

**МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА СТРАТЕГІЧНИХ  
КОМУНІКАЦІЙ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ КЕРІВНИХ КАДРІВ КУЛЬТУРИ І  
МИСТЕЦТВ  
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ПРАКТИЧНОЇ  
КУЛЬТУРОЛОГІЇ ТА АРТМЕНЕДЖМЕНТУ  
КАФЕДРА МИСТЕЦТВОЗНАВЧОЇ ЕКСПЕРТИЗИ**

*На правах рукопису*

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**  
на здобуття освітнього ступеня магістр

на тему:

**СУЧАСНЕ ЦИФРОВЕ «»МИСТЕЦТВО В МАРКЕТИНГОВОМУ  
СЕРЕДОВИЩІ**

Виконала: здобувачка вищої освіти  
Курсу 2  
Групи ММЕ 21-24  
Спеціальності: 023 “Образотворче  
мистецтво, декоративне мистецтво,  
реставрація”

**Руденко Вероніка Валеріївна**

Керівник: доктор історичних наук,  
старший дослідник, доцент кафедри  
мистецтвознавчої експертизи  
НАКККіМ

**Бойко-Гагарін Андрій Сергійович**

Рецензент: доктор філософії (PhD)  
молодший науковий співробітник  
відділу “Український етнологічний  
центр” Інституту мистецтвознавства,  
фольклористики та етнології ім. М. Т.  
Рильського НАН України

**Турейський Ігор Олександрович**

Допустити до захисту  
Протокол засідання кафедри  
від «\_\_» \_\_\_\_ 20\_\_ р. № \_\_\_\_  
Завідувач кафедри \_\_\_\_\_  
(\_\_\_\_\_) \_\_\_\_\_  
(підпис) (ініціали, прізвище)

Київ – 2025

## ЗМІСТ

РОЗДІЛ 1. ТЕОРИТИЧНІ ОСНОВИ .....	8
1.1. Історіографія та методологія .....	8
1.2. Цифрове мистецтво, як форма самовираження .....	12
1.3. Основні художні інструменти та нові технології у мистецтві .....	19
ВИСНОВКИ ДО ПЕРШОГО РОЗДІЛУ .....	26
РОЗДІЛ 2. ЦИФРОВЕ МИСТЕЦТВО ЯК ВИД ВІЗУАЛЬНОЇ КУЛЬТУРИ ТА КОМУНІКАЦІЇ .....	28
2.1. Живопис та скульптура в новому цифровому середовищі .....	28
2.2. Роль цифрового мистецтва в глобалізації культури. ....	34
2.3. Вплив цифрового мистецтва на соціальні та культурні процеси. ....	41
ВИСНОВКИ ДО ДРУГОГО РОЗДІЛУ .....	49
РОЗДІЛ 3. АНАЛІЗ СУЧАСНИХ ЦИФРОВИХ ХУДОЖНІХ ПРАКТИК .....	52
3.1. Аналіз проєктів українських художників .....	52
3.2. Мистецтво на цифрових платформах та соціальних мережах .....	55
3.3. Стратегія бізнес-моделей у цифровому мистецтві та у мистецьких колекціях .....	59
ВИСНОВКИ ДО ТРЕТЬОГО РОЗДІЛУ .....	79
ВИСНОВКИ .....	81
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....	84
ДОДАТКИ .....	92

## АНОТАЦІЯ

У магістерській роботі досліджено теоретичні засади становлення та розвитку цифрового мистецтва, проаналізовано особливості функціонування культурних індустрій у контексті глобалізації та цифрової інклюзії. Розглянуто історичні передумови формування цифрового художнього простору, окреслено методологічні підходи до вивчення сучасних творчих практик та їх соціокультурних наслідків. Особливу увагу приділено динаміці трансформацій арт-ринку в умовах цифровізації, впливу кризових явищ (зокрема пандемії COVID-19) на культурний сектор, зміні механізмів комунікації між творцем і споживачем та формуванню нових форматів культурного споживання.

У роботі виокремлено ключові тенденції розвитку культурних індустрій: кліповість мислення, ризомізація культурного простору, індивідуалізація споживання, комерціалізація та інтернаціоналізація мистецького продукту, конвергенція медіа, поширення NFT-технологій і потокових сервісів. Обґрунтовано значення цифрової інклюзії як чинника забезпечення рівного доступу до культурних ресурсів та формування нових цифрових компетенцій.

Результати дослідження можуть бути використані у наукових, культурно-освітніх та мистецьких проєктах, під час розроблення стратегій цифрової комунікації в креативній економіці, а також при впровадженні інноваційних методів популяризації мистецтва.

Ключові слова: цифрове мистецтво, культурні індустрії, цифрова інклюзія, креативна економіка, глобалізація, NFT, цифрова комунікація, мистецькі практики.

## SUMMARY

The master's thesis explores the theoretical foundations of digital art and examines the development of cultural industries within the context of globalization

and digital inclusion. The research analyzes the historical background and methodological approaches to studying digital artistic practices, focusing on their social, cultural, and communicative impact. Particular attention is paid to the transformation of the art market under conditions of digitalization, the influence of crisis events (including the COVID-19 pandemic) on cultural production, changes in the communication model between creator and audience, and the emergence of new formats of cultural consumption.

The work identifies key trends in the development of cultural industries: clip-based and rhizomatic thinking, individualization of consumption, commercialization and internationalization of artistic products, media convergence, the growth of NFT technologies and streaming services. The importance of digital inclusion as a factor ensuring equal access to cultural resources and the formation of new digital competencies is substantiated.

The results of the study can be applied to academic research, cultural and educational initiatives, the development of digital communication strategies in the creative economy, and innovative methods of art promotion.

Keywords: digital art, cultural industries, digital inclusion, creative economy, globalization, NFT, digital communication, artistic practices.

## ВСТУП

**Актуальність теми** дослідження. У ХХІ столітті стрімкий розвиток цифрових технологій суттєво трансформував культурний ландшафт, привівши до появи нових форм художнього висловлення та перегляду традиційних уявлень про мистецтво. Цифрове мистецтво перестало бути вузьким експериментальним напрямом і стало повноцінним учасником глобального мистецького процесу, що охоплює живопис, скульптуру, 3D-моделювання, VR/AR-формати, NFT-ринок, інтерактивні інсталяції та медіапроекти. Актуальність теми зумовлена потребою осмислити місце цифрового мистецтва у сучасній культурі, окреслити його методологічні засади, визначити соціокультурні наслідки та особливості функціонування в умовах глобалізації і діджиталізації суспільства. Сьогодні цифрові художні практики впливають не лише на мову мистецтва, а й на моделі взаємодії художника з аудиторією, економіку культурного сектору та механізми циркуляції мистецьких цінностей. Саме тому системне дослідження цифрового мистецтва є науково значущим і своєчасним.

Ступінь розробленості проблеми свідчить, що у вітчизняній науці цифрове мистецтво розглядається фрагментарно – переважно у контексті медіамистецтва, дизайну та візуальної комунікації. У світовій теорії питання цифрової естетики, технологічних технік та впливу цифрових медіа на культуру активно обговорюються, однак все ще залишаються дискусійні аспекти, пов'язані з методологією осмислення цифрової творчості, бізнес-моделями функціонування мистецтва в мережевих середовищах та трансформацією традиційних художніх форм. Недостатньо комплексно дослідженим залишається український контекст: діяльність сучасних митців, особливості використання платформ для цифрової творчості, місце України в глобальних цифрових арт-процесах. Вказані аспекти і визначають теоретичну та практичну цінність даної магістерської роботи.

**Мета дослідження** – проаналізувати роль та ефективність використання цифрового мистецтва в маркетинговому середовищі, а також визначити його вплив на формування іміджу бренду та взаємодію з аудиторією.

Для досягнення мети у роботі поставлено такі **завдання**:

1. Визначити історичні передумови формування цифрового мистецтва та його методологічний апарат.
2. Розглянути цифрове мистецтво як форму самовираження художника.
3. Проаналізувати основні техніки, інструменти й новітні технології у сфері цифрового мистецтва.
4. Визначити соціокультурний вплив цифрового мистецтва на сучасне суспільство.
5. Дослідити роль цифрового мистецтва в умовах глобалізації та медіа-комунікацій.
6. Проаналізувати трансформацію живопису та скульптури у цифровому середовищі.
7. Дослідити сучасні цифрові художні практики українських митців.
8. Оцінити функціонування цифрового мистецтва на онлайн-платформах і в соціальних мережах.
9. Визначити бізнес-моделі та механізми формування цифрових арт-колекцій.

**Об'єкт дослідження** – цифрове мистецтво як новітнє явище.

**Предмет дослідження** – особливості використання сучасного цифрового мистецтва в маркетинговій діяльності та бренд-комунікаціях.

**Джерельну базу** становлять наукові публікації, монографії, каталоги виставок, арт-платформи, веб-ресурси, роботи сучасних художників, колекції цифрових творів, музейні та архівні матеріали, статті культурних інституцій.

**У межах роботи застосовуються такі методологічні підходи та методи:**

1. Історико-генетичний метод, що дає змогу відтворити етапи становлення цифрового мистецтва – від ранніх алгоритмічних зображень до NFT-ринку та метавсесвітів. Цей метод корисний для виявлення закономірностей культурного переходу від аналогових образів до цифрової візуальності.

2. Мистецтвознавчий аналіз, спрямований на вивчення композиції, форми, колористики, технічних прийомів створення цифрових робіт. Він дозволяє визначити, у чому полягає естетична специфіка цифрових творів і які технічні можливості відрізняють їх від традиційних медіа.

3. Системно-структурний метод, що дає змогу розглядати цифрове мистецтво як багатовимірний феномен: технічний код - творчий продукт - платформа розповсюдження - аудиторна взаємодія - економічний обіг. Метод дозволяє побудувати логічну модель функціонування твору у маркетинговому середовищі.

4. Контент-аналіз цифрових платформ (Instagram, Behance, ArtStation, OpenSea, Foundation), який дає можливість простежити тренди у візуальних рішеннях, популярні формати комунікації, реакцію аудиторії, метрики залученості та роль алгоритмів у просуванні творів.

5. Маркетингово-комунікаційний аналіз, що включає вивчення механізмів позиціонування художників, сформованості бренду автора, візуального сторітелінгу, інструментів просування (таргетинг, колаборації, інфлюенс-маркетинг) та особливостей монетизації у цифровому мистецтві.

6. Метод кейс-стаді, застосований до аналізу українських цифрових митців та NFT-проектів, що дозволяє розглянути їх творчі стратегії, механізми взаємодії з аудиторією та прийоми маркетингової поведінки на реальних прикладах.

7. Порівняльний аналіз, використаний для зіставлення традиційних і цифрових художніх практик, що виявляє трансформацію авторства, способів експонування та шляхів комерціалізації творчості.

**Наукова новизна** дослідження полягає у комплексному аналізі цифрового мистецтва через взаємодію трьох ключових парадигм: культурних індустрій, цифрової інклюзії та кризових явищ (на прикладі пандемії). Вперше встановлено пряму взаємозалежність між такими суперечливими тенденціями, як ризомізація простору та індивідуалізація споживання, в контексті трансформації арт-ринку. Результатом є нова методологічна модель для оцінки впливу NFT, потокових сервісів та цифрової комунікації на комерціалізацію та доступність мистецького продукту.

**Теоретичне значення** полягає у розширенні наукового розуміння цифрового мистецтва та формуванні методологічної бази для подальших досліджень у сфері діджитал-візуальних практик.

**Практична цінність** полягає у можливості використання результатів роботи для організації цифрових виставок, формування арт-колекцій, розробки навчальних програм та культурних проєктів, розвитку бізнес-моделей на основі цифрових робіт.

**Апробація** основних положень наукового дослідження здійснювалася у вигляді доповіді:

– «Сучасне цифрове мистецтво в маркетинговому середовищі» на ІХ Всеукраїнській науковій конференції молодих вчених, аспірантів та магістрантів *«Культура і мистецтво: сучасний науковий вимір»* 31 жовтня 2025 р., м. Київ

**Магістерська робота складається** зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (71 позицій), анотації та додатків. У додатках розміщені таблиці. Загальний обсяг праці – 91 сторінки, основний зміст – 81 сторінки.

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРИТИЧНІ ОСНОВИ

### 1.1. Історіографія та методологія

Феномен цифрового мистецтва не виник раптово – його поява є результатом тривалої еволюції технічних засобів фіксації зображення та паралельного розвитку культурних практик. Якщо простежити витoki цифрової творчості, то їх варто пов'язувати із двома процесами: по-перше, розвитком технологій обчислення та візуалізації; по-друге, зміною суспільної свідомості, яка почала інакше ставитися до поняття «твір мистецтва» та «авторство». Такі зміни стали можливими завдяки появі фотографії у ХІХ столітті, що позбавила художника монополії на відтворення реальності та вперше показала: техніка може бути не лише інструментом, а й творчим співтворцем. Згодом поява кіно, телебачення, відеоарту в середині ХХ ст. поступово готувала ґрунт для сприйняття мистецтва, яке існує не в матеріальному, а в цифровому просторі [3].

Перші спроби створення комп'ютерних візуальних образів датують з 1957 р., коли науковці використовували ЕОМ не лише для розрахунків, а й для побудови структурних графіків та геометричних форм. Одним із відомих експериментаторів став Герберт Франке, який доводив, що алгоритм може бути носієм художнього задуму не менше, ніж пензель чи олівець. Подібні пошуки призвели до розширення інтерпретації поняття мистецтва: воно перестало бути виключно матеріальним об'єктом, натомість набуло властивості інформаційної структури. У 1968 р. виставка *Cybernetic Serendipity* у Лондоні вважається символічною датою «нормалізації» цифрового мистецтва в культурному полі – світ уперше побачив інтерактивні роботи, що реагували на глядача, ставлячи людину не поруч з мистецтвом, а всередину нього [4, с. 105].

Подальше поширення персональних комп'ютерів у 1980 р. призвело до масового залучення художників у цифрове середовище. Паралельно розпочалося формування методологічних підходів до вивчення цифрового мистецтва. Дослідники почали розглядати його не тільки як художню практику, але й як соціальне явище та комунікаційний канал. Відомо, що саме у цей період з'являються концепції медіамистецтва, теорії гіпертексту, перші праці з

кібер-фемінізму та цифрової ідентичності, які впливають на сучасне розуміння мистецьких процесів [7].

Поява інтернету спричинила новий етап – художній продукт перестав бути статичним об'єктом, доступним у музеї, а став динамічним елементом мережі, який може поширюватися, копіюватися та змінюватися користувачами. Виникає феномен net-art, коли саме мережа стає творчим середовищем, а глядач – не пасивним спостерігачем, а учасником процесу. Децентралізація призводить до руйнування традиційної моделі «автор–галерея–глядач» і відкриває шлях до маркетингових механізмів комунікації, просування та продажу цифрового мистецтва.

Поступово цифрове мистецтво починає інтегруватися в ринок: виникають перші онлайн-галереї, платформи для продажу віртуальних робіт, формується спільнота цифрових художників. У 2015-2017 р. із розвитком блокчейн-технологій з'являється інструмент фіксації унікальності цифрового твору – NFT, що кардинально змінило ставлення до нематеріального мистецтва й повернуло цінність оригіналу. Саме NFT став точкою, де мистецтво, технологія і бізнес злилися в одну систему. Митці отримали можливість монетизувати роботи без участі посередників, а маркетингові практики – сформувати унікальні стратегії комунікації з аудиторією через соціальні мережі, інфлюенсерів та цифрові колекційні серії.

У XXI столітті цифрове мистецтво перестало бути альтернативою традиційному – воно стало рівноправним видом, який розвивається у власній логіці. Зміни торкнулися не лише естетики, а й самих механізмів виробництва та споживання мистецьких продуктів. Сьогодні цифрові роботи можуть існувати у VR-середовищах, реагувати на звук чи рух користувача, генеруватися штучним інтелектом або змінюватися в режимі реального часу. Це ставить перед науковцями питання про нові способи аналізу – традиційні мистецтвознавчі методи більше не достатні, оскільки вони орієнтовані на статичний об'єкт, а не на інтерактивний процес.

Тому в методології дослідження цифрового мистецтва важливо поєднувати підходи з різних галузей: мистецтвознавства, культурології, маркетингу, соціальної комунікації, інформатики. Методологічний апарат цієї сфери включає аналіз технічних засобів створення твору, дослідження його естетичних характеристик, вивчення комунікаційних сценаріїв та реакції аудиторії. Доцільно враховувати принципи медіаторчості, де мистецтво розглядається як продукт цифрового середовища, у якому форма, спосіб поширення та взаємодія з глядачем є рівнозначними змісту [10, с. 24].

Особливе місце займає аналіз маркетингового контексту. Сучасний художник не лише творить, а й керує комунікацією: вибирає платформу (Instagram, Behance, Foundation, OpenSea), формує персональний бренд, розробляє стратегію просування. Мистецтво перетворюється на продукт, який має свій життєвий цикл: створення, презентація, просування, монетизація, подальша циркуляція у колекціях. Маркетингове середовище впливає на зміст і форму творів, адже художник починає враховувати очікування аудиторії, формат платформи та візуальні тренди [11, с. 94]. Таким чином, дослідження цифрового мистецтва у маркетинговому контексті має спиратися на методи аналізу продуктового позиціонування, сегментації ринку, вивчення мотивацій поведінки покупців та механізмів формування цінності мистецького об'єкта.

Для полегшення методологічного розуміння зміни, що відбулися у мистецтві, доцільно представити порівняльну таблицю 1.1, яка демонструє ключові відмінності між традиційними та цифровими формами. [Таблиця 1.1.]

Отже, історія цифрового мистецтва - це історія змін у способі мислення про творчість, власність, авторство та взаємодію з глядачем. Від перших комп'ютерних графічних експериментів до NFT-ринків та VR-виставок - кожен етап відповідає конкретним технологічним можливостям епохи. Методологія його вивчення неминуче має бути міждисциплінарною, адже цифрове мистецтво є одночасно художнім продуктом, соціальним повідомленням, інформаційною структурою і маркетинговою одиницею. Такий підхід дозволяє

не лише аналізувати візуальну форму творів, а й осмислювати економічні та комунікаційні моделі їх існування у цифровому середовищі.

Зважаючи на комплексний характер цифрового мистецтва та його включеність одночасно у сферу культури, комунікації та креативної економіки, методологія його дослідження повинна формуватися на перетині декількох наукових підходів. У цьому сенсі цифрове мистецтво не можна аналізувати лише як художній продукт, оскільки воно функціонує у цифровому маркетинговому середовищі, взаємодіє з аудиторією через алгоритмічні механізми платформ і набуває вартості завдяки соціальним практикам сприйняття. Тому доцільно опиратися на міждисциплінарний методологічний апарат, який поєднує інструменти мистецтвознавчого аналізу, медіатеорії, цифрового маркетингу та аналітики поведінки користувачів.

У межах роботи застосовуються такі методологічні підходи та методи:

1. Історико-генетичний метод, що дає змогу відтворити етапи становлення цифрового мистецтва – від ранніх алгоритмічних зображень до NFT-ринку та метавсесвітів. Цей метод корисний для виявлення закономірностей культурного переходу від аналогових образів до цифрової візуальності.

2. Мистецтвознавчий аналіз, спрямований на вивчення композиції, форми, колористики, технічних прийомів створення цифрових робіт. Він дозволяє визначити, у чому полягає естетична специфіка цифрових творів і які технічні можливості відрізняють їх від традиційних медіа.

3. Системно-структурний метод, що дає змогу розглядати цифрове мистецтво як багатовимірний феномен: технічний код - творчий продукт - платформа розповсюдження - аудиторна взаємодія - економічний обіг. Метод дозволяє вибудувати логічну модель функціонування твору у маркетинговому середовищі.

4. Контент-аналіз цифрових платформ (Instagram, Behance, ArtStation, OpenSea, Foundation), який дає можливість простежити тренди у візуальних

рішеннях, популярні формати комунікації, реакцію аудиторії, метрики залученості та роль алгоритмів у просуванні творів.

5. Маркетингово-комунікаційний аналіз, що включає вивчення механізмів позиціонування художників, сформованості бренду автора, візуального сторітелінгу, інструментів просування (таргетинг, колаборації, інфлюенс-маркетинг) та особливостей монетизації у цифровому мистецтві.

6. Метод кейс-стаді, застосований до аналізу українських цифрових митців та NFT-проектів, що дозволяє розглянути їх творчі стратегії, механізми взаємодії з аудиторією та прийоми маркетингової поведінки на реальних прикладах.

7. Порівняльний аналіз, використаний для зіставлення традиційних і цифрових художніх практик, що виявляє трансформацію авторства, способів експонування та шляхів комерціалізації творчості.

8. Метод інтерпретації даних аналітики платформ, який базується на вивченні статистики переглядів, лайків, формату взаємодії глядачів та швидкості розповсюдження контенту. Це дозволяє дослідити мистецтво не лише як естетичний об'єкт, а як продукт маркетингового впливу. [Таблиця 1.2.]

Таким чином, методологічний апарат дослідження цифрового мистецтва у маркетинговому середовищі має спиратися на поєднання гуманітарних і прикладних підходів. Він дозволяє не лише описати художні особливості цифрової творчості, а й зрозуміти, як цифрове мистецтво функціонує в умовах цифрового ринку, які механізми формують його економічну цінність та як маркетингові інструменти впливають на творчі практики митців. Комплексність методології забезпечує можливість аналізувати цифрове мистецтво як інноваційний культурний продукт, що водночас є товаром нового типу – модульним, інтерактивним, глобально масштабованим.

## **1.2.Цифрове мистецтво, як форма самовираження**

Трансформація культурних цінностей, систем оцінки, способів його створення, поширення, збереження особливо помітна в галузі візуального мистецтва, де цифрові технології відкривають нові горизонти для творчості та

поширення творів. Інтернет та соціальні мережі дозволяють художникам миттєво ділитися своїми роботами з глобальною аудиторією, долаючи географічні та культурні бар'єри. Цифрові платформи, такі як Instagram або Behance, стають не просто місцями демонстрації арт-об'єктів, а також майданчиками для обміну ідеями, співробітництва та створення міжкультурних діалогів. Це сприяє формуванню нового типу художньої спільноти, де колективна діяльність та кроскультурна взаємодія є основою творчого процесу.

Цифрові технології також розширюють межі самого поняття мистецтва, вводячи у вживання терміни, такі як цифрове мистецтво, віртуальна реальність та доповнена реальність, інтерактивні медіапроекти. Ці нові форми дозволяють глядачам не просто споглядати, але й брати активну участь у мистецтві, створюючи унікальні та неповторні враження. Наприклад, проекти віртуальної реальності пропонують поринути у створений художником світ, де межі між реальністю та фантазією стираються. Інтерактивні інсталяції, реагують на рухи або вибір глядача, роблять кожен досвід унікальним, підкреслюючи індивідуальну взаємодію із мистецтвом [11, с. 100].

У звіті Світового банку виділено три основні аспекти, за допомогою яких цифрові технології впливають на економічний розвиток: інклюзивність, ефективність та новаторство. Ці фактори значущі не тільки в економіці, а й у культурних змінах, у тому числі у перетворенні традиційного мистецтва на епоху цифровізації.

Інклюзивність у контексті цифрового мистецтва означає розширення доступу до арт-просторів та можливостям творчого самовираження для широкого кола людей. Цифрові технології дозволяють артистам та аудиторії з різних куточків світу взаємодіяти один з одним, долаючи географічні та соціальні бар'єри. Це створює умови для більшої соціальної інтеграції та культурного обміну, що збагачує світове мистецтво новими формами та змістом. Також нові технології демократизують мистецтво, роблячи його доступним не лише професійним художникам, а й любителям.

Ось приклади інтернет-ресурсів, які ілюструють цю механіку:

Behance – платформа Adobe для творчих діячів, дозволяє художникам публікувати свої роботи, роблячи їх доступними для широкої аудиторії по всьому світу.

ArtStation - платформа, що надає художникам можливість демонструвати свої роботи та взаємодіяти з іншими артистами та потенційними роботодавцями.

Kickstarter - платформа для краудфандингу, допомагає фінансувати свої проекти через підтримку спільноти.

Canva – інтуїтивно зрозумілий інструмент для дизайну, робить створення візуальних матеріалів доступним для широкого загалу.

Ефективність у цифровому мистецтві покращується за рахунок використання програм та інструментів, що прискорюють процеси створення та обробки арт-робіт. Програми для графічного дизайну та 3D-моделювання дозволяють художникам більш ефективно реалізовувати складні проекти та експериментувати з різними стилями та техніками:

Adobe Creative Cloud – набір інструментів та сервісів від Adobe для створення цифрового контенту, візуального дизайну, відеоредагування, графічного дизайну, ілюстрації та фотографії, спрощують творчий процес.

Procreate - додаток для малювання на iPad, що пропонує широкий набір інструментів для художників усіх рівнів.

Google Arts & Culture – проект, який співпрацює з музеями та галереями по всьому світу, оцифровуючи їх колекції та роблячи мистецтво доступним в онлайн-просторі.

Інновації у цифровому мистецтві призводять до появи нових жанрів, стилів та форм творчості, які раніше були неможливі. Цифрові технології надають художникам унікальні інструменти, які дозволяють експериментувати з матеріалами, простором та часом. Віртуальна та доповнена реальність, алгоритмічне мистецтво, цифрова анімація – все це приклади новаторських підходів, які змінюють сприйняття мистецтва та розширюють межі його можливостей.

Наприклад, TeamLab - це колектив інженерів, дизайнерів інтерфейсів, математиків та художників, що займається цифровим мистецтвом. Вони чудово ілюструють механізм інновацій. Їхній підхід до створення інтерактивних просторів, де витвори мистецтва не лише реагують на відвідувачів, але й змінюються та взаємодіють один з одним, відкриває нові горизонти у використанні технологій для посилення враження від виставки.

У їхньому музеї MORI Building DIGITAL ART MUSEUM: teamLab Borderless, технології віртуальної та доповненої реальності використовуються для створення нескінченно мінливого художнього простору, що поглиблює взаємодію між глядачем та мистецтвом. Цей простір стає живим, динамічним і постійно розвиваючим, демонструючи, як сучасні технології можуть переосмислювати та розширювати межі традиційного мистецтва. Кожне відвідування музею перетворюється на унікальний досвід, де відвідувачі не лише спостерігачі, а й активні учасники культурного діалогу. Однак повноцінне впровадження цих механізмів потребує розвитку цифрової культури, включаючи теоретичні основи та практичні навички в галузі цифрового мистецтва. Це передбачає необхідність комплексних і міждисциплінарних досліджень, спрямованих на вивчення процесів формування та становлення цифрової культури мистецтво.

Такий підхід допоможе не лише адаптувати традиційні арт-практики до нових умов, а також забезпечить створення стійкої основи для подальшого розвитку цифрового мистецтва. Термін «цифрова культура» як маркер сучасної епохи став застосовуватися з 1990 р. Проте його зародження можна віднести до 50-х рр. минулого ст., коли це міждисциплінарний напрямок почав складатися у вигляді концептуальних моделей [13, с. 120].

Digital культура вимагає від людини не тільки наявності цифрової грамотності, а й дотримання цифрової етики. Це включає в себе вміння правильно надавати інформацію, забезпечувати кібербезпеку, раціонально використовувати інформаційні ресурси, дотримуватися законодавства при роботі з даними та підтримувати коректне спілкування з іншими користувачами.

Енді Уорхол, займає ключове місце в історії поп-арту, його діяльність демонструє, як творчий процес може адаптуватися та включати елементи цифрової культури. Використання масової культури та промислових методів у виробництві арт-об'єктів передбачило перехід мистецтва у цифрову еру, де технології виступають не лише як інструмент, а й як активний елемент творчого процесу. Енді Уорхол часто переосмислював класичні твори, наприклад, його версія «Народження Венери» [Додаток 1.1.] Боттічеллі, виконана в стилі поп-арту з використанням яскравих кольорів та графічних контурів, демонструє, як традиційне мистецтво може бути переінтерпретовано для сучасної аудиторію.

Ця тенденція отримала подальший розвиток у роботах сучасних художників, таких як Кріс Мілк та колектив Random International, які використовують новітні технологічні досягнення для створення інтерактивного мистецтва, тим самим розширюючи межі взаємодії з аудиторією. Кріс Мілк у своїй інсталяції «Зрада святилища», представленої на виставці «Цифрова революція», продовжує цю тему. Його проект включає інтерактивні елементи, де глядачі можуть взаємодіяти з цифровими проєкціями птахів, перетворюючи свої тіні на динамічні елементи арт-об'єкту. Ця взаємодія не тільки змінює відчуття простору, але й поглиблює стосунки між людиною та технологіями, роблячи глядача активним учасником арт-процесу.

Тема взаємодії з природою через технології знаходить своє відображення і в роботі колективу Random International, особливо в їх знаменитій інсталяції «Rain Room». Цей проект являє собою кімнату, де дощ зупиняється в просторі навколо людини, завдяки датчикам, що фіксують рух. Відвідувачі можуть буквально відчувати природні елементи, не піддаючись їх впливу, що створює унікальний досвід присутності та взаємодії зі штучно створеним природним середовищем.

«Незліченні іскри» – це інноваційна інтерактивна скульптура, створена Джанет Ільван та Аароном Кобліном, яка була вперше представлена на конференції TED у 2014 році. Це монументальний витвір мистецтва розгортається в небі як величезне ширяюче полотно, який відвідувачі можуть

змінювати у реальному часу за допомогою мобільних пристроїв. Скульптура стає медіумом для колективної творчості, надаючи аудиторії можливість керувати візуальним змістом та перетворюючи мистецтво в динамічне, якоюсь мірою кероване натовпом видовище.

Можна припустити, що цифрова культура – це новація, яка супроводжується творенням та руйнуванням. Виходячи з теорії «культурного відставання», запропонованої американським соціологом В. Огберном, культурні цінності та норми формуються та змінюються значно повільніше, ніж з'являються нова техніка та технології. Ця теорія дуже важлива для розуміння закономірностей розвитку цифрової культури у соціальних мережах, інтернет-просторі через динаміку та зростання обсягів інформаційних потоків та їх масштабної цифровізації темпи виробітку норм та правил поведінки відбуваються значно повільніше, ніж у корпоративному середовищі.

Сьогоднішнє розуміння цифрового мистецтва відрізняється в якомусь сенсі від уявлень про традиційне мистецтво. Досі класичне мистецтво вивчалось з боку позитивно-творчої динаміки розвитку: передбачалося подолання традицій та новаторства з акцентом на динаміку. Досить згадати картини Ван Гога та Далі чия творчість не відразу була сприйнята суспільством. Щодо цифрової культури з однією сторони той самий процес, але в той же час є деякі дуже сильні відмінності.

Якщо сприйняти всю цифрову культуру як позитивний рух до новацій, то у цієї культури є її антагоніст – контркультура. У цьому контексті контркультура – це потенційні інновації у цифровому середовищі, які можуть нести як позитивні, так і негативні моменти, але при цьому не торкаючись ціннісного ядра культури. Важливо те, що її елементи контркультури є доповненням та розвитком існуючих систем взаємодій, а не повним запереченням чи заміною.

Наприклад, події активістів групи Just Stop Oil, характерні для контркультури, виражають протест проти використання викопного палива через радикальні акції у мистецькій галереї. У листопаді 2022 р. вони облили

томатним супом картину Вінсента Ван Гога «Соняшники» Лондонської Національної галереї піднімаючи питання щодо цінності мистецтва в порівнянні з екологічною безпекою. У червні 2023 р. у Стокгольмі інша акція групи націлилася на картину «Сад» Клода Моне, де активістки спробували пошкодити твір, що перебуває під захисним склом. А в листопаді того ж року у Лондоні активісти привернули увагу громадськості, розбивши молотками захисне скло картини Дієго Веласкеса «Венера із дзеркалом». Ці дії підкреслюють актуальні питання про пріоритети та цінності сучасного суспільства, викликаючи широкий резонанс та дискусії про методи та цілі екологічного активізму [21, с. 155].

Коли в Інтернеті виникають проблеми на кшталт фейкових відео, тролінгу або знущань, це може означати, що люди або спільноти досягли своєї межі в пристосуванні до нових технологій. Ці негативні явища, або «антикультура», насправді справі є реакцією на те, що інформації стає занадто багато і вона дуже різноманітна. Це призводить до того, що люди починають спрощувати свою взаємодію один з одним, іноді на шкоду повазі до різних думок. Це, звичайно ж, заважає створенню здорових та стабільних стосунків в інтернет-соціумі. Проте, з погляду теорії хаосу, така контркультура та антикультура можуть бути і корисними. Вони змушують шукати нові способи, як краще пристосуватися, адаптуватися до цифрового світу, розвиваючи свого роду «імунітет» проти деструктивних явищ і таким чином сприяють створенню здоровіших форм спілкування та взаємодії.

У контексті розвитку цифрової культури, стабілізація та передача знань, умінь та навичок вимагає довгострокового збереження структур, що неминуче тягне за собою встановлення певних обмежень на дії індивідуумів та угруповань. Ці обмеження можуть бути як жорсткими, і м'якими. Жорсткі обмеження включають заходи, такі як блокування користувачів (бани), позбавлення платформи (деплатформінг), встановлення фільтрів для контенту та контроль за соціальною поведінкою. Ці методи, хоч і ефективні в короткому терміні, можуть негативно позначатися на рівні участі громадян у суспільному

житті. З іншого боку, м'які обмеження мають на увазі підвищення поінформованості людей про значення їх власних знань та самоконтролю, а також навчання та виховання в дусі високої культурної та організаційно-правової відповідальності. Такі заходи сприяють формуванню людського капіталу через зміцнення основ цифрової культури і є кращими для довгострокового сталого розвитку суспільства.

Перехід від традиційного мистецтва до цифрового змінив способи створення творів: від пензлика та полотна до використання комп'ютерів та програм. Це дозволило художникам більш вільно експериментувати та досягати широкої аудиторії через інтернет. Цифрова епоха також дала нове життя класичним формам мистецтва, привівши до появи унікальних гібридних творів. Таким чином, трансформація візуального мистецтва не лише розширила творчі можливості, але й збагатила культурну спадщину, запропонувавши нові способи висловлювання та дослідження світу.

### **1.3. Основні художні інструменти та нові технології у мистецтві**

Основною характеристикою цифрового твору мистецтва виявляється його інтерактивність - трансформація за участю глядача. Внаслідок такого інтерактивного спілкування для масової аудиторії стають доступними «майже будь-які матеріали та досягнення техніки та науки, художники можуть експериментувати на їх основі та не обмежуватися часовими та просторовими рамками, виникає можливість помістити свої роботи у нове віртуальне середовище, де немає фізичних обмежень» [11, с. 94]. Виходячи з вищесказаного, пояснимо, що твори сучасної музичної, художньої культури, архітектури та скульптури все частіше засновані на цифрових технологіях. Ця еkleктика утворює цифровий художній світ, переконливий у своїй ірреальності, що вийшов на новий щабель взаємозв'язку з глядачами з метою їхнього залучення до процесу створення та трансляції творів.

Американський письменник Джордж Фіфілд, поряд з особливими механізмами взаємозв'язку унікально-інноваційного мистецтва з глядачами, також зазначає і процес розвитку творчості самих представників мистецтва, що

ґрунтують свою діяльність на цифрових технологіях. Зокрема, «у просторі комп'ютера, де не діють ні сили тертя, ні закон тяжіння, художник може запросто перегрупувати та поєднати кілька зображень, фільтрів та квітів, відчуваючи таку свободу творчості, про яку раніше не можна було і мріяти» [4, с. 135]. Особливо яскраво цей процес проявляється у безлічі видів медіа-мистецтва на рубежах ХХ–ХХІ ст.: у комп'ютерному мистецтві, нет-арті, цифровій фотографії, цифровому живописі.

Комп'ютерне мистецтво, або Digital art, є сучасною формою творчої діяльності людини, в якій традиційні методи, механізми та техніки малювання перетворюються на цифровий формат. Дана модифікація стає доступною завдяки апаратному інтерфейсу (планшет зі стилусом) та програмного забезпечення Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, Sketch Book або Gimp. Зрештою в руках сучасного художника виникає оригінальний витвір мистецтва у формі «цифрового просторового зображення».

Нет-арт чи мережеве мистецтво (з англ. яз. «net art» або «internet art») використовує мережу Інтернет як інструмент створення, спосіб трансляції творів і є єдиною платформою їхнього існування. Різниця двох понять полягає в тому, що відмінність від нет-арту, «мистецтво в мережі» являє собою роботу сайтів музеїв та галерей, «фотографій та картин, малюнків користувачів, які можна зустріти в інтернеті». Найважливішою особливістю нет-арту є спрямованість на комунікацію з глядачем, інтерактивність. У такому разі у реципієнта з'являється можливість вплинути на зміст проекту, що транслюється, змінити його, прийняти безпосередню участь.

В основі роботи цифрової фотографії (електронної чи комп'ютерної) лежить технологія застосування оптоелектронних світлоприймачів та наступне цифрове оброблення зображень. Істотна відмінність між традиційною та цифровою фотографією міститься в багатоступінчастій хіміко-фотографічній обробці світлочутливих матеріалів. Цей процес в аналоговій фотографії відрізняється як великими часовими витратами, так і значними витратами сировини. Дуже серйозним залишається фінансове питання цього етапу, так як

світлочутливою речовиною, що використовується в традиційній фотографії є галогенні сполуки срібла. Саме через світовий дефіцит, даного елемента вартість фотопроцесу значно зростає. Цифрова фотографія позбавлена перерахованих недоліків: у фотографів відпадає необхідність купувати витратні світлочутливі матеріали; візуальна інформація подається у вигляді електричного сигналу та за допомогою комп'ютера перетворюється на цифровий формат. Специфіка цифрової фотографії полягає і у можливості коректури зображень, їх зберігання протягом необмеженої кількості часу, тиражування на паперовому носії. Відповідно, перевага цифрової фотографії полягає в її оперативності, наочності підготовчого етапу зйомки, простоти методу роботи, високої якості зображення, а також можливості корекції матеріалу (цифрової обробки). Тим не менш, цифровій фотографії притаманні негативні характеристики. Зокрема, її засоби виявляються в рази дорожчими за аналогові. Цифрові фото- та відеокамери першого покоління відрізняються досить невисокою якістю зображення, «з роздільною здатністю на порядок нижче традиційної фотографії». Ряд проблем, що виникають у процесі створення зображень за допомогою цифрової фотографії, базувалися на її вразливості з погляду можливої фальсифікації. Зазначимо, що на сьогоднішній день ці питання виявилися подоланими. В даний час як професійні, так і аматорські цифрові фото- та відеокамери за своєю роздільною здатністю стали ідентичні галогенсрібному обладнанню. Питання достовірності ймовірного спотворення також було вирішено.

Цифрове відео являє собою сукупність технологій запису, обробки, передачі та зберігання зображення та звуку. На відміну від аналогового відео, його цифровий формат полягає в тому, що відеосигнал та звук кодуються і згодом передаються невихідному вигляді, а в аналогово-цифровому. Цифрове зображення, як правило, складається з множини пікселів. Чим більше даних пікселів, тим якісніше та важче за розміром зображення. Найчастіше в процесі роботи над створенням цифрового відео режиссерами монтажу застосовується формат RGB. Аббревіатура утворена від комбінації трьох кольорів англійською

мовою - червоного (Red), зеленого (Green) та синього (Blue), які виявляються основними, і з них згодом будуються всі інші відтінки. Підсумковий тон варіюється від процентного змісту кожного із трьох складових: наприклад,  $R - 0 + G - 255 + B - 0$  дасть зелений ( $G=255$ ); поєднання  $R - 0 + G - 0 + B - 0$  призведе до чорного кольору. Крім кольору, в цифровому відео також задається і роздільна здатність екрану, тобто зображення по горизонталі та вертикалі у пікселях. При цьому до стандартних дозволів входять  $640 \times 480$ ,  $800 \times 600$ ,  $1024 \times 768$ ,  $1280 \times 1024$ .

У цифровому відео існує кілька режимів виведення зображення на екран: режим 8 bit (1 байт на піксель, 256 кольорів); режим 16 bit (2 байти на піксель, Hi Color); режим 32 bit (4 байти на піксель). Так, у першому режимі – «палітровому» – відображаються 256 кольорів. Колір кожного пікселя кодується як певні номери на панелі (таблиці) з 256 елементів, «для кожного елемента на палітрі зберігається його RGB зміст».

Відеокарта бере значення пікселя (номер кольору на палітрі, від 0 до 255) і за значенням отримує дані його RGB складових, які виводяться на екран». У режимі 16 bit (2 байти на піксель, Hi Color) зберігається 65536 кольорів, що забезпечує досить реалістичне зображення. У конкретному випадку піксель кодується двома байтами, що сприяє прискоренню обробки зображення. Цей режим є одним з найкращих для роботи з стисненим зображенням.

До аналогових відеосистем відносяться два найбільш часто застосовувані стандарти: NTSC (США) і PAL (Західна Європа). Стандарт NTSC, назва якого розшифровується як National Television System Committee», був розроблений у США і прийнятий для мовлення в 1953 р. Тим не менш, трансляція з цього стандарту ведеться у Канаді, Південній Кореї, Японії. Основний недолік стандарту полягає у можливому спотворенні кольору, що виводиться на екран: наприклад, людські обличчя забарвлюються в червоний колір в тінях і в зелений на освітлених ділянках.

Стандарт PAL - «Phase Alternation Line» - зроблений фірмою Telefunken (ФРН) в 1962-1966 рр. Телемовлення у рамках цього стандарту проходить у

більшості країн Західної Європи, Австралії та країн Азії, Африки. PAL є удосконаленим варіантом стандарту NTSC. Система PAL менше чуттєва до фазових спотворень, ніж NTSC, проте у телеприймачі у процесі трансляції відбувається усереднення сигналів кольоровості, що призводить до нівелювання вертикальної чіткості кольорів.

Процес впровадження цифрових технологій у простір сучасної культури характеризується мистецтвознавцями, культурологами, філософами як з позитивної, так і негативної сторін. Наприклад, одна група дослідників, теоретиків культури, куди входять Поль Вірільо, Вальтер Беньямін, Петер Вайбель, трактують цей процес з позиції зростаючої актуальності діджиталізації. Французький філософ та архітектурний критик Поль Вірільо розмірковує про глобальні культурні трансформації, що відбуваються, наступним чином: «Ми на порозі світу, де існуватиме не одна, а дві реальності – актуальна та віртуальна». Німецький філософ, теоретик культури, естетик, літературний критик та перекладач Вальтер Беньямін у своїй монографії «Твір мистецтва в епоху його технічної відтворюваності» вважав, що «більше не існує загальноприйнятого поняття «реальності». Новою реальністю стає цифровий світ, він куди складніший за нелінійність кубізму і вимагає нової критичної та естетичної мови.

Сфера цифрових технологій, де головним інструментом роботи є комп'ютер, що включає в себе різні види сучасного технологічного мистецтва, від кіно та фотографії до мелодій на синтезаторі, CD-ROM і так далі». Австрійський художник, директор Центру мистецтв і медіа в Карлсруе, один із впливових теоретиків сучасного мистецтва Петер Вайбель стверджує, що «вперше в історії зображення стало рухомою системою».

Американський кінокритик Едвард Халтер, навпаки, висловлює своє різко негативне ставлення до трансформації культури: «Наш час – це час зіркових авторитетів, відеоспогадів, індивідуальних технологій, електронного тероризму, надлишку інформації, що ллється з безлічі екранів, та суспільного життя, винесеного до мережі. Для сучасної молоді соціальна допомога та

військові конфлікти стали грою, яку можна скачати, а історія набула форму файлів, що заламали десктоп». Проте незалежно від несхвальних висловлювань убік комп'ютеризації культури існує маса художників, музикантів, дизайнерів, які засновують свою діяльність на цифрових технологіях. Творчість американської художниці XX ст. Ліліан Шварц (Lilian Schwartz) побудовано на синтезі комп'ютерного мистецтва (Digital art) та обчислювальних технологій. Одна з її відомих робіт «Мона/Леонардо» (1987) зображує поєднання частини особи Леонардо да Вінчі та його твору «Мона Ліза». Причину такого виняткового трактування популярної картини художниця пояснює так: «Леонардо да Вінчі та загадкова Мона Ліза - одне й те саме обличчя: «Мона Леонардо» - і є сам художник» [26]. Зазначимо, що в даний час ім'я істинної моделі, що позувала для художника, є загадкою. Протягом тривалого часу вважалося, що «Мона Ліза» - портрет Лізи дель Джокондо, дружини флорентійського торговця. Частина італійських дослідників вважає, що як модель виступив улюблений учень. Незважаючи на безліч діаметрально протилежних суджень про особистість, відображену на портреті, полотно досі має неймовірну популярність, що служить імпульсом для створення нових інтерпретацій відомого сюжету. Так, французький художник, що спеціалізується на оптичному (опарт) та кінетичному мистецтві, Жан-П'єр Вазарелі, відомий як Івараль, завдяки математичним обчисленням відтворив образ Мони Лізи в цифровому форматі. Твір «Синтезована Мона Ліза» (1989) є серією комп'ютерної графіки і складається з 12 етюдів. Як ми бачимо, візуальні ефекти, що виникають під час перегляду подібних репродукцій дозволяють переконатися, що між фігуративним і абстрактним існує зв'язок.

Для обробки нерухомих зображень до структури оригінального методу входять три нейромережі: Embedder (мережа впровадження), Generator (мережа генерації) та Discriminator (мережа дискримінатора). Перша поділяє зображення голови (з приблизними лицьовими орієнтирами) на вектори впровадження, які містять незалежну від пози інформацію. Друга використовує орієнтири особи, отримані мережею впровадження, та генерує на їх основі нові

дані через набір шарів, які забезпечують стійкість до змін масштабу, зсувів, поворотів, зміни ракурсу та ін. спотворень вихідного зображення обличчя. Дискримінатор використовується для оцінки якості та справжності роботи двох попередніх мереж. В результаті система перетворює орієнтири обличчя людини на реалістично персоналізовані фотографії» [47, с. 320].

Першопрохідниками в області нет-арт (інтернет-арт) стали голландка Джоан Хемскерк та бельгієць Дірк Паесман. У 1994 р. художники організували арт-групу «JODI», назва якої утворена додаванням перших складів імен її засновників. Початковий код сторінки першого відомого проекту команди представляє собою наступну схему - перетворену формулу водневої бомби, зображеної у таблиці ASCII. Іншими словами, в ASCII закладено механізм кодування алфавіту та десяткових цифр у «відповідні символи, що представляють і несуть у собі необхідну інформацію».

Однак дотепні і, певною мірою, бешкетні твори фахівців побудовані на серйозних роздумах про небезпеку, якій, на думку Д.Хемскерк і Д. Паесмана, наражає себе людство, занурюючись у віртуальний світ. «Ми думаємо, що комп'ютер – це пристрій, створений для того, щоб проникати у чийсь голову. Ми замінюємо цей міфологічний концепт віртуального суспільства у мережі своїми роботами. Ми поміщаємо туди власну особистість», – пояснюють JODI [49].

Дослідниками нет-арту було виявлено, що мистецтво пододало три етапи свого становлення та розвитку. Спочатку нет-арт був ASCII-графікою, яка ґрунтувалася на створенні малюнків за допомогою застосування букв, цифр та значків, розташованих на клавіатурі. Згодом у мережу стали потрапляти твори зовнішнього світу, і кожен бажаючий міг продемонструвати свою творчість, викладаючи роботи, створені в електронних галереях та кінотеатрах.

На закінчення зробимо висновок, що цифрові технології у просторі медіамистецтва сприяють створенню нової віртуальної реальності, яка активним чином «залучає масову аудиторію до свого художнього простору» [57]. Захоплююча сила інноваційного мистецтва настільки очевидна, що кожен

реципієнт, у буквальному значенні, стає повноправною дійовою особою вигаданого світу. Безумовно, унікальне сучасне цифрове мистецтво має і значну маніпулятивну силу, впливаючи на психіку та реакцію глядачів.

Не менш яскравою її відмінністю є інтерактивність, комунікація із глядачем. Так, у рамках медіажанрів втрачається межа між творцем твору та його глядачем. В даному випадку у реципієнта з'являється можливість вплинути на зміст трансльованого проекту, змінити його, прийняти у ньому безпосередню участь. З цього випливає, що творчість сучасних художників, фотографів сприяє «як розширенню традиційних рамок мистецтва, так і його збагачення інноваційними технологіями». Феномен цифровізації в рамках медіамистецтва відрізняється особливою значимістю, яка полягає «у відкритості до соціокультурних інновацій», «виконує на індивідуальному рівні функції особистісної ідентифікації» розваги.

### **ВИСНОВКИ ДО ПЕРШОГО РОЗДІЛУ**

На основі теоретичного узагальнення, проведеного в першому розділі, встановлено, що становлення цифрового мистецтва має глибокі історичні корені та характеризується еволюційним розвитком від обчислювальних експериментів і аналогового відеоарту до сучасних комплексних явищ, таких як генеративні системи, імерсивні середовища (VR/AR) та ринки на основі блокчейну (NFT). Цей шлях суттєво трансформував ключові категорії мистецької теорії: від авторства (розмивання через колаборації з AI та спільнотні проекти) та матеріальності (перехід від фізичного об'єкта до програмного коду, даних і віртуального середовища) до репрезентації (перенесення з галерейного простору в онлайн-платформи, соціальні мережі та метавсесвіти).

Важливим методологічним результатом розділу стало конструювання інтегрованого підходу до дослідження цифрового мистецтва. Він ґрунтується на синтезі мистецтвознавчої та культурологічної перспектив, маркетингового підходу, теорій цифрової комунікації (для вивчення взаємодії в мережевому середовищі, алгоритмічної курації та нових форматів участі аудиторії).

Такий міждисциплінарний апарат дозволяє концептуалізувати цифрове мистецтво не як сукупність ізольованих технік, а як динамічну соціотехнічну систему, що постійно відтворюється в діалектичній взаємодії технологічних інновацій, естетичних пошуків, економічних механізмів і комунікативних стратегій. Це створює наукову основу для подальшого аналізу конкретних практик, тенденцій та впливів цифрового мистецтва, що становить предмет наступних розділів дослідження.

## РОЗДІЛ 2. ЦИФРОВЕ МИСТЕЦТВО ЯК ВИД ВІЗУАЛЬНОЇ КУЛЬТУРИ ТА КОМУНІКАЦІЇ

### 2.1. Живопис та скульптура в новому цифровому середовищі

Підходи до дослідження цифрового середовища значно відрізняються, включаючи аналіз віртуальної реальності, кіберпростору; критичну оцінку теорії нових медіа; створення міждисциплінарного проекту Digital Humanities (цифрова гуманітаристика) Проте трансформації, що відбуваються у цифровому культурному середовищі, досі залишаються маловивченими. Стрімкість змін випереджає процес накопичення знань та дослідницьку рефлексію. Складність вивчення цифрового середовища полягає в тому, що академічна спільнота не виробила єдиного підходу до розуміння та визначення цього феномена. Дослідники виділяють дві тенденції щодо визначення цифровізації, які відображають їх ціннісні установки: технократичну та гуманітарну.

Цифровізація – це багатогранний феномен, який можна розглядати з різних позицій, створюючи різноманітні пояснювальні конструкції. Сточки зору гуманітарних наук, зокрема культурології, цифровізація є трансформацією системи комунікацій між членами суспільства. Цифрове середовище - продукт цифровізації - воно являє собою можливості, що надаються людині технологічними інструментами для настроювання способу життя. Цифрове середовище дозволяє людині трансформувати реальність на власний розсуд, оскільки вона фіксує культурні тексти не континуально як монолітної маси, а дискретно як набір елементів, з яких можлива реконфігурація реальності [48, с. 25].

Гуманітарний підхід спрямований на світоглядні та онтологічні питання, що супроводжуються зміною цінностей, характеру та форм комунікації, патернів поведінки. Однією з прямих відповідей на онтологічне питання про природу цифрового середовища є код, послідовність символів, що прочитуються комп'ютерними алгоритмами. Але цей «код» набуває людського та соціально-інституційного значення. Так, цифрове середовище може бути визначено як нова форма буття, пов'язана з технологіями, що стала

продовженням фізичної реальності і наступною за природним середовищем існування [1].

У цифровому просторі сучасна людина здійснює значну частину процесів, він вбудовується у реальний світ, стаючи його невід'ємною частиною і формуючи єдиний соціокультурний простір на основі інтеграції цих двох початків. Багато дій людини в реальному світі відображаються в цифровому світі, а цифрові дані про фізичну реальність є доступними в режимі реального часу - сьогодні наше життя формується можливостями цифрових технологій для запису та аналізу даних, які ми генеруємо у повсякденному житті. Нерідко цифрове середовище замінює реальність настільки, що скасовує різницю між ними.

Сьогодні все менше уявляється можливим поділ між онлайн-і офлайн-середовищем. Людина занурена у цифровий простір, віртуальну реальність, користуючись безперешкодним та практично повсюдним доступом до мережі та ширше – цифровим технологіям. Просторово-часові межі між мережею та користувачем руйнуються; опозиція онлайн/офлайн стирається – вони разом формують єдиний соціокультурний простір. Цифрове середовище не сприймається як окрема реальність, вона стала частиною повсякденного життя; вона вбудовується в культурний код сучасного суспільства та «мімікрує» під нову парадигму існування.

Процес цифровізації, що охопив усі сфери життя суспільства, формує нову культурну парадигму, в якій Інтернет розглядається як універсальний засіб, що дозволяє розвивати нові культурні форми. Перебування в Інтернеті забезпечує користувачам можливість породження нових культурних феноменів та практик, форматів взаємодії та репрезентації мистецтва, переосмислювати історичну спадщину залежно від моральних та етичних установок, що складаються у зв'язку з новим типом комунікації, формувати нові закони та правила, таким чином реконструюючи ціннісно-смысловий комплекс. Розглянемо докладніше одну із провідних цифрових технологій репрезентації мистецтва – NFT.

NFT (англ. non-fungible token - незамінний токен) - цифровий актив, створений на платформі блокчейну, що гарантує оригінальність цифрового об'єкту і забезпечує право власності власника. Кожен NFT має унікальний ідентифікатор і додаткові параметри, які дозволяють зберігати в ньому певну інформацію. Саме унікальний ідентифікатор робить токен незамінним. У блокчейні міститься інформація про всі зроблені транзакції та їх учасників, творця цифрового об'єкта, продажах, авторських відрахування, вартості і т. д., тому можна простежити всю історію володіння об'єктом NFT.

Таким чином, NFT є єдиним у своєму роді цифровим об'єктом, який піддається перевірці та є унікальною цінністю. По суті, NFT є сертифікатом справжності, і кожен NFT можна відрізнити за його взаємною незамінністю. Так, наприклад, зображення у форматі jpg можна відтворювати нескінченну кількість разів, тоді як токен - ні. Саме ця його унікальність забезпечує цінність зображень, дозволяючи колекціонувати, купувати та продавати їх як витвори мистецтва.

Токен - аналог цінного паперу в цифровому світі, це цифрове уявлення активу, яким може бути будь-яка сутність, що має властивості, що розпізнаються і підтверджуються [3].

Виникнення технології NFT (і пов'язаних з нею блокчейна та криптовалюти) можна співвіднести з потребою людини освоїти цифровий простір, тобто відтворити у ньому звичні структури та патерни. Так, криптовалюта стає частиною цифрової економіки, а NFT - сертифікатом автентичності в цифровому середовищі. Це спроба перекласти знайому реальність у новий простір, спроба протестувати його для того, щоб згодом зберегти ці нові феномени, трансформувати їх або зовсім відмовитися від них. Цей процес має нелінійний напрям, це завжди вибір.

Тут можна простежити еволюційний культурний процес. Незважаючи на те, що криптовалюта та NFT пов'язані здебільшого з економікою (при цьому необхідно пам'ятати, що економіка є частиною культури), ці технології розвиваються у сфері соціальної взаємодії. Спроба освоїти цифровий простір

призвела до пошуку альтернативної фінансової системи та системи обміну цінністю. Цифрове середовище створило нові формати розвитку грошової системи, замінивши реальний товарно-грошовий обмін на використання «цифрових аналогів» грошей та їх переведення в електронну форму. Крім того, цифрові технології поступово переносять у свій простір багато «аналогових» речей, задовольняючи потреби людини в режимі онлайн.

Інтереси суспільства трансформуються на тлі поширення цифрових технологій і оцифрування об'єктів матеріальної реальності. NFT є новою культурною формою, слабо осмисленою академічним співтовариством. Під культурною формою розуміється сукупність ознак та рис культурного феномену, які відображають його утилітарні та символічні функції та дозволяють проводити його ідентифікацію [4, с. 102].

NFT, за своєю суттю, є тим, що прийнято вважати креативною індустрією, одним із її засобів та механізмів. Основними критеріями, якими характеризуються як NFT, і креативні промисловості, є оригінальність, просування, ідея, капіталізація, орієнтація ринку. NFT нерозривно пов'язані з криптовалютою, отже, і з ринком. Ця технологія дозволила художникам, музикантам, дизайнерам та представникам інших сфер креативних індустрій знайти новий спосіб комерціалізації свого продукту, оскільки до появи NFT у цифровому середовищі встановити авторство було досить складно: цифрові об'єкти, по суті, належали всім користувачам. Авторство повертає своє значення із цінністю інтелектуальної власності. З появою технології NFT «картинки з Інтернету» отримали знак справжності. Самі NFT виникли через спроби людини освоїти цифровий простір і закрити його потребу на отримання авторського права в Інтернеті і при цифровізації мистецтва.

Найбільш яскраві формати використання технологій NFT відносяться до артосфери - сфери сучасного мистецтва. NFT привертають увагу у культурному середовищі у форматі виставок, на яких є ключовим засобом репрезентації творів авторів. Одним з проектів є колекція NFT японського художника Такасі Муракамі під назвою «Муракамі.Квіти», яка включає піксельні квіткові картини,

створені в авторському стилі і натхненні японською графікою ігор. Колекція вбудується навколо числа 108, пов'язаного з будиським вченням про «108 пристрасті та бажання», які перешкоджають людському щастю: 108 фонів, 108 кольорів, 108 полів. Т. Муракамі припускає, що його усміхнені квіти нагадуватимуть людям про те, що людина може завжди вибрати щастя, попри невдачі. Кожна квітка унікальна і створена вручну.

25 листопада 2022 р. - 27 січня 2023 р. у Дубаї проходила виставка Т. Муракамі, на якій було зібрано знакові роботи художника, у тому числі в окремому залі розміщено роздруковані на полотні квіти з його колекції NFT. Таким чином Т. Муракамі спробував об'єднати фізичну та цифрову реальності, а також зробити свій внесок у адаптацію масової свідомості до NFT. Будь-який відвідувач міг одразу придбати квітку.

Художник був натхненний на зміну способу свого творчого самовираження, підходу до мистецтва і створення NFT-колекції своєю дитиною, яка грала в онлайн-гру: «Я побачив реальність цінностей, що змінюються, коли зрозумів, що діти можуть розрізняти красу у віртуальному світі». Перед релізом Murakami.Flowers автор активно взаємодіяв із передплатниками у соціальних мережах і розповідав про свою філософію та творчий процес, незважаючи на вже наявне світове визнання. Це було необхідно для того, щоб уваяти себе у спільноті NFT, яка здебільшого складається з молодих людей.

Саме художникам належить особлива роль у популяризації NFT загалом, приверненні особливої уваги до цієї нової форми репрезентації творів мистецтва. Тому більшість людей, малознайомих з NFT, дана технологія асоціюється саме з мистецтвом, що є індикатором культурних трансформацій і процесів, які відбуваються у суспільстві, не формалізованих і класифікованих; воно є свого роду сигналом, що вказує на нові способи набуття досвіду, які потім вбудовуються в офіційні інститути.

Індустрія образотворчого мистецтва одна із небагатьох ринків, які вважаються найбільш консервативними і виявляються практично незмінними протягом останніх трьох сотень років. Проте арт NFT веде до трансформації цієї

індустрії, якій доводиться відповідати на вимоги технологічних реалій і запитів сучасних авторів. Протягом кількох років цифрові технології впроваджуються в традиційний ринок образотворчого мистецтва, який стає все більш сприйнятливим і схильним до використання технологічних інновацій. Так, наприклад, багато респектабельних аукціонних будинків (такі як Christie's, Sotheby's) вже зацікавилися новою технологією та мають окремі департаменти, що займаються NFT.

В цілому ж арт NFT та блокчейн-технологія, на якій він заснований, впливають на образотворче мистецтво та арт-ринок, трансформуючи установки, що зберігалися ст.ми та ускладнюють процес розвитку арт-індустрії та залучення інвесторів у цю сферу. Купівля об'єктів NFT та придбання сертифікатів володіння перетворюється на бізнес. Арт NFT - це просто картинки. Що дійсно важливо, то це бренд, який стоїть за ними. Якщо бренд розвивається та отримує відгук, тоді це саме те, у що потрібно інвестувати. За більш як 30 років своєї художньої діяльності Т. Мураками вже став брендом. Заслуга NFT у цьому, що він створив технічну можливість споживання цифрового мистецтва, зробив його актуальним, цікавим і включеним у культуру.

Ажітаж, що розпочався у сфері мистецтва, поступово проникає і в інші сфери діяльності, такі як бізнес, освіта, медицина, наприклад, - платформа блокчейну універсальна. Вже створюються екосистеми NFT, у яких володіння токеном підтверджує членство у певному співтоваристві, що є новою формою організації життя людей.

Технологія NFT є прикладом того, як відбувається процес оцифрування фізичних активів і як здійснюється взаємодія з цифровими активами. У міру розгортання процесу цифровізації потреба в технології, здатної аутентифікувати цифрові активи, зростатиме. NFT надає цю можливість і має потенціал для розвитку. Сьогодні суспільство знаходиться на самому початку розвитку технології NFT. Щодня з'являються нові проекти NFT із новими ідеями застосування цієї технології. Історія розвитку та використання технології сьогодні перебуває у стадії формування, що дозволяє в режимі реального часу

відстежувати трансформації, пов'язані з впровадженням NFT у культуру. Технологія NFT (і пов'язані з нею блокчейн і криптовалюта) є однією з помітних перспектив для розвитку цифрового середовища за новими комунікативними, соціальними, культурними та економічними стандартами, а також новим напрямком у розвитку міжкультурної комунікації, що базується на принципах рівності, прозорості та довіри - новий тип спілкування, зумовлений криптографічним кодом, відображає сучасну культуру.

## **2.2. Роль цифрового мистецтва в глобалізації культури.**

Глобалізація відкрила нові горизонти для мистецтва, створивши умови для активного культурного змішування та синтезу стилів. Художники з усього світу почали інтегрувати елементи різних культурних традицій у свої роботи, що спричинило появу унікальних гібридних форм мистецтва. Цей процес дозволив оновити та збагатити традиційні методи та техніки, надаючи їм нове звучання у сучасному контексті.

Багато сучасних художників використовують локальні традиції як джерело натхнення, перетворюючи їх на універсальні символи, доступні для міжнародної аудиторії. Наприклад, афрофутуризм поєднує африканські мотиви з футуристичною естетикою, створюючи новий погляд на майбутнє. Японський нео-мінімалізм поєднує стародавні японські традиції із сучасними дизайнерськими підходами, пропонуючи унікальні рішення в архітектурі та дизайні. Латиноамериканська графіка використовує яскраві кольори та складні візерунки, характерні для регіону, адаптуючи їх до сучасних медіа та друкованих технологій.

Африканські художники, такі як Ель Анацуї та Йінка Шонібаре, використовують традиційні тканини та орнаменти, комбінуючи їх із космічними мотивами та цифровими технологіями. Їхні роботи досліджують теми ідентичності, пам'яті та майбутнього Африки.

Архітектори, такі як Тадао Андо, застосовують принципи японського мінімалізму у поєднанні із сучасними будівельними технологіями, створюючи будівлі, які гармонійно вписуються у природний ландшафт.

Художники, такі як Хорхе Галего та Алехандра Карраско, використовують насичені колірні палітри та складні візерунки, характерні для латиноамериканської культури, адаптуючи їх до різних медіумів, включаючи плакати, ілюстрації та вуличне мистецтво.

Ці кейси демонструють, як глобалізація дозволяє художникам переосмислювати та оновлювати локальні традиції, створюючи нові форми мистецтва, актуальні для сучасного світу.

Глобалізація та розвиток цифрових технологій призвели до демократизації мистецтва, надавши більшій кількості людей можливість самовиражатися та ділитися своїми роботами зі світом. Інтернет відкрив доступ до глобальної аудиторії, дозволяючи художникам з різних куточків планети знаходити шанувальників та замовників, незалежно від їхнього соціального статусу чи географічного розташування. Онлайн-платформи, такі як YouTube та Boosty, стали важливими інструментами для незалежних артистів, надаючи їм майданчики для демонстрації своїх робіт та встановлення прямих контактів із аудиторією.

Інтернет надав художникам з країн, що розвиваються, унікальну можливість заявити про себе на міжнародній арені. Раніше вони стикалися із серйозними перешкодами, такими як брак фінансових ресурсів, обмежений доступ до галерей та музеїв, а також труднощі з транспортуванням творів мистецтва. Сьогодні ж завдяки інтернету вони можуть вільно розміщувати свої роботи в мережі, брати участь у міжнародних конкурсах та виставках, а також продавати свої твори через онлайн-магазини та краудфандингові платформи.

Особливо важливу роль у цьому процесі відіграють соціальні мережі, які дозволяють художникам не лише показувати свої роботи, а й спілкуватися з аудиторією, отримувати відгуки та будувати особисті бренди. Це дає можливість молодим художникам із бідних регіонів конкурувати з майстрами з розвинених країн та отримувати визнання на світовому рівні.

Краудфандинг та технологія NFT (Non-Fungible Token) стали ключовими інструментами для незалежних художників, допомагаючи їм фінансувати свої

проекти та монетизувати свою творчість. Краудфандингові платформи, такі як Kickstarter та Indiegogo, дозволяють художникам збирати кошти на реалізацію своїх ідей, оминаючи традиційні фінансові інститути. Це особливо актуально для авторів-початківців, які можуть зібрати необхідну суму для запуску своїх проєктів, будь то виставка, книга або фільм.

NFT, своєю чергою, відкрили нові можливості для продажу цифрового мистецтва. Кожен NFT унікальний і зберігається у блокчейні, що забезпечує прозорість володіння та захист авторських прав. Це дозволяє художникам продавати свої роботи безпосередньо глядачам, минаючи посередників, та отримувати прибуток від вторинних продажів. Завдяки NFT багато художників з країн, що розвиваються, змогли заробити значні суми, продаючи свої цифрові твори на міжнародних ринках.

Таким чином, демократизація мистецтва, доступність інтернету та нові фінансові інструменти дозволили художникам з різних країн проявити себе на світовій сцені, що сприяє культурному обміну та збагаченню світового та мистецтва.

Сучасні технології, такі як віртуальна реальність (VR) та доповнена реальність (AR), відкрили нові горизонти для мистецтва, дозволяючи створювати гібридні форми, що виходять за межі традиційного сприйняття. Віртуальні галереї та виставки надають можливість відвідувачам поринати у твори мистецтва, взаємодіяти з ними та досліджувати їх з різних боків. Цифрові технології також сприяють глобальним арт-колабораціям, коли митці з різних країн працюють спільно, створюючи твори, які поєднують культурні традиції та технічні новації.

Штучний інтелект (ШІ) також починає впливати на мистецтво, виступаючи у ролі як помічника, і конкурента художників. З одного боку, ШІ може допомагати у створенні складних композицій, аналізувати дані та пропонувати нові ідеї. З іншого боку, його використання порушує питання про творчу автономію та оригінальність. Дехто вважає, що ШІ може загрожувати традиційній ролі художника, ставлячи під сумнів людську креативність. Проте

більшість експертів згодні, що ШІ швидше доповнює людський творчий процес, ніж замінює його, надаючи нові інструменти самовираження.

Таким чином, технології мають глибокий вплив на розвиток мистецтва, створюючи нові форми та можливості для самовираження, а також стимулюючи міжкультурний діалог та співпрацю.

У сучасному світі мистецтва багато художників прагнуть вийти за межі звичних стереотипів і національних кордонів, створюючи твори, які знаходять відгук у глядачів по всьому світу. Це особливо помітно серед тих, хто працює у сфері сучасного мистецтва – такі майстри часто використовують міжкультурний діалог, щоб наголосити на універсальних цінностях або привернути увагу до важливих соціальних питань. Одним із яскравих прикладів є китайський художник Ай Вейвей, який через свою творчість активно порушує проблеми прав людини та політичної свободи, знаходячи відгук у міжнародній аудиторії.

Бенксі – один із найвідоміших вуличних художників сучасності, чії роботи стали символом протесту проти капіталізму, воєн та соціальної нерівності. Його анонімність лише додає загадковості та привертає ще більше уваги до його мистецтва. Стріт-арт Бенксі відрізняється гострою соціальною критикою, тонким гумором та сміливістю у зверненні до табуєваних тем. Незважаючи на свою британську ідентичність, його графіті з'являються в усьому світі – від Лондона до Палестини, від Нью-Йорка до Австралії. Наприклад, одна з його знаменитих робіт – «Дівчинка з повітряною кулькою» – стала символом надії та одночасно тривоги, знайшовши відображення у різних культурах.

Приклади робіт:

«Дівчинка з повітряною кулькою» (2006) - образ, що став символом свободи і крихкості людської мрії.

Напалм (2004) – інтерпретація відомої фотографії часів В'єтнамської війни, де діти тікають від вибуху, але на задньому плані зображені логотипи популярних брендів, що підкреслює абсурдність споживчого товариства.

«Знаменитий сувій» (2018) – робота, що самознищилася після продажу на аукціоні, що стала метафорою непостійності цінностей у мистецтві та суспільстві.

Ці твори показують, як мистецтво Бенксі виходить далеко за межі Великобританії, стаючи міжнародним феноменом. Бенксі працює з глобально зрозумілими сюжетами: політична сатира, антивоєнні послання, критика споживацтва, теми свободи, ізоляції, соціальної несправедливості. Його образи (дитина з кулькою у формі серця, дівчинка, що відпускає повітряну кулю, металевий голуб у бронезилеті) не потребують перекладу.

Бенксі використовує публічний простір як галерею, а соціальні мережі як примножувач, його твори це мистецтво вулиці, доступне кожному, але живе вони лише в глобальному інформаційному просторі. Жоден з фізичних творів Бенксі не мав би такої міжнародної слави без соцмереж. Кожна нова робота фіксується і розходиться мільйонами копій за години, незалежно від її географічного розташування.

Його виставки, наприклад «Banksy: Genius or Vandal?», подорожують містами світу та адаптуються до локальних просторів. Вони працюють за логікою «блокбастера», де експонатами стають серійні твори або навіть мурали, відтворені за допомогою проєкцій та 3D-інсталяцій.

Такеші Муракамі - японський художник, відомий своїм унікальним стилем, що поєднує традиційну японську естетику з елементами сучасної масової культури. Він майстерно інтегрує мотиви аніме, манги та поп-арту до своїх робіт, створюючи яскраві, насичені образи, які привертають увагу широкої аудиторії. Муракамі зміг перенести східні візуальні коди на західну сцену, зробивши японські культурні елементи частиною світової культурної повістки.

Такаші Муракамі став започатківцем японської теорії та руху у мистецтві під назвою «Superflat» (суперплоскість), який критикує сучасну японську культуру, поєднуючи традиційну японську естетику (як-от плоскість укійо-е) із сучасною аніме, мангою та культурою «отаку» (гіків), відображаючи

«суперплоску» реальність, де стираються відмінності між високим та низьким мистецтвом, мистецтвом та комерцією, минулим та теперішнім, створюючи сплющений, споживацьки орієнтований, наповнений поп-жанром світ, особливо після впливу Другої світової війни. Візуально він характеризується яскравими кольорами, товстими контурами та крайньою відсутністю перспективи, але концептуально він стосується повоєнної культурної ідентичності та споживацтва Японії.

Такі символи, як квіти, що посміхаються, Mr. DOB або фігурки персонажів, стають візуальними архетипами, зрозумілими без перекладу. Вони працюють як культурний код, що одночасно екзотичний і знайомий.

Приклади робіт:

«Квітка» (1999-2000) - гігантська кольорова квітка, що нагадує персонажів мультфільмів, стала символом творчості художника.

«My Lonesome Cowboy» (Мій самотній ковбой) (1998) - скульптура, що обіграє еротичні та фантастичні образи японської анімації.

Колаборації з Louis Vuitton – серія сумок та аксесуарів, прикрашених яскравими принтами Муракамі, об'єднала високе мистецтво та мас-маркет.

Роботи Муракамі наочно демонструють, як японська культура стає частиною світової арт-сцени, цікавлячи як колекціонерів, так і звичайних споживачів.

Ай Вейвей - китайський художник і дисидент, чия творчість тісно пов'язана з питаннями політичних свобод, цензури та прав людини. Використовуючи різноманітні медіа – від інсталяцій до соціальних мереж, він відкрито критикує китайський уряд і звертається до проблем глобального масштабу. Роботи Вейвея знайшли широкий резонанс завдяки своїй сміливості та гостроті, перетворюючи його на одного з найвпливовіших сучасних художників світу.

Приклади робіт:

«Sunflower Seeds» (2010) – інсталяція з мільйона фарфорового насіння соняшника, що символізує масове виробництво та індивідуальність в умовах колективізму.

«Straight» (2012) - художня реакція на землетрус у Сичуані, що показує зруйновані залізні балки, зібрані в рівні лінії.

Серія фотографій «Study of Perspective» – провокаційні знімки, де художник показує середній палець різним символам влади, включаючи Білий дім та Ейфелеву вежу.

Творчість Ай Вейвєя є яскравим прикладом того, як сучасне мистецтво здатне перетинати національні кордони та ставати інструментом міжнародного діалогу та опору. Його роботи говорять мовою символів, що легко доступні для глобальної аудиторії. Це критики влади, пам'яті про жертв, захисту прав людини, яка резонує незалежно від культурного контексту.

Діяльність автора ідеально ілюструє силу соціальних мереж. Його Instagram та Twitter стають платформами, де художник висловлює свою позицію щодо ситуації в Китаї, пандемії, кризи біженців, порушень прав людини. Це мистецтво як акт комунікації, яке миттєво поширюється по світу, ігноруючи цензуру та географічні бар'єри. Його мистецтво живе не лише в галереях, але й в стрічках мільйонів користувачів.

Ай Вейвєй часто працює з темами катастроф, забуття та системного насильства (проекти, присвячені землетрусу в Сичуані, кризі біженців). Він трансформує особисту та колективну травму в художні об'єкти, які стають місцем пам'яті та суспільного обговорення в глобальному масштабі.

Глобалізація справді змінює художню сферу, пропонуючи як нові виклики, так і унікальні можливості. З одного боку, ризик стандартизації та масового виробництва може придушувати оригінальність та автентичні культурні особливості. Але з іншого боку, інтеграція різних культурних традицій відкриває шлях для нових творчих горизонтів та міжкультурного діалогу.

Процес глобалізації здатний нести як ризики однорідності, і стимули для інноваційних підходів. Він створює простір для експериментів, переосмислення традиційних жанрів та технологій, що веде до появи нових видів мистецтва. Важливо усвідомлювати обидві сторони медалі та знаходити баланс між збереженням унікальності та адаптацією до глобальних тенденцій.

Можливі сценарії майбутнього:

1. Відродження локального мистецтва. У відповідь на глобалізаційні процеси можливе посилення інтересу до локальних культурних особливостей та традиційних видів мистецтва. Це може статися як реакція на стандартизацію та масовість, властиві глобальному ринку. Локальні спільноти можуть почати активно просувати свої унікальні мистецькі практики, прагнучи зберегти національну ідентичність та протистояти культурній одноманітності.

2. Стійкість традиційних художніх шкіл. Традиційні художні школи, такі як класичний живопис, скульптура та архітектура, ймовірно, залишаться затребуваними, хоча їх значення та форма можуть зазнати змін. Сучасні технології та нові медіа здатні інтегруватися з традиційними методами, збагачуючи їх та надаючи їм нового звучання. Однак питання, наскільки ці школи зможуть зберігати свою актуальність в умовах швидкого технологічного прогресу, залишається відкритим.

3. Унікальність мистецтва у цифрову епоху. Цифрові технології вже значно трансформували художню практику, надаючи нові інструменти та формати для самовираження. Питання полягає в тому, чи зможе мистецтво зберегти свою унікальність та емоційну глибину в умовах, коли все більша кількість творів створюється за допомогою алгоритмів та машинного навчання. Майбутнє покаже, як митці справлятимуться з цими викликами, і які нові форми творчого самовираження виникнуть у результаті взаємодії людини та машини.

### **2.3. Вплив цифрового мистецтва на соціальні та культурні процеси.**

Зміст цифровізації є предметом дискусії у науковому середовищі. Вона може розглядатися як процес (впровадження цифрових технологій у економіку,

суспільно-політичні відносин) і як результат видозміни об'єктів під впливом цифрових технологій. Визначальними ознаками цифровізації є: цифрові технології як фактор трансформації та видозміни різних об'єктів, включаючи відносини, процеси. У свою чергу, культуру прийнято розглядати з двох основних точок зору:

- «феноменальної - як світ штучних, створених людиною об'єктів,
- ноуменальної - як система смислів та цінностей, що лежать в основі діяльності людини, що творить цей світ» [10].

Отже, і вплив цифровізації на культуру доцільно розглядати в рамках двох укрупнених напрямів: впливу на створювані об'єкти (фактично – культурні цінності) та впливу на сукупність смислів та цінностей (їх конструювання, поширення). У сучасних умовах культура розглядається не тільки як засіб духовного розвитку, але як важливий сектор економіки. Культура та нерозривно пов'язане з нею мистецтво відіграють значну роль у формуванні духовного світу людини, створення та поширення систем цінностей, визначення соціально схвалюваної поведінки [61].

Серед основних векторів трансформації культури під впливом цифровізації пропонується виділяти:

- створення культурних цінностей за допомогою інтеграції цифрових технологій у процеси створення культурних цінностей людиною (цифрове мистецтво) та заміщення людини як активної сторони у процесах створення культурних цінностей (крипто-мистецтво, процедурне мистецтво, ChatGPT),
- збереження об'єктів культурної спадщини у цифровій формі (Культурних цінностей як продуктів творчої діяльності). Результатом впливу виступає формування цифрового середовища - «нової форми буття, пов'язаної з технологіями, що стала продовженням фізичної реальності» [62]. При цьому цифрове середовище розглядається не лише як сховище інформації, а й як агент впливу споживачів інформації, а, отже, фактор соціалізації.
- Розповсюдження культурних цінностей. Проявом цього вважається і розповсюдження копій / оригіналів культурних цінностей, інформаційних

продуктів через мережу Інтернет, та вихід установ культури в онлайн простір [55].

Одним із значних напрямів впливу цифровізації на культуру є зниження бар'єрів у доступі до культурних благ, що впливає на процеси соціалізації та розвитку особистості. В умовах фактично безмежного доступу до цифрових копій культурних цінностей знижується роль локальних/регіональних/національних культурних одиниць на особистість та суспільство, оформляється новий, глобалізований, культурний код, носіями якого виступають користувачі інтернет-середовища. Наслідками цього виступають також уніфікація та стандартизація, які формують культуру норм, цінностей, моделей поведінки. Зниження бар'єрів у доступі до культурних цінностей та їх стандартизація окремими дослідниками сприймається як загроза. Наприклад, Шершньова О.В. як наслідки розвитку нерегульованого цифрового середовища відзначає примітивізацію, тяжіння до спрощених форм мистецтва [54], «деінтелектуалізацію» суспільства, дрейф у напрямі маргінальних проявів культури. У той же час, як зазначає С. Гупта «наростання духовно-моральних кризових явищ відзначали ще О. Шпенглер, З. Фройд, Р. Гвардіні, К.Г. Юнг та інші в період переважання друкованого способу збереження інформації» [60].

Іншими словами, критику наслідків цифровізації культури можна розглядати як один із напрямів критики масової культури, постмодерну. У контексті нерозривно пов'язаної з цифровізацією глобалізації, ідейну основу подібної уніфікації становили цінності західного світу (гуманізм, демократія, індивідуалізм, споживання). Причинами домінування даних цінностей у цифровому середовищі можна вважати використання англійської мови як універсальної мови міжнародного спілкування, «м'яку силу» розвинених західних економік, а також і розташування провідних технологічних компаній у США / Європі. Про значущість контролю над цифровим середовищем у контексті конкуренції за домінування можна судити за фактами обмежень на діяльність інформаційних агенцій, соціальних мереж у тій чи іншій юрисдикції. Побічно подібні обмеження вказують на визнання за цифровим середовищем

ролі одного з політичних інструментів конкуренції, інформаційного протистояння (інструменталізація інформації та смислів у цифровому середовищі).

Серед найбільш значимих з погляду впливу на сучасну культуру технологій виділимо:

- блокчейн у широкому розумінні та як його прояв - NFT-технологію (non-fungible token), в рамках якої створюються унікальні та не взаємозамінні активи, що мають цінність у децентралізованій системі (Токени). Використання NFT як інструменту зберігання та розповсюдження культурних цінностей входить у поняття крипто-мистецтва [48, с. 23],

- процедуральне мистецтво (як розвиток концепцій комп'ютерного мистецтва, генеративного мистецтва),

- включення до процесів створення культурних цінностей штучного інтелекту (ШІ).

Основним викликом цифрового мистецтва є проблема авторського права. Сьогодні цифровий твір можна миттєво скопіювати, відтворити та розповсюдити в будь-яку точку світу, найчастіше без зазначення автора і з порушенням його майнових прав. Системна крадіжка контенту перетворилася з технічної можливості на повсюдну практику.

Внаслідок цього питання авторського права втрачає статус вузькоспеціалізованої теми і перетворюється на фундаментальну основу професійної діяльності та джерело доходу для творчих професіоналів у всіх галузях – від дизайну та розробки до фрілансу та цифрових медіа.

Традиційно, оригінал – це унікальний, матеріальний, автентичний об'єкт, створений рукою митця. Його цінність в матеріалі, техніці та прямому зв'язку з творцем. Після введення цифрових інструментів в творчий процес «оригінал» у буквальному сенсі зникає, оскільки первинний файл (наприклад, psd чи blend) нічим не відрізняється від своєї першої копії. Цінність переміщується в концепт та автентифікацію, тобто ригіналом стає сама ідея, алгоритм чи перформанс створення, підтверджений автором.

«Оригінал» стає криптографічним доказом, а не об'єктом. Найціннішою може бути версія файлу з авторськими коректами чи історією змін (наприклад, у Git).

«Копія» на рівні сприйняття стала ідентичним дублікатом. Цифровий файл можна відтворити без втрат. Традиційно, копією вважають відтворений екземпляр оригіналу, який точно повторює його сутність, форму та зміст, створюючи тотожний дублікат без втрати первинних характеристик. Але в процесі відтворення втрачається якість, матеріальність, культурна та ринкова цінність. Це породжує нову економіку дефіциту, створює штучні механізми обмеження копій (тираж NFT, закриті доступи, підписані принти).

На прикладі NFT, оригіналом вважається не сам файл JPEG, а унікальний токен у блокчейні, що сертифікує право власності на конкретний екземпляр цифрового об'єкта.

На відміну від традиційного цифрового мистецтва, яке легко відтворюється, NFT використовують технологію блокчейн для встановлення прав власності та обмеження кількості творів цифрового мистецтва. Ця інновація впливає на відносини творців культурних цінностей, споживачів культурних благ, і навіть посередників з-поміж них (галереї, колекціонери) як учасників креативної економіки. NFT дозволяють художникам безпосередньо спілкуватися з колекціонерами, вибудовуючи більш глибокі відносини та сприяючи формуванню більш активної спільноти. Така взаємодія забезпечує цінний зворотний зв'язок, стимулюючи творчий розвиток.

Процедуральне мистецтво як концепт у творчій діяльності обговорюється та реалізується з 1960-х рр.. (роботи Г. Ніса, Ф. Наке, М. Нола, «Generative Art Group» П. Неагу 1970-х рр., установа відділення «Generative Systems» у Школі художнього інституту Чикаго (1970 р.), але принаймні у розвитку цифрових технологій воно набирає популярності. Під процедуральним мистецтвом мається на увазі алгоритмічне мистецтво (алгоритмічно обумовлені комп'ютерні витвори мистецтва) та синтетичні медіа (загальний термін для будь-яких алгоритмічно генерованих медіа), але художники також можуть

створювати генеративне мистецтво, використовуючи системи хімії, біології, механіки та робототехніки, розумні матеріали, ручну рандомізацію, математику. Відмінною рисою процедурального мистецтва виступає використання автономних систем, розмиття межі між творчою діяльністю людини як творця та створенням культурних цінностей знеособленими програмно-апаратними системами (роздвоєння суб'єкта творчості [46, с. 30]). Автономна система у цьому контексті представляє собою систему, яка не є людиною і може самостійно визначати особливості твору мистецтва, які в іншому випадку вимагали б рішень, що приймаються безпосередньо творцем культурних цінностей. У деяких випадках людина-творець може стверджувати, що система представляє його власну художню ідею, а в інших – що система перебирає роль творця.

Якщо у випадку з процедурним мистецтвом створення культурних цінностей передбачає розмиття межі між творчою діяльністю людини як творця та створенням культурних цінностей знеособленими програмно-апаратними системами, то у разі включення до процесів створення культурних цінностей штучного інтелекту (ШІ) активний процес однозначно виключається. Термін застосовується, коли машина імітує когнітивні функції, які асоціюються у людини з іншими людськими розумами, наприклад, навчання та вирішення проблем, створення культурних цінностей. Термін охоплює безліч речей, але нині він наголошує на використанні алгоритмів. ШІ надає глибокий культурний вплив, впливаючи на те, як члени суспільства сприймають себе, взаємодіють із технологіями та формують свою ідентичність. Від контенту, створюваного ШІ, до його зображення у популярній культурі - перетин ШІ та культури змінює структуру суспільства. Одним з найбільш яскравих проявів впливу ШІ на культуру є його роль у творчому самовираженні. Алгоритми ШІ тепер здатні створювати музику, твори мистецтва, літературу і навіть цілі фільми. Такі платформи як «Jukedek» і «Amper Music», складають оригінальні музичні композиції, а «DeepArt» та «DeepDream» створюють твори візуального мистецтва. Ці твори, створені ШІ, кидають виклик традиційним уявленням про

авторство та творчість, розмиваючи межі між людським та машинним контентом. Поява штучного інтелекту у творчих галузях змушує переглянути природу артистизму та цінність, яка властива людській творчості. У той час як одні розглядають контент, створений ШІ, як демократизуючу силу, що надає доступні інструменти для художнього самовираження, інші висловлюють побоювання з приводу справжності та конструктивності мистецтва, створеного машиною. Як наслідок, проникнення цифрових технологій у сферу культури несе у собі загрози девальвації створеної на доцифрових етапах розвитку суспільства системи цінностей, норм поведінки, фальсифікації соціально-політичного процесу, його спрощення як відповідь на пошук ШІ найбільш привабливого з комерційного погляду контенту [47, с. 320].

Алгоритми, що працюють на основі штучного інтелекту, все частіше використовуються в кураторстві контенту, рекомендаційних системах та персоналізованій рекламі, впливаючи на медіа, які споживає суспільство, та інформацію, з якою вона стикається. Отже, рекомендаційні механізми ШІ стають фактором, що спрямовує соціалізацію. При цьому алгоритми ШІ не вільні від упередженості, часто закріплюють стереотипи та зміцнюють існуючу систему цінностей. Вплив ШІ на культурну ідентичність поширюється і на питання збереження спадщини та історичну інтерпретацію. Такі технології ШІ, як розпізнавання осіб та алгоритми глибокого навчання, пропонують нові інструменти для археологічних досліджень та збереження культурної спадщини. Однак використання ШІ для реконструкції історичних артефактів та особистостей порушує етичні питання про справжність та рівномірний доступ до інфраструктури маргіналізованих груп

Процедуральне мистецтво, NFR-технології, ШІ несуть у собі низку загроз та ризиків, масштаби та наслідки яких варіюються. Так, стрімке зростання популярності NFT-технологій, залучення до їх просування лідерів громадської думки призвели до зростання обсягів ринку NFT, у рамках якого звертаються культурні цінності. В аналітичних матеріалах прогнозувалося зростання його ємності, що дозволяло розцінювати інвестиції у NFT активи як

засіб інвестицій (за аналогією з інвестиціями у твори мистецтва). Насправді ж, падіння курсу провідних криптовалют 2021-2023 років негативно позначилося на інвестиційній привабливості NFT-токенів, що містять твори мистецтва. У результаті популярність NFT-токенів знизилася, перспективи їхньої ролі серед інструментів збереження культурних цінностей та інвестування не визначено.

Загрози з боку процедурального мистецтва та ШІ багатогранніші і більш масштабні, вони торкаються фундаментальних функцій культури, ставлять під сумнів роль людини як творця культурних цінностей, заперечують достовірність формують культуру цінностей, установок. Хоча ШІ полегшує спілкування через мовні бар'єри, він також створює проблеми, пов'язані із збереженням мовних нюансів та культурного контексту.

Домінування англоцентричних моделей ШІ загрожує ризиком маргіналізації неангломовних користувачів та гомогенізації культурного самовираження, що підкреслює важливість інклюзивного розвитку ШІ та багатомовного представництва.

Оскільки вплив ШІ на культуру продовжує зростати, важливо враховувати етичні наслідки та стежити за тим, щоб технологічні досягнення приносили користь усьому суспільству. Етичні міркування при розробці ШІ включають питання упередженості і справедливості, конфіденційності та захисту даних, а також справедливого розподілу вигод та ризиків. Крім того, розвиток міждисциплінарного діалогу та співробітництва між технологіями, політиками та фахівцями в галузі культури має вирішальне значення для подолання складних взаємозв'язків між ШІ та культурою. У перспективі необхідні запобіжні заходи щодо пом'якшення потенційних негативних наслідків ШІ для культури та самобутності. Це включає забезпечення прозорості і підзвітності алгоритмів ШІ, заохочення різноманітності та інклюзивності у командах розробників ШІ, а також підтримку ініціатив, які дозволяють співтовариствам активно формувати культурні наративи, пов'язані з ШІ.

Таким чином, цифровізація в розумінні процесу та результату впровадження цифрових технологій у соціальні відносини надає комплексний вплив на культуру. Культура розглядається як фактор соціалізації, сукупність знань, переконань та норм поведінки, регулюючих сфери взаємодії людей всіх рівнях – від побутового до глобального. З поняттям культури пов'язане поняття культурних цінностей, під якими розуміються продукти творчої діяльності (зазвичай - людської). Серед джерел культури традиційно виділяються пізнання, творчість, людська діяльність у широкому значенні. Створення та споживання культурних цінностей (у форматі культурних благ) є найважливішим елементом життя, як і простором економічних відносин. В результаті взаємодії з культурними цінностями члени суспільства проходять соціалізацію, визначають своє ставлення до соціальних груп, до норм поведінки, цінностей, вибирають моделі поведінки. Культура виконує диференціюючу, ідентифікуючу, легітимуючу, конгломеруючу функції. Тренди, що формують зміст цифровізації, впливають як на створення культурних цінностей, і їх поширення, цим надають вплив на реалізацію культурою своїх функцій. Дослідження культури в контексті філософії, історії, соціології, психології, економіки, мистецтвознавства, культурології та інших соціальних наук дозволяє сформулювати уявлення про сфери культури, що стосуються цифровізації.

### **ВИСНОВКИ ДО ДРУГОГО РОЗДІЛУ**

Цифрове мистецтво утвердилося не лише як технологічний напрям, а як якісно нова соціокультурна формація, що перевизначає художню практику та теорію. Його природа полягає у синтезі, де естетичний акт нерозривно пов'язаний з комунікативними, технологічними та соціальними процесами.

Фундаментальною зміною є трансформація самої структури художнього поля. Класична двостороння модель спілкування між творцем та споживачем змінилась на «художник - аудиторія - платформа». Ця система є динамічною екосистемою, де платформа - як технологічне та комунікаційне середовище виступає активним агентом, що детермінує мову твору, форми його репрезентації та механізми рецепції. У таких умовах мистецький твір часто

втрачає статус універсального, завершеного об'єкта, набуваючи характеру процесуального явища чи відкритої події, яка розгортається у часі за участю публіки. Це змушує переосмислювати категорії авторства, унікальності та стабільності художнього образу.

Паралельно цифрове мистецтво виконує роль каталізатора формування нової типології візуальної компетентності. Воно вимагає від глядача та аналітика не пасивного споглядання, а активної учасної позиції, розвиваючи здатність до декодування комплексних, нелінійних наративів та алгоритмічної логіки. Виникає поняття цифрової чуттєвості інтелектуальної й емоційної здатності до взаємодії з інтерактивними, симулятивними та мережевими формами. Таким чином, мистецтво стає не лише продуктом культури, а й інструментом її трансформації, педагогічною силою, що формує суб'єкт цифрової епохи.

Цифрове мистецтво сприяє глобалізаційним процесам, забезпечуючи митцям вихід на світовий ринок без необхідності фізичної присутності, що руйнує межі між локальним і міжнародним контекстами.

На рівні конкретних мистецьких дисциплін спостерігається не заміщення традиційних практик, а їхня інтенсивна метаморфоза та гібридизація. Канонічні види, такі як живопис і скульптура, емансипуються від обов'язкової прив'язки до матеріального субстрату. Живопис переосмислюється як практика роботи зі світлом, часом і кодом, народжуючи інтерактивні чи генеративні композиції. Скульптура ж розширюється до поняття пластики віртуального простору, існуючи у формах цифрових моделей, голограм або об'єктів доповненої реальності. У цьому процесі класичні техніки та принципи композиції не скасовуються, а транслуються в новий, часто нерепрезентативний, медіум.

Важливим напрямком дослідження стало авторське право в контексті штучного інтелекту. Проаналізовано, як генеративний ШІ загострює кризу традиційних понять «оригіналу» та «авторства», коли твори створюються алгоритмами, натренованими на чужих роботах без чіткої правової основи. Встановлено, що це потребує розробки нових гібридних правових моделей, які

поєднували б захист прав людини-творця з регулюванням відповідальності розробників ШІ та визначенням статусу алгоритмічно створеного контенту. Таким чином, цифрове мистецтво сьогодні – це комплексна система відносин на межі естетики, технологій і права, що вимагає відповідних міждисциплінарних методологій для його аналізу.

## РОЗДІЛ 3. АНАЛІЗ СУЧАСНИХ ЦИФРОВИХ ХУДОЖНИХ ПРАКТИК

### 3.1. Аналіз проєктів українських художників

Розвиток цифрового мистецтва в Україні має власну динаміку, пов'язану не лише із загальносвітовими технологічними трендами, але й із соціально-культурними процесами, що відбуваються у країні. На відміну від західного контексту, де цифрові арт-практики формувалися поступово та інституційно підтримувалися музеями нових медіа, українське цифрове мистецтво часто постає як відповідь на історичні виклики, суспільні травми та запит на інноваційний спосіб самовираження. Після 2014 р., а особливо після початку повномасштабної війни 2022 р., цифрове мистецтво в Україні почало виконувати не лише естетичну, а й комунікаційну функцію – художники використовують його як спосіб документування досвіду, культурного спротиву та збереження пам'яті [1].

Важливо, що цифрова платформа стала альтернативою фізичним виставковим просторам, доступ до яких іноді обмежений. Багато митців свідомо обирають цифровий формат для роботи з темами ідентичності, війни, урбаністики, пам'яті, тіла, віртуальної присутності. Цей вектор відрізняє українську сцену від глобальної, де домінують естетизовані 3D-рендери, генеративні арт-проєкти та NFT як частина арт-ринку. Українське цифрове мистецтво часто не орієнтоване на декоративність, воно є більш емоційним і наративним, що дає підстави говорити про національну специфіку.

Одним із ключових представників української цифрової сцени є Стах Бабій, відомий експериментами з 3D-графікою, глітч-естетикою та візуалізацією теми пам'яті. Його роботи тяжіють до деконструкції архівних матеріалів, що у цифровому середовищі перетворюються на піксельні фрагменти, які символізують розрив часу [51]. Бабій працює з VR-інсталяціями, у яких глядач може «пройтися» серед цифрових уламків об'єктів – така практика створює ефект залучення, відчуття особистої присутності у просторі пам'яті. Тут

цифрові технології стають не лише інструментом створення образу, а й способом впливу на тіло та відчуття глядача.

Зовсім інший вектор демонструє Антон Саенко, який працює у жанрі генеративного мистецтва, поєднуючи алгоритми та живописні принципи композиції. У його NFT-колекції *Fragments of Code* випадковість та обчислення формують унікальні патерни, що ніколи не повторюються [51]. Саенко використовує математичні функції як візуальну мову – формально абстрактну, але емоційно насичену. Цей тип мистецтва демонструє одну з центральних тенденцій цифрової естетики – відхід від матеріальної унікальності до алгоритмічної варіативності, де автор поступається частиною контролю машині, але все ж формує загальний творчий задум.

Суттєвий внесок у популяризацію цифрового мистецтва зробила Марта Грушко, яка активно працює зі штучним інтелектом. Її проєкт «Людські тіні» досліджує межу між людською емоцією та алгоритмічною генерацією образу [51]. Грушко вводить у нейромережу тексти щоденникових свідчень про війну і отримує візуальні образи, які не є ілюстрацією, а радше емоційним відбитком переживання. У цьому випадку цифрове мистецтво стає засобом трансформації травматичного досвіду у художній образ. Метод тут важливий не менше за результат, і це відкриває можливість для нової етики мистецького жесту: художник не відтворює травму буквально, а створює простір для рефлексії.

Сучасне покоління українських митців активно працює з цифровим перформансом, де тіло стає частиною цифрового інтерфейсу. Яскравим прикладом є проєкт Наталії Левчук «Метаболічні зв'язки», у якому художниця переносить біометричні дані власного тіла у VR, створюючи рухомі скульптури, що змінюються залежно від частоти серцевих скорочень [51]. Це радикально відрізняється від традиційного перформансу, бо тіло ніби виходить за свої межі, стаючи «цифровим органом». Тут художня практика поєднує науку, дизайн, тілесність та алгоритмічність – у такому форматі глядач взаємодіє зі скульптурою не як спостерігач, а як співучасник.

Цифрову урбаністику представляє група «MetaCity», яка працює з реконструкцією зруйнованих міст. Їхній проєкт «Дім, якого немає» відтворює 3D-моделі будинків, які були знищені внаслідок війни. Інтерактивна мапа дає змогу користувачу «відвідати» двір, кімнату, вікно, яких більше не існує у фізичній формі. Важливо, що ці роботи застосовуються не лише у мистецькому середовищі – вони використовуються для освітніх програм, архівування культурної спадщини, а також у благодійних проєктах. Отже, цифрове мистецтво у цьому випадку виконує функцію документації, пам'яті та комунікації з глобальною аудиторією.

Помітним явищем стала NFT-арт-сцена України, що активно розвивалася у 2021–2023 роках. Українські автори почали виходити на світові платформи (OpenSea, Foundation, SuperRare), створювати колекції для міжнародних благодійних аукціонів. Відомими стали NFT-серії «Ukrainian Rebels», «Digital Cossacks», а також колаборації художників із фандрейзинговими організаціями, спрямовані на підтримку армії [10]. Тут маркетинговий аспект є невід'ємною складовою – художники формують персональний бренд, створюють історію твору, використовують соціальні мережі для комунікації та продають роботи не через галереї, а безпосередньо покупцю. Це приклад демократизації арт-ринку, коли посередник більше не є обов'язковою ланкою. [Таблиця 3.1.]

Важливим спостереженням є те, що більшість українських цифрових художників не лише створюють візуальні образи, а й формують довкола них спільноти. Дискусійні групи, стріми процесу створення робіт, освітні курси, публікації у соціальних мережах – усе це стає частиною цифрової арт-екосистеми. Глядач у сучасному українському мистецтві перестає бути стороннім спостерігачем: він коментує, бере участь, купує NFT, ділиться роботою, що сприяє поширенню твору. Таким чином, цифрове мистецтво стає не лише результатом творчості, але і процесом комунікації.

Ще одна характерна риса – орієнтація на інтернаціональний діалог. Українські митці активно беруть участь у міжнародних фестивалях цифрового

мистецтва (Ars Electronica, Transmediale, MUTEK), що сприяє інтеграції в глобальну сцену. У той же час роботи часто зберігають національний контекст – через символи, урбаністичні мотиви, документальні фрагменти війни. Це створює своєрідну культурну напругу: твори впізнавані глобально, але вкорінені локально. Таким чином формується українська цифрова естетика, що поєднує технологічність і соціальну чутливість.

Цифрові художники часто працюють у форматі проєктів із відкритим доступом (open source art), де глядач може переглядати код, налаштовувати візуалізацію, іноді навіть модифікувати елементи твору. Це розмиває межу між автором і аудиторією. Якщо в традиційному мистецтві твір є завершеним продуктом, то цифровий арт може існувати як «процес, що триває». Водночас така відкритість потребує нових правових і етичних підходів до авторства, копіювання, обігу творів – питання, що стають актуальними для українських митців на платформі NFT.

Усі розглянуті приклади дають підстави стверджувати, що цифрове мистецтво в Україні сьогодні – це простір, де поєднуються документалістика, експеримент, алгоритм, пам'ять, тіло й глобальна комунікація. Художник працює не лише з формою, а з досвідом глядача. Фактично, цифровий твір не просто демонструється – він відбувається. Такі практики свідчать, що українське цифрове мистецтво не є периферійним явищем, а формує власну культурну вагу, що здатна впливати на міжнародний дискурс.

### **3.2. Мистецтво на цифрових платформах та соціальних мережах**

Мистецтво завжди було дзеркалом суспільства, що відбиває його культурні та технологічні трансформації. З приходом цифрової епохи вплив технологій на мистецтво став більш помітним і широким. Від революції в галузі цифрових інструментів, що переносять творчий процес у віртуальний простір, до еволюції віртуальної та доповненої реальності, що проникають у сам процес сприйняття та взаємодії з витворами мистецтва, технології невіддільні від креативності художників. Ця взаємодія розширює їх можливості, дозволяючи втілювати найсміливіші ідеї в нових діджитал форматах, і перевизначає

взаємозв'язок глядачів з мистецтвом, перетворюючи кожен твір на унікальний досвід, де межі між реальністю та віртуальністю стираються, а уява стає ключем до дивовижних світів історії.

Цей захоплюючий маршрут через взаємодію мистецтва та технології висуває перед художниками нові виклики та можливості. Від народження ідеї до завершення твору цифрові інструменти надають художникам небачені раніше інструменти для експериментів з формами, текстурами та квітами. Багато художників знаходять у цьому підході легкість у корекції та можливість нескінченних варіацій, що сприяє глибшому дослідженню їхніх творчих ідей. У той час як деякі художники засвоюють технології для покращення традиційних творчих методів, інші заглиблюються у створення цифрових світів та віртуальних платформ. Віртуальна реальність надає аудиторії можливість поринути в абсолютно нові сюжети і простори, де вони можуть стати активними учасниками сюжету, взаємодіючи з елементами віртуальної реальності, що їх оточує. Доповнена реальність, своєю чергою, дає можливість втілити мистецтво у повсякденному житті. Художники можуть перетворити звичайні предмети та місця, додаючи до них цифрові елементи та інтерактивність. Таким чином, глядачі стають частиною мистецтва, переживаючи його не лише як спостерігачі, а й як активні учасники процесу.

Однак разом з цими новими можливостями виникають і питання збереження мистецтва в цифровій епосі. На відміну від традиційних творів, цифрові роботи легше відтворювати та поширювати, що порушує питання про авторські права та унікальність кожної копії. Як зберегти цінність та справжність у світі, де навіть твори мистецтва можуть бути відтворені віртуально миттєво?

Таким чином, зближення мистецтва та технології не тільки відкриває нові двері для художнього вираження, а й ставить перед нами складні філософські та етичні питання. Ця подорож через цифрову реальність перекроює те, як ми сприймаємо та взаємодіємо з мистецтвом, залишаючи за собою сліди у культурній пам'яті людства.

Цифрові технології стали наріжним каменем сучасної творчості. Художники використовують графічні планшети та комп'ютерні програми для малювання та дизайну, збагачуючи свої творчі підходи. Наприклад, аніматори та графічні дизайнери використовують програми Adobe Creative Suite для створення комплексних та деталізованих творів. Дана технологічна еволюція дозволяє художникам експериментувати з різними стилями та матеріалами, а також покращити швидкість та точність реалізації своїх ідей.

Також можна відзначити вплив віртуальної реальності. Віртуальна реальність та розширена реальність перевертають поняття взаємодії з мистецтвом. Художники можуть створювати абстрактні віртуальні світи, в яких глядач може досліджувати та взаємодіяти з твором. [5, с. 111]. Розширена реальність у свою чергу доповнює реальний простір віртуальними елементами, створюючи можливість для нових форм експресії та взаємодії.

Інтернет та соціальні медіа змінили спосіб, як ми сприймаємо та поширюємо мистецтво. Митці тепер можуть ділитися своїми творіннями з аудиторією по всьому світу, долаючи раніше непереборні географічні та культурні бар'єри. Ця нова реальність створює платформу для діалогу та взаємодії між художниками та глядачами, зближуючи творчі уми з різних куточків планети. Однак із цією глобальною видимістю виникають також складнощі, пов'язані з авторським правом та збереженням унікальності творів у моменти стрімкого поширення контенту. З розвитком передових технологій, таких як штучний інтелект та квантові обчислення, майбутнє сучасного мистецтва віщує захоплюючі зміни. Твори мистецтва матимуть можливість стати більш інтерактивними та інтелектуальними. Наприклад, інсталяція «DeerDream» від Google надає погляд у майбутнє, де штучний інтелект здатний генерувати гіпнотичні зображення, граючи з візуальними елементами на рівні, не доступному для людської уяви [8]. Можливості розширення сфери віртуальної реальності також вносять новий виток в еволюцію мистецтва. Глядачі стануть активними учасниками творів, взаємодіючи з ними на глибокому рівні та насолоджуючись відчуттям повного занурення у художній

світ. Такі технологічні інновації створять багаті можливості для художників та творчих людей втілити свої ідеї у нових та захоплюючих формах.

Отже, соціальні медіа, глобальна видимість та передові технології поєднуються, щоб переформатувати сучасне мистецтво. З цими перспективами також виникають важливі питання щодо соціокультурних змін. Соціальні медіа та технології продовжують формувати нашу здатність сприймати та взаємодіяти з мистецтвом. Однією із ключових тенденцій стає демократизація доступу до мистецтва. Глобальна мережа дозволяє навіть художникам-початківцям поділитися своїми роботами і отримати зворотний зв'язок, що раніше могло бути неможливо без посередництва традиційних художніх кіл. З іншого боку, є побоювання, що через велику кількість контенту та короткочасної уваги користувачів твори мистецтва можуть втрачати свою глибину і цінність [9]. Мистецтво, розраховане на швидке враження, може почати превалювати над роботами, які потребують тривалішої та інтенсивної взаємодії.

Крім того, питання конфіденційності та безпеки стають важливими, коли розглядається інтеграція технологій у мистецтві. З можливістю інтерактивності та збору даних від глядачів можуть виникнути нові етичні дилеми та потенційні загрози приватності. Але загалом поєднання соціальних медіа, глобальної видимості та передових технологій відкриває величезні горизонти для творчих зусиль. Художники можуть досліджувати нові форми вираження, створювати дивовижні візуальні та віртуальні світи, а також взаємодіяти з аудиторією на глибокому та особистому рівні. Все це обіцяє продовжувати змінювати не тільки спосіб, як ми сприймаємо мистецтво, а й саме поняття творчості та самовираження у цифровій епосі.

Резюмуючи, можна сказати, вплив технологій на сучасне мистецтво не можна недооцінювати. Еволюція від ручних інструментів до цифрових технологій, від плоских творів до віртуальних світів, що взаємодіють, формує нові шляхи для художнього вираження. Однак у цій епосі цифрової революції важливо пам'ятати, що технології завжди повинні бути інструментами, підкоряючись людській креативності та внутрішнім емоціям, які роблять

мистецтво настільки унікальним. Цифрові палітри та віртуальні полотна відкривають художникам необмежені можливості у створенні візуальних світів. Від реалістичних до абстрактних творів, цифрова технологія дозволяє здійснити найзухваліші творчі задуми, відтворювати неймовірні світи та переосмислювати традиційні форми та стилі мистецтва. Однак мистецтво залишається невід'ємною частиною людської душі, і успіх цифрової технології в мистецтві полягає в її здатності передати емоції та думки художника так само сильно, як це роблять класичні матеріали та методи. Зближення мистецтва та технології також перерозподіляє взаємодію між художниками та глядачами. Віртуальна та доповнена реальність дозволяють аудиторії не лише спостерігати, а й брати участь у творчому процесі. Це перетворення пасивних спостерігачів на активних учасників створює більш глибоке та особисте поєднання з мистецтвом.

Таким чином, у симбіозі з технологіями мистецтво залишається духовною міткою людського досвіду, розкриваючи нові горизонти для вираження творчих ідей. Збереження балансу між технологічними можливостями та внутрішніми емоціями митця є ключем до того, щоб цифрова епоха залишила слід не лише в історії технічних досягнень, а й у глибинах людської душі.

### **3.3. Стратегія бізнес-моделей у цифровому мистецтві та у мистецьких колекціях**

В умовах трансформації соціально-гуманітарних наук виникає необхідність переосмислення основних понять та категорій культури та культурної індустрії з позиції філософського підходу. З одного боку наростає потреба включити спостережувані процеси динаміки культурного простору у коло актуальної проблематики, пов'язані з активним застосуванням цифрових технологій. З іншого боку, класичні історично сформовані парадигми та наукові погляди зараз задають певну планку якості дослідження явищ, що спостерігаються в сфері культури.

Культурні індустрії мають суттєвий економічний та громадський потенціал, що актуалізує пошук ключових методів просування та монетизації

продуктів культури. Ці процеси знайшли відображення у суспільному розвитку в умовах кризи постпандемічного світу та змінили уявлення про формати задоволення культурних запитів населення у сфері мистецтва. Процес трансформації промисловості культури передбачає певний ступінь порушення існуючої соціокультурної структури комунікації, що створює умови для заміщення звичних культурносимволічних форм на хаотичні та розрізнені

Вперше розуміння культурних індустрій розкривається у межах критичного підходу до культури представниками Франкфуртської школи філософії Т. Адорно та М. Хоркхаймером. Інтерес до цього явища був викликаний технологічним прогресом та різким зростанням міських агломерацій. Вчені зазначали, що основними причинами зростання культурного виробництва стає ідеологізація мистецтва за допомогою кіно та радіо, монополізація масової культури, легітимація низькопробних продуктів творчості, стандартизація, квантифікація символічної складової культурних зразків та комерціалізація культурного сектору [7, с. 58].

Акцентується увага на зміні ролі суб'єкта у процесі споживання творів мистецтва, що видозмінюють контури соціальної структури суспільства. Цікаво й те, що розвиток галузі культури у ХХ столітті здійснюється згідно з класичними концепціями управління Ф. Тейлора, Г. Форда, А. Файоля і т. п., що активно впроваджуються у технологічне виробництво на хвилі науково-технічного прогресу. Створення штучної реальності супроводжується заміщенням символічної вартості мистецтва на економічну доцільність, а поняття капітал та інвестиції активно включаються в простір культури. Головним викликом стає пошук альтернативи класичним естетичним категоріям, здатним описати те, що відбувається зі сферою виробництва культурних цінностей.

Зростання інвестиційного капіталу в культурі спричинило за собою дискусію про технічні протиріччя, пов'язані з розвитком засобів масової комунікації, кіноіндустрії, проблем економіки вільного часу, в основі якої закладено нові формати культурного споживання. Йдеться про процеси

інституціоналізації масової культури, що відображають специфіку встановлення та закріплення нових принципів та законів функціонування ринку культури: масовізація, уніфікація, стандартизація мистецтва на хвилі синтезу існуючих медіа.

На нову індустріальну систему, функціонування простору культури вперше звернув увагу Т. Веблен. Вчений вказував на нерозривний зв'язок між процесом еволюції культури, виникненням дозвільного класу та зародженням приватної власності. Наступна диференціація суспільства сприяла заміщенню лідарства споживанням культури як символ переваги та статусу в системі різновекторної комунікацій. Зростання міст сприятливо позначався на запит товариства споживати той стиль життя, який активно просувався у ЗМІ. Вони допомагали адаптуватися до величезної маси індивідів, які мають звичне середовище потрапляли у великі міські агломерації. ЗМІ ставали головним фактором формування громадської думки, а розуміння принципів, норм функціонування та моделей поведінки, що диктуються новим соціокультурним простором, можливо, було за допомогою чітко розроблених механізмів інтеграції у нове середовище.

Культура приймається як ідеологія, що визначає характер споживання символічного продукту творчості. Однак сам культурний продукт більше не має виключно символічної цінності, швидше навпаки, втрачає її, перетворюючись на товар з економічною вартістю. Нарочита демонстрація візуальної складової твору культури стає нормою в оцінці його ефективності та прибутковості.

За всією ілюзорністю криється проблема цілого та частини. Раніше музичний чи художній твір цінувався своєю цілісною концепцією. При становленні культурних індустрій на перший план виходить окрема деталь чи форма. Наприклад, у кіно для посилення даного ефекту використовується гра зображенням за допомогою розширення та стиснення кадру. Проблема цілого та частини пов'язана з процесом стирання кордонів між масовою та елітарною культурою, справжнього та поверхневого. Твори мистецтва минулого цінувалися цілісністю почуттів, що випробовуються при розподілі, в той час як

для продукту мистецтва сьогодення властива певна втрата смислової складової, імітація реальності, зведена до стану абсолюту. Х. Ортега-і-Гассет описав це протиріччя категоріями серйозного та іронічного, розбіжністю між поняттям та чуттєвим сприйняттям об'єкта [8].

Починаючи з другої половини ХХ ст., на хвилі науково-технічної революції, наростає модифікація культури та економіки. Вона проявляється у тому факті, що все частіше дослідники вказують на можливість застосування знань маркетингу та менеджменту до сфери культури, а арт-ринок, що росте, все більше ставить питання про цінність культурного капіталу економіки. Одночасно відбувається перехід від класичного до сучасного маркетингу, що ґрунтується на комплексному підході у розгляді основних компонентів ринку, споживчої поведінки, унікальної торгової пропозиції тощо.

Маркетизація культурних стратегій та тактик просування мистецтва зумовила появу нових підходів до управління та моделей організації праці в культурному секторі. У такому контексті поняття культурних індустрій набуває максимально широкого змісту, охоплюючи не лише сферу мистецтва, але й пов'язані з ним комунікаційні, освітні та медійні процеси [16, с. 7]. Взаємодія між творцем і споживачем усе частіше вибудовується на основі маркетингових стратегій, що визначають характер презентації творчого продукту, його позиціонування та канали дистрибуції. Відповідно зростає інтерес до дослідження споживчої поведінки, адже саме її розуміння дозволяє вдосконалювати інструменти маркетингових комунікацій – рекламу, PR-кампанії, механізми публісیتی та прямий продаж.

Переосмислення ролі культурних індустрій у добу науково-технічної та культурної революції відображено в появі таких понять, як «культурний капіталізм» та «економіка послуг» [7, с. 56]. Ці терміни акцентують увагу на зростанні економічного виміру культури, комерціалізації художнього продукту та розширенні сфери творчих послуг. Радикальні зміни, що відбувалися у культурі другої половини ХХ ст., привернули увагу представників футурологічної філософської школи (Д. Белл, Е. Тоффлер, Т. Парсонс та ін.), які

намагалися спрогнозувати можливі соціальні наслідки технічного прогресу та вплив інформаційного середовища на розвиток цивілізації.

Еклектичний характер масової культури ХХ ст. поставив питання про смислову функцію медіапосередників і створених ними продуктів. Інформація, яка раніше виконувала передусім комунікативно-пізнавальну функцію, поступово перетворювалася на товар і засіб обміну, що дедалі більше віддаляло її від традиційних моделей сприйняття та передачі між людьми. Демасифіковані медіа почали формувати уніфіковані візуальні образи в масовій свідомості, водночас створюючи підґрунтя для індивідуалізованого споживання контенту.

Людина інформаційної доби опинилася в ситуації становлення нового типу культури, у якій ключовою проблемою стає кліповість мислення та фрагментарність сприйняття. Зростання інформаційних потоків, швидкість оновлення контенту та мозаїчність медіаруштів сприяють поверхневому перегляду матеріалів, витісняючи довге, аналітичне читання глибоким візуальним імпульсом. У таких умовах культура переживає перехід від лінійного нарративу до фрагментованого досвіду, що вимагає нових стратегій комунікації й оновлених підходів до аналізу художніх продуктів.

Дисонанс між автентичним мистецьким твором та його підробкою стає все відчутнішим, а відносини між виробником і споживачем культурного продукту дедалі частіше визначаються не естетичними критеріями, а розбіжністю інтересів і ринковими механізмами. Індивідуалізація споживання поступово витісняє класичні моделі функціонування арт-ринку: економічна логіка проникає в культурну сферу, змінюючи способи виробництва, розподілу й оцінювання мистецьких продуктів. Поступово утверджується уявлення про те, що культурні індустрії вимірюються рівнем задоволення потреб споживача, де поняття «щастя» нерідко редукується до економічної вигоди та комфорту. У цьому контексті набуває актуальності термін коммодифікація – процес перетворення культурних явищ, об'єктів і послуг на товар, що має ринкову ціну [9].

Унаслідок цього культура починає функціонувати як своєрідний конвеєр виробництва мистецьких продуктів, а тісне переплетіння з бізнес-процесами сприяє появі симуляції та підміни автентичного продукту копіями чи симулякрами [6, с. 16]. Такі симулякри можуть виступати як порожні знаки, що не мають глибокого смислового навантаження, так і знаки, які транслюють викривлене уявлення про реальність. Усі вони формують семіотичне поле сучасної культури та визначають характер комунікацій між людиною і мистецтвом.

Розвиток медіакультури та цифрового середовища спричинив перегляд традиційних форм комунікації. Первинні зв'язки між індивідом і соціумом слабшають, а взаємодія переноситься у площину глобальної мережевої комунікації [12, с. 272]. Нові технології створюють умови співіснування людини у двох онтологіях – фізичній реальності та віртуально-уявному просторі. Хоч «симулякризація» як явище властива майже кожному історичному етапу, у цифрову добу вона набуває особливої гіпертрофованої форми. Європейська культурна модель «культури без речей» демонструє перехід від матеріального об'єкта до знаку, від реального до віртуального образу.

Ілюстративним прикладом цього процесу постають кінематографічні роботи та зразки поп-арту, такі як «Бартон Фінк», «Основний інстинкт», «Моряк і Лулу», а також твори Енді Воргола, Жана-Люка Годара, Роберта Альтмана. Стикаючись із гіпервізуальністю та технічним відтворенням образів, глядач опиняється в середовищі, де мистецький продукт ніби знецінюється надмірністю копій та швидкістю їх циркуляції. Екранна культура, що домінує у сучасному інформаційному просторі, стимулює розширення ілюзорного середовища, у якому людина реалізує часто нав'язані бажання, сформовані рекламними та медіанаративами.

У результаті система культурних цінностей стає відносною: знаки обмінюються знаками, інтерпретації множаться, а зв'язок із матеріальною реальністю слабшає. Бум культурних індустрій 1980–1990-х років лише

прискорив цей процес. Комерційний успіх, масове виробництво культурних продуктів та зростання індустрії розваг спричинили перелом у структурі споживання та циркуляції мистецтва. Економіка не просто проникла у культуру – вона почала її формувати, задаючи ритм і логіку розвитку. Поширення таких трансформацій у суспільстві мало нерівномірний характер: зміни першою відчула освічена та економічно забезпечена частина населення, тоді як менш привілейовані групи залишалися на периферії культурних інновацій [14 с. 101].

Нова комунікаційна парадигма створила можливість для індивіда самостійно структурувати власний час, балансувати між працею, дозвіллям, творчістю та сімейним життям. Культура у цифрову добу перестає бути виключно об'єктом споглядання – вона стає середовищем, інтерфейсом і способом існування людини, що постійно рухається між реальним та віртуальним, між оригіналом і симуляцією.

Епоха цифрових комунікацій та розвиток месенджерів формує запит на культуру розваг, швидкого обміну інформацією та емоційного контенту. Паралельно з цими процесами активно виникають віртуальні спільноти, об'єднані не географічно, а за інтересами, цінностями та культурними кодами. У цьому середовищі формується нова логіка сприйняття мистецтва – фрагментарна, інтерактивна, зорієнтована на миттєве враження.

Індустрія 4.0, що включає штучний інтелект, робототехніку, машинне навчання та автоматизацію виробничих систем, прискорила процеси візуалізації та цифровізації, які безпосередньо вплинули не лише на технології та промисловість, але й на сферу культури та мистецтва. Технічні інструменти стали частиною художньої мови, а цифрові платформи – майданчиками презентації та обігу творчих результатів.

Ідейні й етичні засади сучасної креативної економіки значною мірою були закладені ще в період неоліберальних реформ М. Тетчер та Р. Рейгана, коли економічна ефективність, конкуренція та приватна ініціатива стали базовими цінностями розвитку культурного сектору. Професор Університету Лідса Д. Хезмондалш, досліджуючи феномен культурних індустрій, наголошує,

що нинішні наукові пошуки зосереджені на аналізі аудиторії та її креативності, проте першопричина зростання культурних індустрій полягає у символічній природі творчості та ролі митців як виробників культурних смислів [21, с. 18]. Саме культурні індустрії забезпечують поширення символічного продукту, тому вони органічно пов'язані з економічними й соціокультурними трансформаціями сучасного суспільства.

Поступова зміна пріоритетів культурного споживання та формування моделі «виробника для себе» у постпостмодерному просторі не усуває, а радше загострює проблему трансформації арт-ринку. Унаслідок цього стирається межа між споживачем і творцем: аудиторія не лише обирає, але й продукує, модифікує та репродукує культурні об'єкти [19, с. 123]. Наслідками таких тенденцій стає демаркетизація класичних культурних механізмів, перерозподіл ролей між учасниками творчого процесу та переосмислення поняття вільного часу, який у цифрову добу все частіше включає споживання та продукування контенту.

Удосконалення способів споживання мистецтва супроводжується зростанням обсягів уніфікованих культурних продуктів. Комерційний успіх у культурному секторі визначається вже не лише цінністю твору, а варіативністю його подачі, здатністю до масштабування та ефективністю просування на ринку. У зв'язку з цим зростає роль арт-менеджерів, кураторів і продюсерів як посередників між митцем і аудиторією. Саме вони формують імідж проєкту, вибудовують маркетингову стратегію та організують дистрибуцію творчого продукту.

Образи, стилі життя, культурні герої та навіть історичні епохи, відображені у зразках масової культури, перетворюються на товар, що має ринкову цінність і легко репродукується. Такі процеси активізувалися особливо в постпандемічний період, коли суспільство шукало адаптивні форми комунікації та самовираження. Якщо індустріалізація сприяла розширенню процесів коммодифікації, то інформаційна доба надала їм нові масштаби та водночас створила нові обмеження й ризики [21, с. 85]. У межах масової

культури відтворюються певні моделі поведінки, властиві окремим соціальним групам, але завдяки медіа вони набувають загального характеру та стають культурно нормативними.

Критично оцінюючи розвиток літератури та кіно як складових культурного виробництва, Х. Хен наголошує, що появу кітчю в цих сферах зумовлюють економічне зростання, розширення споживчого ринку, інтенсифікація комунікацій, поширення креативних технологій, вплив масової психології та зміна ідеологічних парадигм [25, с. 156]. За таких умов культурні індустрії постають як «виробництво безпосередньо культурних або суттєво культурно регульованих феноменів, що здійснюється масово та характеризується високим ступенем стандартизації».

Основною метою культурних індустрій є підтримання та стимулювання колективних форм життєдіяльності, забезпечення їх стійкості та продуктивності. Інтерес до нових форм самоосвіти й розвитку самодіяльної культури, що виразно проявився в останні десятиліття, розглядається як прямий наслідок реалізації цих цілей. Такі інститути сприяють збереженню і трансформації культурної ідентичності в умовах комерціалізації та цифровізації культурного ринку.

Якщо раніше культурні індустрії осмислювалися крізь призму протиріччя між економікою та культурою, то сьогодні вони формують окремий концептуальний пласт для аналізу соціальних наслідків зміни середовища існування людини. Становлення інформаційного суспільства супроводжувалося низкою протиріч, серед яких важливим стало формування поняття креативності як потенціалу виходу за межі стандартизованих форм мислення. Однак невизначеність у використанні термінів культурні та креативні індустрії спричинила наукову дискусію щодо їх смислових меж і призначення.

У межах концептуального аналізу пропонують розрізнення цих понять, спираючись на мережевий та комунікативний підходи. На думку дослідниці, культурні та креативні індустрії відрізняються насамперед цілями: креативні індустрії – це мережеві структури першого рівня, орієнтовані на створення

«багатосерійного унікального творчого продукту», тоді як культурні індустрії – мережеві структури другого рівня, здатні перетворювати творчий результат на культурну цінність, адаптувати його до масового споживання [23, с. 80].

З урахуванням багаторівневого характеру аналізованого явища, варто підкреслити, що креативні індустрії у більшості випадків розглядаються як автономний сектор економіки, який впливає на імідж території, сприяє сталому розвитку, формує нові робочі місця та підсилює конкурентоспроможність регіонів. При кризових коливаннях культурні індустрії здатні забезпечувати економічну та соціальну стабільність завдяки організації творчих кластерів і підтримці розмаїття культурних практик.

Культура доби інформаційних технологій охоплює широкий спектр напрямів і сфер діяльності, що відображають багатовекторність розвитку суспільства та його локальних контекстів. З одного боку, вона реагує на масовий комерційний попит і адаптується до нього, з іншого – прагне зберігати духовні та моральні орієнтири, формувати естетичний смак, навіть якщо такі цінності не завжди комерційно затребувані. Сучасна культура опиняється у стані балансу між духовним змістом і ринковою доцільністю, намагаючись поєднати естетичний потенціал із вимогами масового споживання.

У цьому контексті мова, форми та методи соціокультурної діяльності відображають дух часу, а продукти творчої діяльності набувають рис знакових систем і комунікативних кодів. Все, що створюється культурою – від художніх об'єктів до ритуалів і практик взаємодії – асимілюється у творчому досвіді та інституціях, які приймають і транслюють ці норми [16, с. 4].

Культурні індустрії як концепт передбачають не лише задоволення наявного попиту аудиторії, але й продукування нових цінностей. Простежується пряма залежність між розвитком локального культурного виробництва та глобальною індустрією розваг. Паралельно відбувається трансформація ринку праці, зростає вплив великих транснаціональних корпорацій, які формують нові стандарти у сфері культури та креативної економіки.

Вітчизняна модель креативної економіки має свою специфіку: ключові фахівці концентруються переважно в великих містах та агломераціях. Це створює дисбаланс між центром і периферією, проте водночас стимулює розвиток культурних кластерів, локальних ініціатив та колаборацій.

Отже, культурні індустрії – це сфера виробництва культурних феноменів, поява яких зумовлена історичними процесами, розвитком масової культури та розширенням ареалу поширення культурних зразків, норм і моделей поведінки. Їхнє становлення тісно пов'язане з економікою розваг, а також із проникненням маркетингових механізмів у культурний сектор. Культурні промисловості демонструють процес об'єднання художньої та економічної цінності твору, де мистецтво виступає не лише об'єктом естетичного споглядання, а й товаром.

Особливість культурних індустрій полягає у здатності охоплювати різні сфери суспільної діяльності – від виробництва подій та візуальних продуктів до формування іміджу та символічного капіталу. Візуальні образи, бренди, лейбли й симулякри наділяють культурний продукт новою символічною якістю, що несе інформацію про статус, стиль, ідентичність та соціальну приналежність власника. Вони є елементами сучасної комунікативної системи суспільства споживання [18, с. 70].

Разом із тим культурні індустрії поширюють соціальні смисли, які можуть мати подвійний ефект: з одного боку – виступати суспільним благом і інструментом формування ідентичності, з іншого – потенційно загрожувати ціннісній системі через масове тиражування символів та спрощення культурних кодів. Масовість виробництва культурних продуктів інколи призводить до втрати оригінальності та появи симулятивних культурних форм.

Зростаюча роль дигіталізації, комерціалізації та коммодифікації культури розширює можливості культурних індустрій, надаючи їм нові інструменти управління виробництвом і розповсюдженням культурних зразків. Це сприяє удосконаленню механізмів комунікації, формуванню глобальних культурних ринків та появі нових моделей взаємодії між митцями та аудиторією.

Прискорення соціокультурних та економічних трансформацій, пов'язаних зі зростанням трудової й просторової мобільності, зміщенням балансу між офлайн- та онлайн-комунікацією, а також активною цифровізацією повсякденності зумовлює потребу міждисциплінарного вивчення культурних індустрій та креативної економіки. Особливо актуальним постає дослідження напрямів цифрової інклюзії як основи забезпечення сталого розвитку суспільства й підтримання якості життя його учасників.

У контексті комерціалізації культури та конвергенції медіаконтенту, що орієнтований на максимальне охоплення аудиторії, загострюється проблема цифрової інклюзії. Первинно це поняття розглядалося у межах освітньої парадигми – як процес інтеграції людей з інвалідністю та обмеженими можливостями до суспільних інституцій. У межах такого підходу формувалися індивідуальна і соціальна моделі інклюзії, що породжували дискусію щодо відмінностей між поняттями інклюзія й інтеграція, а також щодо визначення «нормальності» як рівного доступу до освітнього й культурного простору [23, с. 67].

З посиленням впливу цифрових технологій у всіх сферах життя відбулося переосмислення сутності цифрової інклюзії, яка дедалі частіше розглядається у зв'язку з проблемою цифрового розриву. Цифрова інклюзія має багаторівневий характер і передбачає подолання бар'єрів шляхом набуття цифрових навичок, забезпечення доступності технологій, а також попередження ризиків, пов'язаних із використанням інформаційно-комунікаційних систем. Поняттю цифрової інклюзії протиставляється цифрова ексклюзія, яка пов'язується зі статусними, освітніми, гендерними та іншими соціальними нерівностями.

Вивчення цифрового розриву передбачає створення типології груп, що по-різному використовують цифрові медіа і відрізняються рівнем доступу до них. У дослідженнях І. Марієн та Д. Бейлден виокремлено чинники, що визначають приналежність індивідів до тієї чи іншої групи, серед яких – доступ

до інтернету, можливість автономного використання цифрових ресурсів, рівень цифрових компетенцій та соціальний статус.

Проблематика цифрової інклюзії та ексклюзії набула такої ваги, що питання подолання цифрової нерівності стало предметом державних стратегій і програм. Нові форми включення/виключення зі сфери цифрового середовища розглядаються також у контексті ринку праці, здобуття професійних навичок, доступу до культурної спадщини та переходу на цифровий формат споживання культурних продуктів.

Пандемія COVID-19 призвела до безпрецедентного удару по системі культурних індустрій. Тисячі художників, музикантів, письменників, акторів і контент-мейкерів були змушені шукати нові форми взаємодії з аудиторією. Трансформації зазнали й механізми просування культурного продукту. У музичній сфері, наприклад, традиційні онлайн-магазини (iTunes Store) почали поступатися стрімінговим сервісам, тоді як цифрові формати монетизації еволюціонували у бік використання NFT (Non-Fungible Token) – незамінних токенів, що функціонують як цифрові сертифікати автентичності та реєструються у блокчейн-мережі. Перевага NFT полягає в неможливості заміни чи видалення токена, оскільки кожен з них прив'язаний до конкретного об'єкта й фіксує право власності.

Життєвий цикл продуктів музичної індустрії сьогодні демонструє значну залежність не лише від смаків аудиторії, але й від алгоритмів потокових платформ, систем рекомендацій та цифрових каналів розповсюдження. Ця тенденція є репрезентативною для ширшої картини функціонування культурних індустрій у цифрову добу.

Музичний досвід у цифрову добу формується не лише артистами та медіаіндустрією, а й ІТ- і телекомунікаційними компаніями. У пошуках нових ринків вони розширили межі комерціалізації та споживання музичного продукту за межі домашнього середовища, що Р. Вільямс означив поняттям «мобільна приватизація» [26]. Зміни у сфері просування та доступу до контенту були закріплені у свідомості споживачів завдяки рекламі, маркетинговим

практикам і культурним індустріям, які перетворили музику на мобільний та постійно доступний ресурс. Поточкові сервіси подолали межу між експозицією та споживанням мистецтва, сформувавши нову модель співвідношення між презентацією та продажем продукту.

Динаміка суспільного розвитку, збільшення ризиків для культурної стабільності та зміна форм взаємодії з мистецтвом актуалізували дискусію щодо змісту поняття цифрової інклюзії. Вона дедалі частіше розглядається як інструмент забезпечення рівного доступу до культурної спадщини й соціального життя. Спроби забезпечити рівноцінне розповсюдження та обмін інформацією між носіями різних культурних кодів окреслили контури нового типу мислення та підкреслили акмеологічний потенціал людини в умовах цифровізації.

Таким чином, цифрова інклюзія як універсальний концепт входить у парадигму постнекласичної науки та дозволяє описати виклики розвитку культурних індустрій у кризові періоди. До її ключових характеристик дослідники відносять емерджентність, мозаїчність, неоднозначність, здатність до самовідтворення та саморозбудови. Серед основних параметрів цифрової інклюзії науковці називають доступ, цифрові компетенції, мотивацію, соціальну підтримку, користувацький досвід, автономність використання технологій та цифрову самоефективність [27].

У межах культурних індустрій важливо враховувати портрет споживача цифрових культурних продуктів. У літературі виділяють дві базові категорії користувачів: цифрові аборигени, які є носіями «мови цифри» та вільно орієнтуються у цифровому середовищі, та цифрові іммігранти, що адаптуються до глобального комунікаційного простору із певними бар'єрами. Д. Полфрі та У. Гассер підкреслюють, що основою розмежування цих груп є доступ до Інтернету та технологічної інфраструктури [29].

І. Марієн та Д. Бейлден запропонували деталізовану типологію користувачів цифрового середовища, виділивши такі групи: «цифрові ізгої», «безнадійно нецифрові», «борці з цифровими бар'єрами», «широко онлайн

включені», «цифрові зірки», «несподівані цифрові майстри», «цифрові аутсайтери», «цифрові самоізолювані». Різні рівні включеності породжують ескалацію у комунікації та появу нових форм взаємодії поряд із традиційними моделями поведінки, характерними для модерного суспільства.

Простір культурних індустрій неминує генерує нерівність через різний рівень доступу до інформаційно-комунікаційних технологій та нерівномірне засвоєння цифрових компетенцій. Різке прискорення цифровізації культури водночас створює нові можливості для творчості та загрози для груп, що випадають із цифрового середовища й ризикують залишитися поза культурними процесами.

Крім цього аспекту, спостерігається значна диспропорція у можливостях задоволення інформаційних потреб між цифровими іммігрантами – представниками старшого покоління, та цифровими аборигенами – молодією аудиторією, що народилася в умовах цифрового достатку та звикла до постійної присутності технологій. Важливим чинником є також наявність та рівень сформованих навичок роботи з високотехнологічними пристроями, зокрема пов'язаних зі штучним інтелектом і цифровими платформами.

По-третє, стрімкий розвиток цифрового формату мистецтва та культури супроводжується активним застосуванням маніпулятивних комунікаційних технологій, здатних формувати стандарти поведінки, стиль життя та споживчі вподобання. Така практика нерідко визначається терміном «культурна дипломатія», адже використання культурного продукту стає інструментом впливу та «м'якої сили». Дослідження масової культури Японії засвідчує, що потоки культурних продуктів мають виразну спрямованість на країни Азійсько-Тихоокеанського регіону та США, відображаючи взаємозв'язок між культурою та зовнішньою політикою держави [57]. Аналогічна тенденція спостерігається і в корейській масовій культурі: культурний продукт популяризує традиції та образи країни, формує туристичну привабливість, а економічні прибутки від продажів творів та атрибутів корейського виробництва у світі постійно зростають.

Поширенню культурної дипломатії та інтеграції медіа сприяли процеси глобалізації, поява інтернету та соціальних мереж, утвердження концепції культурного релятивізму, а також пошук моделей діалогічної комунікації та взаємного культурного обміну. Усе це трансформувало культурний ландшафт та стало фундаментом формування маркетингових стратегій у сфері культурних індустрій.

Глобальний потік інформації, ідей та артефактів різко зріс. Нові технології створили широкий простір для творчої реалізації, однак разом із можливостями виникли й ризики. З одного боку – формуються нові типи комунікації, інтерактивні художні практики, міждисциплінарні формати творчості; з іншого – зростає небезпека зниження змістовності мистецького продукту, підміни смислів формою та розважальністю. Розширення сенсорного доступу до інформації актуалізувало й когнітивну проблему самопізнання людини, пов'язану з пошуком нових стратегій взаємодії з технікою на основі принципу «людинорозмірності» та сумісності, [58].

Володіння великими розважальними ринками стає дедалі більш інтернаціоналізованим явищем, що відображає економічну взаємозалежність держав – явище, на яке звертав увагу М. Ю. Портер. У сфері культурних індустрій ці процеси виходять далеко за межі інтернаціоналізації власності, охоплюючи комунікацію, творче виробництво, ринки збуту та технології трансляції. До початку пандемії COVID-19 культурні промисловості функціонували у стабільній формулі глобальної взаємодії, однак криза радикально змінила формати споживання мистецтва. Основними проблемами стали доступність культурного продукту широкій аудиторії, монетизація контенту та зміна каналів його просування, що актуалізувало потребу в нових моделях цифрової комунікації у творчому секторі.

У кризові періоди – соціально-економічної нестабільності, фінансових потрясінь, пандемічних обмежень – усі описані процеси проявляються особливо гостро, що призводить до дисбалансів у структурі зайнятості та підвищеної

вразливості самозайнятих працівників культурної сфери. Як приклад можна розглянути музичну індустрію: пандемія COVID-19 спричинила такі тенденції:

- зростання потокового прослуховування;
- підвищення інтересу до короткоформатного відеоконтенту;
- загострення конфліктів між правовласниками та сервісами;
- збільшення кількості порушень авторських і суміжних прав у цифровому середовищі;
- активізацію боротьби зі стрім-ріпінгом через нормативні та технічні зміни [64, с. 50].

Глобалізаційні процеси посилюють культурні ризики, що зумовлює появу нових моделей планування життя, трансформацію трудових практик та часткову ліквідацію традиційних «класових форм культури» [63, с. 65]. Економіка орієнтується не лише на працю, а й на творчість, що спричиняє підвищений інтерес до культурних індустрій як сектора, де капітал формується на основі креативних компетенцій. Ця реальність стає можливою завдяки діяльності медіаструктур, які забезпечують відтворення культурно-символічних форм та смислів, підтримують процес соціалізації й адаптації людини у просторі культури. Культурні індустрії виконують роль середовища, де закріплюються соціально прийнятні моделі поведінки та комунікації.

Водночас мовні, культурні та психологічні відмінності у суспільстві виступають бар'єром для уніфікованого поширення інформації, породжують хаотичність комунікацій та фрагментацію культурного простору. Розрив між традиційними й сучасними моделями життя сприяє появі нових форматів взаємодії між особистістю, суспільством, державою та бізнесом. Криза зміщує акценти зі спільнотних переживань на індивідуальний досвід, що особливо проявилось у період локдауну. Закриття театрів, кінотеатрів, концертних залів, продюсерських центрів і творчих студій спричинило різке падіння доходів та маргіналізацію значної частини креативних працівників. Багато митців залишилися без стабільного джерела існування, що водночас стимулювало пошук альтернативних каналів реалізації культурного продукту.

У фокусі опинився онлайн-формат споживання, який посилив індивідуалізацію вибору культурних продуктів і послуг. У культурній сфері паралельно трансформувалися комунікативні моделі, символічні коди та інструменти впливу на аудиторію. Нову мультимедійну реальність конструюють не державні інституції, а бізнес-структури, орієнтовані на економіку вільного часу та креативної праці. Це підкреслює ризомність сучасних соціокультурних комунікацій, що руйнує ієрархічні моделі економіки культури та зайнятості.

У культурному просторі відбувається розпад колишньої єдності смислів і норм споживання. Замість цілісного культурного поля формується система множинних груп, об'єднаних за інтересами, що веде до поляризації та символічного розшарування. Символізація нерідко підмінюється симуляцією, а суспільство споживання поступово трансформується в суспільство вражень, де важлива не стільки змістовність твору, скільки сила емоційного впливу. Усе це – результат розширення культурних індустрій та зростання цифрових трансформацій.

Вплив COVID-19 відчутно позначився і на національному культурному секторі. Змінилися практики споживання, активізувалися інклюзивні ініціативи, спрямовані на вирішення проблеми нерівного доступу до культурних ресурсів. Головною метою стало формування світоглядних стратегій, що забезпечують адаптацію до цифрової реальності та розвиток культурних компетенцій.

Пандемія спричинила значні втрати у сфері культури, але водночас відкрила нові можливості. Віртуальні платформи та цифрові інструменти розширили аудиторію, дозволили переглянути традиційні механізми дистрибуції культурного продукту й сприяли появі нових форматів взаємодії з публікою. З огляду на це, проблема цифрової інклюзії постає однією з ключових у дискурсі сучасних культурних індустрій.

Цифрова інклюзія розглядається як універсальний світоглядний принцип, що дозволяє вибудувати модель пропорційного доступу різних категорій населення до культурних ресурсів. Вона становить основу формування

цифрових навичок, здатності до самоорганізації та ефективної творчої взаємодії в умовах глобальної демаркетизації культури. Цифрова інклюзія формує нову якість комунікації у креативній економіці, впливає на сприйняття культурного продукту, способи його монетизації та трансформацію культурно-символічних форм.

Перспективним видається міждисциплінарне дослідження соціальних наслідків цифрової інклюзії у сфері культурних індустрій, зокрема у вимірі масового тиражування та уніфікації культурних смислів. Відкритим залишається питання визначення ключових трендів, що впливають на процеси смислотворення та формування системи ціннісних орієнтирів у культурному секторі. Для детальнішого розуміння цих процесів звернемося до аналізу основних тенденцій трансформації культурних індустрій.

Сучасний етап розвитку культурної сфери передбачає певний рівень порушення усталених структур соціокультурної комунікації. У постпостмодерному культурному просторі фіксується домінування кліпового, ризомного мислення, що свідчить про заміщення традиційних культурно-символічних форм хаотичними та фрагментованими візуальними образами. Змінюються механізми циркуляції сенсів, ускладнюється процес передачі культурної спадщини та обміну цінностями між носіями різних культур. Це у свою чергу знижує цілісність культурного поля, посилює інформаційний шум і підсилює роль медіапосередників у конструюванні культурних ідентичностей.

Узагальнюючи розглянуті аспекти, можна виокремити низку ключових тенденцій розвитку культурних індустрій в умовах кризових процесів:

- активна цифровізація культурного простору та трансформація моделей комунікації між творцем і споживачем;
- ризомізація культурного середовища, зростання горизонтальних мереж взаємодії;
- хаотизація синхронних та асинхронних потоків культурної комунікації;
- кліповість мислення та фрагментація культурного контенту;

- демаркетизація культурного сектора у поєднанні зі зростанням цифрових комерційних моделей;
- перевага економічної вартості культурного продукту над його смисловою наповненістю;
- сталий процес комерціалізації та брендизації культурних практик;
- інтернаціоналізація культурного продукту задля розширення споживчої аудиторії;
- індивідуалізація споживання та персоналізація культурного досвіду;
- конвергенція медіа та культурних сфер, розмиття меж між творчістю та технологією;
- перехід від класичних моделей культури до структури «концентричних кіл», де ядром виступають глобальні культурні центри;
- вдосконалення нормативно-правової бази щодо захисту авторських і суміжних прав у цифровому середовищі.

Майбутнє цифрового мистецтва визначатиметься моделями, які радикально переосмислюють його природу від замкнутого об'єкта до відкритого, багатовимірного досвіду. У цій новій парадигмі естетична цінність більше не існує окремо вона нерозривно переплітається з соціальним впливом і фінансовою механікою, формуючи органічний цикл взаємного посилення. Художник тепер виступає не лише творцем образів, а архітектором цілих екосистем, де твір живе через взаємодію з аудиторією, адаптується до контексту та генерує значення в реальному часі.

Така трансформація вимагає глибокої переорієнтації всіх учасників арт-поля. Для митця технологічна грамотність стає такою ж основоположною навичкою, як володіння пензлем, не як мета сама по собі, а як мова для створення нових форм досвіду.

Колекціонер перетворюється з пасивного зберігача на активного учасника та куратора, чії рішення впливають на розвиток твору та його соціальний резонанс.

Такі інституції як музеї, галереї та ярмарки мусять стати не сховищами артефактів, а живими платформами, що забезпечують інфраструктуру для цих динамічних процесів. Критично важливим завданням цих інституцій стає підтримання балансу між відкритістю експериментальним процесам і непохитним гарантуванням захисту авторських прав, верифікації автентичності в умовах цифрового репродукування та дотримання етичних норм у постійно еволюціонуючому медіумі. Це перетворює традиційну інституцію на живий організм, здатний одночасно реагувати на виклики миттєвості цифрової ери та зберігати роль арбітра культурної значущості.

Ключовим викликом стає здатність до постійної адаптації в середовищі, де технології, комунікації та ринкові механізми еволюціонують прискореними темпами. Успіх буде залежати від вміння балансувати між інновацією та спадкоємністю, між відкритістю спільнотам та захистом авторської волі, між миттєвістю цифрового поширення та глибиною художнього вираження. Таким чином, майбутнє мистецтва – це майбутнє сталої творчої гнучкості, де цінність народжується не в моменті завершення твору, а в безперервному процесі його життя в ускладненому ландшафті сучасності.

### **ВИСНОВКИ ДО ТРЕТЬОГО РОЗДІЛУ**

Результати аналізу в третьому розділі підтверджують, що українське цифрове мистецтво є активним і конкурентоздатним учасником глобального арт-процесу. Методологічним апаратом встановлено, що ключовою рисою сучасних українських практик є гібридність, яка поєднує авангардні технології (VR, генеративні системи, NFT) з актуальним соціальним та ідентифікаційним змістом, що дозволяє одночасно вбудовуватися в міжнародний контекст та утверджувати власний культурний нарратив.

Результатом аналізу стало визначення цифрових платформ (соціальні мережі, маркетплейси) як нового типу інституційного середовища, яке бере на себе функції традиційних галерей, аукціонів та медіа. Це радикально змінює професійну роль художника, трансформуючи його в «artist-підприємця»

(entrepreneur-artist), який інтегрує в єдиний цикл творчу, продюсерську, комунікаційну та дистриб'юторську діяльність.

На основі дослідження виявлено суперечливий вплив цієї тенденції: з одного боку, вона сприяє демократизації та прозорості ринку, даючи митцю пряму автономію; з іншого – формує новий вимогливий комплекс компетенцій (цифровий маркетинг, бренд-менеджмент, ком'юніті-білдинг, юридична грамотність), що може створювати бар'єри для творчості та зміщувати фокус з художнього дослідження на постійну само-презентацію. Таким чином, цифровий простір актуалізує питання про баланс між творчою свободою, економічною ефективністю та професійним вигоранням в умовах нової медіа-екології.

## ВИСНОВКИ

У ході дослідження було проаналізовано історичні, методологічні, соціокультурні та практичні аспекти розвитку цифрового мистецтва, що дозволило сформуванню цілісного уявлення про функціонування цього явища в сучасному культурному та ринковому просторі.

Проведене дослідження дозволило визначити історичні передумови формування цифрового мистецтва, які беруть початок від обчислювальних експериментів середини ХХ століття та розвивалися в руслі відеоарту та медіа-практик. Встановлено, що його методологічний апарат має принципово міждисциплінарний характер, поєднуючи мистецтвознавчу, культурну, технологічну та комунікаційну оптику для аналізу цього динамічного феномену.

Результатом аналізу стало визначення цифрового мистецтва як потужної форми художнього самовираження, що розширює творчий потенціал автора через безпосередній доступ до інструментів та інтерактивність, водночас трансформуючи сам процес творчості. Методологічним апаратом встановлено, що сучасний арсенал митця включає як базові техніки цифрової графіки та анімації, так і новітні технології – віртуальну та доповнену реальність, генеративні алгоритми на основі ШІ та блокчейн, що виступають ключовими драйверами еволюції форм.

Доведено значний соціокультурний вплив цифрового мистецтва, який полягає у формуванні нових візуальних мов, активізації учасника та переосмисленні понять авторства й культурної спадщини. В умовах глобалізації та медіа-комунікацій воно виконує роль універсального мовного мосту, сприяючи культурному обміну, але одночасно виступає чутливим інструментом критики медійних процесів. Трансформація класичних живопису та скульптури у цифровому середовищі проявляється у переході від матеріальності та статичності до віртуальності, інтерактивності та нетривалості, народжуючи гібридні форми на кшталт цифрових інсталяцій.

На прикладі сучасних практик українських митців виявлено активну інтеграцію в глобальний контекст через використання передових технологій, які

поєднуються з національним культурним кодом, набуваючи в умовах війни особливої соціальної та комеморативної ваги. Функціонування цифрового мистецтва на онлайн-платформах та в соціальних мережах оцінено як формування нової інституційної екосистеми, що поєднує в собі простір експозиції, комунікації та монетизації, перетворюючи художника на автор-підприємця. Визначено, що це формує нові бізнес-моделі та механізми колекціонування, серед яких ключову роль відіграють NFT-ринки та потокові сервіси, що радикально змінюють економіку мистецтва через впровадження верифікованого володіння цифровим активом.

Таким чином, цифрове мистецтво утверджується як комплексна соціотехнічна система, життєдіяльність якої визначається постійною взаємодією естетики, технологій, ринкових механізмів та комунікативних стратегій.

— цифрове мистецтво є самостійним культурним явищем зі складною внутрішньою структурою, що поєднує художню традицію та інноваційні технології;

— основою його аналізу є міждисциплінарний підхід, який враховує як естетичні параметри творів, так і соціальні, комунікаційні та економічні механізми їхнього існування;

— цифрова творчість не руйнує традиційні жанри, а розширює їх, пропонуючи гібридні форми та нові медіа;

— соціально-культурна функція цифрового мистецтва полягає у створенні інклюзивного простору комунікації, збереженні пам'яті та формуванні цифрової ідентичності суспільства;

— українська цифрова сцена характеризується високим рівнем візуальної винахідливості, тематичним зв'язком із сучасними історичними подіями та здатністю до міжнародного діалогу;

— платформи цифрового мистецтва та NFT-ринок відкривають можливості комерціалізації та глобального розподілу творчого продукту, але одночасно формують нові вимоги до художника як до суб'єкта в економічному процесі.

Цифрове мистецтво сьогодні виступає не просто новою формою художнього висловлення, а частиною культурної екосистеми, що активно впливає на соціальні трансформації, способи сприйняття візуальної інформації та інституційні механізми арт-ринку. Подальше дослідження цієї сфери є перспективним напрямом гуманітарних наук і актуальним практичним завданням, адже цифрове мистецтво продовжує розвиватися, інтегруючи штучний інтелект, метавсесвіти та віртуальні форми взаємодії з глядачем. У цьому сенсі воно стає не лише мистецтвом майбутнього, а й невід'ємною частиною сучасної культури.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Балашова О.О. *Медіамистецтво: філософсько-антропологічний вимір*. URL: <https://enpuir.npu.edu.ua/handle/123456789/27169>
2. Братусь І. В., Михалевич В. В., Хіцька К. О. *Комп'ютерне мистецтво в сучасному живописі Інноваційні пріоритети розвитку наукових знань*: М-ли наук.-практ. конф., 29-30 берез., 2019 р. Херсон: Молодий вчений, 2019. С. 12-13.
3. Бескоровайний К. *Не штучне мистецтво, створене штучним інтелектом*. URL: <https://kunsht.com.ua/neshtuchne-mistectvo-stvoreneshtuchnim-intelektom>
4. Бондаренко М.С. *Графічний дизайн у контексті сучасної реклами*. – Харків: Харківський національний університет мистецтв, 2020. – 256 с.
5. Валевський О.Л. Актуальні проблеми державної підтримки інновацій у культурній політиці. *Аналітична записка: аналітична записка. Національний інститут*, 2022. № 3. С. 110-113.
6. Ворожейкін Є.П. Реалізм екранної культури як реакція на віртуалізацію повсякденного життя. *Актуальні проблеми філософії та соціології*. 2017. № 19. С. 15-19.
7. Габрель Т.М. Історія становлення віджеїнгу як жанру сучасного медіа-мистецтва *Art and design*. 2022. № 1 (17). С. 57-66.
8. Голуб О.Є. Медіа-арт *Енциклопедія сучасної України*. Режим доступу: [https://web.archive.org/web/20210421224102/http://esu.com.ua/search\\_articles.php?id=65395](https://web.archive.org/web/20210421224102/http://esu.com.ua/search_articles.php?id=65395)
9. Гац, Х. *Формування культурних трендів через інтернетспільноти*. Медіакритика. 2016. <https://www.mediakrytyka.info/ohlyady-analytyka/formuvannya-kulturnykh-trendiv-cherez-internet-spilnoty.htm>
10. Герчанівська П. Е. *Культурологія: термінологічний словник*. Київ: Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв, 2015. 439 с

11. Григорова З. (2017). Нові медіа, соціальні медіа, соціальні мережі – ієрархія інформаційного простору. *Технологія і техніка друкарства*. № 3(57). С. 93-100.
12. Горбунова Л.В. *Історія мистецтв: навчальний посібник*. – Київ: Центр учбової літератури, 2017. – 384 с.
13. Гончаренко, С. І. *Візуальний дизайн: основи теорії та практики*. – Львів: Світ, 2019. – 312 с.
14. Данилова, В. Спеціальні художні події в процесі створення та трансляції сучасної культури. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку*, 2022. № 12. С. 100-103.
15. Довгострокова стратегія розвитку української культури – стратегія реформ. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/119-2016-%D1%80>
16. Ілляшенко С.М., Шипуліна Ю.С., Ілляшенко Н.С. Роль маркетингу знань у формуванні інноваційної культури суспільства / Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст: збірник наукових праць за матеріалами II Міжнародної науково-практичної конференції. 21-22 квітня 2016 р. Полтава: ПУЕТ, 2016. С. 6-8.
17. Кац, Х. (2016). Формування культурних трендів через інтернет-спільноти. URL: <https://www.mediakrytyka.info/ohlyady-analityka/formuvannya-kulturnykh-trendiv-cherez-internet-spilnoty.html>
18. Клековкін О. Homo Digital: формула споживання (Малий органон) *Художня культура. Актуальні проблеми*. 2019. Вип. 15. Ч. 1. С. 69-71.
19. Красносельська К. М. Творчий потенціал медіа мистецтва та його використання в сучасній художній практиці *Вісник ЛНУ ім. Т. Шевченка*. 2020. № 2 (333). Ч. 1. С. 122-127.
20. Конюкова І.Я., Сидоровська Є.А. (2022). Тенденції розвитку міжкультурної комунікації в соціальних мережах. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. № 4. С. 21-25.
21. Копієвська О.Р. *Трансформаційні процеси в культурі сучасної України: монографія*. Київ: НАКККіМ, 2019. 296 с.

22. Колективна хрестоматія «Соціокультурний менеджмент: історія, теорія та сучасні практики» уклад.: О.Р. Копієвська, Н.О. Шевченко. Київ: НАКККіМ, 2019. 328 с.

23. Кросмедіа: контент, технології, перспективи: колективна моногр. / за заг. ред. д. н. із соц. ком. В.Е.Шевченко; Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка. – Київ: Кафедра мультимедійних технологій і медіа дизайну Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, 2017. – 234 с.

24. Лавриш Ю. (2018). Жанрова палітра нових медій: специфіка і креативність. Вісник Львівського університету. Вип. 44. С. 239–245.

25. Лобовікова О.О., Мельніков А.С. Соціальні мережі як феномен інформаційного суспільства. Вісник Львівського університету. Серія соціологічна. 2019. Вип. 5. С. 154-160.

26. Музеї йдуть у соцмережі. Це мода чи необхідність? - MediaSapiens. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ms.detector.media/sotsmerezhi/post/22836/2019-05-07-muzei-idut-u-sotsmerezhi-tse-moda-chi-neobkhdnist/>

27. 16. Морі Є. Ринок цифрового мистецтва: як працює NFT і чи зможуть на ньому розбагатіти українські художники. URL: <https://suspilne.media/112941-rinok-cifrovogo-mistectva-ak-vin-pracue-i-ci-zmout-na-nomu-rozbagatiti-ukrainski-hudozniki/>

28. Найдьонов О. Суперечливість впливу Інтернет-технологій на процеси культуротворення Вісник Львів. унту. Серія філософсько-політологічні студії. 2017. Вип. 12. С. 95-103.

29. Осадча Л. Вплив віртуальної комунікації на мовну картину світу (на прикладі weblish) // Наукові записки НаУКМА. Історія і теорія культури. № 6. 2023. С. 45-50. URL: <http://nrpcult.ukma.edu.ua/article/view/282788/277037>

30. Основи медіаменеджменту / О.М. Барзилович, З.В. Григорова, Л.А. Пунчак та ін. / КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2017.

31. Павлова О. Ю. Візуальна культура як поле ліквідності Модерну. Міжнародний вісник: культурологія, філологія, музикознавство. 2015. Вип. II (5). С. 15-19.
32. Попович О. Науково-технологічна та інноваційна політика: основні механізми формування та реалізації. Київ: Інститут досліджень науково-технічного потенціалу та історії науки ім. Г. Доброва НАН України, 2019. 342 с.
33. Пришляк О. Ю. (2019). Аналіз теорії культурних вимірів Г. Хофстеде. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/27699>
34. Про інноваційну діяльність Закон України. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15>
35. Про культуру: Закон України від 14 груд. 2010 р. № 2778: станом на 28.12.2014 р. Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2778-17>.
36. Про схвалення Концепції реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 р.. КМУ. Розпорядження від 24 січня 2020 р. № 66-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/66-2020-%D1%80#Tex>
37. . Панфілова О., Каленюк О. Просування сучасного мистецтва в умовах арт-ринку. 2022. Українська академія мистецтв. Збірник наукових праць. С. 111–116. 18. Тоффлера О. Основні риси трьох хвиль («Третя хвиля»). URL: <http://kimo.univ.kiev.ua/Phil/70.html>
38. Рідей, Н., Титова, Н., Вікторова, Л., & Цимбал, С. (2022). Проблема державного управління соціокультурними формами організації у сфері освіти, науки, інновацій: актуальні проблеми і вектори розвитку. <https://doi.org/10.55643/fcptr.4.51.2023.4111>. (дата звернення: 10.04.2025), 6(41), 418–426.
39. Романуха О.М. Роль крос-культурних комунікацій у менеджменті організацій. Економіка та управління підприємствами. 2017. № 9. С. 608-612. URL: [https://economyandsociety.in.ua/journals/9\\_ukr/103.pdf](https://economyandsociety.in.ua/journals/9_ukr/103.pdf)
40. Русаков С.С., Пятковська Ю.В. Інструменти цифрової культури: культурологічний погляд на іновачії в освітній галузі. – 2015.

41. Русаков С.С. Репрезентація арт-ринку у популярній культурі / С.С. Русаков // Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку. Випуск 33/2019 С.90-96.
42. Русаков С.С. Потенціал соціальних мереж в сучасному навчально-виховному процесі. Гуманітарний корпус: [збірник наукових статей з актуальних проблем філософії, психології, педагогіки та історії], випуск 2, К. НПУ імені М.П. Драгоманова, С. 101-102.
43. Савицька О.В., Співак Л.М. Етнопсихологія: навч. посібн. Київ: Каравела, 2019. 264 с.
44. Сітцева М., Психологічні особливості анімації як аудіовізуального засобу впливу на глядача. Вчені записки Університету «КРОК». 2024. Т. 74, №2 DOI: <https://doi.org/10.31732/2663-2209-2024-74-353-360>
45. Сухорукова Л.А. Основні визначення у галузі цифрового мистецтва. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://surl.li/cxfja>
46. Скавронська І.В. Тенденції розвитку креативних індустрій в країнах Європейського Союзу. *Молодий вчений*. 2016. № 4. С. 201-204 URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv\\_2016\\_4\\_50](http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2016_4_50).
47. Соболев Т. Інноваційна культура як основа розвитку сучасного суспільства. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Філософія. Політологія*. 2020. Вип. 4. С. 29-32.
48. Силко Р.М., Силко Є.М. Арт-ринок як соціальна система. *Moderní aspekty vědy: XI. Díl mezinárodní kolektivní monografie/ Mezinárodní Ekonomický Institut s.r.o. Česká republika. Mezinárodní Ekonomický Institut s.r.o.*, 2021. С. 317-337.
49. Судакова В., Наумова М. та ін. (2017). Нові медіа в сучасному суспільстві: культурологічний вимір. Київ: Інститут культурології НАМ України. URL: [https://icr.org.ua/wp-content/uploads/2019/10/New-Media-in-Contemporary-Society\\_Cultural-Dimension.2017.pdf](https://icr.org.ua/wp-content/uploads/2019/10/New-Media-in-Contemporary-Society_Cultural-Dimension.2017.pdf)

50. Сімсон О. Цифрове мистецтво, блокчейнізація та NFT: юридичний розбір. URL: <https://ilti.com.ua/czifrove-mistecztvo,-blokchejn%D1%96zac%D1%96ya-ta-nft-yuridichnij-rozb%D1%96r>
51. 10 найдорожчих картин Анатолія Криволапа, які були продано на аукціонах. URL: <https://artslonger.com/10-naydorozhchikh-kartinanatoliya-krivola-yaki-bulo-prodano-na-auctionakh/> 528
52. Топ-10 найвідоміших сучасних українських митців. 2016. URL: <https://medium.com/@geroldhistory/>
53. Турчин А.В. (2016). Класифікація соціальних мереж. Актуальні задачі та досягнення у галузі кібербезпеки: матеріали Всеукр. наук.-практ. конф., 23–25 листоп. 2016 р., м. Кропивницький. Кропивницький, 2016. С. 206.
54. Таланчук О.Б. Образ бібліотеки у соціальних мережах. Імідж книгозбірні та бібліотечного працівника в сучасному суспільстві. URL: [http://lib.khnu.km.ua/about\\_library/metodob/Buletен15/buletен15.htm#tal](http://lib.khnu.km.ua/about_library/metodob/Buletен15/buletен15.htm#tal).
55. Шершньова О.В. Формування нової моделі культурного простору (на прикладі громад Рівненщини): монографія Український культурний фонд. Острого: ФОП-видавець Свинарчук Р.В., 2019. 344 с.
56. Щербань Л.О., Костогриз Ю.О., Кереновська В.В., Кривенька Н.В., Іваницька В. О. Інноваційні технології дизайн-проектування сучасного одягу // Технології та дизайн. - 2018. - № 1 (26): веб-сайт. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/td\\_2018\\_1\\_2](http://nbuv.gov.ua/UJRN/td_2018_1_2)
57. A Companion to Digital Art / Ed. Ch. Paul. Wiley Blackwell, 2016. 608 p.
58. Anderson-Horecny A. WTD: What the Dada? The Resurfacing of Dadaism in 21st Century Meme Entertainment. 2019. Access: <https://core.ac.uk/download/pdf/217693361.pdf>.
59. ArtutS. Futurism Art and its Significance to Computational Generative Art. 2018. Access: [https://www.researchgate.net/publication/329863922\\_Futurism\\_Art\\_and\\_its\\_Significance\\_to\\_Computational\\_Generative\\_Art/](https://www.researchgate.net/publication/329863922_Futurism_Art_and_its_Significance_to_Computational_Generative_Art/).

60. Disney & Technology: A History of Standard-Setting Innovation, URL: <https://disneyconnect.com/disney-technology/>
61. Gupta S. The Rise of Digital Art Granthaalayah. 2019. Vol. 7. P. 161-164.
62. Lovejoy M. Digital Currents: Art in the Electronic Age. New York: Taylor & Francis, 2004. 342 p.
63. McCandless, D. Knowledge is Beautiful: Visualizing the World's Most Interesting Data. – London: HarperCollins, 2014. – 255 p.
64. Rush M. New Media in Art. London: Thames&Hudson, 2005. 250 p.
65. Han, X. Reasons for the Kitschism of Film Industry in China: Perspective of Culture Industry Theory / X. Han // 2022 International Conference on Comprehensive Art and Cultural Communication (CACC 2022). – Atlantis Press, 2022. – C. 176.
66. Hesmondhalgh, D. What the digitalisation of music tells us about capitalism, culture and the power of the information technology sector / D. Hesmondhalgh, L. M. Meier // Information, Communication & Society. – 2018. – T. 21. – №. 11. – C. 1556.
67. Javaid, M. et al. Exploring impact and features of machine vision for progressive industry 4.0 culture / M. Javaid et al. // Sensors International. – 2022. – T. 3. – C. 100-132.
68. Palfrey, J. Born Digital: Understanding the First Generation of Digital Natives / J. Palfrey, U. Gasser // International Journal of Communication. – 2010. – 4. – Pp. 1051- 1055. – URL: <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/viewFile/950/474>
69. Prensky, M. Digital natives, digital immigrants / M. Prensky // Horizon. – 2001. – 9 (5). – Pp. 1-6. – URL: <https://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf>. P. 1
70. Weiming D., Zhongyang L., Qian G. Analysis of the Interaction between Digital Art and Traditional Art // 2010 International Conference on Networking and Digital Society. – 2010. – No. 2. – pp.441-443.

71. Wilson S. Information Arts. Intersections of Art, Science and Technology. MIT Press (Leonardo), Cambridge London, 2002. 645 p.

## ДОДАТКИ

Додаток А

Таблиця 1.1.

Порівняння традиційного та цифрового мистецтва у контексті дослідження та маркетингової взаємодії

Ознака	Традиційне мистецтво	Цифрове мистецтво
Матеріальність	Фізичний об'єкт	Нематеріальна цифрова форма
Унікальність	Єдина оригінальна копія	Може копіюватись; автентичність забезпечує NFT
Канал презентації	Галереї, музеї, виставки	Соцмережі, онлайн-платформи, VR-простори
Взаємодія з глядачем	Переважно пасивна	Інтерактивність, реакція у реальному часі
Маркетинг	Куратори, арт-ринок, виставкова інфраструктура	Самопрезентація митця, цифрові стратегії, NFT-ринок
Економіка	Продаж фізичних творів	Продаж токенизованих робіт, вторинний ринок
Аудиторія	Обмежена фізичними локаціями	Глобальна мережова аудиторія

Таблиця 1.2.

Методологічний апарат дослідження цифрового мистецтва в маркетинговому середовищі

Метод/Підхід	Сфера застосування	Мета та очікуваний результат
Історико-генетичний	Розвиток цифрового мистецтва	Встановлення етапів становлення, виявлення причинно-наслідкових зв'язків
Мистецтвознавчий аналіз	Візуальна форма, естетика твору	Визначення художніх особливостей цифрових робіт
Системно-структурний	Мистецтво як система «твор–платформа–ринок»	Формування моделі функціонування у цифровому середовищі
Контент-аналіз платформ	Соцмережі, NFT-маркети	Виявлення трендів, алгоритмів та реакції аудиторії
Маркетинговий аналіз	Брендинг митця, просування	Дослідження стратегій позиціонування та монетизації
Кейс-стаді	Українські художники	Вивчення практичного досвіду та робочих моделей
Порівняльний аналіз	Традиційне vs цифрове мистецтво	Виділення ключових відмінностей і переваг
Аналітика взаємодії	Метрики, інсайти, поведінка користувачів	Оцінка ефективності маркетингових стратегій

Таблиця 3.1.

Провідні українські цифрові художники та особливості їх проєктів

Художник / Група	Ключові напрями роботи	Приклади проєктів	Особливість візуальної мови
Стах Бабій	VR-арт, глітч-графіка	«Пам'ять простір» як	Деконструкція архіву, фрагментованість образів

Антон Саенко	Генеративне мистецтво, NFT	«Fragments of Code»	Алгоритм як творець форми, варіативність структури
Марта Грушко	ШІ-арт	«Людські тіні»	Емоційні зображення, згенеровані через текстові дані
Наталія Левчук	Цифровий перформанс, VR-скульптура	«Метаболічні зв'язки»	Біометрія → цифрова форма, зміна у реальному часі
MetaCity (група)	3D-реконструкції, урбаністичний арт	«Дім, якого немає»	Віртуальні міста-пам'яті, соціальне висвітлення війни