УДК 008.001+008(091)+069+069.4

Руденко Сергій Борисович
кандидат культурології, докторант,
Київський національний університет
культури і мистецтв
ORCID: 0000-0002-2319-1845
rudenkosb@ukr.net

МУЗЕЙ ЯК ЗАСІБ РОЗВ'ЯЗАННЯ СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ПРОБЛЕМ

Мета дослідження. З'ясувати рівень універсальності медійно-комунікативної теорії музею М. Кастельса. **Методологія.** Аналіз міркувань, критицизм, дедуктивна логіка. **Наукова новизна.** Інтеграційний підхід М. Кастельса є важливим компонентом теорії музею як унікального медіуму, що долає гіперавтономізацію фізичного, суб'єктивно-комунікаційного та об'єктивного світів (за К. Поппером). **Висновки.** Універсальність теорії музею М. Кастельса цілком залежить від змодельованої ним парадоксальної ситуації майбутнього, коли розвиток медійно-комунікативних засобів утворить середовище в якому людям все важче буде порозумітися один із одним. Зазначимо, що такі прогнози Кастельса поки що (з часу публікації статті пройшло сімнадцять років) не справдилися. М. Кастельс першим серед дослідників музейної комунікації точно застосував формулу М. Маклюена «medium is a message». Для Кастельса пам'ятки є не самоціллю музейної комунікації, а комунікативним засобом, який не є чимось факультативним щодо існуючих медіумів, а може виконувати ті функції, що іншими медіа не властиві. Таким чином, важливими є не так футурологічні висновки Кастельса, як універсальність його підходу, що полягає в дослідженні суспільно-трансформаційного потенціалу музею як особливого медіуму.

Ключові слова: музей, Маклюен, Кастельс, реальна віртуальність, medium is a message, музейна комунікація, музей як медіум, медійно-комунікативна теорія музею, соціокультурне призначення музею, інституційна специфіка музею, ідентичність музею.

Руденко Сергей Борисович, *кандидат культурологии, докторант, Киевский национальный университет культуры и искусств*

Музей как способ разрешения социально-коммуникативных проблем

Цель исследования. Выяснить уровень универсальности медийно-коммуникативной теории музея М. Кастельса. **Методология.** Анализ размышлений, критицизм, дедуктивная логика. **Научная новизна.** Интеграционный подход М. Кастельса является важным компонентом теории музея как уникального медиума, который способен преодолеть гиперавтономизацию физического, субъективно-коммункативного и объективного миров (согласно К. Попперу). **Выводы.** Универсальность теории музея М. Кастельса всецело зависит от смоделированной им парадоксальной ситуации будущего, когда развитие медийно-коммуникативных инструментов средств образует среду, в которой людям будет все труднее найти общий язык. Прогнозы Кастельса пока что не оправдались (со времени выхода его статьи прошло семнадцать лет). В то же время, необходимо отметить, что М. Кастельс первым среди исследователей музейной коммуникации точно применил формулу М. Маклюэна «medium is a message». Для Кастельса музейные предметы не являются самоцелью музейной коммуникации, а лишь коммуникативным средством, которое позволяет музею осуществлять на общество влияние, недостижимое для других медиа. Таким образом, важными являются не столько футурологические выводы Кастельса, сколько универсальность его подхода, которая состоит в исследовании общественно-трансформационного потенциала музея как специфического медиума.

Ключевые слова: музей, Маклюэн, Кастельс, реальная виртуальность, medium is a message, музейная коммуникация, музей как медиум, медийно-коммуникативная теория музея, социокультурное назначение музея, институционная специфика музея, идентичность музея.

Rudenko Serhii*, Phd in Culturology (*Cultural Studies), *Doctor of science degree applicant, Kyiv National University of Culture and Arts*

Museum as a means of solution of social and communicative problems

Purpose of the article is to reveal the level of universality of media and communication theory of museum by M.Castelles. **Methodology.** Analysis of thinking, criticism, deductive logic. **Scientific novelty.** Integrative approach by Castelles is a significant component in theory of museum as unique medium. This theory is about capacity of museum to overcome hyper-autonomization of physic, subjective and objective world (according to Popper's three worlds). **Conclusions.** Universality of theory of media and communication of museum by M.Castelles depends on his paradoxical model of future. In this model development of communication facilities isolates people and groups one from another, so it will be difficult to get mutual understanding. But forecasts of Castelles have not come true yet. His article about museum was published in 2001 – 17 years ago and people still can understand one another. Castelles was the first among researchers of museum communication, who correctly used the McLuhan's formula «medium is a message». For Castelles museum collection is not a sense of museum communication. It is only a special device, which allows muse-

© Руденко С. Б., 2018

um to influence the society the way other media cannot do. Thus, the universality of Castelles approach is rather more important, than his futurological conclusions. It consists of study of social transformational capacity of museum as a specific medium.

Keywords: museum, Castelles, McLuhan, real virtuality, medium is a message, museum communication, museum as medium, medium and communication theory of museum, social and cultural use of museum, institutional specificity of museum, identity of museum.

Актуальність теми дослідження. Розв'язання проблеми соціокультурного призначення та інституційної специфіки музею здійснюється у кількох напрямах, котрі можна розглядати як окремі теорії. Сюди належать кунсткамерна, інституційна, науково-просвітницька, мистецька, інженерна, ринкова, політична й медійно-комунікативна теорії. Кунсткамерна та інституційна більшою мірою звернені до процесу виявлення, збереження, дослідження та презентації пам'яток. Науково-просвітницька та мистецька сфокусовані на контенті, котрий транслює музей. Інженерна базується довкола задоволення музеєм соціальних потреб. Ринкова та політична теорії виходять із участі музею в соціальних комунікаціях. Виходячи зі цього, найбільш універсальною з-поміж названих теорій виглядає медійно-комунікативна. В зв'язку з цим, медійно-комунікативна теорія набула широкої популярності в науковому обігу.

Аналіз досліджень і публікацій. В працях Д. Камерона [1, 2] та М. Геннін [4] відчувається сильний вплив кунсткамерної теорії, в центрі якої знаходиться музейна пам'ятка. В зв'язку з цим, мова йде або про специфічну мову музейних пам'яток (Д. Камерон) або про експозицію як послання, яке дозволяє відвідувачу пережити унікальний досвід (М. Геннін). М. Маклюена, Х. Паркера та Дж. Барзуна [5] цікавила взаємодія відвідувача із музейною експозицією, насиченою різними медіа. Отже, зазвичай, фахівці із музейної комунікації концентрувалися на її технологічних аспектах. На їхньому фоні виділяється дослідження М.Кастельса [3], котрий звертає увагу на те, як нові медіа (насамперед, Інтернет) змінюють соціальні відносини і які в зв'язку з цим виникають соціальні проблеми. Цей дослідник першим розглянув музей як складову частину нової соціально-комунікативної реальності. Погляди Кастельса є важливими, з одного боку, для медійно-комунікативної теорії музею, а з іншого, для розуміння соціально-культурного призначення музею та його інституційної специфіки поза цією теорією.

Мета статті. З'ясувати рівень універсальності медійно-комунікативної теорії музею М. Кастельса.

Виклад основного матеріалу. Спираючись на методологію М. Маклюена, М. Кастельс пов'язав свої міркування із трансформаціями соціальних відносин, викликаних розвитком електронних інформаційних мереж. На його думку, нову соціальну реальність характеризують такі проблеми. Перша – це «віртуальна реальність». Дослідник акцентує увагу на інверсії звичного поняття «віртуальна реальність». На думку науковця «віртуальна реальність» як така не є новим явищем. Кастельс переконаний, що мова сама по собі формує віртуальну реальність, оскільки символи завжди є полісемантичними й ніколи не відображають точно об'єкти, які вони позначають.

Комп'ютерні технології й електронні мережі призвели до поширення «віртуальної реальності» на всі комунікативні процеси. Кастельс зазначає, що «реальна віртуальність» – це система, в межах якої сама реальність (тобто матеріально-символічне існування людей) суцільно занурена у віртуальні образи, вигаданий світ, універсум, в якому зовнішні відображення не лише містяться на екрані, через який передається досвід, а самі стають цим досвідом [3].

Ці міркування М. Кастельс використовує для того, щоб роз'яснити парадокс сучасної соціальної комунікації: незважаючи на бурхливий розвиток комунікаційних засобів, спостерігається взаємовідчуження людей, посилюється брак спілкування й взаєморозуміння. На думку дослідника, це спричинено тим, що «реальна віртуальність» дозволяє гранично персоніфікувати процес комунікації, зводячи до мінімуму взаємодію між її учасниками. Через індивідуалізацію інтерпретації символів, для того, аби зберегти взаєморозуміння у соціумі, Кастельс вважає за необхідне вироблення «комунікаційних протоколів». На його думку, одне із провідних місць серед цих протоколів посідає мистецтво. А музеї, відповідно , акумулюють і презентують твори мистецтва.

Кастельс вважає, що музеї як культурні інститути – це системи збереження, обробки та передачі потенційно інтерактивних культурних меседжів у визначеному соціальному контексті або ж є такими, що самі визначають цей контекст [3, 4]. Отже, музейні репрезентації в художніх музеях мають бути «інструментом соціальної реконструкції» [3, 5] для дезінтегрованого суспільства.

Кастельс вважає, що мистецтво може бути комунікаційним протоколом лише на тій підставі, що воно є мистецтвом [3, 5]. Виникає запитання, до чого тут музеї, враховуючи, що презентацію творів мистецтва також здійснюють заклади галерейного типу, художні твори досить повно представлені в Інтернеті, а сучасне мистецтво проходить шлях відмови від традиційного носія художнього замислу (наприклад, мова йде про дискурсивні мистецько-кураторські практики [9]).

Міркування Кастельса можна розвинути, припустивши, що таким комунікаційним протоколом можуть бути не лише твори мистецтва, а, власне, музейна репрезентація (до того ж не лише художнього музею). Поширення Інтернету формує відповідні стереотипи сприйняття інформації, яким притаманна мультимедійність – поєднання звичного тексту, зображень, звуку, відео. В цьому є відмінність від попереднього періоду, коли в умовах високого рівня писемності домінували тексти. Тоді люди були більш схильні до прочитання довгих писемних текстів. Оскільки обсяги споживання інформації зростають, «лонгріди» починають відходити на задній план, поширення набуває так зване «кліпне мислення». Споживач інформації намагається за якомога менший проміжок часу з'ясувати, чи потрібно йому заглиблюватися в той чи інший матеріал. Під час оцінки споживачем якості інформації текст сприймається за заголовками й ключовими словами. Серед інших медіумів текст маргіналізується, особливого значення набувають зображення («картинки»). Музейна репрезентація передбачає обов'язкове заглиблення, серйозних інтелектуальних зусиль, пов'язаних із розумінням запропонованої інтерпретації, для найрозумніших – її реконструкції та перетлумачення. Незважаючи на це, вона містить у собі необхідні, переважно, візуальні медіуми, що стискають інформацію. Від майстерності куратора залежить швидкість і зрозумілість основного меседжу.

Можна поставити під сумнів саму проблему фрагментації «реальної віртуальності» та смислів в інтерпретації Кастельса. Його погляди були оприлюднені у 2001 р., й наприкінці 2010-х рр. навряд чи можна говорити про втрату здатності порозуміння. Хіба що здатність людей розуміти одне одного завжди була на низькому рівні.

Крім комунікативних протоколів, на думку М. Кастельса, музей також може прислужитися для вирішення проблеми «atemporal time». Цим поняттям дослідник позначає зсуви у відчутті часових змін. Насамперед це проявляється у «компресії» та «прискоренні» плинності часу. Кастельс говорить про те, що сучасні технології дозволяють зробити за лічені хвилини те, на що раніше були потрібні роки. Можливості прискорення тягнуть за собою необхідність акселерації людської діяльності за рахунок зекономленого часу.

Сучасний світ характеризується тісним переплетінням зв'язків (ризоматичністю), коли будь-яка подія може призвести до змін в усій системі. Відтак, людство живе в ситуації раптових і швидкоплинних кардинальних змін. Треба певною мірою уточнити думку М.Кастельса щодо реконструкції хронології. Мова йде не про руйнування послідовності як такої. Річ у тім, що очікування людей все частіше не справджуються, а отже, порушується й очікувана послідовність подій.

Кастельс помічає цікавий парадокс постмодерного світу, згідно з яким стрімкість часових змін створює враження його застигання, втрати відчуття ретроспективи та перспективи. На думку дослідника, постмодерністська культура – це постійне створення колажів різних культурних форм та історичних часів, котрі, зрештою, розмивають уявлення про послідовність історико-культурного процесу [3, 6]. Ймовірно, це зумовлено зростанням кількості текстів, присвячених минулому, його інтерпретаціям, професіоналізацією дослідників історії, конструюванням історичної пам'яті тощо. Оскільки «реальна віртуальність» стирає межі реального та уявного (ця грань і так є надзвичайно хиткою, оскільки реальна історія не підлягає прямому спостереженню; реальними є лише джерела), тому об'єктивно може відбуватися притлумлення історичності через гіперактуалізацію минулого. Все це призводить до руйнування наративів, котрі вибудовуються на основі хронологічної послідовності. Через це формується відчуття втрати часових координат. Врешті-решт, на думку Кастельса, уявлення про минуле кожен може формувати на свій розсуд, що створює перепони для спілкування.

У зв'язку з цим, дослідник вважає, що музей може відновити відчуття послідовного часу, спільного для всіх. Справді, музейна репрезентація, в умовах інформаційного хаосу може мати терапевтичний ефект. Музей дозволяє краще відчути сучасне сприйняття часу, його компресію та акселерацію, а значить і впоратися із дискомфортом, зумовленим цими явищами. До того ж, музей може навчити відвідувача використовувати зміни в часовому сприйнятті на свою користь. Із суто дидактичної точки зору музейна експозиція є чудовим інструментом вивчення історії. Вона надає необхідні візуальні образи, а також часові координати. Це досягається, зокрема, завдяки розгортанню історичного часу в специфічному просторі – музейній експозиції. За короткий час музейна репрезентація дає можливість відвідувачеві упорядкувати наявну в нього історичну інформацію та отримати нову. Ця особливість музейної репрезентації часто недооцінюється, особливо в контексті самоосвіти.

Втрата розуміння хронології, на яку звертав увагу Кастельс, призводить до засмічення уявлень про минуле анахронізмами. Це створює благодатний ґрунт для того, щоб змінювати минуле «на краще», займатися інставрацією – виправленням «історичних помилок» та відновленням «історичної справедливості». Зазвичай за усім цим стоять кон'юнктурні політичні інтереси. В результаті з'являється калейдо-

скоп історичних пам'ятей, правд і кривд, що значно ускладнює порозуміння в рамках суспільної комунікації.

Строкатий ландшафт історичної свідомості суспільства характеризується високою конфліктогенністю, оскільки варіанти минулого часто мають ексклюзивну природу й нетерпимі до альтернативи. Отже, проблема не лише в сприйнятті часу, як зауважує Кастельс, а також у фрагментації версій минулого. Особливість музейної репрезентації полягає в тому, що за своєю природою пам'ятки є полісемантичними та гіперконтекстуальними. Тоді як музейна репрезентація має базуватися на консолідації смислів. Створення музейної репрезентації передбачає проведення складної історіографічної роботи, наукознавчого дослідження знань про минуле (а саме, перевірка історичних теорій та ситуаційного аналізу [10]), розмежування історії та історичної пам'яті.

Музей не створює ще одного фрагмента історичної свідомості (залежно від смаків та професійних інтересів музейних дослідників). Музейна репрезентація – це науково обґрунтована узагальнювальна версія певного аспекту минулого, представлена для критики, яка робитиме запропоновані музейниками тлумачення ближчими до істини. На відміну від наукової монографії, в яку після видання вже неможливо внести зміни (хіба що надрукувати ще одну монографію), в музейну репрезентацію легше вносити зміни, як у текстовому, так і в предметному (реорганізація системи пам'яток) відношенні.

Третя важлива соціальна проблема, яку, на думку Кастельса, може розв'язати музей – це «простір потоків». Фактично, мова йде про втрату суспільством просторових координат. Поняття «простір потоків» стосується важливих глобальних центрів прийняття рішень, фінансових операцій, творення культурного капіталу. Як приклад дослідник наводить провідні фінансові ринки, серед них Нью-Йорк, Франкфурт, Лондон. Кожен із них, звісно, має географічну прив'язку, проте засоби комунікації екстрагують фондові біржі від їхнього територіального оточення, створюючи особливий «простір», який утворений сильними професійними зв'язками. Ці глобальні простори більшою мірою впливають на інші подібні простори та планету в цілому, маючи слабкі локальні зв'язки зі своїм «оточенням». Отже, існує тенденція створення чогось на зразок незначного за розмірами глобального простору, що маргіналізує решту світу. В зв'язку з цим Кастельс вважає, що ця тенденція знову ж таки може мати негативні наслідки для взаєморозуміння людей.

Науковець зазначає, що музеї тяжіють до накопичення культурного капіталу елітами. В той же час музей, на думку вченого, міг би слугувати містком між глобальним і локальним, елітарним та егалітарним. Як приклад, вчений наводить музей Гуггенхайма у Більбао, що є частиною глобальної музейної корпорації та, водночас, справляє цілющий вплив на громаду міста.

Питання, кому має служити музей, є одним із найбільш важливих в ході розв'язання проблеми соціокультурного призначення музею. Цей інститут розглядається крізь призму опозицій «влада – підлеглі», «еліта – маси», «глобальна еліта – маргіналізовані місцеві громади» тощо. Як відомо, подолання цих суперечностей пов'язане із фактором фінансування музею. Отже, й розв'язання її можливе за рахунок диверсифікації, зміни джерел фінансування музею або зменшення впливу адміністративного чинника, оскільки політична влада розпоряджається не власними, а громадськими грошима.

Але можливо й іншим чином вирішити означену проблему. Річ у тому, що не лише еліти, а й егалітарні спільноти можуть утворювати «простори потоків». Крім того, за логікою Кастельса, сучасні комунікаційні технології дають можливість забезпечити дуже високий рівень розмаїття ідентичностей. Дослідник, услід за прихильниками «нової музеології» та екомузеїв, перебільшує географічний фактор у конституюванні громадської ідентичності. З одного боку виглядає так, що комунікаційні технології діють відповідно до «ефекту Матфея», тобто не змінюють конфігурацію суспільних відносин, а, навпаки – посилюють наявні розриви. На прикладі фінансової еліти це справді підтверджується. З іншого боку, комунікаційні технології призводять до руйнування суспільних ієрархій, а також руйнують бар'єри (зокрема й територіальні), які дозволяють елітам утримувати свою перевагу над масами.

З позиції еліти музейники є підлеглими, найманими працівниками, які мають виконувати їхнє «замовлення» (сформоване прямо чи опосередковано, стихійно чи цілеспрямовано). Якщо мова йде про політичне завдання, то воно, як правило, є досить чітким, і музей перетворюється на пропагандистський інститут. Зрештою, це може мати негативні наслідки для його подальшого існування. Наприклад, заклад, що виконав своє скороминуще кон'юнктурне завдання, втрачає свою актуальність або ж його варто закрити через те, що він не може бути підданий пропагандистській конверсії.

Водночас музеї розглядаються як інститути, що виробляють смисли для еліти, які та, відповідно, використовує для забезпечення свого панування. Виходить, що сама еліта не знає (або не розуміє остаточно), які саме смисли їй потрібні. Це призводить до того, що центр влади, врешті-решт, переміщується до творців смислів, тобто до музеїв. Завдяки цьому може відбуватися емансипація музею без втрати джерела фінансування.

Емансипація музею призводить до того, що він перестає каталізувати «ефект Матфея» (в цьому разі багаті на культурний капітал стають ще багатшими, а бідні – біднішими) для еліт. Проте з іншого боку постає проблема того, що музей сам може стати елітою з позиції вироблення смислів. Подібні тенденції спостерігаються на прикладі експлуатації соціальними мережами соціального середовища [7]. Наприклад, М. Цукерберг створив найпотужнішу соціальну мережу, яка має нібито егалітарний характер. Хоча користувачі лише опосередковано можуть впливати на політику соцмережі, вони не володіють нею й не можуть, власне, її перетворювати [див., наприклад, 6]. М. Цукербергу вдалося сконцентрувати у своїх руках великі обсяги інформації й здобути можливості впливати на настрої членів Фейсбук-спільноти. Отже, сам фундатор соцмережі і його найближче оточення, що має стосунок до формування політики компанії, перетворилися на еліту завдяки культурному, символічному та соціальному капіталу [8], який вдалося конвертувати в капітал економічний.

Звичайно, музеї лише гіпотетично можуть досягти успіху соціальних мереж, інтернет-пошуковачів тощо. Проте в тому разі, коли музеї емансипуються, проблема їх елітизації не знімається. Її вирішення, можливо, полягає в егалітаризації музейницького мистецтва й формуванні музейного контенту за інтерактивною вікі-моделлю.

Наукова новизна. Інтеграційний підхід М. Кастельса є важливим компонентом теорії музею як унікального медіуму, що долає гіперавтономізацію фізичного, суб'єктивно-комунікаційного та об'єктивного світів (за К.Поппером).

Висновки. Універсальність теорії музею М. Кастельса цілком залежить від змодельованої ним парадоксальної ситуації майбутнього, коли розвиток медійно-комунікативних засобів утворить середовище, в якому людям все важче буде порозумітися одне із одним. Зазначимо, що такі прогнози Кастельса поки що (з часу публікації статті минуло сімнадцять років) не справдилися. Ймовірно, через це музейники недостатньо уваги приділяють музеологічному дослідженню цього автора, розглядаючи його як щось метафізичне (на доповнення музейного вчення М.Ф.Федорова) або утопічно-футуристичне. Водночас М.Кастельс першим серед дослідників музейної комунікації точно застосував формулу М. Маклюена «medium is a message». До Кастельса науковці, що вивчали специфіку музейної комунікації, шукали її всередині музейного інституту – експозиціях та пам'ятках. Кастельс змінив ракурс дослідження. Для нього пам'ятки є не самоціллю, а комунікативним засобом, який не є чимось факультативним щодо існуючих медіумів, а може виконувати ті функції, що іншими медіа не властиві. Таким чином, важливими є не стільки футурологічні висновки Кастельса, скільки універсальність його підходу до розв'язання проблеми специфіки музейного медіуму. Крім того, важливими є міркування науковця щодо музею як медіуму мистецтва. Перспективними напрямами подальших досліджень є вивчення «музею як повідомлення» та музею як медіуму мистецтва.

Література

1. Cameron D.F. The museum as a Communication System and Implications for Museum Education // Curator. 1968. Volume 11. Issue 1. P. 33–40.

2. Cameron D.F. The museum, a temple or the forum // Curator. 1971. Volume 14. Issue 1. P. 11–24.

3. Castells M. Museums in the Information Era. Cultural connectors of time and space // ICOM News: Special Issue, 2001. P. 4–7.

4. Henning M. Museums, media and cultural theory. 2006. 183 p.

5. McLuhan M., Parker H., Barzun J. Exploration of the ways, means, and values of museum communication with the viewing public. New York, 1969. 80 p.

6. Share Lab // SHARE LAB – Research & Data Investigation Lab. URL: https://labs.rs/en/ (дата обращения: 28.09.18).

7. Soros G. Speech in World Economic Forum in Davos // Youtube. URL: https://www.youtube.com/watch?v=3S2mKgecPZM (дата обращения: 28.09.18).

8. Бурдьё П. Формы капитала // Социологическое пространство Пьера Бурдьё. URL: http://bourdieu.name/bourdieu-forms-of-capital (дата обращения: 28.09.18).

9. Герман Є. С. Кураторська практика в сучасному мистецтві. Світовий досвід та український контекст. Національна академія образотворчого мистецтва і архітектури. URL: http://naoma.edu.ua/ua/academy/spetsalzovan_vchen_radi_akadem/spetsalzovana_vchena_rada_za_spetsalnstyu_obrazotvorche_mistetstvo/disertats_ta_vdguki/%D0%94%D0%B8%D1%81%D0%B5%D1%80%D1%82%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8F%20%D0%93%D0%B5%D1%80%D0%BC%D0%B0%D0%BD%20%D0%84.%20%D0%A1._%D0%9A%D1%83%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%BE%D1%80%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B0%20%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0%20%D0%B2%20%D1%81%D1%83%D1%87%D0%B0%D1%81%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D1%83%20%D0%BC%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B5%D1%86%D1%82%D0%B2%D1%96.pdf (дата обращения: 28.09.18).

10. Поппер К. Объективное знание. Эволюционный подход // Гуманитарные технологии. URL: http://gtmarket.ru/laboratory/basis/4291/4295#t55 (дата обращения: 28.09.18).

11. Эко У. От Интернета к Гутенбергу: текст и гипертекст // Библиотека Гумер – гуманитарные науки. URL: https://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Culture/Eko/Int_Gutten.php (дата обращения: 28.09.18).

References

1. Cameron, D.F. (1968). The museum as a Communication System and Implications for Museum Education. Curator, Vol.11, Issue 1, pp. 33–40.
2. Cameron, D.F. (1971).The museum, a temple or the forum. Curator. Vol. 14, Issue 1. pp. 11–24.
3. Castells, M. (2001). Museums in the Information Era. Cultural connectors of time and space. ICOM News: Special Issue, pp. 4–7.
4. Henning, M. (2006). Museums, media and cultural theory
5. McLuhan, M., Parker, H., Barzun, J. (1969). Exploration of the ways, means, and values of museum communication with the viewing public. New York.
6. Share Lab. Retrieved from https://labs.rs/en/
7. Soros, G. Speech in World Economic Forum in Davos. Retrieved from https://www.youtube.com/watch?v=3S2mKgecPZM
8. Bourdieu, P. Formy kapitala // Retrieved from http://bourdieu.name/bourdieu-forms-of-capital [in Russian]
9. German, L. Kurators`ka prakty`ka v suchasnomu my`stecztvi. Svitovy`j dosvid ta ukrayins`ky`j kontekst. Retrieved from http://naoma.edu.ua/ua/academy/spetsalzovan_vchen_radi_akadem/spetsalzovana_vchena_rada_za_spetsalnstyu_obrazotvorche_mistetstvo/disertats_ta_vdguki/%D0%94%D0%B8%D1%81%D0%B5%D1%80%D1%82%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8F%20%D0%93%D0%B5%D1%80%D0%BC%D0%B0%D0%BD%20%D0%84.%20%D0%A1._%D0%9A%D1%83%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%BE%D1%80%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B0%20%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0%20%D0%B2%20%D1%81%D1%83%D1%87%D0%B0%D1%81%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D1%83%20%D0%BC%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B5%D1%86%D1%82%D0%B2%D1%96.pdf [in Ukrainian]
10. Popper, K. Obektivnoe znanie. Evolyutsionnyy podkhod. Retrieved from http://gtmarket.ru/laboratory/basis/4291/4295#t55 [in Russian]
11. Eco, U. Ot Interneta k Gutenbergu: tekst i gipertekst. Retrieved from https://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Culture/Eko/Int_Gutten.php [in Russian]

Стаття надійшла до редакції 10.06.2018 р.

УДК 792.028

Хлистун Олена Сергіївна
кандидат мистецтвознавства, доцент,
завідувач кафедри шоу-бізнесу
Київського національного університету
культури і мистецтв
ORCID: 0000-0002-1764-6559
with_joy@ukr.net

ФЕНОМЕН ПЕРЕВТІЛЕННЯ В КОНТЕКСТІ ФІЛОСОФСЬКОГО ВИМІРУ

Мета статті – з'ясувати найважливіші параметри феномена перевтілення, його сутнісні характеристики з точки зору генезису та у загальнокультурному контексті, що знаходить свій вияв у конкретно-історичних формах культури. **Методологія** дослідження грунтується на комплексному дослідницькому підході, включаючи феноменологічний і сутнісний аспекти з використанням елементів семіотичного та герменевтичного методів аналізу. **Наукова новизна** полягає у доведенні правомірності дослідження проблеми перевтілення в межах не лише театрально-сценічного дійства, а й на рівні філософсько-світоглядного виміру. **Висновки**. Історичні засади перевтілення формувались уже на початку становлення людської історії. В цьому плані найбільш красномовними виявами перевтілення була міфологія, певні форми декоративного прикрашання людського тіла, розвиток цього явища в сучасних світових релігіях, і, нарешті, різні види мистецтва, в образній структурі яких перевтілення набувало відповідних специфікацій.

Ключові слова: перевтілення, культура, міф, релігія, мистецтво, образ, культуротворчість.

***Хлистун Елена Сергеевна**, кандидат искусствоведения, доцент, заведующий кафедрой шоу-бизнеса Киевского национального университета культуры и искусств*

Феномен перевоплощения в контексте философского измерения

Цель статьи – выяснить важнейшие параметры феномена перевоплощения, его сущностные характеристики с точки зрения генезиса и в общекультурном контексте, что находит свое выражение в конкретно-

© Хлистун О. С., 2018