



УДК 7.091: 004.77

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ВІРТУАЛЬНИХ ЕКСПОЗИЦІЙ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ ПІД ЧАС ПАНДЕМІЇ COVID-19

ПОЛЯКОВА Ольга, ПРИХОДЬКО Катерина
Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, Україна
polyakova_ov@ukr.net

Розглянуто приклади використання інтернет- та VR-технологій у всесвітніх музеях, театрах, на показах мод під час пандемії COVID-19. Розглянуто варіанти використання віртуального формату на українських мистецьких майданчиках. Запропоновано варіанти розширення залученої аудиторії для представників українського культурного кластеру.

Ключові слова: карантин, музей, культурні майданчики, інтернет-технології, VR-технології.

ВСТУП

Під час карантину 2020-2021 років, спричиненого вірусом COVID-19, культурна сфера потерпає від відсутності глядачів та відвідувачів. Театри, музеї, виставки та інші культурні заходи були закриті чи перенесені на невизначений час. У зв'язку з цим, чимало працівників культурної сфери втратили роботу, а організаторам заходів довелося шукати альтернативну можливість залучення глядачів засобами інтернет-технологій. Для багатьох мистецьких майданчиків це стало викликом, а іноді – нездійсненим завданням.

Віртуалізація культурного кластеру дала можливість звернути на себе увагу тих, хто не цікавився мистецтвом раніше, або за певних обставин не мав змоги побачити експозиції в реальності. В той час, як деякі всесвітньовідомі виставки, музеї та театри збирали перед екранами тисячі глядачів, для багатьох українських і зарубіжних культурних майданчиків карантин став надзвичайно складним випробуванням через недостатню модернізованість.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Визначити особливості формування віртуальних експозицій креативних індустрій на прикладі досвіду їх організації світовими та українськими культурними майданчиками під час першої хвилі пандемії COVID-19.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ЇХ ОБГОВОРЕННЯ



На момент початку епідемії COVID-19 (весна 2020 р.) планувалося чимало всесвітніх виставок, показів мод, концертів, музеї чекали на відвідувачів з новими експозиціями. Запровадження карантину для них виявилось організаційним та економічним «ударом». Однак завдяки поширеності інтернет-технологій вдалося частково перенести заходи у віртуальний формат, що є безпечним у період пандемії COVID-19. Карантинні обмеження стали каталізатором культурного збагачення та залучення більшої кількості глядачів різного віку. Нажаль, більшість українських музеїв та культурних майданчиків не були до цього готові, адже вчасно не оновили сайти, неактивно вели Youtube, Instagram, Facebook та інші соцмережі. Таким чином, для них період карантину став чи не найбільш фатальним в історії. Досвід закордонних та українських креативних організацій різного формату може допомогти вирішити як існуючі недостатньо модернізованим українським музеям та іншим експозиціям в умовах пандемії [1].

Під час пандемії COVID-19 світ мистецтва розділився на 2 сектори. У першому організатори перенесли важливі події на пізніший час, адже вони проводяться тільки певним чином і не змінюють традиції. Наприклад, було вирішено перенести 17 Архітектурний бієнале на 1 рік. У другому – вирішили попри все провести заплановані заходи, використовуючи інтернет-технології та VR-технології. Ці технології були популярні і раніше: вже давно віртуальні виставки, концерти, спектаклі та перформанси почали збирати все більше глядачів онлайн. Багато світових музеїв викладають у вільному доступі екскурсії у форматі 360°, і перегляди подібних роликів зросли більш ніж у десятки разів.

Початок пандемії зобов'язав переважну кількість культурних майданчиків вийти в онлайн – тільки так можна було залишатися незабутими. Таким чином, чимало всесвітніх музеїв, виставок, театральних вистав, показів мод було проведено вперше віртуально, і це мало свої переваги і недоліки.

Під час карантину паризький Лувр відкрив декілька онлайн-екскурсій, для дітей створив онлайн-гру. На сайті музею можна віртуально прогулятися по експозиції єгипетських старожитностей, а також відвідати знамениту галерею «Аполон», присвячену королю-сонцю – Людовику XIV. Лондонська сучасна галерея «Tate Modern» виклала у себе на сайті усі 417 експонатів. Причому сама галерея закрилася через тиждень після відкриття виставки Енді Воргола [2].

Індустрія моди також пережила перехід до віртуальних технологій. Проте організатори показів впевнені, що такий досвід відкрив можливість для подальшого розвитку індустрії і дозволить більшій кількості людей відвідати модні покази хоча б в онлайн-режимі. Наприклад, у липні 2020 р. бренд Hermès провів онлайн-трансляцію, під час якої розкрили секрети весняно-літньої колекції. Також сенсацією став віртуальний Тиждень моди Haute Couture (6–8 липня 2020 р.): не дивлячись на зовнішні обставини, пройшла



повноцінна подія, з якісним відеоконтентом. Замість традиційних показів бренди підготували фільми та відеоролики, які кожний бажаючий міг подивитися в інтернеті. В онлайн-форматі пройшла і виставка «Milano Fashion Week Digital». Більшість брендів показували відео, Dolce & Gabbana і Etro – live-трансляції, а Zegna у фінальний день організувала шоу на межі справжньої та віртуальної реальності. Проте, після першого віртуального Міланського Тижня мод було вирішено провести рhygital-тиждень, на якому поєднали фізичні покази та трансляцію відеопрезентацій. На думку Карла Капаса, діджитал – гарна альтернатива при закритих кордонах, але байери та журналісти повинні мати можливість доторкнутись до одягу і особисто поспілкуватися з дизайнерами. До того ж, Мілан має на меті підтримати ту індустрію, яка активно підтримувала Італію під час локдауну (модна індустрія допомагала країні у виробництві товарів першої необхідності) [3].

У театральному мистецтві всесвітньовідомі заклади робили прямі ефіри та транслювали відеозаписи вистав. Наприклад, Віденська державна опера щоденно показувала записи своїх найкращих вистав. Нью-Йоркська Метрополітен-опера транслювала оперу в HD-форматі і кожен спектакль був доступний у вільному доступі впродовж 20 годин. Баварська державна опера викладала усі вистави у відеозаписі [1].

Паралельно з світовими спробами зберегти культурну сферу, українські представники зіштовхнулись з невизначеністю подальшого існування через низький відсоток модернізованих культурних організацій. Найвдаліше привернули до себе увагу нові проекти. Наприклад, з початку карантину в Україні, одна з найбільш популярних київських виставок «Ukraine WOW» стала віртуальною. Онлайн-відвідувачі могли побачити книгу «Апостол» 1574 року, останній автопортрет Казимира Малевича, скульптури Олександра Архипенка і «Український алфавіт» Георгія Нарбута просто на своїх екранах. Організатори відтворили експозицію виставки у форматі 3D, і вона певний час була доступна. На сайті також публікували усі текстові матеріали виставки українською та англійською мовами, а також розміщували онлайн-екскурсію з керівницею проєкту – Ярославою Гресь. Єдиний мінус даного проєкту – тимчасовий доступ до онлайн-ресурсу, сайт ukrainewow.com більше не працює. Серед галерей харківська галерея «АБЕК» запропонувала глядачам цікаву онлайн-екскурсію. Виставка була зроблена у форматі фото з невеликими текстовими описами та аудіогідом. Тут можна було побачити мінерали, скам'янілих молюсків та динозаврів. Одеський художній музей першим почав проводити екскурсії у прямому ефірі у Facebook та Instagram за ініціативою, яка називалась «Museum from home». За цим хештегом музеї з усього світу активно розповідали про свої колекції. Для прихильників знань про стародавніх жителів нашої планети, музей природи ХНУ ім. Каразіна, в якому зберігаються більше 250 тис. експонатів з усього світу, створив 3D-тур на власному сайті [4].



Не оминув онлайн-формат і український театр. Національний академічний театр ім. І. Франка давав безкоштовний доступ до архівів вистав. А український драматичний театр «Актор» вперше зіграв виставу онлайн за допомогою програми Zoom – народний актор Олексій Вертинський та актор театру Артем Ємцов грали найпопулярнішу виставу «Мегери» наживо кожен у себе вдома. Це була експериментальна онлайн-трансляція, яку паралельно показували і у Facebook. Після цієї події театр час від часу проводить онлайн-вистави, де грає більша кількість акторів також кожен у себе вдома. Також у березні почалась трансляція онлайн-вистави PostPlayТеатру «БЕЗ Глядачів – Бенкет під час чуми: простір нового міфу» – онлайн-прем'єра альманаху робіт молодих режисерів. Така ініціатива виникла у зв'язку з тим, що не було можливості запросити глядачів, а відмінати прем'єру не хотіли. Таким чином, було створено спектакль-інсталяцію, де глядачі дивились на неї «очима оператора». У театрі повідомляють, що двічі на тиждень будуть виходити трансляції вистав та перформансів безкоштовно. Та за бажанням можна було придбати friendly-квиток за символічну ціну і допомогти театру відновитися після карантину [5].

Таким чином, в Україні та закордоном великий вплив на вдаль просування культурних майданчиків під час карантину мав саме соціальний маркетинг, залучення до соцмереж, осучаснення сайтів з доступом до віртуальних прогулянок арт-простором.

ВИСНОВКИ

В ході аналізу діяльності зарубіжної та української культурної сфери в період карантину, виявлено, що задля розширення аудиторії потрібно активно використовувати соціальний маркетинг. Звернути увагу на соцмережі та регулярно займатися створення відповідного контенту. Адже на даний момент це один з небагатьох засобів, який допомагає привернути увагу нової аудиторії. Проводити онлайн-екскурсії і залишати їх в доступі на сторінках соцмереж у записі. Робити інтерактиви, які можуть привернути увагу. Активно реагувати на зміни у світі технологій. Створити сучасний сайт, де експозиція створить цінність для аудиторії і зацікавлять людей будь-якого віку. Для музеїв важливо оцифрувати експонати та опублікувати їх з текстовим та аудіосупроводом. Використовувати VR-технології: створити 3D-тур по приміщенням, віртуальну-прогулянку. Цікавою ідеєю може бути створення офіційного додатку музею, який можливо встановити на Android чи iOS, з історією музею у поєднанні з захоплюючим сюжетним персонажем, а також пізнавальними іграми, квестами.

Цифрові технології – це потужний інструмент як для просування креативних індустрій під час карантину, так і можливість побачити експозиції тим, хто за певних обставин не зміг відвідати їх раніше. Завдяки технологіям навіть після закінчення пандемії експозиції залишаться доступними для усіх людей з будь-якого куточку світу.



ЛІТЕРАТУРА

1. Мациборская Т. Культура в онлайн: подборка бесплатных театров, выставок, книг и экскурсий на время карантина. PaySpace Magazine – PSM7.COM: URL: <https://psm7.com/business/kultura-v-onlajne-podborka-besplatnyx-teatrov-vystavok-knig-i-ekskursij-na-vremya-karantina.html> (дата звернення: 17.03.2021).
2. Кан А. Искусство во время пандемии: музыка, театры и музеи ушли в онлайн. BBC News Русская служба: URL: <https://www.bbc.com/russian/features-52049169> (дата звернення: 17.03.2021).
3. Мода в режиме онлайн: какие мероприятия и показы можно будет увидеть в июле. World Fashion Channel – международный телеканал о современных тенденциях в индустрии моды и красоты, о путешествиях, технологиях и стиле жизни: веб-сайт. URL: <https://wfc.tv/ru/stati/o-mode/moda-v-rezime-onlain-kakie-meropriyatiya-i-pokazy-mozno-budet-uvidet-v-iyule> (дата звернення: 17.03.2021).
4. В Харькове музеи и галереи запустили онлайн-выставки во время карантина. NewsRoom Kharkiv: веб-сайт. URL: <https://www.newsroom.kh.ua/news/v-harkove-muzei-i-galerei-zapustili-onlayn-vystavki-vo-vremya-karantina> (дата звернення: 17.03.2021).
5. Зашко О. Театр вдома: громадске транслюватиме онлайн-виставу PostPlayТеатру. URL: <https://hromadske.ua/posts/teatr-vdoma-hromadske-translyuvatime-onlajn-vistavu-postplayteatru> (дата звернення: 17.03.2021).

POLIAKOVA O., PRYKHODKO K.

THE PECULIARITIES OF VIRTUAL EXPOSITION DESIGN OF CREATIVE INDUSTRIES DURING THE COVID-19 PANDEMIC

In this article were reviewed the examples of using internet- and VR-technologies in world museums, theatres and fashion shows during the COVID-19 pandemic. We considered the options for using virtual format on Ukrainian art platforms. In conclusions were suggested the options for broadening the attracted audiences for the representatives of the Ukrainian cultural clusters.

Key words: *quarantine, museum, cultural platforms, internet technologies, VR-technologies.*