

**РОЗВИТОК ЦИФРОВОЇ КУЛЬТУРИ ТА ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ МУЗЕЇВ:
досвід упровадження та використання цифрових технологій
музеями світу**

*(оглядова довідка за матеріалами преси, інтернету та
неопублікованими документами за 2017–2019 рр.)*

Сьогодні поняття «цифрової культури» розглядають як базову основу сучасної світової культури, котра є невід’ємною складовою усіх без винятку суспільних зрушень. Саме під впливом цифрової культури докорінно змінюється й розуміння власне культури, яка є рушієм складних цивілізаційних процесів та їх стадій.

Цифрові технології стають органічною частиною життя сучасної людини, а їхній вплив на культуру обертається оцифруванням традиційної культури й розповсюдженням – поряд із класичними цінностями – цінностей цифрових.

Кінематографічний і літературний кіберпанк, відеоскульптура й цифрові інсталяції, техно- та електронна музика, віртуальний музей та театр, софт-арт – усе це сьогодні, фактично, є осердям різноманітних творчих практик та «облич» актуальної культури людства і, своєю чергою, – показником фундаментальних змін у пізнанні людини та її творчості.

Дослідження явища цифрової культури та її впровадження мають вагоме значення для розвитку країни, її наукового, освітнього, культурного потенціалу, особливо з точки зору вироблення оперативної та доступної візуальної інформації.

Швидкими темпами відбувається і процес формування «цифрових» поколінь, які в межах своєї національної мови виробили власний сленг, власні поняття, аббревіатури, а також способи мислення і навіть відповідну етику та цінності. Це не лише різні мови й світогляди, а й різні форми соціалізації та соціальної поведінки, зокрема й на побутовому рівні.

«Цифрове» покоління, незалежно від віку, статі, мови, культури, легко знаходить мову зі своїми ровесниками чи однодумцями з інших країн, фактично не відчуваючи цивілізаційних та культурних бар’єрів. Оперативні системи комуні-

кації та сповіщення (передусім – соціальні мережі) дозволяють їм виробляти певною мірою одну з форм громадянського політичного солідаризму й однакове критичне розуміння процесів у планетарному масштабі.

Сучасний світ стає світом інтерактивних обмінів, взаємодій та трансформацій, а розвиток інформаційних технологій ставить нові завдання перед культурними та мистецькими інституціями [1; 2].

Тенденція використання цифрових технологій значною мірою змінює і сприйняття музеїв, музейних колекцій.

Зберігаючи свої першочергові місії – збирання, збереження, комунікацію, дослідження, виставки – під впливом нових технологій сучасні музеї трансформують свою практику, щоб залишатися ближче до спільнот, яким вони служать.

Сьогодні музеї шукають інноваційних шляхів розв'язання соціальних проблем і конфліктів. Діючи на місцевому рівні, вони також можуть захищати, пом'якшувати глобальні проблеми, намагаючись активно реагувати на виклики сучасного суспільства.

Музеї як інституції в центрі суспільства мають можливість і ресурс встановлювати діалог між культурами, будувати мости для мирного світу і визначати стає майбутнє [3].

Взаємодія інформаційних технологій і музейного простору носить творчий характер. В інтернет-мережі ступінь включеності й інформативності визначається самим користувачем, час відвідання та обсяги інформації – обмежуються лише ресурсами сайту. Музейна спільнота поступово включається в процес застосування інформаційних технологій.

Директор Інституту культури Google & Art Project Аміт Суд вважає, що чим більше буде з'являтися цифрових технологій, які проникають в культуру, тим краще це сприятиме відвідуваності музеїв.

На його думку, якщо людина матиме змогу на своєму моніторі добре роздивитися певний витвір мистецтва, який знаходиться, наприклад, у відомому музеї Нью-Йорка чи Лондона, то є велика ймовірність, що, прибувши до цих міст, людина захоче побачити цей твір наживо.

Ідея оцифрування музейних колекцій в широкому форматі з'явилася у компанії Google ще у 2011 році завдяки знаменитому принципу «20% часу». Кожен співробітник компанії Google має право проводити 20% робочого часу, обдумуючи нові проекти. Аміт Суд, будучи інженером-програмістом, поділився своєю ідеєю з тодішнім главою Тейтом Ніколасом Серотою та директором Музею сучасного мистецтва в США МоМА (Museum of Modern Art) Гленном Лоурі – і вони схвалили його ідею. Через деякий час компанія створила спеціальну камеру Google Art Camera, завдяки якій можна розгледіти в широкому форматі мазки пензля чи будь-які інші деталі на полотні, а відтак зайнялася розробкою створення сайту.

Зараз інститут співпрацює з 1,5 тис. музеїв і культурних інституцій у 70 країнах. Google Arts & Culture тепер набагато більше ніж просто цифрове сховище колекцій творів мистецтва – проект сам став виробником культурного контенту з величезним охопленням аудиторії: це і соціальні мережі, і додаток (більше мільйона завантажень), і 50 млн користувачів сайту Arts & Culture. А ще – 500 млн щомісячних запитів, пов'язаних із мистецтвом, які обробляє пошуковик Google [4].

На противагу такому підходу, директор португальського Музею мистецтв, архітектури та технологій у Лісабоні – МААТ (Museu Arte Arquitetura Tecnologia) – Педро Гаданго доволі критично ставиться до нових тенденцій і проектів. Він побував у культурній лабораторії Google у Парижі, коли та почала роботу з віртуального відтворення музею для всіх, хто не має можливості відвідати його фізично, і впевнений, що відтворити відчуття реальної присутності в музеї за допомогою віртуального інтерфейсу просто неможливо.

Щодо віртуальних платформ, то, на думку мистецтвознавця, вони можуть збагатити й розширити музей, але не можуть замінити його. «Той факт, що ці питання знаходяться сьогодні у центрі дебатів, і багато закладів інвестують енергію і ресурси у їх вирішення, показує, що це у тренді. Але в майбутньому, я думаю, ми будемо більше зосереджуватися на способах роботи митців та передачі інформації користувачам», – зазначає директор МААТ. Він вважає, що перехід до цифрової реальності передбачає для музейної галузі нові можливості, проте – й нові проблеми, які стосуються як світу мистецтва, так і побуту, адже безперервний пошук шляхів привернення уваги до музею в інтернеті, через Фейсбук чи Інстаграм іноді навіть заважає вибудувати добру комунікацію та оцінити роботу музею.

«Вплив цифрової культури, соціальних мереж, може бути дуже оманливим, знецінювати роботу мистецтвознавців. Мережі можуть спотворити фактичну цінність творів мистецтва, значення художньої діяльності», – зазначає директор МААТ.

Так діджиталізація для Музею мистецтв, архітектури та технологій у Лісабоні стала одним із найбільших викликів: за допомогою синтетичних текстів пояснити користувачам роботу митця, його ідеї, значення. Основне завдання, яке намагається вирішити музей, – зробити цю інформацію більш «тактильною» та «інтуїтивною», ніж це можливо поки що через цифрові технології.

Що стосується колекцій, то МААТ тільки розпочав процес оцифрування спадщини і зараз шукає шляхи найкращого її представлення аудиторії – щоб не просто описати об'єкт, а розповісти про нього щось цікаве.

Педро Гаданго наголошує, що музейний сектор не має нічого спільного з розважальним сектором або технологічними ярмарками, де люди шукають іншого роду досвід. Музей потребує технології, здатної забезпечити користувача в

прямій та привабливій формі додатковою інформацією. Це довготривала стратегія заради збереження світової спадщини [5].

Керівник суспільної роботи італійського Музею науки в Тренто (MUSE – Museo delle Scienze di Trento) Самуела Каліарі також переконана, що цифрові технології, які в сучасному музеї мають надважливе значення, все ж не повинні перешкоджати сприйняттю та унікальному співпереживанню, яке може викликати тільки матеріальний об'єкт. Тобто, наявність планшета або використання віртуальної реальності не має заважати відвідувачам бачити весь потенціал об'єктів. Тому наголос у музеї на технологіях, які є, але яких не видно; які не створюють розривів між тими, хто знається на них, і тими, хто знаходиться поза їхніми межами.

У своїй діяльності Музей науки в Тренто зосереджений, передусім, на оцифруванні спадщини. Цифровий архів найвищого рівня планують зробити в музеї завдяки 3D-скануванню. На другому місці – цифрові комунікації, які через соціальні медіа допомагають музею поглиблювати свої зв'язки з громадськістю як під час візиту, так і прямо з дому.

Не менш важливим є й створення додаткових цифрових носіїв для всеосяжної комунікації: від спеціальних установок у виставкових залах – до програм для відвідувачів.

Особливу увагу в музеї звертають на абсолютну доступність колекцій для всіх, включно з людьми з інвалідністю – саме в такому ключі технології дають багато можливостей розв'язати це питання, навіть, якщо це потребує великих грошей, – зазначає координатор мультимедійного контенту в музеї Девід Далпіаз.

Серед цікавих знахідок Музею науки – розробка цифрової рольової гри. Через візуальні та аудіоінструменти відвідувач потрапляє у фантастичну історію з певними подіями, які змінюються залежно від вибраного маршруту. Учасник проходить квест і отримує завдання, яке необхідно розв'язати. Поки що це лише демоверсія, тому кількість залучених людей може сягати лише 80, однак у музеї вже зрозуміли, що такі ігрові прийоми добре працюють. А те, що користувачі використовуватимуть у грі власні інструменти – смартфони або планшети, – допомагатиме їм почуватися впевненіше, розкутіше і, як результат, – сприйняти більше інформації [6].

Діджиталізація в Італії охоплює не лише великі, а й маленькі музеї. Так, у Мілані, навпроти церкви Santa Maria delle Grazie, в якій зберігається всесвітньо-відома «Тамна вечерея», є маленький музей La vigna di Leonardo («Виноградник Леонардо»). На вході всім відвідувачам безкоштовно пропонується завантажити через QR-код додаток на смартфон, де можна слухати аудіогід у залах музею і одночасно читати додаткову інформацію про експонати, факти з життя Леонардо

да Вінчі. Тим, у кого немає можливості завантажити цей додаток (немає смартфонів чи мобільного інтернету), на вході, за бажанням, видають музейні смартфони, де цей додаток вже встановлений [7].

Описані приклади свідчать, що музей майбутнього для італійців – це інституція, здатна запропонувати і наукову експертизу та досвід, і дати громадянам можливість стати частиною життя музею. Тобто, це музей, розроблений і створений спільно з громадськістю, – жива інституція, яка є вигідною для кожного особисто і для суспільства в цілому [6].

Головним завданням, навіть у високотехнологічному музеї, є баланс між цифровим і фізичним, наголошує Дафід Джеймс, керівник цифрових медіа Національного музею Уельсу (National Museum Wales Amgueddfa Cymru).

«Раніше музеї наробили багато помилок, фокусуючись на технологіях, а не на меті, яку хотіли досягти. Ми зробили великий крок вперед і зараз можемо справді зосередити увагу на тому, чого ми хочемо», – каже він.

До Національного музею Уельсу входить 7 музеїв та колекційний центр. Цифрову стратегію інституції було розроблено в 2014 році. Ключова її частина – соціальна політика медіа та виробництво цифрового контенту, а також підтримка працівників у виробництві цього контенту. У музеї увагу зосередили на соціальних мережах. Відповідно до цієї політики було розроблено навчальну програму, семінари, соціальні медіа операції, різні набори інструментів тощо. Це стратегія була справді успішною, завдяки їй зараз у музеї працюють «справжні цифрові чемпіони, які мають високий рівень компетентності» [8].

Національний музей Прадо в Іспанії (Museo Nacional del Prado) має 200-літню історію, проте цей музей, як і багато інших, сьогодні знаходяться в тій фазі, що характеризується перетворенням відвідувачів із фізичних на віртуальних.

«Аби зрозуміти ступінь цієї зміни, варто лише подумати про те, що число відвідувачів нашого веб-сайту вдвічі більше, ніж людей, які відвідують наші кімнати: 6 мільйонів у першому випадку, три – в другому. І щорічно кількість відвідувачів продовжує рости», – зазначає Хав'єр Пантоя, керівник відділу технологій.

Пантоя переконаний, що музей майбутнього має бути цифровим, з можливістю транспонувати колекцію онлайн, інакше не буде змоги покладатися на взаємодію між експонатами та відвідувачами, яка стає все більш віртуальною.

Політика музею полягає в тому, щоб бути місцем не тільки фізичного збереження колекцій, але й віртуального.

Першою сферою, якої торкнулися цифрові перетворення в Національному музеї Прадо, стала комунікація. Важливим кроком у цьому процесі було знайти контент-менеджерів, здатних представити колекції та художників онлайн (Фейсбук-сторінка музею налічує більше мільйона підписників). Так у музеї з'явився

цифровий департамент, мета якого – реалізація нових платформ, виробництво та розповсюдження контенту спільно з усіма відділами музею.

На думку головного спеціаліста з цифрових питань Національного музею Прадо в Іспанії, сучасний персонал нинішнього музею повинен знати, як користуватись HTML-кодом та різними комп'ютерними програмами, але також і мати ступінь у мистецькій сфері, вміти генерувати контент. Ідеальний музейний працівник повинен мати широкий світогляд, безпосередньо і в діджитал-сфері. Важливо, щоб він знав колекції, історію та діяльність музею так само, як знає, де він живе. Адже такий працівник стає посередником між світом музею і зовнішнім світом. Важливо, щоб співробітники музею сприймали цифровий світ як належне, а не як виклик, тобто, занурення у діджитал має відбуватись максимально природно.

До слова, оновлений веб-сайт музею з'явився досить недавно. Його особливість полягає в тому, що розробники, відповідно до різних типів відвідувачів (вчитель, турист з сім'єю, іспанська бабуся тощо), зосередилися на різних для кожного причинах і бажанні відвідати музей. Ініціатори такого підходу намагалися зрозуміти емоційний та функціональний зв'язок між кожним відвідувачем зокрема та музеєм [9].

Варто зазначити, що музейні сайти часто виступають віртуальним буклетом для відвідувачів, які, в результаті віртуального знайомства, прямують у «реальний музей» і лише при повторному відвідуванні реалізують функції користувачької платформи. Зручна навігація є важливим показником для простоти використання.

Незважаючи на те, що сайт Метрополітен-музею (Metropolitan Museum of Art) в Нью-Йорку, США повністю англomовний, меню організовано таким чином, що придбати квиток або познайомитися з мапою музею чи колекцією цілком можливо без додаткових знань англійської.

Французький музей Орсе (Musee d'Orsay) – колишній залізничний вокзал – має більш складно сконструйований користувачький інтерфейс, однак передбачені кольорові категорії, також можна скористатися перекладеними версіями сайту (передбачено 5 мов), а також версія для слабозорих.

Національний музей історії України (Київ) пропонує цілу низку корисних для користувача функцій. Інформацію на сайті можна прочитати вісьмома мовами, замовити квиток онлайн.

На думку старшого наукового співробітника відділу науково-інформаційних технологій та маркетингу Харківського історичного музею ім. М. Ф. Сумцова Олександрі Гендзюровської, музеям, які прагнуть досягти успішного розвитку інтернет-спільноти, необхідно проводити аналіз користувачької поведінки (наприклад, як в Музеї Прадо). Це дозволить проаналізувати «юзабіліті» сайту, що дослівно можна пояснити як «зручність». Для початку можна скористатися

доступними інструментами, наприклад, Google Analytics. Ця програма здатна проаналізувати користувацьку поведінку на сайті або пошукові запити. Для тестування сторінок можна використовувати спеціальний інструмент від Google – оптимізатор веб-сайтів – і фокус-групи. Такий підхід стане доречним і для музеїв з історією, і для новостворених, адже дозволить знайти точки перетину функціонального та емоційного аспектів.

З огляду на специфіку діяльності, для багатьох музеїв роль інформаційних технологій має скоріше вторинну роль, а основним призначенням музею є збереження культурних надбань і їхня ретрансляція в суспільстві. Однак, якщо зважити всі аспекти, то виникає низка питань, які ІТ технології здатні оптимізувати, а відтак – допомогти музеям у реалізації освітньо-культурних і репрезентативних функцій [10].

Саме на цих функціях культурних інституцій наголошує і Дженіс Лейн, директор із розвитку галереї та роботи з відвідувачами вже згаданого Національного музею Уельсу.

Вона вважає, що одним із найбільших викликів музейного сектора є сприйняття цифрових медіа як способу роботи – «звичні процедури перетворюємо таким чином, аби вони були актуальними в цифровому світі».

А ще одним – спілкування «цифровим» способом. Тобто, працівникам музею потрібно розуміти цифровий розвиток і залишатися сучасними. «Я гадаю, – ділиться Дженіс Лейн, – що зараз у багатьох сферах ми дотримуємося традиційних шляхів, і повинні зрозуміти, як поєднати їх із цифровими елементами. Нам потрібно використовувати не просто цифровий підхід, а й інші, більш гнучкі процеси щодо побудови виставок». Такий підхід зможе адаптувати кожного, хто причетний до музейного сектора, і в цифровому, й у фізичному сенсі [8].

Енн Кребс, керівник відділу соціально-економічних досліджень та збору інформації Лувру (Musée du Louvre), Франція, також вказує на розрив між культурною і цифровою практикою та важливістю підвищувати кваліфікацію музейних працівників. «Навіть у Луврі й досі існують розбіжності, спричинені соціально-демографічними показниками та рівнем освіти робітників, – каже він. – Ось чому, ми вирішили організувати тренінги з цифрових навичок... Виклик не тільки в тому, щоб розвинути мистецтво і культуру, а й у тому, аби розвинути цифрові навички настільки, щоби врешті отримувати від них певну вигоду. Ось це зараз виклик для Франції та Європи» [11].

Те, що успіх цифрового проекту залежить від лідера, відданого своїй справі, та групи професіоналів із цифровими та іншими навичками, – поза сумнівом, – вважає Сання Хірвонен, старший співробітник із планування відділу суспільних програм Музею сучасного мистецтва «Кіасма» в Гельсінкі, Фінляндія (Kiasma Museum of Contemporary Art).

На думку експерта, музейний працівник повинен знати мистецтво так само добре, як і технології, а також повинен відчувати потреби аудиторії. Ключем до розуміння діджиталізації є усвідомлення того, що цифрові технології – не самоцінність, а інструмент. «Ви самі маєте обрати, як саме його використовувати, і що саме вам потрібно. Обрати ті інструменти, які допоможуть вам досягти глобальної мети. Розуміння своїх цілей дуже важливе», – зазначає Сання Хірвонен.

У порівнянні з іншими, фінські музеї добре діджиталізуються. На думку фінських фахівців – це важливі платформи для роботи над ідентичністю, історією, які допомагають зрозуміти один одного і самих себе.

«Кіасма» є частиною Фінської національної галереї. Музей має цифровий сервіс, що працює над питаннями комунікації, маркетингу, оцифрування колекцій. Цікаво, що «Кіасма» не має окремої цифрової стратегії – це стратегія Галереї. Наприклад, якщо Галерея прагне створити сприятливі умови для розуміння візуального мистецтва як в середині країни, так і за кордоном, музей, з огляду на це, має чіткі цілі: зробити колекції доступними віртуально, спілкуватися з аудиторією онлайн.

Важливим аспектом у роботі з цифровим мистецтвом є дотримання авторських прав. Фінське міністерство освіти та культури підтримує музеї та галереї, сплачуючи авторські збори для фінських художників, чії роботи виставляються в колекціях. Це робить можливими покази музейних колекцій в інтернеті суто для онлайн аудиторії, яка може ознайомитися з контентом будь-де і будь-коли [12].

Такий підхід не має на меті замінити музеї, а є додатковим у сприйнятті мистецтва. Брюно Моньє, глава проекту першого у світі Музею цифрового живопису в Парижі *Atelier des Lumière*, впевнений, що зараз люди вже не вивчають мистецтво так, як вони це робили в минулому, і лише нові технології допоможуть донести його до майбутніх поколінь, адже саме так можна поєднати когнітивний та емоційний змісти, задовольняти потреби і фізичних, і віртуальних відвідувачів.

Французький Музей цифрового живопису було відкрито в 2018 році. Він розміщений в будівлі колишнього ливарного заводу. Представлені в музеї художні твори ХХ століття спроектовані на 10-метрові стіни, а виставкова площа складає 3300 квадратних метрів. Проекції супроводжуються музикою Вагнера, Шопена і Бетховена.

«Виставки, які занурюють у себе, можуть бути прекрасним способом відкрити художнє мистецтво й зацікавити ширшу аудиторію», – каже директор музею Міхаель Кузіжу.

За словами творців *Atelier des Lumière*, їхній заклад розрахований на людей, які рідко відвідують музеї. Представники галереї вважають, що мультимедійні виставки, які створюють ефект занурення, підійдуть аудиторії, яка тільки знайомиться з мистецтвом живопису. У майбутньому в музеї планують показувати не тільки класичний живопис, а й сучасне мистецтво.

Культура повинна йти в ногу з часом, а майбутнім популяризації культури є саме союз мистецтва і цифрових технологій, переконаний Брюно Монье [13; 14].

Поєднати сучасні цифрові технології, мистецтво дизайну й красу природи покликаний і новий простір, відкритий 21 червня 2018 року в Японії, – перший у світі музей цифрового мистецтва – Mori Building Digital Art Museum: teamLab Borderless.

Відвідувачам пропонують зануритися у фантастичні світи без кордонів, створені за допомогою світла, кольору та звуку. Десять тисяч квадратних метрів музею розділено на п'ять просторів, де представлено 50 імерсивних робіт.

«Відвідувачі тут загубляться. Можливо, вони навіть загублять себе. Вони будуть всередині цього імерсивного світу й відкриють для себе щось завдяки цьому досвіду. Ми хочемо, щоб люди за допомогою цього музею відчули, що світ без кордонів прекрасний», – наголошує представник teamLab Такаші Кудо.

Над інсталяцією працював штат із 500 осіб – художників, програмістів, інженерів, CG-аніматорів, математиків й архітекторів. Для підтримки роботи експозиції музею потрібно 520 комп'ютерів і 470 проекторів.

Мета teamLab полягає в тому, щоб знайти нове у стосунках людини та світу, людини й природи, людини й інших людей через мистецтво, – відзначає Такаші Кудо [15; 16].

Сьогодні, зі стрімким розвитком цифрових технологій, музеї змушені виходити за межі закритого середовища, розвивати нові напрями співпраці з іншими музеями у своїй сфері. Цифрова стратегія не стосується лише одного музею, це перспектива співпраці, залучення до мережі інституції зі спільними інтересами для збереження колекцій, оцифрування шедеврів мистецтва та обміну професійними навичками [11].

За словами фахівців з інформаційних технологій та оцифрування, – в українській сфері культури оцифрування досі не виведено на рівень сталих інформаційних виробництв, а наша спадщина здебільшого не присутня в цифровому середовищі, все ж в Україні є яскраві зразки та цікаві рішення, пов'язані з сучасними технологіями – тут ідеться про цифрове 3D-моделювання і віртуальні тури, використання технології доповненої реальності.

Ще в 2011 році газета «День» започаткувала проект «Музеї онлайн», у якому зібрано понад 20 віртуальних екскурсій культурними пам'ятками в Україні й за кордоном.

У 2013 році компанією «Спеціалізований центр БАЛП» були започатковані ініціативи «Україніка в Європеані» та серія інформаційно-навчальних заходів «Оцифроване надбання: збереження, доступ, репрезентація».

Особливої уваги заслуговує проект європейського рівня «Віртуальна Тустань» – 3D-модель міста-фортеці у Львівській області. Задля віртуального відтворення міста-фортеці використано технологію доповненої реальності, що

зараз стала брендом. Підходячи до певного місця, можна навести мобільний пристрій на каміння і на екрані побачити частину фортеці, яка була тут колись.

Інші приклади – роботи ентузіастів-фахівців організації Pixelated Realities, які займаються цифровою 3D-фіксацією і збереженням історичних будівель Одеси, які зникають.

Архітектори з Шевченківського гаю (Музей народної архітектури і побуту імені Климента Шептицького, розташований просто неба у Львові) створюють 3D-моделі хатинок на території музею та їх документацію. Це важлива справа й одна із завдань оцифрування – страхове збереження: якщо об'єкт зруйнується, його можна буде відновити.

Мала академія наук у проекті «Музейна планета» за допомогою ГІС-технологій створила інтерактивну мапу з інформацією про всі музеї України та можливість пошуку в оцифрованих музейних колекціях.

3D-реконструкції використовуються в археологічних дослідженнях у Рівненському обласному краєзнавчому музеї, а в Києві цифрову аерозйомку задіяли при спостереженнях за станом фундаментів Десятинної церкви [17].

Ще одним надзвичайно вдалим проектом в українському музейному інформаційному просторі стала електронна колекція «Україна. Київ. Бабин Яр», представлена на початку 2017 року Національним музеєм історії України у Другій світовій війні.

Виставка містить оцифровані музейні предмети з фондowego зібрання, що висвітлюють трагедію Бабиного Яру – урочища в Києві, де впродовж двох років (1941–1943) було знищено понад 100 тис. євреїв, ромів, українців та представників інших національностей.

Зібрання презентує документи, листи, щоденники, що свідчать про злочини нацистів; світлини, книги, особисті речі киян, чиї долі були пов'язані з подіями Голокосту в Україні.

Відвідувачі сайту музею мають змогу дистанційно ознайомитися з пропонуваними матеріалами. Ресурс містить діджиталізовані зображення, відомості про об'єкт, його опис та інформаційний вміст [18].

Також у 2018 році департамент з питань культури, національностей та релігії Львівської ОДА започаткував новий інтерактивний музейний проект «Відвідай» – це унікальна можливість оглянути музеї Львівщини у будь-якому куточку світу, маючи при собі електронний гаджет та доступ до інтернету. Розпочати віртуальний тур музеями Львівщини можна перейшовши за посиланням. Окрім того, на сайті Львівської облдержадміністрації розміщено банер «Інтерактивний тур музеями Львівщини», «клікнувши» на який, можна розпочати тур.

На сьогодні понад 25 музеїв Львова та області нанесено на віртуальну карту. Але робота над наповненням мапи триватиме й надалі, оскільки мета проє-

кту – представити історико-культурне надбання музеїв Львівщини світу й зробити музеї доступними для всіх та будь-де. Проект реалізовано в межах Комплексної програми розвитку культури Львівщини на 2018–2020 роки [19].

Щоб практика новаторських методик залучення відвідувачів до музеїв була як найефективнішою, а використанням цифрових технологій об'єднувало культурну спадщину з новим досвідом медіа-мистецтва, на базі українських музеїв проходять наукові семінари та практикуми із серії інформаційно-навчальних заходів з питань оцифрування історичного, культурного та наукового надбання, що зберігається в архівах, музеях, бібліотеках та приватних зібраннях.

Так, Музей Івана Гончара став учасником панельної дискусії «Культурна диджиталізація як нова ніша для технологічних стартапів», на якій експерти говорили про культуру та ділилися досвідом впровадження високих технологій у сфері збереження спадщини та її креативного розвитку [20].

27 квітня 2017 року на базі Національного історико-архітектурного музею «Київська фортеця» в Києві відбувся Міжнародний науково-практичний семінар «Оцифроване надбання: збереження, доступ, репрезентація», на якому обговорювали питання цифрової трансформації музеїв, а також презентували рішення щодо цифрової паспортизації, онлайн-репрезентації фонду, створення цифрового музею [21].

Такі ж питання обговорювалися і на семінарі «Цифрові технології в музейній справі», який відбувся у Коломиї Івано-Франківської обл. у Національному музеї народного мистецтва Гуцульщини та Покуття імені Й. Кобринського. У семінарі взяли участь представники музеїв Івано-Франківська, Коломиї, Галича, Калуша, Надвірної, Снятина, Городенки Івано-Франківської області та Чернівців [22].

Спеціалісти з різноманітних цифрових проєктів, які працюють з культурною спадщиною та музеями, зібралися в 2017 році в Харкові на воркшоп «Диван Тичини» для того, щоб розповісти про нові можливості впровадження цифрових технологій. Цілями воркшопу стали презентація представникам музеїв міста та області сучасних можливостей використання цифрових технологій в музеях; посилення організаційної спроможності музеїв області у перетворенні в новітні суспільно-важливі простори для активної громади; отримання практичного результату використання мультимедіа та цифрових технологій – оцифрування «дивану Тичини» в обласному Музеї літератури [23; 24].

Отже, тенденції залучення цифрових технологій у музеях України стають усе яскравішими, а контент, що створюється в Україні, відповідає сучасним національним, європейським і світовим стандартам музейної справи та провідним репрезентаційним практикам.

Експерти музейної та інформаційної сфер сходяться на думці, що головне, що бракує Україні, – відсутність базових знань, обізнаності в сучасному розви-

тку, брак «правової впевненості», технічної та юридичної захищеності. Досі існує побоювання, що виставити колекцію в онлайн – це «засвітити її перед криміналом». Проте публікація в інтернеті є її своєрідним захистом. Отже, оцифрування вимагає певних знань і кваліфікацій. На жаль, до фінансування оцифрування ще ніхто не звик, і музеї не привчають до цього своїми запитами.

З метою вплинути на ситуацію та змінити її на краще, в Україні було створено компанію «Спеціалізований центр БАЛП», яка займається організацією семінарів «Оцифроване надбання». Серед учасників таких заходів – музейники й приватні колекціонери з усієї України, експерти з Італії, Великої Британії, Бельгії, Польщі, Німеччини, Мальти тощо.

За п'ять років компанія провела 15 заходів у п'яти містах України, їх відвідало близько 600 фахівців із 47 міст і селищ. У 2018-му році тематику заходів було змінено на «Оцифроване надбання: консолідація, інтеграція, креативність».

Постійними партнерами компанії є Український центр розвитку музейної справи, МАН, «Вікімедіа Україна», Спілка архівістів України. Компанія має регіональних партнерів у Харкові та Одесі. Спільнота об'єднує фахівців музеїв, бібліотек, архівів, наукових установ і вишів, колекціонерів, ІТ-спеціалістів.

Семінари, які проводить «Спеціалізований центр БАЛП» навчають, розширюють професійний кругозір, завдяки їм виникають нові проекти й колекції.

Наприклад, спостерігається швидкий цифровий розвиток приватного зібрання «Етнографічна колекція «Кровець». Цікавими є напрацювання Центрального державного кіно-фото-фоноархіву України імені Пшеничного, де методично та грамотно розвивають оцифрування.

Спільно з Національним музеєм історії України у Другій світовій війні «Спеціалізований центр БАЛП» зробили цифрову паспортизацію, з Національним заповідником «Київська фортеця» – рішення для імідж-картотеки облікових документів. А Державний політехнічний музей втілює пілотний проект із доступу до цифрової колекції за QR-кодами з експонатів відкритого показу [17].

Ці заходи важливі й потрібні, адже ще раз доводять, що сучасні технології відкривають широкі можливості для організації віртуальних інтерактивних презентацій та виставок, а ширше – для презентації України світові [25].

Інформаційний розвиток сучасності проголошує появу нового суспільства, яке виникає завдяки поширенню мереж. Цифрова культура є матрицею цих процесів, котра за своєю гнучкістю, оперативністю та мобільністю виявляється значно ефективнішою, ніж моделі системного бачення та відповідної організації економічних процесів.

Важливо зробити акцент на культурологічному та соціокультурному аспектах цифрової культури. Так, в Аналітичній записці відділу гуманітарної полі-

тики Національного інституту стратегічних досліджень зазначено, що явище цифрової культури є знаковим, оскільки вказує на домінуючу форму соціалізації сучасного суспільства – інформаційно-віртуальну [26].

Тому масштабна інтеграція в цифрову культуру українського суспільства на його різних соціальних рівнях лише посилить ділову активність, зростання соціального капіталу, сприятиме підвищенню конкурентоспроможності національної освіти й науки. Наявність цифрової культури суспільства – головна ознака його успішності в усіх секторах життєдіяльності країни. Йдеться не лише про розвиток в Україні новітніх моделей соціального залучення та соціальної мобільності загалом, а, насамперед, про потребу підготовки громадян (ще з дитячого віку) до «цифрової» соціалізації та культури, які репрезентують суспільство ХХІ століття [1].

Щодо музеїв, то трендами сучасного музейного життя у світі є віртуальна доповнена реальність – музей, який виходить за межі приміщення і працює з простором навколо, – і культурні ландшафти, коли музей стає осередком гуртування громади [27].

У сучасній соціокультурній ситуації розвиток музейної справи світу багато в чому визначається динамікою комунікаційного простору музеїв, що включає експозиційно-виставкову діяльність, засоби масової інформації, локальні та глобальні комунікаційні мережі, музейну аудиторію. Кожен музей, піклуючись про власний розвиток та імідж, прагне бути сьогодні й фізично, і віртуально максимально наповненим яскравою та детальною інформацією про експозиції. Адже музейні сайти в тандемі з соціальними мережами стають цілісними комунікативними платформами, які здатні допомогти музеям у реалізації комунікації, популяризації надбань, репрезентації музею в інформаційному середовищі [25; 10].

Музеї стають одночасно координаційними центрами для спільноти та невіддільною частиною глобальної мережі. Вони надають платформу для перекладу потреб та поглядів місцевих громад у глобальний контекст.

За словами наукового комунікатора, координатора мультимедійного контенту Музею науки в Тренто (Італія) Девіда Далпіаза, сьогодні європейські музеї переживають гарні часи: вони функціонують відповідно до потреб суспільства, адже громадськість шукає посередників, здатних будувати мости між різними дисциплінами та знаннями, бо в інформаційному суспільстві існує дефіцит тих, хто допомагає зрозуміти інформацію, якої зараз надмір. Саме такими посередниками і є музеї [6].

Важливо, що, переймаючи європейський досвід, і українські музеї дедалі більше перетворюються на культурні центри, знаходять нові методи представлення та вшанування своїх колекцій, створюючи традиції, які матимуть новий сенс для майбутніх поколінь і актуальність для все більш різноманітної сучасної

аудиторії на глобальному рівні. Ця трансформація має глибокий вплив на музейну теорію та практику і змушує переосмислити цінність музеїв у сучасному світі [3].

СПИСОК ПЕРШОДЖЕРЕЛ

1. Астаф'єв А. «Питання розвитку цифрової культури українського соціуму» // Національний інститут стратегічних досліджень. Аналітична записка [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/articles/1631/>.
2. Кириченко О. Цифрова культура як результат розвитку культури інформаційного суспільства // Гілея: науковий вісник. – 2017. – Вип. 124. – С. 179–182 [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/gileya_2017_124_46.
3. «Музеї як культурні хаби: майбутнє традиції»: Міжнародний день музеїв 2019 [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <http://www.cedra.kiev.ua/2019/03/13/international-museum-day-2019/>.
4. Цифрові технології сприяють відвідуваності музеїв – директор Інституту культури Google [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://artslooker.com/cifrovi-tekhnologii-spriyayut-vidviduvanosti-museyiv-director-google-art-institut/>.
5. Музей майбутнього: МААТ – Музей мистецтв, архітектури та технологій [Електронний ресурс]. – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: <http://www.cedra.kiev.ua/2018/04/18/muzej-majbutnogo-maat-muzej-mistetstv-arhitekturi-ta-tehnologij/>.
6. Музеї майбутнього: Музей науки в Тренто [Електронний ресурс]. – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: <http://www.cedra.kiev.ua/2018/04/30/muzej-majbutnogo-muzej-nauki-v-trento/>.
7. Виноградова О. Коли українські музеї справлятимуть «вау-ефект» [Електронний ресурс]. – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: <https://tsn.ua/blogi/themes/zhittya/chek-list-ukrayinskim-muzeyam-zvichayniy-rayder-nevibaglivogo-turista-1307427.html>.
8. Музей майбутнього: Національний музей Уельсу [Електронний ресурс]. – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: <http://www.cedra.kiev.ua/2018/07/04/muzej-majbutnogo-natsionalnij-muzej-uelsu/>.
9. Музеї майбутнього: Національний Музей Прадо [Електронний ресурс]. – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: <http://www.cedra.kiev.ua/2018/07/11/muzej-majbutnogo-natsionalnij-muzej-prado/>.
10. Гендзюровська О. Юзабіліті музейних сайтів. Тенденції та напрями розвитку // Матеріали науково-практичної конференції 22–23 червня 2018 р. – С. 49–50 [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу:

[https://mkg6363dlaw8ixfo2g57wy43vupyu7yw.cdn-](https://mkg6363dlaw8ixfo2g57wy43vupyu7yw.cdn-freehost.com.ua/images/documents/traditc%D1%96ina_kultura_2018.pdf)

[freehost.com.ua/images/documents/traditc%D1%96ina_kultura_2018.pdf](https://mkg6363dlaw8ixfo2g57wy43vupyu7yw.cdn-freehost.com.ua/images/documents/traditc%D1%96ina_kultura_2018.pdf).

11. Музей майбутнього: Лувр [Електронний ресурс]. – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: <http://www.cedra.kiev.ua/2018/06/15/muzej-majbutnogo-luvr/>.
12. Музей майбутнього: Музей сучасного мистецтва «Кіасма» [Електронний ресурс]. – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: <http://www.cedra.kiev.ua/2018/03/30/muzej-majbutnogo-muzej-suchasnogo-mistetstva-kiasma/>.
13. Відкрився перший у світі музей цифрового живопису [Електронний ресурс]. – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: <https://www.volyn24.com/news/111220-vidkryvsia-pershyj-u-sviti-muzej-cyfroвого-zhyvopysu-foto-video>.
14. Романенко Ю. У Франції з'явився перший музей цифрового живопису [Електронний ресурс]. – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: <https://studway.com.ua/muzej-cifrovogo-zhivopisu/>.
15. В Японії відкрився перший у світі музей цифрового мистецтва // День. – 2018. – 21 черв. [Електронний ресурс]. – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: <https://m.day.kyiv.ua/uk/news/210618-v-yaponiyi-vidkryvsya-pershyj-u-sviti-muzej-cyfroвого-mystetstva>.
16. Світ вражає: В Японії відкрився перший у світі музей цифрового мистецтва [Електронний ресурс]. – Текст. І граф. дані. – Режим доступу: <https://www.volynnews.com/messages/v-yaponiyi-vidkryvsia-pershyj-u-sviti-muzej-tyfrovoho-mystetstva/>.
17. Прокопенко М. Музей у комп'ютері: чому важлива «оцифровка» культурної спадщини та як це розвивається в Україні // День. – 2018. – 6 берез. [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://m.day.kyiv.ua/uk/article/cuspilstvo/muzej-u-kompyuteri>.
18. У Національному музеї історії України у Другій світовій війні створено першу цифрову колекцію – «Україна. Київ. Бабин Яр» [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: http://mincult.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=245192133&cat_id=244913751.
19. Музеї Львівщини можна відвідати онлайн [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: https://zik.ua/news/2018/12/18/muzei_lvivshchynu_mozhna_vidvidaty_onlayn_1472419.
20. Проект polyphonyproject.com на Форумі креативних індустрій [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://honchar.org.ua/p/proekt-polyphonyproject-com-na-forumi-kreatyvnyh-industrij/>.
21. Єфімова В. Міжнародний науково-практичний семінар «Оцифроване надбання: збереження, доступ, репрезентація» [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <http://prostir.museum.ua/post/39143>.

22. Венгриновська О. Цифрові технології в музейній справі [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: http://hutsul.museum/events/news/-seminar_muzeu/.
23. Воркшоп «Диван Тичини» : Цифрові Технології в Музеях [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <http://prostir.museum/ua/post/40584>.
24. Диван Тичини: Цифорові технології в музеях [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: http://pmu.in.ua/museum_pedagogics/%D0%B2%D0%.
25. Яковець І. Комунікаційний простір сучасного музею як одна з основних категорій теорії музейної комунікації // Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв. – 2014. – № 4–5. – С. 129–133 [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/had_2014_4-5_25.
26. Гаврілова Л., Топольник Я. Цифрова культура, цифрова грамотність, цифрова компетентність як сучасні освітні феномени // Інформаційні технології і засоби навчання. – 2017. – Т. 61. – № 5 [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://journal.iitta.gov.ua/index.php/itlt/article/download/1744/1243>.
27. Гасиджак Л. Віртуальна реальність археологічного музею: Як не втратити Поштову площу [Електронний ресурс]. – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: <https://life.pravda.com.ua/culture/2016/07/20/215453/>.

Матеріал підготувала

М. Б. Лелик,
головний бібліограф
відділу наукового аналізу
та узагальнення інформації

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

Формат 60x84/16. Умовн. друк. арк. 0,93. Б/т. Зам. 27. Безплатно

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