

МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ  
ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ КУЛЬТУРИ  
ФАКУЛЬТУТ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ І МУЗЕЙНО-  
ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ  
КАФЕДРА ІСТОРІЇ, МУЗЕЄЗНАВСТВА ТА ПАМ'ЯТКОЗНАВСТВА

**Дипломна робота  
магістра**

на тему:

**«Цифрова культурна спадщина як об'єкт музеєфікації.  
Інноваційний проект «Музей інтернет-культури та інтернет-фольклору»**

Виконала студентка 2 курсу  
магістратури денного відділення  
напрямку підготовки 027  
«Музеєзнавство, пам'яткознавство»

**Корнієнко Марина Юріївна**

Керівник: доктор історичних наук,  
доцент

**Тортіка Марія Валеріївна**

Рецензент:

Харків – 2020

## Зміст

<b>Вступ</b> .....	3
<b>Розділ 1. Історична довідка до проекту «Музей інтернет-культури та інтернет-фольклору»</b> .....	11
<b>Розділ 2. Наукова концепція експозиції «Музею інтернет-культури та інтернет-фольклору»</b> .....	23
2.1. Обґрунтування актуальності музейного висвітлення обраної теми на сучасному етапі.....	23
2.2. Ідейний задум, тематична спрямованість та методологічна основа майбутньої експозиції.....	25
2.3. Стисла тематична структура експозиції «Музею інтернет-культури та інтернет-фольклору».....	26
2.4. Наскрізні проблеми експозиції, основні засоби побудови та їх характеристика.....	26
2.5.                   Архітектурно-художній                   образ                   експозиції .....	28
<b>Розділ 3. Проект створення «Музею інтернет-культури та інтернет-фольклору»</b> .....	32
3.1 Анотація .....	32
3.2 Опис проекту .....	32
<b>Висновки</b> .....	40
<b>Список використаних джерел та літератури</b> .....	43
<b>Додатки</b> .....	54

## **Вступ**

### **Актуальність теми**

Кожен період культурного розвитку суспільства характеризується своїми особливостями, які наділяють його певною специфікою. На формування культурних рис нашого часу великий вплив мало виникнення і широке поширення єдиного інформаційного простору – Глобальної мережі. В епоху Інтернету відбулася не тільки віртуалізація спілкування, а й зміна таких культурних явищ, як масове мистецтво та фольклор.

Інтернет-культура постає як одна з найяскравіших субкультур сучасності, яка синтезує всі представлені варіанти розвитку сучасної культури і викликає поглиблений інтерес. Мультимедійна народна творчість в Інтернеті, хоча і наділена низкою характерних, притаманних тільки їй рис, в цілому – залишається фольклором за всіма традиційними ознаками. Інтернет-фольклорні твори породили нові жанри, дещо видозмінилися за формою та змістом, але не змінилися за своєю суттю. Народна творчість в Інтернеті все ще є відображенням епохи, її культурних особливостей, злободенних тем та реалій, у яких живе сучасна людина.

Мистецтво в Інтернеті існує за тими же принципами, що й у світі офлайн. Воно актуалізує питання, які турбують ті чи інші соціальні групи, воно шукає нові інструменти впливу на свідомість користувачів, є рушієм естетичних поглядів і транслятором прогресивних ідей. Форми та жанри творів інтернет-мистецтва дуже динамічні, вони можуть майже необмежено розвиватися і видозмінюватися, – це саме по собі є досить цікавим феноменом, аби зацікавити дослідників культури. Динамічність впливає на культурний контекст, у якому існує інтернет-користувач і через це дуже легко стає не помітити цінності явища, із яким людина безпосередньо контактує кожен день.

Народна творчість не є менш цінною від того, що вона виражається за допомогою мультимедіа. Єдина відмінність таких творів від традиційних – у

середовищі їхнього існування та поширення. У випадку інтернет-фольклору і інтернет-мистецтва – це цифрове середовище. За цією ознакою, весь пласт накопичених творів можна узагальнено назвати цифровою культурною спадщиною.

Сьогодні, Інтернет – дуже швидкозмінюваний простір, у якому більшість процесів відбуваються у реальному часі, через що, значний пласт даних губиться за принципом неактуальності на конкретний момент. Аби ця доля не спіткала інтернет-фольклорні та мистецькі витвори, постає питання про збереження цифрової культурної спадщини, а це – безпосереднє завдання музеєфікації. Сприймаючи цифрове надбання, як частину нематеріальної культури людства, потрібно розробити універсальні методи для музейної роботи із нею. Створення віртуальних архівів та резервних копій – перше, що спадає на думку, утім це лише мала частка того, що доведеться впровадити в музеєфікаційну практику. Дана робота присвячена пошукам новітніх методів роботи із цифровою спадщиною та можливостям їхнього одночасного використання і поєднання із традиційними методами роботи музею.

**Об'єкт вивчення** – мультимедійна народна творчість користувачів Інтернету, як сегмент нематеріальної культурної спадщини.

**Предмет вивчення** – музеєфікаційні аспекти роботи із інтернет-фольклором.

**Хронологічні рамки** визначені часом від впровадження українського домену «.ua» в Інтернеті у 1992 р. – по сьогоднішній день.

**Територіальні рамки** визначені територією сучасної України, а також, російськомовних країн СНД, які є користувачами Рунету.

**Мета:** вивчення феномену інтернет-культури та інтернет-фольклору і їхнє відображення музейними засобами.

**Завдання:**

- проаналізувати наукові джерела та літературу з теми;
- розглянути способи музейного висвітлення теми;

- дослідити існуючий вітчизняний і зарубіжний досвід використання віртуальних експонатів та проектування віртуальних музеїв і виставок;
- розробити наукову концепцію експозиції «Музею інтернет-культури та інтернет-фольклору»;
- розробити проект створення «Музею інтернет-культури та інтернет-фольклору», підготувати грантову заявку.

### **Наукова новизна**

У роботі розширюються значення понять «цифрової культурної спадщини», «віртуальної експозиції», «віртуального експонату», обґрунтовується необхідність їхнього уточнення та доповнення.

Вперше в Україні мультимедійна народна творчість розглядається як об'єкт музеєфікації, розшукуються можливості відтворення цифрового контенту у музейному просторі та за допомогою музейних засобів, здійснюється спроба поєднання класичних методів побудови музейної експозиції із експериментальними доповненнями у площині віртуальної реальності.

### **Література**

Офіційно, антропологія медіа, як наука, формується лише у 2004 р., але дослідження у цій галузі виникають задовго до розповсюдження Глобальної мережі у сучасному розумінні. Ще на початку 1980-х рр. у США виходять перші статті, присвячених аналізу «paperlore-computer art» або «компьютерлору». Їхні автори В. Фокс у дослідженні «Computerized Creation and Diffusion of Folkloric Materials» [28], А. Дандс та К. Р. Петтер в «Urban Folklore from the Paperwork Empire» [26] вперше висвітлюють виникнення нових не-усних форм фольклору, які здатні існувати і поширюватися у цифровому середовищі.

На початку 1990-х рр. їхні ідеї продовжують та розвивають у своїх працях «Tags and Burners, Cycles and Networks: Folklore in the Teleronic Age» [25] Дж. Дорст та Б. Кіршенблат-Джіблер у «The Electronic Vernacular» [29]. Останню, можна назвати чи не першою повноцінною

монографією, присвяченій електронному фольклору. У ній дослідниця виділила кілька специфічних властивостей мережевого фольклору, а саме: динаміку жанрів та їхню перформативну складову (мається на увазі, що мультимедійна творчість схильна до коригувань та трансформацій у режимі реального часу, спираючись на зворотній зв'язок аудиторії).

Досвід роботи із цифровим фольклором на просторах СНД напряму корелює із темпами поширення Глобальної мережі у країнах. За статистичними даними [3] найшвидше ці процеси відбувалися у Росії, тож перші доробки у вигляді нарисів, ретроспективних оглядів, статей, виходять саме тут. З середини 1990-х до середини 2000-х рр., дослідників більш цікавлять лінгвістичні аспекти фольклору, що можна простежити у роботі «Профессиональный миф программистов» [122] К. А. Шумова, у якій аналізується професійний сленг комп'ютерників і поверхово зачіпається тема професійного фольклору, або у доповіді Х. Бар-Іцхак та Л. Фіалкової «Фольклор и компьютер: к постановке проблемы» [37] на Київській міжнародній конференції «Язык и культура» 1996 р., де знову ж таки, акцент робиться скоріше на лінгвістичних конструкціях та специфіці спілкування користувачів, ніж на змісті цього спілкування і його аналізу у площині народної творчості.

Справжньої популярності тема інтернет-фольклору набуває із другої половини 2000-х рр.. Як вже згадувалося, цьому сприяли показники проникнення Глобальної мережі у віддалені міста та села країн СНД та, зокрема, України, у наслідок чого поле досліджень значно розширилося. Збільшилася кількість праць з антропології медіа («Скорость убегания: киберкультура на рубеже веков» М. Дери [50], «Апгрейд в сверхлюди: технологическая гиперэволюция человека в XXI веке» Міщенко А. В. [83], «Реальность 2.0b. Современная история информационного общества» Артюхіна В. В. [34]), у котрих аналізується безпосередньо зв'язок сучасної людини із віртуальним простором, ступінь його впливу на різні покоління, аж до пояснення психологічних і соціальних наслідків цього явища.

Об'єктом досліджень стають, андеграунд-культури або інтернет-субкультури із всіма притаманними їм атрибутами: сленгом (жаргоном), семантикою, візуальною естетикою та лором. Таким чином, роботи, присвячені аналізу хакерської субкультури (М. О. Войцицька «Хакерська субкультура у просторі міфу. Народження нового культурного героя сучасності» [43]) або культури шифропанків (Дж. Ассанж «Шифропанки: свобода и будущее Интернета» [35]), наочно демонструють, як за десятиліття відбувся не тільки стрибок у розвитку загальномережевої культури, а й суттєва її диференціація на окремі, часто, доволі закриті спільноти.

З другої половини 2000-х рр. дослідженням мережевого фольклору виділяється значне місце у культурологічних працях. За підтримки Державного республіканського центру руського фольклору, виходять збірки «Folk-art-net: новые горизонты творчества. От традиции – к виртуальности» [27] (2007 р.) та «Интернет и фольклор» [51, 52, 100, 109] (2009 р.). Це є свідченням того, що мережевий фольклор входить до сфери інтересів все більшого кола дослідників. Серед сучасних найбільш плідних авторів можна назвати М. Д. Алексеевского [32], В. П. Рукомойникову [105, 106], О. Е. Фролову [113, 114] та ін..

На даному етапі свого розвитку, такі молоді галузі, як антропологія медіа, мережева антропологія, мережева фольклористика, знаходяться у фазі активного розвитку і за прогнозами В. А. Мітягіної, Н. А. Карабаня, О. В. Лутовінової [58] та інших дослідників комунікаційних стратегій Інтернету, наступні десятиліття стануть часом активних культурологічних, соціологічних та маркетингових експериментів у Мережі.

До музеєзавчого блоку літератури, використаної у роботі, входять такі класичні праці, як «Основы музейного дела: теория и практика» Л. М. Шляхтіної [119] та «Основы музеєзнавства, маркетингу та рекламно-інформаційної діяльності музеїв» (колектив авторів) [88].

Обумовлене специфікою роботи, доцільним є включення праць, котрі висвітлюють практичний досвід створення віртуальних музеїв. «Принципи

побудови віртуальних музеїв у WWW» за авторством Ю. Ришковець [102] – тезисний огляд головних положень, необхідних для роботи музею у віртуальному просторі із посиланнями на конкретні приклади. Монографія «Виртуальные музеи: типология и функциональная специфика» [79] Т. Е. Максимової містить практичні поради і розглядає цифрове середовище існування музею як простір для експериментів, у тому числі із включенням технологій, які важкорезалізовані або взагалі неможливі у просторі фізичному.

При розробці концепції «Музею інтернет-культури та інтернет-фольклору» були взяті за основу праці з експозиційного проектування Т. П. Полякова «Как делать музей? (О методах проектирования музейной экспозиции)» [94] та «Музейная экспозиция: методы и технологии актуализации культурного наследия» [95], у яких автор описує як класичні методи будівництва, так і оригінальні вирішення для нетипових задач у експозиції. Деякі ідеї семантичного та художнього оформлення були почерпнуті із посібника В. П. Арзамасцева «О семантической структуре музейной экспозиции» [33] та у матеріалах української музеологині І. О. Яковець «Експозиційна діяльність та дизайн експозиції в музеях: особливості сучасного стану в Україні» [126]. Збірка есеїв її авторства «Комунікативно-психологічна складова музейного менеджменту» [127] розкриває деякі аспекти внутрішньої і зовнішньої комунікації та відносини музею із його цільовою аудиторією.

### **Джерела**

Головними історичними джерелами у музейній практиці є колекції предметів. Речові пам'ятки безпосередньо дають свідчення про розвиток інформаційних і комунікаційних технологій в Україні та світі. Деякі із речових джерел були досліджені автором особисто, інші, відомі за фотографіями та музейними каталогами. У даній роботі використані пам'ятки, переважно із колекцій Software and Computer Museum [21] та Європейського віртуального комп'ютерного музею [23].



Серед писемних джерел, використаних при написанні роботи, виділяємо наративні та законодавчі. До наративних варто віднести мемуари програмних розробників, дизайнерів та журналістів, що були безпосередньо причетні до розвитку Глобальної мережі на теренах України та СНД, або були свідками цих процесів і висвітлювали їх із середини своєї закритої спільноти. До джерел цього типу можна віднести збірки спогадів С. Кузнєцова «Ощупывая слона. Заметки по истории русского Интернета» [18] та «Ководство» А. Лебедева [19].

Спроби встановлення державного контролю або введення цензури в Інтернеті були невід'ємною частиною розвитку Мережі протягом всього періоду її існування. На прикладі найрезонанснішого Communications Decency Act [2], введеного у США 1996 р., та низки полемізуючих із ним есеїв розробників-ініціаторів (відома «Декларація Незалежності Кіберпростору» авторства Дж. Перрі Барлоу [12], пізнішого «Маніфеста кіберпанку» [17] та ін.), простежується відношення користувачів до Глобальної мережі, як до простору вільнодумства, альтернативи федеральним ЗМІ та масс-медіа.

Окремо варто виділити групу музейних джерел: афіші виставок та івентів, програми конференцій, сценарії музейних заходів, ідеї яких були частково запозичені або інтерпретовані при розробці авторських комунікаційних заходів [7, 8, 9, 10, 11].

### **Методологія та методи дослідження**

Для опрацювання теми історико-культурного значення цифрової культурної спадщини, у роботі використано комплексний підхід. Опорою дослідження є положення технологічного детермінізму, за якими процес суспільного розвитку залежить від технічного прогресу і підлаштовується під нього на побутовому, ментальному та лексичному рівнях.

Згідно емпіричному спостереженню, відомому сьогодні як Закон Мура, збільшення потужності процесорів комп'ютерів, приблизно з 1975 р. відбувається еспоненціально кожні двадцять-чотири місяці. Цей стрімкий

технічний прогрес став одним із провідних чинників пришвидшення переходу до постіндустріального суспільства.

За даними дослідження «Bigger Digital Shadows and Biggest Growth in the Far East» (International Data Corporation) [1], у 2020 році цифровий всесвіт сягає об'єму 40 зеттабайт. Концепція «Інформаційного буму» приводить дані, що з 1975 р. об'єми виробленої інформації на планеті зростають на 30% щорічно, а вже у 1992 р. термін «інформаційне суспільство» стає масововживаним і фігурує у доповідях Експертної ради Європейської комісії за програмами інформаційного суспільства.

Спираючись на положення соціального детермінізму, наведені факти свідчать про нерозривний зв'язок розвитку цифрових та інформаційних технологій із темпами розвитку суспільства. За визначенням американського футуролога Дж. Несбіта глобалізація і розвиток віртуального простору – є мегатрендами сучасності, а розвинена культура Глобальної мережі стає провідником всіх критеріїв постіндустріального суспільства.

### **Апробація результатів дослідження**

Тема дослідження виносилася на обговорення секції «Історичні та музеєзнавчі питання в сучасному науковому просторі» на Всеукраїнській науково-теоретичній конференції молодих вчених «Культура та інформаційне суспільство XXI ст.», із доповіддю «Етапи становлення та сучасний стан інтернет-фольклору в Україні» (2020 р. Харків) [64]. Результати дослідження «Особливості музеєфікації віртуального простору. Всесвітній досвід» опубліковані у збірці тез Міжнародної наукової конференції «Культурологія та соціальні комунікації: інноваційні стратегії розвитку» (2020 р., Харків) [63] у секції «Історія, музеєзнавство, пам'яткознавство».

**Структура роботи:** Дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновку, списку використаних джерел і літератури та п'ятих додатків (розширена тематична структура експозиції; соціальне опитування; жанрова класифікації інтернет-фольклору; етапи реалізації проекту та бюджету проектної заявки).

## **Розділ 1. Історична довідка до проекту «Музей інтернет-культури та інтернет-фольклору»**

Глобальна мережа є епохальним винаходом ХХ ст.. Її розробкою у 1950-1960 рр. займалися оборонні структури США у співпраці із провідними університетами, переслідуючи цілі підвищення державної безпеки та налагодження комунікації між науковими установами, що не передбачало загальну доступність Мережі. Становище стало змінюватися у 1970-х – початку 1980-х рр., коли з'явилася можливість обмінюватися електронними листами і передавати файли без значної затримки у часі. Це збільшило число користувачів у сотні разів, але все ще не можна було казати про масовість і доступність Мережі. Проблема була у її дуже обмеженому функціоналі. При типі передачі даних з протоколом ТСП/ІР, який використовувався аж до кінця 1980-х рр., обмін інформацією відбувався лінійно, що не мало практичної користі для широких мас.

Важливим є розуміння, яким чином глобальна Мережа взяла курс на масовізацію і коли саме відбулися ті переломні моменти, що зробили Інтернет не тільки технологічним, а й культурним феноменом ХХ ст..

Наприкінці 1980-х рр. двома вченими із ЦЕРНу, – консультантом по програмному забезпеченню Тімом Бернесом Лі та фізиком Робертом Кайо, була розроблена гіпертекстова модель Всесвітньої павутини World Wide Web (www), що поклала початок існування Інтернету у знайомому нам вигляді [18, 9–10]. Сьогодні, гіпертекст, як і майже 30 років тому, базується на «трьох китах»: язику гіпертекстової розмітки документа (html), механізму доступу до сторінок і навігації по ним (протокол http) та спеціального адресного коду, присвоєного кожному гіпертекстовому документу (url). Модель World Wide Web дозволила відносно легко створювати веб-сторінки і поєднувати їх між собою перекресними посиланнями, що сприяло легкому пошуку і навігації. Зручність нової моделі стала першим кроком до масовізації Інтернету.

На період з 1991 по 1994 рр. припадає реєстрація доменів другого порядку для країн СНД (.ru, .ua, .by та ін.), а також, активна діяльність ряду телекомунікаційних компаній та комп'ютерних мереж, що стали постачальниками інтернет-послуг на їхній території, у тому числі, для приватних користувачів, (ДЕМОС, «Релком», ВНППАС, «Спрінт», «Совам Телепорт», «Гласнет», RELARN, РосНИИРОС, FREENET, Fidonet). Таким чином, відбувся остаточний перехід від «юзнету» (децентралізованих локальних мереж із лінійним типом передачі даних у СРСР) до сучасного Інтернету і це стало другим кроком інтеграції пострадянських країн до Всесвітньої павутини.

Приватних користувачів згаданих мереж станом на 1994 р. все ще було мало. У сегменті Рунету, до якого справедливо віднести і українських користувачів, налічувалося менше 1% населення Росії і приблизно 0,1% населення України [4]. Статистичні дані періоду 1991–1994 рр. можуть суттєво різнитися між собою з огляду на те, які критерії враховувалися для визначення понять «користувача» та «сегменту» різними статистичними агенціями. Втім, навіть із поправками на неточність, до початку 2000-х рр. ми спостерігаємо впевнений приріст числа користувачів Інтернету та його проникнення у регіони [3].

Комунікація була однією з основних задач, які покладалися на глобальну Мережу з перших десятиліть свого її існування. Ще у 1980-х рр. в США, де інтернет-технології розвивалися на роки швидше ніж в СРСР, вчені соціологи та лінгвісти почали звертати увагу на мережеву комунікацію, що здійснювалася між співробітниками інституцій не тільки у професійному ключі, а й у форматі неформального спілкування. Тут мали місце професійні жарти, анекдоти, приказки, каламбури тощо. Невеликі ком'юніті вчених, що почали переносити свій професійний гумор і фольклор (які, існували до цього у форматі з уст-в-уста) у Мережу і вигадували нові жанри, що стосувалися безпосередньо вже самої Мережі. Таким чином розвинулося специфічне явище, яке американці назвали «paperlore-computer art» [26, 63].

Ранні форми мережевого фольклору згадуються у працях Б. Кіршенблат-Джіблер та Д. Камбер, де розглядаються як «не-усні форми вербального фольклору». Б. Кіршенблат-Джіблер перша наголосила, що інтернет-фольклорні текстові жанри не є сталими, як у традиційній усній народній творчості, а розглядала їх скоріше як «подію», в тому числі, враховуючи перформативний аспект інтернет-творчості [29, 51].

Із розповсюдженням електронної пошти, мережевий фольклор отримав новий виток розвитку, чому сприяло виникнення таких жанрових форм як «мережева легенда» та «листи щастя» із своєю пірамідальною розсилкою за випадковими адресами [107, 85]. Фактором, навпаки, стримуючим розвиток мережевого фольклору, були складнощі зі спілкуванням у режимі реального часу, проте, як тільки цей бар'єр було подолано наприкінці 1980-х рр., користувачі змогли вільно обмінюватися короткими повідомленнями, що значно пришвидшило і темпи поширення мережевого фольклору.

В країнах СНД у першій половині 1990-х рр., Мережею мали змогу користуватися в основному працівники і студенти технічних ВУЗів або дослідницьких центрів. Відповідно, їхній мережевий фольклор, за аналогією із американським, складався із професійного сленгу, гумору та жаргонізмів (так званий «лор комп'ютерників»), у яких було майже неможливо розібратися, не знаючи культурного контексту (як приклад, – із проф. сленгу розробників Інституту атомної енергії ім. В. І. Курчатова – операційну систему ДЕМОС називали «Унас» пародійно до американської «Unix» («Уніх») і таке інше) [18, 25].

Із початком масовізації і остаточною передачею інтернет-мереж з державного утримання до рук приватних провайдерів у середині 1990-х рр. можна розглядати культурологічний аспект Інтернету. Середньостатистичного приватного користувача Рунету середини – другої половини 1990-х рр. можна охарактеризувати як людину, у якої був, по-перше, – особистий інтерес до технології і, по-друге, – фінансова можливість відвідування інтернет-кафе або придбання ПК і сплати за інтернет-послуги.

Зрозуміло, на той час таких людей була меншість від багатомільйонного населення пострадянських країн. І все ж, до 2000 р. (порівняно із 1994) число приватних користувачів зросло у 20 разів у Росії і у 9 разів в Україні [6].

Приросту числа користувачів значною мірою сприяв стрімкий розвиток Інтернету, доступ наприкінці 1990-х рр. до зручних браузерів (Netscape Navigator), розумних пошуковиків (Yahoo, Апорт, Rambler, Яндекс, Mail.ru), дошок оголошень, перших інтернет-магазинів і сервісів доставки, і до різноманітних веб-сайтів, кількість котрих наближалася до мільйону. Багато сайтів містили «гостьові книги» для користувачів – прообрази перших форумів (напр. omen.ru, fomenko.ru, Анекдот.ru, Zhurnal.ru) та чати (krovatka.ru, chatcity.ru), які можна за правом вважати головними площадками поширення мультимедійної народної творчості до кінця 1990-х рр. [58, 301].

У середині 2000-х рр. запроваджується низка інновацій у інтернет-комунікації. Форуми та чати вийшли на новий рівень, число користувачів досягло кількох мільйонів. Деякі із них перетворилися на справжніх інтернет-гігантів (у СНД-сегменті: uaplakal.com, ru-board, gratis.pp.ru, isq та ін.), на цей час вони вже обзавелися своїм лором, специфічним сленгом, крилатими висловами, жартами, приказками і всім тим, що ми традиційно відносимо до фольклору.

Крім поширення чатів і форумів, перше десятиліття XXI ст. стало «золотою добою» блогів, мікро-блогів та соціальних мереж. Блог або мікро-блог дав можливість користувачам робити різні за розміром замітки (пости) і розміщувати їх на відповідній інтернет-площадці. Таке повідомлення було доступне для перегляду і коментарів в режимі чату широкому колу користувачів, або групі обраних автором користувачів [49, 14]. Блог став вищою ланкою форумного спілкування, або його наступником, який пропонував більше можливостей і повноважень користувачам. До найвідоміших російськомовних блогінгових площадок 2000-х рр. можна віднести Blogger, LiveJournal, Mail.ru, пізніше – Picabu та ін.. Крім цього

користувачі СНД-сегменту стали активно долучатися до зарубіжних англomовних площадок, таких як Twitter, Tumblr, Friendfeed, Reddit тощо.

Соціальні мережі як явище виникли, також, у середині 2000-х рр., і стали наступною сходинкою у розвитку мережевої культури. Якщо до цього форумні або блогінгові площадки більше тяжіли до анонімного користування (умовно кажучи, користувач представляв у мережі своє «альтер-его»), то соціальні мережі стали орієнтованими на створення профілів реальних людей (тут користувач уже створював «аватар» – щось на кшталт «віртуальної копії» самого себе) [34, 94–95]. Отож, соціальні мережі можна визначити як веб-сервіси, в яких: маються унікальні профілі, за зміст яких відповідає сам користувач, дані сторінки можуть заповнюватися іншими користувачами, що мають доступ або автоматично налаштованою системою; користувачі можуть проголошувати свої соціальні зв'язки, споживати, продукувати та взаємодіяти із різноманітним контентом [85, 17]. Найбільш популярними соціальними мережами на другу половину 2000-х рр. серед аудиторії СНД-країн стали ВКонтакте, Однокласники, Facebook та MySpace [6].

Кожний із названих сайтів свого часу був яскраво представлений в інформаційному полі навіть за межами Інтернету і сильно вплинув на розвиток мережевої культури. Різноманітні площадки приваблювали різну за віком, соціальним станом, інтересами аудиторію, що призвело до розпаду мережевого простору на окремі інтернет-ком'юніті та сприяло формуванню, так званих, мережевих субкультур.

З соціологічної та культурологічної точки зору субкультура – це частина культури суспільства, що відрізняється від більшості, а також, соціальні групи носіїв цієї культури [104, 248]. Якщо інтерпретувати це значення щодо загальної інтернет-спільноти, то інтернет-субкультура – це об'єднання користувачів, що відрізняються від більшості своїми специфічними інтересами, поглядами, візуальною естетикою тощо (наприклад, субкультури геймерів, хакерів, нет-сталкерів, шифропанків, рольовиків та ін.).

Із моменту масовізації Інтернету, географічні, етнічні та мовні кордони стали дуже розмитими, що пришвидшило темпи поширення і популяризації інтернет-фольклору. Так як загальною мовою Інтернету у західному світі стала англійська, в українську мову прийшло багато англіцизмів і крім того, словники багатьох мов поповнилися неологізмами, пов'язаними з веб-індустрією та інтернет-сленгом [112, 64]. Впровадження цих неологізмів продовжується і сьогодні, через те, що певні терміни поступово вилучаються із масового ужитку, а інші – приходять на заміну старим або вигадуються в процесі розвитку технологій.

Користувачі, отримавши завдяки Інтернету, можливість обміну досвідом із іноземцями, швидко призвичаїлися до кросскультурності, і до того ж, відсутності цензури у мережі. Із оговоркою на виключення, існуючі у практиці окремих тоталітарних держав, відгороджених від загального Інтернету фаєрволом, всі відомі спроби впровадити цензуру в Мережі зазнали поразки. Так, ще у 1996 році, Американський «Communications Decency Act» був розкритикований і відхилений невдовзі після прийняття [2]. Цей та інші, менш гучні, прецеденти довели неможливість контролю та цензурування державою вже розвиненої Глобальної мережі. У протипагу такому авторитарному втручанню у свободу слова в Інтернеті, розробниками-ентузіастами були написані численні маніфести на її захист. Наприклад, відома «Декларація Незалежності Кіберпростору» Дж. Перрі Барлоу містить наступні рядки: «Кіберпростір не всередині ваших (державних) кордонів. Не думайте, що ви можете будувати його, як проект громадської споруди. Ви не можете цього робити. Це – явище природи, і воно росте саме по собі через наші колективні дії» [12].

Серед феноменів інформаційного світу виділяється так званий комп'ютерний андеграунд. Кажучи про нього з точки зору соціального сенсу цього нового явища, слід зазначити, що глобальна Мережа стала зоною соціальних, культурних, інноваційно-інформаційних, інформаційно-технологічних, сервісно-мережевих соціальних практик, які представляють



альтернативне традиційним культурне уявлення, креативні дії та орієнтації і неформальні ціннісні позиції, виражаючи прагнення затвердити право особистості на індивідуальну свободу і творче самовираження. Комп'ютерний андеграунд за своєю природою протиставляє себе масовій культурі, традиційній моралі і загальноприйнятому мейнстриму [67, 51–52].

Розглянувши віртуальні площадки, на яких два десятиліття зрощувалася сучасна інтернет-культура, можна ґрунтовніше міркувати над роллю креативної масової комунікації у формуванні інтернет-спільнот та їхнього впливу на світ офлайн. Креативна комунікація, що є невід'ємною частиною фольклору, на ряду із спільним культурним досвідом і культурним контекстом є складовою «соціального клею», що об'єднує людей.

Як було зазначено, власним фольклором обзаводяться не тільки народи чи племена, а й сучасні професійні, молодіжні, студентські та інші групування. Це явище чітко простежується і в інтернет-спільнотах. Першою ознакою можна вважати наявність специфічного сленгу і жаргонізмів користувачів, що характерно для всіх спільнот – від професійних блогів комп'ютерників чи геймерів до близьких до маргінальних 2ch або Луркомор'я. Другою ознакою є специфічний гумор, зрозумілий лише за умови наявності у користувачів спільного культурного бекграунду (що часто пов'язано із довготривалим користуванням однаковими платформами). І нарешті, третій фактор формування мережевого фольклору – швидке розповсюдження, багатократне використання, трансформація і варіативізація окремого культурного елемента, що на певному етапі «йде у народ». Із цими процесами тісно пов'язані поняття медіа-вірусу та мему [99, 69].

Поняття «мем», що ввів у науковий обіг Р. Докінз у середині 1970-х рр., стосувалося масової культури, і визначалося як «одиниця значущою для культури інформації». Відповідно, Інтернет-мем можна визначити як одиницю інформації, створену за допомогою електронних засобів комунікації (мультимедійний об'єкт, фраза, концепція тощо), яка набула популярності, стрімко поширюючись на Інтернет-площадках (у соціальних

мережах, форумах, блогах та ін.). Термін поширився в середині першого десятиліття XXI ст. [36, 79]

Однією із закономірностей поширення мемів є вибірковість інформації, котра для успішного розповсюдження, повинна так чи інакше залишати багатьох користувачів небайдужими до неї. У 1990-х – 2000-х рр. таким чином поширювалися, переважно, анекдоти, жарти, посилання на контент і файли з медіа-об'єктами розважального характеру (спочатку картинки, потім флеш-ролики, звукозаписи, відеозаписи) [51, 296]. На сьогоднішній день, багато інтернет-мемів набули дещо складніших форм, які не тільки використовують прийоми сатири, іронії та постіронії, а й спираються на вже існуючий культурний пласт Інтернет-середовища, часто будучи модифікаціями раніше існуючих мемів, або роблячи на них відсилки.

Наступною сходинкою розвитку явища інтернет-мему є медіавірус. Медіавіруси – меми та мемокомплекси, що поширюються в інфосфері та здатні змінювати сприйняття локальних і глобальних подій користувачами на короткостроковий або довготривалий термін [101]. Медіавіруси, за своєю природою, є явищем, яке поєднує в собі риси інтернет-мему (відгук користувачів, стрімке неконтрольоване поширення, варіативність змісту) та флешмобу (масовість, креативність). Медіавіруси справедливо виділити як один із формуючих факторів інтернет-фольклору, так як він сприяв становленню таких явищ як фейкlor та фідlor.

Щодо жанрової системи інтернет-фольклору, дослідниками досі однозначно не виділено всі її категорії. Зрозуміло, що, хоча традиційна система жанрів усної народної творчості здатна допомогти у класифікації, але через специфіку цифрового середовища існування і поширення інтернет-фольклору, для нього доцільно застосувати додаткові критерії. Для кращого розуміння предмету дослідження та через брак існуючої розгорнутої класифікації, вважаю за потрібне навести власнерозроблену (див. додатки).

За аналогією поділу усної народної творчості на великі і малі жанри, у інтернет-фольклорі їх, також, можливо виділити. В усній народній творчості

до «великих» відносять пісні, казки, билини, думи, легенди; до «малих» - прислів'я, приказки, анекдоти, частівки і т.д.. Інтернет-фольклор доповнив цей ряд низкою нових жанрів, таких як інтернет-легенда, інтернет-страшилка, fiction (який, у свою чергу, сам поділяється на піджанри); серед «малих» жанрів, це – стішки-пірожкі та стішки-порошки, інтернет-фразеологізми, сленгові стійкі вирази тощо [48, 68]. Часто вони можуть доповнюватися візуальною (ілюстративною) складовою, що викликає до життя нові жанри, наприклад: демотиватори, фотожаби, картинки-меми, відео-меми і т.д.

«Малі» жанри є більш популярними в Інтернеті, що вірогідно, обґрунтовано їх кращим сприйняттям, запам'ятовуванням і можливістю обміну у режимі реального часу із іншими користувачами (посилання, «пост», повідомлення). «Малі» жанри інтернет-фольклору є ігровими, орієнтованими на нетривіальність сприйняття. За допомогою таких жанрів здійснюється прихований діалог між адресатом і адресантом, оскільки робиться акцент на загальних для учасників комунікації ціннісних установках [41, 89].

Професійні дослідження інтернет-фольклору у країнах СНД почалися у 2000-х рр. – досить пізно, порівняно із країнами Європи та США. Одними з перших можна вважати російських фольклористів А. Архіпову та А. Козьміна, які у 2001 р. вже публікували тематичні статті у закордонних виданнях. Україна у сфері мережевої антропології та фольклористики досі займає відстаючу позицію, лише наприкінці 2000-х з'являються власні дослідження з теми (Н. Лисюк, М. Войцицька [43]), але їх недостатньо для повноцінного аналізу впливу інтернет-творчості на сучасні соціокультурні процеси.

Інтернет-фольклор може стати джерелом для досліджень з багатьох суміжних гуманітарних дисциплін – від історії до лінгвістики. Наприклад, сленг інтернет-користувачів та різних інтернет-субкультур, взятий за основу лінгвістичних досліджень, наочно демонструє ступінь проникнення у мову

запозичених іншомовних слів, або ж швидкість словотворення, пов'язаного із розвитком технологій, самого Інтернету та всесвітньою глобалізацією.

Багато вчених сходяться на думці, що Інтернет-комунікація представляє собою гібрид усного та писемного мовлення, який, будучи за способом фіксації промовою письмовою (візуальною), але за багатьма характеристиками є усною [74, 60]. Сленг може слугувати, також, індикатором поширення мережевого андеграунду та контр-культурних настроїв серед користувачів певного сегменту, або вказувати на сучасну мережеву «моду» спілкування. Як приклад – жаргон падонкафф (або олбанській язык), котрий поширився в сегменті рунету на початку 2000-х років. Він представляє собою стиль вживання російської мови з майже вірним фонетично, але навмисне неправильним орфографічним написанням слів (так звані ерративи), частим вживанням ненормативної лексики і певних стійких штампів [13]. Сленг породив безліч стереотипних виразів та інтернет-мемів, зокрема, з ним пов'язують меми «превед», «боян», «нізачот» і «убийся апстену».

Сленг користувачів мережі Фідонет, жаргон падонкафф та їм подібні явища зустрічаються досить часто як у російськомовному сегменті так і в іншомовних (напр. американський lolcat). Це лише демонструє закономірний розвиток культури інтернет-андеграунду, і певною мірою, – протест проти усього правильного, традиційного.

З одного боку, демонстративне орфографічно неграмотне письмо можна розглядати як навмисне спотворення мови, але, у той же час, воно містить ідею свободи самовираження в Інтернеті, навіть якщо більшості така поведінка може здаватися девіантною. В усі часи олбанській язык мав контркультурний характер, протиставляючи себе нормативній літературній мові [58, 131]. Підтвердження цієї тези знаходимо у так званому «Манифесте антиграматнасти», де містяться наступні рядки: «Мы прынцыпиально протиф так называимай «граматнасти» в Сити... Настоящие исскуство новава тысичулетия – это то что ни можыт делать кампютыр а можыт делать тока

чилавек!!!...» [20]. Останнє висловлювання містить цікаву думку про місце користувача у творчо-комунікативному середовищі Інтернету. Із поширенням практики використання чат-ботів та стрімких успіхів розробників у сфері штучного інтелекту, креативність користувачів перейшла у стадію спотворення. Подібні глобальні зрушення у культурі, пов'язані із розвитком технологій – явище не нове. Із кожним витком прогресу, людина шукає простір для творчих новацій, котрі були б недоступні для імітації механізмами, машинами, або у сучасному світі, – комп'ютерними програмами. Це можна порівняти із переходом до безпредметності у живописі, після винайдення фотографії, або із мовними експериментами футуристів у 1910-х рр.. Сьогодні, як і на початку минулого століття, у подібних діях явно простежується прагнення людини (користувача) до затвердження свого «права на креативність». Вербальна креативність – риса особистості, безпосередньо пов'язана з дивергентним мисленням. Вона проявляє себе в парадоксальності (оригінальності, нестандартності) мовних дій, в навмисному зламі стереотипів мовної поведінки носія мови [41, 90].

Майже всі жанри мережевого фольклору гнучкі за своєю структурою, здатні до легкої трансформації та модифікації, у наслідок чого пожвавлюють культурні процеси у середовищі свого побутування (Інтернет) та швидко виходять за його межі. Здатність впливу інтернет-культури на світ оффлайн, її значущість для сучасної людини наголошується багатьма культурологами та соціологами (Савельєва Т. В., Мальцева Р. І., Серов О. П., Бушев О. Б. та ін.) [111], що спонукає замислитися над музеєфікацією її основних елементів, і зокрема, інтернет-фольклору.

#### Висновки:

Досвід збереження традиційного фольклору, як частини нематеріального культурного надбання суспільства, може стати у нагоді при музеєфікації інтернет-фольклору, хоча суттєво буде відрізнятися за способом.

Говорячи про музеєфікацію віртуальних об'єктів (якими по суті є твори мережевого фольклору), ми маємо на увазі якісно нове явище, яке лише опосередковано має щось спільне із науково-технічними музеями. Технічні прилади, з якими часто асоціюють комп'ютерні музеї, все ж є звичайними експонатами (тривімірні, існуючі у реальності, із присвоєним інвентарним номером і т.д.), але зовсім інша річ – музей «віртуальних експонатів», які органічно існують лише у своєму середовищі та не можуть бути з нього вилучені.

Сучасна тенденція створення віртуальних музеїв та віртуальних експозицій повною мірою не відображає проблематику музеєфікації віртуальних об'єктів. Для віртуального музею Інтернет є *середовищем* існування, у той час як для даного дослідження сам Інтернет (точніше, вибіркові його елементи) є *об'єктом* музеєфікації.

Музеєфікація будь-яких елементів інтернет-культури, сам по собі непростий процес, до того, ж ускладнюється тим, що вітчизняним музеєзнавцям бракує вдало втілених прикладів, на які можна було б орієнтуватися. Професійно цієї темою поки що ніхто із музеєзнавців не займався, а всі відомі спроби зберегти елементи віртуального простору були здійснені звичайними користувачами-ентузіастами у тому ж віртуальному просторі. Наприклад, створений у 1996 р. Б. Кейлом, сайт «веб-архів» збирає копії веб-сторінок, графічні матеріали, аудіо- та відеозаписи, а також, програмне забезпечення. Декларованою метою Веб-архіву є збереження культурно-історичних цінностей цивілізації в епоху інтернет-технологій, створення і підтримка електронної бібліотеки [22].

Ряд спроб зберігати та досліджувати різні елементи інтернет-культури здійснюється користувачами форумів (наприклад, для цих цілей створено спеціальні гілки обговорень на таких форумах як Reddit, 4Chan; на просторах Рунету – Picabu і т.д. [57, 45–46]), цій темі присвячено десятки великих письмових та відеоблогів.

За наведеними даними, слід робити висновки, що тема музеєфікації віртуального простору є актуальною і вже найближчим часом потрібно шукати шляхи до розуміння процесу, а також, розробити підхід та власні методи роботи у цьому напрямку.

## **Розділ 2. Наукова концепція експозиції «Музею інтернет-культури та інтернет-фольклору»**

### **2.1. Обґрунтування актуальності музейного висвітлення обраної теми на сучасному етапі**

Зважаючи на стрімкий розвиток технологій, доцільним є прикладання зусиль для збереження, дослідження, систематизації та популяризації елементів інтернет-культури, у чому і полягає безпосередньо робота музею. Невербальні форми комунікації в Інтернеті, котрі розвинулися у мультимедійну народну творчість (інтернет-фольклор) мають цінність як джерела неспотвореної картини громадської думки, настроїв, політичних, етичних та інших орієнтирів постмодерної культури [36, 80].

Окрім зазначених наукових аспектів збереження та дослідження цифрової спадщини, варто звернути увагу і на комунікативно-дозвіллієві форми роботи «Музею інтернет-культури та інтернет-фольклору». Не слід забувати, що музей – заклад не тільки з просвітницькими функціями, але й певною мірою, розважальний. Аби з'ясувати чи буде цікава тема широкому колу відвідувачів, автором було проведено анкетування, у якому взяли участь 148 чоловік онлайн (користувачів п'ятох із найбільших українських інтернет-форумів Чат Bizzare, МетаФорум, Форум Файного Міста, Форум «Скамейка» та Форум «Колба») (розгорнуті результати в дод.). Респондентам, окрім іншого, було запропоновано дати відповіді на питання: «Чи цікаво вам було б дізнатися більше про інтернет-культуру та інтернет-фольклор 1990-2000-х рр. із наукової точки зору?» та «Чи відвідали би ви

музейну експозицію, присвячену цій темі?». За результатами опитування, 92% респондентів онлайн позитивно відгукнулися на пропозицію, при чому найбільш поширеною мотивацією до відвідання вказували загальну цікавість або ностальгію і бажання пригадати яким вбачався Інтернет на зорі свого розквіту.

Станом на 2020 р. в Україні досі немає прикладів роботи із цифровим культурним надбанням, як з об'єктом музеєфікації. Приклади віртуальних музеїв, котрі існують як цифровий аналог реального музею, або як репрезентації «уявної» експозиції, можна розглядати в контексті збереження інтернет-культури, але лише опосередковано. Навіть експозиції, у яких важливим є елемент віртуальної (або доповненої) реальності, націлені на підвищення атрактивності класичних виставок, а не на експерименти із віртуальними експонатами. Так, цікавим є підхід використання доповненої реальності в інтерактивній виставці «Мировые шедевры. Исторические личности» Сімферопольського художнього музею [11]. У відвідувачів є можливість переглянути невеликі історичні нариси за допомогою камери смартфона або планшета, стати учасниками віртуальної вистави і зняти оригінальні фото/відео. Схожим чином, інтерактивний елемент використовується і у виставці «Третя реальність» у рамках аудіовізуального фестивалю «Інверсія» [10]. Хоча тематика даних експозицій ніяк не пов'язана із інтернет-культурою, самі прийоми застосування доповненої реальності, можуть стати у нагоді при проектуванні експозиції «Музею інтернет-культури та інтернет-фольклору».

У оформленні тієї частини експозиції, яка буде наповнена фізичними експонатами, можна успішно орієнтуватися на приклади музеїв комп'ютерної техніки та програмного забезпечення. В Україні таким профільним музеєм є Software and Computer Museum, що має два представництва – у м. Київ та м. Харків [21]. У його експозиціях послідовно та цікаво розповідається про розвиток обчислювальної техніки в Україні та світі. Інформація подається так, що вона легко сприймається навіть



непідготованим глядачем. Цей підхід можна використати при проектуванні першої частини експозиції «Музею інтернет-культури та інтернет-фольклору», де мова йде про технічний розвиток персональних комп'ютерів, локальних та глобальних мереж.

Величезний об'єм інформації про розвиток інформаційних технологій в Україні містить Європейський віртуальний комп'ютерний музей [23]. Він має розгалужену карту сайту, архів фото-матеріалів та масив наукових статей із теми, але, водночас, містить ряд недоліків, таких як: невпорядкованість веб-сторінок «музею», не дуже зручна система перепосилань і візуальне оформлення, досить складне для сприйняття. Отож, враховуючи кращі зразки, на які можна орієнтуватися у роботі та, беручи до уваги наявні недоліки, можна оформити наукову і художню концепцію «Музею інтернет-культури та інтернет-фольклору».

У ході роботи над майбутньою експозицією, процесу дослідження актуальності теми і аналізу відомих прикладів збереження цифрової культурної спадщини, автором було зроблено наступний висновок: створення музею, присвяченого інтернет-культурі є актуальним, на користь чого свідчить гарна забезпеченість джерельною базою, інтерес широкої публіки до теми, можливість створення незвичайної інтерактивної експозиції, яка стане експериментальною і однією з перших у своєму роді. У перспективі сам музей буде розвиватися також стрімко як і предмет його дослідження. «Музей інтернет-культури та інтернет-фольклору» має всі шанси стати туристично-привабливим місцем і бути включеним у туристичні маршрути.

## **2.2. Ідейний задум, тематична спрямованість та методологічна основа майбутньої експозиції**

Основна ідея музейної експозиції спрямована на розкриття суті взаємодії особистості із цифровим простором і багатьох перетворювальних процесів (наявних і потенційних), які ця взаємодія здатна викликати у суспільстві.

Задля повного розкриття зазначеної ідеї, автор збирається працювати у наступних напрямках: висвітлення процесів технічного розвитку, у наслідок чого персональний комп'ютер і доступ в Інтернет стали надбанням широких мас; погляд на інтернет-культуру 1990-х рр. як на унікальне явище, що залишило по собі велику кількість цифрових «артефактів», заклала початок Інтернету користувачів, яким ми знаємо його сьогодні та у багатьох аспектах завдала вектор розвитку невербальних форм комунікації на десятиліття вперед (у тому числі, зародження перших жанрів інтернет-фольклору); і нарешті, остаточне оформлення жанрів мультимедійної народної творчості, які є можливість досліджувати не тільки у ретроспективі, а й в процесі безперервного розвитку.

Просторові рамки у висвітленні теми визначені приблизно, оскільки віртуальний простір вкрай неохоче піддається географічній локалізації. У даній роботі увага концентрується, здебільшого, на мультимедійній творчості користувачів із простору країн СНД, але вплив зарубіжних (зокрема, західних) культур вилучити неможливо.

Виходячи з чіткого означення основних напрямків теми, доцільним є застосування тематичного методу побудови експозиції. Завдяки ретельно підібраним експозиційним комплексам, втілюється намір поступового розкриття загальної ідеї експозиції. За принципом побудови, експозицію слід відносити до комплексно-тематичних (адже вона об'єднує кілька менших тематичних експозицій в одне ціле), а також до експериментальних (через велику кількість задіяних діджитал-технологій та безпосередньо наповнення «віртуальними експонатами», які складають левову частку експозиції).

### **2.3. Стисла тематична структура експозиції «Музею інтернет-культури та інтернет-фольклору» (див. додаток 1)**

### **2.4. Наскрізні проблеми експозиції, основні засоби побудови та їх характеристика**

У роботі чітко окреслено коло проблем, які мають розкриватися у «Музеї інтернет-культури та інтернет-фольклору» за допомогою експозиційних засобів:

- роль інтернет-технологій у виникненні та розвитку нових способів комунікації між людьми, їхній вплив на культуру і світогляд окремих соціальних верств;

- процес демократизації свідомості людей у відношенні інтернет-мереж і поступове підвищення ступеню довіри до віртуального простору;

- розкриття суті явищ «мему», «мейнстриму» та «мегатренду»;

- визначення місця та ролі мультимедійної народної творчості в онлайн-комунікації у минулі десятиліття та на сьогоднішній день.

Експозиція музею за задумом поділена на три зали, різними за формами, принципами побудови та наповненням, покликані послідовно розповісти про головні етапи розвитку мережевої творчості та фольклору від його витоків до сьогодення.

Провідним експозиційно-художнім образом, який має логічно пов'язати три експозиційних зали стане велика інсталяція «цифровий гігант». Вона покликана перш за все вплинути на емоційне сприйняття відвідувачів експозиції і викликати різні відчуття, які спіткали людство, що вступало у комп'ютерну еру: від тривоги та страху невідомого – до «фонового», повсякденного сприйняття цифрових технологій. При вході до першої зали, інсталяція має вигляд «техноджунглів»: комп'ютерним залізом (платами, жорсткими дисками, відеокартами) обліплені стіни і стеля, вздовж них тягнуться оптоволоконні «ліани», червоні ліхтарики мікросхем нагадують очі хижаків у темряві, спеціальним чином виставлене точкове освітлення – все разом покликано на цьому етапі нагнітати відчуття перестороги.

Перша зала, куди потрапляє відвідувач, містить досить класичну експозицію, багато у чому схожу на ті, що можна побачити у музеях технічного профілю. Її наповнення – це предмети, які розповідають про еволюцію персональних комп'ютерів, про розвиток локальних і глобальних

мереж, їхнє технічне та програмне оснащення тощо. Включення цієї класичної «експозиційної передмови» необхідне для розуміння процесів, котрі зробили Глобальну мережу загальнодоступною.

Друга зала є інтерактивною фізично-віртуальною експозицією, вона міститиме 15 одиниць персональних комп'ютерів Power Macintosh 7300, об'єднаних у локальну мережу, котра відтворює обмежений функціонал та інтерфейс мережі Фідонет другої половини 1990-х рр.. За жанром її можна віднести до моделі світу та часу. Втілення подібної експозиції можливе з дотриманням двох складних умов, по-перше – укомплектування залу низкою працюючих вінтажних ПК вказаної або іншої популярної в СНД моделі 1995-1997 рр. випуску і, по-друге, – програмне забезпечення та підтримка функціоналу безпосередньо локальної мережі. Інсталяція «цифровий гігант» продовжується у цьому залі у вигляді громіздкого сплетіння оптоволоконних кабелів на стелі, з щупальцеподібними відгалуженнями на стінах. Цей образ, що нагадує великого спрута, символізує собою повсюдне поширення мереж і їхнє глибоке проникнення у повсякденне життя, а прийом розміщення інсталяції на стелі підкреслює той факт, що далеко не всі люди змогли відстежити момент, коли над ними став височіти «цифровий гігант».

Третя зала містить повністю віртуальну експозицію. Ще її можна назвати діджитал-експозицією, адже вона по суті являє собою залу, у якій на всю висоту стін представлені самі лише сенсорні екрани. Ця експозиція є цілком інтерактивною – відвідувач взаємодіє із нею за допомогою спеціального додатку на своєму або арендованому музейному смартфоні. Третя зала, на відміну від двох попередніх, є безпосередньо відображенням сучасності. Вона містить всі характерні для сучасної інтернет-культури компоненти, такі як: максимальне залучення екранів, повний інтерактив, руйнування четвертої стіни між діджитал та користувачем, стрімінгові елементи. Інсталяція «цифровий гігант» продовжується і завершується у цьому залі, розпадаючись на невеличкі оптоволоконні «струмочки», які тепер впорядкованими рядками тягнуться вздовж стін. За допомогою led-стрічок

створено ефект «подорожі» сигналу по кабелям у режимі реального часу. На цьому етапі, інсталяція демонструє сучасне положення речей – упорядковані, швидкісні мережі, задіяні для спрощення життя, комфорту та розваг людини.

## **2.5. Архітектурно-художній образ експозиції**

Музейна будівля для розміщення майбутньої експозиції повинна відповідати загальним правилам зберігання музейних предметів, зазначених у пункті 11.1. Інструкції з обліку, зберігання та використання музейних предметів [16].

При плануванні експозиції, одним із першочергових моментів виступає можливість організації екскурсійних зв'язків, тому до уваги беруться планувальні структури. Враховуючи масштаб запланованої експозиції, розмістити її планується у трьох рівновеликих суміжних залах, квадратного планування. Зали повинні бути просторими, площею не менше 40 м<sup>2</sup> кожний. Виходячи з того, що вся експозиція за змістом поділена на три великі розділи (теми), кожному із них відводиться по одній залі.

Сумісно з художником-оформлювачем, на етапі планування експозиції та попереднього ремонту приміщення, варто визначитися із наступним рядом питань: загальний дизайн, стиль, колористичне оформлення залів, світло, фактура тощо. Для роботи над оформленням залів потрібно буде долучити малярів, художників-монументалістів, декораторів та скульпторів.

Пропонується виділити кожен експозиційну залу за допомогою їх акцентування певним колористичним та фактурним рядом. Перша зала, що відповідає розділу «Становлення Інтернет-мережі» буде вирішена, переважно, у палітрі холодних кольорів – від блідо-голубого до світло-сірого. Ця експозиційна зала повинна викликати у відвідувача відчуття строгості, формальності, можливо асоціації із казенними закладами, де займалися професійними розробками програмного забезпечення (інститути, офіси тощо). Так як ця експозиція є дуже інформаційно насиченою, всі елементи оформлення, дизайну покликані концентрувати увагу відвідувача на її змістовному наповненні, не відволікаючи уваги.

Другу експозиційну зону – «Інтернет-культура 1990-х рр.» пропонується оформити у стилі лофт (за рахунок поєднання вінтажної техніки із подібним мінімалістичним дизайном, автор прагне посилити атмосферу на кшталт інтернет-кафе середини-кінця 1990-х рр.).

До третьої зали, що відповідає розділу «Чорне дзеркало» сучасності: від 2000-х до наших днів» майже немає якихось специфічних дизайнерських вимог, адже вона цілком буде оформлена плазмовими панелями. Найбільшим атмосферним елементом у цій залі, як і в двох попередніх, буде згадана інсталяція «цифровий гігант». Велику увагу, також, варто приділити роботі зі світлом. На етапі проведення попередніх ремонтних робіт у залах, потрібно визначитися із розміщенням джерел світла та підсвіток, а також, датчиків руху, які автоматично будуть реагувати на переміщення відвідувачів.

Оскільки переважна більшість експонатів відноситься до групи з високою світлостійкістю (пластмаси, гума, метали тощо), загальне освітлення залів пропонується здійснюватися за допомогою ламп розжарювання загального призначення типу В, Г (із захисним полірованим теплопоглинальним склом ПШ, завтовшки 3 мм нейтрального тонального відтінку) або дзеркальних ламп типу ЗК у світильниках закритого типу. Місцеве освітлення буде здійснюватися за рахунок діодної підсвітки, встановленої таким чином, щоб не втручатися в корисний обсяг вітрин, а точкова підсвітка повинна встановлюватися тільки у вітринах з конструкцією, що передбачає заміну освітлювальних приладів без розпечатування внутрішнього об'єму.

Перша зала, де буде розташована найбільш класична експозиція, єдина буде обладнана спеціальними музейними меблями. Весь експозиційний інвентар планується виготовити з урахуванням індивідуальних характеристик експонатів та комплексів (вага, величина, характер матеріалу тощо). Для зберігання експонатів знадобляться спеціальні герметичні пилонепроникні шафи-вітрини (горизонтальні та вертикальні), виготовлені з деревини клену та оснащені склом.

Для повного функціонування експозиції необхідна розробка спеціального програмно-технічне забезпечення, а саме – музейного мобільного додатку, за допомогою якого можна буде не тільки зчитувати qr-коди (у першій та другій залах), користуватися віртуальним гідом, а й споглядати елементи доповненої реальності (у третій залі), брати участь у музейних заходах (квести, вікторини тощо), за рахунок чого у відвідувачів буде можливість взаємодіяти з експозицією. Додаток можна буде безкоштовно завантажити на власний смартфон, або на час екскурсії скористатися музейними смартфонами, взявши їх в аренду.

Висновок:

Концепція «Музею інтернет-культури та інтернет-фольклору» дозволяє поєднати в одному просторі реальні та віртуальні експонати, під новим кутом поглянути на повсякденність сучасної людини, яка звикла знаходитися у світі онлайн та переносити туди самі різні сфери свого життя.

В експозиції Музею синтезуються класичний та експериментальний підходи до роботи із предметами, художніми образами та семантичними структурами. Привабливість експозиції підвищується за рахунок майже повної інтерактивної взаємодії відвідувачів із виставкою та відвідувачів один з одним. Мобільний додаток дозволяє автоматизувати багато процесів, які полегшать відвідання Музею (від онлайн-купівлі квитків та запису на екскурсію – до можливості ділитися у режимі реального часу враженнями, оцінками, коментарями, фото- і відеоконтентом).

У роботі із відвідувачами, Музей орієнтуватиметься на нетрадиційні форми комунікації, завдяки чому має намір залучити різну за віком та інтересами аудиторію, розширити сферу послуг, реалізувати свій освітній, дозвіллевий та туристичний потенціал.

## **Розділ 3. Проект створення «Музею інтернет-культури та інтернет-фольклору»**

### **3.1 АНОТАЦІЯ**

#### **Актуальність проекту**

«Музей інтернет-культури та інтернет-фольклору» стане першою в Україні установою із таким специфічним профілем роботи як збереження цифрової культурної спадщини, мультимедійної народної творчості та інтернет-мистецтва.

#### **Діяльність в межах проекту**

Проект націлений на збереження цифрового культурного надбання, визнання цінності, популяризацію та актуалізацію його серед населення України.

#### **Очікувані результати проекту**

Збереження елементів інтернет-культури та інтернет-фольклору. Створення першого у країні цифрового музейного фонду, що буде доступний дослідникам різних гуманітарних спеціальностей (історикам, культурологам, соціологам тощо) і зможе сприяти ретельнішим дослідженням у цих сферах.

#### **Наявність (потенційна можливість) фінансування проекту з інших джерел, в т.ч. з боку інших донорських організацій**

До реалізації проекту можливе залучення коштів, зібраних шляхом краундфандингу, на таких популярних в Україні площадках, як Biggggidea (Спільнокошт) та Na-Starte. Можливе спонсорське фінансування із боку приватних організацій, що спеціалізуються в сфері ІТ та технологій.



## **3.2 ОПИС ПРОЕКТУ**

### **а) Проблема, на вирішення якої спрямовано проект:**

#### **Проблема в житті суспільства, на вирішення якої спрямовано проект**

Проблема втрати цифрового культурного надбання актуальна через зневажливе ставлення до неї переважної більшості населення. Якщо не вживати заходів із її збереження вже сьогодні, то очікувано через 10-15 років ми втратимо суттєвий пласт постмодерної української культури 1990-2000 рр..

Сучасний темп розвитку технологій сильно випереджає темпи пристосування до них деяких категорій населення (перед усім, це стосується літніх людей, пенсіонерів). У наслідок чого, не тільки культурний аспект технологій залишається для них незрозумілим, а й цілком утилітарне повсякденне використання стає утрудненим.

#### **Відома з офіційних джерел інформація щодо спроб вирішення наявної проблеми**

На сьогоднішній день не виявлено підтвердженої інформації, що в Україні існують музеї чи архіви мережевої творчості та інтернет-фольклору або будь-які спроби реалізації подібних ідей.

Наразі, у м. Харкові діють десяток державних та приватних освітніх платформ, що пропонують курси комп'ютерної грамотності для літніх людей. Лише два курси є безкоштовними: у територіальних центрах Шевченківського та Московського районів. Очевидно, це занадто мала кількість для того аби задовільнити запит на навчання всіх бажаючих.

#### **Обґрунтування можливості розв'язання проблеми за підсумками виконання проекту**

Шляхом створення «Музею інтернет-культури та інтернет-фольклору», можливо привернути увагу громади і змінити ставлення до теми збереження цифрового культурного надбання.

### **б) Мета проекту**

Актуалізувати у соціумі тему цінності інтернет-культури, як частини нематеріального надбання і зберегти її елементи для майбутніх поколінь.

#### **в) Цільова аудиторія проекту**

Проект орієнтований на широку аудиторію: жителів м. Харкова та області, туристів; людей різного віку, статі, рівня освіти, різних інтересів і таке інше.

#### **г) План реалізації проекту (див. додатки №)**

#### **д) Ресурси проекту**

**Працівники організації, що безпосередньо братимуть участь у реалізації проекту** (*прізвища та імена, посади в проекті, кваліфікація, досвід, функції в межах проекту*)

- *Корнієнко Марина Юріївна* – керівник проекту. Музезнавець, пам'яткознавець. Відповідає за злагоджену роботу команди, виконання етапів проекту в установлені строки, проекту звітність перед донорами та партнерами.

- *Князьков Олег Вікторович* – системний адміністратор. Програміст із п'ятирічним стажем. Відповідає за налагодження комп'ютерних мереж та систем на етапі реалізації проекту, дає технічні завдання стороннім підрядникам та скеровує їхні дії, забезпечує подальше автономне існування налагоджених комп'ютерних та інтерактивних систем.

- *Севастьянова Тетяна Олегівна* – спеціаліст по зв'язкам з громадськістю. Журналіст. Відповідає за інформаційний супровід проекту, рекламу та піар, звітність у соціальних мережах та ЗМІ, проводить аналіз статистичних даних та фідбеку від аудиторії.

#### **Залучені сторонні фахівці**

Для реалізації проекту необхідне залучення сторонніх спеціалістів та підрядників, а саме:

- дизайнер та команда художників-оформлювачів;
- бригада будівників, малярів-штукатурів;

- електрики, фахівці з монтажу мультимедійних панелей;
- команда програмістів-розробників спеціального програмного забезпечення і софту.

У рамках проекту планується користуватися тільки послугами місцевих (харківських) компаній і підприємств, котрі на загальних підставах, виграють тендери на платформі «Прозорро».

### **Обґрунтування потреби у придбанні обладнання та його характеристики**

- мультимедійні сенсорні панелі діагоналлю 47", 48 од.. Вони є ядром віртуальної інтерактивної експозиції.
- сонячні панелі у кількості 100 од., задля автономної виробки зеленої енергії та забезпечення безперебійної роботи Музею.
- датчики руху 26 од.. Необхідні безпосередньо для втілення частини експозиції і автоматизації деяких процесів для відвідувачів.
- розробка спеціального мобільного додатку. Додаток необхідний для взаємодії відвідувача із експозицією, адже саме завдяки ньому буде досягнута інтерактивність.

### **е) Результати реалізації проекту**

**Короткострокові результати реалізації проекту (слід зазначити кількісні та якісні показники, яких буде досягнуто на момент завершення виконання проекту)**

- в Україні вперше буде відкрито «Музей інтернет-культури та інтернет-фольклору»;
- запроваджено перший музей в Україні, у експозиції якого представлено віртуальні експонати та втілено музеєфікацію віртуального простору, що є інновацією в цілому для музейної сфери;
- у м. Харків відкрилася культурна площадка, де люди різних вікових груп та різних інтересів мають можливість ближче ознайомитися із технічним та

культурологічним аспектами розвитку Інтернет-мережі наприкінці ХХ – поч. ХХІ ст.

**Довгострокові результати реалізації проекту (слід зазначити кількісні та якісні показники, яких планується досягти через 3-5 років після завершення виконання проекту)**

- при музеї планується відкрити три освідчі секції (гуртки) із фольклористики та інформатики для різних вікових груп (дитячий ігровий гурток, клуб інтернет-фольклористики для підлітків та клас основ інтернет-грамотності для старшого покоління), що повинен охоплювати за попередніми підрахунками 100 чол. постійних учасників та до 300 чол. вільних слухачів щомісяця;

- у рамках своєї просвітницької діяльності, Музей планує укласти меморандуми про довгострокову співпрацю із школами, ліцеями та вузами міста (всього біля десяти навчальних закладів), умови котрих дозволятимуть проводити заняття учнів/студентів на базі музею (і доступ до фондів, за запитом), а також, гарантують підтримку з боку навчальних закладів у проведенні музейних культурно-масових заходів;

- «Музей інтернет-культури та інтернет-фольклору» планує до видання щоквартальний журнал «Museum & Virtual Space» для розповсюдження серед українських музеїв технічного профілю (тираж до 500 екземплярів);

- щорічно планується проведення культурно-масових заходів у Музеї, серед них: національна наукова конференція (раз на рік), два науково-практичних семінари (раз на півріччя), дванадцять майстер-класів (раз на місяць), один-два благодійних заходи (акції, концерти, фестивалі), один міський квест у жанрі АРГ (Alternate Reality Games). Загалом, за рік у музеї планується проводити щонайменше сімнадцять культурно-масових заходів;

- Музеєм буде надано робочі місця випускникам спеціальностей: музеєзнавство, пам'яткознавство, джерелознавство та ін. профільних дисциплін, а також, можливість стажування студентів м. Харкова.

**є) Інформаційний супровід проекту:**

## **Методи поширення інформації про хід реалізації проекту та його результати серед широкої громадськості та цільової аудиторії**

Вже на першому етапі реалізації проекту, буде створено сторінки у соціальних мережах Facebook, Instagram та канал у Telegram, де аудиторію регулярно інформуватимуть про хід реалізації проекту. На фінальних етапах, планується запуск реклами нового музею у громадському транспорті (метро, тролейбуси) та на білбордах. Також, за ходом реалізації проекту, спеціалістом по зв'язкам із громадськістю буде проводитися просвітницька кампанія у школах, ліцеях м. Харкова із метою зацікавлення та залучення у майбутньому до проекту юних волонтерів.

## **Співпраця зі ЗМІ, а також з Інтернет-ЗМІ, пов'язана із інформаційним супроводом проекту**

На фінальних етапах реалізації проекту, планується співпраця із популярними інтернет-ресурсами м. Харків, таких як: City.kharkov.ua, Kharkovgo.com, Vgorode, «Накипело» та ін., а також, репортажі на місцевому телебаченні UA: Харків.

### **ж) Проектні ризики**

**Потенційні зовнішні та внутрішні ризики (політичні, економічні, організаційні тощо), що можуть супроводжувати проектну діяльність, а також, планована організацією діяльність щодо зменшення їх негативного впливу**

Зважаючи на специфіку своєї діяльності, «Музею інтернет-культури та інтернет-фольклору» щодня буде необхідна велика кількість електроенергії для безперебійного функціонування. З точки зору ефективного енергоменеджменту, цей ризик можна вирішити встановленням 100 од. сонячних батарей на даху будівлі, площею 70 м<sup>2</sup>.

Задля уникнення екологічних ризиків, всі матеріали, використовувані Музеєм для виготовлення брендованої продукції у майбутньому, а також, будь-які роздрібні матеріали, використовувані під час проведення музейних

заходів виготовлятимуться з натуральних матеріалів, що піддаються екологічній утилізації або повторному використанню.

Музей, як громадський культурний заклад, може зіткнутися із ризиками призупинення своєї діяльності у зв'язку із незадовільною епідеміологічною ситуацією, яка актуальна останнім часом у країні. У такому разі, на етапах реалізації проекту – необхідно буде переносити строки виконання робіт; на етапі вже реалізованого проекту – вжити всіх необхідних заходів задля безпечного функціонування установи в умовах карантину.

### **з) Діяльність після виконання проекту**

**Планований розвиток діяльності після закінчення реалізації проекту, в тому числі визначення джерел можливого фінансування планованої діяльності (підтримка донорів, залучення коштів громади, власні кошти організації).**

*Фінансова сталість проекту:*

«Музей інтернет-культури та інтернет-фольклору» вже на другий рік свого існування має намір стати фінансово незалежним, для цього вживатимуться наступні заходи:

- 40% бюджету розвитку Музею становитимуть видатки на рекламу та піар у ЗМІ;
- Музей активно користуватиметься своїм правом надання платних послуг фізичним та юридичним особам, зазначеному у Постанові КМУ № 1271 від 12 грудня 2011 р. «Про затвердження переліку платних послуг, які можуть надаватися державними і комунальними закладами культури». Перелік платних послуг затверджено у Статуті Музею;
- Музей сприятиме потоку відвідувачів та туристів розробкою дозвілєвої інфраструктури на своїй території (буде створено кафе-корт, інтернет-кафе, геймерську зону та сувенірну лавку);
- Музей активно користуватиметься своїм правом на створення та реалізацію сувенірної продукції під власним брендом.

*Політична сталість:*

Музей інтернет-фольклору користується своїм правом залишатися безпартійною, цілком аполітичною, нерелігійною свійською культурною установою.

*Інституційна сталість:*

«Музей інтернет-культури та інтернет-фольклору», як інноваційна культурна інституція, прагне до співпраці не тільки із традиційними музейними установами, а й із сучасними дослідницькими центрами різних профілів, навчальними закладами різних ступенів та форм власності, а також, фізичними та юридичними особами у рамках, дозволених законодавством. Запорукою інституційної сталості проекту є його потенційні взаємовигідні зв'язки, а також, користь та інтерес, що Музей представляє для населення України.

## **Висновки**

Результатом даної роботи є проект створення «Музею інтернет-культури та інтернет-фольклору» і розроблений на його основі повний пакет документів для грантової заявки.

Дослідивши історичні джерела та наукову літературу з теми, було виявлено, що на теперішній день існує значний масив інформації про розвиток інтернет-культури, креативного масового мистецтва та мультимедійної народної творчості. Тим не менш, саме питання збереження і музеєфікації цифрового культурного надбання залишається майже не висвітленим у сучасних дослідницьких працях. Музеєзнавча наука відчуває брак теоретичної і методологічної бази, стосовно роботи із віртуальними експонатами, оскільки на сьогоднішній день не вистачає вдалих прикладів їхнього використання, зокрема, в Україні.

З іншого боку, дослідження культурного аспекту мультимедійної народної творчості досі залишається сферою інтересів досить вузького кола спеціалістів. Головною задачею «Музею інтернет-культури та інтернет-фольклору» є популяризація теми збереження цифрового культурного надбання і взяття на себе ролі провідника між вченим світом та дуже різноплановою музейною аудиторією. Інформація, почерпнута з наукових джерел і літератури, потребує систематизації, і так би мовити, її грамотного



«вмонтовування» в інтерактивну експозицію. У даній роботі пропонується свій підхід до реалізації цього задуму.

Проаналізувавши наявні в Україні та світі спроби створення віртуальних архівів (Web.archive), віртуальних експозицій та фізичних експозиції технічного спрямування (Software & computer museum), була виведена власна концепція побудови Музею, який поєднав у себе кращі зразки та врахував недоліки існуючих схожих проектів.

Підґрунтям проекту є наукові напрацювання вітчизняних та англomовних авторів, присвячених темі розвитку комунікаційно-творчих моделей в Інтернеті, де розглядаються їхні історичні, культурологічні та мистецтвознавчі аспекти.

Концепція «Музею інтернет-культури та інтернет-фольклору» має чітко поставлену ідею та мету. Предмети та художньо-пластичні засоби до майбутньої експозиції добиралися виважено, із чітким розумінням того, які об'єкти і образи сприятимуть втіленню експозиційної розповіді. Кожний фізичний або віртуальний експонат несе певний інформаційний посил, ілюструє культурний чи історичний факт і його наявність у експозиції змістовно виправдана.

Що стосується сфери комунікації з музейною аудиторією, проведене дослідження дозволяє робити наступні висновки: тема цифрового культурного надбання сьогодні викликає інтерес різних верств населення, що робить особливо актуальним висвітлення її музейними засобами.

За даними аналізу джерельної бази та дослідженні загальних положень теорії музейної комунікації у різних країнах, було виявлено, що Україна багато у чому відстає від світових тенденцій музейного розвитку (насамперед, у введенні інтерактивних форм комунікації, інтеграції у інтернет-простір, а також, соціологічно-аналітичному вивченні своєї аудиторії).

Концепт Музею інтернет-культури та інтернет-фольклору з самого початку передбачає інтерактивний простір, де фізична експозиція органічно

поєднується із віртуальною, в наслідок чого безкінечно розширюються їхні можливості. Це, також, є базою для реалізації різних нетрадиційних форм СМК та можливість введення низки інших новацій.

За допомогою складного музейного додатку, який є обов'язковим інструментом у «Музеї інтернет-культури та інтернет-фольклору», полегшується управління колекцією та взаємодія відвідувача з експозицією. Важливим моментом є і те, що додаток дає можливість видозмінювати, перебудовувати або доповнювати віртуальну частину експозиції у досить короткий термін, що дозволяє не втрачати їй своєї актуальності. Музейний додаток, також, буде корисний у реалізації різних нетрадиційних форм СМК, наприклад квестів, вікторин або, навіть складніших експериментальних жанрів, на кшталт АРГ (Alternate Reality Games).

Проект створення «Музею інтернет-культури та інтернет-фольклору» враховує різні аспекти музейної діяльності. У науковому плані він ґрунтується на добре опрацьованій теоретичній базі і має потенціал стати корисним для різних спеціалістів у галузях історії, культурології, мистецтвознавства тощо. Музей, як сучасна культурна установа, приділяє достатню увагу методологічним розробкам у роботі із віртуальним простором і об'єктами. Цей практичний досвід буде корисний безпосередньо музеєзнавцям, для яких передбачено спеціальні музейні заходи (фахові екскурсії, лекції, що входять у пакет документів СМК). Конференції та семінари, які планується проводити на базі Музею, дозволять всебічно висвітлити його тематику та проблематику.

Дана робота може бути корисною при майбутніх розробках у музейній проектній діяльності, розширює вітчизняний досвід створення інтерактивних експозицій, а також, пропонує креативний підхід до синтезу фізичної експозиції із віртуальним простором, реальних експонатів – із віртуальними. Запропонований проект є експериментальним, а робота, виконана в рамках його, має потенціал для подальшого наукового опрацювання.

### Список використаних джерел:

1. Bigger Digital Shadows and Biggest Growth in the Far East. Веб-сайт. URL: <https://www.emc.com/leadership/digital-universe/2012iview/index.htm> (дата звернення: 16.03.2020)
2. Communications Decency Act. S.652 – 104th Congress (1995–1996). URL: <https://www.congress.gov/bill/104th-congress/senate-bill/652/text> (дата звернення: 02.02.2020)
3. Internet Diffusion and Usage Statistics over Time. Веб-сайт. URL: <https://percepticon.de/material/open-data/internet-diffusion-and-usage-statistics/> (дата звернення: 13.12.2019)
4. Internet World Stats. Веб-сайт. URL: <https://www.internetworldstats.com/europa2.htm#ua> (дата звернення: 11.12.2019)
5. Virtual Museum – Britannica Online Encyclopedia. Веб-сайт. URL: <http://www.britannica.com/EBchecked/topic/630177/virtual-museum> (дата звернення: 25.09.2020)
6. World Internet Usage Statistics News and World Population Stats. Веб-сайт. URL: <http://www.internetworldstats.com/stats.htm> (дата звернення: 08.12.2019)
7. Афіша виставки мікропроцесорів Intel. Веб-сайт. URL: <https://sncmuseum.org/zaproshuemo-na-vistavku-mikroprotsesoriv--intel-1> (дата звернення: 06.10.2020)

8. Афіша івенту International Women's Day-2018 у Software and Computer Museum. Веб-сайт. URL: <https://sncmuseum.org/plidna-spivpratsya-v-tsikaviih-podiyah> (дата звернення: 06.10.2020)
9. Афіша мультимедійної виставки OVERLOAD. Веб-сайт. URL: <https://moscultura.livejournal.com/1215736.html> (дата звернення: 08.10.2020)
10. Афіша виставки «Третя реальність». Веб-сайт. URL: <https://b-report.com/news/236279> (дата звернення: 08.10.2020)
11. Афіша інтерактивної виставки у доповненій реальності «Мировые шедевры. Исторические личности». Веб-сайт. URL: <http://simhm.ru/news/posters/2030-vystavka-v-dopolnennoy-realnosti-mirovye-shedevry-istoricheskie-lichnosti-9-sentyabrya-15-oktyabrya.html> (дата звернення: 15.11.2020)
12. Барлоу Перри Дж.. Декларация Независимости Киберпространства. Веб-сайт. URL: <http://www.telecomlaw.ru/articles/declaration.html> (дата звернення: 11.02.2020)
13. Гусейнов Г. Берлога веблога. Введение в эрратическую семантику. Веб-сайт. URL: [http://speakrus.ru/gg/microprosa\\_erratica-1.htm](http://speakrus.ru/gg/microprosa_erratica-1.htm) (дата звернення: 04.03.2020)
14. Два лика антиутопии: Киберпанк Веб-сайт. URL: [https://pikabu.ru/story/dva\\_lika\\_antiutopii\\_kiberpank\\_5532436](https://pikabu.ru/story/dva_lika_antiutopii_kiberpank_5532436) – (дата обращения 29.01.2020).
15. Иванов Л. Ю. Язык Интернета: заметки лингвиста. Веб-сторінка. URL: <http://www.honestnet.ru/chistyuy-yazyk/yazyk-interneta-zametki-lingvista.html> (дата звернення: 06.03.2020)
16. Інструкція з обліку музейних предметів, затверджена Наказом Міністерства культури України №580 від 21.07.2016 р., зареєстрована в Міністерстві юстиції України 12 серпня 2016 р. за №1129/29259.
17. Кирчев К. Манифест киберпанка. Веб-сторінка. URL: <http://kiberpanka.net/history/179-manifest-kiberpanka.html>. (дата звернення: 12.02.2020)
18. Кузнецов С. Ощупывая слона. Заметки по истории русского Интернета. Москва: Новое литературное обозрение. 2004. 362 с.
19. Лебедев А. А. Ководство. Москва: Издательство Студии Артемия Лебедева. 2018. 556 с.
20. Манифест антиграматности. Веб-сторінка. URL: <https://fuga.ru/shelley/manifest.htm> (дата звернення: 07.04.2020)

21. Офіційний сайт Software and Computer Museum. Веб-сайт. URL: <https://sncmuseum.org/> (дата звернення: 13.03.2020)
22. Офіційний сайт Web Archive. Веб-сайт. URL: <https://archive.org/about/> (дата звернення: 13.03.2020)
23. Офіційний сайт Європейського віртуального комп'ютерного музею. Веб-сайт. URL: [http://ukrainiancomputing.org/about\\_r.html](http://ukrainiancomputing.org/about_r.html) (дата звернення: 13.03.2020)
24. Офіційний сайт конференції «Музей та Інтернет». Веб-сайт. URL: <http://www.museumsandtheweb.com/> (дата звернення: 25.03.2020)

### Список використаної літератури

25. Dorst, John. Tags and Burners. Cycles and Networks: Folklore in the Telectronic Age. *Journal of Folklore Research*. 1990. № 27. С. 179–190.
26. Dundes, Alan, and Carl R. Pagter. When You're Up to Your Ass in Alligators: More Urban Folklore from the Paperwork Empire. Detroit: Wayne State University Press. 1987. 85 с.
27. Folk-art-net: новые горизонты творчества. От традиции – к виртуальности: Сб. статей. Москва: Государственный республиканский центр русского фольклора. 2007. 200 с.
28. Fox, William. Computerized Creation and Diffusion of Folkloric Materials. *Folklore Forum*. 1983. № 16. С. 5–20.
29. Kirshenblatt-Gimblett B. The Electronic Vernacular. Connected: Engagements with Media. / Ed. George E. Marcus. Chicago: University of Chicago Press. 1996. 164 с.
30. The «Virtual Museum»: New Perspectives For Museums to Present Objects and Information Using the Internet as a Knowledge Base and Communication System. *School of Information Science*. Saarland: University of Saarland. 2011. №12. С. 113–125  
URL: [http://is.uni-sb.de/projekte/sonstige/museum/virtual\\_museum\\_isi98](http://is.uni-sb.de/projekte/sonstige/museum/virtual_museum_isi98) (дата звернення: 10.11.2019)

31. Александрова Л. Д. Опыт философского осмысления «Дополненной реальности» в онтологическом континууме «Виртуальность — реальность». *Вестник Челябинской государственной академии культуры искусств*. Челябинск. 2014. № 4 (40). С. 59–62.
32. Алексеевский М. Д. Интернет в фольклоре или фольклор в Интернете? (Современная фольклористика и виртуальная реальность). *От конгресса к конгрессу: Навстречу Второму Всероссийскому конгрессу фольклористов*. Москва: Государственный республиканский центр русского фольклора. 2010. С. 151–166.
33. Арзамасцев В. П. О семантической структуре музейной экспозиции. *Музееведение. На пути к музею XXI века.: Сб. науч. тр.* Москва: НИИ культуры. 1989. с. 48.
34. Артюхин В. В. Реальность 2.0b. Современная история информационного общества. Москва: Lambert. 2012. 433 с.
35. Ассанж Дж. Шифропанки: свобода и будущее Интернета. Москва: Азбука-Аттикус. 2014. 224 с.
36. Баева Л. В. Электронная культура: опыт философского анализа. *Вопросы философии*. 2013. № 5. С. 75–83.
37. Бар-Ицхак Х., Фиалкова Л. Фольклор и компьютер: к постановке проблемы. *Язык и культура: Материалы IV международной конференции*. Киев. 1996. С. 143–152.
38. Бирюкова М. В. Музей воображаемый vs музей реальный: концепции гипотетических музеев второй половины XX века. *Международный журнал исследований культуры*. Санкт-Петербург: ЭЙДОС. 2016. № 3 (24). С. 85–95.
39. Браккер Н. В., Петренко Е. П. Десятилетний опыт разработки и внедрения автоматизированных систем для музейных фондов. *Компьютеризация в музеях: сб. докладов Всероссийской конференции*. Москва. 1997. С. 31–38.
40. Быстрова К. В. Интернет как современный ареал бытования сказки. *Филология и человек*. 2009. № 1. С. 166–171.
41. Варенцова Д. А. Прецедентная языковая игра в жанре интернет-фольклора – «стишки-пирожки» или «стишки-порошки». *Стратегии развития социальных общностей, институтов и территорий: материалы V Международной научно-практической конференции*. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та. 2019. Т. 2. С. 87–91.
42. Войскунский А. Е. Метафоры Интернета. *Вопросы философии*. 2001. № 11. С. 64–79.

43. Войцицька М. О. Хакерська субкультура у просторі міфу. Народження нового культурного героя сучасності. *Магістеріум: культурологія*. 2005. № 19. С. 61–68.
44. Волькович А. Ю. Музейная экспозиция как симеотическая система: автореферат дис. по культурологии. Санкт-Петербург: Изд-во СПбГУ. 1999. 21 с.
45. Гнедовский М. Б., Колчанов В. М., Суринов В. М. О направлении разработки программы музееведческих исследований. Музей и современная социокультурная ситуация. *Музейное дело и охрана памятников*. 1989. № 2. 26–48 с.
46. Гнедовский М. Б. Современные тенденции развития музейной коммуникации. *Проблемы культурной коммуникации в музейной деятельности*: Сб. научн. тр. НИИК. Москва: Музееведение. 1989. С. 21.
47. Горный Е. И. Русский LiveJournal: влияние культурной идентичности на развитие виртуального сообщества. *Control + Shift. Публичное и личное в русском Интернете*: Сб. научных статей. Москва. 2009. С. 103 – 124.
48. Горошко Е. И. Виртуальное жанроведение. *Уч. зап. Таврического национального ун-та им. В.И. Вернадского*: Сер. Филология. Социальные коммуникации. Киев. 2011. Т. 24 (63). № 1. С. 66–79.
49. Денисова А. Б. Влияние информационной реальности на существование человека. *Современные проблемы науки и образования*. 2012. № 6. С.12–17.
50. Дери М. Скорость убегания: киберкультура на рубеже веков. Екатеринбург: Изд-во Ультра. 2008. 480 с.
51. Джалилова Н. А. Виртуально-фольклорные формы презентации идентичности в Интернете. *Интернет и фольклор*: Сборник статей. Москва: ГРЦРФ. 2009. С. 294–301.
52. Добровольская В. Е. Традиционные сюжеты анекдотов в творчестве толкиенистов и анимэ-фольклоре. *Интернет и фольклор*. Сборник статей. Москва: ГРЦРФ. 2009. С. 131–145.
53. Другий всеукраїнський музейний форум: матеріали науково-практичної конференції / за ред. Л. О. Гріффена. Переяслав-Хмельницький. 2019. 312 с.
54. Емелин В. А. Кризис постмодернизма и потеря устойчивой идентичности. *Национальный психологический журнал*. 2017. № 2 (26). С. 5–15.
55. Еременко Т. В. Каталогизация ресурсов Интернета: Опыт библиотек США. Электронные ресурсы в библиотеках. 2004. №1. URL:

- <http://www.eril.ru/magazine/archive/2004/1/theme/yeryomenko.php> (дата звернення: 18.12.2019)
56. Загидуллина М. В. Мифотворческая функция слухов в рамках фольклорета: к вопросу о расширении классической теории фольклора. *Вестник Челябинского государственного университета*. 2009. № 34. С. 37–42.
  57. Зиновьева Н. А. Анализ процесса конструирования смысла Интернет-мема. *Дискуссия. Политематический журнал научных публикаций*. 2013. № 9. С. 44–53.
  58. Интернет-коммуникация как новая речевая формация: Сборник статей. Москва: Наука, 2012. 328 с.
  59. Каракозов С. Д. Информационная культура в контексте общей теории культуры личности. *Педагогическая информатика*. 2000. № 2. С. 42–56.
  60. Катина Н. П. Динамика музейного продукта в современных культурных средах: автореф. дис. канд. культур. наук. Москва: РГБ. 2012. 24 с.
  61. Колистратова А. А. От архаики до сетевого фольклора: некоторые итоги лингвосомиотического анализа фольклорных явлений как знаков культуры. *Вестник Иркутского государственного лингвистического университета. Серия Филология*. 2011. № 3. С. 36–41.
  62. Колистратова А. А. Фольклор в эпоху постмодерна: отсутствие предмета высказывания. *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. 2011. № 2. С. 88–90.
  63. Корнієнко М. Ю. Віртуальний музей та віртуальний експонат. Всесвітній досвід збереження цифрової культурної спадщини. *Культурологія та соціальні комунікації: інноваційні стратегії розвитку: матеріали міжнародної наукової конференції (26-27 листопада 2020 р.)*. Харків: ХДАК. 2020. С. 71-72.
  64. Корнієнко М. Ю. Етапи становлення і сучасний стан інтернет-фольклору в Україні. *Культурологія та соціальні комунікації: інноваційні стратегії розвитку: матеріали міжнародної наукової конференції (21-22 листопада 2019 р.)*. Харків: ХДАК. 2019. С. 85-86.
  65. Королева Н. Н. Влияние коммуникации в сети Интернет на личностные особенности пользователей. *Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена*. 2004. № 9. Т. 4. С. 168–179.



66. Кролл Э. Все об Internet. *Роль музеїв у культурному просторі України і світу*: збірка статей. Дніпропетровськ: Дніпропетровський історичний музей ім. Д. І. Яворницького. 2009. № 11. С. 573–581.
67. Костенко Є. В. Когнитивний аспект впливу мережних СМІ на масове свідомство. *Вісник Нижгородського університету ім. Н.І. Лобачевського*. 2012. №5 (3). С. 50–54.
68. Куклинова І. А. Сучасні тенденції в вивченні історії музейної справи. *Вісник СПбГУКИ*. Санкт-Петербург. 2013. № 3 (16). С. 90–94.
69. Лаппо-Данилевський А. С. Методологія історії: в 2 т. / сост. Р. Б. Казаков, О. М. Медушевська, М. Ф. Румянцева. Т. 1. Москва: РОССПЭН. 2010. 408 с.
70. Лебедев А. В. Музейні представництва в Інтернет. Російський і зарубіжний досвід. Веб-сторінка. URL: [http://www.ict.edu.ru/ft/003570/mus\\_nt.pdf](http://www.ict.edu.ru/ft/003570/mus_nt.pdf) (дата звернення: 30.05.2020)
71. Леклер Л. Музеї і телебачення. *Інформаційний бюлетень Сов. ком. ИКОМ*. 1989. № 2. С. 70–73.
72. Леминг Р. Комп'ютери і діловий аспект музейної справи. *Museum*. 1994. №181. С. 26–29.
73. Лошак Ю. М., Кошчєєва Е. Л., Гумін М. Я. Система комплексної автоматизації музеїв КАМІС. *Музеї Москви і музеологія ХХ століття*: тези наукової конференції. Москва. 1997. С. 84–87.
74. Лутовинаова О. В. Інтернет як нова «устно-письменна» система комунікації. *Ізвестія Російського державного педагогічного університету ім. А.І. Герцена*. 2008. № 11 (71). С. 58–65.
75. Лутовинаова О. В. Байка в віртуальному фольклорі. *Руський мовний рубіж*. 2009. № 2. С. 77–82.
76. Ляшенко, Е. С. Семіотический аспект інтернет-культури. *Гуманітарний вектор. Сер. Педагогіка. Психологія*. 2011. № 2. С. 99–105.
77. Макаров М. Л. Жанри в електронній комунікації quo vadis?. *Жанри мови*. Саратов: Колледж. 2005. № 4. С.336–352.
78. Маклюэн Г. М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека / пер. с англ. В. Николаева. Москва: КАНОН-пресс-Ц. 2003. 464 с.
79. Максимова Т. Е. Виртуальные музеи: типология и функциональная специфика. Москва: Экон-информ. 2014. 160 с.

80. Мастеница Е. Н. Новые тенденции в развитии музея и музейной деятельности. *Собор лиц: сборник статей / под ред. М. Б. Пиотровского, А. А. Никоновой.* Санкт-Петербург: Изд-во С.-Петерб. ун-та. 2006. С. 138–145.
81. Матт Г., Флатц Т., Льодерер Ю. Культура і гроші. Музей – підприємницька діяльність. Практичний порадник. Київ: Логос. 2009. 173 с.
82. Мезенцева Г. Г. Музеезнавство (на матеріалах музеїв Української РСР). Київ: Вища школа. 1980. 115 с.
83. Мищенко А. В. Апгрейд в сверхлюди: технологическая гиперэволюция человека в XXI веке. Москва: Книжный дом «Либроком». 2009. 168 с.
84. Музейная экспозиция: (теория и практика, искусство экспозиции, новые сценарии и концепции): сборник статей / Под ред. М. Т. Майстровской. Москва: Изд-во Российского института культурологии. 1997. 216 с.
85. Нигматуллина, Г. Ф. Культура российских интернет-сообществ в условиях становления информационного общества : автореф. дис. канд. социол. наук: 22.00.06. Тюмень: Тюмен. гос. нефтегазовый ун-т. 2011. 23 с.
86. Николаев В. Герберт Маршалл Маклюэн и его книга «Понимание средств коммуникации». *Отечественные записки.* 2003. № 4. С. 34–42.
87. Ноль Л. Я. Компьютерные технологии в музее: Учебное пособие. Москва: Высшая школа. 1999. 137 с.
88. Основы музеезнавства, маркетингу та рекламно-інформаційної діяльності музеїв: Посібник / за ред. В. Великочого, Н. Гасюк. Івано-Франківськ: Плай. 2005. 68 с.
89. Панченко А. А. Интернет и фольклористика. *Актуальные проблемы современной фольклористики и изучения классического наследия русской литературы: Сб. науч. ст. памяти профессора Е.А. Костюхина.* Санкт-Петербург: Изд-во С.-Петерб. ун-та. 2009. С. 104–122.
90. Перкинс Дж. Компьютеризация: начиная с нуля. *Museum.* 1994. № 181. С. 7–11.
91. Петрова А. А. Язык и текст сетевого фольклора: сленг, анекдот и частушка. *Интернет и фольклор: Сборник статей.* Москва: ГРЦРФ. 2009. С. 218–234.
92. Пилко И. С, Савкина С. В. Электронные выставки музеев: специфические особенности, видовая классификация. *Вестник КемГУ-КИ.* 2014. № 29. С. 55–67.
93. Писаревская Д. Б. Повседневность субкультуры ролевых игр: социализация, ролевой фольклор, пресса. *От конгресса к конгрессу: Материалы Второго*

- Всероссийского конгресса фольклористов. Сборник докладов. Т. 1. Москва: ГРЦРФ. 2010. С. 50–59.
94. Поляков Т. П. Как делать музей? (О методах проектирования музейной экспозиции). Москва: Изд-во Российского института культурологии. 1997. 170 с.
95. Поляков Т. П. Музейная экспозиция: методы и технологии актуализации культурного наследия. Москва: Институт Наследия. 2018. 588 с.
96. Пустовойт Ю. В. Педагогические аспекты применения цифровых технологий в экспозиционно-выставочном пространстве современного музея. *Научный поиск*. 2018. № 4 (30). С. 20–23.
97. Радченко Д. А. Fan4Fun: Интернет-мемы как фактор формирования сообществ. *Вестник Санкт-Петербургского университета*. Т. 12. Санкт-Петербург: Изд-во С.-Петерб. ун-та. 2019. С. 65 – 83.
98. Радченко Д. А. Бородатый баян с лопатой: реакция на неактуальный текст в устной и сетевой коммуникации. *Фольклор и этнография: Сборник избранных статей. К девяти столетию со дня рождения К. В. Чистова*. Санкт-Петербург: МАЭ РАН. 2011. С. 76–87.
99. Радченко Д. А. Комплексные тексты в сетевом фольклоре. *От конгресса к конгрессу: Материалы Второго Всероссийского конгресса фольклористов. Сборник докладов. Т. 1*. Москва: ГРЦРФ. 2010. С. 69–83.
100. Радченко Д. А. Конструирование «исторического» в процессе сетевой коммуникации. *Интернет и фольклор: Сборник статей*. Москва: ГРЦРФ. 2009. С. 235–244.
101. Рашкофф Д. Медиавирус. Веб-сайт. URL: <https://www.litmir.me/br/?b=22925&p=3> (дата звернения: 30.09.2020)
102. Ришковець Ю. Принципи побудови віртуальних музеїв у WWW. *Proceedings of the III International Conference on Computer Science and Information Technologies*. Львів: Publishing House Vezha&Co. 2008. С. 313–319.
103. Розин В. М. Феномен сетевого фольклора. *Традиционная культура*. 2007. № 3. С. 15–22.
104. Росляков А. Б. Личное оружие в Рунете: сообщество, субкультура и фольклор. *Интернет и фольклор. Сборник статей*. Москва: ГРЦРФ. 2009. С. 245–258.

105. Рукомойникова В. П. Самодеятельное творчество пользователей сети Интернет как явление постфольклора. *Первый Всероссийский конгресс фольклористов*: Сб. докладов. Т. 3. Москва. 2006. С. 289–297.
106. Рукомойникова В. П. Интернет как среда существования фольклора. *Folk-art-net: новые горизонты творчества. От традиции – к виртуальности*: Сб. науч. ст. Москва: ГРЦРФ. 2007. С. 54–62.
107. Савченко А. В., Сулова Т. И. Философско-антропологические основания Интернет-фольклора как формы коммуникации. *Credo New*. 2008. № 4. С. 83–90.
108. Сапанжа О. С. Теория музея и музейности: историографический обзор и историческая типология. Санкт-Петербург: НОУ Экспресс, 2011. 98 с.
109. Седакова И. А. Традиционная и массовая культура в Интернете: цитаты, квази-цитаты и аллюзии. *Интернет и фольклор*. Сборник статей. Москва: ГРЦРФ. 2009. С. 270–284.
110. Седакова И. А. Фольклор, ценности и коммерция (на материале цветочных мифов в СМИ и Интернете). *От конгресса к конгрессу*. Материалы Второго Всероссийского конгресса фольклористов. Сборник докладов. Т. 1. Москва: Государственный республиканский центр русского фольклора. 2010. С. 92–99.
111. Современные тенденции в развитии музеев и музееведения: матер. Всерос. науч.-практ. конф. (Новосибирск, 3–5 октября 2011 г.) / отв. ред. В. А. Ламин, Н. М. Щербин. Новосибирск : Редакционно-издательский центр Новосибирск. ун-та, 2011. 398 с.
112. Тихомиров С. А. К вопросу о становлении сетевого способа бытования городского фольклора. *Вопросы культурологии*. 2008. № 10. С. 63–65.
113. Фролова О. Е. Визуальная специфика сетевого анекдота. *Традиционная культура*. 2007. №3. С. 30–36.
114. Фролова О. Е. Анекдот как отражение интересов пользователя. *Интернет и фольклор*: Сборник статей. Москва: РГЦРФ. 2009. С. 117–130.
115. Черненко В. В. Современные информационные технологии в музее: экспозиционно-выставочный аспект. *Музей и современные технологии*. Материалы Всероссийских научных конференций. Томск, 20–23 мая 2003 г., 20–24 сентября 2004 г. / Отв. редактор Э. И. Черняк. Томск: Изд-во Том. ун-та. 2006. С. 116–127.
116. Чикалова А. А. Пародии на сказку в сети Интернет. *Интернет и фольклор*: Сборник статей. Москва: ГРЦРФ. 2009. С. 146–157.

117. Шевцов. І. П. Інтеграція інтернету у музейній діяльності. Веб-сторінка. URL: <http://shevtsov.org/modules.php?name=Content&pa=showpage&pid=9>. (дата звернення: 30.03.2020)
118. Шляхтина Л. М. Музей в современном мире: тенденция развития. *Значение и возможности музеев в современном мире*. Материалы международной конференции. Санкт-Петербург, декабрь 2005. Санкт-Петербург: Европейский Дом. 2006. С. 15–22.
119. Шляхтина Л. М. Основы музейного дела: теория и практика. Учебное пособие – Москва: Высшая школа. 2005. 183 с.
120. Шляхтина Л. М., Мастеница Е. Н. Проективная модель музея XXI века: управление процессом коммуникации. *Музей — зритель. XXI век*. Материалы конференции к 80-летию научно-просветительского отдела / Науч. ред. О. Г. Махо. Санкт-Петербург: Изд-во Гос. Эрмитажа. 2006. С. 24–30.
121. Шредер Р. Киберкультура, киборгпостмодернизм и социология технологий виртуальной реальности: скольжение на волнах души в век информации. *На путях постмодернизма*: Сборник обзоров и рефератов. Москва: ИНИОН РАН. 1995. С. 117–125.
122. Шумов К. А. Профессиональный миф программистов. *Современный городской фольклор*: Сборник статей / под. ред. А. Ф. Белоусова, И. С. Веселовой, С. Ю. Неклюдова. Москва: РГГУ. 2003. С. 128–164.
123. Щипицина Л. Ю. Дигитальные жанры: проблема дифференциации и критерии описания. *Коммуникация и конструирование социальных реальностей*: Сб. науч. статей / Отв. ред. О. Г. Филатова. Т. 1. Санкт-Петербург: Изд-во С.-Петерб. ун-та. 2006. С. 112–119.
124. Щипицина Л. Ю. Понятие жанра компьютерно-опосредованной коммуникации. *Вестник Поморского университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки*. 2009. № 3. С. 68–74.
125. Электронная культура: трансляция в социокультурной и образовательной среде / под. ред. А.Ю. Алексеева, С. Ю. Карпука. Москва: МГУКИ, 2009. 260 с.
126. Яковець І. О. Експозиційна діяльність та дизайн експозиції в музеях: особливості сучасного стану в Україні. *Музейний альманах*. Наукові матеріали: статті, есе. Черкаси: Вид. ЧОХМ. 2010. №1. С. 12–15.

127. Яковець І. О. Комунікативно-психологічна складова музейного менеджменту. *Другий Музейний альманах*. Наукові матеріали: статті, есе. Черкаси: Брама-Україна. 2011. № 2. С. 26–28.
128. Якутова Ю. А. Інтернет-культура: сутність, структура, основи формування. *Научные проблемы гуманитарных исследований* 2011. № 9. С. 235–241.

## **Розширена тематична структура експозиції «Музею інтернет-культури та інтернет-фольклору»**

### **Розділ I. «Становлення Інтернет-мережі» (1-й зал – фізична експозиція)**

**Тема 1.:** Від Електронно-обчислювальної машини – до Персонального комп'ютеру

*Комплекс:* типологічний ряд промислових та персональних комп'ютерів IBM покоління 1980-х рр.;

*Комплекс:* типологічний ряд персональних комп'ютерів Apple Macintosh покоління 1980-х рр.;

**Тема 2.:** Від локальних мереж – до Всесвітньої павутини

*Комплекс:* типологічний ряд мікропроцесорів RISC Alpha;

*Комплекс:* типологічний ряд мікропроцесорів Pentium.

### **Розділ II. «Інтернет-культура 1990-х рр.» (2-й зал – фізично-віртуальна експозиція)**

**Тема 1.:** «Первісний» Інтернет:

*Комплекс:* Витоки мультимедійної народної творчості;

*Комплекс:* Фідонет (локальна мережа комп'ютерів, на яких реконструйований обмежений функціонал та інтерфейс мережі Фідонет);

**Тема 2.:** Інтернет-жаргон – як розмовна мова, інтернет-мем – як культурна одиниця.

### **Розділ III. «Чорне дзеркало» сучасності: від 2000-х до наших днів» (3-й зал – віртуальна експозиція)**

**Тема 1.:** Блоги, мікроблоги та соціальні мережі (2000-2010 рр.):

*Комплекс:* Підбірка мультимедійної народної творчості LifeJournal;

*Комплекс:* Підбірка мультимедійної народної творчості Pikabu;

*Комплекс:* Підбірка мультимедійної народної творчості MySpace;

**Тема 2.:** «Літописи» сучасної інтернет-культури (2010-2015 рр.):

*Комплекс:* Підбірка друкованих оглядів історії інтернет-фольклору;

*Комплекс:* Підбірка відеооглядів історії мемів та інтернет-фольклору.

**Тема 3.:** Роль ЗМІ та державної цензури у розвитку інтернет-культури:

*Комплекс:* Фейкlor, «вброси» та копірайт - підбірка найрезонансніших випадків;

*Комплекс:* «Фабрики тролів»;

*Комплекс:* Громадська думка, постіронія та постправда у сучасній мультимедійній народній творчості - підбірка тематичних творів.



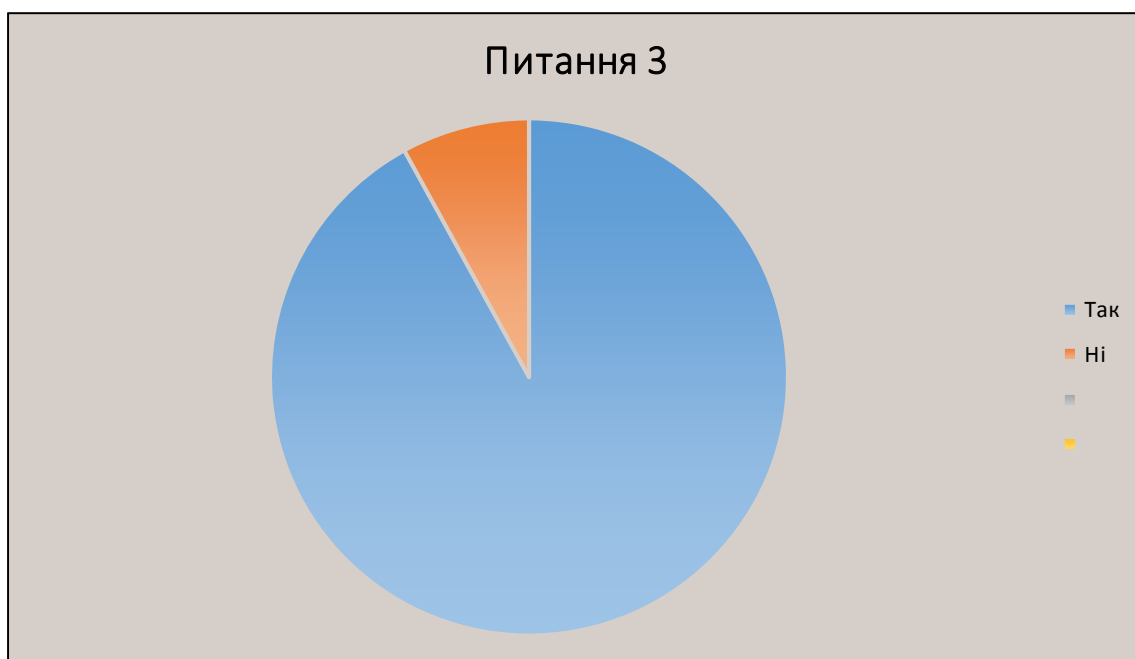
## **Характеристика потенційної аудиторії «Музею інтернет-культури та інтернет-фольклору»**

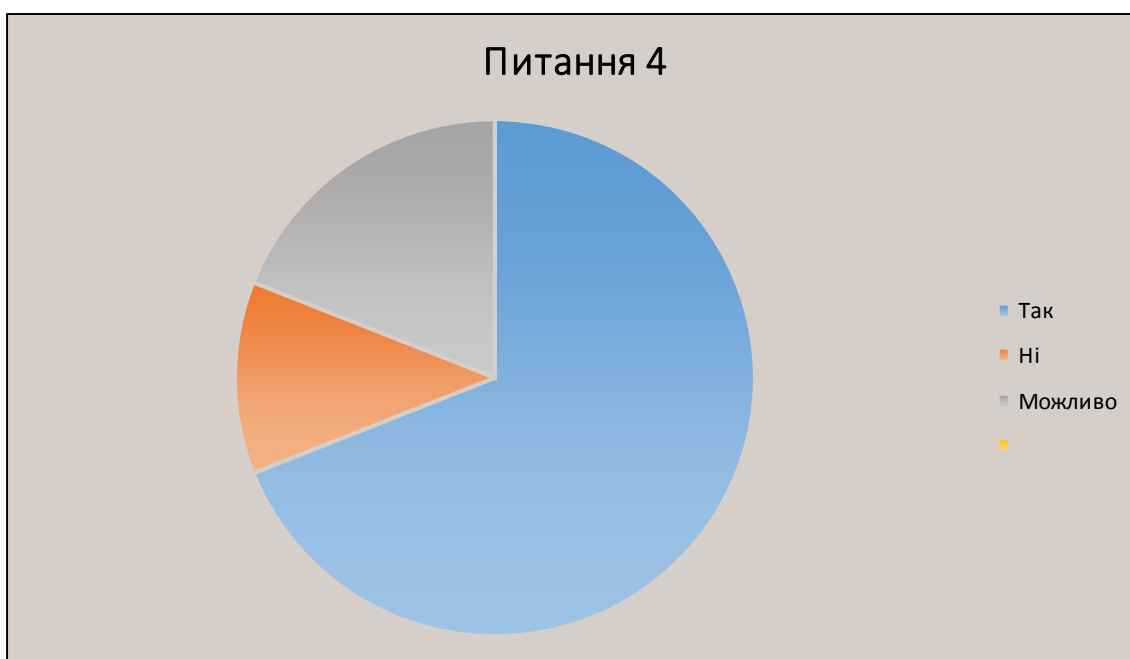
Розробка програми по створенню постійної експозиції «Музею інтернет-культури та інтернет-фольклору», окрім створення проекту, потребує проведення соціологічного опитування. Дослідження проводилося онлайн на п'ятьох із найбільших українських інтернет-форумів (Чат Bizzare, МетаФорум, Форум Файного Міста, Форум «Скамейка» та Форум «Колба»). У ході дослідження було опитано 168 респондентів методом анкетування. Вся вибірка поділена на 4 вікові групи: 17 – 24 років; 25 – 35 років; 36 – 50 років; 51 – 75 років. Гендерний склад вибірки складає 50:50 %, 25 % опитаних є так званими «людьми музейного типу» (котрі доволі часто відвідують виставки), 75% - не роблять цього зовсім, або дуже рідко (менше 2-х разів на рік). Виходячи зі складу вибірки, можна казати про максимальну об'єктивність та достовірність анкетування.

Із загальної кількості 10 питань, респондентам було запропоновано 5, що стосуються безпосередньо моєї теми, а саме:

1. Чи цікавитеся Ви історією розвитку Інтернету та інформаційних технологій?
2. Чи можете Ви оцінювати творчість інтернет-користувачів як частину культурного надбання останніх десятиліть?
3. Чи хотіли б Ви дізнатися більше про історію розвитку інтернет-культури та інтернет-фольклору з наукової точки зору?
4. Чи відвідали б Ви музей під назвою «Музей інтернет-культури та інтернет-фольклору»?
5. Які заходи у Музеї Ви би відвідали?

Результати опитування:





Програма експозиції «Музею інтернет-культури та інтернет-фольклору» дуже обширна та розрахована на широке коло відвідувачів – дітей, дорослих, літніх людей. Стосовно інтересу до експозиції Музею різних категорій відвідувачів, то для школярів і студентів вона буде цікавою як додаткове джерело вивчення

світової історії та інформатики. Для дорослих, вона стане інструментом розширення кругозору та поглибить знання з історії техніки та технологій.

### Порівняльний аналіз характеристик традиційного та інтернет-фольклору

Усна народна творчість	Інтернет-фольклор
<i>Спільне:</i>	
Колективність	Анонімність
Художність	Образність
Варіативність	Мінливість
<i>Різне:</i>	
Середовище існування - реальність	Середовище існування - віртуальність
Комунікаційний канал – переважно аудіальний	Комунікаційний канал – переважно візуальний
Географічна локалізація	Глобальність
Консервативність	Динамічність

### Жанри інтернет-фольклору:

Текстові	Текстово-ілюстративні	Аудіальні
<i>Можливе існування поза межами онлайну</i>		
Анекдоти	Картинки-меми	Пісні-меми
Частівки	Відео-меми	
Стішки-пірожкі		
Крилаті вислови		
Прислів'я, приказки		
Статуси		
Кріпі-історії		
<i>Існування поза межами онлайну неможливе</i>		
Листи щастя/нещастя	Фотожаби	Подкасти із загубленим авторством
Інтернет-міфи та інтернет-легенди	Колажі	
	Мотиватори/демотиватори	

## Додаток 4

## г) План реалізації проекту

Діяльність за проектом необхідно розбити на окремі етапи, що мають бути представлені у логічній послідовності, відобразити весь комплекс запланованої діяльності, за такою схемою:

№ етапу	Назва етапу	Тривалість етапу	Завдання етапу	Детальний опису кожного із заходів / видів діяльності в межах етапу (із представленням кількісних та якісних показників)	Відповідальний	Результати здійснення етапу	Обсяг фінансування етапу з боку МФВ (у гривнях)
1	Підготовчий етап	01.03.2021 – 01.04.2021	Знайти музейне приміщення;	Приміщення повинне задовільняти вимогам Інструкції з обліку, зберігання та використання музейних предметів, а також, початковому експозиційному задуму.	Корнієнко М.Ю.	Знайдено задовільне музейним потребам приміщення	-
			Набрати команду підрядників;	Оголосити тендерні пропозиції на платформі «Прозорро» за чотирма видами надання послуг: художні та дизайнерські послуги; будівельно-ремонтні послуги; монтаж та обслуговування мультимедійного обладнання; розробка програмного забезпечення. За результатами конкурсу, відібрати найкращі тендерні заявки та заключити контракти на надання послуг із компаніями-переможцями.	Корнієнко М.Ю., Князьков О.В.	Сформовано команду фахівців, надано тимчасову робочу зайнятість агенствам/підприємствам м. Харків (підтримка малого бізнесу)	80 000.00
			Розробити кошториси на ремонт приміщення та монтаж технічного обладнання;	Спільно із залученими фахівцями з'ясувати технічні моменти перепланування, ремонту приміщення, проведення комунікацій та ін. На основі їхніх рекомендацій, скласти детальні кошториси на кожну категорію видатків.	Корнієнко М.Ю., Князьков О.В.	Розроблено кошториси на всі види робіт	16 000.00
			Розробити Тематико-експозиційні	Підготувати тематико-експозиційні плани для виставок та кожної експозиційної зали. На етапі початку ремонтних робіт, дати кожному із підрядників чітке технічне завдання, аби вдало	Корнієнко М.Ю.	Означене загальне для всіх учасників проекту бачення концепції	-

			плани	втілити концептуальне бачення експозиції.		експозиції музею	
2	Ремонтний етап	02.04.2021 – 31.07.2021	Здійснити ремонт і необхідні монтажні роботи;	Ремонтні роботи виконувати за затвердженим планом, контролювати аби всі етапи реалізувалися у встановлені строки, не допускати відхилення від затвердженого кошторису, здійснювати якісний контроль робіт	Корнієнко М.Ю.	Приміщення готове до монтажу експозиції та подальшої експлуатації	265 000.00
			Знайти робочі кадри, провести для них проф-підготовку;	Поширити заявки про вакансії трьох наукових співробітників та двох зберігачів серед ВНЗ м. Харків на профільних історичних, музеєзнавчих, джерелознавчих кафедрах. Поширити заявки про вакансії адміністратора, доглядача, завхозу та підсобного робітника у Харківському обласному центрі зайнятості. Провести співбесіди зі здобувачами, що відгукнулися.	Корнієнко М.Ю., Князьков О.В., Севастьянова Т.О.	Сформовано майбутню команду робітників музею. Надано робочі місця за спеціальністю п'ятьом студентам-випускникам.	-
			Впровадити інформаційну кампанію, стосовно ходу реалізації проекту;	Створити сторінки у соціальних мережах Facebook, Instagram та канал у Telegram, де аудиторію регулярно (щоденно або через день) інформуватимуть про хід реалізації проекту. Поширити у школах, ліцеях та ВНЗ м. Харків оголошення про відкриття нового музею, пошуку волонтерів.	Севастьянова Т.О.	Покладено початок рекламній кампанії музею у соц. мережах та пошуку потенційних «друзів музею» серед цільової аудиторії	5 000.00
			Розробити спеціальне програмне забезпечення для музею	Розробити спеціальний музейний додаток, у якому буде одразу три функціонали: класичний онлайн-запис, оцінка відвідання, календар заходів тощо; аудіогід п'ятьма мовами (українська, російська, англійська, німецька, французька); режим перегляду доповненої реальності. Провести тестування додатку	Князьков О.В.	Музей забезпечено власним інтерактивним додатком	140 500.00



3	Фінальний етап	01.08.2021 – 31.09.2021	Здійснити монтаж експозиції;	У підготованих приміщеннях, згідно Тематико-експозиційним планам, розмістити всі необхідні експозиційні меблі, обладнання, об'єкти, інсталяції тощо. Провести тестування всього технічного та програмного обладнання, що задіяне в інтерактивних частинах експозиції.	Корнієнко М.Ю.	Експозиційні зали повністю обладнані та готові до приймання відвідувачів	4 270 004. 42
			Провести проф. підготовку музейних кадрів;	Провести навчання для співробітників музею: тренінги, семінари, підвищення кваліфікації (якщо потрібно), ознайомити із концепцією музею та внутрішнім розпорядком.	Корнієнко М.Ю., Князьков О.В., Севастьянова Т.О.	Команда співробітників музею розуміє специфіку своєї роботи, ознайомлена із посадовими інструкціями та готова приступити до своїх обов'язків	20 000.00
			Провести рекламну кампанію музею;	Запустити рекламу музею у громадському транспорті (метро, тролейбуси) та на білбордах м. Харків., анонсувати відкриття у таких популярних інтернет-ЗМІ, як: City.kharkov.ua, Kharkovgo.com, Vgorode, «Накипело» та ін., а також, провести репортажі на місцевому телебаченні UA: Харків.	Севастьянова Т.О.	Цільова аудиторія інформована про відкриття нового музею у місті та мотивована на його відвідання	45 000.00
			Провести урочисте відкриття музею	Першого вересня, у Міжнародний день знань, відкрити музей та зробити три дні безкоштовного відвідування.	Корнієнко М.Ю., Князьков О.В., Севастьянова Т.О.	Музей офіційно розпочав свою роботу, провів урочистий захід на цю честь, надалі – готовий функціонувати у звичайному робочому режимі	15 000.00

## Бюджет проектної пропозиції

Назва організації:

Назва проектної заявки: Музей інтернет-культури та інтернет-фольклору у м. Харків

Статті видатків	Очікуване фінансування від МФВ (у гривнях)	Отримане фінансування з інших джерел (у гривнях)	Загальна сума за статтями бюджету (у гривнях)	Відсоток від запитуваної від МФВ суми коштів
1. Оплата праці	96 000. 00	48 000. 00	144 00. 00	63%
2. Обладнання	4 270 004. 42	-	4 270 004. 42	100%
3. Матеріальне забезпечення	265 000. 00	-	265 000. 00	100%
4. Відрядження і транспортні витрати	20 000. 00	20 000. 00	40 000. 00	50%
5. Інші витрати	205 500. 00	-	205 500. 00	100%
<b>РАЗОМ:</b>	<b>4 856 504. 42</b>	<b>68 000. 00</b>	<b>4 924 504. 42</b>	