

## ■ УДК 930.85:008:338

**Л. Д. Божко**, кандидат історичних наук, доцент, докторант, Харківська державна академія культури, м. Харків

**ВІРТУАЛЬНИЙ ТУРИЗМ: НОВІ ВІЯННЯ ЧАСУ**

Аналізується віртуальна реальність як нова форма буття і передумова виникнення віртуального туризму. Підкреслено, що сучасна людина дедалі частіше працює, здійснює бізнес-операції, навчається, подорожує, спілкується, проводить дозвілля і навіть відпочиває у віртуальному форматі. Проаналізовано прагнення людей до віртуального життя. Акцентується на тому, що спілкування через інтернет привабливе, насамперед, знеособленістю, можливістю конструювати і трансформувати віртуальну особистість. Подані тлумачення віртуального туризму. Розкрито значення віртуального музею як інтегративної культурної форми. Охарактеризовано вплив комп'ютеризації та віртуалізації на усвідомлення людиною своєї тілесності. Наведено приклади віртуальних світів он-лайн.

**Ключові слова:** віртуальна реальність, віртуальний туризм, віртуальна особистість, віртуальний музей, тілесність.

**Л. Д. Божко**, кандидат исторических наук, доцент, докторант, Харьковская государственная академия культуры, г. Харьков

**ВІРТУАЛЬНИЙ ТУРИЗМ: НОВІ ВІЯННЯ ЧАСУ**

Анализируется виртуальная реальность как новая форма бытия и предпосылка возникновения виртуального туризма. Подчеркнуто, что современный человек все чаще работает, осуществляет бизнес-операции, учится, путешествует, общается, проводит досуг и даже отдыхает в виртуальном формате. Проанализировано стремление людей к виртуальной жизни. Акцентируется внимание на том, что общение через интернет привлекательно, прежде всего, обезличенностью, возможностью конструировать и трансформировать виртуальную личность. Представлены толкования виртуального туризма. Раскрыто значение виртуального музея как интегративной культурной формы. Охарактеризовано влияние компьютеризации и виртуализации на осознание человеком своей телесности. Приведены примеры виртуальных миров он-лайн.

**Ключевые слова:** виртуальная реальность, виртуальный туризм, виртуальная личность, виртуальный музей, телесность.

**L. D. Bozhko**, Candidate of Historical Sciences, Associate Professor, Doctoral student, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv

**VIRTUAL TOURISM: NEW INFLUENCES OF THE TIMES**

Virtual reality as a new form of life and the prerequisite of the origin for virtual tourism are analyzed. It has been emphasized that a modern man more often works, fulfills business transactions, studies, and travels, communicates, spends his leisure time and even rests in a virtual format. People's desire for a virtual life is analyzed. Attention is drawn to the fact that communication via the Internet is attractive and primarily impersonal. It is possible to design and transform a virtual personality. The interpretation of virtual tourism has been analyzed. The significance of a virtual museum as an integrative cultural form has been revealed. The impact of computerization and virtualization on the awareness of human physicality is characterized. Some examples of the online virtual worlds are provided.

**Key words:** virtual reality, virtual tourism, virtual personality, virtual museum, physicality.

**Постановка проблеми.** Кінець XX — початок XXI ст. завдяки розвиткові інформаційних технологій позначений виникненням нової форми буття — віртуальної реальності. У світі налічується 2,7 млрд користувачів інтернету, життя котрих більше набуває віртуальності, а заглиблення в on-line — масштабності. Згідно з програмою ЮНЕСКО «Інформація для всіх», що здійснюється під егідою ООН, нині вже склалося так зване світове «інформаційне суспільство», яке функціонує на основі інформаційних технологій і надає інформаційні послуги в глобальному масштабі [4].

Становлення та розвиток інформаційного співтовариства зумовлюють можливість створення й просування нової культури, яка базується на взаємодії не з реальними предметами і відчуттями буття, а з їх спеціально розробленими моделями, графічними зображеннями (зокрема пейзажними) та віртуальними образами. Можна сказати, що віртуальність — це найсуттєвіша характеристика сучасної соціальної реальності.

Інформаційні технології достатньо ефективно можуть замінити людині пряме спілкування з природними, історичними, архітектурними й іншими духовними і реальними об'єктами дійсності. Усі ці процеси зумовили виникнення нового виду туризму — віртуального.

**Останні дослідження та публікації.** Теоретичні основи віртуальної реальності сформульовано наприкінці 1970-х рр. [10, с. 32]. В існуючому дискурсі щодо віртуалізації суспільства дискутуються і питання віртуального туризму [3]. У деяких західних дослідженнях кінця XX ст. акцентувалося на посиленні попиту на види туризму з новим досвідом туристичної практики, зокрема віртуальний [15]. Деякі вчені зазначають, що з підвищенням рівня знань і якості товарів та послуг більшість підприємств наближають

свою організаційну структуру до віртуальної. В індустрії туризму в цьому сенсі теж відбуваються важливі зміни [8]. Дослідники піднімають широке коло питань, зокрема стосовно доступності інформації з туристичних регіонів завдяки віртуальному туризмові [13] та розгляду останнього як його нової, не фізичної форми [12]. На думку багатьох дослідників, існують різні фактори, які впливають на віртуальний туризм, але обговорюються переважно 2 головні питання: електронна готовність (E-Readiness) і сумісність мережі й віртуального туризму. Майже не дослідженим нині є культурологічний аспект віртуального туризму.

**Мета** статті — здійснити культурологічний аналіз віртуального туризму як явища культури.

Виклад основного матеріалу дослідження. Раціоналізація соціальних процесів сприяла посиленню впливу віртуальних практик на різні сфери життєдіяльності сучасної людини. Остання дедалі частіше працює, здійснює бізнес-операції, навчається, подорожує, спілкується, проводить дозвілля або навіть відпочиває у віртуальному форматі.

Останнім часом поняття «віртуальна реальність» трактується як інтерактивна, символічна реальність, яка створюється за допомогою новітніх комп'ютерних технологій [2, с. 52]. Про віртуальну реальність говорять у зв'язку з телебаченням, інтернетом, електронними засобами комунікацій, комп'ютерними програмами взагалі.

Специфіка віртуальної реальності як динамічного, незавершеного середовища полягає у взаємозалежності і взаємодії людини й моделі віртуального світу, створеної інформаційними та телекомунікаційними технологіями. На думку Бодрійяра, знаки, які формують цей тип віртуальної реальності, є симулякрами, під впливом яких звичайна реальність заміщується віртуальною [7].

Прагнення людини до віртуалізації життя часто зумовлене бажанням зробити його яскравішим, таким, що містить цікаві події та сильні емоційні відчуття. Іноді віртуальність характеризують як «утрату реальності». Навколо сучасної людини дедалі більше речей, які сприймаються не цілком реальними, відокремленими від сутності. Тому в пошуках реального люди подорожують, займаються екстремальним спортом.

Середовищем розвитку віртуальних спільнот, альтернативних реальному суспільству, став інтернет, що має свої особливості. Активність індивідів, які здійснюють комунікації через інтернет, їх сили і час переорієнтовуються зі взаємодій з реальними друзями, родичами, колегами, сусідами на комунікації свого віртуального Его з так само віртуальними партнерами. Спілкування через

інтернет приваблює знеособленістю, можливістю конструювати і трансформувати віртуальну особистість. З одного боку, інтернет надає свободу ідентифікації: віртуальні ім'я, тіло, статус, психіка, звички, чесноти та вади. З іншого — відбувається «втрата» — відчуження реального тіла, статусу тощо.

Упровадження комп'ютерних технологій набуло в туризмі особливого значення, завдяки чому можна говорити про початок так званої дигітальної революції в туристському секторі, яка відкриває для мандрівників нові можливості. Для реалізації своїх мрій потрібно лише увійти в інтернет. Навіть хвора або прикута до інвалідного крісла людина може зануритися в безмежний світ віртуальних подорожей.

Існують різні трактування поняття віртуального туризму. Одне з них: «віртуальний тур — спосіб реалістичного відображення тривимірного багатоелементного простору на плоскому екрані. Елементами віртуального туру, зазвичай, є сферичні панорами, з'єднані між собою інтерактивними посиланнями-переходами. (...) Він створює в глядача «ефект присутності» — яскраві зорові образи, що запам'ятовуються» [1].

У цьому визначенні учасник віртуального туру є лише пасивним глядачем. Але головна перевага таких віртуальних турів — їх доступність для будь-якого користувача мережевих технологій і відсутність необхідності будь-яких істотних додаткових витрат. Цільова аудиторія для таких віртуальних турів є надзвичайно широкою, зокрема малозабезпечені верстви населення. Фактори доступності й дешевизни також стали визначальними для вже численних версій різних віртуальних музеїв.

Віртуальні музеї являють собою інтегративну культурну форму, що характеризується структурною і функціональною різноманітністю. З одного боку, це нова технологія безконтактної інформаційної взаємодії користувача з музейним середовищем, комп'ютерна система, яка забезпечує певні візуальні та звукові ефекти. З іншого — віртуальні музеї як інформаційний ресурс мають сутність медіа: це і засіб масової комунікації, і нова форма видавництва. Крім того, віртуальні музеї — значущий елемент сучасного культурно-дозвілєвого середовища, що сприяє розвитку творчих здібностей, культурному обміну та спілкуванню користувачів [5].

Віртуальні музеї надають відвідувачам безплатний доступ до культурної спадщини й світових мистецьких досягнень. Рейтинг відвідуваності сайтів та сторінок віртуальних музеїв надзвичайно високий: вони є каналом поширення культурних цінностей і долучення населення до культури.

Поширені трактування технічних можливостей віртуальної реальності зазвичай передбачають значно вищу активність учасника. Уже достатньо багато проєктів, що конструюють і втілюють повнішу модель віртуальної реальності. Нині за допомогою технологій 3D і можливостей, які надають сервіси, подібні, наприклад, до «Google Планета Земля», можна відвідати найвіддаленіші куточки планети і навіть космос.

Футурологи прогнозують, що гаджети, які нагадуватимуть нинішні шоломи віртуальної реальності, стануть звичайним явищем і під час віртуальних подорожей, які за сприйняттям людиною на рівні свідомості та фізичних відчуттів майже не відрізняються від реальних.

Нині створюються гаджети, що втілюють майбутнє в реальність. Інструмент CGI, розроблений технологічним брендом 3RD Planet, дозволяє користувачам здійснювати реалістичну прогулянку вулицями міста. Група вчених з Університету Північної Кароліни спроектувала віртуальну реальність майдану біля Собору Святого Павла в Лондоні в 1622 р., в межах якої відвідувачі можуть змінювати точку зору за власним бажанням. Нова гарнітура Oculus Rift VR від американського стартапу Oculus VR — попередник пристроїв віртуальної реальності. Мандрівник використовуватиме гаджет удома, щоб випробувати різні сценарії відпустки в 3D. На зразок лижних окулярів, гарнітура поєднує технології смартфона і датчики руху, що разом створюють досвід, який можна порівняти з переглядом зображення на нескінченному екрані IMAX. Зображення проєктуються на сітківку ока так само, як проєктори старого типу виводили зображення на екран.

Багато фахівців туристичної індустрії впевнені, що розвиток віртуального туризму стане одним з напрямів туристичної індустрії. Нині віртуальні тури в туристичній галузі слугують, передусім, засобами реклами і просування. Ці технології вже давно використовуються, наприклад, у готельному бізнесі. Перш ніж обрати той чи інший готель, людина може віртуально по ньому прогулятися, відвідати майбутній номер, оцінити, наскільки він комфортний. У туристичній індустрії, крім готельного бізнесу, затребувані, передусім, віртуальні тури по комерційних об'єктах: автосалонах, клубах, ресторанах, а віртуальні подорожі по визначних пам'ятках поки що створюють любителі-ентузіасти.

Нині немає відповіді на запитання, чи здатні віртуальні подорожі замінити реальні в майбутньому? Є дві умови, які мотивують людей до подорожі. Це, по-перше, прагнення нових вражень,

а по-друге — необхідність відволіктися, змінити звичну атмосферу. Ні ту, ні іншу умову віртуальність виконати поки що не в змозі.

Віртуальні подорожі можуть замінити реальні за певних умов. Наприклад, за браком вільного часу, грошей або через проблеми зі здоров'ям. У таких випадках людина може хоча б віртуально відвідати ті місця, в яких ніколи не була особисто. А ще віртуальні тури — це своєрідне переміщення в часі — у майбутні та минулі реальні подорожі. Якщо людина планує подорож, їй цікаво поглянути на визначні пам'ятки, які вона зможе скоро побачити. Але цікавіший ефект віртуальних турів — оновлення вже пережитих і, можливо, забутих вражень та їх посилення.

З розвитком віртуальних технологій постало питання їх безпечності для людини. Результати останніх досліджень, які проводили американські вчені, свідчать про вплив віртуального середовища на зміну способу життя інтернет-користувачів, а також погіршення реальних комунікативних здібностей і ослаблення адаптації людини в соціальному середовищі [9].

Загальна комп'ютеризація та віртуалізація впливають і на усвідомлення людиною своєї тілесності. Культура постмодернізму остаточно трансформувала людське тіло, перетворивши його на симулякр, зробивши тіло тілесністю. Потрапляючи в квазіреальність, людина трансформується, прагнучи самоідентифікації. Остання відбувається завдяки естетизації віртуального тіла користувача та набуттю нової тілесності. А нова тілесність у широкому розумінні являє собою кіборгів, мутантів, клонів, штучних істот і пов'язану з ними культуру перевтілень. Як уважає З. Н. Сколота, нині фізична тілесність часто ігнорується, що проявляється в зниженій активності (гіподинамії), зневажливому ставленні до зовнішнього вигляду, гігієнічних правил тощо, що свідчить про знижений інтерес до реального світу [6].

На думку деяких фахівців, віртуальний туризм може стати колективним, як групові он-лайн ігри. Адже в реальні поїздки люди часто вирушають не одні, що сприяє підвищенню ефективності вражень. Експерти так само зазначають, що людям важливо поділяти з близькими та друзями радість подорожі. Але колективність — лише незначна частка того, що можуть надати віртуальні подорожі людині.

Згідно з дослідженням організації Harris Interactive, одним з найважливіших факторів під час вибору місця відпочинку або відвідування є саме візуальна інформація. 73% опитуваних відповіли, що вибирають місце відпочинку або туризму в інтернеті. 69% вважають найважливішою інформацією, необхідною для прийняття

остаточного рішення, є саме візуальна — фотографії, віртуальні тури або відео. 59% опитаних назвали 3D- сферичні панорами і віртуальні тури корисними під час вибору місця відвідування або відпочинку [11].

3D панорамами можуть бути оснащені інформаційні центри та сайти міст. Віртуальні тури допоможуть туристам і гостям зорієнтуватися в місті, ознайомитися з найцікавішими маршрутами і визначними пам'ятками (вулиці, парки, мадани, будівлі та монументи).

Нині такі віртуальні подорожі можливі лише для користувачів інтернету у вигляді інтерактивних 3D панорам відомих пам'яток, історичних пам'яток або таких популярних місць, як Тайм-сквер, Уолл-стріт у Нью-Йорку. Це можна назвати віртуальним туризмом лише умовно. Водночас є безліч проєктів, які передбачають створення систем віртуальної реальності, здатних зробити таку подорож дійсно захоплюючою.

Одним з найвідоміших віртуальних світів он-лайн є комп'ютерний додаток «Second Life», який розроблено в Сан-Франциско Linden Lab у 2003 р. Second Life привернув увагу 7,5 млн користувачів. Жителі віртуального світу Second Life пропонують тури, відкриваючи віртуальні туристичні агентства та видавничі путівники. Середні між комп'ютерною грою і чатами, ці цифрові світи дозволяють відвідувачам досліджувати віртуальні середовища 3D і взаємодіяти один з одним у кіберпросторі [14].

Останнім часом на технології віртуальної реальності свою увагу зосередили і проєктувальники тематичних парків. Так, Корпорація У. Діснея має намір використовувати її в процесі створення історичного парку «Америка».

Таким чином, віртуальність стає дедалі більшою реальністю. Віртуальний досвід допомагає наблизитися до реальності й дозволяє проходити такими місцями і побачити такі речі, які не є доступними в іншому разі. Завдання туристичної індустрії — вирішити питання: чи замінює віртуальний туризм реальний, чи конкурує з ним, чи може бути інтегрованим з метою поглиблення туристичного досвіду.

**Висновки.** Дослідження свідчить, що в сучасному світі можливий вихід за межі нашої матеріальності, а також подолання просторових обмежень. Віртуальний туризм, віртуальне відвідування музеїв створюють відчуття звільнення від фізичного тіла, водночас відтворюючи нову форму – тілесність у віртуальному просторі. Нині тілесність у віртуальному просторі для багатьох стає буденністю і тому потребує подальших досліджень.



**Список використаних джерел**

1. Виртуальный тур [Электронный ресурс] // Art Of Web: сайт. — Режим доступа: <http://artofweb.ru/solutions/aow-businesscenter/>. — Загл. с экрана.
2. Корсунцев И. Г. Философия виртуальной реальности / И. Г. Корсунцев // Виртуальная реальность : философские и психологические аспекты. — М., 1997.
3. Латыпов И. А. О некоторых философских аспектах формирования субкультуры виртуального туризма: его новая история или только «story»? [Электронный ресурс] / И. А. Латыпов // Современные проблемы науки и образования. — 2014. — № 2. — Режим доступа: [www.science-education.ru/116-12333](http://www.science-education.ru/116-12333). — Загл. с экрана.
4. Программа ЮНЕСКО «Информация для всех» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.ifap.ru/ofdocs/unesco/program.htm>. — Загл. с экрана.
5. Румянцев М. В. Феномен виртуального музея / М. В. Румянцев, Л. Ю. Степенко // Философия без окраин : сб. науч. тр. / Сибир. федер. ун-т, Гуманит. ин-т. — Красноярск, 2008. — С. 126–134.
6. Сколота З. Н. Эстетика «новой телесности» в виртуальном пространстве [Электронный ресурс] / З. Н. Сколота. — Режим доступа: <http://research-journal.org/featured/philosophy/estetika-novoj-telesnosti-v-virtualnom-prostranstve/>. — Загл. с экрана.
7. Baudrillard J. Simulacra and Simulation, University of Michigan Press, 1994.
8. Buhalis D. Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet—the state of e-Tourism research / D. Buhalis, R. Law // Tourism Manage. — 2008. — N 29 (4). — P. 609–623.
9. The development of an integrated psychosocial approach to effective usability of 3D virtual environments for cybertherapy / Galimberti C. [et al.] // Psychology journal. — 2006. — Vol. 14, N 2. — P. 129–144.
10. Hammet F. Virtual reality / F. Hammet. — New York, 1993.
11. Harris Interactive [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.harrisinteractive.com>. — Назва з екрана.
12. Huh C. Families travelling with a disable member: analyzing the potential of an emerging niche market segment / C. Huh, A.J. Singh // Tourism & Hospitality Res. — 2007. — № 7 (3/4). — P. 212–229.
13. Sussmann S and Vanhegan H (2000) Virtual reality and the tourism product: substitution or complement? Proc. Eur. Conf. Info. Sys. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.indjst.org/index.php/indjst/article/view/30515>. — Назва з екрана.
14. Virtual tourism takes off [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.perthnow.com.au/travel/virtual-tourism-takes-off/story-e6frg3tu-1111113851697>



15. Williams A. P. Virtual reality and tourism: fact or fantasy? / A. P. Williams, JS. P. Hobson // *Tourism Manage.* — 1995. — N 16 (6). — P. 423–427.

### References

1. Virtualnyy tur [Elektronnyy resurs] // *Art of Web: sayt.* — Rezhim dostupa: <http://artofweb.ru/solutions/aow-businesscenter/>. — Zagl. s ekrana.
2. Korsuntsev I. G. *Filosofiya virtualnoy realnosti* / I. G. Korsuntsev // *Virtualnaya realnost : filosofskiy i psikhologicheskiy aspekt.* — M., 1997.
3. Latypov I. A. O nekotorykh filosofskikh aspektakh formirovaniya subkultury virtualnogo turizma: ego novaya istoriya ili tolko «story»? [Elektronnyy resurs] / I. A. Latypov // *Sovremennyye problemy nauki i obrazovaniya.* — 2014. — № 2. — Rezhim dostupa: [www.science-education.ru/116-12333](http://www.science-education.ru/116-12333). — Zagl. s ekrana.
4. Programma UNESCO «Informatsiya dlya vseh» [Elektronnyy resurs]. — Rezhim dostupa: <http://www.ifap.ru/ofdocs/unesco/program.htm>. — Zagl. s ekrana.
5. Rumyantsev M. V. Fenomen virtualnogo muzeya / M. V. Rumyantsev, L. Yu. Stepenko // *Filosofiya bez okrain : sb. nauch. tr. / Sibir. feder. un-t, Gumanit. in-t.* — Krasnoyarsk, 2008. — S. 126–134.
6. Skolota Z. N. Estetika «novoy telesnosti» v virtualnom prostranstve [Elektronnyy resurs] / Z. N. Skolota. — Rezhim dostupa: <http://research-journal.org/featured/philosophy/estetika-novoj-telesnosti-v-virtualnom-prostranstve/>. — Zagl. s ekrana.
7. Baudrillard J. *Simulacra and Simulation*, University of Michigan Press, 1994.
8. Buhalis D. Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet—the state of e-Tourism research / D. Buhalis, R. Law // *Tourism Manage.* — 2008. — N 29 (4). — P. 609–623.
9. The development of an integrated psychosocial approach to effective usability of 3D virtual environments for cybertherapy / Galimberti C. [et al.] // *Psychology journal.* — 2006. — Vol. 14, N 2. — P. 129–144.
10. Hammet F. *Virtual reality* / F. Hammet. — New York, 1993.
11. Harris Interactive [Elektronnyy resurs]. — Rezhim dostupu: <http://www.harrisinteractive.com>. — Nazva z ekrana.
12. Huh C. Families travelling with a disable member: analyzing the potential of an emerging niche market segment / C. Huh, AJ. Singh // *Tourism & Hospitality Res.* — 2007. — N 7 (3/4). — P. 212–229.
13. Sussmann S and Vanhegan H (2000) Virtual reality and the tourism product: substitution or complement? *Proc. Eur. Conf. Info. Sys.* [Elektronnyy resurs]. — Rezhim dostupu: <http://www.indjst.org/index.php/indjst/article/view/30515>. — Nazva z ekrana.

14. Virtual tourism takes off [Elektronnyi resurs]. — Режим доступу <http://www.perthnow.com.au/travel/virtual-tourism-takes-off/story-e6frg3tu-1111113851697>
15. Williams A. P. Virtual reality and tourism: fact or fantasy? / A. P. Williams, J.S. P. Hobson // *Tourism Managt.* — 1995. — N 16 (6). — P. 423–427.

■ UDC 930.85:008:338

**Bozhko L. D.**, Candidate of Historical Sciences, Associate Professor, Doctoral student, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv [bozhkolubov@rambler.ru](mailto:bozhkolubov@rambler.ru)

### VIRTUAL TOURISM: NEW INFLUENCES OF THE TIMES

**The aim of the study** is to highlight new social practices of mobility, i.e. the virtual tourism in the light of culturological analysis.

**Research methodology.** The basis of the study has been the integrity of the diachronic and synchronic methods on the principles of historicism.

**Results.** Virtual reality as a new form of life and a prerequisite of the origin for virtual tourism are analyzed. It has been emphasized that a modern man more often works, fulfills business transactions, studies, and travels, communicates, spends his leisure time and even rests in a virtual format. People's desire for a virtual life is analyzed. Attention is drawn to the fact that communication via the Internet is attractive and primarily impersonal. It is possible to design and transform a virtual personality. The interpretation of virtual tourism has been analyzed. The significance of a virtual museum as an integrative cultural form has been revealed. The impact of computerization and virtualization on the awareness of human physicality is characterized. Some examples of the online virtual worlds are provided.

The study shows that physicality transcendence as well as experiencing the space limitations is possible in the modern world. Virtual tourism, virtual visiting museums create a sense of freedom of the physical body, but at the same time reproduce a new form of physicality in the virtual space. Currently physicality in the virtual space becomes commonness for the majority and it therefore requires further special research.

**Novelty.** The significance of the new virtual reality is highlighted for the development of new social practices.

**The practical significance.** The information contained in this article will help teachers of tourist disciplines adjust their programs taking into account the culturological component.

**Key words:** virtual reality, virtual tourism, virtual personality, virtual museum, physicality.

*Надійшла до редколегії 15.02.2015 р.*