

І за ці кошти, одержані в результаті активної культурно-дозвіллевої діяльності, сам парк значно змінився. Сьогодні жоден бюджет міста та й держави загалом для нормальної підтримки його не витримає. Це можна сказати і про чимало кількість театрів, відкритих останнім часом у провінційних містах країни, підтримувати які не може жоден муніципальний бюджет, а державний також не знає, як звести кінці з кінцями. Так само, відродити хоча б частково замкову мережу краю за державний кошт узагалі не можливо, враховуючи лише витрати на розробку дозвільної чи загалом проектно-реставраційної документації. Це може зробити лише бізнес, якщо він бачитиме у цьому і свій зиск.

Чому маса населення переміщується на значні відстані, витрачаючи чималі кошти, щоб переконатися в тому, що "...тут стояла Нефертіті, а тут вона комусь, щось розповідала".... І подібних прикладів можна навести безліч. Але там під культурний чинник підведено потужну інфраструктуру готельно-ресторанного бізнесу.

Інакше кажучи, "бізнес – менеджмент – культурний продукт" – ця та тріада, на якій тримається уся культурна сфера цивілізованого світу. А Україна вже чимало років обрала не соціалістичний шлях розвитку. Тому й зивкати треба до дії вже інших економічних законів, згідно з якими і переформатовувати власну діяльність, а не чекати коштів від держави. У такій кількості у цієї ж держави їх немає і ніколи не буде.

Одним словом, галузь культури сьогодні надзвичайно повільно перебудовує своє ставлення до того, що вона має, а відповідно – і втрачає кошти, які могла б заробити, маючи такий культурний потенціал чи продукт, який, приміром, є на Рівненщині. І триматися подалі від бізнесу – не розумно. Він на те і бізнес, щоб заробляти гроші, і все одно знайде предмет заробітку. Шкода лише, що наш культурний потенціал може так і залишитися не презентованим широкому загалу!

Література

1. Ариарский М. А. Прикладная культурология / М. А.Ариарский. – СПб., 1999. – 545 с.
2. Мальчин Ю. Интеллектуальне та кадрове забезпечення місцевого та регіонального розвитку. Інноваційні механізми місцевого та регіонального розвитку / Ю. Мальчин. – К., 2002.
3. Марченко В. В. Культурно-дозвіллева сфера в умовах сьогодення (КЗ "Рівненський обласний центр народної творчості" Рівненської обласної ради – 75) / Марченко В. В., Виткалов С. В. // Народна творчість Рівненщини, 2015. – № 4. – С.4-9.
4. Нариси української популярної культури / за ред. О. Гриценка. – К., 1998.
5. Україна: друга половина ХХ століття: Нариси історії / П. П. Панченко, М. Р. Плющ, Л. А. Шевченко та ін. – К., 1997. – 352 с.

References

1. Ariarskii M. A. Prikladnaia kul'turologiia / M. A.Ariarskii. – SPb., 1999. – 545 s.
2. Malchyn Yu. Intel'ektualne ta kadrove zabezpechennia mistsevoho ta rehionalnoho rozvytku. Innovatsiini mekhanizmy mistsevoho ta rehionalnoho rozvytku / Yu. Malchyn. – K., 2002.
3. Marchenko V. V. Kulturno-dozvillieva sfera v umovakh sohodennia (KZ "Rivnenskyi oblasnyi tsentr narodnoi tvorchosti" Rivnenskoï oblasnoi rady – 75) / Marchenko V. V., Vytkalov S. V. // Narodna tvorchist Rivnenshchyny, 2015. – № 4. – S.4-9.
4. Narysy ukrainskoï populiarnoi kultury / za red. O. Hrytsenka. – K., 1998.
5. Ukraina: druha polovyna XX stolittia: Narysy istorii / P. P. Panchenko, M. R. Pliushch, L. A. Shevchenko ta in. – K., 1997. – 352 s.

УДК 74.01/09

Михалевич Віктор Вадимович

кандидат культурології, доцент кафедри основ архітектури та дизайну Інституту аеропортів Національного авіаційного університету
e-mail: bulti1@rambler.ru

РОЛЬ ІНТЕРНЕТУ В РОЗВИТКУ ХУДОЖНЬОЇ КУЛЬТУРИ ТА СУЧАСНОГО АРТ-РИНКУ

У статті розглядається віртуальна мережа як місце, де відбуваються зміни в культурному житті суспільства, а також її вплив на сучасну художню культуру. Проаналізовано приклади, коли медіа відіграють важливу роль у розвитку галерей, музеїв, приватних колекцій та у творчій спільноті. Наведено переваги та недоліки використання віртуальної мережі в мистецькій сфері. Зазначається зв'язок художника, інтернету та суспільства. Висвітлюються засоби, якими користуються віртуальні аукціони, галереї та музеї. Порівнюється традиційний арт-ринок та його аналоги онлайн. Наведено електронні адреси, особливості та можливості найпопулярніших арт-ресурсів.

Ключові слова: інтернет, арт-ринок, аукціон, галерея, мистецтво, художня культура.

Михалевич Виктор Вадимович, кандидат культурології, доцент кафедри основ архітектури і дизайну Інституту аеропортів Національного авіаційного університету

Роль інтернету в розвитку художественної культури і сучасного арт-ринку

В статті розглядається віртуальна мережа як місце, де відбуваються зміни в культурному житті суспільства, а також її вплив на сучасну художественну культуру. Проаналізовані приклади, в яких медіа грають важливу роль у розвитку галерей, музеїв, приватних колекцій і в творчій середі. Приводяться переваги і недоліки використання віртуальної мережі в художественній сфері. Згадується зв'язок художника, інтернету і суспільства. Освітлюються засоби, якими користуються віртуальні аукциони, галереї і музеї. Порівнюється традиційний арт-ринок і його аналоги онлайн. Приводяться електронні адреси, особливості і переваги популярних арт-ресурсів.

Ключові слова: інтернет, арт-ринок, аукцион, галерея, мистецтво, художественна культура.

Viktor Mykhalevych, PhD in cultural studies, associate professor of the Department of Architecture and Design of National Aviation University

Role of the Internet in the development of artistic culture and modern art market.

This article examines the virtual network as a place where there is a change in the cultural life of the community and its impact on modern culture. Analyzed examples where the media plays an important role in the development of galleries, museums, private collections and the creative community. The article presents the advantages and disadvantages of using a virtual network in the artistic field. Noted the relationship of the artist, the Internet and society. Highlights the means used by the virtual auctions, galleries and museums. Compared to the traditional art market and its analogs online. The article presents the e-mail addresses, features and possibilities of popular art resources.

Keywords: Internet, art market, auction, gallery, art, culture.

Сьогодні стає зрозуміло, що одним з найбільших досягнень цифрових технологій з кінця ХХ – на початку ХХІ століття є інтернет, що визначає майбутнє комунікацій. Поки він замикає такі наукові досягнення, як фотографія, радіо, кіно та телебачення. Мистецтво дуже чітко накладається на концепцію та ідеологію мережі, як суспільства без кордонів та відстаней. З кожним роком найрізноманітніші сфери життя потрапляють в інтернет-площину. Ця тенденція не оминула і мистецтво.

Питання інтернету в культурі досліджувалося у працях В. А. Висоцької, Ю. В. Ришковця, О. Г. Рутковського. У праці "Проектування та реалізація інтелектуальних інформаційних систем Інтернет-аукціону" В. А. Висоцькою проаналізовано основні проблеми електронної комерції в сфері інтернет-аукціонів і запропоновано методи вирішення цих проблем [1]. Ю. В. Ришковцем у праці "Побудова віртуальних галерей за інтересом користувача" запропоновано методи пошуку творів мистецтва в мережі Інтернет, а також методи побудови веб-галереї цих творів [6]. В "Українському словнику-довіднику екранних медіа" О. Г. Рутковським подано лексикон сучасних медіа та інтернету та висвітлено їх соціальні функції [7].

На нашу думку, актуальною залишається проблема впливу інтернету на сучасний арт-ринок, на розвиток мистецтва та його роль у культурному середовищі.

У класичному музеї мистецтво, що у ньому представлено, має, в хорошому сенсі, "консервований" стан. Воно має певні визнані історично-естетичні рамки. З сучасним мистецтвом інакше. Воно є більш залежним від простору, де експонується. Куратори обирають певні рекламні прийоми для більшого ефекту, і якщо конкретний художній твір не вкладається в загальну концепцію, він не виставляється. Навіть якщо цей твір є цікавим сам по собі. І тут художник бачить вихід у віртуальному середовищі. У цьому є плюси і мінуси. Звичайно, в класичному розумінні є художник, галерея, публіка. Прямий контакт з мистецтвом має великий ефект і значення. Але в інформаційному суспільстві публіка все більш черпає інформацію з інтернету, і мистецтво тут не є виключенням. Тобто сучасний художник може не обмежувати свою творчість стінами галерей та музеїв.

З розвитком інтернету середовище музею чи галереї часто замінює віртуальний простір, де місце вистачає усім бажаним. У мережі може розміститися "будь-яке мистецтво". Це не залежить від техніки виконання твору. Тобто інтернет дає можливість показати публіці все те, що користувачі вважають цікавим. Звичайно, що більша частина цієї творчості не несе художню цінність, а тільки задовольняє творчі амбіції авторів. Тобто це така собі глобальна народна творчість. Але унікальність цього полягає у тому, що інтернет усіх ставить практично в однакові соціальні умови. Наприклад, любитель може опублікувати свою творчість у Facebook так само як і професійний художник. Зрозуміло, що у них буде різна аудиторія, але не факт, що творчість любителя, якщо вона справді цікава, перегляне менше користувачів мережі Інтернет ніж твори професійного художника. Отже, інтернет дає потужний старт для розвитку художника. Користувачі соціальних мереж не платять за оренду приміщення галерей чи музеїв, не влаштовують фуршети, але так само спілкуються та обмінюються досвідом.

Традиційний галерейний бізнес у всьому світі зараз під питанням. Як стверджує російська художниця та галерист Айдан Салахова (Айдан галерея): "Настала нова епоха – епоха Інтернету. Тому ми повинні орієнтуватися на нові тенденції медійності – присутність в Інтернеті, соціальних мережах та СМІ" [8].

Якщо приблизно уявити кількість людей, що прийдуть на художню виставку і порівняти це з кількістю переглядів цієї ж виставки у інтернеті, то віртуальний перегляд буде більший в рази. Звичайно, що це залежить від реклами та популярності художника, але у наш час зручність користування мережею Інтернет виступає на перший план. Більш того, прихильники мистецтва самі стають піарщиками: вони діляться гіперпосиланнями, фото, відео матеріалами в соціальних мережах, обго-

ворюють те, що сподобалося і чому. Це все не має просторових та часових меж, бо воно у віртуальному просторі.

За допомогою інтернету художник може продавати своє мистецтво без посередників, наприклад, на таких сайтах, як Deviant Art (<http://www.deviantart.com>), Artbreak (<http://www.artbreak.com>), Art Brokerage (<http://www.artbrokerage.com>), eBay (<http://www.ebay.com>), Amazon (<http://www.amazon.com>), Saatchi Online (saatchionline.com) та на багатьох інших.

Невідомим авторам складно продавати свої роботи серйозним колекціонерам за високу ціну через інтернет. Як правило, це поки робиться через галереї традиційним способом, де відсутній фактор ризику.

Ми можемо стверджувати, що такий перебіг подій має тимчасовість. Імениті галереї навряд розмістять на своєму сайті твори невідомого майстра. Але це питання зараз стає більш суперечливим. Якщо проаналізувати сайти галерей та їх же посилання у соціальні мережі, такі як Twitter, Facebook, або переглядачі фото та відео Instagram та Youtube, то стає зрозумілим, що соціальні віртуальні площадки мають перевагу. Це пояснюється тим, що глядачі мають більш схожі умови, що і автори творів, для яких відкривається можливість безмежного спілкування з своїми прихильниками. Треба підкреслити, що для художників, які не співпрацюють з будь-якою галереєю, можливість показувати своє мистецтво у соціальних мережах є не поганою альтернативою.

Сьогодні більшість існуючі галерей та музеїв мають свої сайти, де висвітлено постійні та тимчасові експозиції. На цих сайтах ми можемо подивитися каталоги творів, ознайомитись з біографією та творчістю художників і навіть мати віртуальну екскурсію по виставкових залах. Більш того, багато сайтів від галерей та музеїв пропонують різні заходи: лекції, майстер-класи, виставки, перформанси, онлайн-конференції. Також ми можемо скористатися сайтом для замовлення та покупки творів мистецтва.

Як приклад наведемо адреси сайтів найпопулярніших галерей та музеїв світу, що не один рік мають свої електронні ресурси: Лувр – Париж, Франція (<http://www.louvre.fr>), Музей Метрополітен – Нью-Йорк, США, (<http://www.metmuseum.org>), Лондонська Національна галерея – Великобританія (<http://www.nationalgallery.org.uk>), Національна галерея мистецтва – Вашингтон, США (<http://www.nga.gov/content/ngaweb.html>), Художня галерея Амброзіана – Мілан, Італія (<http://www.ambrosiana.eu/jsp/index.jsp>), Національна пінакотекка Брера – Мілан, Італія (<http://www.brera.beniculturali.it>), Дрезденська картинна галерея – Німеччина (<http://www.skd.museum>), Державна Третьяковська галерея – Москва, Росія (<http://www.tretyakovgallery.ru>), Ермітаж – Санкт-Петербург, Росія (<http://www.hermitagemuseum.org>).

Корисними є інтернет-ресурси де творчі люди можуть не тільки черпати інформацію про мистецтво, а й робити свою віртуальну виставку, або портфоліо. Наприклад, відомий російський сайт Artlib (<http://www.artlib.ru>), де є бібліотека з образотворчого мистецтва, форум, та можливість створювати авторські галереї для художників та колекціонерів. Або дизайнерів – американський Coroflot (<http://www.coroflot.com>), де залишають свої портфоліо дизайнери з всього світу.

Одвічною проблемою музеїв було зберігання великих архівів до своїх колекцій. Мається на увазі не тільки записи про авторство та рік виконання твору, а експертиза, атрибуція, історія твору, що підкріплюється документами та фотодокументами. Звичайно, що в ідеалі такий архів повинен бути на кожен твір мистецтва і це дуже рутинна задача. Але з розвитком комп'ютерних технологій є можливість формування електронних баз даних. Більш того все це можна переглядати через інтернет-ресурси музеїв. Електронний архів одного твору може мати безліч посилань на творчість автора та електронні архіви інших музеїв, приватних колекцій і т. д. Це дає безцінну можливість для вивчення каталогів мистецтва, що пов'язані через мережу.

Найбільші американські художні музеї мають обширні онлайн-бібліотеки: Метрополітен музей (<http://www.metmuseum.org>), музей Гугенхайма (<http://www.guggenheim.org/new-york>) та музей Гетті (<http://www.getty.edu>). Окремо від музейних ініціатив стоїть просвітницький проект Google (<https://www.google.com/culturalinstitute/project/art-project>), що дозволяє мати віртуальну екскурсію залами найбільших музеїв світу. Українські онлайн-проекти присвячені сучасному та традиційному мистецтву та культурі як способу життя: IZIN (<http://izin.com.ua/about>), Prostir.museum (<http://prostir.museum/ua/topic/ProMuseum>), AZH (<http://www.azh.com.ua>) та ін.

З'являються такі корисні інтернет-проекти для шанувальників образотворчого мистецтва, такі, як Wikiart (www.wikiarte.com), що є електронною візуальною арт-енциклопедією. Такі сайти можуть вміщувати тисячі біографій художників, фото матеріали їхніх творів та різні корисні посилання, наприклад, у Wikipedia. Перевагою цих проектів є можливість обрання потрібної мови, що розширює аудиторію користувачів.

Особливий акцент треба зробити на зображення творів у мережі. Значимо, що якісне зображення має великі розміри. Багато прохідних інтернет-ресурсів надають не дуже чітке зображення. Це може бути пов'язано або з непрофесійністю, або з дотриманням правил безпеки від піратства. Але з розвитком швидкості інтернету ця проблема практично вирішена. Тобто споглядач може через мережу замовити та завантажити якісну репродукцію і зробити першу умовну оцінку твору. Наприклад, за допомогою Google Art Project (www.googleartproject.com) можна знайти оцифровані роботи з високою роздільною здатністю, а також пройтися по віртуальній галереї (функція працює за принципом "street view" в Google Maps). На цьо-

му сайті кожний користувач може створювати особисті віртуальні галереї, збираючи до них картини з різних музеїв. Також присутній розділ для викладачів "Освіта" з прикладами для студентів.

Новим етапом у світі мистецтва стало проведення Biennale Online – перша виставка сучасного мистецтва, що проходить виключно в інтернеті. Для того щоб "побувати" на онлайн-бієнале, достатньо лише зареєструватися. Кожен може пройтись залами віртуальної виставки, знайти за допомогою додатків потрібного художника, художню техніку, регіон і т.д., а потім переглянути роботу у збільшеному масштабі (www.artplus.com).

Також не можна забувати про гранти. Раніше художнику знайти грант було практично не реально. Але з розвитком інтернету все більше з'являється можливість отримати потрібний грант на творчість. Сьогодні це можуть бути як вітчизняні так і закордонні спонсори: різні фонди при музеях, галереях, університетах та меценати. Головне це те, що доступ до інформації поширюється в основному через інтернет. Художник зв'язується онлайн з потрібною інституцією, висилає свої роботи та мотиваційного листа, обговорює деталі, наприклад, через Скайп, може брати участь у різних відбірних конкурсах, а потім отримує результат. Звичайно, що це все швидше і зручніше, ніж традиційною поштою.

Дуже велику користь від інтернету мають аукціони. Однією з проблем проведення традиційних аукціонів завжди були витрати на організацію та проведення у визначеному місці і в певний час. Для інтернет-аукціону це не є проблемою. Сьогодні не обов'язково бути присутнім на торгах для того щоб придбати твір мистецтва. Достатньо зареєструватися на сайті аукціону і в онлайн-режимі з будь-якої точки світу купувати мистецтво. Так покупець може паралельно порівнювати ціни, бронювати твори мистецтва, радитись і приймати рішення, не виходячи з дому.

В інтернет-аукціоні ("онлайн аукціон") момент закінчення, на відміну від традиційних аукціонів, заздалегідь призначається самим продавцем під час постановки товару на торги. У звичайних ж аукціонах боротьба йде до того часу, поки підвищуються аукціонні ставки. Після закінчення інтернет-аукціону покупець має переказати гроші продавцю по безготівковому розрахунку, а продавець зобов'язаний вислати товар покупцю поштою. Кордони можливої пересилки товару вказуються самим продавцем заздалегідь.

Такий комп'ютеризований арт-ринок у світі має багато переваг. По-перше, зручність: колекціонери не витрачають час на перельоти, поїздки та пошуки потрібного твору мистецтва і можуть паралельно займатися іншими справами. Тобто вони стають більш незалежні. По-друге, інформативність інтернет-ресурсів галерей та аукціонів: клієнт може шукати архіви у електронних каталогах, переглядати рецензії, акти експертиз, новини світового арт-ринку та ін. По-третє, дуже важливою складовою інтернету для аукціонів та галерей є можливість проведення online конференцій та форумів. Це дає можливість у реальному часі ділитися інформацією про конкретний твір мистецтва та його вартість, спостерігати за коливаннями ціни, прогнозувати події на арт-ринку.

Формування атмосфери довіри на онлайн-аукціонах передбачає:

- наявність рейтингової системи кредитоспроможності продавців;
- незалежну перевірку (верифікацію) дійсності відомостей, надаваних покупцями й продавцями;
- страхування проти шахрайства;
- проведення угод через рахунки типу "ескроу" (escrow) (умовні документи, які стають документами повної дії після виконання певних умов) для забезпечення поставок оплаченої продукції. Платежі надходять рахунки "ескроу" й переправляються продавцеві після того, як товар доставлено покупцеві;
- заборона доступу на аукціон продавцям, що роблять запит на поставку власної продукції для імітації підвищеного інтересу;
- заборона доступу на аукціон покупців, які раніше виграли аукціон, але не завершили угоду платежем.

Варто мати на увазі, що для онлайн-аукціону придатні не всі товари. Важливо відзначити, що на успішно функціонуючих сайтах-аукціонах границя між бізнесом і задоволенням стає розмитою [2].

Найбільшим інтернет-аукціоном у світі є "eBay", заснований у Каліфорнії, що має оборот кілька угод на день. Серед російських інтернет-користувачів найбільшою популярністю користуються такі аукціони, як Molotok (www.molotok.ru), Meshok (www.meshok.ru), Gelos (www.gelos.ru). Українці віддають перевагу аукціонам Kopeikoff (www.kopeikoff.com), Auction.ua (www.auction.ua), нумізмати і фалеристи користуються Violity (<http://auction.violity.com>). Останнім часом популярними стають так звані скандинавські аукціони, привабливість яких пояснюється низькою стартовою ціною товарів. У Великобританії великою популярністю користується аукціон Swoopo (www.swoopo.co.uk). У Фінляндії популярний аукціон Fiksuhuuto (www.fiksuhuuto.fi), а в Естонії Sendioksjon (www.sendioksjon.ee). Великою популярністю серед інтернет-користувачів є інтернет-аукціони, на яких ставку можна зробити у вигляді SMS-повідомлення. Різні онлайн-ринки мистецтва мають свої особливості. Наприклад, інтернет-ресурс Artsy (www.artsy.net) створювався для колекціонерів. Тут представлені експонати з ведучих галерей та приватних колекцій. Особливістю сайту є те, що користувач має можливість знаходити не тільки необхідне, але й твори мистецтва з аналогічними характеристиками. Технологія "VIP Art Fair" дозволяє відчути себе справжнім клієнтом при буквальній імітації ринкового простору з планами галерей, з можливістю зв'язку з співробітником за допомогою чату або Skype та напряму придбати роботу. Цікавою особливістю є участь у цьому проєкті реальних статусних галерей: White Cube, Gagosian, Hauser & Wirth, David Zwirner.

Завдяки інтернету виникає потужна конкуренція у мережі між такими аукціонними домами- "гігантами", як Sothbey's (<http://www.sothebys.com>) і Christie's (<http://www.christies.com>). Ці аукціони дозволяють своїм зареєстрованим клієнтам робити ставки через інтернет. Але після того, як Christie's вклав п'ятдесят мільйонів доларів в онлайн-бізнес, Sothbey's оголосив разом з eBay про відкриття площадки для онлайн-трансляції нью-йорських торгів Sothbey's у всьому світі. Наступним етапом співпраці стане розміщення лотів Sothbey's на eBay для продажу виключно онлайн. За прогнозами, інтернет-продажі творів мистецтва в найближчий час будуть тільки зростати.

Звичайно, що реальний контакт з твором мистецтва остаточно не заміниться віртуальним. Особливо коли справа заходить про дуже цінні лоти колекційного мистецтва, наприклад, антикваріату. У цьому випадку "полювання на твір мистецтва" може здійснюватися роками і навіть десятиліттями. Відбуваються консультації з мистецтвознавцями-експертами, навіть проводяться власні експертизи для того щоб переконатися у автентичності даного твору. Тобто без залучення професіоналів жодна серйозна угода не проходить. Звичайно, що імениті аукціони мають своїх спеціалістів, що надають гарантії справжності мистецтва. Але навіть у цих випадках колекціонери залучають незалежних експертів. Звичайно, все це зробити через інтернет неможливо.

Треба зазначити, що перегляд сучасного мистецтва онлайн відрізняється від цієї ж процедури з антикваріатом. Хоча атрибуція, як правило, зазначена на веб-сторінці сучасного твору, але вона, по суті, для інтернет-покупця є недостатньою. Особливо якщо клієнт не знайомий особисто з творчістю автора. Це ускладнює процес покупки і може в результаті розчарувати. Справа у тому, що сучасне мистецтво часто виглядає більш яскраво в медіа, особливо у віртуальній мережі, ніж в реальності. Воно не перевірено часом, критикою, не затримувалося у стінах галерей, музеїв та власних колекціях. Ефект першого враження в інтернеті може бути оманливим. Особливо якщо цей твір виконано не класичними матеріалами, а в різних формах Contemporary. Наприклад, інсталяція, відео-арт, галограми та в інших сучасних формах мистецтва. Інша справа з традиційним мистецтвом. Як правило, покупець знайомий з творчістю автора, стилем та технікою. Антикваріат має історію у вигляді багаторазово опублікованих каталогів та рецензій мистецтвознавців та арт-критиків. Це полегшує придбання мистецтва онлайн. З іншого боку, на відміну від антикваріату, перевага покупки не дуже відомого сучасного мистецтва через інтернет полягає у тому, що зменшуються ризики купити підробку. Особливо якщо автор твору живий. Хоча, звичайно, легше підробляти саме сучасне мистецтво, бо воно, як правило, виконано сучасними матеріалами і техніками. Тому в будь-якому разі необхідна експертиза.

Можна констатувати, що віртуальна мережа стає новим місцем існування культури. Сучасні медіа відіграють важливу роль у творчому розвитку особистості: дозволяють художникам досягнути незалежності від кураторів, отримати прямий доступ до електронних архівів музеїв та інформації з приватних колекцій та галерей.

На сьогодні інтернет – це найдешевший, найшвидший та найзручніший спосіб показати свою творчість. Він надає можливість розміщати та розробляти творче портфоліо, шукати замовників творів мистецтва, гранти, брати участь у міжнародних проектах та конкурсах. Усе це дає потужний старт для розвитку художника.

Інтернет – це неосяжне поле для сучасного арт-ринку, завдяки якому виникає потужна конкуренція між аукціонами, галереями, колекціонерами, художниками, арт-дилерами, колекціонерами. Велику користь від інтернету мають сучасні аукціони, які стали більш зручними, динамічними та комунікабельними. Завдяки віртуальній мережі музеї та галереї мають можливість формувати онлайн-бібліотеки, архіви та віртуальні виставки, проводити онлайн-конференції та лекції, що дають змогу вивчати мистецтво дистанційно.

Література

1. Висоцька В. А. Проектування та реалізація інтелектуальних інформаційних систем Інтернет-аукціону / В. А. Висоцька, А. В. Овчаренко, Л. В. Чирун // Вісн. Нац. ун-ту "Львів. політехніка". – Л.: Львів. політехніка, 2008. – № 610. – С. 70-84.
2. Інтернет-аукціон [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://uk.wikipedia.org/wiki/Інтернет-аукціон>.
3. Никитина А. Медиаарт: искусство в сети [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.psychologies.ru/events/internet/_article/mediaart-iskusstvo-vseti.
4. Ришковець Ю. В. Аналіз особливостей відвідування Веб-галерей з урахуванням поведінки користувача / Ю. В. Ришковець, П. І. Жежнич // Радиоэлектроника и информатика. – 2012. – № 2. – С. 90-93.
5. Ришковець Ю. В. Моделювання інформаційних потреб користувача Веб-галереї / Ю.В. Ришковець, П.І. Жежнич // Штучний інтелект. – 2011. – № 1. – С. 236-242.
6. Ришковець Ю.В. Побудова віртуальних галерей за інтересом користувача / Ю.В. Ришковець, В.В. Литвин, П.І. Жежнич // Зб. наук. праць НАН України, Ін-т пробл. модел. в енергетиці ім. Г. Є. Пухова. – К.: Інститут проблем моделювання в енергетиці НАН України ім. Г.Є.Пухова, 2009. – Вип. 51. – С. 159-166.
7. Рутковський О. Г. Український словник-довідник екранних медіа: лексикон кіно, телебачення, відео та Інтернету / О. Г. Рутковський. – К. : ІМФЕ ім. М. Т. Рильського НАН України, 2007. – 302 с.
8. Хачатуров С. Современное искусство готово встраиваться в Интернет [Електронний ресурс] / С. Хачатуров // Московские новости. – 2014. – №664(664). – Режим доступу: <http://www.mn.ru/culture/20120424/316432626.html>.

References

1. Vysotska V. A. Proektuvannia ta realizatsiia intelektualnykh informatsiinykh system Internet-auksionu / V. A. Vysotska, A. V. Ovcharenko, L. V. Chyrun // Visn. Nats. un-tu "Lviv. politehnika". – L.: Lviv. politehnika, 2008. – № 610. – S. 70-84.
2. Internet-auksion [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <http://uk.wikipedia.org/wiki/Internet-auksion>.
3. Nikitina A. Mediaart: iskusstvo v seti [Elektronnii resurs]. – Rezhym dostupu: www.psychologies.ru/events/internet/_article/mediaart-iskusstvo-vseti.
4. Ryshkovets Yu. V. Analiz osoblyvostei vidviduvannia Veb-halerei z urakhuvanniam povedinky korystuvacha / Yu. V. Ryshkovets, P. I. Zhezhnych // Radyoelektronika y ynformatyka. – 2012. – № 2. – S. 90-93.
5. Ryshkovets Yu. V. Modeliuvannia informatsiinykh potreb korystuvacha Veb-halerei / Yu.V. Ryshkovets, P.I. Zhezhnych // Shtuchnyi intelekt. – 2011. – № 1. – S. 236-242.
6. Ryshkovets Yu.V. Pobudova virtualnykh halerei za interesom korystuvacha / Yu.V. Ryshkovets, V.V. Lytvyn, P.I. Zhezhnych // Zb. nauk. prats NAN Ukrainy, In-t probl. model. v enerhetytsi im. H. Ye. Pukhova. – K.: Instytut problem modeliuvannia v enerhetytsi NAN Ukrainy im. H.Ye.Pukhova, 2009. – Vyp. 51. – S. 159-166.
7. Rutkovskiy O. H. Ukrainskyi slovnyk-dovidnyk ekrannykh media: leksykon kino, telebachennia, video ta Internetu / O. H. Rutkovskiy. – K. : IMFE im. M. T. Rylskoho NAN Ukrainy, 2007. – 302 s.
8. Khachaturov S. Sovremennoe iskusstvo gotovo vstraivat'sia v Internet [Elektronnii resurs] / S. Khachaturov // Moskovskie novosti. – 2014. – №664(664). – Rezhim dostupu: <http://www.mn.ru/culture/20120424/316432626.html>.

УДК 316.722(477) : 303.02

Садовенко Світлана Миколаївна

кандидат педагогічних наук,
доктор філософії (PhD), доцент, с.н.с.,
заступник директора з науково-технічної роботи
Українського центру культурних досліджень
Міністерства культури України,
професор кафедри теорії, історії культури
і музикознавства Національної академії
керівних кадрів культури і мистецтв
e-mail: svetlanasadovenko@bigmir.net

**КЛУБНІ ЗАКЛАДИ ЯК ВАЖЛИВИЙ ЧИННИК
СТАНОВЛЕННЯ І РОЗВИТКУ КУЛЬТУРИ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ:
ФУНКЦІЇ ТА ФОРМИ ДІЯЛЬНОСТІ**

У статті проаналізовані клубні заклади як важливий фактор становлення і розвитку культури регіонів України, осмислюється їх роль, функції та форми діяльності. Підкреслюється, що сьогодення диктує нові умови функціонального призначення клубу та змістовності його роботи у духовному житті сучасного суспільства. Наголошується, що особливої уваги з боку держави, органів місцевого самоврядування та всього суспільства потребує розвиток культури у сільській місцевості. Зроблено висновок, що, попри наявні успіхи, творчі досягнення і різноманітні напрацювання в клубній галузі, в індустрії дозвіллевого простору потрібні зміни.

Ключові слова: клубні заклади, обласні центри народної творчості (ОЦНТ), регіони України, клубні формування, культурно-мистецькі заходи, мистецьке аматорство.

Садовенко Светлана Николаевна, кандидат педагогических наук, доктор философии (PhD), доцент, старший научный сотрудник, заместитель директора по научно-технической работе Украинского центра культурных исследований Министерства культуры Украины, профессор кафедры теории, истории культуры и музыковедения Национальной академии руководящих кадров культуры и искусств

Клубные учреждения как значимый фактор становления и развития культуры регионов Украины: функции и формы деятельности

В статье проанализированы клубные заведения как важный фактор становления и развития культуры регионов Украины, осмысливается их роль, функции и формы деятельности. Подчеркивается, что нынешняя ситуация диктует новые условия функционального назначения клуба и содержательности его работы в духовной жизни современного общества. Отмечается, что особого внимания со стороны государства, органов местного самоуправления и всего общества требует развитие культуры в сельской местности. Сделан вывод, что, несмотря на имеющиеся успехи, творческие достижения и различные наработки в клубной сфере, в индустрии досугового пространства необходимы перемены.

Ключевые слова: клубные учреждения, областные центры народного творчества (ОЦНТ), регионы Украины, клубные формирования, культурно-художественные мероприятия, художественная самодеятельность.

Sadovenko Svitlana, candidate of pedagogical sciences (Ph.D.), docent, senior researcher, Deputy Director of the scientific and technical work of the Ukrainian Centre for cultural research of the Ministry of culture of Ukraine, associate of the National Academy of Managerial staff of Culture and Arts

Clubs as an important factor formation and development of culture regions of ukraine: function and form of

The article analyzes the club facilities as an important factor in the formation and development of culture regions of Ukraine, interpreted their roles, functions and activities. Emphasizes that the current situation dictate new functional