереї набирають обертів і популярності та широко розповсюджуються з кінця ХХ ст. У процесі розвитку галерейного бізнесу, технічний прогрес це досить цікава платформа для розвитку сучасної людини. Крім того, з точки зору комерції, це гарний проект для реалізації сучасного мистецтва, який не вимагає великих фінансових вкладень. Саме різноманітність типів галерей дає змогу повністю задовольнити всі запити відвідувачів. У галереї можна побачити роботи не тільки шанованих, але і нових, маловідомих художників. Також не менш важливий аспект - є можливість придбати вподобаний витвір мистецтва, не сумніваючись у його професійному рівні та справжності. Галерея одночасно і ненав'язливо знайомить відвідувачів з новими тенденціями сучасного мистецтва та виховує художній смак.

## **1.2. Порівняння галерейної та музейної діяльності.**

Щоб не плутатись у визначеннях понять «галерея» та «музей», кожне з цих понять буде розглянуто окремо, а потім виявлені подібні риси. В основному

поняття галереї означає виставковий простір. У більш вузькому розумінні галереї порівнюють із мистецькими організаціями. Але і тут немає точної версії тлумачення. В Україні під галереями маються на увазі як державні (Національна галерея України), так і муніципальні музеї (Муніципальний музей приватних колекцій імені А. В. Блещунова в Одесі, Національний художній музей імені Богдана та Варвари Ханенків у Києві), а також бізнес-організації з комерційним призначенням в отриманні прибутку від продажу творів мистецтва. Поняття галереї вважається насамперед "комерційними галереями". Також не треба плутати слово «Галерея» в назві музею з поняттям «галерея». Берлінська галерея мистецтв є музеєм, і галерея Тейт, хоча й отримує значні кошти від туристів, не вважає головною метою комерціалізації своєї діяльності. Щоб не було вагань щодо того, що входить у визначення галереї, це поняття також включатиме салони мистецтв, які, так чи інакше, є галереями. Слід зазначити, що така еволюція галереї свідчить про взаємопроникнення ділового та соціально-культурного аспектів. І.Г. У статті «Галерейна справа» Гангельдієва [39] виділяє такі характеристики сучасних галерей мистецтва:

- Галерея разом із художниками та експертами створює колекції світового, національного та місцевого значення, створюючи тим самим основу для розвитку культури.
- Виступає як виставкова площа, яку створює зацікавлена особа. Зацікавленою особою може бути як приватний колекціонер, так і держава.
- Галерея є основою пошуку талантів серед художників. У середині XVIII століття, коли не було телебачення, радіо та газет, художники могли дістати потенційних покупців, головним чином завдяки співпраці з галереями.
- Це мистецька та комунікаційна платформа, за допомогою якої можуть взаємодіяти власники художніх творів, критики, арт-дилери та представники ЗМІ.



Місія галереї - формувати художній смак публіки, інформувати та виховувати.

Розглядати та роботи акцент будемо на двох останніх характеристиках картинної галереї: вивченні діяльності галереї з точки зору народної освіти.

Музеєзнавство займається всіма аспектами галерейної практики. Опанування цієї дисципліни в закордонних університетах дає можливість практикувати як мистецьку (експертну) діяльність, так і вести бізнес (галерейний бізнес). Вивчення музейної справи в контексті цієї роботи стає необхідним не лише через схожість визначень, але й через безліч успішних прикладів використання PR-технологій у відомих музеях. Дотримуючись концепції словника Ожегова, музей - це «установа, яка займається колекціонуванням, вивченням, зберіганням та експонуванням предметів - пам'яток природознавства, матеріальної та духовної культури, а також освітньо-популяризаційною діяльністю» [31].

Історичний словник містить інформацію про роботу музеїв за всю історію культури. Отже, першими музеями (від грецького Museion - храм муз) є колекція бібліотеки Ніневійського палацу (VII ст. до н. е.) Та сховища Кносського палацу в Мікенах (XVI ст. до н. е.).

В епоху Відродження європейські музеї набувають дещо інших характеристик. Так вони виставляють природно наукові відкриття тієї епохи, експонати, які привозять з подорожей, бо це епоха Великих географічних відкриттів. Слід зазначити, що в XVII-XVIII ст. починають з'являтися колекції та інтерес до них. Саме в цей час палаци стали використовувати як сховища для різних колекцій (Лувр, Малий Ермітаж). У XIX столітті музеї стали комплексом залів для виставок, бібліотек, аудиторій. «Фасадам надавався урочистий вигляд у класицистичному або національному стилі, інтер'єри оброблялись у дусі експонованих предметів» [6]. Соціологічний словник «визначає" музей як "дослідницький, культурний та освітній заклад» [42] і класифікує музеї за територіальністю (світовою, регіональною) та за профільними групами (краєзнавчий, архітектурний, історичний, художній). Більшість концепцій

зводиться до трактування музею як соціального інституту. М. Е. Каулен та Е.В. Мавлєєв у Сучасній музейній енциклопедії стверджує, що музей - це «історично зумовлений багатофункціональний інститут соціальної пам'яті, завдяки якому реалізується соціальна потреба у відборі, збереженні та репрезентації певної групи природних та культурних об'єктів ,які сприймається суспільством як цінність, що підлягає вилученню із навколишнього середовища і передачі від покоління до покоління, - музейних предметів» [21]. Міжнародна рада музеїв у 1995 р. Дала таке визначення: музей є «постійною некомерційною установою на службі суспільству та його розвитку та відкритою для людей, яка набуває, зберігає, вивчає, популяризує та виставляє речові докази для навчальних закладів, освітніх та розважальних цілей людини та її оточення» [43].

Кодекс професійної етики Ради музеїв містить перелік організацій, які можуть бути музеями. Він включає заповідники, заповідники дикої природи, природні парки, наукові центри та планетарії, культурні центри, ботанічні та зоологічні сади, некомерційні організації, пов'язані з документацією та іншими видами діяльності, що допомагають музею, та некомерційні художні галереї. Останній пункт у списку виявляє відмінності в цілях галереї та музею, а саме бажання отримати прибуток від продажу творів мистецтва та відсутність такого інтересу у музею. Нарешті, Система культурної статистики ЮНЕСКО у 2009 р. Визначає музеї як «некомерційні постійні установи, що обслуговують суспільство та його цілі розвитку, відкриті для громадськості, набувають, зберігають, досліджують, передають та демонструють матеріальну та нематеріальну спадщину людства та навколишнього середовища для навчання та розваг. Сюди входять музеї просто неба» [44]. Після виявлення відмінностей у роботі музеїв та галерей необхідно з'ясувати їх подібність, що визначає обидва об'єкти дослідження. Діяльність музею, головне його завдання, визначає місію передачі культурної спадщини суспільству для наукових досліджень та освіти. Діяльність галереї також розповідає та навчає, але з комерційною метою. Кінцева мета обох типів культурних починань різна, але загалом і музеї, і галереї

прагнуть підвищити освітній рівень відвідувачів, виховуючи їх за допомогою розваг.

### **1.3. Етапи розвитку сучасної галерейної діяльності**

Проаналізувавши історію розвитку галерейної діяльності, розкриваються деякі важливі особливості. Тож наприкінці 70-х - на початку 80-х ХХ ст. з'являються незалежні групи художників, такі як «Група одинадцяти», «Група восьми», «Одна композиція» тощо. Ці компанії влаштовували власні виставки, використовуючи різні приміщення для цього. такі як кафе, фойє кінотеатрів, подвір'я будинків. Також ці асоціації влаштовували різні музичні вистави та інсталяції. Ці організації розташовувались у занедбаних приміщеннях, будівлях, заводських майстернях, створювали там мистецькі центри. У ХХ ст. після розвалу СРСР перші галереї, що з'явилися, були в Москві і мали нестабільний, стихійний характер, але в 1988 році вони почали ставити перед собою цілі та завдання, розробляти бізнес-плани та стратегії розвитку. Це була «Перша галерея», яку заснували Айдан Салахова, Е. Мітта та А. Якут. Тоді ж з'явилися інші галереї: «Марс», «Арбат 34», «Рама-Арт» у Москві, «Борей», Палітра, «Аріадна» та інші. Ці галереї забезпечили формування галерейного бізнесу в СРСР.

Трохи пізніше почали з'являтися установи, що об'єднували кілька галерей. Наприклад, Московський центр сучасного мистецтва, де відкривалися художні галереї різного призначення. Діяльність галерей "Школа", "Арт-медіа-центр", галерея Марата Гельмана та галерея "1.0", відкритих на базі цього центру, не були взаємопов'язані між собою. Але сам факт відкриття цього закладу спонукав до розвитку центрів сучасного мистецтва. На базі цього центру розроблялись нові технології майбутніх художніх галерей, які визначали якісну різноманітність їх функцій, напрямків та специфіки. Так, починаючи з 1988 р., у СРСР почали створюватися художні галереї сучасного мистецтва. А. Боровський умовно виділяє два етапи розвитку галерей. На першому етапі (перша половина 90-х) сформувались галереї першої хвилі, робота яких була пов'язана з комерційним напрямком. Отримання прибутку в цих галереях було першим і

головним завданням. Такі вузькопрофільні галереї займалися лише експозиційною діяльністю та комерційним продажом творів мистецтва. На другому етапі комерція поступово починає відходити на другий план, і головними завданнями є залучення глядача, а також відображення загальних соціальних проблем суспільства. Мистецькі центри почали організовувати свою роботу з урахуванням соціальних потреб. Вони розширювались у різних напрямках, особливо творчих, завдяки чому глядач мав можливість безпосередньо брати участь у художньо-творчому процесі. На базі центру виникли: книжковий клуб, театр, музичний клуб-кафе, бібліотека, проводилися художні виставки, читання та дискусії, цикли лекцій тощо.

Проаналізувавши етапи галерейної діяльності, слід зазначити, що, незважаючи на несприятливу атмосферу, яка склалася у 80-ті роки у СРСР, галереї поступово і безперервно розвивалися, збільшуючи свою роль і авторитет у житті суспільства. З часом комерційний аспект відійшов на другий план, демонструючи соціально-культурні та комунікативні функції вперед, забезпечуючи галереям сприятливий та перспективний розвиток, дозволяючи їм зайняти своє місце в культурному житті суспільства. Крок за кроком проводилось формування загальноосвітнього посібника в роботі музеїв та картинних галерей. Теоретики та практики США та Німеччини першими сприйняли освітній компонент соціально-культурної діяльності як елемент головного. Директор Південного Кенсінгтонського музею Г. Коль сказав, «що поки музеї та галереї не ставлять перед собою освітніх цілей, вони є не що інше, як нудними і марними організаціями» [45]. Цей вислів дав можливість музею розвивати сферу своєї діяльності, залучаючи до процесу музею всі верстви суспільства та вдосконалюючи творчі навички людини.

У ХХ ст. в США були визначені основні орієнтації освітньої діяльності для відвідувачів, які були спрямовані на різні вікові та соціальні групи:

- Програми для дітей.
- Програми, спрямовані на підвищення рівня знань.
- Програми, спрямовані на відпочинок та розваги.

У Німеччині також активно формувалася загальноосвітня функція музею. Так, А. Ліхтварк, директор картинної галереї в Гамбурзі, у своїй роботі «Музей як навчальний та освітній заклад» [27] зазначав, що освітня мета музею є його головною соціальною функцією. Також у своїй статті він розглядав фігуру відвідувача, як учасника діалогу, з яким потрібно підтримувати зв'язок та встановлювати контакти. Освітня діяльність повинна підтримувати інтерес глядача та бути помічником у пізнанні. Отже, функції музеїв та галерей повинні бути спрямовані не лише на експозицію, а й на освітню складову.

#### **1.4. Соціальні та культурні функції художніх галерей**

Серед нині діючих соціальних інституцій далеко не всі відкриті для безпосереднього діалогу із зовнішнім світом. Володіючи вражаючими інструментами: доступність, колекції, комунікативні форми спілкування - художні галереї формують зв'язки з суспільством і є результатом та незамінним засобом соціального розвитку, заснованого на потребах соціально-культурного середовища. Для більш широкого вивчення явищ соціокультурності художніх галерей необхідно вивчити їх функції. Музейні експерти рекомендують раннє тлумачення цього поняття: від освітньої та виховної функції до функцій: освітньої, комунікативної, інтеграції в сучасне суспільство, передбачення потреб і очікувань суспільства, а також соціальної адаптації до сучасного світу тощо. Ці функції можна поєднувати на два блоки: комунікативна інтерпретація та моделювання дійсності. Е. Б. Медведєва пише [28], що розподіл цих функцій важливий для розуміння можливостей музею як складного соціокультурного інституту науки, мистецтва, освіти. Їй були відведені функції сучасних художніх галерей, які дозволяють розглядати їх з позицій соціально-культурної установи:

1. комунікативна - передбачає спілкування та особисту взаємодію.

2. соціокультурна - сприяє культурній ідентифікації суспільства.

3. образотворча та соціалізуюча - навчає та сприяє формуванню особистості, знайомить людей із знаннями.

4. інформаційна - передача та набуття нових знань.

5. соціалізація - має значний вплив на формування духовно-моральних якостей особистості, естетичних та інших форм суспільної свідомості.

6. регулятивна - регулює відносини в суспільстві.

7. інтегративна - сприяє соціальній взаємозалежності, відповідальності, соціальній згуртованості.

8. організація дозвілля.

Галереї здійснюють важливу інформаційну, освітню та соціокультурну діяльність. Варто зазначити, що соціокультурна діяльність походить від таких функцій: соціальної, дозвіллевої, виховної та освітньої. Все це пов'язано з цікавістю самих відвідувачів в отриманні нових знань, ознайомленні із пам'ятками мистецтва, а також бажанням з користю провести своє дозвілля та водночас бути не стороннім спостерігачем, а учасником цієї події. Протягом своєї діяльності художня галерея передає людині певні знання, погляди та цінності, забезпечує можливість соціалізації та може змусити людину зрозуміти своє місце та значення у структурі суспільства. Галереї виступають загальноосвітньою платформою, спілкуючись із громадськістю, оскільки, створюючи діалог між гостем та об'єктом, створюється ресурс для залучення глядача до процесу, що дає йому можливість стати безпосереднім учасником спілкування.

Заклади культури є місцем саморозвитку, впливаючи на творчі характеристики та культурне становлення людини, даючи змогу залучитися до процесу своєї діяльності. Цей етап потрібно інтегрувати з іншими галузями інституту культури, щоб культивувати працю людської думки та формувати інтелект, насичуючи її емоційні відчуття та пробуджуючи бажання пізнати світ.

Переважним етапом у формуванні особистості можна назвати духовно-моральний аспект. Цей компонент виражає відмінні риси соціального середовища, соціальних відносин, способу життя і природно доповнює будь-яку форму соціально-культурної діяльності, показує світоглядні позиції, ідеологічні погляди та взаємозв'язки. Це головний аспект духовно-морального розвитку. У зв'язку з цим ми зобов'язані заглибитися у це, оскільки всі сторони людського

життя впливають на його моральне формування. М. А. Аріарський [7] у своїй роботі звернув увагу на низку компонентів, що формують етику засобами соціокультурної діяльності, на основі яких були складені наступні компоненти соціокультурної діяльності музеїв та галерей для створення духовно-моральних аспектів особистості. Першочерговим завданням є моральне виховання. Він формується через виставки, звіти та лекції, завдяки яким галереї та музеї можуть поширювати моральні принципи. Наступним аспектом є спеціальні методи педагогічної діяльності у закладах культури, орієнтовані на створення індивідуальності, включаючи особистість у духовно-моральні елементи творчості. Останній аспект - це, безсумнівно, клімат, який формується в закладах культури, культивуючи формування моральної атмосфери. Можна підсумувати, що залучення громадських груп до культурного життя галерей допоможе перевтілити моральні категорії у переконання, які стануть нормою. Основна мета закладів культури - залучити громадськість до отримання знань, навчити їх аналізувати та робити наступні висновки. Духовно-моральний аспект тісно взаємопов'язаний з виховним, який, загалом, створює світоглядні основи особистості людини.

Підсумовуючи взаємозв'язок між галереями сучасного мистецтва та суспільством, можна підсумувати, що галерея сучасного мистецтва відіграє провідну роль у культурному житті суспільства та міста. Для суспільства художні галереї є аспектом соціально-культурного дизайну; для міст - це місце, де зосереджено культурне життя та громадське дозвілля. Зараз саме на жителів великих міст з його особливим культурним кодом орієнтоване сучасне мистецтво. Отже, можна зробити висновок, що художня галерея сьогодні виконує важливі соціальні та культурні функції: соціалізацію, спілкування, розвиток духовно-моральних аспектів особистості, освітні, дозвілєві та культурні. Сучасна галерея повинна активно взаємодіяти з громадськими групами та будувати свою діяльність відповідно до їх потреб.

**Висновки.** У наш час художні галереї є невід'ємною частиною культурного та соціального простору. Незважаючи на те, що сучасні галереї вже знайшли своє

місце в культурному житті світового суспільства, діяльність галерей сучасного мистецтва безпосередньо залежить від ринкових механізмів: будучи основною інституцією ринку сучасного мистецтва, галерея виконує свої основні функції в художньому середовищі. В епоху постійного розвитку суспільства та процесів глобалізації, взаємовідносин суспільства та культурних установ, галереї розширюють свій вплив та пропонують громадськості більш активне спілкування. У цьому контексті галереї формують комунікацію між суспільством і культурою, будучи соціально-культурною установою. Основними функціями картинної галереї є: комунікативна, соціокультурна, освітня, інформаційна, регулятивна, соціалізуюча, інтегративна, а також функція організації дозвілля. Вищезазначені функції забезпечують той факт, що заклади культури в наш час є чимось більшим, ніж місцем для експонування предметів мистецтва, а також що вона свідомо та цілеспрямовано культивує спрямований розвиток культури та кожної людини зокрема. Для ефективного спілкування сучасних галерей необхідно правильно використовувати простір, що дозволить налагодити спілкування з відвідувачами. Підводячи підсумок, галерея як проєкт є єдиною в своєму роді діяльністю інституту культури з властивою їй мистецькою політикою, даними ресурсами, командою, бюджетом, обумовленими критеріями ефективності та часовими рамками, спрямованими на розвиток сучасної культури, з одного боку, та розвитку художнього ринку, з іншого. Можна також сказати, що художня галерея - це не що інше, як унікальне місце, призначене для експонування предметів мистецтва, з чіткою стратегією, політикою та діяльністю, спрямованою на розвиток культури.



## РОЗДІЛ 2. РОЗВИТОК ГАЛЕРЕЙ У ЦИФРОВОМУ ФОРМАТІ

### 2.1. Мистецтво як спосіб аналізу та розуміння людського існування

У процесі людського розвитку поняття «мистецтво» конотується історичними змінами (трансформаціями) форм і типів культури, їх взаємодією, а відповідно, характером філософської, мистецтвознавчої, художніх рефлексій і дотепер це багатовимірна семантична формація, принципово відкрита для включення нових семантичних елементів, породжених невпинно постійним та трансформуючим художньо-естетичним досвідом людства, включаючи розвиток міжкультурних зв'язків, комунікацій, обмінів, технологій, що забезпечують та підтримують творчість та передачу своєї продукції в суспільство.

Історично мистецтво виникає тоді, коли людина виходить за рамки задоволення своїх безпосередніх фізичних потреб, практико-утилітарних інтересів та цілей і отримує можливість творити. Отже, мистецтво - це особлива форма засвоєння людиною світу, при якій світ з'являється в мистецтві через форми діяльності, спілкування та самореалізації людей. Це дає миттєві роздуми та розширені прогнози людського існування, його просторової та часової єдності зі світом. Мистецтво, що розуміється як своєрідне загальноприйняте ціле, можна трактувати як картину світу або своєрідну онтологію, зосереджену на динаміці суб'єктно-осмисленого буття людей. Як особлива форма людської діяльності мистецтво поєднує у своїх образах об'єктивне, комунікативне, окремі аспекти діяльності, тому воно зберігає спонукальні, перетворювальні та пізнавальні принципи, а також колективні та особисті ідеї. У різні епохи та в різних напрямках мистецтва акценти у взаємозв'язку цих принципів суттєво різняться, тим не менш, вони завжди присутні, і їх взаємозв'язок залишається постійною темою для обговорення призначення мистецтва, його ролі у розвитку суспільства. Розгляд феномену мистецтва передбачає складний поділ видів людської діяльності, коли кожен з них досить чітко виділився, а потім утвердився в технічних засобах; відповідно, специфіка мистецтва розкривається на тлі інших видів діяльності: матеріального та духовного виробництва, релігії, моралі, науки. Проблема, однак, полягає в тому, що мистецтво зберігає синтетичний характер

людської діяльності, хоча на різних етапах історії та в різних типах культури помітні відмінності в домінуючих образах мистецтва, методах їх створення, схемах їх функціонування і передачі. Вирішення питання про специфіку мистецтва «взагалі» породжує багато труднощів. Виглядає продуктивнішим розгляд специфіки мистецтва на певному соціальному «тлі», в певних системах суспільства, оскільки кожна історична епоха мала своє розуміння феномену мистецтва, зумовлене місцем і роллю художника в системі соціального поділу праці та його становища в суспільстві. Тоді питання збереження специфіки мистецтва в мінливих системах поділу та співпраці людської діяльності виявляється по суті пов'язаним з питанням про те, як мистецтво зберігає своє конкретне становище через зміщення акцентів у використанні образних засобів людського розвитку світу. В архаїчних суспільствах, де свідомість та діяльність ще не були настільки розділеними та спеціалізованими, як пізніше, протомистецтво було присутнім у всіх основних формах та засобах людського розвитку світу. Легенди, танці, малюнки, скульптури, прикраси, посуд, знаряддя діяльності зафіксували людські форми оволодіння життям, форми його переживання та осмислення. Водночас синкретичний та переважно ритуально-магічний характер творів первісного мистецтва, незважаючи на прояв у них естетичних принципів, не дозволяє повністю віднести їх до галузі мистецтва. У традиційних товариствах класового типу специфіка мистецтва виявляється на тлі жорсткого розподілу людей за соціальними позиціями та видами діяльності. Важливими в цьому сенсі є окреслений поділ матеріально-виробничої та духовної (у тому числі духовно-практичної) діяльності, зростаюча соціальна значимість роботи майстра, який створює знаряддя праці та володіє ними, відповідно, «розподіл» самого мистецтва між звичайна поведінка нечистого та ініційованого. У зв'язку з цим мистецтво виявляється своєрідним «знаком якості», що вказує на майстерність і відданість автора відповідним характеристикам його виробів. Таким чином, позиція художника ще не різко протиставляється позиції священика, вченого чи ремісника, але вона вже була ізольована від потоку повсякденної поведінки та рутинної діяльності людей. В

Античності мистецтво займало проміжне положення між матеріальним та духовним виробництвом. Стародавній термін «τέχνη» означав водночас науку, ремесло та мистецтво, об'єднані за критерієм належності до «доцільної», «ідейно значущої», «моделюючої» діяльності. Ця термінологічна невідмінність власне художньої та ремісничої діяльності відображала внутрішній зв'язок між цими сферами людської діяльності, що найбільшою мірою характеризує класичний період у розвитку античного світу. В гомерівську епоху розподіл праці був настільки слабким, що мистецтво, включаючи технічне ремесло, ще не відокремилася і не було протистоянням духовній діяльності. Тому терміни Гомера «σοφία» (майстерність, мудрість) та «τέχνη» (мистецтво, ремесло) по суті були однаковими: мудрість (σοφία) розуміється як ремесло, творчість; мистецтво (τέχνη) пов'язане з поняттям мудрість, знання. Однак із розподілом праці відбувається поступова розбіжність духовної та матеріальної сфер діяльності. Стародавнє суспільство мало досить зарозуміле ставлення до фізичної праці, розглядаючи її як важку необхідність, і тому прагнуло перекласти весь свій тягар на рабів та напіввільних ремісників. За цих умов мистецтво відокремлюється від безпосередньої матеріальної практики і стає заняттям вільно народжених. Мистецтво визнається благородним, якщо воно є засобом виховання, розваги чи інтелектуального дозвілля вільно народжених. Але як тільки мистецтво стає предметом професійних занять, воно негайно засуджується як грубе ремесло та варварське заняття. Тому в Стародавній Греції розрізняли доблесть (арете) та технічну майстерність у будь-якому мистецтві (арете технес). Отже, Арістотель, обґрунтовуючи необхідність практичної підготовки з мистецтва в освіті громадянина, виступив проти професійної підготовки з мистецтва вільних людей. Зокрема, професійне навчання музиці повинно бути виключене із системи освіти, оскільки вивчення його «для того, щоб сподобатись слухачам» є «грубою метою», яка перетворює людей на ремісників (Політика, 1341 а). Протиставлення мистецтва та ремесла особливо гостро реалізується в епоху еллінізму, коли протистояння між фізичною та духовною працею переростає в антагонізм рабської та вільної праці. Про це пише Сенека у своїх «Листах до

Луцилія» і дуже різко Цицерона. «Усі ремісники займаються підлою роботою, в майстерні не може бути нічого благородного, а ремесла, що подають задоволення, заслуговують найменшого схвалення» («Про обов'язки»). У давнину поняттям, що позначає сутність мистецтва, було поняття «мімезис» (μίμησις - подібність, відтворення, наслідування). Вже Демокріт розглядав наслідування як основу всієї людської діяльності, включаючи мистецтво. Розвиток і систематичний виклад теорії мімезису отримує Платон, який вважав, що наслідування є основою всієї художньої діяльності. Платон створив ідеалістичну версію теорії мімезису. Його теорія служила не тільки для пояснення сутності мистецтва, але і для доведення його слабкості, недосконалості, когнітивної та естетичної неповноцінності. Зрештою, мистецтво є імітацією не вічних і незмінних ейдосів, а тимчасових, мінливих і неправдивих чуттєвих речей. На цій підставі Платон відкидав деякі види та жанри мистецтва, вважаючи їх шкідливими, обманюючи людей зовнішністю, ілюзією. Теорію мімезису Арістотель застосовує не лише до образотворчого мистецтва, а й до поезії, драми та музики. Його теорія наслідування суттєво відрізняється від теорії Платона. Якщо Платон вчив про наслідування "вічних ідей", то Арістотель говорив про мистецтво як наслідування існування речей. На думку Арістотеля, ідеї знаходяться в самих речах, і тому лише речі можна наслідувати. Застосовуючи теорію наслідування до різних видів мистецтва, Арістотель розробив одну з перших систем класифікації мистецтв. Важливим моментом в арістотелівській теорії мімезису було твердження, що наслідування в мистецтві приносить задоволення і в таких формах, як музика та драма, асоціюється з катарсисом (очищенням). Теорія мімезису - загальне уявлення про сутність мистецтва - згодом успадкувала вся європейська естетика. У Платона, найбільшого філософа-неоплатоніка (III ст.), Світове божество перетворюється на ремісника-деміурга; природа, як майстер, створює прототипи та форми всіх речей. Художник стає співучасником та виразником творчої енергії деміурга. Якщо класична антична естетика розглядала мистецтво як наслідування (мімезис) природи, то зараз, навпаки, діяльність природи стає містичним та

символічним відображенням ремесла чи художньої діяльності. У середні віки в процесі формування нових форм праці, пов'язаних з феодальним способом виробництва, праця отримує моральну санкцію, а ремесло під назвою «arte» вводить в систему середньовічних знань. Дійсно, середньовічне поняття «мистецтво» (ars) входить до системи схоластичних знань. Система освіти базується на вивченні семи "вільних мистецтв", які включають граматику, риторику, логіку, що складають «Привіум», та геометрію, арифметику, астрономію та музику, що складають «Квадривіум». Про слабе розмежування поняття мистецтва та галузі наукового знання свідчить трактат римського філософа VI ст. Кассіодора «Про науки та вільні мистецтва». У цьому нарисі Кассіодор намагається розрізнити науку (дисципліна) та мистецтво (ars). На його думку, наука - це аподиктичне знання, тоді як мистецтво - це знання ймовірного. Середньовіччя поширило на мистецтво ієрархічний принцип поділу земного і небесного. Найнижче місце в ієрархії мистецтв займає візуальне мистецтво. Це розуміння відповідає фактичному положенню образотворчого мистецтва в системі матеріальної та духовної культури середньовічного суспільства. На той час живопис, скульптура, архітектура, як і реміснича діяльність, отримали цехову організацію, що має власні професійні таємниці, обмеження та традиції. Художники, як і ремісники, складають майстерні та гільдії. Дуалізм розумного і надчуттєвого, споглядання і припущення, властиві естетичному сприйняттю Середньовіччя, є свідченням розриву, характерного для феодального способу виробництва з його станом і цеховою організацією. Нове розуміння мистецтва, яке приносить епоха Відродження, пов'язане з революційним руйнуванням старих, феодально-соціальних відносин, із звільненням особистості виробника від класових і цехових обмежень, що стримують його діяльність. Високо оцінюючи призначення та гідність людської особистості, стверджуючи ідею необмеженого розвитку її можливостей, естетика Відродження вбачала в митці конкретний образ такої людини. Той факт, що пошук універсальної людини привів саме до художника, а не до філософа, вченого чи політика, був не випадковим. Це визначалося позицією, яку художник

займав у культурному житті епохи. Художник виступав посередницькою ланкою між фізичною та розумовою працею. Тому в його діяльності вони бачили реальний шлях подолання дуалізму теорії і практики, знань і вмінь, на яких базувалася вся духовна культура середньовіччя. Тому не випадково митець, його особистість, життя та творчість перебувають у центрі тогочасної соціальної думки. Його вважають істотою божественного порядку, а епітет «divino» - божественний все частіше приписують його імені. Численні біографії художників, які з'являються в цей час і поступово стають особливим літературним жанром, свідчать, що таке піднесення особистості митця було не так далеко від істини. Видатні художники епохи Відродження - це всебічні люди з різним досвідом у науці та мистецтві. Художник стає носієм естетичних та етичних цінностей. Етична концепція доблесті «чеснота» набуває естетичного значення, позначаючи людину, яка віртуозно та вільно володіє своєю працею, «il virtuoso». Традиційним аргументом доведення важливості того чи іншого заняття чи ремесла є думка про його "складність". Таким чином, ідеал людини, яка вміє все робити, здається, замінює середньовічну ідею досконалої людини як експерта, який вміє про все споглядати і міркувати про все. Однак панування гуманістичної ідеології, яка поставила художника в центр мистецького та суспільного життя, тривало недовго. В контексті дедалі прогресивнішого поділу праці, заснованого на капіталістичному виробничому виробництві, мистецтво як сфера духовної творчості виділяється як самостійний вид [художньої] діяльності. Якщо в епоху Відродження художник через слабку диференціацію видів художньої діяльності був одночасно і скульптором, і архітектором, і декоратором, і інженером, то тепер він стає або виключно скульптором, або виключно архітектором, або виключно декоратор, або виключно інженер. Більше того, існує різка диференціація між духовною та матеріальною формами праці. В естетиці цей процес відображається у появі нової естетичної категорії, що позначає сферу художньої творчості. Ця категорія – «образотворче мистецтво». Тепер те, що позначається терміном «мистецтво», повністю належить до сфери духовної діяльності. Цей розпад чуттєвої та духовної діяльності був окреслений

ще в епоху Відродження, але остаточно він був завершений лише у XVIII ст. У 1746 р. Дж. Бетті написав свій знаменитий «Три трактати», в якому він використовує термін «елегантне" мистецтво». У цьому ж році Ч. Батте опублікував свій трактат " Образотворче мистецтво, зведений до єдиного принципу ", де він консолідує практику використання терміну «beaux» мистецтво. Це відоме відокремлення мистецтва від інших сфер духовного та практичного розвитку світу закріплено німецькою класичною естетикою, яка бачила справжню природу мистецтва у пізнанні «царства" духу». В індустріальному суспільстві питання специфіки мистецтва стає фундаментальним, оскільки виробництво впливає на всі сфери суспільства, а наука претендує на провідне місце в культурі. З одного боку, мистецтво переживає ці впливи і «піддається» їм: значення мистецьких технік зростає, її інструментальна база активно прогресує (від друку до фотографії та кінематографії), а в образах мистецтва особливе значення надається до їх пізнавальної цінності. З іншого боку, все гостріше постає питання про специфіку мистецтва як специфічного людського способу оволодіння буттям, тобто способу, який не зводиться до форм безособового виробництва та неіндивідуалізованих знань. В результаті з'являються тенденції (та концепції) мистецтва, що висувають на перший план безпосередньо особисті індивідуальні, способи оволодіння, відповідно, «відсуваючи» на другий план (або нехтуючи взагалі) комунікаційну, предметну, пізнавальну аспекти образного засвоєння дійсності.

У постіндустріальних типах суспільства проблема специфіки мистецтва визначається в контексті дедалі складніших взаємодій між різними соціальними та культурними системами. Збереження мистецтва як специфічної форми формування, збереження та передачі людського досвіду виявляється залежним від його "здатності" створювати образи людського розуміння з різноманітного культурно-історичного матеріалу. У цій ситуації ставляться під сумнів раніше визначені ієрархії та системи оцінок, цінність індивідуальної творчості та авторства. Існує потужна тенденція до розчинення мистецтва у ЗМІ. Електронні

засоби тиражування мистецтва набувають все більшої ролі. Комунікаційний принцип структурування художнього (культурного) світу, який на кінець 20 століття прийняв загальний характер, модифікує спосіб і форму мистецького буття, яке стає переважно семантико-знаковою формацією (дискурсом), несучи (передаючи, передаючи, спілкування) ціннісні значення. Поряд з цим мистецтво дедалі більше включається в систему масової культури, яка принципово орієнтована на ринок масового мистецтва та вироблення ідеологем масової свідомості. Популярна культура розвивається насамперед у засобах комунікації, які безпосередньо представляють домінуючі політичні, економічні та ідеологічні посилення на суспільство і безпосередньо включають соціалізацію індивідів у загальних системах влади. Сучасне мистецтво - це складна система спілкування форм і напрямків, часто об'єднана так званим «постмодерністським проектом». Особливістю різноманітних "модерністських" артефактів є безпосередня присутність автора-виконавця у здійсненні художнього акту, який спрямований на публічну провокацію, яка закінчується виставою. Що стосується художньої (естетичної) концепції, то вона реалізується в модернізмі у формі програми, маніфесту та антропологічних роздумів. Загалом можна констатувати, що явище «сучасне Я». - скоріше гуманітарно-антропологічний проект, різко, іноді агресивно спрямований проти цілком домінуючих систем соціальної самореференції - політичної та економічної. Через це спільноти, що виникають у процесі художнього акту, є маргінальними та тимчасовими.

Однак «сучасне мистецтво» у його авангардистських формах аж ніяк не вичерпує сучасної художньої культури, яка дотримується класичної парадигми, формалізованої у формі класичної художньої освіти, концепції музею, академічних установ, система масової комунікації і стосовно якої сучасні форми мистецької діяльності ідентифікують себе естетично та художньо.

Історично мистецтво розвивається як система специфічних видів діяльності, серед яких прийнято виділяти літературу, музику, архітектуру, живопис, скульптуру, декоративно-прикладне мистецтво. Їх різноманітність та відмінності фіксуються та класифікуються за критеріями, розробленими



естетичною теорією та історією мистецтва: за способом відображення дійсності (гносеологічний критерій) - зображальний, виразний; за способом буття художнього образу (онтологічний критерій) - просторовий, часовий, просторово-часовий; за способом сприйняття (психологічний критерій) - слуховий, зоровий та зорово-слуховий. У зв'язку з появою нових видів мистецтв з'являються й інші принципи їх класифікації. Однак усі такі відмінності значною мірою відносні.

Загалом, мистецтво залишається однією з найважливіших форм передачі, а отже, і збереження людського досвіду. Це також діє як форма оновлення цього досвіду, оскільки кожне покоління по-своєму виражає процес оволодіння буттям. Акценти в цій ролі мистецтва змінюються історично, і, власне, збереження мистецтва, його специфіки, соціальної функції досягається в образах, що фіксують постійно мінливий баланс між відтворенням та оновленням людського досвіду.

*Сучасне мистецтво на стику різних наук.* Один з найвідоміших аналітиків цифрового мистецтва, австрійський теоретик О. Грау підкреслює, що для того, щоб зрозуміти цифрове зображення необхідно використовувати міждисциплінарний підхід, що діє на перетині наук: нейробіологія, філософія, психологія, історія, що дозволить розкрити синтетичний характер образів цифрових художніх творів. Удосконалення методології композиційного аналізу та використання комп'ютерного аналізу дають змогу побачити загальні закономірності формування композиції в різних видах мистецтв. Спільність формування в архітектурі була найбільш вираженою. Наприклад, алгоритмічне мистецтво мало великий вплив на розвиток мистецтва архітектурного дизайну. Алгоритм в комп'ютерному мистецтві присутній з самого початку і є його суттю. Набір прийомів процедурного опису геометрії став основою для геометричної параметризації. Таким чином, принципи та прийоми, які спочатку застосовувались у комп'ютерному мистецтві, стали застосовуватися в архітектурі, що нескінченно розширювало сферу можливостей архітектури та дарувало світові нові архітектурні шедеври. Технології ведуть до трансформації та модифікацій понятійного апарату в аналізі мистецтва. Так, наприклад, Г.Г.

Белов, А.В. Горельченко зазначає [12], що в музичній теорії відбувається розширення підходів до аналізу за допомогою нових термінів "структура", "параметр", "група", "пропорція", а поняття "звук" стає одним із елементів складної концепції "іміджу". У той же час мова аналізу та опису в музичній науці наповнена аналогіями та паралелями, встановленими між просторовими мистецтвами (живопис, скульптура, архітектура) та тимчасовими мистецтвами (музика, поезія).

## **2.2. Поява цифрових технологій та їх функції в мистецтві**

Усі види мистецтва в ході еволюції історії мають тенденцію постійно змінюватися щодо картини світу людства. Сучасна особистість оточена цифровими технологіями. Особливо є можливості для їх безпосереднього застосування в процесі творчості. Ось чому в сучасному мистецтві з'являються умови для розвитку нового великого стилю та нових форм взаємодії.

Роздуми про соціальні та культурні основи розвитку цифрових мистецтв, можна розпочати з твердження, що мультимедійна природа буття як спосіб пізнання, самовираження, спілкування та споживання духовних цінностей, які забезпечує мистецтво, є важливою складовою сучасної нової філософії культури. У сучасному просторі культури існує не лише простий переклад культурної інформації, культурних значень та кодів у цифрову форму. Цифрову революцію видно в тому, що поряд із накопиченням таких традиційних типів інформації, як текст, графіка, звук, відео, відбувається швидке збільшення нових типів цифрової інформації: в мультимедіа, гіпертексті, цифровій голографії, віртуальній реальності, відео 360 та інші форми.

Цифрові технології сьогодні присутні майже у всіх сферах людської діяльності. Більше того, очевидно, що саме розвиток таких технологій зумовив вихід людства на новий етап розвитку - постіндустріальний, інформаційний. Під цифровим (комп'ютерним) мистецтвом розуміють творчу діяльність, засновану на використанні комп'ютерних (інформаційних) технологій, результатом якої є художні твори в цифровій формі. Термін "цифрове мистецтво" використовується для позначення мистецьких творів як традиційних, перенесених у цифровий

формат або спочатку створених у цифровій формі, а також принципово нові їх типи, основним середовищем яких є комп'ютерне середовище.

У аспекті образотворчого мистецтва, яке нас цікавить включають ASCII-Art, комп'ютерну графіку, цифровий живопис та демо. Використання цифрових технологій у фотографії також породило гібридні технології, наприклад, фотоімпресіонізм, який використовує цифрову обробку фотографій з метою посилення їх виразних властивостей та емоційності.

Образотворче мистецтво вийшло в абсолютно нову реальність - віртуальну. Сам термін «віртуальна реальність» містить деяку внутрішню суперечність, але ця суперечність є ключовою для розуміння значення того, що відбувається: комп'ютерні технології дозволяють людині формувати реальність, яка розвивається відповідно до законів які принципово відрізняються від тих, що визначають реальність "справжньою" і в яких багато традиційних, включаючи естетичні, принципи просто не застосовуються. Очевидно, що спроби осмислити проблему традиційними методами призводять до парадоксальних результатів. Таким чином, Ж. Бодріяр стверджує, що зміст сучасного мистецтва не представляє реальності, а лише спотворює її шляхом нескінченного повторення та варіації форм і приходять до висновку, що мистецтво мертво: «... мистецтво зараз скрізь, оскільки в самому серці реальності - тепер штучність. Отже, мистецтво мертво, бо померла не лише його критична трансцендентність, а й сама реальність ...»[8]. Таким чином, він зазначає, що проблема набагато глибша - в тому, що в сучасному світі сама реальність стає гіпереліптичною, тобто такою, в якій моделювання замінює репрезентацію.

Французький філософ і соціолог П. Віріліо вважає, що на зміну моделювання реальності вже давно прийшов процес його заміщення і що «суспільство, здається, занурюється в ніч свідомого засліплення, де горизонт бачення і знання затуляється його воля до цифрової влади»[9]. Тим не менше, деякі експерти дотримуються більш оптимістичного погляду щодо долі мистецтва в сучасному світі, наприклад, Ж.-Ф. Ліотар і В. Еко: «Ми вважаємо, що віртуалізація образотворчого мистецтва є природним процесом в умовах

становлення інформаційного суспільства. Культура сучасного суспільства є масовою. Це багато в чому пов'язано з розвитком технологій реплікації та комунікацій. Розвиток аналогових технологій, насамперед радіо та телебачення, зіграв особливу роль у формуванні масової культури. Це дозволило наблизити твори музичного мистецтва, театру та кіно до одержувача»[26].

Цифрові технології вивели цей процес на принципово новий якісний рівень, коли мистецтво, включаючи образотворче мистецтво, стає справді масовим. Дійсно, оцифровка творів мистецтва значно розширила можливості експонування, а розвиток Інтернету дозволив мільйонам людей відвідувати музеї та виставки та переглядати там експонати на моніторах своїх персональних комп'ютерів. Образотворче мистецтво стає глобальним, як і сам світ. І, можливо, насамперед, саме тут він відображає сучасну реальність.

Однак, незважаючи на масовість, цифрове мистецтво все ще далеке від загальної доступності. Незважаючи на розвиток процесу глобалізації, світ залишається неоднорідним. Комп'ютерні технології не однаково доступні у всіх країнах та регіонах. Як зазначала В.М. Діанова [15], загальна доступність комп'ютерного мистецтва може зіткнутися з нездоланими бар'єрами між технологічно нерівними суспільствами. П. Віріліо [9] також вказує на існування цієї проблеми. Тим не менше, розвиток комп'ютерних технологій дозволив зробити більш масовим не тільки споживання, але і створення творів образотворчого мистецтва: необхідне для цього обладнання та програмне забезпечення стають все більш доступними.

Слід зазначити, що, на відміну від багатьох сучасних дослідників ми спостерігаємо досить позитивні тенденції у збільшенні доступності художньої діяльності. Цікаво також, що основними художніми прийомами постмодерного мистецтва (колаж, цитата, пастиш та палімпсест) є "ефекти", які легко реалізувати в цифровому мистецтві. Це дозволяє зробити висновок, що саме постмодернізм як явище в мистецтві підготував і зумовив формування принципово нового виду мистецтва - віртуального.

Підводячи підсумок, можна підкреслити, що властивість відтворюваності завжди було притаманне художнім творам, однак в умовах технічного відтворення вони набувають ряд характерних специфічних рис, що проявляються насамперед у втраті унікальності буття та авторитету автентичності, швидкоплинності та повторюваності, зростанні динамізму та можливостей експозиції, масовому характері прояву та споживання. Як показано вище, цифрове мистецтво робить усі ці особливості ще більш очевидними. Особливості існування мистецтва не можна розглядати ізольовано від соціокультурних процесів. У цьому аспекті слід зазначити, що суспільство, в середовищі якого з'явилася можливість масового технічного відтворення творів мистецтва, суттєво відрізняється від суспільств, які не мають таких можливостей; це суспільство, яке існує в умовах масового промислового виробництва. В таких умовах процес створення художнього твору та його чуттєве сприйняття реципієнтом докорінно змінюються. У процесі творення художня майстерність втрачає значення, змінюється ставлення митця до дійсності, а сама мистецька діяльність стає загальнодоступною. Сенсорне сприйняття прагне до одноманітності, подолання унікальності, переважання гедоністичного ставлення. Важливість соціального середовища зазначає також Е. Фромм [1], який, як норми індустріального суспільства, вказував на прагнення придбати власність, зберегти її та збільшити. Хотілося б вірити, що на новому етапі розвитку суспільства - постіндустріальному, основою якого є насамперед інформація, ця ситуація кардинально зміниться. Головним пріоритетом буде збільшення не майна, а знань, інтелектуальних та творчих здібностей. Відповідно, мистецтво вийде на якісно новий рівень, і цифрові технології будуть грати в цьому процесі не останню роль. Слід також зазначити, що сьогодні технології традиційного образотворчого мистецтва практично досягли межі свого розвитку. Швидше, це сталося вже у XVIII ст. Сучасні традиційні художники використовують практично однакові (або подібні) пігменти та фарби, той самий папір і полотно, однакові пензлі. І навряд чи в майбутньому з'явиться щось принципово нове. Натомість цифрові мистецькі технології перебувають

лише на стадії становлення і постійно розвиваються: збільшуються швидкість і потужність комп'ютерів, розробляються нові програмні продукти, зростає роздільна здатність моніторів та якість відтворення кольорів. Ми впевнені, що цей розвиток відкриє все більше і більше горизонтів в образотворчому мистецтві.

*Основні функції цифрових технологій у мистецтві.* "Цифрова революція, яка охопила все суспільство з другої половини ХХ століття, також вплинула на світ мистецтва, зробивши величезний вплив на його становлення та розвиток. Взаємодія технологій та мистецтва відбувалася протягом всієї історії. Технологія в цьому союзі носила в основному прикладний характер та залишалася посередником між ідеєю художника та її матеріальним втіленням. Продовжуючи трансформувати площину традиційного мистецтва, сучасні технології настільки захоплюють творця, що його експерименти з "матеріалом" затьмарюють усі інші значення та цілі мистецтва, створюючи мистецтво техніки".

Мультимедійні технології - це інструментарій чи предмет мистецтва? Відповідь на це запитання найкраще дає звернення до досвіду інтеграції інформаційних технологій у сферу музейної діяльності. Мультимедійні технології розкривають новий потенціал можливостей передачі інформації відвідувачам музею при використанні технологій обліку та зберігання, електронних пояснень та відображення відео об'єктів для створення „віртуальних музейних філій”. Розвиток мультимедійних технологій передбачає абсолютно новий рівень інтерактивності найближчим часом. У майбутньому слід очікувати широкого використання інтерактивного програмного забезпечення, яке дозволяє здійснити "сканування", переміщаючи екран, і вибрати "глибину" просвічування за допомогою сенсорного меню, що дає можливість заглянути всередину об'єктів. Іншим нововведенням є інтерактивні карти, які «оживляють» і дозволяють користувачеві самостійно організувати та орієнтуватися у великих обсягах інформації. Інтерактивні карти можна використовувати в поєднанні з проєкційними установками. Поєднання візуальної та аудіоінформації втілено в такий інструмент, як VR гід , які, використовуючи систему тегів, розміщених на експонатах, дозволять

користувачам легко переміщатися між будь-якою кількістю експонатів і швидко отримувати цікаву інформацію. Але в той же час, крім виходу на новий рівень передачі інформації за допомогою мультимедійних технологій, очікується, що музеї матимуть окремі мультимедійні експозиції, мультимедійні макети, проєкційні установки, 3D-картографування та експозиції з доповненою реальністю.

Віртуальна реальність - це нереальний світ, створений за допомогою технологій, сприймається за допомогою сенсацій. Широкий спектр розробок у галузі вдосконалення музейних медіа-технологій свідчить про те, що цифрові технології стають самостійним об'єктом технологічної творчості, оскільки продукт медіа-технологій може виконувати нову роль, виступаючи об'єктом мистецтва. Тут виконується не тільки функція передачі та розповсюдження інформації про предмети мистецтва, а й нові естетичні та освітні цінності.

### **2.3. Авторське право та цифрове піратство**

Цифрові музеї швидко стають звичним явищем, поширюючись за допомогою технологічних платформ та соціальних мереж. Але їх розповсюдження порушує цілий ряд правових питань з найрізноманітніших сфер, від авторських прав до прав на зображення, від захисту даних до договірної права.

Авторське право відіграє важливу роль, оскільки воно визначає, чи можна використовувати певний зміст і, якщо можливо, як. Проблеми, з якими стикаються музеї, організовуючи інтерактивні виставки в Інтернеті або розробляючи додатки для смартфонів, спираються на стратегії соціальних мереж та різні методи краудфандингу.

Цифрові музеї можуть мати різну форму і виконувати різні цілі. Є "музеї брошур", які функціонують як інформаційний сайт для музею. Існують "музеї вмісту", які є базами даних музейних колекцій. А ще є «віртуальні музеї» або «музеї без стін», де ви можете знайти найрізноманітніший зміст в Інтернеті.

Незалежно від того, чи займаються цифрові музеї оцифруванням або розповсюдженням колекцій через соціальні медіа чи інші технологічні

платформи, вони стикаються з цілим рядом правових питань, включаючи авторське право, права на зображення, захист даних, традиційні знання та договірне право.

Які найбільш ймовірні проблеми авторського права для проекту цифрової орієнтації музею? Що потрібно мати на увазі, організовуючи виставку на інтерактивному веб-сайті або розробляючи додаток для смартфонів на основі інтегрованої стратегії соціальних мереж та різних методів краудфандингу? Чи має право музей оцифрувати зміст виставки? Перш за все, музею потрібно визначити статус творів, які він хоче оцифрувати, з точки зору авторських прав. Чому? Оскільки оцифровка творів, захищених авторським правом, та їх розміщення в Інтернеті зачіпає права на відтворення та комунікацію громадськості, використання кожного з яких, як правило, вимагає дозволу власника авторських прав. Іншими словами, хоча музей може володіти фізичною копією твору, це не завжди означає, що він має право скопіювати його або помістити в цифрове середовище.

У зв'язку з цим потрібно поставити три основні питання. Чи твір захищено авторським правом? Якщо так, чи має музей доступ до цифрових зображень від власника авторських прав? Або цільове використання музею входить до винятків щодо авторських прав? Основний принцип: для робіт, захищених авторським правом, потрібно отримати дозвіл. Деякі твори не захищені авторським правом. У цьому випадку музей має право оцифрувати їх. Наприклад, старий велосипед з історичного музею може не претендувати на захист авторських прав через відсутність оригінальності. Подібним чином, старий рукопис, який колись був захищений авторським правом, вже сьогодні може бути частиною суспільного надбання, оскільки термін дії такого захисту закінчився.

Відповідно до Бернської конвенції про захист літературних та художніх творів, мінімальна тривалість захисту авторських прав становить 50 років після смерті автора [33], хоча в багатьох юрисдикціях сьогодні цей період становить 70 років після смерті автора. Для всіх інших творів, захищених авторським правом, музей повинен з'ясувати, чи має він дозвіл власника авторських прав.



Якщо авторське право на відповідний твір не було передано музею за договором, пожертвою чи продажом, йому потрібно буде знайти власника авторського права та отримати від нього дозвіл на оцифрування твору та розміщення його в Інтернеті.

За певних обставин можливо бути оцифрувати захищений авторським правом твір без отримання дозволу власника авторських прав, наприклад, якщо передбачуване використання є винятком згідно із законодавством про авторські права. Бернська конвенція, яка встановлює мінімальні міжнародні стандарти щодо захисту авторських прав, передбачає, що твір може використовуватися «в певних особливих випадках, за умови, що таке відтворення не заважає нормальному використанню твору і не зашкоджує безпідставно законним інтересам автора». Це називається триступневим тестом [33]. Різні юрисдикції мають різні винятки щодо авторських прав.

У Сполучених Штатах Америки виняток добросовісного використання щодо авторських прав передбачений розділом 107 Закону про авторське право [4]. У ньому зазначено, що «чесне використання захищеного авторським правом твору ... не є порушенням авторських прав». Так само Директива Європейського Союзу (ЄС) 2001/29 / ЄС [4] містить перелік обов'язкових та добровільних винятків, тоді як Директива 2012/28 / ЄС передбачає обробку так званих сирітських творів (робіт, автори яких невідомі або яких неможливо знайти) ... Що стосується створення цифрового музею, є чотири основні обставини, за яких музей не повинен отримувати дозвіл у власників авторських прав. Перше: якщо робота постійно знаходиться в громадському місці. Хоча цей принцип закріплений у законодавстві багатьох країн, він по-різному охоплює різні юрисдикції. Наприклад, виняток під назвою *Panoramafreiheit* (право на створення панорами) у Німеччині передбачає, що публікація фотографій або відео художніх творів, які постійно перебувають у громадському місці, не є порушенням авторських прав, яке в іншому випадку поширюється на них. Це звільнення від виключного права власника авторських прав дозволяти створення та розповсюдження похідних творів. Це особливо важливо для таких культурних

проектів, як Google Street Art, який оцифровує вуличне мистецтво в громадських місцях та розміщує їх в Інтернеті за допомогою технології перегляду вулиць.

Друге: якщо твір є частиною архіву. У деяких юрисдикціях музеї можуть скористатися винятками з авторських прав, які дозволяють копіювати твори, які вони зберігають, з метою збереження без попереднього дозволу власників авторських прав. Незважаючи на те, що цей принцип закріплений у законодавстві багатьох країн, конкретний обсяг вилучення може відрізнятись, особливо щодо формату (аналогового або цифрового), цільового використання (лише для збереження або включення для розповсюдження) та дозволеної кількості копій (наприклад, може передбачатися створення лише резервної копії або декількох копій для некомерційного використання або непрямого комерційного використання).

Директива ЄС 2001/29 / ЄС дозволяє оцифрувати та публічно отримувати доступ до творів через спеціальні термінали (див. Справу Technische Universität Darmstadt vEugen Ulmer KG) [4]. Оцифровка та публічний доступ до творів, включаючи повнотекстовий пошук, дозволяються відповідно до практики правозастосування США щодо добросовісного використання (див. Апеляційний суд США за другим округом від 16 жовтня 2015 р. (№ 13-4829-cv) про Гільдію авторів Inc. та ін. V Google Inc.) [4].

По-третє, виняток щодо авторських прав може поширюватися на використання зображень виставлених робіт у каталогах виставок. Слід ще раз зазначити, що, хоча це положення включено до законодавства багатьох країн, його конкретне охоплення може відрізнятись від юрисдикції до юрисдикції. В ЄС Директива 2001/29 / ЄС передбачає таке виключення, але деякі держави-члени ЄС не включили музеї до сфери такого виключення, а інші не вказали, чи охоплювало це виключення публікацію в Інтернеті.

По-четверте: якщо мова йде про твори, авторів яких неможливо знайти або неможливо встановити контакт з авторами, то музеї можуть використовувати ці твори. В ЄС Директива 2012/28 / ЄС [4] дозволяє оцифрувати такі сиротинські твори та розміщувати їх в Інтернеті за умови, що для встановлення авторства

проведено чесний пошук. Знову ж таки, цей принцип не застосовується однаково в ЄС. Наприклад, у Франції цей виняток обмежений деякими видами творів, тоді як у Великобританії він охоплює всі види творів, також за умови добросовісного пошуку. У Сполучених Штатах Америки немає спеціального закону, що стосується сирітських творів. Але згаданий вище позов GoogleBooks допоміг визначити сферу дії цього винятку в країні (дозволяється оцифровка та загальний доступ, включаючи повнотекстовий пошук). Використання таких сайтів (як MuseoGeek, Facebook та Twitter) для краудфандингу, краудсорсингу чи просування з метою забезпечення більш широкої участі громадськості збільшує ризик завантаження користувачами вмісту, який порушує авторські права або інші законодавчі норми (наприклад, кримінальні права або права особи). ). Щоб уникнути юридичної відповідальності, музеї повинні інформувати користувачів про загальні умови використання веб-сайту та бути готовими негайно видалити спірний вміст, про який вони дізнаються.

Часто музеї хочуть використовувати вміст, який користувачі Інтернету завантажують (зображення, тексти, ідеї) самі. Тому на кожній платформі, якою вони користуються, їм потрібно створити мережевий механізм, щоб користувачі автоматично отримували необхідний дозвіл. Крім того, музеї повинні пам'ятати, що вони самі також зобов'язані виконувати загальні умови використання, що застосовуються до соціальних платформ, якими вони користуються (Facebook, Twitter). Іноді це може означати, що будь-який вміст, який вони розміщують, може використовувати сама платформа. Цифрові комунікації також захищені авторським правом (доповнена реальність, відеоігри) Музеї також повинні пам'ятати, що законодавство про авторське право також захищає засоби комунікації, що використовуються для створення Інтернет-виставок, а саме сайти, відео, програми. Тому переконайтеся, що необхідні погодження отримані від технічних та графічних дизайнерів, які розробляли ці вироби. Якщо дизайнер є працівником музею, його трудовий договір, як правило, передбачає, що авторське право на будь-який технічний та / або графічний дизайн комунікаційних носіїв належить музею. Але якщо залучений сторонній

дизайнер, тоді музей повинен включити в угоду з ним пункт про те, що музей може вільно використовувати всі засоби зв'язку, створені дизайнером. Подібним чином, якщо комунікації розвиваються в контексті технологічного партнерства, наприклад, музею, університету та / або галузі, музей повинен забезпечити, щоб він мав право використовувати ці технології. Укладаючи угоди про таке партнерство, ніколи не буде зайвим детально прописати умови авторського права.

Чи цифрова копія твору, захищеного авторським правом, є об'єктом авторського права? Це питання обговорюється рідко, але тим не менше заслуговує на увагу. Якщо цифрова копія є оригінальним витвором мистецтва (наприклад, завдяки світловим ефектам чи іншим фотографічним роботам), тоді вона буде захищена авторським правом як похідний твір. Навіть цифрова копія твору, що є у відкритому доступі, може бути захищена авторським правом, якщо вона є достатньо оригінальною. Це означає, що для подальшого використання таких похідних творів потрібен дозвіл власника авторських прав. Але якщо цифрова копія є лише відтворенням оригіналу, то вона не відповідає вимогам до об'єктів авторського права, оскільки, швидше за все, вона не має ні індивідуальності, ні оригінальності. Все це видається цілком очевидним. Але це так? Чи нові цифрові камери високої чіткості, що дозволяють налаштувати пікселізацію, світло та контраст, надають користувачам можливість виразити індивідуальність та оригінальність на своїх фотографіях? У деяких юрисдикціях стандарти оригіналу не дуже високі. Тому навіть зображення, яке точно не є оригінальним, можна вважати похідним твором та захищеним авторським правом.

Розвиток цифрових музеїв порушує багато складних юридичних питань, і пройде багато років, поки законодавство буде адаптоване до нових реалій, які вони формують. Тим часом музеї, які займаються цифрою, можуть вжити певних заходів, щоб уникнути непередбачених проблем ІВ. Управляючи своїми колекціями, музей повинен бути впевненим, що вирішує питання авторського права при придбанні нових творів, що включає ідентифікацію власника

авторських прав та, за необхідності, отримання дозволу на оцифрування творів та надання їм загальнодоступного доступу в Інтернеті. Для музею укладення угод про партнерство з університетами та галузями промисловості є хорошим способом реалізації їх проектів масової оцифровки та отримання доступу до безлічі технічних знань та досвіду. Музеї можуть також сприяти використанню відкритих даних (безкоштовне повторне використання даних, опублікованих музеями за безкоштовними ліцензіями, що гарантує вільний доступ та повторне використання). Сьогодні питання відкритих даних посідає важливе місце в різних сферах культурної політики, оскільки такі дані дозволяють ширше обмінюватися та поширювати інформацію. Крім того, у різних країнах приймаються законопроекти з цього питання (наприклад, Директива 2013/37 / ЄС про повторне використання інформації державного сектору, положення якої відображені у французькому законодавстві - в Указі № 2005-650 та у посібнику Міністерства культури "Культура даних")[4].

Прискорення цифрової революції та практичні труднощі, які вона створює у повсякденному житті музеїв, підкреслюють необхідність пошуку консенсусу щодо міжнародно-правової бази щодо того, як музеї можуть використовувати твори. Це особливо важливо з огляду на те, наскільки по-різному формуються і застосовуються винятки в різних країнах. Це потребуватиме розробки кількох кодексів поведінки, зокрема для забезпечення гармонізації форматів відкритих даних (типів та форм оцифрованих зображень та пов'язаної наукової інформації) та винятків із захисту авторських прав, зокрема для визначення того, чи оцифровка порушує моральні права. Якщо воно порушує, тоді необхідно буде передбачити звільнення від немайнових прав та встановити зв'язок між таким звільненням та договірним правом, а також, якщо потрібно, передбачити пріоритет звільнення перед договірним законодавством, щоб запобігти музеї від втрати прав на такі пільги при укладанні договорів з третіми особами.

#### **2.4. Блокчейн**

Нова технологія - ще одна можливість для художника розширити концептуальне поле для створення своїх робіт. Практики сучасного мистецтва

вже давно оселилися в Інтернет-просторі і опиняються на стику багатьох областей, включаючи науку, технології, біологію, соціологію тощо. Звичайно, поява технології блокчейн не могла залишитися непоміченою сучасними художниками. Тож нещодавно в мистецтві з'явився окремий напрямок - Blockchain Art. Його піонери вирощують цифрові рослини, створюючи картини, що генерують біткоіни, та розумні ліси. Головною особливістю напрямку є прагнення використовувати блокчейн для створення децентралізованого автономного художнього середовища, яке безпосередньо не залежить від людини і не підкоряється стандартним економічним та соціальним моделям. Справа в тому, що всі фінансові ресурси завжди були під контролем великих та централізованих установ, таких як банки, корпорації, різні державні установи тощо.

Технологія блокчейн допомагає здійснювати фінансові операції без усіх цих посередників, створюючи тим самим кореневищну незалежну економічну екосистему, доступну кожному. Іншими словами, якщо раніше обидві сторони угоди платили банківські відсотки лише за те, що він виступав його гарантом, то тепер немає потреби платити за цю довіру, оскільки вона лежить на плечах технологій.

А там, де є свобода (в тому числі економічна), існують сприятливі умови для розвитку мистецтва та культури загалом. Чистому мистецтву завжди бракувало адекватної автономії від капіталістичних законів ринку, саме тому багато художників вважали ідею використання блокчейну дуже привабливою.

Всі твори існують одночасно у двох світах: фізичному та віртуальному (як програмне забезпечення). Останнє надає роботі можливість не тільки бути представленою серед громадськості, але й самостійно розподілити пов'язані з нею фінансові потоки (наприклад, витрати, пов'язані з логістикою перенесення її з однієї галереї в іншу). Тобто ви можете не тільки милуватися таким предметом і вішати його на стіну, але і взаємодіяти з ним. Але як - це вже питання фантазії художника. Ця можливість з'явилася завдяки появі смарт-контрактів - спеціального протоколу на основі блокчейну, який автоматично виконує дію,

попередньо узгоджену між двома сторонами. Такі контракти складаються та підписуються за допомогою коду. Вони математично описують всі зобов'язання сторін та алгоритм їх виконання. Фокус розумних контрактів у тому, що зобов'язання виконуються автоматично. Для цього потрібен блокчейн - саме в цьому середовищі смарт-контракт має доступ до об'єктів контракту і може контролювати виконання всіх його пунктів, приймаючи незалежні рішення. Таким чином, мова йде про своєрідний штучний інтелект, який повністю автоматизує бажаний сценарій. Але краще це зрозуміти на конкретних прикладах. Плантоїд - це щось на зразок андроїда, лише якщо останній наслідує людину, то Плантоїд, по суті, є роботезуючою рослиною. Він схожий на рослину яка росте і розмножується. Основне завдання проекту, як бачать його творці, - показати один з найбільш вражаючих і ще не осмислених аспектів технології блокчейну - можливість існування на її основі незалежних форм життя, основними рисами якого є:

- Автономність
- Самодостатність
- Можливість самовідтворюватися

Фізично Плантоїди - це скульптури рослин, виготовлені з металу та напхані електронікою. Зазвичай їх розміщують у публічних просторах як інтерактивні арт-об'єкти. Якщо ви підете до Plantoid і зв'яжетеся з ним, пожертвувавши невелику суму, він, в знак подяки, може почати рухатися під музику, переливаючись кольоровими вогнями. Своєрідний павич, розправивши хвіст перед враженою аудиторією. Таким чином, залучення коштів для розвитку плантоїдів нагадує ефект фотосинтезу, при якому отримана енергія також витрачається на ріст і розвиток органічних рослин. І допомога людини в цьому процесі ідентична допомозі бджіл і метеликів під час запилення. Призначення Плантоїда, як і будь-якої форми життя, - розмножуватися. Він робить це, використовуючи цікавість людей, які готові заплатити певну суму криптовалюти, щоб побачити, що він може зробити. Внесок можна надіслати на гаманець Plantoid у біткойнах. Як тільки необхідна сума буде зібрана, Plantoid

оголошує відкритий конкурс для розробників, дизайнерів, програмістів та інших спеціалістів на розробку проекту для наступного Plantoid. Кожен проект повинен відповідати "генетичному коду" конкретної "рослини", записаному в його розумному контракті, і визначати деякі його характеристики: обмеження розміру, форми, матеріалу тощо. Звичайно, сам Plantoid не в змозі оцінити художні та інноваційні особливості кожного з проектів для вибору переможця, тому він змушений знову звернутися за допомогою до людей: кожен, хто перевірив біткойни на гаманець Plantoid, може проголосувати за це або цей проект. Спрощений блокчейн - це база даних, що зберігається одночасно на декількох комп'ютерах у мережі. Неможливо змінити або видалити інформацію з блокчейну; для цього потрібен доступ до всіх комп'ютерів одночасно. Ви можете додати лише новий. Технологія активно використовується для створення криптовалют та операцій з ними. Але ідея використовувати його для зберігання інформації про авторські права та походження творів мистецтва хвилює розум протягом багатьох років. Одним із перших проектів, де ця можливість була реалізована на практиці, була німецька платформа ascribe, розроблена насамперед для цифрового мистецтва. Зареєструвавшись на сайті ascribe.io, автор може завантажувати туди свої роботи, інформація про це автоматично надходить у блокчейн. «Blockchain - це не чарівна паличка, яка вирішує всі проблеми у світі мистецтва.

Але з його допомогою ви можете підтвердити, що у вас був доступ до будь-якого файлу в певний момент часу, зручно використовувати його для підтвердження авторства, - пояснює Марія Бурлакова-МакКонагі, одна із засновників компанії ascribe. "Це також дозволяє обмежити тираж вашої цифрової роботи". Купівля-продаж не передбачена, але система має вбудовану можливість створювати прості стандартні контракти. З їх допомогою автор може надати комусь право переглядати або демонструвати твір протягом обмеженого періоду, передавати в комісію або передавати право власності. "Закони про авторське право в різних країнах різняться, але договірне законодавство застосовується скрізь", - говорить Бурлакова-МакКонахі. Сервіс розпочав свою



роботу в 2015 році, сьогодні в ascribe зареєстровано близько 13 тисяч користувачів та 30 тисяч робіт, які можна переглянути лише отримавши посилання від авторів. Зараз творці більше не розробляють проект. "Це був перший нефінансовий інструмент, заснований на блокчейні біткойнів, на той час найнадійніший і безпечний", - каже Бурлакова-МакКонагі. - Однак виявилось, що цей блокчейн непридатний для роботи з інтелектуальною власністю. Угоди з ним дорогі - і для художників наша послуга безкоштовна, що призводить до високих витрат для нас; незручно зберігати великі файли; більше того, він не може витримати більше 7 транзакцій за 10 хвилин. "Незважаючи на ці недоліки, послугою зацікавились не лише художники, а й дизайнери, музиканти, автори моделей для 3D-принтерів та електронних книг. Це призвело його творців до ідеї нового проекту. «Ми розробили BigchainDB - програмне забезпечення, засноване на блокчейні та технологіях великих даних, яке можна використовувати не тільки в мистецтві, але й в інших сферах, навіть в автомобільній промисловості, - каже Марія Бурлакова-МакКонагі. "Але ми хотіли б з часом відновити приписування". Вони відповідають потребам художників та надають досить багато місця безкоштовно. Вони обіцяють, що твори зберігатимуться майже назавжди. Крім того, ми використовуємо цю послугу для надання доступу до відеороликів членам журі фестивалів та кураторам протягом певного періоду, наприклад, для демонстрації на виставці. Крім того, є підтвердження авторства - коли йдеться про відео, довести це іншими способами дуже важко. "Але навіть якщо проект буде закритий, інформація не буде втрачена." Перевага блокчейну полягає в тому, що насправді це децентралізована книга, яка не контролюється жодною організацією, інформація зберігається в ній, навіть якщо компанія залишає ринок », - пояснює Марія Бурлакова-МакКонагі. «Головною проблемою мистецького ринку є проблема довіри нових учасників, - каже Повшенко. - Якщо ви людина без зв'язків у громаді, яка зацікавлена вкладати гроші у витвори мистецтва, вони намагаються вас обдурити з усіх боків, продати щось, розповідаючи, як це чудово. Але чи подорожчає він, не зрозуміло. Для таких гравців створюється блокчейн-сервіс, де вони бачать підтверджену історію

продажів, рейтинги критиків, інформацію про виставлення цієї роботи на виставках. "Хоча, по суті, ніщо не заважає продавцю відкрити кілька електронних гаманців та наслідувати успішну історію продаж, продавши роботу собі чи своїм партнерам. "На цьому етапі розвитку технологій ця проблема не вирішується", - визнає Повшенко. «Мабуть, важливішою є інформація про те, як робота оцінюється критиками, на яких виставках вона виставляється, в яких каталогах вона публікується. Цю інформацію не можна підробляти ", - додає він з оптимізмом людини, незнайомої з хитрощами колекціонерів сумнівного російського авангарду, яким вдається не лише переправити свої "скарби" у великі західні музеї, а й допомога спритності рук і Photoshop, імітують їх публікацію в каталогах чверть століття тому ... Послуга розроблена не лише для цифрового мистецтва, а й для робіт у традиційних техніках, проте підтвердження їх авторства через блокчейн - це "Ці технології все ще розробляються, - каже Повшенко. - Наш проект розроблений головним чином для первинного ринку сучасного мистецтва, робіт, які зараз створюються. Ви можете зняти відео - підписання твору художником та записати це відео на блокчейні. Розробляється технологія, де щось на зразок QR-коду друкується на звороті картини: сопла принтера виплескують фарбу у довільному порядку. Цей код також написано до блокчейну. "Каліфорнійська компанія Codex планує запровадити технології блокчейнів на вторичному ринку; вона має намір створити децентралізований реєстр творів мистецтва". Колекціонер зможе довести, що його картина Джексона Поллока - це те саме полотно, яке раніше було придбано у респектабельному аукціонному будинку, навіть якщо по дорозі до нього, йому вдалося відвідати майно ще кількох колекціонерів, - говорить глава Кодексу Марк Лур'є. "Гарне у технології блокчейну те, що вона не вимагає власників "Розробка посилань на аукціони" є найкращим способом швидкого заповнення реєстру та залучення користувачів ", - сказав він, тому він співпрацює з пулом з 5000 аукційних будинків, що продають товари через Liveauctioneers.com та на замовлення Інтернет-платформи від Auction Mobility. Вони почнуть впроваджувати програму Codex Biddable, яка надає доступ до походження та

дозволяє зареєстрованим покупцям робити миттєві конфіденційні ставки на криптовалюту. Теоретично, використовуючи блокчейн, ви можете придбати частку твору мистецтва шляхом його маркування. (Токен - це фінансовий інструмент, який, як правило, має обмежений тираж. Випуск токенів (ICO) у світі технологій блокчейнів часто використовується для збору коштів для нових проєктів.) Право власності на майно. Ви можете його придбати, але юридично це вам нічого не дає », - каже Повшенко. - Правда, Швейцарія вже готує закони, пов'язані з блокчейном, токенами, «розумними контрактами». Законодавчу базу готують Сінгапур та Південна Корея. " Учасники мистецького ринку з нетерпінням чекають цих законів. «Якби тільки можна було придбати акції « Мона Ліза », ну чи інший шедевр, бо їх дуже багато ...», - мріє засновник домену .art Ульві Касімов. "Для цього вам не потрібно знімати його зі стіни, тому що, купуючи акції" Газпрому ", ніхто не вимагає викопувати труби". За словами Касімова, це не тільки надійне довгострокове вкладення коштів, а й можливість отримати дохід. «Зараз люди купують не предмет, а досвід. Яскравим прикладом є аудіогіди. Музеї зможуть торгувати вмістом, якимось чином пов'язаним з експонатами. За допомогою цифрових міток та цифрових місць - ринків - це можна зробити швидко та дешево. Підходячи до живопису, ви можете придбати аудіогід чи файл для друку плаката або 3D-копію об'єкта вдома. " Контроль тиражу робіт - це проблема, яку можна вирішити за допомогою блокчейну, але для цього потрібна добра воля всіх учасників ринку. «Ми пропонуємо автору вказати в блокчейні тираж твору та вимоги до друку (наприклад, « не друкувати на полотні » або « не пластифікувати »), і покупець міг придбати маркер, що дає право на друк фотографії ,після зв'язатися з сертифікованою нами лабораторією, де робота буде надрукована відповідно до цих вимог. Інформація про кожную надруковану копію відобразатиметься на блокчейні. Сам покупець не матиме доступу до файлу з фотографією, лише лабораторія », - пояснює Повшенко. Однак із ситуації, коли тираж порушується самим автором, наприклад, перереєструючи твір у блокчейні під іншою назвою, це не рятує. "Але принаймні колекціонер матиме підтвердження того, що ця робота вже продана раніше з

іншим тиражем, зазначає Бурлакова-МакКонахі. "Тоді він зможе подати до суду на автора за порушення тиражу, у нього будуть докази".

Поки програмісти «допрацьовують» програмне забезпечення, а юристи допрацьовують формулювання законів, художники вже намагаються створювати мистецтво за допомогою технологій блокчейну. Ірландський фотограф Кевін Абош створив твір під назвою IAMA Coin. Робота існує у двох версіях: віртуальній, у вигляді токена на платформі Ethereum (тираж 10 мільйонів копій), та фізичній - довгий ряд цифр, що представляють адресу токена в блокчейні (контрактна адреса), надрукований на папері з власною кров'ю автора (тираж 100 примірників) ... «Ми прийшли у світ ідеальними та безцінними, як щойно відштамповані монети. Однак нас постійно приписують ту чи іншу ціну, - заявляє він. "Якщо я проллю кров заради блокчейну, його реєстр покаже всім, що я монета". Чи виправдає нова технологія вибух ентузіазму, що переростає в екстаз з цього приводу? Питання досі відкрите.

Поки що твори мистецтва, засновані на блокчейні, викликають багато запитань і приймаються не всіма. Тому ця технологія досі розглядається як приваблива та перспективна щодо продажу та придбання предметів мистецтва. Але і тут вона має кілька вразливих місць:

Масштабованість. Такі криптовалюти, як Біткойн та Ефіріум, обмежені в кількості транзакцій, які вони можуть обробити за одиницю часу, і проблеми можуть виникнути, якщо навантаження занадто велике.

Складний інтерфейс користувача. Скільки б розробники не говорили про простіший спосіб здійснення покупок через блокчейн, насправді цей метод все-таки дуже копіткий.

Децентралізація. Одним з основних повідомлень технології блокчейну є те, що жодна організація не може її освоїти. Однак, як виявилось, 1000 людей володіють близько 40% існуючих біткойнів, що створює ризик маніпуляцій ними із курсом криптовалюти.

Контроль ризику. Багато урядів стурбовані появою ненаціональної валюти, яка не може регулюватися на рівні уряду. Отже, існує ризик контролю технологій з боку держав.

Високе споживання енергії. Поки прогресивні технології намагаються знайти спосіб мінімізувати споживання енергії, блокчейн славиться своїм високим споживанням енергії. Тим не менше, незважаючи на все це, багато експертів пророкують щасливе майбутнє технології блокчейн у світі мистецтва, оскільки ці проблеми, як видається, є викликом для конкуренції серед багатьох талановитих розробників та художників. Поки великі компанії шукають спосіб зменшити свої ризики, стартапи, навпаки, розглядають ризик як можливість створювати нові інноваційні рішення.

Соціальна аналітика показала, що міленіали більше, ніж будь-яке попереднє покоління, розглядають мистецтво як вигідний фінансовий актив. Вони втричі частіше продають придбані ними твори і охоче використовують мистецтво як заставу. Тому є хороша перспектива для молодого покоління художників та колекціонерів здійснити таку ж революцію аукціону мистецтва за допомогою блокчейну, як Amazon, Airbnb та Uber у своїх відповідних сегментах ринку. Крім того, нові можливості дедалі більше вивільняють творчість із майстерності. Блокчейн - це по суті мистецтво, яке вимагає лише оригінальної ідеї, а все інше можна реалізувати за допомогою розумних технологій.

**Висновки.** Ключова цінність мистецтва для суспільства полягає в тому, що воно ніколи не розвивалось незалежно від історичних, політичних, культурних та соціальних змін. Це завжди ставало призмою реальності. Але в наш час існує складний симбіоз науки, інженерної творчості та мистецтва. На наш погляд, технологічні інновації слід розглядати з позиції врахування всіх складових цього генезу. З цієї точки зору цифрові технології та пов'язані з ними інновації у галузі мистецтва одягнені в глибший культурний зміст. Тим часом не можна не визнати, що в нових видах мистецтва, що динамічно розвиваються, і в творчому експерименті можна знайти більше науки та інженерного мистецтва, ніж мистецтво в традиційному розумінні цього слова. Це стосується, наприклад,

екологізму, який, у свою чергу, був тісно пов'язаний з іншими мистецькими практиками, зокрема, з ленд-артом, екологічним мистецтвом, арт-повірою, біо-мистецтвом, мистецтвом та наукою. Взаємодія технологій та мистецтва відбувалася протягом історії людського розвитку. Тривалий час технологія цього союзу мала переважно прикладний характер, залишалася посередником між ідеєю художника та його матеріальним втіленням. Але в ХХІ ст. технологія дозріла, і цифрові технології почали перетворюватися на нові форми мистецтва. Відкриття та усвідомлення внутрішніх загальних закономірностей як зв'язку між різними видами мистецтв та технологічними можливостями симбіозу видів мистецтв роблять можливим появу нових цілісних форм мистецтва. Розвиток мистецтва, заснований на використанні цифрових технологій, пов'язаний із наслідками їх застосування, а форми, ідеали, цінності, які воно несе, продиктовані філософією, етикою та естетичними тенденціями сучасності. Художній та технологічний контексти мистецтва нових медіа змішуються.

### **РОЗДІЛ 3. ЦИФРОВІ ГАЛЕРЕЇ**

#### **3.1. Оцифровка традиційних галерей**

Організація виставкового простору за останні кілька років вийшла на якісно новий рівень, що визначає суспільне значення музею. Мова йде про поєднання матеріального та віртуального простору колекцій, що там зберігаються. Мультимедійні засоби відображення інформації (текст, фото, відео, аудіо, графіка ...) все частіше використовуються в музейній практиці, допомагаючи ширше представити експозицію та виставковий матеріал, залишивши в пам'яті відвідувачів яскравий образ який запам'ятається. Ступінь їх впливу на глядача залежить від дизайнерських рішень встановлення експозицій. На допомогу приходять нові інформаційні технології, які вирішують організаційні (функціональні, конструктивні, естетичні) завдання не лише в межах музею. Вони дають можливість отримати власний віртуальний простір, створити власні представництва в мережі - тим самим збільшуючи кількість реальних відвідувачів. Автоматизовані комп'ютерні системи, що містять інформацію про колекції, що пояснюють експонати, представлені на виставках,

вже стали звичним явищем. Поряд із друкованими каталогами майже завжди можна побачити компакт-диски, що охоплюють певну тему. Майже кожна виставка супроводжується демонстрацією фільмів та звукових ефектів. У розкритті теми та посиленні ключових моментів у сценарії викладу матеріалу сучасні технічні засоби відіграють величезну роль. На виставках мистецтва XX - XXI ст. з'являються об'єкти відеоарт.

У всіх вищезазначених випадках мультимедійні засоби відіграють допоміжну роль - облік та зберігання, електронні пояснення, засоби представлення колекційного матеріалу та відображення окремих відео об'єктів. Наступним етапом впровадження сучасних технологій у виставковий простір є їх рівне звучання поряд із традиційними музейними предметами. У музеях дедалі більше з'являються не лише одиничні предмети, а цілі мультимедійні виставки, які дарують незабутні емоції та вражають поєднанням матеріального та віртуального середовищ. Разом із традиційними музейними експонатами перед відвідувачами постають спеціально створені аудіо-, відео- та мультимедійні програми, технічні можливості яких дозволяють відчувати себе як у «іншій» реальності.

Можливості мультимедіа дозволяють створювати віртуальні музейні філії, що містять каталоги виставок, дозволяючи глядачеві знайомитися з колекціями музеїв, перебуваючи на відстані від самих першоджерел.

Оцифровка колекції дає музею низку незаперечних можливостей:

- 1) забезпечення безпеки музейної колекції;
- 2) широкий доступ для наукових досліджень;
- 3) інформаційне забезпечення основної експозиції, отримання додаткової та розширеної інформації про предмети виставляння;
- 4) популяризація музейної колекції з метою залучення відвідувачів та ознайомлення з колекцією тих, хто фізично не може відвідати музей (наприклад, живе вдалині);
- 5) забезпечення доступу до музейної колекції інвалідів

Мультимедійні технології, інтегруючись у музейний простір, створюють величезні нові ресурси для його життя, відкривають новий потенціал для передачі інформації відвідувачам. Сьогодні музей - це простір для творчості та експериментів, що вимагає втілення найсміливіших дизайнерських проєктів та ідей, які можна реалізувати за допомогою ексклюзивного мультимедійного обладнання.

З моменту заснування музеїв у античному світі і до недавнього часу їх основною концепцією було збирання, зберігання, вивчення історичних та культурних пам'яток.

Навіть у громадських музеях, що виникли в Англії та Франції у 18 столітті, не діяла експозиційна діяльність, розташування предметів було випадковим, відсутнє маркування, виставка не супроводжувалась лекцією. Все це зумовило пасивну поведінку громадськості, не стимулювало бажання повторно відвідати музей. В даний час відбувається фундаментальна трансформація музейного простору: зберігаючи дослідницьку функцію як провідну, не менш важливо залучати відвідувачів, формувати постійно зацікавлену музейну публіку. Інформаційні технології, що забезпечують нові практики експонування історичних експонатів, стають одним із способів покращити сприйняття музейного простору. Все частіше музеї виступають як експериментальні сайти, створюючи інформаційні портали, що розкривають колекції та висвітлюють діяльність музею, організовуючи віртуальні виставки та тривимірні екскурсії експозиціями. У спеціальній літературі їх часто називають цифровими технологіями доповненої реальності, які дають змогу розширити сприйняття, відчути нові відчуття під час екскурсій та музейних подій. Розширена реальність - це технологія, спрямована на поєднання реальності та будь-яких інших віртуальних елементів. Перші віртуальні технології були використані в 1962 році Мортоном Хайлігом, вони були симулятором, що включав візуальні ефекти, запах та вібрацію. Доповнена реальність стала найактивніше проникати в художні музеї, де необхідно впливати не тільки на пам'ять та інтелект відвідувача, а й на його емоційно-чуттєву сферу. Завдяки інформаційним



технологіям відвідувач може не тільки уявляти, а й бачити події, експонати в тривимірному режимі вимірювання, співвідносити їх у масштабі. З пасивного глядача він стає учасником певної дії. Так, наприклад, під час святкування 400-річчя Будинку Романових у Петергофі відбувся світлий та музичний перформанс із 3D-картографуванням та історичними реконструкціями, виставленими на фронтоні палацу. Історія про роль кожного самодержця в долі Вітчизни проходила крізь призму основних подій кожної епохи, відображаючи політичні погляди, особисті смаки та уподобання царюючих людей, що вплинуло на хід всесвітньої історії. Зображення змінювали одне одного за династичним принципом - від самодержця до самодержця, від епохи до епохи - від Петра I до Миколи II. Активне використання цифрових технологій у вигляді віртуальних виставок та 3D-екскурсій, інтегрованих програм музеїв, віртуальних персонажів, комп'ютерних ігор, здавалося б, суперечить культу автентичності, що утверджується в музеях протягом багатьох століть. Однак не менш важливим, на думку експертів, є сьогодні залучення відвідувача в процес спільної побудови сенсу. Інформаційні технології особливо сприятливо впливають на залучення до музею дитячої аудиторії. Як відомо, дітям не дуже цікаво пасивне знайомство з чимось, що було задовго до їх народження але використання доповненої реальності дає можливість переглянути 3D-модель експоната, грати, взаємодіяти з розташуванням . Завдяки iPad скелети стають повнокровними тваринами, а стандартний вигляд QR-коду, наприклад, перетвориться на ієрогліф, печатку давно зниклої імперії, монету тощо, що спричинить нову ряд питань від молодого глядача. Найчастіше 3D-технології використовують у художніх музеях для створення виставок. Поєднані проєкційні технології, в яких відео послідовність проєктується на кілька площин, розташованих на різній відстані від глядача, дозволяє повністю зануритися в атмосферу простору чи події. Використання цифрових технологій та нових матеріалів (зокрема, прозора проєкційна плівка) дає змогу отримати зображення з голографічним ефектом. Однак створення музейної виставки з елементами доповненої реальності може викликати певні труднощі. Така виставка вимагає узгодження двох елементів:

технічного та семантичного. З одного боку, це комп'ютерна технологія, успішне функціонування якої вимагає реалізації певних алгоритмів, наявності спеціальних технічних пристроїв, і поки створити цю технологію можуть лише фахівці в галузі комп'ютерних та мобільних технологій. З іншого боку, музейна виставка з елементами доповненої реальності є, насамперед, музейним явищем, і її повинні створювати професіонали. З моменту свого створення Міжнародний інститут антикваріату активно використовує інформаційні технології в музейній діяльності. Відеотури або віртуальні екскурсії створюються майже для всіх організованих виставок, дозволяючи насолоджуватися шедеврами образотворчого та декоративного мистецтва індивідуально, у віддаленому доступі, незалежно від часу фактичної виставки. Наприклад, Google Arts & Culture — це онлайн-платформа, використовуючи яку громадськість може отримати доступ до зображень високої чіткості художніх робіт, які зберігаються у музеях — партнерах ініціативи. Проект був запущений компанією Google 01 лютого 2011 року, у партнерстві з 17 міжнародно відомими музеями, включно з Галереєю Тейт, Лондон, Музеєм мистецтва Метрополітен, Нью-Йорк та Галереєю Уфіцці, Флоренція.

Платформа дозволяє користувачам здійснювати віртуальні тури галереями музеїв, знайомитись з фізичною та контекстуальною інформацією про художні роботи та створювати свої власні віртуальні колекції. Функція «walk-through» проекту використовує технологію Google Street View. Зображення багатьох робіт існують у надзвичайно високій якості, а кожен музей-партнер обрав одну роботу, зображення якої мало якість один гігапіксель (більше 1 млрд пікселів).

3 квітня 2012 року Google оголосив про значне розширення Арт-проекту та підписав угоди про партнерство з 151 музеєм 40 країн. На той час платформа налічувала більше 32 тис. робіт з 46 музеїв та продовжувалась робота з формування колекції зображень інших партнерських музеїв. Серед нових партнерів були Художня галерея Онтаріо, Білий дім, Галерея австралійського скельного мистецтва Гріффітського університету (Австралія), Музей ісламського мистецтва (Доха) та Гонконзький музей мистецтв. Тоді ж Google

запустив другу, поліпшену версію сайту з функціями Google+, покращеним пошуком та функціями для навчання. Станом на березень 2015 року на сайті 81,8 тис. робіт з 486 колекцій.

З огляду на наміри створити з платформи глобальний ресурс, він доступний багатьма мовами.

Зараз Google Art Project є частиною Google Cultural Institute (Культурного інституту Гугл), в рамках якого також реалізуються проекти:

World Wonders Project (Проект «Чудеса світу»), який дозволяє віртуально відвідати давні та сучасні чудеса світу з використанням технологій Гугл (Street View, 3D-моделювання та інші). В рамках цього проекту можна відвідати історичні пам'ятки— напр. Стоунхендж чи Помпеї, або природні, як Великий бар'єрний риф, а також дізнатися про їх розташування та історію, надану в рамках партнерства проекту з ЮНЕСКО.

Archive exhibitions (архівні виставки)— в партнерстві з музеями та іншими культурними закладами, цей проект дозволяє побачити тимчасові виставки після їх завершення, адже не всі об'єкти мистецтва мають постійне місце в музеях світу.

Завдяки сучасним графічним редакторам і програмам стає можливим віртуально відтворити об'єкт, . Основною особливістю віртуальних реконструкцій є можливість пограти з масштабом і занурити глядача у віртуальне середовище, яке втілює ідеї художника. Ці технології дають змогу на підготовчому етапі оцінити дизайн виставки, можливість вписати його в загальний дизайн музею. Даний час використання інформаційних технологій стає повсюдним. Комп'ютерні програми дозволяють представити широкий спектр варіантів і вибрати найкращий для майбутнього об'єкта, приміщення, середовища. Їх використання в сучасній музейній роботі доповнює реальність, забезпечує максимальний зв'язок між експонатом та відвідувачем та оновлює експозицію.

Використання мультимедійних технологій дозволяє зробити статичне зображення тривимірним (3D), динамічним (доповнюючи відео або анімацією),

супроводжуючи текстом, музичним супроводом, словесними коментарями, тобто поєднувати різні типи інформації, впливати не тільки на раціональну, а й на емоційну сферу людини.

### **3.2. Сучасні цифрові галереї. Їх специфіка, функції**

Слід зазначити, що з самого розуміння того, що є музейною віртуальною виставкою і чим вона відрізняється від інших форм подання інформації за допомогою комп'ютерних технологій та Інтернету, ще остаточно не розроблена, не існує єдиного, усталеного визначення самого поняття «віртуальна виставка».

Можна з певною долею впевненості сказати, що «віртуальна виставка» - це демонстрація (у тому числі в Інтернеті) віртуальних зображень спеціально створеної музейної виставки з використанням веб-технологій. Це новий багатофункціональний інформаційний ресурс, який, по-перше, дає можливість отримати нову інформацію для широкого кола користувачів, а по-друге, при створенні виставки дозволяє розширити спектр інструментів та прийомів, що використовуються для реалізації ідеї та концепції проекту (тексти, графіка, аудіо, відео тощо). Однією з особливостей виставки, безпосередньо пов'язаної з інтерактивністю, є наявність гіпертексту: виставка може мати складну багаторівневу структуру, а її сторінки пов'язані гіперпосиланнями, крім того, можна отримати доступ до Інтернет-ресурсів з подібними змісту. Завдяки цьому користувач може отримати більш детальну інформацію про виставку, що представляє інтерес, представлену на інших сторінках виставки, не витрачаючи часу на читання інформації, яка його не цікавить; отримувати додаткову інформацію з інших ресурсів, пов'язаних з виставкою, за допомогою гіперпосилань тощо. Серед особливостей презентації зображення предметів експозиції можна відзначити наступне. Багато виставок реалізують можливість збільшення зображення для перегляду. На додаток до традиційної експозиції статичних фотографій, електронні виставки можна реалізовувати у динамічній формі панорамного зображення або 3D, що дозволяє переглядати будь-який об'єкт під різними кутами в різні пори року та доби, а також бачити, як це виглядало в минулому, або буде виглядати після реконструкції чи реставрації.

Це створює враження перебування в музеї, а також дає можливість обертати експонати, що зазвичай не вітається під час справжнього відвідування музею. Електронні виставки можуть супроводжуватися музикою та відео. Музика сприяє створенню атмосфери епохи, якій присвячена експозиція, а відеопослідовність дозволяє побачити рух експозиції, прослухати звук, що видається експозицією, або музичний супровід, наприклад, фонтани Петергофа. Експозиція електронних виставок музеїв будується залежно від залу, історичного періоду чи теми. Так, наприклад, на електронній виставці музею ми можемо одночасно зустріти скульптури, картини та предмети інтер'єру, якщо вони належать до одного історичного періоду. Це дозволяє забезпечити синтез мистецтв на одній виставці. У цьому випадку загальною є така структурна схема організації виставкового матеріалу: зал (хронологічний період) - тема - тип об'єкта (автор). За нашими спостереженнями, найпоширенішими додатковими сервісними можливостями електронних виставок музеїв є розміщення повнотекстових статей про експонати та колекції. Електронне середовище дозволяє швидко отримувати відгуки користувачів. Наприклад, він надає можливість публічних або приватних оглядів про виставку в цілому та про конкретні експонати, розміщення посилань у соціальних мережах тощо. Це дозволить відстежувати уподобання відвідувачів та організовувати виставки з урахуванням їх інтересів. Інтерактивність електронної виставки дозволяє демонструвати творчі здібності користувачів. Оригінальною формою роботи з електронною виставкою може бути організація опитувань, конкурсів та вікторин, що особливо актуально для дитячої та юнацької аудиторії. Крім того, користувачі можуть самостійно надсилати запити на організацію виставки на цікаві для них теми. Розміщення виставки на веб-сайті музею, реалізація функції інформування про колекції та експозиції, допомагає залучити реальних відвідувачів. Віртуальна демонстрація колекцій забезпечує доступ до сховищ музею, дозволяє більш повно відкрити музейний фонд, ознайомитись з експонатами, які в даний час з будь-яких причин не експонуються. Безкоштовний доступ до електронних продуктів музеїв особливо актуальний для

віддалених географічно користувачів, які не мають можливості фактично відвідати музеї. Користувачі можуть переглядати експонати у зручний час та в індивідуальному темпі, незалежно від температури та метеорологічних умов. Гіпертекстові можливості електронної виставки дозволяють побудувати індивідуальну траєкторію перегляду, не перевантажуючи сторінки зайвою інформацією. Візуальні можливості електронної виставки дозволяють детально розглянути великі предмети поза стінами музею, побачити цілісний архітектурний ансамбль, а також використовувати функцію збільшення зображення при високоякісному виконанні виставки та дослідження дрібних деталей виставки. Демонстрація експонатів в електронному вигляді забезпечує їх безпеку. Тривалий і частий перегляд електронної виставки не вплине негативно на оригінал. Запис електронних виставок музеїв на місцеві ЗМІ дозволяє їх розповсюджувати як самостійний інформаційний продукт серед відвідувачів музею та туристів. Наступним кроком є "занурення" відвідувача, який стає співучасником дій у віртуальному просторі. Мультимедійна культура виховує активного дослідника, який вільно обирає курс вивчення виставок, зупиняючись, за бажанням, у цікавих для нього місцях, переглядати матеріал у будь-якій послідовності необхідну кількість разів. «Отже, мультимедіа - це не просто форма, а нова синкретична форма, яка є синергією між різними художніми формами, синергією між звуком, зображеннями та текстами. В мультимедіа як в одній мультисенсорній точці візуальний, звуковий та текстовий матеріал сходяться в інтерактивному комп'ютерному середовищі. Він може приймати будь-яку форму і складатися з будь-якої комбінації: текст, гіпертекст, 2D та 3D графіка, анімація, переміщення зображення (цифрове відео та фото), музика, звукові ефекти. Як продукт нового інструментарію, мультимедіа, набувають переваг усіх попередніх аудіовізуальних засобів. Але вони їх не витісняють. Подібно до того, як банан не може замінити яблуко, комп'ютерна „палітра” повинна функціонувати в культурі не „замість”, а „разом”, маючи свої специфічні особливості в системі художнього спілкування, що формують власну нову мову мислення”.

*Нові можливості цифрового мистецтва.* Цифрове мистецтво як предмет наукових інтересів вимагає уваги як з боку структури, виразності нової мови, так і з боку власних функцій. Комунікативна функція цифрового мистецтва особливо актуальна через широку доступність аудиторії до нього. «Комп'ютер у мистецтві суттєво змінює традиційну трифазну структуру творчості (художник - твір / художній образ - реципієнт)» і водночас змінює механізм взаємодії мистецтва та глядача. Цифровому мистецтву, яке принципово змінило методи створення та існування твору, все ж таки вдається зберегти методи художнього спілкування. У теорії комунікації існують різні типологічні характеристики, що розширюють межі самого поняття комунікації та засобів її реалізації. Існує кілька способів комунікативних взаємозв'язків із мистецтвом, серед яких - спілкування автора та глядача; спілкування глядача в період створення твору; спілкування глядача з художнім твором. Водночас поле проникнення нових методів у сферу комунікативних відносин залишається відкритим, особливо в епоху поширення Інтернету. Сьогодні можна створити єдиний витвір мистецтва у віртуальному просторі відразу декількома географічно віддаленими художниками. З розповсюдженням цифрових ЗМІ відбуваються зміни у повсякденному житті, в установлених культурних ієрархіях та у способі взаємодії людей. "Система формування культурного досвіду загалом, усі основні сфери культури змінюються".

Мистецтво долучилось до цього процесу, розширивши можливості для глядача брати участь. Спілкування передбачає наявність діалогу як головного елемента спілкування. Ситуація діалогу в існуванні цифрового мистецтва є досить активною та ефективною - глядач стає співучасником творчого процесу, він може вибрати спосіб сприйняття, ввести щось своє у інтерактивну роботу, а отже, перетворитись автором у співпраці. Так, на виставці 2009 року «Розшифровка: відчуття цифрового дизайну» в одній з галерей музею Вікторії та Альберта в Лондоні були представлені експонати, які залучають глядача до інтерактивної гри: наприклад, пристрій у формі фена був встановлений на екрані перед електронними кульбабами, глядач спрямував пристрій на екран і пелюстки

поступово відлітали від кульбаби; ще один експонат - "Венеціанське дзеркало" - представляв дзеркало неправильної форми в кадрі, на тьмяному екрані виднілися неясні тіні, глядач стояв перед екраном і через деякий час бачив на екрані прояв контуру його власна фігура. Отже, цифрове мистецтво - це вид творчої діяльності, в якій твори створюються та модифікуються за допомогою мов програмування та комп'ютерних програм. Основним середовищем їх існування є цифрове, віртуальне середовище, яке розширило методи всіх видів художнього спілкування. Цифрове мистецтво, будучи специфічною формою сучасної творчості, відповідає основній концепції сучасного мистецтва: головне - це процес, а не результат, і існує на принципах випадковості - алгоритми, засновані на інструкціях, відкривають можливість миттєвого доступу до мультимедійного елемента, здатні переставляти (перетасовувати) кілька комбінацій, а також на принципах інтерактивності - глядач, беручи активну роль у сприйнятті та зміні цифрового твору, стає співучасником творчого процесу. Створення арт-об'єкта в цифровому форматі поєднує в собі традиційні візуальні техніки та можливості новітніх технологій, в результаті народжується твір, що має якості художньої образотворчості, що включає, серед іншого, інтерактивне занурення стороннього спостерігача з непередбачуваним мисленням, щоб змінити оригінальну авторську ідею.

### **3.3. Порівняльний аналіз традиційних та цифрових галерей.**

Сучасний розвиток диктує власні шляхи вдосконалення та трансформації для всіх сфер діяльності. Перш за все, трансформація пов'язана з трансформацією системи зв'язків з громадськістю шляхом впровадження інформаційних технологій. В контексті цього глобального соціального та технологічного переходу також переживають культурні установи якісні інформаційні зміни, модернізація парадигми функціональності та сервісу, пов'язані з новими потребами сучасного відвідувача. Відповідаючи сучасним вимогам, заклади культури змушені шукати нові форми своєї діяльності та способи викликати інтерес до своєї роботи з боку аудиторії. Сучасні інформаційні технології дають закладам культури нові можливості та



перспективи. Ставлення фахівців та працівників самих закладів культури до цих технологій неоднозначне. Не заглиблюючись у обговорення проблеми, зауважимо, що сучасні дискусії найчастіше відходять від категоричності в захисті позицій «За» / «проти» та спробують знайти підстави та критерії розумного використання потенціалу інформаційних технологій у діяльності закладів культури. Будуть розглянуті основні напрямки використання інформації, і насамперед цифрових та мультимедійних технологій у діяльності сучасних музеїв. Дослідники різних галузей науки (культурологи, філософи, соціологи та ін.) одностайні у своїй думці щодо постійно зростаючої ролі інформаційних технологій та інформаційної культури в сучасному суспільстві. На думку вчених, стиль життя сучасного суспільства, його ціннісна парадигма та мотиваційні установки визначаються і пояснюються насамперед за допомогою засобів і методів трансляції інформації, якими сьогодні користуються телебачення та радіозв'язок, використовуючи в своїй роботі цифрові та мультимедійні технології. Наприкінці ХХ століття деякі дослідники вказували на проблему невідповідності людини до сприйняття, усвідомлення та систематизації такого багатогранного потоку інформації, бурхливого за обсягом змісту та форми її викладу, підкреслюючи водночас неоднорідний фрагментований характер викладу. Сьогоднішні реалії свідчать про те, що ця проблема все ще зберігається. Більше того, досвід взаємодії з інформаційними технологіями в певному сенсі є фактором, що розділяє суспільство: ті, хто вміє і хоче використовувати такі форми спілкування, і ті, хто все ще не готовий і тому не розуміє, навіщо їм це потрібно. Виникає ситуація, коли, з одного боку, заклади культури повинні «йти в ногу з часом», а з іншого - населення багатьох міст, особливо в глибинках не готове прийняти нововведення «цифрової культури». "Тиск" з боку інформаційних технологій відображається, серед іншого, на діяльність сучасних музеїв. Відбувається досить серйозна трансформація музейного середовища та музейного простору. Багато робочих процесів, інструментів, форм спілкування / діалогу з відвідувачами змінюються. І, що дуже важливо, музей стає все більш відкритим. Основними функціями

музею як соціального інституту традиційно називають функції документації, освіти / виховання, рекреаційні та комунікативні функції. Інформаційні технології скоригували та доповнили зміст основних функцій музейної діяльності. Одним із напрямків використання інформаційних технологій у культурі є оцифровка культурної спадщини. Сучасні інформаційні технології дають змогу здійснити мрію багатьох - об'єднати всю культурну спадщину. Але на відміну від попередніх епох (тут можна згадати Олександрійську бібліотеку, досвід Британського музею та Лувру в 19 столітті, спробу створити музей світового мистецтва в Лінці) замість колекцій, зібраних в одному місці, організовуються розподілені мережі, які роблять оцифровані версії цих колекцій доступними для всіх. Таким чином, інформаційні технології змінюють технологічну сутність функції створення культурної спадщини та її популяризації.

Багато музеїв приєднуються до глобального руху відкритих даних та надають необмежений доступ до своїх архівів, фотографій, каталогів та інших баз даних. Використання цифрових технологій та мультимедіа у виставковому просторі музею дозволяє реалізувати як навчальну, так і комунікативну функції цього закладу. Можна виділити дві моделі взаємодії експозиції та цифрових технологій: перша - допоміжна роль у інтерпретації експозиції, друга - те, що цифрова технологія сама виступає як музейний предмет. Сучасні дослідники виділяють три основні напрямки використання цифрових технологій у музейному просторі: «технічний, концептуальний та комунікаційний». Технічний аспект пов'язаний з різним рівнем оформлення музейної експозиції залежно від складності використовуваного обладнання. Спектр використання такого обладнання - від простих інформаційних панелей до включення цифрового обладнання в її сценарій. Концептуальний аспект передбачає використання цифрових технологій для створення додаткової інформаційної, освітньої та іміджевої інформації. Ще однією сферою використання інформаційних технологій в концептуальному плані є використання цифрового обладнання як музейних предметів, наприклад, в експозиції технічних музеїв.

Комунікаційний аспект передбачає рівень використання цифрових технологій в обміні інформацією між музейною виставкою та глядачем. Вже зараз можна говорити про появу нового типу взаємодії між закладами культури та відвідувачами. Суть цієї взаємодії - інтерактивність. Результатом реалізації цієї взаємодії є створення віртуального середовища, проникнення віртуального світу в реальний. У музеї окремому відвідувачеві часто доводиться стикатися з проблемою "інформаційного самотності". Тому відвідувач повинен мати можливість зануритися у вивчення предмета на території музею. У зв'язку з цим сучасні музеї все частіше включають в свої експозиції екрани та інші інтерактивні пристрої для більшої залученості глядача. У 2012 році Лувр відмовився від використання аудіогідів, замінивши їх гаджетами Nintendo 3DS. Вони виступають в ролі екскурсоводів. В них завантажено багато додаткової інформації та 3D-фото. Ці гаджети не дають відвідувачеві загубитися, автоматично відстежують його місцезнаходження та складають маршрути в потрібному напрямку. Музей дизайну Купера-Хьюїтта в Нью-Йорку використовує інтерактивні панелі, на яких можна малювати спеціальним стилусом, а потім спостерігати, з якими експонатами система асоціюватиме ці малюнки. Ці стилі також дозволяють "збирати" улюблені експонати у свою особистий віртуальний кошик. Спроби для урізноманітнення форм взаємодії з глядачем при використанні цифрових технологій враховують той факт, що кожен відвідувач музею має власну мотивацію відвідування, індивідуальний суб'єктивний досвід пізнання та освоєння середовища, різні механізми сприйняття інформації. Тому адаптація цифрових технологій до різних типів користувачів є необхідною умовою спілкування в музеї. Узагальнюючи досвід використання цифрових технологій у традиційному музейному просторі, зазначимо, що основою музею залишається справжній музейний предмет, тоді як цифрові технології та мультимедіа повинні передавати концепцію та зміст експозиції. Звернення до інформаційних технологій, з одного боку, надає закладам культури нові перспективи розвитку, підтримує інтерес аудиторії та популяризує їх роботу. З іншого боку, за належного методологічного та

технічного забезпечення інформаційні технології дозволяють установам культури освоювати абсолютно нові форми подання інформації та роботи з відвідувачами, зберігаючи при цьому багатство змісту та глибину ідей. При класифікації традиційних виставок велике значення надається видам демонстраційних матеріалів. Кожен вид вимагає створення особливих умов для розміщення та збереження. Специфіка електронної виставки дозволяє не надавати цій особливості великого значення, оскільки предметом електронної виставки є не самі матеріальні цінності, а їх цифрові копії. Цифрова галерея доступна за будь-яких обставин, що розширює можливості її використання в освітніх та наукових цілях. Пошук визначення «віртуальної виставки» призвів до того, що музейне співтовариство визначило багато його «позитивних» та «негативних» рис. Переваги віртуальних виставок, в тому числі музейних, зазвичай включають:

- Сучасність (завдяки використанню нових технологій);
- Доступність (за часом, простором, за кількістю запитів);
- Індивідуалізація сприйняття віртуальної виставки через цифровий екран пристрою;
- Автономність, незалежність від реальних умов експлуатації музею;
- Мобільність, доступність руху;
- Економічність як під час створення, так і під час демонстрації;
- Можливість презентувати музейні предмети, які недоступні для виставки у традиційних умовах;
- Мінливість, відносна простота внесення змін та створення макетів особисті "рівні глибини" викладу матеріалу;
- Віртуальні виставки завжди служать своєрідною рекламою для музею та його співпраці зустрічі за стінами музею, в першу чергу в Інтернеті;
- Забезпечення за допомогою віртуальних виставок можливості простого і швидкого соціологічного аналізу аудиторії та прогноз діапазону потенціалу відвідувачів "справжнього" музею.

Недоліками, властивими віртуальним виставкам, є:

- відсутність безпосереднього спілкування з артефактами;
- відсутність безпосереднього міжособистісного спілкування;
- Неможливість віртуального образу сформувати емоційні природні враження.

Виділені недоліки, як нам здається, дозволяють припустити, що віртуальна виставка - це „текст”, „символічна конструкція”, яка принципово відрізняється від традиційної музейної виставки, що складається з різних за своєю сутністю знаків, пов'язаних по-іншому. На відміну від традиційної музейної виставки, комунікатор повинен усвідомлювати, що він оперує знаками-зображеннями, які за своєю природою відображають лише частину властивостей оригінального музейного предмета. Автор висловлювання даною мовою повинен чітко усвідомлювати, що його мова спочатку емоційно та дещо естетично збідніла, і повинен подолати цю основну перешкоду, властиву її природі, на віртуальній виставці. Таким чином, він створює художній текст із принципово іншими властивостями, ніж текст традиційної музейної виставки. Вивчення природи цих знаків та тексту віртуальної виставки є предметом іншого, глибшого вивчення. Однак уже на цьому етапі ми можемо стверджувати, що мова віртуальної виставки відрізняється від мови традиційної виставки, але, тим не менше, пов'язана з мовою музейного спілкування. Сприйняття віртуальної виставки, на наш погляд, також відрізняється від сприйняття традиційної музейної виставки, оскільки здійснюється опосередковано, через призму веб-технологій. Сприйняття віртуальної виставки позбавлене магічного ореолу оригіналу та справжність, що робить його принципово іншим. Ще однією особливістю віртуальної музейної виставки є інтерактивний режим в якому людина та комп'ютер обмінюються даними. Ознайомившись із запропонованою виставкою, користувач має можливість висловити свою думку та взяти участь в обговоренні виставки в режимі "он-лайн". Працюючи над віртуальною музейною виставкою, автор більше уваги приділяє дизайнерським рішенням, адже за допомогою кольору, графіки, звуку, анімації стає можливим створити настрій, привернути увагу, підкреслити та виділити важливі моменти, підсилити

емоційність та привабливість. Нам здається, що при створенні віртуальної виставки роль комунікатора, який створює віртуальні проекти, стає дуже значною, більш персоніфікованою. Оскільки музейний працівник не обмежується конкретною музейною площею, місцевістю, спорядженням тощо, він, реалізуючи свої знання та фантазії, має можливість залучити різні засоби (музика, фарби, просторове зображення тощо) для презентації музейного предмета, тим самим створюючи новий, часом дуже несподіваний образ. Крім того, він більшою мірою може висловити своє особисте Я, своє бачення навколишнього світу, звернути увагу на дрібні деталі та нюанси. «Розмова» комунікатора з одержувачем ведеться «один на один», у цьому випадку сприйняття «не заважає» простору музею, наповненому відвідувачами, сторонніми звуками та іншими відволікаючими моментами. Віртуальні проекти, як правило, відрізняються високим інформаційним багатством, вони високохудожні, пронизані елементами театралізації, більш орієнтовані на конкретну людину та збільшують не лише інформаційний, але й емоційний потенціал музею. Найголовніше у віртуальній музейній виставці полягає в тому, що концепція, матеріал, форма її презентації повинні бути дуже якісними. Це пов'язано з тим, що своєрідне змагання за увагу та позитивну оцінку глядача відбувається не лише з іншими проектами цього та інших музеїв, а й з продуктами, включаючи освітні та розважальні, зроблені з використанням веб-технологій дуже широким колом осіб та установ які представлені в Інтернеті. Водночас слід мати на увазі, що сприйняття віртуальної виставки значною мірою визначається технічними характеристиками пристроїв, за допомогою яких вона втілюється та відтворюється. Таким чином, віртуальна виставка під час її створення та в подальшому процесі буття, в тому числі в Інтернеті, сприймається як єдиний "артефакт", "художній текст", єдиний витвір мистецтва. Саме ця природа віртуальної виставки визначає всі її переваги та недоліки і дозволяє говорити про це як про особливу форму реалізації музею спілкування, і навіть як особливу форму музейної діяльності в контексті розширення інформаційного поля.

**Висновки.** Музейна виставка сьогодні - це не лише демонстрація пам'яток історичної або природної спадщини, досягнень наукової думки, художньої творчості, мистецтва, а й елемент сучасного культурного процесу, форма спілкування, завдяки якій людина збагачує свій культурний, історичний та соціальний досвід. Основною тенденцією розвитку виставкової діяльності сучасних музеїв є відмова від статичності експозицій на користь їх інтерактивності, насиченості динамічно та ефектно вирашними компонентами. Розвиток інформаційно-комунікаційних технологій дозволив музеям відкривати свої колекції для широкої аудиторії, використовуючи програмне забезпечення, технічні можливості та незаперечні переваги глобальної мережі Інтернет. Інформаційно-комунікаційні технології породили нове явище - електронні товари та послуги, одним із проявів яких є електронні виставки музеїв, бібліотек, архівів, видавництв, які відкривають нові можливості для задоволення культурних потреб населення. Чи будуть надалі розвиватися віртуальні музейні виставки, покаже час. Безперечно одне, вони, поряд з іншими видами публікацій, музейних зібрань, зайняли свою нішу і існуватимуть довгі роки.

## ВИСНОВКИ

Таким чином, можна зробити такі висновки. У наш час художні галереї є невід'ємною частиною культурного та соціального простору. Незважаючи на те, що сучасні галереї вже знайшли своє місце в культурному житті світового суспільства, діяльність галерей сучасного мистецтва безпосередньо залежить від ринкових механізмів: будучи основною інституцією ринку сучасного мистецтва, галерея виконує свої основні функції в художньому середовищі. В епоху постійного розвитку суспільства та процесів глобалізації, взаємовідносин суспільства та культурних установ, галереї розширюють свій вплив та пропонують громадськості більш активне спілкування. У цьому контексті галереї формують комунікацію між суспільством і культурою, будучи соціально-культурною установою. Основними функціями картинної галереї є: комунікативна, соціокультурна, освітня, інформаційна, регулятивна, соціалізуюча, інтегративна, а також функція організації дозвілля. Вищезазначені функції забезпечують той факт, що заклади культури в наш час є чимось більшим, ніж місцем для експонування предметів мистецтва, а також що вона свідомо та цілеспрямовано культивує спрямований розвиток культури та кожної людини зокрема. Для ефективного спілкування сучасних галерей необхідно правильно використовувати простір, що дозволить налагодити спілкування з



відвідувачами. Підводячи підсумок, галерея як проект є єдиною в своєму роді діяльністю інституту культури з властивою їй мистецькою політикою, даними ресурсами, командою, бюджетом, обумовленими критеріями ефективності та часовими рамками, спрямованими на розвиток сучасної культури, з одного боку, та розвитку художнього ринку, з іншого. Можна також сказати, що художня галерея - це не що інше, як унікальне місце, призначене для експонування предметів мистецтва, з чіткою стратегією, політикою та діяльністю, спрямованою на розвиток культури.

Ключова цінність мистецтва для суспільства полягає в тому, що воно ніколи не розвивалось незалежно від історичних, політичних, культурних та соціальних змін. Це завжди ставало призмою реальності. Але в наш час існує складний симбіоз науки, інженерної творчості та мистецтва. На наш погляд, технологічні інновації слід розглядати з позиції врахування всіх складових цього генезу. З цієї точки зору цифрові технології та пов'язані з ними інновації у галузі мистецтва одягнені в глибший культурний зміст. Тим часом не можна не визнати, що в нових видах мистецтва, що динамічно розвиваються, і в творчому експерименті можна знайти більше науки та інженерного мистецтва, ніж мистецтво в традиційному розумінні цього слова. Це стосується, наприклад, екологізму, який, у свою чергу, був тісно пов'язаний з іншими мистецькими практиками, зокрема, з ленд-артом, екологічним мистецтвом, арт-повірою, біо-мистецтвом, мистецтвом та наукою. Взаємодія технологій та мистецтва відбувалася протягом історії людського розвитку. Тривалий час технологія цього союзу мала переважно прикладний характер, залишалася посередником між ідеєю художника та його матеріальним втіленням. Але в XXI ст. технологія дозріла, і цифрові технології почали перетворюватися на нові форми мистецтва. Відкриття та усвідомлення внутрішніх загальних закономірностей як зв'язку між різними видами мистецтв та технологічними можливостями симбіозу видів мистецтв роблять можливим появу нових цілісних форм мистецтва. Розвиток мистецтва, заснований на використанні цифрових технологій, пов'язаний із наслідками їх застосування, а форми, ідеали, цінності, які воно несе,

продиктовані філософією, етикою та естетичними тенденціями сучасності. Художній та технологічний контексти мистецтва нових медіа змішуються.

Музейна виставка сьогодні - це не лише демонстрація пам'яток історичної або природної спадщини, досягнень наукової думки, художньої творчості, мистецтва, а й елемент сучасного культурного процесу, форма спілкування, завдяки якій людина збагачує свій культурний, історичний та соціальний досвід. Основною тенденцією розвитку виставкової діяльності сучасних музеїв є відмова від статичності експозицій на користь їх інтерактивності, насиченості динамічно та ефектно вираженими компонентами. Розвиток інформаційно-комунікаційних технологій дозволив музеям відкривати свої колекції для широкої аудиторії, використовуючи програмне забезпечення, технічні можливості та незаперечні переваги глобальної мережі Інтернет. Інформаційно-комунікаційні технології породили нове явище - електронні товари та послуги, одним із проявів яких є електронні виставки музеїв, бібліотек, архівів, видавництв, які відкривають нові можливості для задоволення культурних потреб населення. Чи будуть надалі розвиватися віртуальні музейні виставки, покаже час. Безперечно одне, вони, поряд з іншими видами публікацій, музейних зібрань, зайняли свою нішу і існуватимуть довгі роки.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. .Фромм Э. Здоровое общество. Догмат о Христе. М. : Издательство АСТ Лтд, 1998. 664 с
2. «Современное»: Эстетика алгоритмов. Как работает искусство на блокчейне [Электронный ресурс] URL:  
<http://concepture.club/post/infopoloz/how-blockchain-art-works>
3. The Art Newspaper в мире [Электронный ресурс] URL:  
<http://www.theartnewspaper.ru/posts/5594/>
4. WIPO Всемирная организация интеллектуальной собственности.URL:  
<https://www.wipo.int/reference/ru/>
5. Анализ современного галерейного дела в Санкт-Петербурге [Электронный ресурс] URL:  
[https://studbooks.net/1177009/kulturologiya/osobennosti\\_muzeyno\\_vystavoch\\_noy\\_deyatelnosti\\_galerey\\_rossii\\_kontse\\_nachale\\_veka#77](https://studbooks.net/1177009/kulturologiya/osobennosti_muzeyno_vystavoch_noy_deyatelnosti_galerey_rossii_kontse_nachale_veka#77)
6. Аполлон. Изобразительное и декоративное искусство, архитектура: Терминологический словарь/ под общ. ред. А.М. Кантора. - М.: Эллис Лак, 2000.
7. Ариарский М. А. Досуговедение в системе человекознания. – Л.: ЛГИК, 1990
8. Бодрийяр Ж. Система вещей ; пер. с фр. С.Н. Зенкина. – [Электронный ресурс] М.: Рудомино, 2001. [сайт]. – URL: [http:// www. gumer. info/ bogoslov\\_ Buks/Philos/Bod\\_ SisV/index.php](http://www.gumer.info/bogoslov_Buks/Philos/Bod_SisV/index.php) (дата обращения: 31.08.2016)
9. Вирильо П. Машина зрения. Информационная бомба. Стратегия обмана. Биг-пресс. 2013. С. 264
10. Волькович А.Ю., Чigareва Н.Г. Виртуальные выставки как новая форма деятельности музея. Музей в мире культуры. Мир культуры в музее . Том 212. 2015. С. 250-254 URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/virtualnye-vystavki-kak-novaya-forma-deyatelnosti-muzeya/viewer>

11. Галереи и галерейное дело [Электронный ресурс] URL:  
<http://ekrost.ru/poster/galerei-i-galereinoe-delo.html>
12. Горбунова И. Б., Белов Г. Г., Горельченко А. В. Музыкальный компьютер (новый инструмент музыканта) 2004. URL:  
<https://ua1lib.org/book/802952/6be62a?id=802952&secret=6be62a>
13. Даррен Тодд. Цифровое пиратство. Как пиратство меняет бизнес и культуру. пер. с англ. Л. Плостак, У. Сапциной. М. : Альпина БизнесБукс. 2013. 320 с.
14. Деникин А. А. Мультимедиа и искусство: от мифов к реалиям [Электронный ресурс]. URL:  
<http://sias.ru/publications/magazines/kultura/2014-3/yazyki/843.html> (дата обращения: 10.10.2017).
15. Дианова В. М. История культурологии. Учебник для бакалавров. 2-е издание. Юрайт. 2012. С. 457
16. Долженкова М. И. Проблемы социализации молодежи в современном мире.
17. Янив Бенхаму, Авторское право и музеи в цифровой век Журнал ВОИС [Электронный ресурс] URL:  
[https://www.wipo.int/wipo\\_magazine/ru/2016/03/article\\_0005.html](https://www.wipo.int/wipo_magazine/ru/2016/03/article_0005.html)
18. Ерохин С.В. Цифровые технологии в современном изобразительном искусстве. Искусствознание. 2008. URL:  
<https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovye-tehnologii-v-sovremennom-izobrazitelnom-iskusstve/viewer>
19. Жидков В.С., Клявина Т.А., Социология искусства. Хрестоматия. Искусство – СПб. 2005
20. Иванов В., Лаптев В., Орлов П., Стрелков С. Особенности преподавания дисциплин образовательного цикла Digital Arts // Современные методы обучения в сфере цифровых искусств : сб. статей / под ред. Е. Э. Павловской. Екатеринбург, 2015. С. 63–64.

21. Каулен М.Е., Е.В. Мавлеев // Российская музейная энциклопедия. в 2 т. М.: Прогресс, РИПОЛ КЛАССИК, 2001. Т. 1. С. 395.
22. Кириченко Е. И. Цифровое искусство: способ коммуникации или средство новой художественной образности? Научное обозрение. Международный научно-практический журнал. 2016. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovoe-iskusstvo-sposob-kommunikatsii-ili-sredstvo-novoy-hudozhestvennoy-obraznosti/viewer>
23. Клементьева Н. Информационные технологии в современном музейном пространстве. Научное обозрение. Международный научно-практический журнал. 2016. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/informatsionnye-tehnologii-v-sovremennom-muzeynom-prostranstve/viewer>
24. Королева Л.А. Интеграция процессов развития искусства и цифровых технологий в пространстве медиакультуры.
25. Кристиана Пол. Цифровое искусство. / К. Пол. — М.: Ад Маргинем Пресс, 2017. — 272 с.: ил.
26. Лиотар Ж.Ф. Состояние постмодерна / Пер. с фр. Н. А. Шматко.— М.: Институт экспериментальной социологии; СПб.: Алетейя, 1988. — С. 10; Философия культуры...: С. 356.
27. Лихтварк А. Музеи как образовательные и воспитательные учреждения /Образовательные и воспитательные задачи современного музея. Под ред. Оршанского Л. Г. СПб., 1914. С. 3
28. Медведева Е. Б., Юнхевич М. Ю. Музейная педагогика как новая научная дисциплина // Культурно-образовательная деятельность музеев. М.: 2003
29. Милюкова Т.М. Художественная галерея в современной культуре Санкт-Петербурга. Автореф. Дисс.- СПб: 2004
30. Мышева Т.П. Мультимедиа в музейном пространстве. Вестник СПбГУКИ. 2011. С. 106-108 URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/multimedia-v-sovremennoy-muzeynoy-ekspozitsii/viewer>

31. Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений / Российская академия наук. Институт русского языка им. В. В. Виноградова. — 4-е изд., дополненное. — М.: Азбуковник, 1999.
32. Ожиганова Е. М. Теория поколений Н. Хоува и В. Штрауса. Возможности практического применения.
33. Оленев В. С. Бернська конвенція про охорону літературних та художніх творів // Юридична енциклопедія : ред. кол. Ю. С. Шемшученко (відп. ред.) [та ін.]. — К. : Українська енциклопедія, 1998. — Т. 1 : А — Г. — 672 с.
34. Оливер Грау о цифровом искусстве [Электронный ресурс]. URL: <https://polymus.ru/ru/museum/news/oliver-grau-o-tsifrovom-iskusstve/> (дата обращения 15.10.2017).
35. Пилко И., Савкина С. Электронные выставки музеев: специфические особенности, видовая классификация. Вестник КемГУКИ. 29/2014 С. 207-216 URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/elektronnye-vystavki-muzeev-spetsificheskie-osobennosti-vidovaya-klassifikatsiya/viewer>
36. Шор Роберт. Благай, кради і позичай. Митці проти оригінальності / Пер. з англ. Г. Лелів. Київ : ArtHuss, 2019. 186 с.
37. Салахов Р., Каазик Е. 3D – технологии в экспозиционной деятельности музеев изобразительного искусства. Мир Искусства. 2015. № 4 (12) С. 86-88 URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/3d-tehnologii-v-ekspozitsionnoy-deyatelnosti-muzeev-izobrazitelnogo-iskusstva/viewer>
38. Сальникова Е В. Визуальная культура в медиасреде. Современные тенденции и исторические экскурсы. М: Прогресс-Традиция, 2017. 552 с.
39. Суворов Н. Галерейное дело: Искусство в пространстве галереи – Спб: Издательство Санкт-Петербургского университета, 2013
40. Янсон Х. В., Энтони Ф. Янсон Основы истории искусств. СПб.: АОЗТ "Икар", 1996.— 512 с.

41. Шамис Е., Никонов Е. Теория поколений. Необыкновенный икс. Синергия, 2016. - 140 с.
42. Мокшин В. К. Словарь-справочник по социологии. Издательство Архангельской государственной медицинской академии. 2000.
43. Маньковська Р. В. Міжнародна рада музеїв // Енциклопедія історії України : у 10 т.
44. Система статистики культури ЮНЕСКО – 2009 ССК // [Электронный ресурс] Режим  
доступа: <http://unesdoc.unesco.org/images/0019/001910/191061r.pdf>
45. Хадсон К., Музеи не стоят на месте//Museum. 2000. №197.

## ДОДАТКИ



Рис.1 Плантоїд





Рис.2 Плантоїд

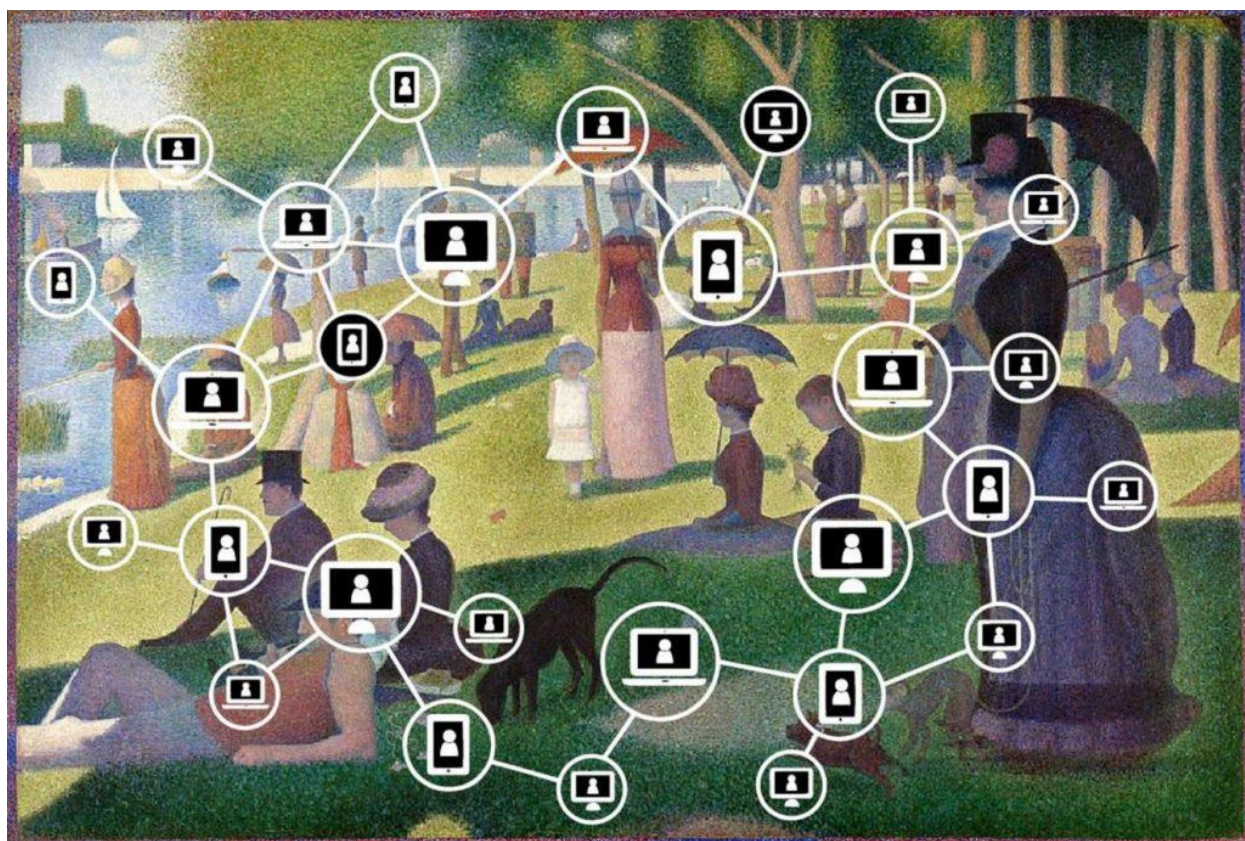


Рис.3 Ілюстрація CryptoNewZ





Рис.4 Приклад виставки віртуальної реальності

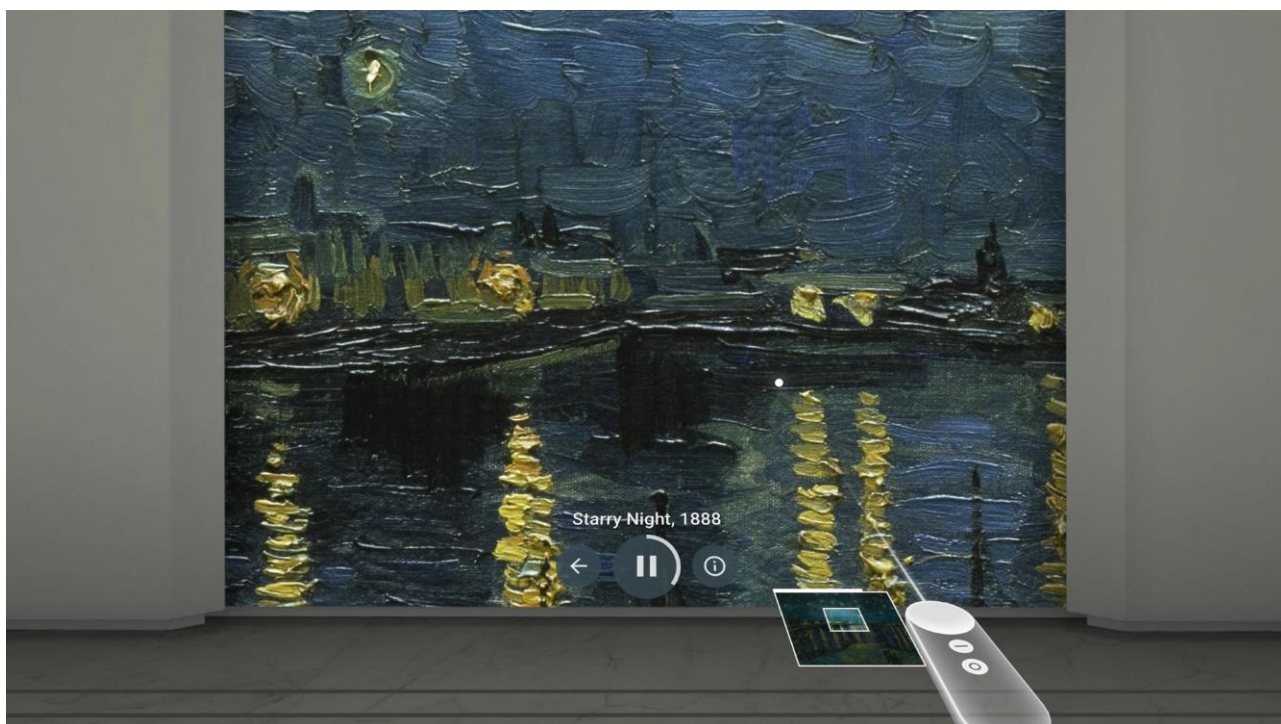


Рис.5 Приклад виставки за допомогою технологій



Рис.6 Найбільша в світі галерея цифрового мистецтва Bassins de Lumières, Бордо, Франція



Рис.7 Найбільша в світі галерея цифрового мистецтва Bassins de Lumières, Бордо, Франція





Рис.8 Найбільша в світі галерея цифрового мистецтва Bassins de Lumières,  
Бордо, Франція



Рис.9 Найбільша в світі галерея цифрового мистецтва Bassins de Lumières,  
Бордо, Франція





Рис.10 Проект Google-Arts-Culture знайди свого двійника



Рис. 11 Google-Arts-Culture онлайн пугівник