

## МУЗЕЇ КИТАЮ ТА ВИКЛИКИ ПАНДЕМІЇ COVID-19

**Оксана Шпарик,**

кандидат педагогічних наук, старший науковий співробітник,  
Інститут педагогіки НАПН України,  
м. Київ,  
e-mail: shparyk.o@gmail.com

**Г**лобальна пандемія руйнівним чином вплинула на сектор культури як в Україні, так і в усьому світі: всі заклади культури було закрито, культурні заходи скасовано, а митців та глядацьку аудиторію обмежено соціальними дистанціями й ізоляціями.

Нещодавно Міжнародна рада музеїв опублікувала звіт про вплив пандемії COVID-19 на світову музейну індустрію. Згідно з повідомленням, 94 відсотки респондентів відповіли, що музеї, у яких вони працюють, було закрито під час опитування; 84 відсотки опитаних музеїв заявили, що їхні працівники працюють дистанційно. Щодо економічного впливу пандемії, то було скорочено понад 80 відсотків музейних програм; приблизно третина музеїв змушена була скоротити персонал. Загалом, майже всі музеї світу мали обмежити свою діяльність, і, можливо, десяту частину з них закриють на постійній основі. Більш уразливими виявились музеї з коротким досвідом роботи та музеї, розташовані в непопулярних місцях. Ще тривожніша ситуація відбувається з професіоналами та консультантами-фрілансерами: 16,2 відсотки з них заявили, що їх тимчасово звільнили, а 22,6 відсоткам не подовжили контракти [1]. Проте, з іншого боку, ізоляція призвела до активізації цифрової діяльності музеїв, оскільки висвітлення музейних анонсів та подій на платформах соціальних медіа зросло більш ніж на 50 відсотків.

Китай один із перших серед країн світу постраждав від пандемії. Сьогодні країна визначає курс відновлення культурного сектору.

За даними Міністерства культури та туризму КНР, витрати на культуру та пов'язаних з нею галузей сягнули понад 3,472 млрд.

юанів, що становить 4,2 відсотка ВВП. Упродовж 12 тижнів ізоляції діяльність сектору в режимі офлайн було призупинено, а увагу аудиторії спрямовано в цифрове поле. Оскільки 904 млн. китайців є користувачами Інтернету (99,3 відсотки з них підключаються до інтернету за допомогою мобільних пристроїв), аудиторії не бракувало. Стрімко зросли онлайн-додатки, включно з онлайн-освітою та прямими трансляціями, як наслідок, кількість користувачів зросла на 110,2% і 41,1% відповідно [2].

Всього через кілька днів після ізоляції м. Ухань Національне управління культурної спадщини Китаю опублікувало заяву, у якій просило державні та приватні музеї країни оприлюднювати власні виставки в інтернеті для «підтримки рішучості та морального духу місцевого населення в боротьбі з епідемією».

Китайський національний музей (中国国家博物馆), Музей Імператорського палацу (故宫博物院), Шанхайський музей (上海博物馆) та інші відповіли віртуальними 3D-екскурсіями. У музеї Імператорського палацу відбувся сеанс прямої трансляції на TikTok, який зібрав 10 мільйонів переглядів в інтернеті.

Третя за величиною інтерактивна платформа електронної комерції в Китаї з 683 мільйонами користувачів Pinduoduo (PDD) заявили, що співпрацюють з Нью-Йоркським музеєм мистецтв та шістьма іншими китайськими музеями для прямих трансляцій виставок, розроблення віртуальних турів та просування сувенірних товарів серед споживачів в Китаї.

COVID-19 спонукав митців, культурні установи та бізнес у цій галузі до інновацій. Оскільки відвідуваність зійшла нанівець, для залучення нової аудиторії китайські музеї почали впроваджувати онлайн-технології та випробовувати різні технологічні методи більше, ніж будь-коли. Так, наприклад, 5 квітня 600-річний Музей Імператорського палацу, який було закрито з 25 січня, провів унікальну пряму трансляцію, що дала змогу глядачам насолодитися красою музею вдома. Екскурсоводи представили на камеру архітектуру, історію та культуру Імператорського палацу (故宫).

8 квітня Академія Dunhuang та Huawei спільно запустили нову технологічну подорож по гротах Могао — культурної пам'ятки, яку внесено до списку Світової спадщини ЮНЕСКО. Відтак, використовуючи новітні технології Netu від Huawei, відвідувачі

можуть побачити детальний зміст художніх фресок Дуньхуан за межами печер, через свої мобільні телефони Huawei. Це зменшить час, проведений туристами всередині печери, сприяючи захисту культурних реліквій, одночасно збільшуючи кількість інформації, яку можуть отримати відвідувачі.

Більш того, у середині квітня Академія Дуньхуан випустила спеціальний анімаційний серіал на цю тему. Це також є новим способом популяризації мистецтва Дуньхуан.

Ці масово доступні цифрові пропозиції залишаться і будуть існувати разом із музейними виставками, навіть після того, як музеї запрацюють на повну потужність.

Окрім того, Міністерство культури і туризму Китаю та Промислово-комерційний банк Китаю (ICBC) підписали угоду про стратегічне співробітництво з метою сприяння культурному та туристичному бізнесу в Китаї. ICBC планує виділити до 98 млрд. юанів на фінансування, щоб допомогти їм відновити роботу. Уряд також запустив нову схему фінансування для заохочення дослідницьких проєктів, що підтримують інноваційне використання інформаційних технологій (таких як 5G, хмарні обчислення, великі дані та штучний інтелект) у секторах культури та туризму, щоб допомогти їм відновитись від шоку COVID-19.

Отже, пандемія COVID-19 негативно вплинула на всі соціальні галузі, зокрема на культурний сектор. Китай успішно вирішує питання з підтримкою культурних інституцій завдяки фінансовим інвестиціям та впровадженню онлайн-технологій. Ключовий урок Китаю полягає в тому, що інновації мають важливе значення не лише для реагування на нагальні виклики, вони є критично важливими для майбутнього успіху галузі культури.

### Список літератури:

1. Report shows COVID-19's impact on museums. China Daily online. URL: <http://global.chinadaily.com.cn/a/202006/15/WS5ee6f3c5a310834817253144.html> (Last accessed: 09.10.2020).
2. Відповідь світової спільноти на виклики COVID-19 в освіті (лютий-червень 2020 р.): оглядове видання / НАПН України, Ін-т педагогіки НАПН України; упоряд.: О. І. Локшина, О. З. Глушко, А. П. Джурило, С. М. Кравченко, Н. В. Нікольська, М. М. Тименко, О. М. Шпарик; [наук. ред. О. І. Локшина] — Київ: Авторитет, 2020. — 36 с. <https://doi.org/10.32405/978-966-97763-0-4-2020-36>