

УДК: 7.012.23 : 7.017.9 : 727.7

DOI <https://doi.org/10.24919/2308-4863/41-1-9>

Наталія БРИЖАЧЕНКО,

orcid.org/0000-0001-7322-1291

кандидат мистецтвознавства,

доцент кафедри образотворчого мистецтва, музикознавства та культурології

Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка

(Суми, Україна) *bryzhachenko@gmail.com*

Надія МИРОНЕНКО,

orcid.org/0000-0003-2476-1173

кандидат мистецтвознавства,

викладач кафедри мультимедійного дизайну

Харківської державної академії дизайну і мистецтв

(Харків, Україна) *mirotenko_n@gmail.com*

Яніна ВЕРХОВОДОВА,

orcid.org/0000-0002-3387-2951

здобувач ступеня кандидат мистецтвознавства

Харківської державної академії дизайну і мистецтв

(Харків, Україна) *yaverox@gmail.com*

ПРИНЦИПИ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ ІНФОТЕЙНМЕНТУ У ПРОСТОРІ СУЧАСНОГО ІНТЕРАКТИВНОГО МУЗЕЮ

Стаття присвячена розгляду інфотейнменту як однієї з інноваційних стратегій формування комунікативного простору та підвищення пізнавальної активності відвідувачів сучасних інтерактивних музеїв. Базуючись на загальнонаукових теоретичних методах дослідження (аналіз, порівняння, систематизація та узагальнення) авторами було виявлено, що у сучасній світовій практиці для стимулювання зацікавленості відвідувачів музейних та виставково-експозиційних комплексів, в організації простору набула поширення нова концепція подачі інформації у розважальному форматі.

Метою роботи є визначення основних принципів реалізації стратегії інфотейнменту в просторі сучасного інтерактивного музею.

Світова дизайн-практика свідчить, що одним з найбільш розповсюджених варіантів втілення стратегії інфотейнменту є застосування інтерактивних технологій, які спрямовані на активну взаємодію людини з експонованими об'єктами та самим простором музею. Аналіз чисельних прикладів формування предметно-просторового середовища сучасних музеїв та виставково-експозиційних комплексів свідчить, що наразі поміж інтерактивних технічних засобів найбільш розповсюдженими є різноманітні мультимедійні (сенсорні та проєкційні) системи та механічні об'єкти.

У статті окреслено прийоми впровадження інтерактивних об'єктів, що реалізують стратегію інфотейнменту: 1) застосування варіативних мультимедійних сенсорних об'єктів; 2) впровадження проєкційних систем інтерактивного відеомепінгу; 3) включення механічних структур та об'єктів-симуляторів.

В результаті дослідження були виявлені принципи реалізації стратегії інфотейнменту у предметно-просторовому середовищі інтерактивного музею: 1) принцип технологізації предметно-просторового середовища; 2) принцип візуальної виразності експонованих об'єктів та простору музейної експозиції; 3) принцип театралізації простору сучасного інтерактивного музею.

Ключові слова: інтерактивний музей, інтерактивні технології, інфотейнмент, дизайн предметно-просторового середовища.

Natalia BRYZHACHENKO,

orcid.org/0000-0001-7322-1291

PhD (Candidate of Study of Art),

Associate Professor at the Department of Fine Arts, Musicology and Cultural Studies

Sumy State Pedagogical University named after A.S. Makarenko

(Sumy, Ukraine) *bryzhachenko@gmail.com*

Nadezhda MIRONENKO,
 orcid.org/0000-0003-2476-1173
 PhD (Candidate of Study of Art),
 Lecturer at the the Department of Multimedia design
 Kharkiv State Academy of Design and Arts
 (Kharkiv, Ukraine) mironenko_n@gmail.com

Yanina VERKHOVODOVA,
 orcid.org/0000-0002-3387-2951
 Candidate for the Degree of Candidate of Art History
 Kharkiv State Academy of Design and Arts
 (Kharkiv, Ukraine) yaverx@gmail.com

PRINCIPLES OF INFOTAINMENT STRATEGY IMPLEMENTATION IN THE SPACE OF A MODERN INTERACTIVE MUSEUM

The article is devoted to the consideration of «infotainment» as one of the innovative strategies of formation of communicative space and increase of cognitive activity of visitors of modern interactive museums. Based on general theoretical methods (analysis, comparison, systematization and generalization), the authors found that in modern global design-practice to stimulate the interest of visitors to museums and exhibitions, the organization of space has spread a new concept of information in an entertaining format.

The purpose of the article is to determine the basic principles of infotainment strategy implementation in the space of a modern interactive museum.

The results of the research support the idea that one of the most common options for implementing an infotainment strategy is the use of interactive technologies that are aimed at active human interaction with the exhibits and the space of the museum. An analysis of numerous examples of the formation of the object-spatial environment of modern museums and exhibition complexes shows that currently the most common among interactive technical means are various multimedia (sensory and projection) systems and mechanical objects.

The article outlines the methods of interactive objects introduction that implement the infotainment strategy: 1) the use of variable multimedia sensor objects; 2) the inclusion of projection systems of interactive video mapping; 3) the application of mechanical structures and objects-simulators.

We can conclude that the main principles of infotainment strategy implementation in the museum interior are: 1) the principle of technologicalization of the object-spatial environment; 2) the principle of visual expressiveness of the exhibited objects and the space of the museum exposition; 3) the principle of theatricalization of a modern interactive museum inner space.

Key words: *interactive museum, interactive technologies, infotainment, design of object-spatial environment.*

Постановка проблеми. Сучасна світова практика організації предметно-просторового середовища музейного простору все частіше звертається до зміни концепції стаціонарності та дистанційної демонстрації артефактів на формування комунікативного атрактивного середовища «музею-події» та «музею-співбуття». Означена трансформація передбачає впровадження нових стратегій надання інформації та репрезентації музейних експонатів.

Окрім зазначених загальносвітових тенденцій даного переходу, на користь імплементації нових стратегій подачі інформації свідчить активний розвиток платформ для дистанційних онлайн-експозицій і віртуальних музеїв, які є конкурентними реальним музеям. Сьогодні перед музеями та виставково-експозиційними центрами постає завдання привертання уваги відвідувачів, стимулювання зацікавленості людей у безпосередньому долученні до джерела інформації та формування

нового комунікативного простору. Означені аспекти втілюються у театралізації експозиційного простору та активному впровадженню сучасних технічних засобів.

Театралізація сучасного музейного середовища здійснюється не лише через продуманий сценарій експозиції, а й завдяки новому формату репрезентації інформації – інфотейнменту. Одним з напрямків реалізації нової стратегії надання інформації є впровадження інноваційних інтерактивних технологій, які здатні наочно продемонструвати наукові та технічні відкриття, занурити відвідувача у певне віртуальне середовище, апелюючи до емоційного сприйняття, ефектно подавати різноманітні відомості про діячів науки, мистецтва тощо.

Розважальний спосіб подачі інформації та новий формат репрезентації експозиційних матеріалів набуває розповсюдження в світовій дизайн-практиці. Велика кількість реалізованих дизайн-

об'єктів та нестача аналітичного осмислення питання імплементації стратегії інфотейнменту в простір сучасного інтерактивного музею обумовлює актуальність даної роботи.

Аналіз досліджень. Нові прийоми подачі інформації у сучасних музеях та виставково-експозиційних комплексах привертають увагу вітчизняних науковців та зарубіжних дослідників. Поміж сучасних вітчизняних дослідників та теоретиків ближнього зарубіжжя проблемою організації предметно-просторового середовища музей-експозиційних комплексів займалися М. Майстровська (Майстровська, 2002), І. Пантелечук (Пантелейчук, 2006), М. Чеснокова (Чеснокова, 2010), І. Щепеткова (Щепеткова, 2006) та ін.

Осмислення художньої організації музейної експозиції в другій половині ХХ століття стають надзвичайно значущими у зв'язку зі зміною характеру сприйняття сучасної людини. Це було обумовлено переходом від вербального до візуального сприйняття та мислення, пов'язаним із бурхливим розвитком екранних видів комунікацій. Окрім даного аспекту, за визначенням дослідниці М. Майстровської, в сучасних умовах глобалізаційних процесів, в просторі музейної експозиції відбуваються трансформації характеру музейного повідомлення – від «монологу» до «діалогу». Сучасний музей змінює свою позицію по відношенню до глядачів, вступаючи з ним в активну взаємодію, стає більш відкритим та привабливим (Майстровська, 2002: 3-5). Відхід від класичної демонстрації артефактів до активної взаємодії з експонатами є основою формування інтер'єрів сучасних інтерактивних музеїв, де реалізовано стратегію інфотейнменту.

В аспекті формування середовища сучасного інтерактивного музею важливим стає питання театралізації музейних просторів. Означена проблематика висвітлена в дослідженні І. Щепеткової, яка в своїй роботі визначає особливості поєднання музейно-експозиційних просторів з театром та виставою (Щепеткова, 2006: 6). Дослідниця розглядає формування музейного простору в умовах театралізації середовища як форму взаємодії з відвідувачами.

Оскільки реалізація стратегії інфотейнменту в просторі сучасного інтерактивного музею найчастіше реалізується через впровадження мультимедійних технологій, то постає потреба окреслити дослідників, які працювали в даній галузі наукових розвідок. Питання щодо теоретичних засад медіамистецтва та мультимедійних технологій стає головним в дослідженнях теоретиків О. Бойчука та М. Опалева, М. Мурашко, Л. Сухоруко-

вої, О. Оленєва, І. Югай (Югай, 2010), О. Яцюк (Яцюк, 2009) та ін.

Впровадження мультимедійних інтерактивних технологій в галузь дизайну інтер'єру формують новий комунікативний простір. Інноваційні технології стають медіатором між людьми та простором, надаючи можливість відвідувачам активно долучатись до процесу формування інтерактивного інтер'єру. Діалогова структура інтерактивних об'єктів виражається в їхній комунікативності, теоретичним осмисленням якої займалися Р. Ескотт (Ascott, 2007), В. Березін, Н. Луман, О. Оленіна, Л. Павлюк та ін.

Мета статті полягає у визначенні принципів реалізації стратегії інфотейнменту, що застосовується для стимулювання пізнавальної активності відвідувачів сучасних інтерактивних музеїв.

Виклад основного матеріалу. Для розгляду питання імплементації стратегії інфотейнменту в простір сучасного інтерактивного музею постає потреба окреслення таких понять як «інтерактивність» та «інтерактивний інтер'єр». У дослідженнях сучасних науковців термін «інтерактивність» має варіативні тлумачення. Дослідники розглядають інтерактивність як: особливий тип взаємодії людини з артефактом (Н. Маньковська); форма організації діалогу в рамках художньої творчості (Є. Чичканов); категорія соціологічного аналізу (Д. Галкін); принцип організації дизайн-системи та характеристика процесу комунікації (Н. Склярєнко); технології, що організують різні варіанти взаємодії (Т. Васил'єва). Означена варіативність тлумачень, яка присутня в науковому дискурсі сучасного мистецтвознавства, надає підстави спиратись на універсальну дефініцію терміну «інтерактивність» (від англ. «interaction» – «взаємодія»), що означає поняття, яке розкриває характер і ступінь взаємодії між об'єктами (Kluszczyński, 2010: 9).

На основі аналізу чисельних прикладів дизайну інтер'єру закладів громадського призначення, де були застосовані різноманітні інтерактивні технології, та базуючись на окресленому узагальнюючому тлумаченні поняття «інтерактивність», Н. Брижаченко було запропоновано наступне визначення поняття «інтерактивний інтер'єр» – це адаптивне предметно-просторове середовище, що сформоване мультимедійними або механічними засобами, які вибудовують багаторівневу взаємодію людини з простором в системах «суб'єкт–простір» та «суб'єкт–об'єкт» (Брижаченко, 2015: 43-46).

В аспекті формування інтерактивного інтер'єру, зокрема музейного предметно-просторового экс-

позиційного середовища, постає питання нової стратегії подачі інформації, що реалізує потреби у візуальній аттрактивності, технологізації, активній взаємодії людини з експонованими об'єктами та простором, багаторівневою сценарною структурою експозиції. Однією зі стратегій, здатних втілити окреслені завдання, є інфотейнмент.

Поняття «інфотейнмент» походить від поєднання двох слів англійської мови: «information» (інформація) та «entertainment» (розваги). Даний термін означає стиль надання інформації у розважальному форматі. Інфотейнмент походить зі сфери телекомунікації, де характер подачі інформації забезпечує збільшення глядацької аудиторії, в результаті чого зростають рейтинги медіа компанії (Богданова, 2018: 219).

Наразі інфотейнмент стає однією з провідних стратегій подачі матеріалу в інтерактивних музеях, адже сучасні світові тенденції ставлять перед архітекторами та дизайнерами нові задачі при створенні музейних експозицій. Все більш популярним стає залучення відвідувачів у взаємодію з експонатами, а монолог екскурсовода і пасивний огляд експозиції перестають домінувати у процесі сприйняття експонованих об'єктів. Досягнення сучасної техніки та широкі можливості інтерактивних технологій надали змогу реалізації концепції залучення відвідувачів у процес активної взаємодії з музейними експонатами.

Музеї та виставково-експозиційні комплекси, як компоненти пізнання навколишнього середовища, грають важливу роль у процесі формування особистості кожної людини. В процесі освоєння нового матеріалу в музеях з інтерактивними експонатами людина використовує методи емпіричного пізнання, завдяки чому відбувається зміна пасивної споглядальності на активну дослідницьку діяльність. Практика взаємодії «відвідувач-об'єкт» в означених музеях формує у людини зацікавленість та осмислену роботу з експонованими артефактами, а формат подачі інформації перетворює пізнавальний процес на гру та отримання нових вражень.

Саме інтерактивні технології надають змогу реалізувати емпіричні методи дослідження, що застосовуються при організації музейно-експозиційних просторів.

Для імплементації стратегії інфотейнменту, формування нового типу комунікативного простору та створення сприятливих умов для підвищення пізнавальної активності відвідувачів музеїв, дизайнери та архітектори застосовують наступні прийоми:

– *впровадження варіативних мультимедійних сенсорних систем та технологій;*

– *застосування проєкційних технологій інтерактивного відеомепінгу;*

– *включення механічних структур та об'єктів-симуляторів.*

Світова дизайн-практика свідчить, що саме мультимедійні системи стали найбільш розповсюдженими та затребуваними для реалізації інноваційної стратегії інфотейнменту. До систем інтерактивних мультимедіа відносяться *сенсорні системи* (вбудовані LED-блоки, інтегровані у стаціонарне обладнання сенсорні панелі та окремо розташовані стенди з мультимедійними сенсорними екранами) та *відеомепінг* (предметний, інтер'єрний та архітектурний).

Популярність використання мультимедійних сенсорних систем пов'язана з можливостями гнучкого сценарію інтерактивних взаємин та виразним аудіо-візуальним контентом, що відображається на поверхні мультимедійних об'єктів, та привертає увагу відвідувачів сучасних музеїв. Окрім цього, розповсюдженість мультимедійних сенсорних технічних засобів обумовлена їх широким асортиментом, можливостями інтеграції в різноманітне стаціонарне або мобільне обладнання і адаптацією під конкретний простір.

Застосування проєкційних систем інтерактивного відеомепінгу, в рамках імплементації стратегії інфотейнменту в експозиційному просторі сучасного музею, реалізується завдяки відео-проєкціям на обладнання та будь-які поверхні інтер'єру (підлогу, стіни, стелю, сходи, вікна, колони). Інтерактивні відео проєкції також реалізують гнучкий сценарій інтерактивних взаємин.

У XXI століття інтерактивний формат експозиції набуває поширення та розвитку. Серед відомих музеїв, де шляхом впровадження інтерактивних об'єктів і технологій реалізується стратегія інфотейнменту можна виділити: «Dornier Aerospace Museum» (Фрідріхсгафен, Німеччина) і «Porsche Museum» (Штутгарт, Німеччина) від компанії Jangled Nerves, експозиційний центр «CERN – Universe of Particles» від архітектурного бюро Atelier Brunkner (Женева, Швейцарія), музеї «Evrika» (Хельсінкі, Фінляндія), «Tom Tits Experiment» (Стокгольм, Швеція), «The British Music Experience» (Лондон, Великобританія), «Nemo» (Амстердам, Нідерланди), «Zum» (Відень, Австрія), виставковий центр «Level Green» від J. Mayer H. (Вольфсбург, Німеччина), музеї «Water Planet Design» та «Experimentarium» (Сан-Франциско, США), експозиційний центр «VW Data terrain Exhibition Space» (Вольфсбург, Німеччина), «Еврейський музей и центр толерантності» (Москва, РФ).

Необхідно зазначити, що окрім мультимедійних систем та пристроїв, в сучасних інтерактивних музеях застосовуються механічні структури та об'єкти-симулятори, що імітують різноманітні природні явища та наочно демонструють дію фізичних законів. Означені агрегати найчастіше застосовуються в музеях «популярної науки», поміж яких яскравими прикладами є: «Лунаріум», «Дарвінеум» «Лабіринтум», «Унікум», «Кідбург» та ін. (Москва та Санкт-Петербург, РФ).

На території України формат інтерактивних музеїв тільки починає розвиватись. Наразі існує кілька закладів, в яких присутні інтерактивні об'єкти: Музей Т. Г. Шевченка у Каневі, «Ландау Центр» у Харкові, «Експериментаріум» у Києві та «Музей цікавої науки» в Одесі. В означених музеях активно застосовуються об'єкти-симулятори та різноманітні механічні структури, що призначені наочно продемонструвати закони фізики та оптики у дії. Такі об'єкти реалізують не лише стратегію інфотейнменту, а й втілюють концепцію едьютейнменту (навчання в ігровому форматі). Впровадження механічних структур та об'єктів-симуляторів допомагають відвідувачам, особливо дітям та підліткам, на практиці, через емпіричні методи дослідження навколишньої дійсності, засвоїти різноманітну складну наукову інформацію в ігровому форматі.

Означені чисельні приклади свідчать, що у XXI столітті формат музейної експозиції змінюється, розширюється та трансформується. Функція музею переходить від колекціонування і традиційної експозиції артефактів до акціонізму та інтерактивних взаємин людини-відвідувача з різноманітними об'єктами (експозиційними матеріалами). Завдяки застосуванню сучасних інтерактивних технологій (мультимедійних та механічних систем) стає можливим реалізація стратегії інфотейнменту, де подача відомостей про історичні події, наукові відкриття, факти біографій діячів культури, мистецтва, політики або спорту, сюжети літературних творів та інша інформація подається у форматі анімації, відеопрезентацій, проєкційних шоу, аудіоконтенту та ін.

Для підвищення пізнавальної активності відвідувачів сучасних музеїв стало необхідним не лише формування естетично виразного та функціонального інтер'єру, а й наповнення експозиційного простору інноваційними технічними засобами для активної взаємодії. Зміна концепції з дистанційно-споглядального методу сприйняття інформації на активно-дослідницьку діяльність, де інформація подається в розважальному форматі, призвела до підвищення інтересу до музеїв

як соціального осередку та навчальної платформи. Одним з варіантів означеної трансформації експозиційного простору та втілення стратегії інфотейнменту стала імплементація різноманітних інтерактивних технічних засобів – мультимедійних пристроїв та механічних об'єктів.

Аналіз світової дизайн-практики дозволив виявити основні принципи формування інтерактивного музею, де реалізовано стратегію інфотейнменту:

1) *принцип технологізації предметно-просторового середовища*. Означений принцип реалізується завдяки різноманітним прийомам застосування мультимедійних панелей, сенсорних екранів та LED-блоків, проєкційних систем інтерактивного відеомешпінгу;

2) *принцип візуальної виразності експонованих об'єктів та простору музейної експозиції*. Даний принцип втілюється у яскравому візуальному контенті (2D та 3D графіка, анімація, фотографії та відео файли), який відображається на поверхнях мультимедійних пристроїв і формується завдяки виведенню проєкцій динамічних зображень на обладнання та/або поверхні інтер'єру музею;

3) *принцип театралізації музейного простору*. Означений принцип передбачає перехід відвідувача від статусу «споглядача» на актора «свої гри», «активного учасника подій», «режисера окремого твору», «співавтора музейної інсталяції». Окрім цього, принцип театралізації музейного простору реалізується через сценографію, що включає: стратегію динамічного освітлення, вибудовування ряду мізансцен, розміщення технічного обладнання, розробку концепцій трансформацій аудіо-візуального ряду, гармонійне існування в єдиному просторі інтерактивного та стаціонарного експозиційного обладнання. При роботі із механічними об'єктами-симуляторами сценарії трансформації обмежується конструктивними можливостями самих елементів.

Окремим аспектом формування сучасного інтерактивного музею, в якому реалізується стратегія інфотейнменту, є програмування інтерактивних взаємин систем «людина-об'єкт» та «людина-простір». Даний процес лежить в основі всієї концепції інтерактивного формату надання інформації, коли заздалегідь розробляються шляхи змін аудіо-візуального контенту. Тобто, в залежності від прогнозованих дій відвідувача, прописується багато сценаріїв відображення інформації на екранах мультимедійних пристроїв або поверхнях інтер'єру (в разі впровадження відеомешпінгу).

Висновки. В роботі зазначено, що в умовах сучасної затребуваності суспільства до тоталь-

ної імплементації інноваційних технологій у сфері навчання та розваг, перед музеями постало питання привертання уваги відвідувачів і формування нового комунікативного простору, де виставково-експозиційне середовище стає багатофункціональною платформою для здобуття нових знань та нового досвіду. Завдяки насиченості простору сучасного інтерактивного музею різноманітними технічними засобами стало можливим перенести стратегію інфотейнменту з простору телекомунікацій у предметно-просторове середовище.

В роботі визначені основні принципи реалізації стратегії інфотейнменту у просторі сучасного інтерактивного музею: 1) принцип технологізації предметно-просторового середовища; 2) принцип візуальної виразності експонованих об'єктів та простору музейної експозиції; 3) принцип театралізації музейного простору.

Інтерактивні технічні засоби та об'єкти, які застосовуються при створенні музейної експозиції, відкривають нові горизонти дослідження та сприйняття різноманітного складного матеріалу. Залучення відвідувача музею до активної взаємодії з експонованими об'єктами реалізує стратегію інфотейнменту в галузі дизайну предметно-просторового середовища.

Сформована засобами інтерактивних технологій, стратегія інфотейнменту формує новий комунікативний простір, забезпечує утримання уваги відвідувачів музею та підвищує їх пізнавально-дослідницьку активність. В результаті цього відбувається реалізація просвітницької функції музею, заснованої на новому форматі подачі інформації та взаємодії людини з музейно-експозиційним простором.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Богданова Е. Феномен инфотейнмента на телевидении. 2018. URL: https://gitr.ru/data/events/2018/bogdanova_9.pdf (дата звернення: 12.08.2021).
2. Брижаченко Н.С. Интерактивность как чинник формирования дизайна сучасного громадського інтер'єру : дис. на здобуття наукового ступеня канд. мистецтвознавства : спец. 17.00.07 – Дизайн. Харківська державна академія дизайну і мистецтв. Харків. 2015. 328 с.
3. Майстровская М.Т. Композиционно-художественные тенденции формообразования музейной экспозиции: В контексте искусства, архитектуры, дизайна: автореф. дис. на соиск. уч. степ. доктор искусствоведения : спец. 17.00.06 – Техническая эстетика и дизайн. 2002. С. 3-13.
4. Пантелейчук І. В. Трансформація музею як соціокультурного інституту (XX – початок XXI століття) : автореф. дис. ... канд. істор. наук : спец. 17.00.01 – Теорія та історія культури. К. : 2006. 20 с.
5. Скляренко Н. В. Интерактивность как принцип організації дизайн-системи (на прикладі об'єктів зовнішньої реклами). *Вісник ХДАДМ*. № 2. 2014. С. 33-37. URL: <http://www.visnik.org/pdf/v2014-02-08-sklyarenko.pdf>. (дата звернення: 17.03.2021).
6. Сценография, или искусство проектирования современной выставки. URL: <https://polymus.ru/ru/education/lectures/schedule/stsenografiya-ili-iskusstvo-proektirovaniya-sovremennoy-vystavki/> (дата звернення: 20.08.2021).
7. Чеснокова М.Н. Эволюция музейной экспозиции как знаковой системы : автореф. дис. на стиск. уч. степ. канд. культурологии : спец. 24.00.03 – Музееведение, консервация и реставрация историко-культурных объектов. 2010. С. 3-8.
8. Щепеткова И.А. Театрализация музейного пространства как форма взаимодействия с посетителями : автореф. дис. на соиск. уч. степени канд. культурологии : спец. 24.00.03 – Музееведение, консервация и реставрация историко-культурных объектов. Санкт-Петербург. 2006. 21 с.
9. Югай И.И. Мультимедийное произведение как сфера коммуникативной деятельности. *Проблема подготовки режиссеров мультимедиа: материалы II всероссийской научно-практической конференции*, 26 марта 2010 года. СПб.: СПбГУП, 2010. С. 54-56.
10. Яцюк О.Г. Мультимедийные технологии в проектной культуре дизайна: гуманитарный аспект : автореф. дис. на соискание уч. степени докт. искусствоведения: спец. 17.00.06 – Техническая эстетика и дизайн. 2009. 45 с.
11. Ascott, R.. From Appearance to Apparition. *Communication and Culture in the Cybersphere*. W: Idem. *Telematic Embrace. Visionary Theories of Art, Technology, and Consciousness*. Edward A. Shanken. (red.). Berkeley and Los Angeles, CA: University of California Press, 2007. 117 p.
12. Kluszczynski R.W. Sztuka interaktywna. Od dzieta-instrumentu do interaktywnego spektaklu. Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne Warszawa. 2010. 334 p.

REFERENCES

1. Bogdanova E. Fenomen infotejnmenta na televidenii [Infotainment phenomenon on television]. 2018. URL: https://gitr.ru/data/events/2018/bogdanova_9.pdf (access date: 12.08.2021). [In Russian].
2. Bryzhachenko N.S. Interaktyvnist yak chynnyk formuvannia dyzainu suchasnoho hromadskoho inter'ieru [The interactivity as a factor of the design formation of modern public interior]. Thesis for a Candidate degree of Study of Arts : specialty 17.00.07 – Design. Kharkiv State Academy of Arts and Design. Kharkiv, 2015. 328 p. [In Ukrainian].
3. Majstrovskaya M.T. Kompozicionno-hudozhestvennye tendencii formoobrazovaniya muzejnoj ekspozicii: V kontekste iskusstva, arhitektury, dizajna [Compositional and artistic tendencies in the formation of a museum exposition: in the context

of art, architecture, design]. Thesis abstract for the degree of Doctor of Art History: specialty 17.00.06 – Technical aesthetics and design. 2002. P. 3-13. [In Russian].

4. Pantelejchuk I.V. Transformaciya muzeyu yak sociokul'turnogo insty'tutu (XX – pochatok XXI stolittya). [Transformation of the museum as a socio-cultural institute (XX – early XXI century)]. Thesis abstract for the degree of Candidate of Histories Science : specialty 17.00.01 – Theory and history of culture. Kiev. 2006. 20 p. [In Ukrainian].

5. Sklyarenko N.V. Interaktyvnist` yak pry`ncy`p organizaciyi dy`zajn-sy`stemy` (na pry`kladi ob'yektiv zovnishn`oyi reklamy`) [Interactivity as a principle of organization of the design system (on the example of objects of outdoor advertising)]. *KSADA Bulletin*. №2. 2014. P. 33-37. URL: <http://www.visnik.org/pdf/v2014-02-08-sklyarenko.pdf>. (access date: 17.03.2021). [In Ukrainian].

6. Scenografiya, ili iskusstvo proektirovaniya sovremennoj vystavki [Scenography, or the art of designing a modern exhibition]. URL: <https://polymus.ru/ru/education/lectures/schedule/stsenografiya-ili-iskusstvo-proektirovaniya-sovremennoy-vystavki/> (access date: 20.08.2021). [In Russian].

7. Chesnokova M.N. Evolyuciya muzejnoj ekspozicii kak znakovoj sistemy [Evolution of the museum exposition as a sign system]. Thesis abstract for the degree of Candidate of Cultural Studies: specialty 24.00.03 – Museology, conservation and restoration of historical and cultural objects. 2010. P. 3-8. [In Russian].

8. Shchepetkova I.A. Teatralizaciya muzejnogo prostranstva kak forma vzaimodejstviya s posetitelyami [Theatricalization of museum space as a form of interaction with visitors]. Thesis abstract for a scientific degree of Candidate of Cultural Studies: specialty 24.00.03 – Museology, conservation and restoration of historical and cultural objects. St. Petersburg. 2006. 21 p. [In Russian].

9. Yugaj I.I. Mul'timedijnoe proizvedenie kak sfera kommunikativnoj deyatel'nosti. [Multimedia work as a sphere of communicative activity]. *The problem of training multimedia directors: materials of the II All-Russian scientific-practical conference*, March 26, 2010. SPb. : SPbGUP, 2010. P. 54-56. [In Russian].

10. Yatsyuk O.G. Mul'timedijnye tekhnologii v proektnoj kul'ture dizajna: gumanitarnyj aspekt [Multimedia technologies in the design culture of design: humanitarian aspect]. Thesis abstract for the degree of Doctor of Art History: specialty 17.00.06 – Technical aesthetics and design. 2009. 45 p. [In Russian].

11. Ascott, R.. From Appearance to Apparition. Communication and Culture in the Cybersphere. W: Idem. Telematic Embrace. Visionary Theories of Art, Technology, and Consciousness. Edward A. Shanken. (red.). Berkeley and Los Angeles, CA: University of California Press, 2007. 117 p.

12. Kluszczynski R.W. Sztuka interaktywna. Od dzieta-instrumentu do interaktywnego spektaklu. [Interactive art. From a work-instrument to an interactive performance]. Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne Warszawa. 2010. 334 p. [In Poland].