

Міністерство освіти і науки України
Національний університет «Києво-Могилянська академія» Факультет
гуманітарних наук Кафедра культурології

Кваліфікаційна робота
освітньо-кваліфікаційний рівень – бакалавр

на тему: **«ІНТЕРНЕТ ЯК ЧИННИК ФОРМУВАННЯ
ІНФОРМАЦІЙНОГО СВІТУ»**

Виконала:
студентка 4-го року навчання,
спеціальності 034 Культурологія
Рафальська Мілана Станіславівна

Керівник:
Демчук Руслана Вікторівна
доктор культурології, професор кафедри
культурології

КИЇВ 2022

Зміст

ВСТУП

РОЗДІЛ I. ВІРТУАЛЬНА КУЛЬТУРА	7
1.1. Визначення віртуального	7
1.2. Віртуальна культура	10
1.3. Віртуальна культура через призму субкультур.....	14
1.4. Формування та трансформація ідентичності у системі віртуальної культури	19
РОЗДІЛ II. ЦИФРОВЕ МИСТЕЦТВО І ТВОРЧІСТЬ У ІНТЕРНЕТІ	28
2.1. Визначення та історія створення	28
2.2. Характерні риси та види електронного мистецтва	31
2.3. Складові нового типу мистецтва: простір, митець, витвір мистецтва, естетична віртуальна реальність.....	36
2.4. Роль реципієнта у системі цифрового мистецтва	42
РОЗДІЛ III. NFT ЯК ТЕХНОЛОГІЯ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ	47
3.1. Алгоритм та складові створення NFT технології	47
3.2. Позитивні сторони та наявні проблеми NFT технології	51
3.3. Історія створення та перспективи розвитку NFT технології	53
РОЗДІЛ IV. НОВА ЕКОНОМІКА	57
4.1 Інформаційна індустріалізація.....	57
4.2. Роль «брендінгу» та маркетингу в системі нової економіки	58
ВИСНОВКИ	60
Список використаної літератури	66

ВСТУП

Розглянувши соціальну складову впливу Інтернету на свідомість людини у курсовій роботі «Вплив інтернету як інформаційного дзеркала реальності на сучасне суспільство» (2021 р), варто продовжити дослідження у цьому ж напрямку, прослідивши трансформації фундаментальних аспектів людського життя під маніпуляціями Інтернету та загальної віртуалізації. Під фундаментальними аспектами людського життя маємо на увазі такі традиційні інститути, як: культура, мистецтво, економіка. Іншими словами, враховуючи і високий рівень використання Інтернету, відбувається відповідна деформація фундаментальних традиційних інститутів, що безумовно потребує відповідного аналізу.

Актуальність дослідження. Починаючи з ХХІ століття людина стала все більше і більше інтегрувати та переносити своє життя у простір Інтернет, витрачаючи на своє віртуальне життя значну частину свого часу. У такий спосіб, віртуальний світ став надбудовою життя сучасної людини. Трансформації торкнулись також уявлень з приводу основних традиційних аспектів життя людини: культури, мистецтва, економіки – перенісши їх у сферу віртуального і впровадивши в них свої надбудови та коди, які стали реаліями для сучасного користувача. Іншими словами, зазначені вище устрої існували багато років без кардинальних трансформацій, лише з появою віртуального поля з його новими можливостями, наданими віртуальним світом, почалися модифікації, що призвели до появи нових смислів, кодів та значень. Слід також підкреслити, що зазначені трансформації впроваджені в людські життя являються продовженням еволюційного розвитку людства. Не зупиняючись на традиційних видах культури, мистецтва та економіки людство почало експериментувати з кожним з них, перенісши у сферу віртуального, що безумовно набуло відповідного впливу. До того ж, спроби отримання нового досвіду проводяться не лише в зазначених сферах, але й в персональному житті людини, де вона має широке поле для експериментів з власною особистістю, колом власного спілкування, зовнішністю, тощо. Іншими словами, Інтернет перетворився у простір, в якому людина отримала можливість реалізувати те, чого не має емоційної або фізичної можливості зробити за використанням об'єктивної дійсності. Цікавим аспектом

являється також те, що Інтернет не перестає впливати на кожен із зазначених аспектів, що може підтвердити нещодавно поява та популяризація NFT технології (2021 рік). З плином часу Інтернет не менш інтенсивно продовжує впливати та надихати людей до створення нових віртуальних технологій та концепцій, а також експериментувати з наданим полем можливостей. Виходячи з цього, Інтернет являється не лише головним інформаційним ресурсом, але й ресурсом, який спонукає до подальшого процесу творчості та розвитку, який може здатися безмежним. Усе вище сказане констатує необхідність дослідження модифікацій фундаментальних аспектів людського життя під впливом сформованого віртуального світу, що підтверджує актуальність зазначеної теми.

Джерельна база дослідження. Актуальна тема впливу Інтернету на складові життя людини широко досліджується, що сформувало ґрунтовну джерельну базу для опису модифікацій, котрі з'явилися за використання віртуального простору. Для розкриття теми віртуальної культури, що була сформована за появи глобального інформаційного ресурсу, як базові використано роботи Мануеля Кастельса «Информационная эпоха: экономика, общество и культура» та Шипіціна А. І. «Виртуализация как феномен современной культуры: генезис и коннотации понятия «виртуальность». Окремо слід підкреслити великий внесок здобувачки кафедри культурології та соціології Д. О. Усанової., роботи якої спрямовані на дослідження феномену віртуальної культури та її аспектів й характеристик. До того ж, робота під назвою «Виртуальная культура как основа формирования субкультурных практик» допомогла дослідити феномен віртуальної культури як конструкт за використання субкультурних практик. Зазначений вище спосіб дослідження віртуальної культури також доповнила своєю роботою О. І. Ісакова. Для більш детального розкриття теми віртуальної культури та встановлення коректного визначення поняття віртуальності були використані роботи В. О. Волинець, А. М. Палікової, О. І. Ісакової, С. Джонса та Т. В. Лугуценко. Тему формування та трансформації ідентичності під впливом простору Інтернет було розкрито здебільшого за використання роботи О. В. Момот «Кібербулінг: агресія у віртуальному світі» та доповнено роботами таких дослідників, як: О. І. Ісакова та Є. С. Гіденко. Одна з наведених у першому

розділі статистик під назвою «Проникнення Інтернету в Україні: методологія дослідження» стосується встановлення кількості регулярних користувачів Мережі на території України, в той час як друга «Соціальна обумовленість та показники здоров'я підлітків та молоді», що за сумісництвом також являється соціологічним дослідженням, розриває характерні риси впливу Інтернету на осіб підліткового віку. Для розкриття теми цифрового мистецтва було взято за основу роботи В. В. Бичкова, Н. Б. Маньковської «Искусство техногенной цивилизации в зеркале эстетики» та К. С. Шевчука «Естетика электронных медиа: анализ основных проблем». Робота П. Ю. Сковороднікова «Искусство Нет-арт в глобальной сети: попытка определения периодов» допомогла виокремити декілька періодів розвитку Інтернет мистецтва. Свій внесок у розкриття теми електронного мистецтва також зробили такі дослідники як: В. А. Мерінова, К. Носко, М. О. Міщенко, О. Оленєв, М. Дорош та З. Н. Сколота. Розділ посвячений розгляду технології NFT, було побудовано на підставі дослідження Ю. Мельник «NFT як сучасний феномен розвитку світового арт-ринку». Технологія блокчейну та встановлення визначення NFT було виконано за використанням робіт К. Дудрова, К. О. Крєтова, І. В. Ваткінса та А. А. Ванцовская. Для виявлення цінностей та проблем NFT технології було використано дослідження Н. Борщевської та Н. Болквядзе. Натомість робота К. Д. Мараховської допомогла вибудувати ланцюжок історії створення даної технології. Наостанок було розкрито тему нової економіки для дослідження якої, було розглянуто роботи Мануеля Кастельса «Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе» та В. Г. Воронкової «Интернет как глобальная тенденция развития сетевого общества и информатизации».

Об'єкт: мережа Інтернет як складова культури людства

Предмет: Інтернет як фундатор провідних структур, технологій та феноменів інформаційного світу.

Мета роботи полягає у дослідженні Інтернету як модифікатора реальності та розкриття способів його впливу на сучасне суспільство.

Мету має бути реалізовано через наступні **завдання:**

- охарактеризувати та розглянути визначення поняття віртуальність;

- дослідити феномен віртуальної культури та визначити опорні точки, за допомогою яких вона сформована;
- розглянути та охарактеризувати появу субкультур у системі віртуальної культури;
- проаналізувати процес формування та трансформації ідентичності у віртуальній культурі;
- дослідити феномен цифрового мистецтва та прослідити характер його впливу на традиційне мистецтво;
- розкрити технологію NFT як елемент цифрової економіки;
- розглянути феномен нової економіки.

Методологія дослідження. Дослідження ґрунтується на міждисциплінарному підході та принципі крос-культурної компетенції. Тож провідними методами є метод аналізу, спостереження та систематизації.

Метод теоретичного узагальнення застосовано для підбиття підсумків дослідження.

Новизна дослідження полягає у комплексному висвітленні різних граней інформаційного світу за допомоги аналізу модифікованих ним фундаментальних аспектів людського життя. Дослідження наслідків впливу сучасного модифікатора реальності надало можливість побачити вимушену, але за умови наукового-технічного процесу вже необхідну комбінацію двох паралельних світів – віртуального та дійсного.

Структура роботи. Робота складається зі вступу та чотирьох основних частин: теоретичної та практичних. Перший розділ складається з чотирьох підрозділів, які розкривають феномен віртуальної культури. Зазначений розділ репрезентує віртуальну культуру як специфічний вид буття. Другий розділ містить чотири підрозділи, які складаються з інформації про становлення, характерні риси та ролі у системі цифрового мистецтва. Третій розділ складається з трьох підрозділів та розкриває тему NFT технології з притаманними їй цінностями, проблемами та складовими. Четвертий розділ складається з двох підрозділів, в яких стисло розкривається тема нової економіки

та її впливу на сучасне суспільство. Завершується робота Висновками та Списком використаних джерел.

РОЗДІЛ І. ВІРТУАЛЬНА КУЛЬТУРА

1.1. Визначення віртуального

Шляхом дослідження теми віртуальності та зокрема віртуальної культури було виявлено, що зазначене поняття пов'язане не лише з повсюдною комп'ютеризацією та розвитком інформаційно-комунікаційних технологій наприкінці ХХ століття, але даний феномен має більш широке значення, яке

потребує виявлення для його всебічного розкриття. Російський культуролог А. Я. Флієр вказує на те, що генетично віртуальна реальність не пов'язана із комп'ютерами та його технічною розвиненістю у сучасності [43]. Дану думку підтримує також культуролог А. И. Шипицин, зауважуючи у своїй роботі «Виртуализация как феномен современной культуры: генезис и коннотации понятия «виртуальность»», що для того, щоб поринути у віртуальну реальність може бути достатньо певного психологічного стану, який можливо досягти використовуючи різноманітні збудники свідомості, такі як наркотики або духовні практики, наприклад [46]. На дану тему А. М. Паликова у своїй роботі «Культура виртуальной реальности как проявление информационного общества» зазначила, що реальність людини цілком і повністю являється сконструйованою та штучною, а тому і віртуальною [30, с. 363]. Для підтримки думки дослідниці слід зауважити, що реальний світ людини ніколи не був істинно реальним. Іншими словами, люди живуть скоріше у штучному та символічному світі, аніж реальному. Будь-яку реальну річ людина перетворює на символічне та розміщає її таким чином у своїй системі координат, адже люди знають як жити лише в символічному світі, але ніяк у реальному. На думку М. Кастельса, людина сприймає реальність лише перенісши її у сферу символічного та наділивши об'єкти реальності символічним значенням, відкидаючи її семантичне визначення [18, с. 351]. Тож, будь-яка реальність сприймається людиною як віртуальність. Дану думку підтверджує радянський філософ та культуролог В. П. Руднев ствержуючи, що «будь-яка реальність являється віртуальною, оскільки дійсний світ зливається з віртуальними реальностями людських свідомостей і придуманими цими свідомостями дискурсами» [46, с. 186]. У такий спосіб віртуальна реальність не була новим полем для розуміння людини, але абсолютно новим з появою електронних ресурсів комунікації стала саме побудова реальної віртуальності [18, с. 351]. М. Кастельс досліджуючи поняття «культура» доходить висновку, що вона є квінтесенцією комунікаційних процесів, де форми комунікації складаються з вироблення та споживання знаків. За такої умови провідний соціолог сучасності, спеціалізацією якого є сфера теорії інформаційного суспільства, підтверджує думку наведених дослідників на

тому того, що суспільство завжди існувало у символічному середовищі та діяло через неї [18, с. 351]. Переживаючи об'єктивну реальність людина завжди переносилася в сферу віртуального, адже сприймала її за використанням символів з їх значеннями. За таких обставин створюється система, де реальність повністю складається з віртуальних образів, які можуть передавати досвід, але й здатні ставати цим досвідом [18, с. 351-352]. Тобто, віртуальні образи заповнили світ і стали частиною реальності людей. Комунікація за використанням образів і символічного підґрунтя розширила кругозір людини та зробила спосіб комунікації більш збагаченим, наповненим та змістовним. Неможливо заперечувати, що з появою електронних ресурсів асоціативний ряд людини значно збільшився. За використанням цифрової віртуальної реальності для людини стало можливим створювати світи образів, використовуючи простори потоків інформації.

Якщо намагатися прослідити розвиток поняття віртуальність, то слід почати з Д. О. Усанової, яка у своїй роботі «Виртуальная культура как феномен современности и ее репрезентация в субкультурных практиках» наголошує, що поняття віртуальності існувало ще за часів античності якщо враховувати міфи та символічні світи, які вони утворюють [40]. А. И. Шипицин же зазначає у своїх роботах, що за часів середньовіччя поняття віртуальності отримало релігійне підґрунтя і мало значення «можливий», стосуючись явища, яке повинно або може проявитись при певних умовах [46, с. 184].

Тож саме поняття «віртуальна реальність» у певних своїх проявах мало витоки ще від часів античності. Віртуальна реальність до появи розвинутих інформаційних технологій представляла собою здебільшого духовно-символічну систему уявлень. Однак, віртуальна культура як цілісний та самодостатній феномен, якому притаманні свої технології та субститути було сформовано лише з розвитком інформаційних технологій та появою відповідного інформаційного суспільства [42, с. 73]. Іншими словами, віртуальна культура мала можливість сформуватись лише в інформаційному суспільстві й у межах віртуальної реальності. Тому можна стверджувати, що віртуальна культура як самостійний феномен є вираженням сучасних культурних тенденцій.

Якщо звернутися до визначення поняття «культура» виявиться, що за Р. Інлегартом – це спосіб адаптації людства до мінливого світу, що впроваджує відповідні зміни у свідомості та поведінці користувачів [7, с. 129]. В залежності від запроваджених нововведень культура змінюється, частково при цьому виходячи на якісно новий етап свого розвитку [7, с. 129]. «Кожен великий етап суспільної еволюції породжує культуру з специфічними характеристиками, що відповідають цьому етапу.» [30, с. 362]. У контексті нашого дослідження слід зазначити, що саме новітні електронні засоби комунікації сприяли орієнтації парадигми культури на процес віртуалізації, який і породив новий тип культури – віртуальний.

Тобто, у певному вимірі віртуальна реальність була присутня завжди у контексті культури, але на етапі активного розвитку технічного процесу роль віртуальних технологій незрівнянно підвищилась, що призвело до формування віртуальної культури та сучасного розуміння віртуального як симуляції дійсності, котра частково переносить аспекти реальності у сформований віртуальний світ з моделюванням штучних ситуацій, у які можна поринути натиснувши кнопку «пуск» на будь-якому електронному засобі.

1.2. Віртуальна культура

Культура зазнала значних змін під впливом мережі Інтернет. Дану тенденцію почав помічати ще М. Маклуен у 1962 році, коли виокремив чотири типи культури: усну, письмову, друковану та електронну. У сучасній ситуації було б доречним додати п'ятий тип – віртуальну культуру. Як вже було зазначено, інтенсивний розвиток інформаційного суспільства сприяв виокремленню віртуальної культури у окремий самостійний феномен. Термін «віртуальна культура» з'явився на початку 1990-х років. Під віртуальною культурою можна розуміти частину «домінантної» або загальної культури, яка була сформована в рамках віртуальної реальності [41, с. 395]. Нагадаємо, що «віртуальний світ – це онлайн-вистава реальних людей, продуктів та брендів у комп'ютерно-опосередкованому середовищі» [48, с. 12]. Реалії ХХІ століття засвідчують, що

відбулася тотальна віртуалізація, утворилась реальна віртуальність за спостереженням М. Кастельса. Тобто, віртуальний світ набув такої сили, що являється іншою реальністю рівносильною до об'єктивної дійсності.

У 1990 році створення World Wide Web (WWW) Т. Бернерсом-Лі стало підґрунтям для дослідження розвитку віртуальної культури. За таких умов на початку XXI сторіччі вже сформувалась віртуальна культура як самодостатня і цілісна. Іншими словами, утворений віртуальний світ набув такої значимості у житті людей, що вже можна з упевненістю стверджувати існування такого феномену як віртуальна культура. Свобода, можливість творити та інші приваблюючі аспекти притаманні Інтернету сприяли швидкому розвитку віртуальної культури. Лише від появи Інтернету, коли людина отримала можливість проявляти свою діяльність згідно з власними уявленнями можна казати саме про утворення віртуальної культури [41, с. 397].

Віртуальна культура впроваджує специфічний вид буття, для якого характерна втеча від стану в режимі дійсності, підключаючи при цьому специфічні ефекти, які заміщують реальність [46, с. 192]. Оскільки людина дедалі більшу частину життя проводить в умовах віртуальної реальності, то саме її специфіка зумовлює більшість змін у системі культурних цінностей. Під натиском електронних засобів комунікації, світосприйняття людини трансформувалось і продовжує трансформуватись у бік більш сприятливий до глобальної системи. Свідомість кожної людини піддається змінам, таке включення людей у систему має відповідні наслідки для соціальних форм та процесів. До того ж, трансформаціям піддається не лише свідомість, але і фундаментальні аспекти людського життя. Зокрема трансформацій зазнало сприйняття часу та простору через повсюдність та миттєвість мережі Інтернет: «Матеріальний фундамент нової культури є простір потоків та позачасовий час» [30, с. 364]. У роботі «Виртуализация как феномен современной культуры: генезис и коннотации понятия «виртуальность» А. И. Шипицина детально розкрита тема впливу мережі Інтернет на суспільство: «Внаслідок цього життя індивіда, орієнтованого на екран, продовжується, розширюється, прирощується

штучними моделями, порожніми яскравими образами, сугестивними смислами» [46, с. 193].

Все вищезгадане є обставинами та причинами формування нового типу культури, яка відрізняється своїми специфічними рисами, віртуальним змістом та виконуваними функціями, що позначаються науково-технічним розвитком. Специфічність віртуального можна охарактеризувати за допомогою словникового визначення, яке запропонував М. Кастельс у своїй роботі «Информационная эпоха: экономика, общество и культура». «Віртуальний – існуючий практично, хоча не суворо у цій формі чи під даним ім'ям і реальний – фактично існуючий» [18, с. 351]. Тобто як віртуальна, так і об'єктивна дійсність існують у реальному просторі, але лише форма трансляції у реальність являється різною: у одного за допомогою фізичного існування, а у іншого через віртуальний образ. Віртуальний об'єкт лише частково копіює реальний, тому він являються подібним, але не повністю відповідає дійсності, відображуючи лише деякі частини та характеристики.

Орієнтація культури відійшла від філософії та мистецтва та зосередилась на техніці. Усі соціальні звички (релігія, мораль, авторитет, традиційні цінності, політична ідеологія) змушені кодувати себе заново у новій системі, інакше вони опиняються під загрозою ослаблення або навіть знищення [30, с. 364]. Жан-Франсуа Ліотар наголошує на тому, що саме інформатизація дала поштовх до модифікацій старих цінностей і сприяла створенню нової картини світу [34, с. 21].

Віртуальний світ, так само як і дійсність, складається з фундаменту традиційних інститутів: економіка, політика, культура – які переміщені у сферу віртуального і перетворюються на образи [7, с. 130]. Віртуалізація стала повсюдною, тому і сфера культури піддалася даній тенденції. За таких умов, *віртуальна культура* – це симуляція культури дійсності у віртуальній реальності, яка існує паралельно разом із об'єктивною реальністю, наповнена образами традиційних інституцій. Одночасно віртуальна культура відіграє роль нового віртуального способу буття людини, обумовленого активним розвитком комп'ютерних технологій. Виходячи з цього, учасниками віртуальної культури є

безпосередньо користувачі мережі Інтернет, які приймають участь у симуляції реальності і одночасно є учасниками об'єктивної реальності. Процес розвитку віртуальної культури являється подібним до культури, яка існує в дійсності і перша постає частиною другої. Віртуальна культура, як і віртуальний світ загалом, являються специфічним простором, який є підсистемою домінуючої культури. Віртуальність представляє собою конструкцію, що складається з сценаріїв умовної реальності, які засновані на знаково-ігровій базі та підкріплені інтенцією до ідеалізованого ціннісного світу [42, с. 71].

У середині віртуальної культури відбувається нескінченна кількість процесів, які не має можливості впорядкувати, контролювати або прослідкувати. У зв'язку із своєю масштабністю, віртуальна культура являється одночасно відкритою та самоорганізуючою системою [42, с. 73]. Якщо все ж таки намагались окреслити межі віртуальної культури і її сутність, то можна виокремити декілька основних її характеристик. Наведені нижче характеристики виокремлює здобувачка кафедри культурології та соціології Челябінської державної академії культури та мистецтв Д. О. Усанова.

1. Існує паралельно по відношенню до безумовної реальності [41, с. 395]. Віртуальна культура може також трактуватись як частина ігрової культури. Причиною являється те, що до віртуальної культури часто приєднуються особи, які зацікавлені у віртуальному світі саме через надання ним віртуальних ігор, у які вони можуть поринути, що створює проміжну ситуацію між ігровою культурою та віртуальною реальністю.

2. За словами автора є культурою високого рівня, адже визначається через свободу та творчість. Репрезентація віртуальної культури у сучасності здійснюється через ігросимволічні та іротехнічні способи конструювання віртуального простору [41, с. 396]. Має місце спроможність учасників віртуальної культури варіативно мислити, що дозволяє їм повірити у запропоновані обставини [42, с. 73].

3. Відсутня орієнтація на суто прагматичні або практичні речі у порівнянні з об'єктивною реальністю.

4. Притаманний суб'єктивно-ініціюючий початок. Тобто, людина конструює свій новий світ у ігровому просторі з власними правилами та розвитком дій у ньому. Свобода є ключовою характеристикою віртуальної культури [42, с. 73].

5. Віртуальна культура вільна від офіційних інституцій та законів (але останнім часом все частіше почала піддаватись законам, чинним у дійсності).

6. Ключовим є компенсаторний тип існування, що являється своєрідною філософією ціннісного заповнення, чого бракує в об'єктивній дійсності [41, с. 396].

Починаючи з 1993 року, коли відбувся процес масового підключення до мережі Інтернет, можна сказати, що був сформований новий віртуальний простір, під впливом якого сформувалося віртуальне суспільство. Обидві, з описаних подій стали базою для реалізації віртуальної культури. Парадигма домінантної культури загалом з появою комп'ютерних технологій вимушена піддаватись процесам віртуалізації. У зв'язку з появою нового типу культури, сформувався специфічний спосіб буття – сучасна людина існує в периферії реальності та віртуальності, підтримуючи своє існування як в дійсному, так і в паралельному світах у форматі аватарів (публікація постів, сторіс¹, текстів) [16, с. 43]. Віртуальна культура відкрила можливість моделювання сценаріїв згідно з власних вподобань за використанням комп'ютерних технологій. Тож, віртуальна культура сприяє урізноманітненню та збагаченню соціокультурного простору сучасності, вона перетворює та наповнює об'єктивну реальність. З часом все більше набуває рис реальності та постійно розвивається не зупиняючись лише на мистецтві та філософії як звичайна культура.

1.3. Віртуальна культура через призму субкультур

¹ «Сторіс» – феномен який переважно фігурує у соціальній мережі Інстаграм, який представляє собою відео або фото публікації, які відкриті для підписників лише на 24 години. На даний момент все можна зберегти у актуальні сторіс, які доступні на постійній основі.

Варто зазначити, що субкультурами називаємо «утворення відносно автономні, зазвичай, закриті і не претендують на те щоби замінити собою панівну культуру (виступають альтернативною підсистемою домінуючої культури)» [40, с. 100]. Віртуальна культура інтегрується у субкультури через тісний контакт з нею шляхом переживання ігрових сценаріїв, тобто на основі ігро-символічних та ігро-технічних способах взаємодії [40, с. 100]. Представники таких віртуальних субкультур об'єднуються у субкультури на базисі ігор або розігрування ігрових сценаріїв. Вони також відрізняються використанням певних специфічних технічних засобів, а також способами та методами конструювання свого віртуального світу [40, с. 100]. Усі перелічене вище є засобами створення відповідної атмосфери задля виникнення спільних ідей та загальних цінностей, які утворюють специфічну за стилем та ідентичністю групу. З'являються відповідні культурні практики, які «засновані на використанні комп'ютерних технологій і є загальними для користувачів комп'ютерів. До них належать різноманітні форми і види онлайн діяльності (форуми, чати, мережеві конференції, Інтернет-блоги, віртуальні представництва тощо), а також види діяльності, пов'язані зі створенням творів мистецтва за допомогою комп'ютерних програм» [16, с. 42]. Яскравими репрезентаторами віртуальної культури є дві субкультури: кіберподорожувачі й толкеністи. Толкеністи зацікавлені рольовими іграми, які вони створюють на базі сюжетів з літератури, історії або буденного життя. Кіберподорожувачі подвоюють свою реальність постійно заглиблюючись у віртуальну реальність. Тож, кіберподорожувачі повністю існують у Інтернет просторі, а толкеністи існують у реальному світі, але конструюють свій простір за використанням віртуальної реальності [41, с. 396]. Слід підкреслити, що наведеним субкультурам притаманні характерні ознаки реального світу та віртуальної культури або простору.

Віртуальна культура так само як у реальному світі має свої закони та правила взаємодії усередині відповідного простору. Мається на увазі, що навіть такі віртуальні субкультури мають свої нормативно-правові документи, які регулюють й регламентують їх діяльність, визначають статуси, встановлюють

правила та норми поведінки у віртуальному просторі. Тобто, окрім власної системи правил та законодавства, віртуальним субкультурам притаманне також соціальна структура (статуси) як і людям у реальному житті. Нормативно-правові документи також вміщують в себе особливу філософську ідеологію притаманну відповідній субкультурі. Деякі субкультури у віртуальному просторі навіть створюють свою мову для спілкування, формування такої мови може відбуватись на різних рівнях: сленг-імена, сленг функціонально-технічного характеру; сленг, що позначає розряди учасників, що відображає ступінь входження суб'єкта у субкультуру [41, с. 396].

Розгляд субкультур у віртуальному просторі надав можливість побачити, що віртуальна реальність у будь-якому разі має свої витoki з реального світу, саме тому наслідує і копіює його. «Представники ігросимволічних та ігротехнічних субкультур конструюють власний простір, використовуючи при його створенні вироблені та перевірені реальністю закони, традиції, цінності, норми» [41, с. 396]. Тобто, віртуальний простір певною мірою копіює реальний світ, але не перетворюється на нього повністю, зберігаючи за собою міфологічність та казковість, що не може не приваблювати його учасників. Віртуальний простір залишив за собою можливість само моделювання та само втілення. Мається на увазі, що «відкривається можливість оперативної та глобальної зміни об'єктів при індивідуальному зусиллі одного суб'єкта, знову ж таки на противагу реальності, в якій глобальні революційні зміни досягаються, як правило, за рахунок суспільних перетворень.» [41, с. 397]. У зв'язку з цим слід зазначити, що віртуальний світ є більш підвладним людині, ніж об'єктивна реальність. Тож він легко трансформується під особисті побажання та саму особистість учасника. Віртуальна реальність є компенсацією того, що бракує фактичній реальності. Дана позитивна риса грає важливу роль у існуванні субкультур, адже у реальному світі представникам субкультур доводиться підлаштовуватись та пристосовуватись під домінуючу культуру та її правила, натомість віртуальний світ дає можливість вільного існування та забезпечує повноту свободи дій. Останньою привабливою рисою віртуального простору є його мобільність. У «копії об'єктивної реальності» набагато меншого значення мають такі речі, як:

соціальний статус, фінансове положення та спадковість. Віртуальний світ більш відкритий для самореалізації, втілення своїх цілей та переходу на більш високий соціальний статус (лише за рахунок власних зусиль, а не спадковості). Комунікаційна функція також представляє з себе дещо інше, ніж у об'єктивній реальності, адже учасники можуть знайти однодумців з будь-якої сфери інтересів. Комунікація у віртуальному світі виявляється більш легкою якщо враховувати сприятливу емоційну середу комунікації з однодумцями, з якими об'єктивно легше спілкуватись та знаходити спільну мову.

Навівши приваблюючі риси для учасників віртуального простору слід поділити їх на три основні причини за Д. О. Усановою:

1) *компенсаторно-психологічна* – занурення у штучно створений світ може дати багато можливостей, які людина не може реалізувати у реальному світі. Відвідування віртуального простору може виступати як спосіб втечі від жорстокої реальності, її проблем та законів. Втікач має можливість зануритись у ігровий світ та розважитись. Для інших віртуальний світ являється засобом/можливістю реалізувати свій глибинний потенціал. Влучним виявляється саме термін «віртуальний світ», адже це відносна реальність, в якій існує певне коло людей, правила, можливості, які і утворюють окремий відносно маленький світ, де легко здійснювати комунікативну функцію. Має місце виконання функції соціалізації, де віртуальна реальність виступає як другий шанс для побудови соціальних зв'язків.

2) *компенсаторно-комунікативна* – втілює потребу людини у спілкуванні та налагодженню нових зв'язків. Учасник отримує комфортну зону для розкриття своїх комунікативних здібностей та потреб, з огляду на те, що у віртуальній культурі існує декілька комунікативних кіл і учасник може без проблем підібрати те, яке підходить саме йому. Комунікація відбувається на різних рівнях. Іншими словами, учасники можуть спілкуватись не лише за допомогою діалогу, але й символів та специфічних дій аватару.

3) *компенсаторно-пізнавальна* – звернення до віртуального світу як до джерела всесвітньої інформації. «Суб'єктом у цьому сценарії прилучення до віртуальної реальності керує інтерес, можливість існування та пізнання нового простору» [40, с. 102]. Тобто, людиною керує фактор бажання отримати нові знання у невідомій сфері. Такий учасник віртуальної реальності може використати виокремлені знання для особистого або професійного розвитку. Дана група, напевно, єдині хто чітко усвідомлює різницю між дійсністю та грою, адже вони зосереджені на грі лише через інтелектуальний та фізичний розвиток, а не через емоційну прив'язаність [40, с. 102]. Даний тип учасників «не схильний до повного відходу у віртуальний світ подібно до компенсаторного типу, але в той же час насичене середовище спілкування комунікативного типу також не є для нього природним середовищем проживання» [40, с. 102]. Проте, інформація отримана за використанням віртуального простору може бути як необхідною, так і тією, що спричиняє негативний вплив. Учасникам слід фільтрувати отриману інформацію: «Враховуючи, що будь-яка людина має відкритий доступ до інформації в Інтернеті, на її особисту відповідальність покладається, яка саме буде знайдена інформація. Іншими словами, це не залежить від того, яка інформація налічується в Інтернеті, адже там є все. Питання скоріше в тому, що людина бажає знайти у цій галактиці інформації. Разом з тим, особа, яка вміє самостійно мислити та аналізувати, не піддається згубному впливу мережі або інших джерел інформації» [33, с. 28-29].

Віртуальна реальність компенсує те, що людина не має можливості втілити у реальність. Така реальність має як негативні, так і позитивні наслідки: 1) можна сублімувати негативну енергію; 2) можна поглинати сублімовану іншим учасником простору негативну енергію; 3) можна зануритись у віртуальність, так як вона є більш привабливою.

Віртуальний простір розбавляє об'єктивну реальність та робить людське життя більш багатограним та цікавим, збагачуючи його різного роду досвідом,

який не можливо отримати у реальності. Він розріджує нудну повсякденність та буття людини, сублімуючи певну частину енергії.

Аналіз віртуальної культури через призму субкультур, дав розуміння, що перша є спробою втілення ідеальної моделі суспільства, її інституцій, комунікаційних процесів за допомоги конструювання ігрових сценаріїв подібних до реальності. Людина предстала перед новими технологічними можливостями світу, де вона сама може створювати власний світ, орієнтований на особисті побажання або перебувати у вже створеному світі як інша людина. Така культура не повністю відірвана від об'єктивної реальності, адже побудована на її засадах та фактично існує у її межах, тому є доволі реальною, про що вже йшлося. Хоча дана тема являється відкритою для обговорення та інтелектуальних роздумів, з причини, що віртуальність може сприйматися і як протилежність реальності, і як її продовження, і як результат розвитку комп'ютерних технологій [16, с. 42]. До того ж окремі роздуми виникають з приводу того, що віртуальність спочатку була продуктом інтелектуальної роботи людини, яку вона змогла конвертувати у щось відносно дійсне, у те, що має своє втілення у реальному світі.

Культуру, яка існує у векторі віртуальності можна назвати ідеальною не лише через сконструйований користувачами абсолют, але й через те, що в межах даної культури не пригнічуються інші, і вони можуть спокійно співіснувати у власному просторі. Кожна людина може знайти комфортне місце для співіснування або зрештою створити власний світ, адже: «Віртуальність являє собою ідеальний вектор існування культури в цілому: все те, що мислимо і представимо в будь-якій соціокультурній системі, але не виражено предметно, а тому трансцендентно по відношенню до цієї системи, знаходиться за межами безпосереднього втілення в соціокультурній практиці» [42, с. 70].

1.4. Формування та трансформація ідентичності у системі віртуальної культури

Сучасне суспільство перенесено на цифрову платформу, що підтверджує статистика, де 97% людей віком від 15 до 29 років є активними користувачами

Інтернету [31, с. 17]. Загалом 71% з жителів України, а саме 22,96 мільйонів людей являються регулярними користувачами Інтернету [42, с. 70]. Дана статистика показує, що в сучасному світі люди змушені жити у двох паралельних світах та реальностях. Підтримувати віртуальний образ стало настільки ж важливим, як і представляти себе публічно у реальному житті. Неможливо не погодитись, що зараз багато зірок сповна платять за ексцентричні образи або фото в Інтернеті. У випадку зі звичайною персоною, яка являється *ignotus* (пер. з латинської – невідомою), суспільна база у вигляді підписників також має відповідні очікування, які корелюються з її рисами характеру, статусом та специфікою поведінки. Приміром, якщо людина займається татуюваннями, від неї очікують контент у вигляді ескізів та готових робіт нанесених на тіло. Іншими словами, віртуальне життя людини має таку ж цінність, як і реальне, якщо і не більшу, адже якщо перестати з'являтися в Інтернеті про «селебрітіз» можуть забути і вона зникне з поля зору своїх шанувальників, що стосується також і інших публічних особистостей. До того ж, Інтернет ніколи нічого не забуває. Все, що потрапляє у мережу Інтернет, транслюється на багато більшу аудиторію, у порівнянні з тією кількістю людей, які могли б побачити це у реальному житті.

Тобто, реальне фізичне існування йде невід'ємно з віртуальним аватаром або нікнеймом людини, яку вона собі має можливість самостійно створити та просувати у мережі Інтернет. Створювані нікнейми та аватари являються унікальними ідентифікаторами конкретної особи у просторі Інтернет. Частіше за все люди зі сфери віртуального знають лише віртуальний образ людини, який складається з вище описаних складових і можуть зовсім не знати справжнє ім'я та зовнішність людини, адже це не має значення у штучно створеному світі. Віртуальний світ представляє з себе світ фантазій, в якому людина може приміряти на себе бажаний образ та провести бажані експерименти. Це також світ можливостей і свободи. Скільки сюжетних ліній було побудовано, де головний герой життя якого далеке від ідеалу, стає героєм у віртуальному світі. Така ситуація подібна до того, що відбувається у реальному світі, але в дещо гіперболізованому вимірі. Людина, яка у реальному житті веде непоказний

спосіб життя може втілити свої таланти у віртуальному світі у різних проявах: вести відомий паблік, бути топовим гравцем і так далі. Іронічним також представляється те, що доволі часто прослідковується тенденція того, що насправді відомі та талановиті люди (співаки, актори) в реальному житті, зазвичай мають спокійне віртуальне життя. Звісно вони можуть приходити на шоу, які транслюються у віртуальному просторі, але вони там виступають у ролі гостя. Персональні ж сторінки талановитих та відомих людей зазвичай не рясніють цікавими заголовками або фото чи відео публікаціями.

Віртуальна реальність відкриває межі для більш широкого розуміння та пошуку своєї ідентичності у людей, особливо у підлітковому віці, що є найважливішим аспектом у цей період розвитку особистості. Особливий інтерес становлять підлітки враховуючи, що їх освоєння навичок спілкування відбувається одночасно в реальному та віртуальному світах, тоді як для більш дорослих людей навички електронного спілкування є надбудовою над вже отриманими у реальному житті [26, с. 295]. Якщо раніше орієнтиром для формування ідентичності підлітка виступало тільки найближче коло спілкування: батьки та друзі, то сьогодні Інтернет дозволяє розширити цей кругозір та потенціал для експериментів у безпечній зоні віртуального світу. Віртуальний світ виявляється більш сприятливий для експериментів не лише з огляду на безпечність але й завдяки впевненості, адже вони взаємодіють у компанії інших людей, які так само експериментують із собою та власними можливостями. Така подібність до «Іншого» дає відчуття спокою від усвідомлення нормальності ситуації, що суб'єкт не самотній у своїх зацікавленнях.

Використовуючи як матеріал для аналізу статистику надану «Соціальна обумовленість та показники здоров'я підлітків та молоді: за результатами соціологічного дослідження в межах міжнародного проекту «Здоров'я та поведінкові орієнтації учнівської молоді»» було виявлено декілька характерних рис притаманних зв'язку підлітка та Інтернету:

1. мережа Інтернет стала місцем, де підліток отримує бажану свободу не обтяжену батьківським контролем. Статистика показує, що обізнаність

батьків з приводу діяльності їх дітей в Інтернеті являється дуже обмеженою, особливо починаючи з 13 і 14 років [39, с. 36];

2. у річищі цієї теми можна виокремити також і негативні аспекти. Інтернет, а точніше інформація, яку він містить може негативно вплинути на ще не сформований та не зміцнілий розум підлітка або кіберзлочинці можуть скористатися його слабкістю. Використовуючи результати зазначених соціологічних досліджень наведемо декілька негативних аспектів, з якими може зіштовхнутись підліток: експлуатація персональної інформації підлітка, негативний вплив на поведінку та формування особи підлітка в цілому, дезінформація або шахрайство, залежність від Інтернету, ізоляваність у реальному житті, мінімізація спілкування в дійсності. Проте, як було зазначено у роботі «Вплив інтернету як інформаційного дзеркала реальності на сучасне суспільство»: «кожна людина має власний суб'єктивний досвід його [Інтернету] використання, а отже самостійно регулює яким буде отриманий вплив. У власному інтересі кожної людини повинно бути бажання зменшити ймовірність негативного впливу з боку Інтернету» [33 с. 29]. Іншими словами, підліток має самостійно регулювати та фільтрувати інформацію, отриману у відкритому доступі. У Інтернеті є відкрита інформація про будь-що, на самого підлітка покладається відповідальність за те, що там буде знайдено. Враховуючи, що більшість підлітків користуються на постійній основі Інтернетом та соціальними мережами, слід впровадити освітню програму, яка б налічувала інформацію про небезпечні аспекти Інтернету та показали як можна уникнути негативного впливу мережі, демонструючи на прикладах як слід його використовувати;
3. поширеним явищем серед підлітків у Інтернеті є новий вид насильства – кібербулінг, який полягає у психологічному терорі, публічному приниженні однієї особи іншою, використовуючи для цього у якості плацдарму інформаційно-комунікаційні засоби. Приниження зазвичай полягають у: публікаціях непристойних, небажаних фото або

текстових ображеннях, створювання наклепів, різного роду маніпуляції з особистими даними користувача. Така агресивна насильницька поведінка прослідковується здебільшого у підлітків, хоча серед дорослих людей також можна знайти не рідкі випадки кібербулінгу. Жертвою, так само як і агресором може стати будь-яка дитина за певних причин та умов. Причинами кібербулінгу можуть бути: бажання мати перевагу, комплекс неповноцінності, заздрість, помста, розвага, проблеми у сімейних взаємовідносинах [26, с. 297]. «Загалом серед опитаних підлітків майже кожен п'ятий (21,1%) відзначив, що ображав у такий спосіб своїх колег по навчанню, так само як визнала себе “жертвами” он-лайн знущань також п'ята частина (21,5%)» [39, с. 43]. Таке приниження виявляється набагато жорстокішим, аніж у реальному житті здебільшого по декільком вирішальним причинам: анонімність, широта аудиторії та позачасовість. Завдяки анонімності кривдник у Інтернеті зазвичай залишається безкарним, а жертва назавжди залишається з травмою та усвідомленням, що публікацію побачили усі. Анонімність також підживлює агресора, адже він може не боятись висловити або реалізувати те, чого ніколи б не сказав або вдіяв особі у реальному житті. Завдяки опосередкованості кібербулінгу, у агресора відсутнє відчуття відповідальності за сказане або завдану шкоду. До того ж, це не потребує ніякого авторитету, емоційних або фізичних зусиль як при реальному конфлікті між людьми. Агресор не бачить реакцію жертви кібербулінгу, через що спрацьовує ефект «дистанціювання», що частіше за все робить агресора більш жорстким, ніж у реальному житті (не відчуває меж, відповідальності) [26, с. 296]. У такий спосіб, анонімність породжує іншу особливість кібербулінгу – безконтрольність ситуації. Іншими словами, у реальному житті з булінгом можна справитись заохочуючи батьків, вчителів та інших дорослих осіб, бо є конкретний відомий суб'єкт, який виступає агресором. Разом з тим, як вже було зазначено, соціальне життя

підлітка або дитини у віртуальному світі являється недосяжною зоною для контролю зі сторони дорослих. Образлива інформація швидко розповсюджується мережею Інтернет та на постійній основі переслідує свою жертву, бо вона постійно доступна на платформі. Кібербулінг передбачає велику кількість свідків, що підсилює відчуття страху та сорому [26, с. 296]. На цьому етапі слід підкреслити постійність кібербулінгу. Мається на увазі, що не має місця спокою для жертви, адже булінг не закінчується, коли дитина виходить зі школи, навіть сидючи вдома цькування можуть продовжуватись у будь-який час у віртуальному просторі. Жертва не може відчутти себе у безпеці ні в день, ні в ночі, ні у будь-якому місці. Також завдяки ефекту «дистанціювання» та утворенню аватара з альтернативним «Я», який виходить за межі власної сутності, втрачається відчуття відповідальності за свої вчинки у агресора [26, с. 297]. Не дивлячись на те, що віртуальний світ зазвичай розглядають як щось «несправжнє», він має цілком реальні наслідки. Не рідко, віртуальні конфлікти переростають у дії в реальному житті. Онлайн образи підштовхують підлітків до певних ризикових та насильницьких дій: вбивства, бійки, стрілянина. Молоді люди повинні усвідомлювати відповідальність своїх дій та виразів у просторі Інтернет та пов'язані із ними наслідками завданої шкоди жертві: зниження самооцінки жертви, втрата впевненості в собі, психічні розлади, порушення розвитку, психоемоційна нестабільність, фрустрація, самоізоляція, відчуття тривоги, страх, параноя, суїцид [26, с. 298]. «Засвоївши патерни поведінки “жертви” або “переслідувач” діти можуть слідувати цим моделям соціальної взаємодії протягом усього життя» [26, с. 298]. У зв'язку з загрозою для повноцінного розвитку особистості підлітка важливим є розробка психологічної підтримки та допомоги жертвам кібербулінгу та булінгу. Слід зазначити, що на території України у січні 2019 року були ухвалені юридичні уточнення, які стосуються обтяження адміністративної відповідальності за вчинення булінгу та

кібербулінгу «Стаття 173-4 Кодексу України про адміністративні правопорушення (далі – КУпАП) регламентує, що за вчинення булінгу настає адміністративна відповідальність, а саме: за вчинення булінгу неповнолітньої чи малолітньої особи у вигляді штрафу або громадських робіт. У разі вчинення булінгу (цькування) неповнолітніми до 16 років відповідатимуть їх батьки або особи, що їх замінюють. Окремо передбачена відповідальність за приховування фактів булінгу» [9, с. 28]. Окрім, введених законів слід також впровадити та популяризувати в Інтернеті освітні програми з основами правил поведінки та безпеки при спілкуванні в глобальній мережі. Психологічна допомога, впровадження законів та освітніх програм необхідні для того, щоб ефективно запобігати і протидіяти віртуальному насильству, що тероризує та ламає життя неповнолітніх;

4. усі наведені вище зміни, призводить до появи Інтернет залежності в підлітків, що підтверджує наведена нижче статистика, отримана у результаті дослідження в межах міжнародного проекту «Здоров'я та поведінкові орієнтації учнівської молоді». Станом на 2018 рік 17,6 % підлітків у вихідні проводить 6-7 годин на день, користуючись мережею Інтернет у різних його проявах: для виконання домашньої роботи, спілкування через соціальні мережі, онлайн відеоігри, використання пошуковика [39, с. 115]. Однак, в будні дні більшість з тих самих опитуваних використовують електронні ресурси в середньому до двох годин на день. Зловживання Інтернетом прослідковується у більш старших підлітків, що пояснюється послабленням контролю зі сторони батьків;
5. тобто, Інтернет займає більшість дозвілля і весь вільний від обов'язків час, що впливає на процес комунікації: 1) збільшилась кількість співбесідників та відповідно інтенсивність комунікацій (інтенсивність спілкування залежить також від віку – чим старша дитина, тим інтенсивніше вона спілкується); 2) характер спілкування варіюється від спілкування з близькими друзями та батьками (40%) до

незнайомців, знайдених у просторі Інтернет (12,5%); 3) майже чверть респондентів підтвердило, що їм легше проявляти свої особисті почуття використовуючи соціальні мережі, аніж віч-на-віч;

- б. серед негативного впливу також варто зазначити появу великої кількості комплексів через ідеалізовану картинку та маски у мережі Instagram, які деформують частини обличчя людей, щоб бути більш привабливим згідно сучасних стандартів краси.

Полишаючи тему підлітків, слід зазначити, що симуляція реального у сфері віртуального не обмежується лише культурою та інституціями, воно поширюється і на сферу взаємовідносин: «Аватари заводять дружбу з іншими аватарами, обговорюють проблеми реального життя, сперечаються, ходять на віртуальні побачення; деякі навіть одружуються (і розлучаються), купують віртуальну нерухомість та оплакують смерть інших гравців, ніколи не не стикаючись тілесно» [48, с. 26]. Не дивлячись на імітацію відносин у віртуальному житті, люди все більше і більше починають відчувати себе ізольованими, навіть від оточення. Дану ситуацію можна пояснити появою смартфонів із присутнім в них віртуальним світом, в який людина може зануритись одразу за бажанням. У такий спосіб люди все менше і менше стали звертати увагу на людей довкола, знизивши рівень участі в різних організаціях, спілкування у вигляді «смолтоків» з сусідами та незнайомими людьми. Зменшився рівень соціальної взаємодії через популяризацію та поширення концепції самообслуговування за використання технічних засобів, а також Інтернет купівель. За останні декілька років наприклад в Україні значно поширився такий спосіб обслуговування і тепер майже у кожному продуктовому магазині можна купити товари без будь-якого соціального контакту. Така ситуація створила попит на продукти, які полегшують процес соціальної взаємодії, адже багато соціальних навичок вже втрачено в міру розвитку інформаційного суспільства [48, с. 151-152]. Інтернет став головним місцем, де люди мають соціальні зв'язки.

Сучасна ситуація показує, що процес соціалізації відбувається у подвійній системі координат. Особливо неповнолітні вибудовують соціальні відносини

паралельно як у дійсності, так і значною мірою у Інтернеті. Анонімність надала даному способу соціалізації більшу захищеність з огляду на те, що особисті дані являються скритими та можна завершити спілкування у разі виникнення будь-якого дискомфорту. До того ж, анонімність дає можливість експериментувати з власною особистістю та колом спілкування, змінювати зовнішній вигляд, а інколи навіть спосіб мислення та думки за бажанням. Інтернет надає можливість сконструювати бажаного себе – аватар, який являється сконструйованою моделлю віртуальної особистості, що виходить з трансформації початкової особистості. Трансформація ідентичності та конструювання нової не проходить безслідно і безумовно має свій вплив на самоідентифікацію людини та її відношення до оточуючого світу.

Отже, віртуальна культура є вираженням сучасних культурних тенденцій, враховуючи, що її поява була спровокована становленням віртуальної реальності та похідного від нього інформаційного суспільства. Віртуальна культура впровадила специфічний вид буття, що сприяло трансформації старих соціальних звичок та формуванню нової картини світу. Однак, віртуальна культура залишається паралельно існуючою симуляцією культури дійсності, а тому є лише її надбудовою, що урізноманітнює та збагачує соціокультурний простір сучасності.

РОЗДІЛ II. ЦИФРОВЕ МИСТЕЦТВО І ТВОРЧІСТЬ У ІНТЕРНЕТІ

2.1. Визначення та історія створення

На базисі дегітальної технічної забезпеченості та створеній мережі Інтернет, за допомогою якої віртуальність акумулювала культуру та культурні традиції, від 1990-х років почали відбуватись відповідні зміни і у сфері мистецтва. Інтернет мистецтво є реакцією на утворену медіакультуру. Під терміном Інтернет-мистецтво слід розуміти не лише відцифровані матеріали, які були завантажені у мережу (для перегляду масовим користувачем і їх популяризації), але й твори мистецтва створені за допомогою технологій або ж за використанням фрагментів віртуальності. Медіа-мистецтво використовує Інтернет як матеріал і засіб свого існування, розвитку та поширення (online-based art). Інтернет-мистецтво вміщує у себе арт-практики, засновані на техногенній, електронній, комп'ютерній та інтернет основах.

Колаборація Інтернету та мистецтва утворила нові різновиди арт-практик, арт-мов та арт-просторів, частково або повністю заснованих на технічній основі. Інтервенція новітніх технологій та Інтернету сприяла тому, що такі традиційні основи мистецтва як: міметичність, ідеалізація, символізм, вираження сутнісних основ буття, художньо-естетична основа, духовність тощо – почали піддаватися суттєвим модифікаціям [3]. Слід додати, що спосіб сприйняття та осягнення художніх творів також зазнав значних змін через модифікацію менталітету та свідомості людини. Модифікація або відмова від старих канонів та класичних цінностей відбулася задля пошуку нових, які б задовольняли потреби людей в умовах науково-технічного прогресу. «Зрозуміло, що цей процес

супроводжувався втратою істотних досягнень класичного мистецтва, але виправдовувався прагненням відповісти на виклики сучасності, йти в ногу з часом і новою людиною» [3]. Таким чином, сформувалась естетична віртуальна реальність, в якій мистецтво перестає бути носієм естетичного, відмовившись від «витончених мистецтв» та надаючи перевагу використанню всіляким дисонансам, дисгармоніям, деформаціям, принципам конструювання-деконструювання, монтажу-демонтажу, алогічності, абсурду, безглуздості тощо [3]. Зазначені вище стратегії підпорядковуються сучасній технічній тенденції та сприяють деестетизації мистецтва.

Інтернет надає можливості скористатись новому типу мистецтва такими якостями як: інтерактивний інтерфейс, підключення до багатьох соціальних, економічних культур та мікрокультур, а не лише веб-робіт [15]. «За своєю суттю медіа-мистецтво — це інтеграція інтернет-ресурсів та звуку, відео, тексту, а також інших інтерактивних механізмів.» [24, с. 238]. У такий спосіб Інтернет перетворився на місце народження творчості нового типу [45, 422]. «Тобто тканина мережі стає основою для мистецького твору, а власне Інтернет — експозиційним простором» [27]. Комунікаційні технології вплинули не лише на спосіб демонстрації митцем своїх витворів мистецтва, але й модифікували такі поняття як: витвір мистецтва, творчість, сприйняття, образність та естетика [45, 411]. Технології та зокрема Інтернет перетворились на унікальні засоби та способи утворення нового типу постмодерного мистецтва та самореалізації, які відсутні у фізичному світі. Інтернет відкриває нові художні можливості як для митців, так і для всього мистецтва в цілому. Інтернет дозволив трансформувати художню мову, вивівши цифрове мистецтво на новий самостійний рівень [36].

Становлення електронного мистецтва припадає на період 80-90-их років та поділяється на три етапи. Появу цифрового мистецтва спричинив широкий розвиток комп'ютерних технологій, які створили новий простір для творчості й самовираження. На першому етапі цифрове мистецтва вперше зустрічаємо у 80-ті роки, коли його проектами були літеро-цифрові витвори (ASCII-графіка), для створення яких використовували букви та символи, наявні на клавіатурі комп'ютера. Враховуючи обмежений рівень технічної забезпеченості у 1980-х

роках, впритул до 2000-х максимальна кількість відтінків кольорів була невелика – 216 [36]. Стандартні 216 кольорів стали основою для появи концепції «Safe Web Colors» (Безпечні кольори HTML), система позначення кольорів HEX, які підтримуються до сьогодні» [36]. Характерними особливостями творів цього періоду стали: хаотичність, непередбачуваність, різного роду маніпуляції з вихідними даними. Слід також наголосити, що спочатку інтернет-мистецтво вбачалося просто як різновид проведення дозвілля і його творці вважали себе більше програмістами, аніж художниками [3]. «У своїх експериментах вони (митці першого етапу) спиралися на досвід дадаїзму, абстрактного експресіонізму, поп-арту, мінімалізму, концептуального мистецтва, а також графічного дизайну та настінних графіті» [3]. Найбільш відомими нет-арт проектами цього періоду вважаються сайти Йоана Хемскерка та Дірка Пасманса, а першим суттєвим об'єднанням мережевих митців являлася голландська арт-група Jodi (Joan & Dirk), в проектах якої доволі часто обігруються проблеми глобалізації та політики великих корпорацій [36].

Другий етап припадає на 90-ті роки і являється періодом розквіту нет-арту, коли технічний рівень комп'ютерних мереж починає дозволяти активно використовувати скрипти, фрейми та графічні файли. На поширення нет-арту також вплинуло розповсюдження та всезагальна доступність мережі, завдяки чому з'явилося більше користувачів та зокрема художників андеграундного напрямку, які утворили свої Інтернет спільноти. Перші графічні зображення, які з'явилися в Мережі у 1992 році дали поштовх для масового використання графічних файлів під час створення сайтів та творення нет-арту [36]. Не дивлячись на широке використання графічних файлів повного розмаху було важко досягти через обмежену потужність комп'ютерів та можливостей тогочасних моніторів. Однак, з появою високошвидкісного підключення до Інтернету наприкінці 1990-х років, вже на початку 2000-х графічні, відео та аудіо файли почали активно застосовувати при створенні веб-сайтів, а також появи нових проектів нет-арту з елементами зазначених нових технічних можливостей [36].

Тим не менш, зліт нової хвилі нет-арту тривав не довго, адже починаючи з середини 2000-их років відбулася криза, спричинена дефіцитом звернення творців до такого роду практики, що сприяло пошукам нового шляху для реалізації творчості цифрового мистецтва. Незважаючи на кризовий період, у 2000-ому році мережеве мистецтво було вперше визнане шляхом включення його у виставку бієнале Музеєм американського мистецтва Уітні. Представниками мережевого мистецтва були: Марк Америка, Фейкшоп та Кен Голдберг.

Третій етап розвитку інтернет мистецтва відбувся у другій половині 2010-х років, коли інтерес митців до мережевого мистецтва знову відновився, а також відбувся відхід від звичайного формату створення веб-сторінок або окремих об'єктів до впровадження у тканину соціальних мереж та організації нестандартних форм комунікації [36]. Тобто, у цей період художники медіа-арту більше впровадились у сферу віртуальної реальності, як унікального поля для творчості, яке неможливе у реальності. Почали створювати різноманітні комп'ютерні інсталяції на основі напрацювань гіперреалізму [3]. Іншою тенденцією нової хвилі нет-арт мистецтва являється інтеграція у інші види мистецтва, такі як: кіно, театр, медіа-інсталяції – перетворившись на предмет аналізу художників, а також ставши медіумом в їх руках [36].

2.2. Характерні риси та види електронного мистецтва

Характерними рисами інтернет мистецтва є віртуальність, інтерактивність та імерсійність [44, с. 27]. «Увага звертається на зміни у сфері уяви, процесу творення і сутності самого твору» [45, с. 411]. Характерною рисою електронного мистецтва є його просторова обмеженість з одного боку віртуальним простором, але в той же час йому притаманна безмежність, адже деякі з його видів мають фізичні компоненти, або ж вони сприятливі до матеріалізації. Не дивлячись на те, що більшість мистецьких проєктів існують виключно автономно в Інтернет просторі, є вебсторінки, які функціонують у взаємодії з об'єктами у реальному світі [27]. У роботі Катерини Носко «Мистецтво, створене для Інтернету та з

Інтернету: що ми знаємо про нет-арт» наведено влучний приклад витвору Інтернет мистецтва на межі реального та віртуального просторів – проект німецького художника Себастьяна Шміга «Gallery.Delivery», який є інтервенцією у вже сформовані системи, обіграні на свій лад [27]. Зазначений проект має власний вебсайт, завдяки якому користувач може замовити витвори мистецтва у форматі виставки на одну годину, що корелюється з системою доставки продуктів та їжі з ресторанів [27]. У такий самий спосіб приїжджає кур'єр з квадратною коробкою за спиною, але замість продуктів займається створенням експозиції у апартаментах замовника, за попередньо визначеною датою та часом.

Проте як і матеріальне, так і віртуальне мистецтво має свої загрози у вигляді технічних проблем: «комп'ютерний вірус, поширений у мережі; збій у роботі програмного забезпечення; банальна відсутність живлення тощо» [25, с. 181]. Зазначені проблеми можуть як повністю знищити витвір, так і просто пошкодити його чи обмежити доступ для перегляду масовому користувачу тощо. Відкритий доступ до мережі та результатів творчості та ідей митців сприяє поширенню проблеми плагіату, інтернет-піратства та крадіїв ідей, які використовують оригінальні матеріали творців для їх застосування у власних цілях. Також негативним впливом вільного доступу до інформації на цифрове мистецтво можна зазначити: копіювання робіт, їх тиражування, використання у комерційних цілях без дозволу автора й посилання на першоджерело [2, с. 320]. Іншими словами, у цифровому мистецтві актуальною залишається тема авторських прав та автентичності робіт. Вільне розповсюдження творів мистецтва в Інтернеті знецінює їх та відповідно шкодить автору.

У своїй роботі «Цифрові технології українського медіа-мистецтва: Нет-арт» мистецтвознавець Олег Оленев виділяє цікавий характер саме українського медіа-мистецтва, якому притаманна: хвилеподібність, нестійкість, регіональність та несистематичність. Кожна з наведених характеристик має своє підґрунтя для існування. Хвилеподібність та нестійкість, приміром, обумовлені перманентним інтересом до українського мистецтва іноземних інституцій та підкріплена відсутністю власних художніх інституцій з цифрового мистецтва. За

відсутності національних художніх інституцій звичайною є ситуація, коли електронне мистецтво є лише певним етапом у творчому шляху митця, а не сферою його діяльності, в якій він би набував досвіду. Натомість, причиною регіональності являється розвиток цифрової художньої культури лише в великих містах країни — «Києві, Одесі, Харкові, Львові (виняток становить лише провінційний Херсон)» [29, с. 203]. Несистематичність як характерна риса, впливає у результаті сукупності усіх вище зазначених чинників.

Необхідно підкреслити, що за відсутності офіційних художніх інституцій в Україні, які б були спрямовані конкретно на розвиток медіа-мистецтва, все ж таки існує декілька установ, які частково надають підтримку новому типу мистецтва. Серед державних інституцій виокремимо Національний художній музей України й Національний культурно-мистецький та музейний комплекс «Мистецький Арсенал». Перша установа реалізувала декілька проєктів, які «стали етапами «канонізації» митців «Нової хвилі», а також засвідчили повернення курсу НХМУ в бік глядача та актуального мистецтва» [28, с. 110]. Натомість друга функціонує більше у як майданчик для презентації та популяризації проєктів. Серед приватних установ виділимо широковідому галерею бізнесмена Віктора Михайловича Пінчука – «PinchukArtCentre», яка займається просвітництвом публіки проєктами митців «Нової хвилі». У зазначеній установі шляхом популяризації сучасного мистецтва та зокрема медіа мистецтва було представлено багато робіт митців нового типу у формах концептуального мистецтва, відео-артів, саунд-артів, медіаінсталяцій тощо. Серед зазначених жанрів найбільшою популярністю на території України користується відео-арт, який являється найпростішим для реалізації з технічних причин. Не дивлячись на перевагу відео-арту, українські митці користуються і іншими жанрами, які однак мають меншу прихильність серед художників: «відеоінсталяція (Сергій Петлюк), інтерактивна інсталяція (Тамара Грідяєва, Андрій Ліник, Олексій Хорошко, Юрій Кручак і Юлія Костерева), нет-арт (Юрій Кручак і Юлія Костерева, Маша Шубіна), смс-арт (Роман Мінін), ексель-арт (Олексій Сай), піксель-арт (Юліана Алімова), кінетична скульптура (Анна

Надуда, Анатолій Слойко), дигітальне вуличне мистецтво (УБІК, Анна Надуда), звукова інсталяція (Іван Світличний)» [28, с. 116].

Під впливом нових технологій художня мова піддалася відповідним змінам. Електронне мистецтво стало поділятися на графіку, сателітарне мистецтво та інтернет-мистецтво. Сформувались нові специфічні жанри та види мистецтва, які мають можливість функціонувати не залежно від фізичного світу та реалізуючись лише завдяки медіа простору. Слід підкреслити, що з причини широкого вжитку поняття медіа-арт у різних його смислах, доволі важким завданням стало виокремлення його видів через їх достатньо розпливчасту сутність. Останнім часом склалася ситуація, де видами медіа-арту називають практично будь-який витвір електронного мистецтва, що має неутилітарний контекст. Тож на підставі прочитаної літератури, виділяємо два види творів мистецтва, що з'явилися на мультимедійній основі – нет-арт (мережеве мистецтво) та Інтернет-арт, до якого входить комп'ютерна графіка, комп'ютерна музика, комп'ютерна анімація та інтерактивний комп'ютерний перформанс. Необхідно підкреслити, що складність виокремлення видів цифрового мистецтва також полягає у тому, що Інтернет-арт включає в себе майже всю дигітальну продукцію, основною функцією якої є контакт з реципієнтом. Натомість жанри інтернет-мистецтва відрізняються один від одного за типом використовуваних технологій та формою вираження. Виділимо декілька з них: концептуальне мистецтво, відео-арт, саунд-арт, медіаінсталяція, медіаперформанс, телематика, кінетичне мистецтво, тощо. Формат же мистецьких творів у просторі Інтернет можуть бути безмежними, починаючи онлайн іграми та закінчуючи звичайними картинками або онлайн трансляціями у соціальній мережі Instagram.

Окремо зупинимось на одному з видів мистецтва – нет-арт (net-art являється скороченням від Internetart). «Під нет-артом розуміється найновіший вид художньої практики, що розвивається в комп'ютерних мережах, у тому числі в мережі Інтернет» [36]. У даному виді цифрового мистецтва практично відсутній модус фізичної реальності [37, с. 174]. Інтернет є єдиним простором для існування нет-арту. Тобто, митець має можливість реалізувати свій проект лише використовуючи у якості засобу Інтернет простір, а реципієнт в свою чергу має

можливість сприймати твір виключно у контексті цього простору. Зазначимо також форми реалізації нет-арту: «інтернет-гра, вебсайт, аудіопотік, художні сайти та мережеві конструкції, поштові проекти, мережеві перформанси, тощо.» [24, с. 238]. Відрікаючись від традиційних способів творення мистецтва, нет-арт створює унікальні твори, які полягають головним чином в ідеї. «Автор, художник, створює лише головну ідею, контекст та інструментарій, за допомогою якого користувач може втілювати власні фантазії та задуми» [11]. До того ж унікальність медіа-арту полягає у тому, що починаючи з літеро-цифрових творів з обмеженими кольорами, з подальшим її розвитком було створено проекти, які не мають і не можуть мати аналогів поза віртуального світу. Тобто, нет-арт створює креативні простри у мережі, які являються майданчиком для неформальної взаємодії учасників творчого процесу (митця та реципієнта) [36]. Основною функцією виступає взаємодія та комунікація з реципієнтом, а не демонстрація результатів творчого процесу, яку повинні відсторонено споглядати, як це відбувається у системі естетичного поглинання традиційного мистецтва: «Суттю художнього процесу в даному випадку є безпосередня комунікація автора з глядачем шляхом створення візуальних електронних послань у мережі – об'єктів нет-арту, які формують певні емоційні стани та пропонують нові способи осмислення, циркулюючих в культурі знаків і парадигм» [35, с. 248]. Фінального твору мистецтва як такого не існує, адже все залежить від фантазії реципієнта, який впливає на остаточний результат. Враховуючи, що платформою для реалізації цього виду мистецтва виступає веб-браузер, ознайомлення з ним здебільшого не вимагає ніяких фінансових внесків. Тобто, віртуальні проекти являються не комерційними, саме тому їх зазвичай не рекламують, що в свою чергу призводить до того, що масовий користувач не зможе випадково потрапити на твір нет-арту. До того ж, веб-сторінкам з творами притаманна постійна динаміка, вони постійно змінюються, оновлюються, з'являються і зникають [11]. Іншими словами, мінливість та відсутність стабільності є характерною рисою нет-арту. Іншою особливістю цього жанру є його можливість поєднувати різні області мистецтва у одному проекті.

Перший нет-арт проект в Україні під назвою «БЕЙБІ/ВАВУ» був створений у 2002 році двома митцями – Юрієм Кручаком та Юлією Костеревою. Мотивом для створення даного проекту став рівень смертності в Україні, який значно переважав показник народжуваності [29, с. 200]. Створений веб-сайт надавав користувачам можливість виростити власну віртуальну дитину, підтримуючи її життєдіяльність протягом дев'яти місяців.

Кроком для часткового виходу з Інтернет залежності цифрового мистецтва являється пост-нет-арт. Митець у пост-нет-арті виходить за межі віртуального простору, займаючись рукотворною творчістю, хоча й створюючи образи-симулякри [37, с. 176]. Засновником цього виду цифрового мистецтва вважається теоретик та митець Артї Вієркант, який конструює твір спочатку у віртуальному просторі, а потім переносить у фізичний світ, синтезуючи можливості фотографії та скульптури [37, с. 176]. Для перенесення своїх проектів у фізичний світ, Артї Вієркант використовує зазвичай кольорову прозору плівку. Створений об'єкт у віртуальному просторі піддається подальшим трансформаціям, «генеруючи нову деривативну роботу на базі оригіналу» [37, с. 176], натомість фізичний зразок залучають до простору галереї, де він залишається у споконвічному стані.

2.3. Складові нового типу мистецтва: простір, митець, витвір мистецтва, естетична віртуальна реальність.

Художній простір також піддався впливові технічних змін. Блукаючи веб-сторінками Інтернету можна натрапити на безліч посилань від різноманітних галерей та музеїв на віртуальну подорож по їхньому просторі. Такий вид інтерактивності дозволяє вивчити будь-який витвір мистецтва досконало, навіть знаходячись за тисячі кілометрів, маючи можливість наблизити та розглянути кожен деталь. Не варто забувати, що фізичний арт простір не втрачає своєї важливості, адже являється необхідною складовою ознайомлення зі світом мистецтва та культури. Тим не менш, віртуалізація художнього простору дозволяє галереям та музеям йти з сучасним світом в одному темпі, не відстаючи від потреб споживачів. До того ж, у сучасній практиці існує використання

Інтернету у фізичних галереях задля трансляції творів цифрового мистецтва. Митець електронного мистецтва при створенні своїх проектів користується способом заміщення реальних речей і дій на відповідні образи – симуляції, з якими вступає у контакт реципієнт, знаходячись у реальному середовищі: музею або галереї [37, с. 175]. «Художник імітує “входження” у віртуальний простір, привносячи у фізичну реальність образи буття об'єктів, які у реальному світі існувати без технічної взаємодії з віртуальним простором Мережі не могли» [37, с. 175]. У такий спосіб відбувається колаборація двох світів або ж інтеграція віртуального у фізичний, що призводить до повного занурення реципієнта у арт-продукт створений митцем. З вище сказаного також випливає, що сучасний митець вільний, бо має вибір творити як у просторі цифрового мистецтва, так і виносити їх у реальне середовище інституційного простору галерей та музеїв.

Покладаючись на роботу В. В. Бичкова та Н. Б. Маньковської «Искусство техногенной цивилизации в зеркале эстетики», розглянемо теорію двох основних просторів віртуал-арту, що відрізняються за характером естетичної діяльності реципієнта у кіберпросторі. Слід провести паралель між типами просторів віртуал-арту та відомою теорією холодних та гарячих медіа Маршалла Маклуена, широко розкрити у його роботі «Розуміння медіа: Зовнішні розширення людини» «Гарячими засобами комунікації є ті, які повністю заповнюють людину інформацією, не даючи їй можливість зробити свій власний внесок. Холодними ж засобами комунікації є ті, які мають обмежену кількість інформації, завдяки чому людина має можливість зробити свій інформаційний внесок, домислюючи щось своє, тим самим довершуючи картинку» [34, с. 10]. У даному контексті гарячими медіа являється динамічний естетичний простір, який виступає лише у якості платформи для презентації та споглядання об'єктів без безпосереднього залучення реципієнта до процесу творення, а холодними – інтерактивний естетичний простір, що активно співпрацює з реципієнтом, залучаючи його до співавторства шляхом різного роду модифікацій твору. У такий спосіб виокремлюємо два види віртуального мистецтва: презентативний та інтерактивний віртуал-арт.

Користуючись тією ж самою роботою В. В. Бичкова та Н. Б. Маньковської, розглянемо теорію окремої частини віртуальної реальності – естетичної. Розпочнемо з того, що поява естетичної віртуальної реальності є результатом інтервенції новітніх технологій у художню сферу. Естетична віртуальна реальність – це частина віртуальної реальності, в якій реалізується віртуальний естетичний досвід, у спосіб поетапного занурення реципієнта у віртуальний простір, шляхом одночасного задіяння майже усіх можливих органів чуття (зір, слух, дотик), що дарує ілюзію присутності у віртуальній реальності та свободи дії в ній [3]. «Головна відмінність останнього від традиційного у тому, що тут реципієнт має справу з мережевою віртуальною реальністю, тобто з певною психо-електронною реальністю, яку він сприймає через цілу систему електронних і сенсорних датчиків і може сам впливати на неї за допомогою іншої електронної системи управління»

Можна виокремити три характерні особливості віртуального естетичного досвіду. По-перше, віртуальна реальність, у контакт з якою вступає реципієнт, наділена необмеженою кількістю мережевих естетичних об'єктів та майданчиків, цілеспрямовано створених задля отримання саме віртуального естетичного досвіду. По-друге, відсутність конкретного медіатора між користувачем та кіберпростором через застосування сенсорно-електронних посередників (датчиків, комп'ютерного обладнання, програмного забезпечення, системи управління та маніпулювання мережевими ресурсами тощо), що кардинально відрізняється від класичного естетичного досвіду сприйняття, поглинання мистецтва [3]. По-третє, віртуальному естетичному досвіду притаманна інтерактивність, де реципієнт може бути також співавтором твору, змінюючи естетичний об'єкт або його контекст, тим самим вступаючи у взаємодію із творцем.

Завдяки своєму інтерактивному характеру мистецтво має можливість використовувати декілька різних середовищ (матеріальне, віртуальне) та платформ як власний простір. Художнім простором сучасних митців є одна або декілька платформ, у вигляді інтернет-ресурсів, які будуть найбільш слухними для відповідної аудиторії. У певний художній простір перетворились соціальні

мережі, які трансформувались у платформу для популяризації результатів власної творчості. Так само як платформу можна використовувати власний сайт, що потребує спеціальних знань чи спеціаліста у галузі ІТ-технологій. Іншим варіантом можна також виставлятися на популярних мистецьких сайтах. Проте в Україні відсутня єдина платформа, за допомогою якої митці могли б спілкуватись та ділитись посиланням на свої витвори, а також бракує національної профільної інституції, яка б займалась підтримкою та розвитком медіа-художників [25, с. 181]. Не дивлячись на відсутність профільної інституції, в країні влаштовують велику кількість медіа-фестивалів, на яких митці мають можливість налагодити контакт один з одним. З дослідження Олега Оленева «Цифрові технології українського медіа-мистецтва: Нет-арт» наведемо декілька прикладів таких медіа-фестивалів: «“НонСтопМедіа / NonStopMedia” (Харків), “Тера Футура / Terra Futura” (Херсон) та “Тиждень сучасного мистецтва” (Львів)... у Києві відбувся медіа-арт-форум “Новомедійна Україна / New Media Ukraine”» [29, с. 202].

Інтернет як інформаційне джерело не лише надає необ’ємну кількість інформації з приводу того чи іншого витвору мистецтва (класичного або електронного), але й стає широким полем для натхнення та реалізації своїх мистецьких ідей, що можуть не підпорядковуватись традиційним уявленням про мистецтво. У такий спосіб Інтернет дозволяє безперешкодно комунікувати митцям та реципієнтам на одній платформі, обмінюючись власними ідеями, досвідом, враженнями та емоціями. Інтернет свого роду провокує людину з творчим початком приступати до генерування або реалізації власного відчуття. Оприлюднення власних потуг у творчості та її популяризація наражає на рецензії критиків та масового користувача, що також сприяє персональному росту митця. Загалом функція популяризації у просторі Інтернету надає великих можливостей невідомим та маленьким художникам, давши їм простір з великою та різнобічною аудиторією. У такий спосіб маючи талант, впертість та трішки вдачі, локальний митець може перетворитись на загальновідомого. Класичні витвори мистецтва поступаються новим. Не дивлячись на вільний обмін та безперешкодне оприлюднення власної творчості в Інтернеті, митці все ж таки

повинні дотримуватись певних правил, встановлених у мережі. Покладаючись на роботу «Мистецтво у просторі всесвітньої мережі Інтернет: практичні аспекти», наведемо декілька вимог, під які підлягають матеріали, що завантажуються в Мережу: «не порушувати політику конфіденційності щодо особистого життя інших користувачів; не пропагувати культ насильства або жорстокості; не повинні містити порнографію, плагіат, а також будь-яким іншим чином не порушувати чинне національне законодавство.» [25, с. 180-181]. Окрім зазначених правил, в останні роки свобода творчості обмежується прослідкованою тенденцією контролю власних структур, що ставить під сумнів демонстративний символ свободи, який привласнила собі мережа. За таких умов, деякі митці вирішили творити на межі фізичного та віртуального, зберігаючи при цьому по можливості свободу творчості.

Адаптуючись до нових технічних умов, митець електронного мистецтва вимушений розділяти свій творчий процес разом з машиною і її штучним інтелектом, використовуючи для створення своїх робіт веббраузер, коди, пошукові системи та різноманітні інтернет-інструменти [27]. За таких умов, даний творчий процес стали називати генеруванням. Митці майже повністю відмовились від традиційних принципів та методів образотворчих мистецтв, хоча й вибірково застосовуючи їх у якості підсобних засобів [3]. «Переважає більшість сучасних арт-практик тяжіють до принципів, маргінальних для класичної естетики, хоча імпліцитно властиві багатьом сферам традиційного мистецтва» [3].

Сутність вищевикладеного зводиться до того, що Інтернет також спровокував знецінення традиційного мистецтва, що відбулося внаслідок тиражування визначних митців та їх витворів мистецтва в масовій культурі, перетворивши їх у популярні образи і тим самим невілюючи їх. Іншими словами, у співвідношенні Інтернету та мистецтва стосунки почали змінюватись, сприйняття мистецтва перетворилось з чогось для себе у щось для іншого. Таким чином, відвідуючи відомий музей пересічна людина зазвичай звертає увагу не на самі твори мистецтва, а на таблички, які розміщені поруч. Зазначені таблички дають можливість зорієнтуватись у мистецькому просторі. Тобто, чи варто

глядачеві звертати увагу на даний витвір або це невідомий (не модний) художник, на якого не варто витратити свій час. У такий спосіб суспільство переорієнтувалося з поцінування самого витвору до публічної демонстрації прилучення до відомих особистостей шляхом фотографування та публікації його робіт у соціальних мережах. Соціальні мережі сформували світ, у якому індивід знаходиться у центрі власно створеної спільноти, яку складає його аудиторія, що ще більше «підпитує» створений образ в Інтернеті і вимагає діяти так, як забажають підписники, підпадаючи під владу кліше, стереотипу та кітчу.

Електронні витвори мистецтва не піддаються класифікації оригінального, адже копіювання у ньому являється провідним принципом. У такий спосіб, зникає культ оригіналу витворів мистецтва, яким наділено традиційне фізичне мистецтво.

Переходячи від теми митця до витворів мистецтва слід зауважити, що оприлюднення результатів творчого процесу не обов'язково повинно бути за умов фізичного виміру або у формі реалізації електронного мистецтва у подальшу матеріальну форму. Іншими словами, витвір мистецтва перестав мати конкретний формат або уособлену мораль (сенс). Відрікшись ще за Марселя Дюшана з його «Фонтаном» від орієнтації на прекрасне, мистецтво знаходить продовження свого розвитку вже у електронному мистецтві, де витвором може вважатись взагалі будь-що, навіть не маючи матеріального прояву. Якщо у період модерну головним питанням було «Що таке мистецтво?» і десятки провідних мистецтвознавців намагались висувати свої теорії на зазначену тему, то у XXI столітті маємо розуміння, що мистецтво повністю втратило свій традиційний характер, перетворившись у квінтесенцію смислів або ж вміщуючи у себе сенс своєї безглуздості. «Головною особливістю інтернет-арту на сьогодні є принципова відсутність чіткого розмежування мистецтва та не-мистецтва» [3]. Можна прийти до висновку, що мистецтво перетворилось у просту реалізацію власних почуттів митця у будь-якому його прояві.

Якщо віддалитись від традиційного сприйняття мистецтва, стане очевидним що айті розробники та програмісти й хакери також являються творцями, у яких не менше творчого імпульсу, аніж у творців класичного мистецтва. Дане питання

вже розкривалось у минулій курсовій роботі, з наголосом на те, що працівники айтї сфери інтелектуально розвинені і творчо збагачені, щоб створювати веб-сторінки та програми для подальших їх використань іншими користувачами веб-браузеру з різноманітними цілями.

2.4. Роль реципієнта у системі цифрового мистецтва

Реципієнт електронного мистецтва запрошується до прямого контакту з витвором мистецтва. Двостороння інтерактивність перетворилась на основну форму комунікації між твором мистецтва та реципієнтом. Пряма взаємодія між реципієнтом та твором мистецтва змінила процес сприйняття мистецтва з естетичного переживання на інтерактивність. Іншими словами, у електронному мистецтві не лише реципієнт реагує на витвір мистецтва, але й сам витвір реагує на дії та поведінку реципієнта. У зв'язку з цим в естетичному досвіді почали надавати перевагу не лише візуальним та аудіальним поглинанням видів мистецтва, але й тактильним, що посилює ефект інших відчуттів. У даному розрізі, дотик є актом залучення окремого індивіду до вступу в контакт з новим способом реалізації внутрішнього світу через вибір реалізований шляхом «клікання» мишкою від комп'ютера. Використовуючи тілесність, реципієнт проникає у світ віртуального мистецтва, перебуваючи одночасно у двох світах та заохочуючи усі види можливих відчуттів, що має відповідно сильний ефект. Тож якщо перший рівень занурення – це традиційна комунікація, де між реципієнтом та твором завжди є посередник у вигляді простору музею, то другий рівень передбачає повне занурення шляхом задіяння віртуального простору, який вже окрім фізичного вводить реципієнта у віртуальний світ технічно або емоційно, формуючи подвійний рівень занурення [37, с. 176]. «Так, з'явившись з небуття до матеріальної оболонки, це мистецтво знову “йде” з нашої зони чутливості у віртуальний світ» [37, с. 176]. За таких умов чутливість реципієнта під час споживання електронного мистецтва є значно підвищеною, а людина стає приреченою до інтерактивної участі: «З появою цифрових технологій, що творять віртуальний світ, де відбувається знесення будь-яких обмежень,

симулюється участь у сприйнятті багатьох відчуттів» [45, с. 414]. Залучене інтернет мистецтвом відчуття дотику змінює сприйняття людиною довколишнього світу, надає важливості людському існуванню, шляхом залучення реципієнта до процесу творення мистецького твору [45, с. 414]. У такий спосіб підвищується роль фізичної взаємодії у віртуальному просторі, коли для початку творення реципієнт повинен першим проявити ініціативу і у результаті отримати власну версію твору мистецтва. Таким чином, підвищується рівень усвідомлення себе як унікального індивіда й створюється «утопія ідеального суспільства, яке складається з неповторних особистостей» [45, с. 415].

Реципієнт, творець та витвір мистецтва перетворились на одне ціле, з урахуванням того, що надаючи індивідуальний вибір реципієнту шляхом натискання клавіш комп'ютера чи телефона, творець розділяє відповідальність за остаточний результат творчого процесу. У мистецтві нового типу не існує чіткого розмежування на митця та реципієнта, лише їх взаємодія народжує твір мистецтва. Тобто, електронний творів – це плід авторства багатьох людей, що тим самим нівелює авторське право в контексті мистецтва «нового типу» [3]. До того ж, нерідкою є ситуація, коли для створення свого арт проекту митець використовує досягнення інших дослідників, їх технології, образи, тексти, прийоми, тощо: «Присвоєння та плагіат не вважаються в НМА чимось ганебним.» [3].

Формою комунікації митця та реципієнта зазвичай являється програми-інтерфейси, що «побудовані на основі колажу веб-сторінок, фото, анімації, різноманітних саунд-треків (вуличні шуми, музика, розмова тощо), елементів ігор тощо» [3]. У такий спосіб, маючи за формат комунікації візуально-мультимедійний тип, твір медіа-арту виступає більше не як художній об'єкт, а лише як інформаційна комунікативна система [3]. У описаній системі творець розробляє та передбачає можливі шляхи подорожі реципієнта веб-сторінками, під час конструювання витвору. З вищесказаного випливає, що технічні вироби вийшли з ролі звичайного медіатора між витвором мистецтва та реципієнтом, беручи безпосередню участь у генеруванні мистецтва. Однак, існують також арт-проекти, ціллю створення яких є не залучення користувача до взаємодії, але

донесення важливої думки або необхідної емоції, для досягнення яких використовують різноманітні креативні форми.

Подібним чином до того, як відбувався розподіл структури суспільства у період Середньовіччя завдяки схемі трьох станів, створеній Герардом Камбрзійським та Адальбероном Лаонським («ті, що моляться» (oratores) – священики та ченці, «ті, що воюють» (bellatores) – рицарі, «ті що працюють» (laboratores) – селяни)), у вже згаданій роботі «Мистецтво у просторі всесвітньої мережі Інтернет: практичні аспекти» М. Міщенко класифікує користувачів у контексті мистецького контексту у вигляді образів шукача, споживача і творця. Шукач – користувач, який з різною метою та різними способами займається пошуками у Мережі інформації, пов'язаної з мистецькою сферою (дані про видання, події, митця, витвори мистецтва та інші матеріали). Наступний етап – споживач, коли людина на власний розсуд використовує знайдену інформацію у Мережі. Останнім є образ творця, сформований як результат поглинутого матеріалу у якості відповіді на засвоєне, додавши власний внесок у віртуальний мистецький простір. Звісно, даний шлях не є вичерпним і залежить від кожного окремого суб'єкта та конкретного процесу творення. Кожен образ може існувати не залежно від іншого чи зупинитись на одному з етапів або перейти у зворотній шлях. Іншими словами, митець може просто завантажити у мережу свій витвір, не пройшовши заздалегідь перші два етапи.

М. Кастельс у своїй роботі «Галактика Інтернет» зауважував, що мистецтво завжди було комунікаційним протоколом, «що відновлював єдність людського досвіду у протидії гнобленню, розбіжностям та конфліктам» [17, с. 238]. Автор також наголошує на тому, що Інтернет суспільство складається з окремих індивідів, які в один день можуть стати відчуженими один від одного, не дивлячись на комунікаційну функцію Інтернету, яка є основною. Окремі індивіди спілкуються у мережі власною мовою, яка з'явилася з урахуванням персонального гіпертекста користувача, що утворюють некомунікательні тексти. Натомість мистецтво є тим мостом, який привносить частину особистості індивіда у мережу і виступає тим самим сполучним матеріалом. Шляхом поєднання мистецтва та Інтернету, як засобу масової комунікації, єдність

представників людства стає міцною як ніколи. Витвір мистецтва сам по собі є інструментом трансляції міжкультурних, класових й етнічних смислів та комунікативних кодів, які стали не лише передаватися через масові засоби інформації, але й народжуватись у комунікаційному просторі.

Розвиток технологій та науки має намір досягати апогею у сфері мистецтва. Починаючи з кінця ХХ століття і донині існує група кібернетиків, зацікавленість яких полягає у створенні мистецтва, виробленого машиною. Маючи в своєму арсеналі талановитих розробників, комп'ютерні програми та спеціальні пристосування для створення алгоритмічного мистецтва, прихильники комп'ютерного мистецтва намагаються тим самим довести абсолютну та беззаперечну безмежність можливостей, наданих сучасними технологіями. Зокрема: «Розроблялися спеціальні комп'ютерні програми, які на основі аналізу певного класу видатних творів мистецтва намагалися виявити творчий алгоритм або сімейство алгоритмів цих творів, а потім на їх основі створювати подібні твори мистецтва» [3]. У такий спосіб, програмісти разом із зацікавленими митцями створили комп'ютерні програми, що виробляли твори мистецтва, які за рівнем виконання не поступалися роботам видатних художників. Експеримент Д. Коупа «Еммі», спрямований на генерування музики на основі алгоритмів хоралів Баха і ноктюрнів Шопена, завершився виробництвом вдалих зразків музичних творів на основі зазначеної стилістики [3]. Разом з цим було розроблено алгоритм, який допоможе вмілому користувачеві комп'ютера самостійно створити справжній витвір мистецтва, не зважаючи на його творчу талановитість та креативність.

Однак, згодом було виявлено низку проблем, які показали неможливість генерування творів мистецтва на рівні видатних художників. Першою з проблем стала, не дивлячись на намагання бути об'єктивним, обмежений стилістично характер робіт «машини художника», адже він покладається на зразки мистецтва певного класу, в залежності від суб'єктивного вибору свого творця. Другою проблемою являється те, що остаточний результат залежить від талановитості, обізнаності та вмілості розробника. Іншими словами, якщо дані аналізу витворів мистецтва будуть введені некоректно або взагалі не будуть відповідати

дійсності, то їх твори не будуть тягнути на рівень високого мистецтва. До того ж, комп'ютер ніколи не зможе замінити людину в сфері творчості з огляду на те, що мистецтво не просто репрезентує реальне, а під впливом свого несвідомого та відчуття навколишнього світу репрезентує реальність через призму власних почуттів і під впливом якого-небудь афекту будь-то негативного або навпаки позитивного. З огляду на вищенаведене також впливає, що машина все ж таки не може згенерувати визначний витвір мистецтва на тому ж рівні як це роблять люди, адже вона залишається залежною від свого розробника і його художніх смаків та таланту в сфері програмування.

Перспектива подальшого розвитку медіа-мистецтва доволі велика, враховуючи інтерес молодих митців, які обізнані з малечку в технічній сфері, а також споглядаємо тенденцію все більшого інтересу культурних інституцій до кореляції з новими можливостями, наданими новітніми технологіями. Дану тенденцію можна прослідкувати вже зараз, адже кожен великий музей має власну веб-сторінку, зокрема Національний художній музей України створив новий модернізований стиль як фізичного простору, так і віртуального за допомоги відомого креативного агентства «Vanda Agency». У той же час бажання творити у сфері медіа підтримують організовані фестивалі, які вже були згадані. Фестивалі надають можливості для презентації власних творів та обміну досвідом під час комунікації між митцями, які виконують медіа-арт у різних його формах та стилях.

Тож, Інтернет мистецтво побудовано на неутилітарності, прямому контакті між митцем та реципієнтом, кризі авторського початку, інтерактивності та відносній свободі буття [3]. У кіберпросторі, сучасна художня практика вийшла за межі окремих дисциплін, які маєть можливість аналітично осягнути, а тим більше підпорядкувати за допомогою традиційних категорій пізнання [45, с. 416]. Значних змін зазнали сфери процесу творення, художнього простору, сутності твору мистецтва та його сприйняття. Мережа Інтернет підштовхує до запровадження нових видів мистецтва та вивчення класичних творів.

Чим більше люди занурюються у мережеве життя, тим більше вони відсторонюються від фізичного світу, надаючи перевагу віртуальному. Так у

нет-арті поєднується непоєднуване, що дарує реципієнту відчуття безмежності дій у віртуальному просторі: можна бути або стати, тим ким забажаєш. Адже, «У проектах інтернет-арту поєднуються інформаційна комунікація, функціональність, іронізм та пародійність, банальність та екзотика, елітарність та масовість, серйозний творчий експеримент та явне трюкацтво.» [3]. Інтернет мистецтво змінило усі правила гри, перенісши акцент з арт-об'єкту на процес його створення, з автора на співавтора, зі сприйняття на взаємодію тощо [3]. Наостанок зазначимо, що віртуальна реальність може стати як новим полем з широкими можливостями для митця, так і обернутися на місце втрати свого індивідуального стилю (або навіть своєї особистості, свого Я), шляхом наслідування результатів творчої діяльності інших художників.

Отже, цифрове мистецтво у Інтернеті частково відмовилось від старих канонів, створивши нові, які краще підлягають під умови науково-технічного прогресу. Наостанок слід також підкреслити, що не дивлячись на те, що Інтернет є засобом та матеріалом існування цифрового мистецтва, воно не обмежено лише віртуальним простором та має різні способи власного поширення у дійсності.

РОЗДІЛ III. NFT ЯК ТЕХНОЛОГІЯ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

3.1. Алгоритм та складові створення NFT технології

Від сфери мистецтва варто перейти до сфери економіки, використовуючи феномен NFT, який став ключовою тенденцією розвитку світового арт-ринку в XXI столітті [23, с. 10]. NFT (англ. non-fungible tokens – невзаємозамінні токени) – це тип цифрового криптоактиву, які є особливим видом криптовалюти, цінність якої полягає в унікальності кожного продукту, на відмінну від традиційних видів криптовалюти у вигляді Bitcoin, Ethereum, Zcash тощо. В основі криптовалюти, як і NFT-активів, лежить технологія блокчейн. Фактично NFT є записом у блокчейн, що дає покупцю гарантію володіння унікальним об'єктом [12]. Це також означає, що всі інші подібні до NFT об'єкту цифрові твори автоматично переходять у статус підробки. Тобто, NFT являється особливим видом

криптовалюти, яка відрізняється завдяки своїй невзаємозамінності, що означає її існування у власній мережі, виключно в одному екземплярі [19]. NFT також можна назвати, створену на основі блокчейн-технологій, одиницю даних, яка налічує інформацію з приводу походження, зберігання, історію передачі та власності на певні твори мистецтва, які знаходяться на різних цифрових носіях [23, с. 10]. «Код NFT містить інформацію про автора продукту, її нинішнього власника, механізм автоматичного нарахування роялті з майбутніх перепродажів тощо.» [1, с. 3]. Тож: «Це надає цифровому об'єкту властивість унікальності та закріплює характеристики ідентифікації та справжності для транзакцій, пов'язаних із цифровим мистецтвом.» [5, с. 316].

Криптовалюта під назвою Ethereum грає важливу роль у становленні NFT. Більшість NFT дуже часто являються частиною блокчейн Ethereum [4, с. 260]. У зазначеному контексті NFT-об'єкт пов'язаний з використанням технологій саме для продажу цифрового мистецтва [4, с. 261].

Для того, щоб зрозуміти як працюють NFT-активи слід окремо розглянути технологію блокчейн (англ. blockchain – ланцюжок блоків), що виконує одну з основних функцій криптомистецтва – фіксує власника або власників твору. Технологія блокчейн являє собою нову сферу розвитку фінансової економіки. Блокчейн – це «цифрова база даних, найчастіше у формі публічного реєстру» [22, с. 736]. Головною функцією блокчейн технології являється децентралізоване зберігання в мережі комп'ютерів інформації, яку можна перевірити у будь-який момент і неможливо змінити. «Також блокчейн дозволяє перевірити доказ володіння цифровим активом, звіривши його з реєстром, який унеможливує фальсифікацію інформації, тому що всі комп'ютери звіряють ці дані один з одним, щоб перевірити, що є оригіналом або підробкою.» [4, с. 261]. Блокчейн зберігає бази даних у вигляді ланцюжку блоків, що складається з комп'ютерів, які використовують для цього криптографічний хеш [2, с. 321]. З плином часу ланцюжок з базою даних зростає, накопичуючи отриману інформацію. Прослідкувати подорож NFT об'єкту дозволяють транзакції, фіксовані мітками часу.

Спираючись на теорію К. О. Кретьова, описану в «Технології блокчейн у сучасному мистецтві», блокчейн технологію можна охарактеризувати як подвійну книгу обліку, яка включає колонку дебету та кредиту. Дану паралель можна провести враховуючи, що книгою обліку називають документ або базу даних, яка фіксує фінансові операції, боргові зобов'язання та наявні активи в грошовому вимірі [19]. Одиницею розрахунку в описаній книзі обліку являється NFT токени [19]. NFT токени використовуються для продажу творів мистецтва. Продається не сам предмет мистецтва, а токен, шляхом запису його продажі у цифровому реєстрі. В свою чергу право на власність та ідентичність можна перевірити, переглянувши книгу обліку (блокчейн). Технологія блокчейну стала використовуватися в галузі мистецтва, саме завдяки її здатності забезпечувати унікальні ознаки володіння цифровими активами, такими як підписи та криптографічні шифрування.

У 1991 році було вперше теоретично досліджено можливість створення ланцюжків блоків, тобто технології блокчейну. Вже у 2009 році невідома людина або скоріш за все група людей під назвою «Сатоші Накамото» представила найвідомішу криптовалюту – Bitcoin. Дане відкриття допомогло зберігати блоки інформації децентралізовано, не прив'язуючись до певного серверу. Після винайдення Біткоїну почали створювати аналогічні криптовалюти, але які зазнали меншої популярності, а отже і цінності. З вищезазначеного випливає, що від самого початку блокчейн була створена як безпечна система фінансових транзакцій у вигляді криптовалюти Bitcoin, проте згодом дана технологія стала застосовуватись і в інших програмах для ідентифікації, безпечного зберігання інформації, кібербезпеки [5, с. 316]. Звісно, що дана технологія почала застосовуватись і у галузі мистецтва у вигляді NFT-активів.

Невзаємозамінні токени створюються шляхом формування записів власності на блокчейні (які може змінити лише власник) та завантаження файлів на аукціон, що автоматично фіксує дані про власника та його токени у блокчейн [23, с. 10]. У такий спосіб NFT виступає у якості цифрового сертифікату автентичності, закріпленого за твором електронного мистецтва і вміщуючого повну інформацію про нього. Інтернет-арт у цьому контексті більше виступає у

ролі товару, який потім можна обміняти або продати більш вигідно, а не естетичною складовою. «На онлайн-платформах, таких як Rarible, OpenSea и Nifty Gateway, люди витрачають великі суми криптовалюти та законних платіжних засобів, щоб купити токени, що представляють право власності на цифрові об'єкти, які потім часто повторно виставляються на аукціон за вищими цінами» [4, с. 262-263]. Таким чином, цифрове мистецтво перетворюючись у NFT набуває інвестиційного потенціалу.

Перетворити у NFT можна будь-який вид цифрового аудіо-візуального мистецтва. До того ж, твори мистецтва створені у реальності можна також перевести у формат NFT, зробивши пакет безпечних даних, «включаючи запис про її [роботу] право власності, інструкції щодо догляду та показу, а також положення про те, скільки коштів має отримати художник, коли твір буде перепроданий» [22, с. 738].

Покладаючись на роботу Борщевської Наталії «Розвиток цифрового мистецтва як сучасного способу монетизації мистецтва та захисту авторських прав», проаналізуємо також алгоритм послідовних дій для створення NFT. На першому етапі автор повинен створити твір мистецтва та завантажити у цифрову галерею, що сприяє виникненню в блокчейні Ethereum транзакції. Транзакція у свою чергу переносить пов'язаний з твором цифровий сертифікат у криптогаманець автора. На другому етапі автор повинен завантажити твір в «Inter Planetary File System» (з англ. – міжпланетна файлова система) для отримання потрібного формату, що виконується за використанням його хешу. «Хеш-функція дозволяє привести будь-який масив даних до числа заданої довжини, тобто зменшує кількість символів в посиланні на кожну конкретну роботу» [2, с. 231]. Поєднання «Inter Planetary File System» та технології блокчейн дають можливість обробляти величезні обсяги даних. Для того, щоб мати можливість продавати NFT-об'єкти, необхідно отримати дозвіл на використання спеціалізованих платформ шляхом подачі заяви. До деяких вебсайтів доволі легко потрапити (Async.art), до інших більш складно (Rarible) [4, с. 262]. На останньому етапі – процесі покупки NFT-об'єкту відбувається

транзакція цифрового сертифікату унікальності твору в гаманець покупця, а вартість криптомистецтва у гаманець автора-продавця.

3.2. Позитивні сторони та наявні проблеми NFT технології

Свою цінність NFT здобуває завдяки тому, що існує в єдиному екземплярі і являється унікальною річчю з засвідченим сертифікатом оригінальності, який неможливо підробити або змінити. NFT вирішує проблеми пов'язані з авторськими правами та плагіатом цифрового мистецтва, являючись віртуальним сертифікатом справжності, яке пов'язує початковий цифровий витвір з токеном, що можна порівняти з тим як автор підписує свою роботу [4, с. 262]. Знаходячись у ланцюжку блоків, токен можна дуже швидко перевірити на оригінальність у відкритій мережі, але при цьому він ніяк не може бути підроблений. За таких обставин митець може не турбуватись з приводу поширення копій його робіт у мережі, оскільки оригінал залишається у безпеці після перетворення його у NFT: «Цифрове мистецтво працює за принципом прикріплення унікального та незмивного підпису до електронного файлу, «токенізуючи» його на блокчейні – технологія, яка розподілена по безлічі комп'ютерів замість одного центрального.» [2, с. 321]. До того ж, NFT токен не можна поділити, надіславши яку-небудь його частину іншій особі. Унікальність NFT-арту також з'являється на основі дефіциту, що виникає, коли попиту більше, ніж пропозицій. Іншими словами, лише дефіцит, підтверджені права власності та затверджена сертифікатом оригінальність, роблять із звичайної картини в Інтернеті, яку можна скопіювати мільйони разів, унікальний актив. Тобто, головна функція NFT – це відрізнити копію від оригіналу та затвердити права власності цифровим мистецтвом за конкретною особою. Так само, як існують колекціонери традиційного мистецтва, з'явилися колекціонери NFT мистецтва, для яких дуже важливою складовою являється оригінальність твору та наявність в нього сертифікату. До того ж, деякі платформи для продажу NFT-мистецтва дозволяють демонструвати колекціонерам свої надбання у вигляді онлайн галереї чи музею.

NFT-актив також має велику цінність для арт-ринку, оскільки він вирішує проблему забезпечення прав власності, мінімізує шахрайство та підвищення прозорості ринку, привнісши відкритість у світ мистецтва [23, с. 10]. Наведені вище переваги досягаються завдяки відкритому зберіганню блокчейн інформації про товар, його власника та історію транзакцій, які можна перевірити у будь-який момент [23, с. 10]. Система NFT дозволяє відслідковувати переміщення арт-об'єктів у цифровому просторі. Формуючись на основі технології криптовалют, в цифровому мистецтві підвищився рівень дотримання авторських прав [2, с. 322]. До того ж, унікальність NFT-активів стала причиною їх активного колекціонування покупцями.

Окремої цінності NFT-активи мають для авторів. По-перше, позитивною рисою можемо вважати автоматичну сплату роялті художнику за кожен перепродаж його роботи. По-друге, підтверджене завдяки технології блокчейну право на інтелектуальну власність: «Власник токена може сам володіти цією цінністю, продати або подарувати його, при цьому зберегти авторські права на дану роботу.» [2, с. 321]. По-третє, автору не потрібно залучати для продажу своїх робіт сторонні організації та посередників. За таких обставин повний об'єм грошової виплати потрапляє напряму до митця, не розпорошуючись на додаткові затрати. Тож NFT надає «можливість продати роботу на цифровій платформі безпосередньо покупцю без участі посередника, що скорочує трансакційні витрати.» [23, с. 11]. В той час, як на традиційному ринку мистецтва через елітарну систему, лише мізерний відсоток митців мають можливість заробляти на життя, створюючи власні твори мистецтва [4, с. 263].

NFT може створити кожен, незалежно від художних умінь або наявності таланту, але найбільшим попитом користуються NFT-роботи, які були створені «селебритіз», блогерами, брендами, спортсменами, тощо. Для створення власних NFT існує декілька платформ-маркетплейсів як: Rarible, OpenSea або Nifty Gateway – але найважчим являється знаходження покупця, що може зайняти доволі великий проміжок часу [1, с. 4]. Окремо слід підкреслити, що популярність NFT-активів створена відомими особистостями, привернула

велику увагу до цифрового мистецтва та мистецтва загалом, хоча і шляхом інвестицій.

Проблеми через які NFT-активи гірше розповсюджуються та розвиваються пов'язані з транзакціями та кількості використовуваної електронної енергії під час купівлі або продажу. Збори за транзакції, які відбуваються під час купівлі та продажу NFT-об'єктів мають тенденцію постійно змінюватись у більшу та меншу сторони, що впливає на загальний стан криптомистецтва та матеріальну стабільність авторів [2, с. 322]. Наступна проблема стосується екологічної складової. «Продаж однієї роботи має карбоновий відбиток у еквіваленті 100 кг CO₂ та вище.» [2, с. 322]. З початку використання NFT-активів було «використано 263,538 кВт/год та випущено 163,486 кг CO₂» [2, с. 322]. Для зрівняння такий об'єм електроенергії ноутбук використає приблизно за 2,5 тисяч років. Для подальшого розвитку та поширення технології NFT слід почати розробку більш ресурсозберігаючих алгоритмів роботи, а також потрібно поступово вдосконалювати наявні принципи блокчейну.

3.3. Історія створення та перспективи розвитку NFT технології

Перша концепція NFT-активів була розроблена ізраїльським математиком Мені Розенфельдом у 2012 році [19]. Його концепція під назвою «кольорові монети» лише віддалено нагадували сучасний вид криптомистецтва, з причини недостатньої технічної розвиненості блокчейну. Тим не менш, такі розробки крок за кроком проторювали доріжку до створення NFT-активів. Поштовхом для появи NFT також була всеохоплююча діджиталізація арт-ринку, для якого стало характерним наявність та розвиток технологічних мистецьких стартапів, блокчейн-технологій, зростання обсягів Е-комерції творами мистецтва, удосконалення цифрової та аналітичної інфраструктури світового арт-ринку, цифрова конвергенція аукціонного та дилерського ринків [23, с. 10].

Історія створення невзаємозамінних токенів починається з 2017 року. Однією з перших відомих NFT об'єктів стала блокчейн (Ethereum) гра під назвою «CryptoKitties», яку розробила канадська компанія Dapper Labs. У віртуальній грі

дозволяється купувати, колекціонувати, розводити та продавати анімованих котів. Головною ж ціллю гри є купівля двох котів для створення одного рідкісного, щоб потім перепродати його дорожче. «Кожен токен представляє собою унікального кота, створеного за допомогою смарт-контракту» [4, с. 259]. Описаний проект привернув увагу широкого загалу на концепцію невзаємозалежних токенів.

Свою першу велику хвилю популярності NFT-арти здобули лише у жовтні 2020 року, коли вже згадана компанія Dapper Labs почала співпрацювати з Національною баскетбольною асоціацією, виробивши кліпи та NFT-зображення з відомими баскетболістами [22, с. 737]. Натомість друга хвиля припала на березень 2021 року, завдяки аукціону Christie's, на якому було продано цифрову картину «Everyday – the First 5000 Days», створену графічним дизайнером, художником та аніматором під ім'ям Beeple (справжнє ім'я Майк Вінкельман) та продану за 69 мільйонів доларів [23, с. 10]. «Робота під назвою “Щодня: перші 5000 днів” — це монтаж цифрових ілюстрацій, мультфільмів та ескізів, які Вінкельманн робив на своєму комп'ютері, по одному на день, протягом більше 13 років» [22, с. 737]. Примітною продаж цієї цифрової картини робить те, що вона була першим товаром за історію аукціонної торгівлі, який був проданий за криптовалюту Ethereum Віньешу Сундаресану, інвестору в блокчейн, який застосовує псевдонім Meta Kovan. Тобто, NFT-активи модифікували процес купівлі та продажу мистецтва на арт-ринку, перенісши його повністю у віртуальний простір. Слід також підкреслити, що приймають участь у подібних аукціонах переважно представники поколінь Y (міленіали) та Z (зумери), натомість люди більш старшого віку надають перевагу традиційному виду мистецтва.

У сфері криптовалюти Україна є доволі розвиненою, враховуючи, що кожний восьмий громадянин являється її власником. Маючи 12.7% існуючих криптовалют, Україна займає перше місце в світовому рейтингу з володіння цифровими активами. До того ж, багато з відомих українських зірок шоу-бізнесу створювало власні NFT, серед них можна знайти такі імена, як: артистка Тіна Кароль, співачка DaKooKa, реперка Alyona Alyona, гурт Kazka та багато інших.

До створення українських невзаємозамінних токенів також долучилися футбольний клуб «Динамо» та найбільший в Україні музикальний фестиваль «Atlas Weekend», які створили свої квитки в NFT-форматі.

NFT як і традиційне мистецтво також займається рефлексією на події, що відбуваються у життях людей. Про це може свідчити багато створених NFT об'єктів на тему війни, яка відбувається між Україною та Росією. Слід підмітити, що NFT-об'єкти на тему війни створюються не стільки щоб скористатись актуальною й болючою темою, скільки задля привернення спільноти мережевих користувачів до існуючої проблеми, а також фінансової допомоги постраждалим та силам України для подолання війни. Широкий спектр NFT-об'єктів на тему війни можна побачити в першому «Цифровому музеї війни», створеному Міністерством цифрової інформації спільно з українською блокчейн спільнотою [22, с. 738]. Також, Міністерство культури та інформаційної політики займається запуском проекту під назвою «Mom, I see war» (Мама, я бачу війну), який виглядає у якості колажу із зібраних дитячих малюнків, виконаних на тему війни [22, с. 738]. Усі отримані гроші переведуть у фонд на допомогу дітям, які постраждали від війни.

Перспективи розвитку ринку NFT являються доволі туманними з огляду на те, що з одного боку він може виявитись «небезпечною крихкою спекулятивною бульбашкою, яка може впасти в будь-який момент, обваливши разом з собою інвесторів» [4, с. 262], а з іншого – ціни на дорожчі роботи продовжують зростати, що приносить неймовірні статки своїм інвесторам. Перше, з негативним розвитком подій, підтверджує обвал у квітні 2021 року середньої ціни за NFT на 70%. До того ж, надмірна популярність NFT технології призводить до переповнення роботами цифрового ринку, що не дає можливості колекціонерам або потенційним покупцям побачити більшість робіт. Друге ж підтримує засновниця британської NFT-агенції «Lily&Piper», Мелісса Гілмор, яка висловила думку, що певні твори цифрового мистецтва будуть утримувати свою вартість та можуть бути довгостроковим об'єктом для інвестицій, а падіння арт-ринку не буде статичним [23, с. 11].

На закінчення теми NFT-активів маємо бажання підкреслити ще один місток, який пов'язує зазначену технологію з дійсністю. Якщо здебільшого усе цифрове мистецтво, як вже було зазначено вище, не є комерційним, тобто з реципієнта не стягується фінансова данина, то у системі NFT мають місце автор та покупець, який часто вбачає у об'єкті мистецтва інвестицію для подальшого збагачення. У такий спосіб технологія NFT допомагає митцям отримувати та виводити фінансові цінності із цифрового світу у фізичний: «Автор може обміняти унікальний NFT на цифрову валюту, таку як Ethereum, яка, своєю чергою, можна обміняти на фіатні валюти» [5, с. 316].

Тож, NFT вдихнули у мистецтво нове розуміння творчості та сприйняття мистецтва. Також технології NFT та блокчейн дали великий поштовх для розвитку цифрової економіки, в якій більшої цінності мають не матеріальні активи, а віртуальні. Як продемонстровано, цінність NFT-об'єктів полягає у його унікальності та статусу інвестиції. Найкраще визначення NFT можна описати як спеціальний токен, що представляє собою цифровий сертифікат справжності, унікальність якого викликає бажання колекціонувати у користувачів мережі. У такий спосіб, основою функцією криптомистецтва є підтвердження прав власності особи, групи людей або організації на початковий файл.

Отже, NFT як технологія є специфічним видом криптовалюти, яка відрізняється унікальністю кожного окремого токєну. NFT також представляє собою одиницю даних у вигляду сертифікату автентичності, що закріплюється за цифровим витвором мистецтва та налічує повну інформацію пов'язану з ним. За таких обставин, NFT технологія придала цифровому мистецтву більше значення товару, знизивши роль естетичної складової.

РОЗДІЛ IV. НОВА ЕКОНОМІКА

4.1 Інформаційна індустріалізація

Інформаційна індустріалізація, випередила по кількості зайнятих працівників, попиту і пропозиції промислової індустріалізацію. Великий процент працівників у XXI столітті займаються саме виробництвом, переробкою та реалізацією інформації. По-перше, через надання Інтернетом великої кількості різнопрофільних робочих місць; по-друге, людина, яка вміє майстерно володіти Інтернетом може заробляти велику кількість грошей за найменшу діяльність. Виробництво інформаційного продукту «дозволяє виробляти матеріальні продукти з інформаційної точки зору більш місткі, використовуючи при цьому більш широкі знання у сфері інноваційних рішень, у виробничо-технологічній і економічній сферах, а також у ринкових відносинах» [8, с. 33].

Очевидно, що Інтернет привніс визначні зміни в ділову сферу, утворивши нову економіку та електронний бізнес, які вплинули на процеси управління, співпраці, фінансування та фінансовий ринок загалом [17, с. 83]. Під новою економікою мається на увазі економіку, яка насамперед підтримується інформаційними технологіями і організована на базі комп'ютерної мережі, яка має намір розквітнути після остаточного відмирання старої економіки [17, с.

124]. Під час утворення будь-якого бізнесу у сучасності, неможливо обійтися без супроводу Інтернету, який налагоджує зв'язок між ймовірним клієнтом та постачальником продукту або послуги, а також між підприємцем та його підлеглими. Така тенденція призвела до активного розвитку нових стратегій саме онлайн маркетингу. Електронна комерція досягла таких масштабів, що навіть державні установи вимушені створювати власні веб-сторінки. Інтернет надав бізнесу таких загальних позитивних рис як: масштабованість, інтерактивність в реальному часі між усіма учасниками бізнесу, гнучкість управління бізнесу.

Процес праці став більш індивідуалізованим, з різноманітними умовами та схемами зайнятості. Новий трудовий процес потребує відповідальної командної роботи працівників, без яких неможливо повністю використати потенціал наданий новими технологіями. Інформаційне виробництво потребує постійної взаємодії працівників із машинами. Парадигма у інформаційному трудовому процесі являється поділом на два типи робочої сили: 1) високо кваліфікаційні дизайнери та розробники; 2) низько кваліфікаційні (низько оплачуваних) виробничих робітників [18, с. 241-242]. З одного боку, маса робітників отримала підвищення кваліфікації, заробітної плати та покращення умов праці. З іншого – велика кількість працівників залишились без своїх робочих місць під впливом процесу автоматизації.

4.2. Роль «брендінгу» та маркетингу в системі нової економіки

Інтернет бізнес орієнтований лише на власного цільового користувача. Враховуючи, що серед кожного товару та послуги є багатоваріантність вибору, у сучасній новій економіці набув великої ваги «брендінг», який виокремлює та наділяє певними цінностями відповідну марку товару чи послугу. Інтернет економіка є нематеріальним феноменом, який першочергово базується на інформаційних та інтелектуальних ресурсах, що робить важливим в його системі саме інновації: «Новаторство є функцією висококваліфікованої робочої сили і наявності організацій, що генерують знання» [17, с. 124].

Більшість сучасних компаній заробляють свій капітал саме завдяки онлайн маркетингу та рекламі, що стали більш затребуваними після виникнення Інтернету. Окрім стандартного способу заробітку – розміщення рекламних банерів, електронні компанії також продають інформацію про своїх клієнтів іншим підприємствам для використання цієї бази у маркетингових цілях. Наявна ситуація є безвихідною для користувача, перед ним стоїть вибір між конфіденційністю власних даних та використанням мережі Інтернет, адже якщо людина буде використовувати мережу, вона тим самим погоджується з правилами, що її особисті дані стають її власністю: «саме Інтернет фірми, будучи за своєю ідеологією лібертаріанцями, впровадили технології розкриття анонімності і обмеження приватності і першими стали їх використовувати» [17, с. 207]. Зазначена ситуація порушує концепцію свободи Інтернету, яку так відстоювало цивільне суспільство.

Віртуальний світ, в який поринає користувач, стимулює появу нових споживацьких тенденцій. Вступаючи у контакт з мережею реципієнт не може не натрапити на віртуальні магазини з їх товарами. Слід зазначити, що рівень задоволеності віртуального клієнта в основному залежить від якісно розробленого сайту. Мається на увазі, що вебсайт налічує комфортну навігацію, привабливий стиль орієнтований на відповідну аудиторію тощо. Чим якісніше виглядає сайт, тим більше віртуальний клієнт довіряє магазину, що означає підвищення вірогідності здійснення купівлі ним товару. Не менш важливу роль грає сучасна реклама, що намагається захопити та привабити увагу реципієнта на кожному куточку його подорожі мережею Інтернет. Більше того, віртуальний світ побудований у такий спосіб, що коли клієнт шукатиме певний товар у браузері, соціальній мережі або вебсайті, то надалі кожний із них буде рекомендувати розшукуваний об'єкт або подібний до нього. Не рідко рекламні компанії створюють для брендів власних аватарів, які викликають асоціації з певним товаром. Аватари можуть бути не лише анімованими, але й конкретною людиною, яка виступає у ролі обличчя компанії. Такою людиною може стати відома «зірка» або лідер думок. Правильно підібраний аватар буде направляти

користувачів мережі за потрібною адресою, тому його ретельний вибір займає важливе місце у формуванні рекламної компанії бренду.

Тож, трудовий процес трансформувався під впливом інформаційних технологій, набувши нових форм соціального та технічного трудового розподілу. Трансформації також зазнали не лише структура зайнятості та професійна структура, але й самі поняття праця та працівник. Існують передбачення, що у наступні 10-15 років різниця в економічному розвитку між країнами, що визнали пріоритетним процвітання інформаційного суспільства та Інтернет-економіку та тими, що залишились на рівні лише промислової індустріалізації, буде визначною і ці показники будуть тільки збільшуватись з часом [8, с. 41].

Отже, у XXI столітті інформаційна індустріалізація поширилася, заохотивши велику кількість працівників займатися маніпуляціями з інформацією. У такий спосіб утворилася нова економіка та електронний бізнес, які сприяли актуалізації онлайн маркетингу. Натомість нові схеми та системи для продажу товарів стимулювали появу інших споживацьких тенденцій.

ВИСНОВКИ

На підставі проведеного дослідження Інтернету як чинника формування інформаційного суспільства автор дійшов певних висновків.

Починаючи з XXI століття Інтернет перетворив суспільство на інформаційне, сформувавши нову свідомість людини, що має можливість проживати велику частину свого життя у віртуальному світі з власною: культурою, мистецтвом та економікою. Межі між реальністю і віртуальністю починають все більше і більше стиратись, спонукаючи віртуальність проникати все глибше в соціокультурну сферу людини. Тобто, Інтернет створив справжнє віртуальне поле життєдіяльності, оскільки вирішує багато потреб людей, пропонуючи перейти їм у сурогатний стан існування з власною системою становлення ідентичності, правилами та законами. Тобто, користувач мережі живе на межі цифрового та фізичного світу, але поступово плин та сенс життя починає

перекочувати у віртуальний світ. Утворилась симуляція реальності у віртуальному просторі – кіберреальність, простір якої надає можливість бути самостійним та творчим, на відмінну від телебачення.

У процесі кваліфікаційної роботи було:

- охарактеризовано та розглянуто визначення поняття віртуальність. У результаті чого було виявлено, що поняття віртуальність має широке значення, що не обмежено лише дискурсом інформаційно-з