

18. Taylor F. The Berlin Wall. 13 August 1961 – 9 November 1989. London : Bloomsbury Publishing, 2009. [I-XXXIII], 528 p.
19. Vallet E. Borders, Fences and Walls : State of Security. Abingdon-on-Thames: Routledge, 2018. 304 p.
20. Weber M. The Agrarian Sociology of Ancient Civilization / Transl. from Germ. By r. J. Frank. London – New York : Verso, 2013. 432 p. [in English].

A WALL IS AN ARCHITECTURAL PART OR AN ILLUSION OF PROTECTION?

Gamaliia Kateryna – Doctor of Arts, Professor, Kyiv National University of Cultural and Arts

It is represented that the construction of massive walls has lost its fortification meaning and objects of previous eras remain as relics. In the context of the specifics of the problem, examples of the architectural construction and functioning of the walls of the most famous metropolises in different historical periods are considered. It was established that in the modern world, which is constantly fragmenting, it is more appropriate to have separate barriers rather than protective fortifications to clearly define the territory of each state. It is shown that a further detailed consideration of the evolution of man-made defensive structures will provide an opportunity to predict the structure and functions of demarcation lines between world states.

Key words: city architecture, walls, demarcation lines, state borders, cultural isolation.

UDC 725+904/930.85

A WALL IS AN ARCHITECTURAL PART OR AN ILLUSION OF PROTECTION?

Gamaliia Kateryna – Doctor of Arts, Professor, Kyiv National University of Cultural and Arts

It is represented that the construction of massive walls has lost its fortification meaning and objects of previous eras remain as relics. In the context of the specifics of the problem, examples of the architectural construction and functioning of the walls of the most famous metropolises in different historical periods are considered. It was established that in the modern world, which is constantly fragmenting, it is more appropriate to have separate barriers rather than protective fortifications to clearly define the territory of each state. It is shown that a further detailed consideration of the evolution of man-made defensive structures will provide an opportunity to predict the structure and functions of demarcation lines between world states. The purpose of the work was to trace the diachronic dimensions of humanity's strategy in the process of building protective walls in architectural, technological, social and civilizational contexts, outlining rational perspectives.

Conclusions. The evolution of wall construction went from the construction of walls surrounding the city to the enclosure of individual territories or even countries. However, not every one of these walls was able to provide protection against enemy aggression. In the period between the 18th and 20th centuries, the wall moved away from its own historical reality and began to serve as a symbol of a certain nation. The remains of the former mighty walls are today monuments of a lost world, representing rather archaeological interest. The experience gained in the course of history has not provided humanity with reliable man-made security barriers. In today's global world, there are no reliable walls, because weapons are also global. Currently, only separation barriers that can improve the quality of the border service make sense. Territorial misunderstandings between neighboring states can only be resolved by the goodwill of peoples.

Key words: city architecture, walls, demarcation lines, state borders, cultural isolation.

Надійшла до редакції 16.10.2023 р.

УДК [316.7:069]:004

НОВІТНІ ФОРМИ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ МУЗЕЮ

Вільчинська Ірина Юрївна – доктор політичних наук, професор,

Київський національний університет культури і мистецтв, м. Київ

<https://orcid.org/0000-0001-5388-7811>

DOI <https://doi.org/10.35619/ucpmk.v47i.720>

poisk.07@ukr.net

Святненко Анна Василівна – кандидат історичних наук, доцент, доцент кафедри

арт-менеджменту та івент-технологій,

Національна академія керівних кадрів культури і мистецтва, м. Київ

<https://orcid.org/0000-0001-5337-5656>

sannaaa@ukr.net

Губіна Олександра Павлівна – магістрантка кафедри арт-менеджменту та івент-технологій,

Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв, м. Київ

alexagubina17@gmail.com

Визначено основні аспекти трансформації музейного простору в системі соціокультурної діяльності в умовах цифровізації; доведено положення, що цифрові технології розкривають потенціал і значущість сучасного музею як соціокультурного інструменту збереження й репрезентації культурної пам'яті; обґрунтовано, що інтерактивні та аудіовізуальні ресурси сприяють більш продуктивному використанню

музейного простору як комунікаційного результату в системі «музей-відвідувач»; обґрунтовано значення медіації як клієнто-орієнтованого засобу презентації сучасного музею.

Ключові слова: музейний простір, цифрові технології, соціокультурний інструментарій, музейна медіація.

Актуальність проблеми. Протягом останніх років ми стали свідками бурхливого розвитку цифрових технологій та аудіовізуальної комунікації у всіх сферах. Не залишилася осторонь і музейна справа. Музей – це невід’ємна частина соціокультурної діяльності, змушена активно реагувати на всі виклики епохи, йти за процесами інформатизації та віртуалізації. Адже традиційному музею неможливо працювати в звичних умовах, не запроваджуючи жодних змін у своїй роботі. Не менш важливою у цьому контексті залишається функція взаємодії з глядачем та відвідувачем. В умовах інтенсивного розвитку технологій, зокрема диджиталізації, сучасні відвідувачі музеїв дедалі більше чекають на інтерактивні та мультимедійні формати подання інформації. Тому можливість музею «вистояти», зберігши свої феноменологічні ознаки як комунікаційного простору залежить від ґрунтовних досліджень у цьому напрямі та вироблення сучасних практичних рішень.

У контексті взаємодії з відвідувачем, а також використання новітніх технологій актуальним напрямом музейної діяльності уявляється медіація, яка, зокрема, може реалізуватися в таких формах як інтерактивні виставки, мультимедійні ресурси: аудіогіди, відеопрезентації та інші мультимедійні засоби, які не лише надають додаткову інформацію про експонати, а й полегшують комунікацію між відвідувачем і музеєм.

Крім того, дослідження соціокультурної діяльності музею з використанням цифрових технологій дасть змогу визначити, які технології найбільш популярні та ефективно залучають відвідувачів музею, які аудіовізуальні ресурси найбільше задовольняють їхні потреби, зокрема у контексті сприяння соціальної інтеграції та участі різних груп населення у соціокультурному житті.

Огляд останніх публікацій. Концептуальні ідеї та положення, що стосуються музею як інституту соціокультурної діяльності, виявлені у працях українських науковців: Р. Манковська [7], О. Кузьмук [5], П. Горішевський, М. Ковалів, В. Мельник, С. Оришко [4], О. Сурмач [11] та ін. Існує чимало праць українських вчених, пов’язаних із вивченням характерних рис та системи цінностей соціокультурної діяльності, її менеджменту, етапів формування та тенденцій розвитку. Серед них можна назвати таких науковців як Г. Лещук [6], О. Оленін [8], М. Бриль [2] та ін.

Підґрунтям дослідження стали праці, в яких розглянуто соціокультурні аспекти новітніх інформаційно-комунікаційних технологій, від яких безпосередньо залежить діяльність та менеджмент сучасного музею: І. Шевцов [12], Р. Маньковська [7] та ін. Оскільки віртуалізація та диджиталізація музею є міждисциплінарним та багатоплановим феноменом сучасної культури, їхні дослідження належать до різних наукових спеціальностей: це і музеологія, і культурологія, і медіасфера та ін.

Низка публікацій присвячена віртуальним музеям: Ю. Ришковиця та П. Жежничка [9], О. Розгона [10]. Попри доволі широку історіографічну базу, питанням використання цифрових технологій і медіації у музейному менеджменті не приділено достатньо уваги.

Мета роботи – проаналізувати новітні соціокультурні практики сучасних музеїв, зокрема у контексті використання цифрових технологій та медіації.

Виклад основного тексту. В сучасних умовах музей – це унікальний громадський заклад, покликаний слугувати місцем зустрічей для продуктивної міжкультурної взаємодії, інформаційного та ціннісного обміну між різними спільнотами, різними етносами, різними поколіннями, професійними, територіальними та іншими субкультурами.

Щоб бути цікавим і затребуваним у публіки, музей використовує різні способи залучення відвідувачів, починаючи від організації виставок, концертів, рольових ігор, театралізованих заходів, до корпоративних свят та застосування віртуальних інтерактивних інформаційних технологій.

Музей є зберігачем шедеврів живопису, скульптури, літератури, декоративно-ужиткової творчості, вирішує завдання культурно-історичного та морально-естетичного виховання. Він виступає необхідною ланкою в ланцюзі «людина – культурний простір». Щоб не втратити свого значення у культурному житті суспільства, йому необхідно постійно розробляти програми щодо підвищення якості своєї роботи, вміти раціонально організувати свою діяльність, знаходити нові способи залучення відвідувачів, задоволення їх запитів. Усе це стосується питань сучасного музейного менеджменту [4].

Важливо відзначити, що успішність сучасного музею визначається його здатністю ефективно взаємодіяти зі своєю аудиторією, бути привабливою для відвідувачів. В умовах вільного ринку проблема залучення відвідувачів є актуальною для музеїв, і навіть найбільші музейні центри ведуть постійний пошук нових форм роботи з відвідувачами та розробляють стратегії розвитку музею.

Однією з таких форм роботи з відвідувачами є медіація. Медіація – це по суті комунікація, посередництво, що розширює її звичне розуміння, постійний процес, що наповнює не лише фізичну, а й

символічну дистанцію, яка може скоригувати спілкування, збалансувати зв'язок між комунікаторами. Музейний медіатор – це особа, що виступає як посередник або фасилітатор між музеєм та відвідувачами з метою полегшення інтеракції відвідувачів з експозиціями музею. Головна роль музейного медіатора – створювати позитивний та освітній й досвід музейного візиту для різних груп відвідувачів, включаючи дітей, дорослих, студентів, туристів і інших.

Медіація в музеї допомагає зробити візит до музею більш приємним, освітнім та стимулюючим для відвідувачів, допомагаючи їм краще розуміти та оцінювати представлені експонати. Медіатори можуть організовувати різноманітні робочі майстерні, лекції та публічні заходи, під час яких надається глибокий аналіз конкретних аспектів виставки, а відвідувачі можуть взяти участь у діяльності, пов'язаній з експозицією. Така форма медіації дозволяє відвідувачу стати в позицію співавтора.

Медіатори можуть ставити запитання відвідувачам, що сприяє рефлексії та обговоренню того, що вони бачать. Вони можуть створювати діалоги та сприяти запитанням відвідувачів. Запитання можуть створювати нові зв'язки між людьми, а також між людьми та предметами. Медіатори також готові відповідати на запитання відвідувачів і надавати додаткову інформацію на тему експонатів. Медіатори можуть допомагати особам з обмеженими можливостями, забезпечуючи їм доступ до експозицій та надаючи необхідну підтримку.

Музейні гіді можуть виступати в ролі медіаторів, надаючи відвідувачам інформацію про предмети, історію та контекст виставки. Це можуть бути професійні гіді або волонтери.

Загалом медіація – це безперервний цілеспрямований процес, який розглядає відвідувача як виробника певних сенсів, що фактично дає змогу поставити відвідувача і експонати в рівні позиції.

Зазвичай в музеї враховується кількість відвідувачів, але ігнорується «якісний» показник, який, на нашу думку, є більш важливим. Адже важливо знати, які категорії населення залучені до цього виду соціокультурної практики, а хто ніколи цього не роблять. Музеї ще й досі вважаються елітарними місцями; дослідження культурних практик показують, що певні соціально-професійні категорії недостатньо представлені серед відвідувачів. Ось тут на перше місце і виходить робота медіатора, коли музейні фахівці контактують із різними аудиторіями, роблячи музеї доступними для всіх. Медіація в музеях сприяє більш глибокому і осмисленому розумінню експозицій та підвищує освітню цінність візиту до музею для різних груп відвідувачів.

Музей має ще одну особливість: він застосовує нові технології у взаємодії з відвідувачами будь-якого віку, використовуючи їх у своєму дитячому центрі, арт-класах, музейних квестах, в інтерактивних опитуваннях. «...інтерактивні технології пропонують відвідувачу самостійно, вільно і творчо проявляти себе і взаємодіяти у музейному просторі, змодельованому музейниками. Інтерактивні технології відкривають можливості креативним відеошоу, панорамним проєкціям, віртуальним реальностям, аніматронікам тощо» [7; 80].

Такі просвітницькі ініціативи є актуальними, і доповнення їх сучасними цифровими та інтерактивними засобами лише сприятиме залученню відвідувачів, особливо молоді, до музейного простору. Найпопулярніше, що може знадобитися відвідувачеві – це інформаційне обладнання, якась додаткова інформація. Якщо відвідувач може швидко і зручно подивитися матеріал, що його цікавить, є ймовірність, що він краще сприйме експозицію. Для цього музеї стали використовувати електронні етикетки або мобільні додатки (особливо поширене в європейських музеях).

У музейному експозиційному просторі цифрові технології реалізуються у двох видах:

- мультимедіа як допоміжний інструмент (цифрові етикетки, інформаційні кіоски, плазмові панелі та проєктори з екранами різного типу, електронні комп'ютерні гіді та багато іншого);
- мультимедіа як експонат, музейний предмет як самостійний об'єкт мистецтва.

Музеї бувають різними за розміром та тематикою. Їхні експозиції присвячені різним предметам. Але абсолютно в будь-якому музеї та на будь-якій виставці завжди можна встановити екран і проєктор. Часто вони використовуються лише у звичному режимі: для презентацій та демонстрацій фільмів. Але сучасні проєкційні технології, на відміну від інших засобів відображення (панелей, світлодіодних екранів тощо), дозволяють перетворити на екран поверхню будь-якої площі та форми. За допомогою проєкції можна відтворити минуле, пожвавити сьогодення, припустити майбутнє. У будь-якому музеї є унікальні експонати та документи, які не можна чіпати руками, піддавати впливу «неправильної» температури та вологості, проте за допомогою проєкції вони стають доступними широкому загалу, їх можна вивчати «з усіх боків» [11].

Мультимедійні проєктори використовуються для трансляції вистав та спеціально підготовлених інформаційних роликів. Подібний матеріал може стати гарним аудіовізуальним бонусом для музею, а використання проєкторів дозволить зберегти простір вільним: у потрібний момент вони просто будуть вимкнені та майданчик можна буде використовувати з іншою метою;

також проектори дають додаткові можливості: у різний час їх можна використовувати для додаткової реклами.

Сьогодні у світі активно розвивається ще один новий формат мультимедіа – інтерактивна книга. Вибраний розробниками мультимедіа-технологій класичний формат книги дозволяє гармонійно вписати інсталяцію в будь-який інтер'єр та обіграти будь-який зміст.

Існує два основні різновиди книг: із реальним перегортанням сторінок – RealBook, та з віртуальним – VirtualBook. В основі обох книг лежать проєкційні технології та комп'ютер. Принцип роботи у них однаковий, але розроблялися вони під різні завдання. RealBook – це книга з живими сторінками, при перегортанні дозволяє пошукати будь-який сюжет прямо на очах читача. І якщо у музею стоїть завдання привернути до себе увагу та здивувати гостей, то краще підійде RealBook. Можна акцентувати увагу на конкретних речах інтерактивного оснащення музейного простору.

У такому просторі музей має можливість звернути увагу свого відвідувача на те, що він вважає найнеобхіднішим. Посилити враження від сприйняття. За допомогою подібних технологій відвідувач зможе краще та детальніше запам'ятати інформацію, а також емоційно забарвити їх. Або об'ємно уявити те, чого вже давно не існує. Мультимедійні інтерактивні технології XXI ст. дозволяють відтворювати старовинні фотографії, макети будівель, а також щось, чого не було зовсім. Це дозволяє познайомити глядача з принципово новою інформацією.

«Впровадження у музейній галузі інтерактивних проєкцій, 3D-зображень, 3D-сканувань дає можливість відтворити пам'ятку, місце її знаходження, ознайомити відвідувачів музею з соборами, храмами, іншими історичними будівлями, які були пошкоджені чи зруйновані. Інтерактивна проєкція 3D-зображення людини в натуральну величину також стає популярною в музейному просторі» [7; 80].

Сьогодні можна використовувати велику кількість різноманітного мультимедійного обладнання, щоб оживити музейну експозицію, зробити її наочнішою та цікавішою. Найчастіше для цих цілей використовуються: 1. Інформаційні системи. Сюди відносять аудіогіди та різноманітне інтерактивне обладнання – дошки, екрани. З їх допомогою можна організувати надання довідкових послуг, демонструвати відеозаписи та слайди з фотографіями, знайомити відвідувачів з каталогом продукції, що випускається підприємством, або навіть наочно показувати історію розвитку галузі. 2. Системи, за допомогою яких можна керувати експозицією. Це може бути не лише звичний для всіх пульт управління, а й планшет, пристосування для активації тієї чи іншої зони. 3. Системи, що викликають емоції та захоплення у відвідувачів. До них можна віднести експонати, що створюють віртуальну реальність, інтерактивні макети та вітрини, 3D-проєкції.

Цілком необхідно, щоб виставковий простір був гнучким та мобільним, містив у собі вичерпну кількість матеріалів, але при цьому швидко підлаштовувався під вимоги приміщення.

Цифрові технології сьогодні повною мірою залучені до музейної медіації, хоча й загально прийнято відрізнити людське посередництво від технічного. Адже медіація в музеї відноситься до процесу створення сприятливої та освітньої взаємодії між відвідувачами музею та його експозиціями. Основною метою медіації в музеї є полегшення для відвідувачів розуміння та відчуття мистецтва, історії, культури або будь-якого іншого предмету експозиції.

Звернемо увагу на деякі напрями використання цифрових і мультимедійних технологій як музейних медіаторів.

Аудіогід є простою та доступною формою знайомства з експозицією та має низку переваг. У першому ряду стоять індивідуальність і зручність: на сьогоднішній день існує величезна кількість спеціальних додатків для аудіогідів, відтак відвідувач вільний сам обирати темп екскурсії, цікаву інформацію та ін. фрагменти, ставити текст на паузу, і навіть за необхідності повторювати його. Музеї можуть використовувати аудіогіди, відеопрезентації та інші мультимедійні засоби для надання додаткової інформації та розширити розуміння експозицій і знань відвідувачів. Відвідувачі можуть взяти в оренду або завантажити аудіогіди, які надають коментарі та інтерпретації щодо експонатів. Це дає можливість відвідувачам слухати інформацію у власному темпі.

Зручність також полягає в тому, що створити його також нескладно. Усі витрати – це сценарій та запис, а технічні вимоги до завантаження аудіофайлу мінімальні. Текст можна завантажити документом у соціальні мережі. Все, що потрібно буде зробити відвідувачеві, – підключитися до мережі Інтернет.

Формою медіації є цифрові додатки. Деякі музеї розробляють мобільні додатки, що допомагають відвідувачам глибше досліджувати музейні колекції. Ці додатки можуть містити відео, аудіо, фотографії та інші мультимедійні ресурси. Використання розробки мобільного додатку на основі технології доповненої реальності, видавати відвідувачам планшети і навушники, а також запропонувати музично-шумовий супровід та відео навігацію. Так досягається потаємність діалогу з експонатами, висока емоційна складова при знайомстві з простором музею.

«Наприклад, у 2015 році багато музеїв впровадили нову технологію Beacon. Створили певний додаток для смартфона, який за допомогою bluetooth-технології визначає точне місце розташування користувача в музеї або галереї – до декількох кроків. При завантаженні додатка він отримує інформацію про те, де ви знаходитесь, і як цифровий екскурсовод надає вам корисну інформацію про автора і його роботи, з огляду на аудіо-, відео- матеріали, статті та огляди» [10], – нагадає українська дослідниця О. Розгон. Недарма діє в «Україні спеціальна організація «Офіс культурних інновацій», яка на даний момент хоче реалізувати принцип «Культура у смартфоні». В організації планують повністю оцифрувати твори українських художників, що зберігаються в музеях, архівах і науково-освітніх установах» [3].

Медіація в музеях може приймати різноманітні форми, спрямовані на сприяння відвідувачам у розумінні і оцінці експозицій та предметів музейного зібрання. Медіація може включати інтерактивні виставки, де відвідувачі можуть брати участь у відтворенні деяких аспектів експонатів, що допомагає їм краще зрозуміти предмет дослідження. Відвідувачі можуть взаємодіяти з відео, звуком, сенсорними дисплеями та іншими мультимедійними елементами для детальнішого вивчення теми.

Однак інтерактивні інсталяції в музеї – це лише частина загальної картини. Важливим є гармонійне поєднання багатьох елементів: мультимедіа, інтерактив, світло, звуковий супровід, дизайн інтер'єру, інфографіка – все має бути зібрано в єдину картину.

Мультимедійна експозиція є якісно новим ступенем взаємного зв'язку музею та мультимедіа. Вона створюється у переломний момент, коли мультимедійні технології перестають бути допоміжним засобом та вплітаються безпосередньо у тканину музейної діяльності. Це особливо важливо, коли справжній матеріальний об'єкт може бути представлений в експозиції, і мультимедіа приймає від нього функції (наприклад, демонстрація геологічної структури Землі).

Сучасні технології в цьому випадку більш видовищні, ніж традиційні засоби відображення інформації. Використання QR-кодів – ще один відмінний вихід для приміщень, які обмежені у просторі. Переважна більшість смартфонів сьогодні оснащені сканерами для зчитування QR-коду: тому необхідно просто навести камеру на код – і ось ви вже отримали безліч інформації, фото- та відеоматеріалів. Це дуже зручно тому, що наклейка займає мінімум місця, але може дати доступ до більших обсягів інформації. Крім цього, вважаємо особливо перспективним використання цієї аудіовізуальної технології, тому що музей має свою специфіку. Наприклад, існують приміщення, куди глядач навряд чи зможе колись потрапити. Завдяки QR-коду можна надати глядачеві об'ємний фото чи відеоматеріал.

Таким чином інтерактивне оснащення є дуже важливим для сучасного музейно-виставкового простору, тому що вона також виконує роль своєрідного медіатора, дозволяє здійснювати ефективну комунікацію між простором та відвідувачем. Усе це працює на більш активне споживання глядачем соціально-культурної інформації.

Висновки. Отже, можна зробити висновок, що впровадження сучасних технологій у сучасну музейну діяльність – це виклик доби. З одного боку, це необхідний захід для того, щоб зберегти увагу глядача та залишитися конкурентоспроможним у рамках сучасної ринкової економіки, спосіб залучити нову публіку, а отже, і прибуток, що дозволить музею розвиватися та поповнювати свої колекції. А з іншого – новітні технології – це новий спосіб взаємодії з глядачем, можливість говорити з ним на іншому рівні сприйняття, максимально залучаючи його до музейних процесів. За допомогою технологій можна донести необхідну інформацію, розставити необхідні акценти, залучити потрібну аудиторію та вивести публіку на діалог.

На тлі зростання ролі музейного медіатора, який відіграє важливу роль у створенні освітнього простору та досвіду взаємодії з мистецтвом, використання цифрових технологій допомагають зробити відвідування музею більш приємним і пізнавальним. Руйнуються ці багатовікові рамки, і сам глядач стає частиною мистецтва.

Сучасні процеси, інформатизація, диджиталізація, глобалізація, привносячи нове, поставили під питання багато речей. Художні пласти мистецтва (інсталяція, фотографія, відео-арт), що домінують сьогодні, змушують задуматися про те, наприклад, чому історико-хронологічний принцип репрезентації мистецтва, який колись вважався основним, а то й єдиним можливим, виявився не актуальним у XXI столітті.

На жаль, вітчизняний розвиток цифровізації у музейно-виставкових просторах відбувається дещо повільніше, ніж у європейських країнах. Тим не менше, подібні технології потрібно впроваджувати, оскільки те, що вже існує, позитивно зарекомендувало себе і має попит.

Список використаної літератури

1. Андрощук Г. COVID-19 і музеї: економічний вплив, цифровізація, комунікація, безпека. *Юридична Газета online*. URL: <https://cutt.ly/SnTy8sG> (дата звернення: 27.03.2023).

2. Бриль М.М. Менеджер соціокультурної діяльності як суб'єкт інновацій *Вісник Київ. нац. ун-ту культури і мистецтв. Серія: Менеджмент соціокультурної діяльності*. 2018. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bknucams_2018_1_5 (дата звернення: 12.04.2023).
3. В Україні теж бажають оцифрувати культурний спадок Фокус. URL: https://focus.ua/ukraine/437375-v_ukraine_khotiat_otsifrovat_kulturnoe_nasledie. (дата звернення: 13.06.2023).
4. Горішевський П., Ковалів М., Мельник В., Оришко С. Основи музеєзнавства, маркетингу та рекламно-інформаційної діяльності музеїв. *Посіб. Івано-Франківськ* : Плай, 2005. 64 с.
5. Кузьмук О. Роль музеїв у культурному та соціально-економічному розвитку країни: зарубіжний досвід: *Аналітична записка*. URL: <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/gumanitarniy-rozvitok/rol-muzeiv-u->
6. Лещук Г.В. Особливості соціокультурної діяльності як фактора соціально-виховного впливу на особистість. *Наук. вісник Ужгород. нац. ун-ту. Серія: Педагогіка. Соціальна робота* / голов. ред. І.В. Козубовська. Ужгород : Говерла, 2019. Вип. 1 (44). С. 98–101.
7. Маньковська Р. Сучасні музейні комунікації та перспективи їх розвитку. *Краєзнавство*. 2013. № 3. С. 75–84
8. Оленіна О.Ю. Концепція підготовки менеджерів соціокультурної діяльності в умовах формування суспільства знань. *Культура України*. 2013. Вип. 42 (2). С. 41–49. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Ku_2013_42%28%29__11 (дата звернення: 3.04.2023).
9. Ришковець Ю.В., Жежнич П.І. Структурна та формальні моделі віртуального музею. URL: https://vlp.com.ua/files/12_1.pdf (дата звернення: 22.07.2023).
10. Розгон О.В. Віртуальна версія музею як засіб упровадження цифрових технологій. *Право та інноваційне суспільство*. 2019. № 2 (13). С. 20-26.
11. Сурмач О.І. Музейна справа : навч. посіб. [для студ. вищ. навч. закладів]. Львів : ЛНУ ім. І. Франка, 2014. 272 с.
12. Шевцов І. Інтеграція інтернету у музейній діяльності. URL: <http://shevtsov.org/modules.php?name=Content&pa=showpage&pid=9> (дата звернення: 5.06.2023).

References

1. Androshchuk G. (2020). COVID-19 i muzei: ekonomichni vpliv, chifrovizachiya, komunikachiya, bezpeka. Legal Gazette online. Retrieved from: <https://cutt.ly/SnTy8sG> [in Ukrainian].
2. Bpil M.M. Manager of socio-cultural activities as a subject of innovation. Visnik Kiivskogo nachionalnogo universitetu kulturi i mistectva. Retrieved from: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bknucams_2018_1_5 [in Ukrainian].
3. In Ukraine, they also want to digitize cultural heritage. (2019). Fokuc. Retrieved from: https://focus.ua/ukraine/437375-v_ukraine_khotiat_otsifrovat_kulturnoe_nasledie [in Ukrainian].
4. Gorishevskij P., Kovaliv M., Melnik V., Orishko S. (2005). Basics of museology, marketing and advertising and information activities of museums. Ivano-Frankivsk [in Ukrainian].
5. Kuzmuk O. The role of museums in the cultural and socio-economic development of the country: foreign experience: Analytical note. 26.01.2020. Retrieved from: <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/gumanitarniy-rozvitok/rol-muzeiv-u-kulturnomu-ta-socialno-ekonomichnomu-rozvitku> [in Ukrainian].
6. Leshchuk G.V. (2019). Peculiarities of socio-cultural activity as a factor of socio-educational influence on personality. Naukovij visnik Uzhgorodskogo nachionalnogo universitetu, 1 (44), 98-101 [in Ukrainian].
7. Mankovska, R. (2013). Modern museum communications and prospects for their development. Kraeznavstvo, 3, 75-84 [in Ukrainian].
8. Olenina, O. Yu. (2013). The concept of training managers of socio-cultural activities in the conditions of the formation of a knowledge society. Kultura Ukraini, 42 (2), 41-49. Retrieved from: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Ku_2013_42%28%29__11 [in Ukrainian].
9. Rishkovec Yu. V., Zhezhnich, P.I. Structural and formal models of the virtual museum. Retrieved from: https://vlp.com.ua/files/12_1.pdf [in Ukrainian].
10. Rozgon O.V. (2019). The virtual version of the museum as a means of introducing digital technologies. Pravo ta innovachine suspilstvo, 2 (13), 20-26.
11. Surmach O.I. (2014). Museum business: study guide. [for students of higher educational institutions]. Lviv. 272p. [in Ukrainian].
12. Shevtchov I. (2019). Integration of the Internet in museum activities. Retrieved from: <http://shevtsov.org/modules.php?name=Content&pa=showpage&pid=9> [in Ukrainian].

THE LATEST TECHNOLOGIES AS A SOCIO-CULTURAL TOOL OF MODERN MUSEUM REPRESENTATION

Vilchynska Iryna – D. Sc. in Political studies, professor,
Kyiv National University of Culture and Arts

Sviatnenko Anna – PhD in Historical Sciences, Associate Professor,
National Academy of Culture and Arts Management, Kyiv

Gubina Olexsandra – Master's student of the Department of Art
Management and Event Technologies, National Academy of Culture and Arts Management, Kyiv

The main aspects of the transformation of the museum space in the system of socio-cultural activities in the conditions of digitalization have been determined; the proposition that digital technologies reveal the potential and significance of the modern museum as a socio-cultural tool for the preservation and representation of cultural memory is proved; it is substantiated that interactive and audiovisual resources contribute to more productive use of museum space as a communication result in the «museum-visitor» system; the importance of mediation as a client-oriented means of presenting a modern museum is substantiated.

Key words: museum space, digital technologies, socio-cultural tools, museum mediation.

UDC [316.7:069]:004

THE LATEST TECHNOLOGIES AS A SOCIO-CULTURAL TOOL OF MODERN MUSEUM REPRESENTATION

Vilchynska Iryna – D. Sc. in Political studies, professor,
Kyiv National University of Culture and Arts

Sviatnenko Anna – PhD in Historical Sciences, Associate Professor,
National Academy of Culture and Arts Management, Kyiv

Gubina Oleksandra – Master's student of the Department of Art
Management and Event Technologies, National Academy of Culture and Arts Management, Kyiv

The urgency of the problem. Researching the socio-cultural practices of museums using digital technologies, in particular audiovisual resources for the presentation of collections and exhibitions, will make it possible to determine which technologies are most popular and effectively engage museum visitors, which audiovisual resources best meet their needs, including in the context of promoting social integration and participation different population groups in socio-cultural life.

The scientific novelty of the study of problems in the analysis of the use of audiovisual and interactive resources for the representation of modern museum space.

The research methods are conditioned by the provision of a complex interdisciplinary study of the museum's socio-cultural activities in the conditions of digitalization. This requires an inclusive combination of general scientific (analysis, synthesis, generalization, etc.) and special methods integrated with cultural studies, museology, history, sociology, management.

Practical meaning of work. A systematic study of the activities of museums in the conditions of digitization will make it possible to develop practical recommendations for the implementation of virtual, audiovisual and interactive technologies in the space of a specific museum.

Key words: museum space, digital technologies, socio-cultural tools, museum mediation.

Надійшла до редакції 14.09.2023 р.

УДК 004.896+004.5

ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ОСНОВА ФОРМУВАННЯ DIGITAL ANTHROPOLOGY

Тормахова Анастасія Миколаївна – кандидат філософських наук, доцент,
Київський національний університет ім. Т. Шевченка, м. Київ
<https://orcid.org/0000-0001-7178-850X>
DOI <https://doi.org/10.35619/ucpmk.v47i.721>
tormakhova@ukr.net

Розглянуто роль цифрових технологій, що органічно увійшли в різні аспекти сучасного життя – від медицини та освіти до економіки та культури. Відзначено, що вони полегшують комунікацію, пошук даних і створення цифрових копій реальних об'єктів, що ілюструє їхній масштабний вплив. Окреслено, що термін «цифрові технології» охоплює широкий спектр електронних інструментів, що слугують основою для численних інновацій і суттєво впливають на повсякденне життя. Підкреслено, що цифрові технології трансформували світ мистецтва, адже виникли нові мистецькі об'єкти, спостерігається цифровізація музею. У сфері медицини цифрові технології відіграють ключову роль, уможливаючи дистанційні консультації, електронні медичні записи, впровадження передових методів візуалізації, використання робототехніки та 3D-друку. Визначено використання цифрових технологій у впровадженні автономних транспортних засобів, керування яким покладається на штучний інтелект. Мовні моделі OpenAI, такі як чат GPT, пропонують різноманітні можливості, як аналіз даних, написання наукових робіт і кодування, допомагаючи дослідникам у різних галузях. Технології розпізнавання облич на основі ШІ покращують програми безпеки завдяки виявленню та розпізнаванню облич у режимі реального часу. В статті підкреслено, що розширення соціальних мереж переосмислило комунікацію, долаючи кордони і створюючи виклики, пов'язані з якістю інформації та етикою в нашому оцифрованому і глобалізованому світі.