

РІВНЕНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ХУДОЖНЬО-ПЕДАГОГІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА ІВЕНТ-ІНДУСТРІЙ, КУЛЬТУРОЛОГІЇ ТА
МУЗЕЄЗНАВСТВА

ДИПЛОМНА РОБОТА

на здобуття II (магістерського) рівня

на тему:

МУЗЕЙ В СУЧАСНІЙ СОЦІОКУЛЬТУРНІЙ ПРАКТИЦІ
(на прикладі музейної мережі України і Європи)

Виконала: здобувач вищої освіти
VI курсу денної форми навчання
спеціальності 028 «Менеджмент
соціокультурної діяльності»

Шумарова Марина Володимирівна

Науковий керівник: доктор
культурології, професор,
професор кафедри івент-індустрій,
культурології і музеєзнавства

Виткалов Сергій Володимирович

Рецензент: кандидат філософських
наук, доцент кафедри богослов'я
релігієзнавства та культурології

НПУ ім. М.П. Драгоманова

Русakov Сергій Сергійович

РІВНЕ - 2022 РІК

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ МУЗЕЮ ЯК СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ФЕНОМЕНУ.....	8
1.1. Музей: витоки, тенденції, форми.....	8
1.2. Еволюція сучасного музею як установи культури.....	19
Висновки до першого розділу.....	29
РОЗДІЛ 2. СУЧАСНА МУЗЕЙНА МЕРЕЖА ЄВРОПЕЙСЬКОГО КУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА.....	31
2.1. Сучасний музей у культурній практиці Європи.....	31
2.2. Економічна складова діяльності музеїв.....	55
Висновки до другого розділу.....	67
РОЗДІЛ 3. ТЕОРІЯ РОЗВИТКУ МУЗЕЇВ В СУЧАСНОМУ КУЛЬТУРНОМУ ПРОСТОРІ.....	71
3.1. Інформаційні технології в практичній роботі сучасного музею: європейський і вітчизняний досвід.....	71
3.2. Тенденції розвитку музеїв у сучасному європейському просторі.....	85
Висновки до третього розділу.....	95
ВИСНОВКИ.....	99
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ ТА ДЖЕРЕЛ.....	105

ВСТУП

Актуальність обраної теми безсумнівна, адже у нинішніх умовах музеї отримують нові функції, окрім того, змінюється статус музеїв, вони стають соціокультурним майданчиком для обміну думками, створення актуального контенту, виведення на культурну арену експертів та лідерів думок.

Сьогодні бачимо необхідність у концептуальних напрацюваннях та зверненні до роботи музеїв за кордоном задля впровадження діючих теоретичних та інноваційних моделей в практику, формування нових стратегічних напрямів українських музеїв.

Із розвитком технологій музеям, галереям, експозиційним науковим центрам доводиться шукати шляхи залучення і збереження аудиторії в умовах гострої конкуренції. Їм протистоять тисячі розваг, доступних без відриву від екрану або необхідності виходити з дому. Вони стикаються з підвищеними очікуваннями з боку все більш технічно грамотною молоді та знижену здатність людей концентрувати увагу через інформаційне перенасичення середовища. Тому сьогодні важко уявити сучасний музей або виставку без мультимедійних технологій, які допомагають розкривати експозицію і поглянути на музейно-виставкові експонати під новим кутом зору.

Сучасні мультимедійні системи дозволяють відвідувачам досить швидко знаходити й отримувати потрібні матеріали з великої текстової інформації, численних зображень, відео та звукових файлів, знаходячись у будь-якому місці музею. Вони відкривають безмежні можливості практично у всіх областях музейної діяльності, включаючи зберігання інформації, навчання, дослідження і документообіг.

Трансформація музейної середовища відбувається по всіх напрямках: змінюються робочі процеси, інструменти, форма діалогу з відвідувачем. Окрім того, підвищується доступність накопичених музеями знань за

межами їх стін. У той же час це вимагає й нового погляду на дослідження музею як важливого культурного феномену людства і України зокрема.

Враховуючи вищенаведене, **метою роботи** є дослідження ролі і значення музею в сучасній соціокультурній практиці в контексті європейських тенденцій, а також вироблення рекомендації щодо розвитку даного сектора в Україні, спираючись на конкретні потреби національної музейної мережі та передовий міжнародний досвід.

Для досягнення поставленої мети, необхідно вирішити низку наступних **завдань**:

- виявити роль музею як соціокультурного інституту у сучасному культурному просторі;
- розглянути значення музею у культурній практиці Західної Європи;
- здійснити порівняльну характеристику музейної мережі України і Європи;
- визначити економічну складову діяльності сучасного музею;
- з'ясувати стан впровадження інформаційних технологій в музеях та новітні тенденції;
- розкрити значимість використання сучасних технологій в роботі музею;
- виявити провідні тенденції історичних етапів розвитку музейної справи;
- навести рекомендації щодо ефективного використання інформаційних технологій в діяльності музейної мережі України.

Об'єктом дослідження є музей як соціокультурний інститут.

Предметом дослідження виступають теоретико-методологічні принципи та практичні особливості функціонування музеїв як складової соціокультурної сфери.

Теоретичною основою роботи стали дослідження: Г. Мезенцевої, Б. Піотровського, Ю. Омельченка, М. Белікова, О. Салати, В. Дмитренко,

Г. Скрипник, Р. Терпиловського та багатьох інших, у наукових працях яких концентруються питання подальшого дослідження ролі цих структур у сучасній культурній практиці, і в яких розглянуто сутність цієї культурної інституції, виявлено їх роль у просторі сьогодення, з'ясовано тенденції функціонування музейної мережі в певний історичний період, акцентовано увагу на ролі музеїв у певній історичній системі (Г. Мезенцева) тощо.

Методи дослідження. У ході дослідження застосовувався системний підхід до аналізу виникнення, розвитку та діяльності музейних установ у контексті культури, який передбачає комплексне, міждисциплінарне дослідження музею, що реалізується завдяки використанню наступних методів: історико-генетичного, історико-порівняльного, історико-типологічного, історико-культурного.

Теоретичне значення роботи полягає в систематизації наукових даних з історії становлення музеїв та застосування інформаційних технологій в сучасній музейній діяльності.

Практичне значення роботи полягає в тому, що зібраний і опрацьований матеріал може слугувати для подальшого розширення інформаційного простору стосовно ролі зазначеної установи в соціумі, проведенні відповідних кореляційних характеристик з метою з'ясування можливостей використання цієї установи в Україні, спираючись на іноземний досвід, а також виявленні потенціалу різних форм музейної закордонної діяльності та спроб її використання в сучасній регіональній практиці, розробці рекомендації щодо ефективного використання інформаційних технологій в діяльності музейної мережі України. Цей матеріал може використовуватися і для подальших наукових розробок з окресленої проблеми; буде він корисним і для системи підвищення кваліфікації працівників культури, зокрема й музейних установ, учнів ЗОШ і студентів ЗВО різних рівнів акредитації. Може він

використовуватися і при створенні теоретичних оглядів розвитку музейної справи.

Апробація даного дослідження здійснювалися під час проведення практичних занять із професійно-орієнтованих дисциплін освітньої програми II (магістерського) рівня спеціальності 028 «Менеджмент соціокультурної діяльності», а також участі автора у науково-практичних конференціях різних рівнів, зокрема:

- **Шумарова М.** – здобувач вищої освіти II (магістерського) рівня спец. 028 «Менеджмент соціокультурної діяльності» РДГУ – Музей у сучасній соціокультурній практиці: на прикладі музеїв України і Західної Європи. *Стратегія розвитку світової та української культури: сучасні акценти і перспективи: XVII між нар. наук.-практ. конф. м. Рівне, 18-19 листоп. 2021 р.:* програма. Рівне: РДГУ, 2021. С. 6 [36 с.].

- **Шумарова М.** – здобувач вищої освіти II (магістерського) рівня спец. 028 «Менеджмент соціокультурної діяльності» РДГУ – Музейні практики України і Європи: порівняльна характеристика: *Феномен культури постглобалізму: II між нар. наук.-практ. конф., м. Маріуполь, 30 листоп. Маріуполь: МДУ, 2021. С.17 [31 с.].*

- **Шумарова М.** – здобувач вищої освіти II (магістерського) рівня спец. 028 «Менеджмент соціокультурної діяльності» РДГУ – Трансформація музею як соціокультурного інституту: регіональний досвід – *Сучасні соціокультурні процеси: компетентнісно-аксіологічний аспект:* всеукр. наук.-практ. конф., м. Полтава, 10-11 листоп., 2021 р. Полтава: ПНПУ ім. В.Г.Короленка, 2021. С. 7 [49 с.].

- **Шумарова М.** – здобувач вищої освіти II (магістерського) рівня спец. 028 «Менеджмент соціокультурної діяльності» РДГУ – Музейна мережа України крізь призму європейського культурного досвіду. *Звітна наукова конференція професорсько-викладацького складу, аспірантів, докторантів, магістрантів та студентів РДГУ. За 2021 рік. Рівне : РДГУ, 2022. С. 59 [91 с.].*

- **Шумарова М.** - здобувач вищої освіти II (магістерського) рівня спец. 028 «Менеджмент соціокультурної діяльності» РДГУ. – ІКТ у практиці роботи сучасного музею: європейський і регіональний досвід: *XVIII між нар. наук.-практ. конф.*, м. Рівне, 17-18 листоп., 2022 р. Рівне: РДГУ, 2022. С. 8 [40 с.].

- **Шумарова М.** - здобувач вищої освіти II (магістерського) рівня спец. 028 «Менеджмент соціокультурної діяльності» РДГУ – Музей у системі європейської культурної практики: менеджмент і маркетинг у його діяльності. *Трансформаційні процеси соціальної культури: Всеукр. наук.-практ. конф.*, м. Київ, 22-23 берез. 2022 р. Київ : КНУКіМ, 2022. С. 14 [38 с.].

- **Шумарова М.** - здобувач вищої освіти II (магістерського) рівня спец. 028 «Менеджмент соціокультурної діяльності» РДГУ – Музейний простір в час війни: специфіка пере форматування діяльності. *Інформологічні, жлкументознавчі, бібліотекознавчі та архівознавчі студії в сучасному світі: всеукр. наук.- практи. кофн.*, м. Київ, 27 жовт., 2022 р. Київ: Маріупольський держуніверситет, 2022. С.11.

Фрагменти матеріалу даного дослідження **опубліковані** у статті:

- **Шумарова М. В.** Музеї в сучасному культурному просторі. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку: наук. зб.. Вип. 43 (культурологія).* Рівне: РДГУ, 2022. С.75-83.

Структура магістерської роботи зумовлюється її метою та завданнями. Робота складається зі вступу, трьох розділів основного матеріалу, висновків та списку використаної літератури.

У Вступі розкрито актуальність теми, виявлено напрями дослідження даної проблеми, а також мету та завдання наукового пошуку, предмет та об'єкт наукову новизну і практичну значимість роботи, його апробацію та структуру.

В Основній частині, що складається з трьох розділів, виявлено сутність цієї установи, її еволюційні аспекти, роль у соціумі. Акцентовано

увагу на специфіці організації культурної діяльності цих установ в європейському культурному просторі та з'ясовано особливості проведення різноманітних піар-заходів і використання новітніх технологій, за допомогою яких вдається розширити потенційні можливості цих установ у сучасних умовах, а також наголошено на необхідності використання різноманітних економічних рішень для покращення як потенціалу цієї установи, так і розширення її можливостей у практиці діяльності, спрямованої на різні верстви населення.

У Висновках підведено підсумки проведення даного дослідження та виявлено провідні тенденції у практиці функціонування сучасного музею.

Загальний обсяг роботи становить 116 сторінок.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ МУЗЕЮ ЯК СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ФЕНОМЕНУ.

1.1. Музей: витоки, тенденції, форми

Як культурна форма, музей у своєму розвитку пройшов певні етапи. Адже зі зміною соціально-політичних, культурних та економічних чинників суспільство обирало ті культурні форми, що найбільш повно відповідають його запитам. Музеї виникли як відповідь на потребу людини пізнати світ, використовуючи набори об'єктів, абстракції реального світу. Збір та упорядкування речей універсальна риса, притаманна людині. Найбільш ранніми формами колекціонування є предмети утилітарного характеру та поховального обряду, оскільки були частиною матеріальної культури перших людей. Існує думка, що створення та збереження колекцій має витоки у «людській схильності досліджувати та купувати» [91, с. 1812].

Термін «музей», «*museum*» має грецьке коріння та перекладається як «місце Муз» [108]. Термін використовувався на позначення філософської установи або місця споглядання. Проте саме колекціонування було серед перших сходинок. Тому однією з найстаріших колекцій вважають колекцію з давнього міста-держави Урук, що розташовувалась на території нинішнього Іраку, та датується приблизно 530 р. до н. е. Також дані археології дають інформацію про колекціонування давньо китайськими правлячими династіями, що сприяли збільшенню популярності колекціонування серед вищих верств населення; вавилонянами та єгиптянами, які надавали перевагу історичним зразкам, творам мистецтва, а також зразкам флори й фауни.

Перший Музейон було засновано Птолемеєм I в Олександрії приблизно у 290 р. до н. е. Заклад мав статус навчального закладу, складався з житлових приміщень, їдальні, обсерваторії, бібліотеки, ботанічного й зоологічного садів. В активі Музейону були медичні та

астрономічні пристрої, опудала тварин, шкіри та текстиль, статуї та бюсти для навчання, а також унікальне бібліотечне зібрання, що нараховувало більше 700.000 рукописів. Також це місце стало центром дослідження фізичного світу, включаючи різні аспекти дослідження людини і природи. Було зроблено низку значних відкриттів у сфері природничих наук: математик та географ Ератосфен виміряв радіус землі на основі астрономічних спостережень, лікар Герофіл відкрив нервову систему, астроном Гіппарх описав 850 нерухомих зірок. Проте приблизно 270 р. до н. е. Мусейон було знищено разом із більшою частиною Олександрійської бібліотеки. Варто зазначити, що для античного світу термін «мусейон» ніколи не вживали на позначення до зібрання предметів. У подальші історичні періоди термін вживався й на позначення місця для занять літературою, наукою та наукового спілкування [43, с. 12, 16].

Аналогом художніх музеїв в античній Греції були храми. За традицією у храмах розташовувались статуї, картини та інші твори мистецтва, що присвячені цим богам. Античні храми багато прикрашались мозаїками та фресками [69]. Згодом, але вже за часів Давнього Риму, до попередніх традицій додається традиція оформлення міських садів, бань та театрів, що додатково прикрашались картинами та скульптурами. До цих місць мали місце усі містяни, що таким чином надавало доступ широкій публіці для ознайомлення з мистецькими традиціями. Це були місця для споглядання, роздумів і філософського осмислення. Серед відвідувачів були філософи, поети, музики та артисти, які вправлялись у своїй майстерності.

Також попередниками приватних зібрань, у сучасному розумінні, в період античності були вілли високопоставлених громадян, які часто мали твори мистецтва, привезені після переможних воєн. Наприклад, римський імператор Адріан дав розпорядження зробити копії тих творів мистецтва, які він бачив в Греції та Єгипті. Тому вілла Адріана вважалась однією з

найрозкішніших, а за багатством і різноманітністю творів вона не поступалась музейним зібранням [3].

Для середньовічного періоду характерним було те, що зберігачами мистецьких творів, а саме давніх манускриптів, скульптур, ювелірних виробів тощо, були монастирі та храми. Проте цій культурі не потрібне було античне мистецтво з поклонінням красі, досконалості форм, церква категорично заперечувала античний культ тіла як гріховний.

Починаючи з VII ст. храми почали представляти для огляду предмети, захоплені під час воєн. Так, наприклад, скарбниця Кафедрального собору НотрДам у Реймсі цілком залежала від переможних успіхів французької армії. Для приваблення прихожан, церква використовувала предмети культу, що виготовлялись із дорогих і рідкісних металів, коштовного каміння, одяг також виготовлявся із дорогих, переважно, східного походження тканин [43].

Систематичним колекціонуванням творів мистецтва позначився саме період Відродження. Адже це була епоха, коли зародився сучасний вигляд та розуміння художнього музею, а саме поняття отримало сучасний зміст. Той період став свідченням стійкого інтересу до класичних старожитностей, поглибилося їх дослідження та популяризація.

У XV ст., коли розпочались Великі географічні відкриття, розвиток науки і виробництва, виникають музеї у зв'язку з потребою у збереженості історичних і культурних цінностей. Піднесення торгівлі, пов'язаний з відкриттям нових континентів, також став поштовхом до збирання колекції старожитностей, художніх виробів, рідкісних етнографічних та природничих зразків. В Європі колекціонуванням займалися правителі, знать, учені. Після завоювання турками Константинополю у 1453 р. встановлено тісні контакти з Османською імперією, що також підштовхнуло появу у європейських колекціях значної кількості предметів турецького походження.

До музейних експонатів додавали зразки тваринного і рослинного світу, мінерали, геодезичні та астрономічні пристрої. Також завдяки відкриттям населення Європи змогло побачити невідомі світи Америки, Південно-Східної Азії, Далекого Сходу та Африки. Екзотичні зразки, одяг, зброя, посуд та ужиткові речі починають з'являтися у колекціонерів через мореплавців, а потім виникають агенти, що займалися пошуком відповідних зразків [56, с. 5].

Одним із найбільших меценатів та покровителів мистецтва означеного періоду став правитель Флоренції Лоренцо Медичі, людина високоосвічена, поет, дослідник античних старожитностей, збирач античних гем та монет. Відомо, що він був першим покровителем Мікеланджело, який за замовленням від Медичі виконував копіювання античних скульптур для його саду біля Сан Марко. Отже, найбільш раннім й письмово зафіксованим випадком вживання терміну «музей», відносять до 1492 р., коли його було вжито у книзі інвентарного опису палацу Медичі для позначення колекції давніх рукописів та дорогоцінних художніх виробів [57, с. 8].

Важливе місце в історії створення, еволюції та розвитку музейної справи належить фізичним спорудам, у яких розміщувались колекції. Перші споруди, призначені для розміщення колекцій, здебільшого, були палацові галереї. Починаючи з XVI ст. колекції розташовували у двох основних видах архітектурних споруд – галереях та кабінетах, проте чіткої межі між ними не було. Галереї – це подовжена зала, одна з довгих стін якої, мала суцільний віконний ряд, що дозволяло гарно освітлювати приміщення для експонування картин і скульптури, що гармонійно вливались у декор. Кабінети – приміщення менших розмірів, здебільшого, квадратної форми, призначені для зберігання природничих зразків, творів мистецтва менших розмірів.

Витоки створення відомих найстаріших художніх музеїв, таких як: Прадо, Лувр, Уффіці та інших, сягають XVI ст. Під час будівництва

палаців почали спеціально планувати приміщення для колекцій картин, гравюр, книг, скульптур. До цього ж часу відносять і появу перших закладів музейного типу – галерей, кунсткамер, кабінетів. Ці заклади відображали інтерес до пізнання світу. Намагання зосередити у своїх руках багатство природного світу, доповнене творінням людських рук, говорило про те, що у власників кабінетів метою було задоволення власних пізнавальних інтересів. На початках поширення кунсткамер головне місце у них відводилось рідкісним зразкам, проте із розвитком науки до них додавались оптичні, астрономічні та математичні інструменти: компаси, астролябії, підзорні труби, слюсарні та токарні інструменти. Особливе значення при кунсткамерах отримують анатомічні театри, у яких демонстрували заспиртовані аномалії зародків людей і тварин, зразки людських органів. Інколи при таких зібраннях утримували живих «уродців», тобто калік, карликів.

Яскравим прикладом діяльності власника і комерціалізації кабінету, можна навести кабінет професора анатомії Фредерика Рюйша. Найбільш вдалі препарати він зберігав у своєму домі. Тут були виставлені зразки, які не лише майстерно виконані, а й цікаво, тому препарати дитячих ручок і ніжок були прикрашені тоненькими батистовими рукавичками й мереживними манжетками. А деякі експонати прикрашались віночками, браслетками, маленькими свічечками для створення природного та приємного вигляду на думку господаря. Також лікар складав каталоги до своїх колекцій, в яких викладав свої наукові погляди [11].

Отже, конкретний зміст кунсткамер складали зразки, що не вкладались у межі уявлень про просте і зрозуміле. Подібна особлива увага була обумовлена тим, що саме такі рідкісні зразки наочно показують всю різноманітність світу. Неординарність предмету могла полягати у його красі або потворності, оригінальності техніки виконання, малих або великих формах, матеріалі тощо. Виставлені природні рідкості – це зразки флори і фауни далеких країв: чучела тварин та птахів, акулячі зуби, бивні

слонів та мамонтів, кістки викопних тварин, раковини молюсків, мінерали, різні скам'янілості, корали та ін. Певним зразкам надавались магічні цілющі властивості, наприклад, середземноморська наркотична рослина мандрагора, товсті корені у вигляді людського тіла, безоарове каміння. Проте поруч із такими експонатами, траплялися й рукотворні експонати, фальсифікати: семиголова гідра, василиск, ріг однорога [58, с. 112]. Наприклад, за ріг однорога видавали ріг носорога або нарвала. В якості природних рідкостей іноді експонували різні анатомічні аномалії, що могли зустрічатися у людей і тварин. Також можна було зустріти і роботи майстрів-калік, а також картини, що зображали карликів, гігантів, калік, людей із вродженими фізичними вадами. Наприклад, в Амбрасе була картина невідомого художника, на якій зображено чоловіка з донькою, яких називали «людьми-собаками» через надмірний волосяний покрив [58, с. 113].

Звісно, що вигляд й вид галерей та кабінетів не відповідав сучасним канонам музейних закладів, проте вони вже мали їх окремі риси. Їх зібрання складались з урахуванням певної концепції, а експозиції будувались з розрахунку на сприйняття глядачем. Також кабінети слугували джерельною базою для дослідницької роботи, а галереї – для дослідження майстерності митців попередніх періодів. Зібрання сприяли розширенню кругозору, інтелектуальному розвитку і формуванню естетичних смаків певної частини суспільства.

Паралельно з кабінетами і кунсткамерами на європейському континенті цього періоду широкого поширення набули приватні художні колекції, які часто відображали інтереси та художні смаки своїх власників – представників знатних родів та багатих містян. Частина закритих, приватних зібрань стає доступною для споглядання. До роботи над подібними експозиціями власники залучали художників, видатних архітекторів, які повинні були створити певну концепцію експозиції та врахувати її сприйняття глядачем. Проте доступність подібних експозицій

залежала від доброї волі власників [43, с. 18]. Франческо I Медичі 1584 р. відкрив для доступу свою колекцію мистецького зібрання, розміщену у споруді авторства відомого архітектора Джорджио Вазарі. Сьогодні це галерея Уффіцци. А в 1739 р. остання представниця династії Медичі Марія Людовіка передала колекцію у державну власність [17].

Ще один відомий музей виник на основі приватного зібрання, а саме Кабінет Амербахів, що згодом перетвориться на базельський Художній музей. Засновник династії Йоган Амербах володів успішною типографією та займався колекціонуванням. Перевага надавалась роботам сім'ї Гольбейнів, проте в колекції зустрічаються роботи А. Дюрера та У. Графа, з якими Й. Амербах був знайомий. Його онук Базиліус Амербах колекціонування зробив справою свого життя, маючи вдалу юридичну практику й майже необмежені фінансові можливості, він купував на торгах цілі спадщини. Купуючи картини, він намагався й віднайти до них ескізи. Після його смерті колекція перейшла у спадок нащадкам, але 1648 р. один із них заповів продати її, а кошти поділити між своїми дітьми. За родинну колекцію запропоновано величезні кошти купцем з Амстердаму, проте міська влада вирішила викупити її для Базельського університету 1662 року. Після цього колекція стала надбанням міста й майже одразу стала публічною, що для того історичного періоду було рідкісним явищем. Для публіки музей, що називався Університетським зібранням, був відкритим у другій половині дня щочетверга, проте науковці та іноземці могли відвідувати заклад в інші дні за попередньою домовленістю. Також всі відвідувачі залишали відгуки про музей у «Золотій книзі» [40]. Наповнюватись музей творами-подарунками від приватних осіб почав у XIX ст.

Починаючи з середини XVI ст. до художніх експозицій поступово додаються зліпки з видатних творів античної скульптури, а з часом і декоративно-ужиткового мистецтва. Копії, що знімались з античних шедеврів прикрашали королівські палаци Франциска I у Парижі та

Філіппа IV у Мадриді. Також зліпки ставали необхідними зразками у навчальних кабінетах університетів та мистецьких шкіл, де вони ставали наочним матеріалом у підготовці майстрів й знавців зображувального мистецтва. Вважалося, що в основі ідеї художнього зібрання музею в кінці XVIII ст. лежав погляд мати для експонування зразки, що найбільш повно розкриватимуть картину розвитку мистецтва. Проте заволодіння оригіналами не завжди було реальною справою, тому зліпки отримали визнання у якості необхідної частини музейної експозиції.

У XVIII ст. публічні музеї стають невід'ємною частиною суспільного життя. Так, 1750 р. у Парижі картини з Люксембурзького палацу дозволені для публічного споглядання, в першу чергу, студентам і діячам мистецтва. Пізніше ця колекція була передана до Лувру.

Першим музеєм нового типу вважається Британський музей у Лондоні. Музей виник на основі колекції практикуючого лондонського лікаря Хенса Стоуна, який вирішив передати свою колекцію, що налічувала більше 79 тис. експонатів [12, с. 5]. Також до майбутнього музею увійшло ще два великих зібрання. Перше зібрання належало антиквару і бібліографу Роберту Коттону, нараховувало багату колекцію манускриптів, книг, монет, його було передано онуком. Друге зібрання належало лорду Роберту Харлі, важливого політичного діяча, та складалось з 8000 унікальних рукописів. Музей було відкрито 1759 року, проте для його відвідування потрібна була письмова реєстрація на кілька місяців наперед, що не була запорукою отримання вхідного квитку. Так на 1773 р. утворився листок очікувань, що містив імена 2000 бажаючих відвідати музей, а на початку XIX ст. до музею пускали лише пристойно вдягнених осіб [26, с. 3], тому музейна експозиція була побудована із розрахунку на людей, які мають солідний багаж знань. Колекція експонатів музею зростала завдяки купівлі парламентом приватних колекцій, частина артефактів опинилась у музеї за не визначених обставин, що до сьогодні спричиняє претензії з боку Греції та Єгипту щодо

повернення культурних цінностей [9]. Вільний доступ до музею було відкрито лише у другій половині ХХ ст.

Саме музеї у сучасному значенні цього слова почали створюватись лише у ХVІІ-ХVІІІ ст. Так, наприкінці ХVІІІ ст. видатний французький художник, творець художньої політики революційного уряду, організатор художніх конкурсів та яскравих народних святкувань Жак Луї Давид у зверненні до Конвенту сказав, що є оманою вважати музеї марним зібранням предметів розкоші, що існує задля задоволення цікавості. Він прагнув перетворення музею у школу великого значення, доступну для широких кіл населення, відвідування якої стане поштовхом до розвитку естетичного сприйняття [106]. Проте історія наповнення французьких музеїв і Лувру, зокрема, характеризується багатьма перипетіями, що були пов'язані з завойовницькими війнами, бажанням місцевих еліт зберегти частину національного спадку.

Фонди музею значно наповнились за рахунок масових конфіскацій та реквізицій художніх цінностей з країн, що завойовувались французькими військами. Тобто подібний культурний грабунок мав теоретичне виправдовування, що творіння людської геніальності мають слугувати вільним людям, про що й говорив Ж.Л. Давид. Генеральний директор Лувру барон Денон намагався розмістити в музеї як найбільше реквізованих шедеврів, він не зважав і на родинні зв'язки з імператором Наполеоном. Так, наприклад від іспанського імператора Жозефа Бонапарта він вимагав зібрання Габсбургів. Проте Жозеф Бонапарт не хотів позбуватися художнього спадку й відправив у Париж 20 картин, які було вилучено з монастирів. Але Денон після з'ясування низької художньої вартості полотен, особисто виїхав до Мадриду, де зміг забрати 250 полотен за власним вибором. Таким чином Лувр отримав роботи Веласкеса, Рибери, Гойї, Босха [53]. Грунтовні знання з мистецтва сприяли тому, що Денон намагався комплектувати музейне зібрання у відповідності до повноти. Кошти, які музей отримував за продажі гравюр, зліпків, каталогів

йшли на закупівлю нових експонатів. Твори мистецтва, які не визнавались видатними і достойними знаходяться у Луврі, передавались до провінційних музеїв, в тому числі на приєднаних територіях таких як Мілан, Венеція, Женева, Майнц та ін. Отже у музеї було зосереджено найбільш широка художня колекція античного і західного мистецтва. Також використання цього музею сприяло й соціокультурним зрушенням у розумінні музею як виразу публічності, як нейтрального закладу у релігійному й політичному сенсі, що сприяє збереженню культурного спадковості. Але в 1815 р. історична ситуація кардинально змінилась. Усі художні трофеї було визнано такими, що підлягають поверненню. Це стало першою в історії повномасштабною реституцією культурного спадку. Без урахування рукописів і книг, було виставлено список цінностей на понад 5.000 предметів. Але завдяки зусиллям керівництва, в Луврі збереглось багато картин та статуй, що були сюди привезені як трофеї. Також реституція не торкнулась провінційних музеїв. Однак багато з творів мистецтва, що повертались на свою батьківщину, ставали ядром національних і територіальних музеїв, наповнювали вже існуючі і таким чином розширювали культурний потенціал цієї установи.

Варто вказати, що військові походи французів, сприяли розграбуванню і руйнації зібрань, які склались десятиліттями й століттями. Тобто це стало першим в європейській культурі широкомасштабним переміщенням культурних цінностей до іншої країни. Не зважаючи на негативні аспекти музейна політика Республіки мала й позитивні аспекти. Основний з них крився у широкому поширенні публічних музеїв у Франції та на територіях, що опинились під її юрисдикцією. Одні музеї створювались французькою владою, інші стали непрямым результатом війн, треті з'явилися завдяки реституції цінностей до країни походження [34].

Чимало національних музеїв, як відомо, виникло на початку XIX ст. Їх керівництво намагалось отримати археологічні експонати з різних

куточків світу від доісторичних часів до середньовіччя. Поповнення колекцій відбувалось шляхом купівлі, обміну та копіювання. Мережі, якими подорожували музейні об'єкти, складали дипломати, аристократи, політики, священики, науковці, військові чини. Також інтенсифікували контакти між музейними закладами та університетами, залучали приватних дилерів та перетворюючи музеї у центри не лише концентрації певних артефактів, але й місце їх наукового вивчення і осмислення.

В Англії перші публічні музеї виникали на основі колекцій приватних осіб, тоді як на території континентальної Європи вони з'являлись у результаті поступового проникнення доступності, відкритості раніше закритих зібрань монархів. У деяких галереях спочатку було дозволено огляд експозицій художникам, любителям мистецтва, вченим та іноземцям. Що давало останнім добру нагоду для розширення власного художнього світогляду та проведення мистецтвознавчих досліджень. Так, Дрезденська галерея та Мюнхенська Пінакотека відкрились уже кваліфікованої публіки. Ближче до кінця століття деякі палацові галереї відкрились для широкого загалу. Серед прикладів можна назвати Віденську імператорську галерею, вхід до якої був платним і обов'язковим був супровід груп відвідувачів хранителями, що покращувало контроль за збереженням пам'яток, а з іншого боку, – створювало умови для народження перших екскурсиводів.

За заповітом останньої з роду Медичі художні скарби галереї Уффіци переходили 1743 р. у власність Тосканської держави з певними обмеженнями, а саме: ніколи не залишати Флоренцію, бути доступними для широкого загалу, що допомогло концентрації пам'яток культури у межах держави.

Формування основних європейських музеїв завершилось, як відомо, у ХІХ ст., коли вони стали доступними для широкого загалу: такими стали Віденський музей історії мистецтв, Національна галерея та Галерея Тейт у Лондоні, Стара і Нова Пінакотеки у Мюнхені тощо.

При цьому варто зазначити, що загальні зміни в культурі XIX ст., вплив інтелектуальної та художньої течії Романтизму, створили умови для появи визнання цінності окремої особистості та свободи художньої творчості, що підсилювало інтерес до митців. Саме це й стало часом, коли виникали перші світові музеї, перераховані вище, що почалося активне колекціонування творів сучасного мистецтва, а в основі своєї концепції кожне подібне зібрання поступово утверджувало зразки національної самосвідомості.

Отже, музей з обмежено доступного елітарного закладу, яким він був на початку зародження самої ідеї колекціонування, почав відчиняти свої двері для відвідувачів та перетворюватись у відкритий майданчик, здатний не лише демонструвати певні художні пам'ятки, але й перетворюючись поступово й на дослідницький центр.

1.2. Еволюція сучасного музею як установи культури

Отже, перші європейські музейні заклади збирали й виставляли в одному демонстраційному просторі зразки світу природи, зразки, створені людиною, та логіка їх вела у бік спеціалізації. Ідеї щодо формування спеціалізованих музейних зібрань почали міцно закріплюватись на початку XIX ст. Їх поява носила суб'єктивний характер та виходила з процесів диференціації в різних галузях знань. А саме: виокремилась етнографія з географічної науки, зі спеціальних історичних дисциплін археологія з мінералогії геологія і палеонтологія. Процеси наукової диференціації не могли не вплинути на характер зібрань та організаційну структуру музеїв як сховища першоджерел певних дисциплін. Тобто технічний прогрес та урбанізаційні процеси мали значний вплив і на розвиток музейної справи, надавши йому певної логіки та системності.

У XIX ст. починається розквіт художніх музеїв. Більшість із них своїм корінням сягає палацових зібрань, що під впливом нових віянь у суспільній свідомості ввело їх до публічної сфери. Наповнюючи свої

зібрання, систематизуючи матеріали, вони поступово перетворювались на спеціалізовані заклади, що здатні задовольнити цікавість не лише широкого загалу відвідувачів з історії мистецтва, його окремих видах, жанрах, але й професійних митців та дослідників [57, с. 318]. Ідеї Романтизму значно вплинули на критерії оцінки мистецьких досягнень минулого. Це проявилось у тому, що прихильники ідей романтизму відстоювали ідею свободи художньої творчості від правил та еталонів, говорили, що окрім довершених творінь давніх греків і римлян, є мистецтво, яке не вписується у класичні канони, а його творцями є представники інших народів. Подібні ідеї вплинули на зацікавленість та формування спеціалізованих зібрань візантійського, давньо християнського, східного, середньовічного мистецтва.

Величезний культурно-мистецький пласт відкрила археологія, що принесла знання та видатні відкриття на територіях Єгипту, Греції, Передньої Азії. Починаючи з середини століття провідні європейські держави домовлялись з Туреччиною про організацію експедицій до давніх вогнищ культури, що сприяло появі у європейських музеях нових експонатів та розвитку спеціалізації художнього колекціонування. Так боротьба за володіння шедеврами крито-мікенської, єгипетської та давньосхідної цивілізацій вийшла на міжнародний рівень. Франція змогла заволодіти однією з найкращих давньоєгипетських колекцій за межами Каїру, отримати більше 1.000 грецьких ваз та бронзових виробів, статую Венери Мілоської, а також віднайти 118 фрагментів статуї богині Ніки, після 20-річного реставрування якої, її встановлено у Луврі. Проте скористатися єгипетськими скарбами не вдалось повною мірою, адже художньо-археологічні пам'ятки, зібрані французькими вченими, було конфісковано англійцями.

Варто зазначити, що англійський парламент, починаючи з кінця XVIII ст., виділяв кошти на придбання Британським музеєм єгипетських старожитностей та творів античного мистецтва, а також високопосадовці

використовували свій статус для отримання бажаних екземплярів мистецтва. Таким чином лорд Елджин зняв і вивіз більшу частину уцілілих скульптур Парфенону. Проте виставлення цих експонатів зробило переворот в уявленнях європейців про вершини майстерності давньогрецьких митців. Під час подальших розкопок давньогрецьких територій виявлені пам'ятки сприяли отримання музеєм фрагментів пам'ятників, які давньогрецькі письменники називали чудесами світу, а саме: Галікарнасського Мавзолею та храму Артеміди в Ефесі. Також археологічні розкопки сприяли тому, що музей отримав найкращу у світі колекцію асирійської культури – бібліотеку царя Ашурбаніпала, зібрання глиняних табличок написаних клинописом нараховує 120 тисяч екземплярів, що становить майже половину від усіх відомих у світі [9; 37]. Ще на початку XIX ст. Британський музей володів не великою колекцією творів мистецтва, проте саме за рахунок поповнення колекції художньо-археологічними зразками, він отримав надзвичайно багату та унікальну колекцію.

Так, найбільше у світі науково-природниче зібрання зростало завдяки зусиллям дослідницьких, військових й торгівельних експедицій, що споряджалися Великобританією. Багато зразків було привезено відомим мореплавцем Джеймсом Куком, а у 1781 р. свої колекції передало Лондонське королівське товариство з розвитку знань про природу. Одночасно відбувалося поповнення художньо-археологічної та етнографічної колекції. На початку 1880-х рр. переповнені відділи музею розділено, науково-природниче зібрання перевезено до спеціально збудованого приміщення до Південного Кенсінгтону.

Вважаємо за необхідне наголосити, що протягом XIX ст. Британський музей здолав шлях стосовно перетворення у спеціалізований заклад, що зберігає унікальні пам'ятки культури майже усіх цивілізацій. У його фондах та залах представлено одне з найбільших зібрань предметів матеріальної культури та художньої творчості Давнього Єгипту, десятки

тисяч історико-культурних пам'яток та творів мистецтва цивілізацій Близького Сходу; давньогрецький та давньоримський періоди представлені усіма історичними етапами; колекція ранньо-індійського мистецтва є найбільшою за межами Індії; зібрання гравюр та малюнків включає роботи майже всіх європейських митців з періоду раннього Середньовіччя. Також надзвичайно глибоким є бібліотечне зібрання.

Також значними здобутками у поповненні колекцій можна відзначити й Берлінські музеї й особливо Пергамон музей [44]. Вказаний заклад став одним із перших значних архітектурних музеїв світу, що дає можливість відчутти структуру, пропорції та систему декору, реальні розміри храмових та світських будівель давніх цивілізацій. Його зали уміщують зразки монументальної архітектури оригінальних чи точних копій. Назву музей отримав від Пергамського вівтаря, збудованого у II ст. до н.е. Шедевр архітектури еллінів знаходився у вкрай понівеченому вигляді. Німецькому інженеру К. Гуману вдалось організувати заходи зі збереження пам'ятки, археологічну експедицію, віднайдені частини споруди було відправлено до Берліну, де майже 20 років йшла робота з відновлення, що включала й доповнення відсутніх частин мармуром та штучним каменем. Також особливо важливим експонатом є монументальні мармурові ворота II ст. з міста Мілет. Їх також довелось відновлювати за фрагментами. Треба вказати, що жоден музей не володіє настільки унікальними зразками нововавилонського архітектури, які представленоу Пергамському музеї [48].

Процеси розділення колекцій та виокремлення науково-природничих зібрань відбулись у віденському Музеї природничої історії, що був заснований 1748 р. У 1876 р. чудові етнографічні зразки було передано до Музею народного мистецтва. У 1881 р. ботанічні, зоологічні, палеонтологічні, мінералогічні колекції перевезено до Палацу природи.

Один з найдавніших зоологічних музеїв світу, «Ла Спекола» вийшов з кабінету при Флорентійському університеті, а у 1775 р. його було

перетворено у загальнодоступний заклад. У його назві відбивається назва давньої астрономічної обсерваторії, частину приміщення якої він займає. Його фонди складались із заспиртованих тварин, скелетів та чучел, а й з живих молюсків, амфібій, рептилій. Найбільшу цікавість викликали натуралістичні воскові анатомічні моделі препаратів частин тіла людини, іноді вони були у кілька разів збільшеному вигляді. Цю колекцію моделей створювалась протягом 70 років, що її робить також пам'яткою історії.

Також процеси спеціалізації відбилися на збиральницькій роботі Національного музею природничої історії, який було засновано у 1793 р. на основі паризького Королівського саду лікарських рослин й закінчилися у ХХ ст.

З початком ХІХ ст. науково-природничі музеї починають комплектувати свої зібрання за принципом повноти. Це сприяло систематизації зібрань та появі нових вузькоспеціалізованих музеїв. Часто їх присвячували окремим науковим дисциплінам, наприклад ботаніці, біології палеонтології, мінералології, й створювались вони як складові провідних наукових та освітніх закладів.

Проявом духу часу та нових суспільних потреб стала й поява музеїв науково-технічного профілю. У 1794 р. французький уряд вирішує на основі конфіскованих колекцій створити загальне сховище моделей, машин, пристроїв, інструментів, рисунків, креслень та книжок, так було створено Консерваторію мистецтв та ремесел. Її завдання полягало у використанні машин та інструментів, сприянні розвитку ремісництва та передових технологій. Проте швидкоплинність часу експонати застарівали та перетворювались на пам'ятки історії, що призвело до того, що Національний музей техніки у Парижі з центру навчання передовим технологіям перетворився у сховок технічних досягнень минулого. Можна відзначити, що у його багатій колекції є одна з найкращих у світі колекцій годинників, ранні зразки фотоапаратури, друкарська машинка,

сконструйована Б. Паскалем, автомобіль Бенц 1898 р., колекції залізничних локомотивів і вагонів, велосипедів.

Важливою віхою в історії музейництва стали всесвітні виставки другої половини XIX ст. Організація всесвітніх виставок, висока їх відвідуваність стали свідченням віри людей в прогрес та цікавість до технічних досягнень. Та й ці артефакти суттєво розширювали уяву людства про досягнення цивілізації.

Із проведенням виставок пов'язані й архітектурні досягнення приймаючих країн. Місто-організатор отримував нові пам'ятки, певні архітектурні ансамблі згодом ставали приміщеннями музеїв. Організація виставок передбачала необхідність швидкого будівництва й демонтажу павільйонів сприяли пошуку нових архітектурних форм та технічних прийомів. Таким чином величезна кількість експонатів та великий потік відвідувачів, вплинув на інженерні рішення для споруд, в яких використовували метал, скло, залізобетон, удосконалені каркасні конструкції тощо. Тим більше, що здобутки цивілізації надавали таку можливість. А відтак ці установи ставали надзвичайно привабливими і з цієї точки зору.

Першопочаткова ідея проведення виставки із всесвітнім характером належала Британії, оскільки вона була найбільшою колоніальною й індустріальною державою, яка в промисловому розвитку переважала інші держави. Прибуток від виставки було використано для придбання землі, на якій було побудовано приміщення для кількох музеїв. Роль цієї виставки була значна, адже вона показала сучасний стан промисловості у різних країнах та стимулювала ідеї розвитку вільного ринку. Виставка мала надзвичайно великий резонанс, її відвідало більше 6 млн. осіб, що стало прецедентом у проведенні міжнародних заходів. Експозицію було організовано за тематичним принципом і можна було побачити різні промислові товари, починаючи від зразків декоративно-ужиткового мистецтва, музичних інструментів, до меблів й тканин. Одним з важливих

результатів стало відкриття музею декоративно-ужиткового мистецтва [28].

Відтепер організація подібних заходів набувала іншого характеру. Часто проведення виставок було пов'язано з важливими датами. Так, виставка 1889 р. була приурочена до століття Великої Французької революції. Проілюструвати велич Франції відповідної епохи та Парижу як найкращого міста був покликаний Путівник, упорядкування якого було покладено на відомих письменників – В. Гюго, Т. Готьє, Е. Ренана. Також Париж отримав Ейфелеву вежу, архітектор якої вже мав за плечима досвід будівництва більше, ніж 50 залізничних споруд, створив внутрішній каркас статуї Свободи. До проведення виставки у 1900 р. потрібно було модернізувати місто, позбутись старих будівель та побудувати нові й сучасні[45]. Так у місті з'явився вокзал Орсе, що міг приймати одразу кілька потягів та розкішний готель, який у 1986 р. перетвориться на музей. Також було побудовано павільйони у національних стилях, в яких туземці займались звичними для них справами. Організатори ставили за мету, щоб відвідувачі могли побачити на власні очі африканське та індокитайське житло, відвідати мечеть або східний ринок, почути невідому їм музику, побачити представників інших рас [27]. Значний інтерес представляли панорами та стереограми, що створювали ілюзію руху та присутності. Отже, виставка стала каталізатором оформлення спеціалізованих етнографічних музеїв та нових за формою музеїв під відкритим небом – скансенів. Вона також продемонструвала значний потенціал і прогресу та інтерес людності до подібних форм.

В західній Європі, не зважаючи на значну кількість музеїв, що виникли у XVIII - початку XIX ст., відвідування музею навіть у середі освічених людей не було популярним. Питання підняття суспільного інтересу піднімався у колах аристократії та інтелігенції. Наприклад, у створенні Британського музею розуміли необхідність не лише зосередити універсальне знання, а як засіб розвитку національної культури, науки та

мистецтва. Це все мало слугувати просвіті населення. Також у цей період починають змінюватись мотиви відвідувачів музею. Раніше огляд колекцій був пов'язаний із дослідженням певних аспектів культури або певних предметів, зустрічі зі спеціалістами, розширення кругозору, тобто це був професійний інтерес. Тоді як згодом сам факт відвідування музею підвищує суспільний статус людини, що його відвідувала.

На формування музейних зібрань XIX ст. значний вплив мав інтерес до національного мистецтва, регіональної історії, самоусвідомлення національних сегментів тощо.

Отже, загальні зміни в культурі XIX ст., коли виникали перші світові музеї сучасного мистецтва та оформлювалась їх концепція, були пов'язані з утвердженням національної самосвідомості та пошуком національної самобутності, а також пошуком нових форм позиціонування цих структур у суспільній свідомості.

Розвиток художньої сфери поступово готувало підґрунтя для розвитку музею сучасного мистецтва як самостійної соціокультурної установи. Так у Франції в другій половині XIX ст. відбувається зміна самовизначення мистецтва, що протиставляло себе офіційній художній культурі, експонування сучасного, часто експериментального мистецтва на паризьких та інших виставках, сприяло зародженню передумов появи нової інституції – музею сучасного мистецтва. З другої половини XIX ст. музеї національного мистецтва починають з'являтися й у інших європейських містах. Так, 1876 р. у Берліні відкрито Національну галерею, будівля якої відповідала новітнім досягненням техніки та експонувала твори німецьких художників. Її історія розпочалась у 1861 р., коли за заповітом колекція сучасного мистецтва, що належала консулу Вагнеру, відійшла прусській державі. А у подальшому колекція розширювалась стараннями директорів галереї [128].

В Англії музей відкрито 1897 р. у присутності принца та принцеси Уельських. Ідея створення національної колекції британського мистецтва

почалась із заповіту сера Чантрі, який 1840 р. залишив для цієї справи кошти, та почала втілюватись у життя після того, як до неї долучився великий промисловець Генрі Тейт з дружиною Емі Хіслоп. Він запропонував фінансування закладу, якщо уряд надасть місце та виділить щорічний грант. Проте затримка була у підборі території для майбутнього закладу, оскільки вже тоді у місті відчутна була нестача землі. З часом Тейт профінансував й добудови галереї, що майже подвоїли її площу [60]. З роками галерея наповнювалась картинами майстрів всіх періодів і перетворилася на потужний експозиційний центр.

Також наприкінці століття виникає один із найбільших музеїв національного мистецтва Російської імперії – Третьяковська галерея, головною метою ініціаторів її створення стало бажання популяризувати мистецтво та привернути увагу суспільства до ролі живопису у формуванні внутрішнього світу людини [18]. Історія галереї розпочалась з купецького будинку в Москві, в якому Павло Третьяков розмістив перші придбані роботи голландських майстрів. Ставлячи перед собою завдання створити національну галерею, він до підбору експонатів підходив з позицій історика, вважав за необхідне додавати значні роботи, що сприятимуть розумінню етапів і тенденцій розвитку російської живописної школи. Протягом певного часу споглядати роботи могло лише обране коло друзів родини, але у 1867 р. вона вперше стає доступною для широкого загалу, плата за відвідування не була потрібною. З роками колекція збільшувалась, доводилось прибудовувати нові частини. У 1892 р. Петро Третьяков передає галерею у якості подарунку державі після смерті свого брата Сергія, який мав колекцію із зразків західноєвропейського живопису, сформувавши відповідний культурний центр.

З питанням наповнення Третьяковської галереї тісно пов'язано вивезення артефактів з українських музейних фондів, що й до сьогодні не перестає гостро відчуватись у культурно-мистецькій та науковій середі. Найбільша їх кількість зберігається в Збройній палаті в Кремлі,

Третьяковській галереї, Ермітажі, Московському історичному музеї [23; 58]. В реаліях загострення військової агресії проти нашої країни, країна-терорист РФ не відповідає на запити щодо повернення культурних цінностей, що були вивезені з українських музеїв, храмів, архівів у різні часи починаючи від часів самодержавства, а нині українські музейні установи потерпають від цілеспрямованого знищення [16].

Також кінець XIX ст. став періодом появи музею нового типу – музею під відкритим небом. Його концепцію було розроблено шведським етнографом Артуром Хазеліусом. Це стало можливим, оскільки саме з сільськими традиціями і культурою почали ототожнювати традиційну культуру та самобутність народу. Принципово новим став показ зв'язку функціонального зв'язку пам'яток з іншими об'єктами, тобто відтворення історичної середи. До кінця сторіччя виникла ціла мережа схожих музеїв, які об'єднано назвою «скансени». Ідеї музеїв під відкритим небом першими підтримали норвежці, відкривши музей у 1894 р. в Осло, наступним став відкритий 1904 р. музей в Ліллекхаммері. Більшість музеїв в Норвегії створювались на півдні країни, а також на основі пам'яток, що зберігаються на своєму місці [6]. В Німеччині головний музей-скансен з'явився в передмісті Берліну з ініціативи вчителя і краєзнавця Фосса. Так, 1899 р. було вперше перенесено споруди житла першої половини XVII ст. з Нижньої Сілезії. На початку 1900-х рр. створюється ще три нові музеї, що засвідчило зацікавленість у охороні народної культури і архітектурних об'єктів. Інші європейські країни такі як: Швеція, Фінляндія, Данія, Ісландія, Польща, Литва та інші відкривали музеї просто неба починаючи з XX ст., особливо активно вони створювались у період між світовими війнами.

В Україні також є подібні заклади, найбільш відомими серед яких є: Національний музей народної архітектури та побуту України, Закарпатський музей народної архітектури та побуту, Музей народної архітектури та побуту Середньої Наддніпрянщини, Музей історії

сільського господарства Волині, Музей народної архітектури та побуту ім. Климентія Шептицького у Львові, скансен «Запорізька Січ» та інші.

Висновки до першого розділу

Отже, музей виступає інститутом минулого, адже у всіх його історичних формах від кунсткамер XVI-XVII ст. до сучасних діджиталізованих музеїв, він є тісно пов'язаний з історією. При цьому для кожного з етапів розвитку характерними є свої форми взаємодії цієї установи з минулим.

Кунсткамери були колекцією рідкісних або дивних речей, сучасних для їх збирачів або ж давніх, їх призначення полягало у формуванні уяви глядачів дивиною. Приватні портретні галереї повинні були демонструвати багатство й велич своїх власників, що визначались їхнім родоводом. Важливими функціями музеїв, що постали з кунсткамер та приватних портретних галерей наприкінці XVIII-XIX ст. стала систематизація знань та збереження артефактів минулого для майбутніх поколінь.

Період середньовіччя позначився систематичним колекціонуванням предметів мистецтва. У митців з'являються покровителі, які своєю збиральницькою діяльністю зробили значний внесок у збереження старожитностей. Також значним поштовхом до зростання колекцій стали Великі географічні відкриття, що сприяли наповненню колекцій зразками невідомого тваринного й рослинного світу, мінералами, різноманітними інструментами та знаряддями.

У XVIII ст. загальною частиною суспільного життя стають публічні музеї, які відкриваються свої двері для широкого загалу. Також основне завдання музеїв – дослідження та систематизація колекцій, – відображається в публікаційній діяльності, тобто відбувається публікація повних каталогів творів, наукових та науково-популярних видань.

Музейна репрезентація сучасного мистецтва виникла майже одночасно з формуванням музею як соціокультурного закладу. Адже в

складі колекцій перших публічних європейських музеїв, починаючи від XVIII ст. ми бачимо й твори сучасних митців.

Розглядаючи це питання потрібно вказати й на значну роль Всесвітніх виставок у створенні музеїв нового напрямку, а саме етнографічних музеїв та музеїв-скансенів, що репрезентували історико-етнографічні особливості різних народів. Так, подібні музеї виникали у великих колоніальних державах таких як: Великобританія, Франція, Німеччина, основою експозицій ставало життя та традиції поневолених народів. Проте Північноєвропейські країни при створенні скансенів керувались іншим задумом – збереження та охорона архітектурних об'єктів та народної культури.

Вказано на значну роль Всесвітніх виставок у створенні музеїв нового напрямку, а саме етнографічних музеїв та музеїв-скансенів, що репрезентували історико-етнографічні особливості різних народів. Так, подібні музеї виникали у великих колоніальних державах таких як: Великобританія, Франція, Німеччина, основою експозицій ставало життя та традиції поневолених народів. Проте Північноєвропейські країни при створенні скансенів керувались іншим задумом – збереження та охорона архітектурних об'єктів та народної культури.

РОЗДІЛ 2. СУЧАСНА МУЗЕЙНА МЕРЕЖА ЄВРОПЕЙСЬКОГО КУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА.

2.1. Сучасний музей у культурній практиці Європи

Основними тенденціями, що були поширені у розвитку музейної сфери та визначали напрямки формування музейної мережі європейського культурного простору періоду від другої половини ХІХ ст. стало виникнення спеціалізованих музеїв, що сприяло розширенню музейної мережі та заклало підвалини сучасної класифікації. У подальшому на рубежі ХІХ–ХХ ст. відбувається «колекціонерський бум», що став ознакою масової культури, а також «музейна революція», яка була направлення на зміну культурного дозвілля, передусім, робітничого прошарку населення, зміну ставлення до музею у бік його відкритості широкому загалу. Приватне колекціонування та музейне будівництво виходять на новий рівень й стають культурною модою. Варто зазначити, що музейна діяльність у тих напрямках і масштабах, які виникли у ХХ ст. стала можливою завдяки консолідації усіх зацікавлених сторін на міжнародному рівні.

Виникнення нових спеціалізованих музеїв стало свідченням того, що протягом ХІХ ст. відбувались процеси диференціації у сфері мистецтва. Так у самостійний вид виокремилась графіка, чому й посприяло виникнення літографії. Поруч із формуванням гравюрних кабінетів у Британському музеї, галереї Уффіци з'являються й самостійні спеціалізовані заклади. Одне з найбільших у світі зібрань графіки належить Віденському музею Альбертина, що був відкритий у 1873 р., в основі було покладено колекцію герцога Альберта Казимира Августа та нараховувала 15 тисяч малюнків і 160 тисяч гравюр. У 1920 р. музей Альбертина було передано у державну власність та об'єднано з гравюрним кабінетом Віденського університету. Від тепер колекція нараховувала більше 35 тисяч малюнків й більше мільйона гравюр, літографій, плакатів.

Також друга половина XIX ст. стала періодом виникнення спеціалізованих музеїв декоративно-ужиткового мистецтва, художніх промислів та ремесел, що за першопочатковим задумом були покликані проілюструвати технічні процеси та продемонструвати гарні дизайнерські зразки, головними адресатами мали бути майстри різних професій. У середині XIX ст. процес розмежування між художнім ремеслом та промисловим виробництвом вступає у завершальну стадію. А у 1851 р. на Всесвітній виставці у Лондоні зразки майстрів та зразки промислово виготовлені уперше продемонстровано окремо. Також ця виставка привертала значну увагу будівлю, яку умовно названо «Кришталевим палацом». Їго було спроектовано садівником Джозефом Пакстоном. Модульна конструкція з заліза та скла охоплювала територію у 18 акрів (майже 7,3 га). У день відкриття виставки в палаці працював кришталевий фонтан, що також був складною спорудою зі скла, прикрашеною готичними арками та пірамідами. Виставкові стенди, вітрини та павільйони нагадували щедро оформлені прилавки, вишукані шафи та палацові інтер'єри, демонстрували інструменти, верстати, машини, обладнання, вироби художнього ремесла, меблі, вази, гобелени та інші предмети розкоші [28]. Навколо палацу розташовувались ресторани та танцювальні зали, організовувались для відвідувачів концерти, регати, польоти повітряною кулею. Таким чином, ми бачимо бажання організаторів виставки привернути більше уваги, створюючи додаткові послуги з організації культурного дозвілля відвідувачів. Виставка мала надзвичайний успіх та високу відвідуваність, що й сприяло прийняттю рішення про її роботу на постійно діючій основі. Для цього королівська парламентська комісія вклала прибуток від проведення виставки у купівлю нерухомості у Південному Кенсінгтоні, де було розпочато будівництво спеціального музейного комплексу. Також урядом було створено Департамент прикладних мистецтв, який був покликаний надавати

підтримку сучасному мистецтву і сприяти створенню музеїв задля формування гарних смаків у суспільства.

Вже 1852 р. відкривається Музей мануфактур в сучасному приміщенні в Мальборо-хаус. До його зібрання увійшли зразки, що демонструвались на виставці й були класифіковані відповідно до матеріалу їх виготовлення: метал, дерево, кераміка, текстиль. У подальшому музей переіменовувався кілька разів, його було переміщено й названо Південно-Кенсінгтонським музеєм науки та мистецтва. До зібрання оновленого музею входили художні та промислові колекції: скульптури, зліпки відомих споруд, моделі та запатентовані винаходи, зразки будівельних матеріалів, вироби тваринництва, продукти харчування. З часом музей відмовлявся приймати певні колекції, що мали науковий характер, концентруючи увагу на комплектуванні зібрання творами мистецтва та художніх ремесел. У травні 1899 р. королевою Вікторією закладено камінь у фундамент нового приміщення, а також знову відбувається музей перейменування, музей отримав назву Музей Вікторії і Альберта, який було відкрито для загалу в червні 1909 р. Цей музей став найбільш упізнаваним та видатним музеєм світу [30].

У другій половині XIX ст. музеї декоративно-ужиткового мистецтва, в яких зберігались, експонувались та популяризувались твори ужиткового й народного мистецтва, традиційних ремесел, художньої промисловості й дизайну, з'явилися у багатьох містах Європи – Музей мистецтв і промисловості у Відні (1863 р.), Музей ужиткового мистецтва у Берліні (1867 р.), музеї ужиткового мистецтва у Франкфурті-на-Майні (1877 р.) та Бремені (1884 р.), Музей декоративного мистецтва у Парижі (1882 р.), Торгівельно-промисловий музей у Москві (1885 р.).

У подальшому відбувається спеціалізація в сфері колекціонування декоративно-ужиткового мистецтва, що мало наслідком появу музеїв з вузько тематичним профілем. До подібних музеїв належать: Музей історії

тканин в Ліоні, Музей кришталю в Гусь-Хрустальному, Національний музей карет в Ліссабоні, Музей шпалер в Касселі.

Вирішальним етапом у подальшому розвитку музеїв дослідники називають «першу музейну революцію», що відбулась наприкінці ХІХ – на початку ХХ ст. [8, с. 11]. Основною характерною рисою якої стала поява національних музейних організацій та випуск спеціалізованих журналів. Цей період став визначальним, адже було піднято питання проблеми художніх галерей та їх соціокультурної ролі у житті суспільства, питання професійної етики, музейного менеджменту, організації музейної експозиції та роботи з відвідувачами.

Важливим кроком у розширенні музейної діяльності стало створення музейних організацій, які об'єднували своїх членів за проблемною ознакою. Вже 1898 р. було створено Асоціацію керівників музеїв для захисту від підробок та незаконної діяльності. Ініціаторами створення організації стали перший директор гамбургського Музею мистецтв та художніх ремесел Юстус Бринкман та перший директор Швейцарського національного музею Генріх Ангст.

Варто зазначити, що Ю. Бринкман був засновником руху естетичної освіти у Німеччині, головна ідея якого полягала у зв'язку естетичного й соціального прогресу. Дослідники стверджували, що безпосередній естетичний досвід людина отримує при спілкуванні з предметами декоративно-прикладного мистецтва, а це, у свою чергу, впливає на формування музейних колекцій. У цей час саме музеї декоративно-прикладного мистецтва стають лідерами музейного руху [39].

Створення Асоціації керівників музеїв для захисту від підробок та незаконної діяльності стало реакцією на збільшення випадків пропозицій музеям підробок творів мистецтва. Нова асоціація мала сприяти поширенню інформації про подібну незаконну діяльність та по можливості зупиняти її.

Перша музейна асоціація виникла у Великобританії, адже там промислова революція й відбулась раніше, ніж у інших країнах. Ще на межі XVIII–XIX ст. британські провідні галузі виробництва досягли найбільших обсягів, а протягом наступних десятиліть відбувалося лише зростання. Економічний розвиток країни супроводжувався розвитком в країні культури та науки, активізують свою діяльність численні культурні й наукові товариства.

В країні зі стрімким розвитком промисловості, ускладненням виробництва постало питання підвищення рівня освіти робітників, оскільки користь від малограмотних працівників була мінімальною. Також поширюються думки про зниження соціальної напруги у суспільстві шляхом підвищення культурного рівня населення шляхом введення до їх життя естетичних зразків. Окрім того, індустріальна модель виробництва, на відміну від аграрної, залишала час вільне проведення часу. Для країни, в якій музеї активно створювались як центри освіти та мистецтва при наукових товариствах, навчальних закладах, інститутах, спочатку не приваблювали соціальних реформаторів.

На початку 1820-х рр. починають відкриватись експериментальні класи для підвищення рівня знань робітників. Професійну підготовку могли отримувати тисячі людей. Подібні інститути готували ще й екскурсії визначними місцями, створювали колекції та організовували на їх основі виставки, що часто ставали базою для створення музею при інституті. Саме так відбувалось у Лондоні, Бредфорді, Манчестері, що сприяло поширенню музеїв в країні. Влада почала звертати увагу на питання організації дозвілля робітників, у зв'язку із боротьбою з поганими звичками. Так було створено спеціальну комісію з на чолі з Бекінгеймом, який рекомендував зусиллями уряду, місцевої влади та впливових громадян створювати музеї і бібліотеки для організації культурного дозвілля, а також запропонував прийняти закон, за яким місцева влада має узяти на себе фінансові зобов'язання з утримання музеїв. Проте тоді ж у

1835 р. парламентом прийнято «Акт про муніципальні корпорації», що значно розширював можливості місцевого самоуправління, було рекомендовано створювати в регіонах музеї, у громадських закладах розміщувати картини й скульптуру, створити у Лондоні художню школу [95].

Ще за десять років у Британії приймається закон про музеї – «Музейний акт», відповідно до якого у містах з населенням більше 10.000 осіб можуть вводити додатковий податок на створення, підтримку та розвиток музейної справи у місті. Закон пройшов легко, адже було визнано високе соціокультурне становище музеїв. Також було прийнято й акт щодо захисту творів мистецтва наукових і літературних колекцій та штрафи за зловмисне псування цих предметів. Акт про музеї набув статусу закону, проте зі змінами: для створення музею у місті необхідно набрати дві третини голосів платників податків, податок не можна піднімати, вхід до музеїв визначено безкоштовним. Таким чином було створено національне законодавство у музейній галузі.

Протягом наступних десятиліть зростала музейна мережа в країні, проте її стан був незадовільний, що викликало критику. У 1876 р. відомий англійський антрополог Уільям Генрі Флаер виголошує доповідь «Музейні зразки у освітніх цілях», в якій наголосив на необхідності професійного підходу до організації музейної діяльності. У журналі «Nature» доповідь було опубліковано дослідження археолога, куратора Манчестерського музею Уільяма Бойд Доукінса «Музейна реформа», в якій автор також піддав критиці відсутність професіоналізму у музейному житті.

В цілому, важливою тенденцією в житті Британії 1880-х рр. стало підвищення рівня професіоналізму у різних сферах діяльності, а введений 1885 р. екзамен для претендентів на держслужбу сприяло підвищенню вимог до співробітників музеїв. Важливою датою є збори 1888 р. за ініціативою Йоркширського філософського товариства представників провінційних музеїв Британії, адже тоді було прийнято рішення про

створення професійної музейної асоціації. Першим президентом асоціації став геолог і ботанік Генрі Хіггінс, який зробив значний внесок у розробку наукової класифікації, а також першим почав досліджувати музейних відвідувачів, підготував кілька путівників. За його ініціативи Ліверпульський музей почав передавати на певний час свої предмети школам у вигляді наочних посібників [84].

Першу конференцію асоціації було проведено 1890 р. Під час її роботи підіймалися питання організації та облаштування музеїв, нові методи експонування, новинки у музейній справі, проблеми роботи з відвідувачами, а також необхідність заходів, що сприятимуть підвищенню рівня привабливості закладів. Обговорення доповідей чергувалось із відвідуванням музеїв для унаочнення введення необхідних змін. Від самого початку створення асоціації до її складу входили іноземні музеї, наприклад, з Нової Зеландії, США, Шрі-Ланки, у подальшому членство іноземних музеїв було офіційно закріплено.

Також асоціація налагодила випуск щорічника, який з 1901 р. до нині випускається під назвою «Музейний журнал» [109]. Видавці ставили за мету інформувати наукові кола та суспільство про розвиток музейної справи, випускати ілюстровані статті з описами колекцій й експозицій, короткі замальовки, листи до редакції, рецензії на нові видання тощо. З самого початку заснування видання основний акцент було зроблено на висвітлення практичної діяльності.

Асоціація також готувала ґрунт для підготовки кваліфікованих музейних кураторів, підготовка яких передбачала певну кількість років практичної роботи. Перша світова війна змусила відкласти ці плани. На початку 1930-х рр. вже було затверджено правила отримання диплому музейного працівника та організовано короткі тренінгові курси для кураторів. Проте Друга світова війна зупинила цей напрям роботи, адже значна кількість британських музеїв постраждало від бомбардувань. «Музейний журнал» не припинив свою діяльність, хоча й було прийнято

рішення про зменшення його об'єму через скорочення фінансування. Протягом наступних десятиліть музейна асоціація відіграє одну з ключових ролей в новому устрої системи міжнародних організацій.

У інших країнах виникненню перших музейних організацій передувала поява професійних видань. Так, наприклад, відбувалось в Німеччині і Франції. У Франції протягом 1890-1893 рр. виходив журнал «Бюлетень музеїв: щомісячний журнал». З 1906 р. розпочато видання журналу «Музеї та пам'ятки Франції: щомісячний журнал про старе та нове мистецтво», у якому друкували дослідження з мистецтвознавства, присвячені різним музейним експонатам, а також широку громадськість інформували про виставки та експозиції, нові музейні придбання тощо. Цей журнал 1908 р. було переіменовано у «Бюлетень французьких музеїв». Зразком першої професійної організації, - Асоціації зберігачів публічних колекцій Франції, яка виникла у 1922 р., стала Музейна асоціація Великобританії. Завдання асоціації окреслювались у сфері підтримки тісних контактів з професіоналами, дослідження питань пов'язаних з науковою й адміністративною діяльністю музеїв, поширення нового досвіду музейної роботи у регіонах, критеріїв підготовки кадрів.

За схожими тенденціями відбувався розвиток музейництва й у Німеччині. З 1905 р. у Дрездені почав виходити журнал «Музеезнавство. Журнал про управління та техніку публічних й приватних зібрань», видавці якого ставили завданням налагодження тісних контактів між різними музеями країни. У подальшому саме цей журнал стане друкованим голосом Німецького союзу музеїв, створеного 1917 р. Статутом організації було визначено об'єднання роботи німецьких музеїв історико-культурного профілю та історії мистецтва, проте вже з кінця 1920-х рр. було розширено доступ й іншим музеям і до складу асоціації увійшли представники природничих університетів. У 1930-х рр. на роботу союзу негативно вплинуло становлення тоталітарної ідеології Третього Рейху, після 1934 р. припинено проведення конференцій та підкорено союз

Імперському міністерству науки, просвіти та народної освіти. Також, варто зазначити, що у результаті підписання Мюнхенського договору та вступу військ до тодішньої Чехословаччини, Союз Чехословацьких музеїв та Союз німецьких краєзнавчих музеїв в республіці Чехословаччина були змушені перейти під контроль Німецького союзу музеїв [65].

Отже, таким чином відбувалось формування перших національних музейних організацій, які ближче до 1920-х рр. починають об'єднувати не лише музеї титульних націй країн, але й музеї культур, що пов'язані з міноритарними групами. Також у цей період створюються організації, які об'єднують музейних професіоналів кількох країн на основі встановлених тісних культурних зв'язків. Першість у подібному напрямку належала Скандинавії.

1914 р. у Копенгагені було створено Скандинавський музейний союз, до якого увійшли представники професійних товариств Швеції і Норвегії, згодом приєднались Фінляндія, Ісландія та Фарерські острови. Серед ініціаторів створення союзу можна побачити відомих науковців та музейних діячів таких як: Еміль Ганновер (один з найвідоміших датських мистецтвознавців), Харрі Фетт (активний учасник руху за збереження культурної спадщини Скандинавії, налагодив співробітництво з першими норвежськими скансенами), Ерік Веттергрєн (головний хранитель Національного музею та очільник Королівського драматичного театру). Союз об'єднував художні музеї різних типів та сприяв розвитку співробітництва. Природничі музеї до союзу увійшли у 1970 х рр. Журнал «Музеї Скандинавії» виходив з 1932 р. шведською, датською й норвежською мовами. У регіоні діють й національні музейні союзи.

Першою міжнародною музейною організацією стало Міжнародне бюро музеїв, створене у 1926 р. Головна увага була сконцентрована на роботі художніх, етнографічних та археологічних музеях, що й відображало рівень розвитку музейного сектору та окремішність векторів наукових та художніх музеїв. З метою створення широкого майданчику

для дискусій у 1927 р. було створено власне періодичне видання «Мусейон». У результаті переіменувань видання отримало назву «MuseumInternational» й до нині залишається авторитетним у музеології [124].

Одним з найбільш актуальним напрямків діяльності бюро була розробка заходів для забезпечення музеїв та пам'яток історії і культури у військовий час, особливо під час бомбардувань. Подібна занепокоєність та бажання віднайти найкращі можливості захисту цінностей, впливали й на дослідження музейників, які досліджували техніку бомбардувань, шукали різні способи захисту від них музеїв, рухомих та нерухомих пам'яток, розробляли питання тимчасової евакуації предметів з зон бойових дій. Також співробітниками бюро було розроблено проект створення Комісії з пошуку, збереженню й репатріації творів мистецтва та історичних документів, незаконно переміщених з окупованих територій. Проте після війни бюро не довго функціонувало й після створення у 1945 р. Ліги Націй було створено нову міжнародну організацію. Вже 1946 р. за ініціативи президента Американської асоціації музеїв створено Міжнародну раду музеїв (International Council of Museums, ICOM), що визначала своєю метою організацію співпраці та взаємодопомоги між музеями, а журнал «Museum» почав висвітлювати діяльність музеїв усіх профілів та типів, звертаючись до широкого загалу [119; 105].

У повоєнне десятиліття музейне співтовариство почало звертатися до проблеми незаконного вивозу культурної спадщини, що відобразилось у публікаціях та розробці проекту конвенції. Особливо питання актуалізувалось, коли до складу ЮНЕСКО та ІКОМ ввійшли держави, які отримали незалежність після розпаду колоніальної системи. Проте проблема реституції розглядається неоднозначно, відстоюючи не можливість порушення музейних колекцій своїх країн, доступність більш широкій публіці надбань. Так, наприклад складність і заплутаність реституційних проблем яскраво проявляється у небажанні Британського

музею повертати пам'ятники Греції, що не відповідає нормі закону 1963 р. про заборону відчуження власності музею. Проте Конвенція 1970 р. про заборону і упередження незаконного обігу культурних цінностей, мала значний вплив й на країни, що не ратифікували її, адже вона формувала стійке розуміння того, що незаконний обіг цінностей є тим злом, якому не можна надавати підтримку.

Також варто зазначити, що протягом ХХ ст. роль музею стає одним з центральних питань у фокусі музейного світу. Дискусії щодо соціокультурної ролі музею, що розпочались у міжвоєнний період, у другій половині століття майже не сходили зі сторінок музейнознавчої періодики. Основними ключовими точками стали: збереження якості наукового закладу і одночасне звернення до масової аудиторії, баланс наукового і розважального, вплив музею на розвиток суспільства та навколишнє середовище.

Музеї привертають увагу не тільки тому, що люди часто цікавляться історією. Музеї стають популярними тому, що сьогодні вони мають можливість запропонувати, за допомогою інноваційних технологій, зовсім інший тип проведення часу, ніж стандартний показ музейних експонатів. У світі існує безліч інтерактивних музеїв або музеїв, які робляться руками місцевих жителів за рахунок принесених, наприклад, в свій місцевий районний музей, експонатів або за рахунок історій, розказаних жителями цієї місцевості, які згадують про минуле або будують плани на майбутнє [14; 38].

Дослідники вказують, що як установи для широкої громадськості, музеї виникли раніше, ніж спеціалізовані навчальні заклади, проте поширеним є припущення, що школи призначались для навчання і підготовки до майбутнього, а музеї – для збереження минулого [71]. Проте на сьогодні реальність виявляється такою, що й музеї використовують нові технології та підходи до навчання. Музеї є гетерогенним набором інституцій, чий початковий функції наука і освіта з часом були розділені,

тепер поєднались завдяки цифровим технологіям. Подібні технології охоплюють широкий спектр, в тому числі й мультимедіа, симуляції і презентації, а також Інтернет. Погляд на суспільне призначення музею як на інститут соціокультурної сфери, що здатен виконувати більш активну перетворювальну роль у суспільстві, відбувся у середині 1980-х рр. із появою нової музеології [4].

Музей – це територія безперервної освіти людини протягом усього життя. Нині, коли серед постійних користувачів Інтернет є і діти, і студенти, і дорослі, і представники «третього віку», музеї здатні надавати різним цільовим аудиторіям спеціальні онлайн-програми як навчального, так і розважального характеру [21].

На сьогодні багато музеїв відмовилось від традиційного погляду на виставки, відповідно до якого збереження та демонстрація є самоціллю, на користь підходу, який визначає музей як інструмент соціальних та культурних перетворень в громаді та передбачає покращення оточення об'єктів або колекції. Сучасний музей вимагає динамічності. Основною перевагою на сьогодні називають можливість використання чогось цінного й автентичного у послугах, що таким чином зможе зацікавити відвідувачів [4]. З цією метою музеї використовують досвід ряду спеціалістів – дизайнерів, соціологів, педагогів, кураторів задля покращення комунікації через предмети. У результаті значно покращується представленість музейних експозицій, більше використовується світло та кольори у тому, як матеріал інтерпретується за допомогою різних засобів таких як: відео, звук, взаємодія між експонатом та відвідувачем, віртуальна реальність, а також більш традиційними способами.

Одним з традиційних і головних засобів культурно-освітньої діяльності музейних закладів залишається екскурсійна діяльність. Варто відзначити, що правильно підготовлена та проведена екскурсія дає змогу відчути більше, ніж те, що побачить відвідувач самотійно. Це відбувається тому, що пам'ятки культури та історії є цікавими не лише

самі по собі, а в контексті існування соціокультурних традицій певної історичної епохи. У результаті узагальнення інформації щодо сучасних потреб і очікувань відвідувачів значно підвищується відвідуваність музеїв. Інтерактивність роботи музею полягає у застосуванні диференційованого підходу до різних категорій відвідувачів, впровадження у традиційну екскурсію театралізованих та ігрових елементів, можливість тактильного контакту з експонатами [35]. Наприклад Скарбниця Національного музею історії України організовує родинні квести для дітей у вигляді інтерактивної екскурсії з елементами гри, яку проводять костюмовані персонажі, акцентуючи увагу на оригінальні, цікаві факти, доповнені історіями про фантастичних тварин [47].

Музеї, які володіють експонатами з високою соціокультурною значимістю, історичною цінністю, особливо це стосується художніх музеїв, увага відвідувачів у значній мірі зосереджується саме на них. Головним, що може стати у нагоді для відвідувача – додаткова інформація про експонат. Тут варто вказати, що варіант застосування мобільного додатку може відволікати від експонату, натомість електронна етикетка може стати вдалим вирішенням вказаного питання. Також необхідною стане організація «зони занурення», з необхідною інформацією про експозицію та ігровий контент для молодшої аудиторії [33]. Відповідну зону можна розташувати окремо від експозиції. Подібні технологічні рішення мала виставка робіт «Секрети геніальності» видатного українського митця Івана Марчука, що проходила в мистецькому просторі Art Area. У окремому залі відвідувачі могли побачити анімовані роботи художника, що влучно передають настрій і теми [55].

Для музеїв науково-технічного та пізнавального напрямку використання інтерактивних інсталяцій безпосередньо в експозиції, є доречним і вкрай необхідним. Також залежно від типу відвідування, сценарії інтерактивних інсталяцій можуть відрізнятися. Так, для екскурсійних груп вдалим мультимедійним рішенням може стати окремо

виділена кіно зона, інтерактивні мультитач столи із груповими завданнями, пересувні термінали, лабіринти тощо [49].

В Україні вже існують цікаві приклади створення експозицій міжнародного рівня. Наприклад, Національний музей історії України, який користується великою популярністю за рахунок величезного спектру інтерактивних елементів, включаючи мультимедіа, а, головне, за рахунок того, що музейна експозиція дозволяє занурюватися в величезні простори цікавої інформації приблизно так само, як можна зануритися в простори Інтернет [111]. Але, все-таки, на сьогоднішній день, таких яскравих прикладів сучасних музейних експозицій ще не дуже багато. Зараз ця робота дуже затребувана і чекає досліджень. Потрібно розуміти, що музейні експозиції можуть створюватися не тільки художниками, не тільки хранителями і екскурсоводами, але в першу чергу цікавими людьми, які можуть придумати і дуже яскраво піднести цікаві історії про минуле та майбутнє, так як сьогодні, сучасні музеї стають не стільки об'єктами, зануреними в минуле, скільки об'єктами, зверненими в майбутнє [22].

Впровадження нових технологій у роботу музею значно підвищує рівень вимог, які висуваються, в першу чергу, до основних напрямків роботи – експозиційно-виставкової, освітньо-просвітницької, фондової. Упровадження нових технологій має на меті підтримку попиту на музейні послуги, сприяння підвищення технологічного рівня музеїв різного профілю. У подібному контексті виступають музейні проекти, під час реалізації яких відпрацьовується використання нових технологій та формується контингент співробітників, здатних забезпечувати технологічний прорив у різних напрямках музейної роботи.

Останнім часом майже всі музеї мають або прагнуть мати свої інтернет-сайти, більшість з них активно використовують для популяризації та більш широкого інформування про свої активності соціальні мережі. Деякі музеї, особливо там, де вони знаходять підтримку на державному рівні, прагнуть об'єднати свої електронні ресурси в портали. Це особливо

важливо для невеликих регіональних музеїв, які завдяки сусідству з музейними лідерами території отримують цінний досвід і можуть вирішувати проблеми інформатизації, використовуючи «рецепти» більших інституцій. Міжмузейні портали відіграють, таким чином, величезну роль у «вирівнюванні» культурного ландшафту, можливості забезпечення доступу до музейних колекцій як великих, так і невеликих музеїв за одним стандартом.

Музеї України порівняно відносно нещодавно почали створювати й розвивати свої сторінки у мережі Інтернет. Це пов'язано із незначною комп'ютеризацією закладів на початку 2000-х рр. Проте одна з перших програм розвитку передбачала підтримку держави у справі імплементації новітніх інформаційних технологій у музейний простір, зокрема для створення цифрової бази даних для проведення реставраційних роботи.

Серед прикладів вкрай вдалого використання можливостей мережі Інтернет у тому числі й соціальних мереж для залучення відвідувачів є Лувр (Париж), Галерея Тейт (Лондон), Музей Вікторії та Альберта (Лондон), Рійксмузен (Амстердам). Серед українських музеїв варто відзначити представленість й використання потужностей соціальних мереж з метою розширення аудиторії Дніпропетровським національним історичним музеєм ім. Д.І. Яворницького [104].

Дніпропетровський національний історичний музей розпочав роботу із соціальними мережами 2015 року й має свої акаунти у Фейсбуці, Твіттері та Інстаграм. Долучення, наприклад, до музейних проєктів Твіттеру (Музейний марафон, Музейний тиждень, Музейний флешмоб тощо) допомагає збільшувати кількість підписників й реальних відвідувачів [50].

Важливим кроком у розвитку нового музейництва стала поява таких міжнародних проєктів, як GoogleArtProject, Europeana, WorldDigitalLibrary, завдяки яким культурна спадщина музеїв була включена в міжнародний

контекст, що є дуже важливим для взаємної інтеграції, створення світового мультикультурного простору [42, с. 810].

Важливим кроком в утвердженні музеїв як соціокультурних закладів став 2011 рік, коли розпочато проект Google Art Project з метою відкриття музеїв для віртуального відвідування. Він став частиною Google Arts & Culture, підрозділу компанії, що займається створенням навчальних ресурсів, пов'язаних з мистецтвом, історією і культурою. Матеріали, що було включено до проекту можна розподілити на три категорії: музейні експозиції, об'єкти всесвітньої спадщини, роботи з музейних архівів [7, с. 328]. Цього ж року Google Art Project у партнерстві з 17 відомими музеями створив умови для ознайомлення користувачів мережі Інтернет з інформацією про твори мистецтва, а також створення власних віртуальних колекцій [67]. Серед перших віртуальних музеїв можна побачити Тейт, Третьяковську галерею. Всі зображення в Google Art Project характеризуються високою роздільною здатністю, що дозволяє їх переглядати у великому розмірі, тобто при збільшені масштабу можна побачити деталі, які часто не видно при уважному перегляді зблизька. Google називає ці зображення надвисокої роздільності гігапксельними зображеннями. Проект дає можливість здійснити екскурсію музеями світу, переміщуючись галереями, кліки на певні роботи дозволяють розглянути їх. Також Google Art Project дає можливість створити власну підбірку з робіт, що може стати у нагоді, наприклад, на занятті з мистецтва, а також нею можна поділитися з друзями. Google Art Project став найбільшим в мережі зібранням творів мистецтва. Проект також працює над удосконаленням існуючих інструментів та створенням нових привабливих інструментів, що сприятимуть створенню візуально приголомшливих вражень. Так, було створено інструмент Art Camera для додатку Arts & Culture з функцією камери задля створення вірусних арт-селфі або функціями доповненої реальності, такими як кармана галерея та арт-фільтри [68].

Оскільки політика формування світового інформаційного простору зачіпає усі сторони життя суспільства, це проявляється у значній увазі до проблеми збереженості історико-культурної спадщини у світовому масштабі. Цьому сприяють, як вже було вказано, високі темпи розвитку інформаційних технологій, що дозволяють освоювати новітні інформаційні засоби для надання доступу громадянам до світової бази знань. Одним з подібних масштабних проєктів стала «Європеана», що починаючи з 2005 р., об'єднала більше 3.500 європейських соціокультурних закладів.

Не дивлячись на свою назву, проєкт «Європейська цифрова бібліотека» є орієнтованим на широке коло інформаційних ресурсів, не обмежуючись лише цифровізацією книги. Тому у подальшому він трансформувався в мультимедійний потрал «Європеана», що включає також інформацію про архівні документи, музейні артефакти та інші об'єкти культурної спадщини. Протягом першого десятиріччя від запуску платформи, колекція поповнювалась інформацією про різні об'єкти завдяки реалізації міжнародних проєктів з оцифрування інформаційних ресурсів. Серед найбільш World Digital Library вагомих проєктів можна виокремити наступні:

- «EuropeanaRegia» - проєкт реалізований бібліотеками кількох країн ЄС з метою створення збірного каталогу рукописів періодів Середніх віків та Відродження;

- «EuropeanaSounds» - проєкт, що об'єднав організації 12 країн Європи з метою розширення колекції аудіозаписів, це було зроблено за рахунок додавання творів народної та класичної музики;

- «EuropeanaXX» - проєкт, який направлений на збір різних документів, фото- та відеофайлів, що відображають соціальні, політичні та економічні зміни в Європі ХХ ст.;

- «EuropeanaArchaeology» - проєкт з розширення колекції цифрових даних про історичні будівлі та пам'ятки архітектури;

- «JudaicaEuropeana 2.0» - проект, спрямований на розширення інформації про об'єкти культурної спадщини єврейського народу, виконувався спільно з єврейськими культурними закладами.

Портал проекту, на відміну від інших освітніх проектів, є мультимедійним, що визначається застосуванням комплексного підходу. Так, наприклад, вводячи в пошук «Моцарт», відвідувач ознайомиться з портретами композитора, нотними записами, відео з виконанням його композицій, наукові роботи про нього. Комплексність також є й тематичною, наприклад, контент в темі «Місто» підібрано за напрямками: міграція і діаспора, міста минулого і майбутнього, торгівля і промисловість, археологія і архітектура, утопії і уявні міста, палаци і політика тощо.

Варто зазначити, що відповідні проекти знайшли відображення у тематичних колекціях на платформі. Так, після 2017 р. були додані колекції «Фотографія», «Мода», «Спорт», «Археологія». Отже, основним орієнтиром «Європеани» є підвищення якості ресурсу, розширення права вільного доступу та прискорений обмін ресурсами, а головною метою – переведення у цифровий формат матеріалів, надрукованих в Європі або європейськими мовами до 1700 року [41, с. 11].

У зв'язку з широкомасштабною війною проти нашої держави з боку РФ, під час міжнародної конференції «Європеана-2022» у Нідерландах, було презентовано результати діяльності ініціативи SUCHO зі збереження культурної спадщини України. Було вказано, що з квітня 2022 р. було створено резервні копії матеріалів, які вже було діджиталізовано в Україні з усіх цифрових колекцій музеїв, архівів та бібліотек. На сьогодні учасники проекту SUCHO організують доставку обладнання для оцифрування культурної спадщини в установи, що цього потребують або перебувають під загрозою фізичного знищення внаслідок постійних руйнівних атак російських військ [1].

Ще одним важливим та масштабним проектом зі збереження історико-культурних першоджерел є WorldDigitalLibrary, організований під егідою ЮНЕСКО. Подібна міжнародна ініціатива об'єднала 158 музеїв, бібліотек та архівів з 60 країн з метою сприяти міжнародному та міжкультурному взаєморозумінню, розширювати об'єм та різноманітність культурного контенту в Інтернет, надавати ресурси для викладачів та дослідників, зменшувати цифрову прірву всередині країн та між країнами [100].

У сфері використання інформаційних та комунікаційних технологій в музейній діяльності необхідна відкритість і можливість знайомитися з міжнародним досвідом різних країн. Тому одним із першочергових завдань для музеїв, для керівних органів виконавчої влади, а також для міжнародних організацій, що займаються питаннями культурного обміну та музейною діяльністю, має стати забезпечення міжнародного спілкування музейних фахівців, використовуючи різноманітні заходи, організовуючи спільні, в тому числі, й міжнародні проекти. Розвиток музейної справи у цьому напрямку відбувається достатньо стрімко, тому включеність в професійне міжнародне співтовариство є просто необхідним, адже дозволить уникнути багатьох помилок, дозволить скористатися багатим досвідом, обрати оптимальні рішення для конкретних напрямків соціокультурної роботи [42, с. 814].

Не менш важливим є використання інформаційних технологій в сфері управління музеєм, в діалозі музею з керівними органами та організаціями, що здійснюють контроль за переміщенням об'єктів культурної спадщини. У цій сфері найважливішим завданням музею залишається повна оцифровка всіх колекцій, що в кінцевому підсумку є однією з умов безпеки та збереження музейних зібрань, оскільки чим більш відкритою і доступною є інформація про музейні експонати, тим краще вони є захищеними.

Ті музеї, які тільки вступають на шлях активного впровадження інформаційних технологій в свою повсякденну діяльність, сьогодні знаходяться в привілейованому положенні в порівнянні з тими, хто почав це впровадження раніше і вчився на своїх помилках. Однією з найважливіших задач, що стоять перед сучасним музеєм є створення автоматизованої бази даних своїх колекцій, потім їх інтеграція на рівні міста, регіону, країни в загальний ресурс.

Однак створення бази даних – тільки початок шляху до цифрового майбутнього музею. Необхідне масове оцифрування музейних експонатів – це допоможе вирішувати внутрішні проблеми, наприклад пов'язані із моделюванням майбутніх експозицій, а також послужить своєрідною «охоронною грамотою» музейного предмету в разі його пошкодження, перебуванні на реставрації, викрадення.

У наш час найціннішим продуктом є інформація, а серед надійних способів її збереження називають забезпечення максимального доступу до інформації. Тому публікаційна робота музейних колекцій в Інтернет, створення віртуальних виставок та випуск мультимедіа видань є настільки важливою. З одного боку це сприяє включенню громадськості до соціокультурного простору музею, а з іншого боку – закріплює в суспільній свідомості за музеєм образи певних колекцій або музейних предметів.

Загальнодоступна публікація музейних експонатів в Інтернет здатна залучити до музею і нових відвідувачів, і нових партнерів. Принцип відкритості сприятиме розширенню міжмузейного обміну, в тому числі і міжнародного. Існування багатомовних музейних сайтів, які використовують крім національної мови, іноземні, – вкрай вдале рішення.

Однак, щоб говорити зі світовим музейним співтовариством «однією мовою», крім перекладу текстів необхідне прийняття стандартів опису музейних предметів та їх дотримання. Тут важливо використовувати існуючий міжнародний досвід, зокрема формат LIDO

(LightweightInformationDescribingObjects). Він був розроблений за участю фахівців комітету ICOM CIDOC у відповідь на потреби музеїв, які накопичили значні обсяги інформації в електронному форматі. LIDO є схемою, призначеною для вивантаження метаданих з метою їх подальшого використання в широкому спектрі онлайн додатків і сервісів, починаючи з онлайн каталогів організації і закінчуючи порталами, в яких відображені ресурси на національному або міжнародному рівні, а також для публікації, обміну та зв'язування даних в середовищі web [5]. Формат LIDO не може бути використаний в якості основи для системи управління колекціями всередині організації, не призначений для розробки систем обліку руху фондів і підтримки подібних функцій управління. Єдине пряме призначення формату LIDO криється у його можливості підтримувати увесь діапазон дескриптивної інформації щодо музейних об'єктів, в тому числі й творів мистецтва, предметів матеріальної культури, технологій або ж природничих наук, а також формат можна використати у багатомовних додатках. Переведення формату LIDO українською мовою дозволить музеям набагато полегшити роботу з публікації колекцій на сайтах й надасть можливість брати участь в міжнародних проектах зі збереження і публікації інформації щодо культурної спадщини [42, с. 811].

Також використання сучасних електронних засобів для створення електронних баз даних спрощують музейний облік та зберігання, дозволяють систематизувати і «прив'язувати» до кожного музейного експонату історію надходження, побутування кожного музейного предмета, його руху всередині музею і зовні – на виставки, всі публікації музейного предмета, всі реставраційні процедури, які експонат проходить [7].

Подібна концентрація інформації, в свою чергу, спрощує завдання досліджень музейних колекцій, складання найрізноманітніших списків, добірок, підготовку каталогів, депозитарних і реставраційних документів. Головне питання, яке виникає, - це необхідність внесення цих даних, а

також оцифрування колекцій, оскільки найбільш затребувані і ефективні саме бази даних з прив'язаними зображеннями.

Музеї відіграють важливу роль у сприянні навчанню впродовж життя, з точки зору, культурної й інтелектуальної діяльності, що виходить за межі суто професійних аспектів. Навчання впродовж життя, різні напрямки роботи музеїв та цифрові технології мають багато спільних рис, з акцентом на навчанні з об'єктів та на стратегіях пошуку інформації. Подібний погляд на навчання підтримується такими організаціями як CLMG (The Campaign for Learning in Museums and Galleries) та MLA (Museums, Libraries and Archives Council), які відзначають високий потенціал неформальної освіти засобами саме музейної педагогіки [71].

Світові Війни, геноцид та дискримінація сприяли виникненню музеїв нового типу – музеїв пам'яті, що орієнтувались на подолання трагічного минулого. З другої половини ХХ ст. на музеї впливали соціальні, суспільні та соціокультурні процеси, що сприяли введенню до музейної роботи напрямку «роботи над помилками», тобто: переосмислення історії з позиції жертви політичних репресій, утисків жінок, зневаги до чорношкірого населення та представників ЛГБТ співтовариства тощо. Ми бачимо, що на першому плані постають особисті історії та свідчення.

Також соціальний аспект музейної діяльності на початку ХХІ ст. пов'язаний із тим, що музеї частіше розглядаються як простір, пов'язаний із подоланням травматичного епізоду минулого, порушення прав людини в умовах тоталітарних й диктаторських режимів, колоніальних і репресивних систем. Проявом цієї тенденції стало створення нових музеїв та пам'ятних місць, присвячених проблемам соціальної справедливості. Вони поєднують у собі основні риси різних інститутів пам'яті: музеїв, архів і бібліотек. Найчастіше вони присвячені подіям нещодавнього минулого, а значне місце в їх роботі відводиться документуванню новітньої історії, збереженню й вивченню історичних документів. Часто робота подібних місць пам'яті пов'язана з театралізацією, відновленням

історичного духу конкретного місця й часу, зануренням відвідувачів до особливої атмосфери минулого, спробам змусити їх критично проаналізувати події, відчутти свою близькість до представників певних груп [13]. До найбільш знаних музеїв пам'яті в Україні належать Музей голодомору (Київ) та музей Пам'ять єврейського народу та Голокосту в Україні (Дніпро). Так, наприклад Музей голодомору наголошує, що терор голодом і до сьогодні застосовується у різних країнах світу, а також, що не покараний геноцид українців створив підґрунтя до нової хвилі геноциду проти українців [112].

Нещодавно в Україні провідними музеями меморіалами, архівами, громадськими ініціативами та іншими організаціями було створено Українську коаліцію пам'яті (UkrainianCoalitionofMemory) за тісної співпраці зі світовими партнерами, а саме: Міжнародною радою музеїв, Платформою європейської пам'яті та сумління, Міжнародною коаліцією місць сумління і пам'яті (США). Українська коаліція пам'яті ставить за мету підняття та обговорення замовчуваних, заборонених й болісних сторінок національної пам'яті [114].

Прикладом подібного музею пам'яті, в якому речі не називають експонатами, а вживають лише термін «речі пам'яті», вважається відкритий у Івано-Франківську 11 вересня 2015 р. Музей Небесної Сотні. До його відкриття долучився франківський художник Роман Бончук. Відвідувачі серед речей пам'яті можуть побачити особисті речі майданівців, їх портрети, художні полотна та інсталяції, діораму, куточок польової кухні, які повертають людей до тих переламних часів в історії України. Екскурсовод музею використовує під час екскурсії лише розповіді, тобто усні історії людей, які були на Майдані, часто пояснює дітям, які вишукують серед речей зброю, що її не було, були тільки підручні засоби і молитви [32]. Таким чином музей формує у суспільстві історичну пам'ять та утверджує національну гідність.

До сучасних музеїв пам'яті, які створені на основі новітніх цифрових технологій, можна віднести створений у 2021 р. «Віртуальний музей російської агресії», який наповнювався свідченнями про окупацію, документами, судовими справами, фото та відеозаписами, доказами порушення РФ територіальної цілісності країни [101]. Навесні 2022 р. на порталі туристичної Київщини було запущено віртуальний VR-музей пам'яті війни, де можна побачити як виглядає київське передмістя після російської окупації [99]. У березні 2022 р. в Україні запущено перший NFT-музей війни, в якому поєднано блокчейн-технологію, мистецтво й фіксацію історичних фактів [123].

З травня на порталі «Київ цифровий» доступними стали 3D тури будівлями, пошкодженими або зруйнованими внаслідок російської агресії проти України. Так на порталі можна побачити фото у форматі 360° з різних районів міста, панорами зруйнованих міст і сіл Київської області [107]. За даними дослідників, лише протягом перших трьох місяців від створення туру на туристично-культурному хабі Києва, його було відвідало більше 100 тисяч користувачів з понад 30 країн світу [36].

Зусиллями волонтерського проекту «Війна впритул» ще 2017 р. було створено VR-музей війни для демонструванні світовій спільноті як виглядає геноцид української нації. На сьогодні завдяки круговим панорамам та 3D моделюванню можна побачити страшну руйнацію Київщини, Чернігівщини, Запоріжжя [98].

Також музеєм пам'яті, проте штучно створюваної на основі викривленого уявлення, можна назвати й Музей жертв помаранчевої революції, що у серпні 2007 р. було відкрито у Луганську, що має відверту антиукраїнську спрямованість, а саме: карикатури та ляльки-пародії на лідерів революції, на світових політиків, в залі «псевдогерої Другої світової війни» головним ворогом України зображено Р. Шухевича, в музеї є зал шани з передвиборчими гаслами, вирізками з газет, фотографіями представників Партії регіонів та місцевих лідерів [31].

Важливим проектом співпраці музейної спільноти з широкою громадськістю є проект «Ідентичність на лінії фронту» (Identity on the Line), розрахований на період 2019-2023 рр. [120]. Проект у вересні 2022 р. на церемонії Європейської музейної академії отримав першість, не останню роль відіграла у цьому й військова агресія проти нашої держави. Сам проект «Ідентичність на лінії» є широкомасштабним проектом співпраці між шістьма культурно-історичними музеями та одним університетом, які спільно працюють над вивченням довгострокових наслідків різноманітних міграційних процесів, вимушених або ж добровільних, що мали місце в Європі протягом останніх 100 років. Проект фінансується програмою Creative Europe. Дослідниками шляхом проведення докладних інтерв'ю та збору усних свідчень, записано та представлено особисті історії, завдяки яким стає чітко видно наскільки міграційні переживання можуть стати таємницями, які зачіпають не лише самих свідків, а й їхніх дітей та онуків. Мовчання навколо травмуючих історичних подій, як от вимушена міграція і війна, впливають на окремих людей, родинні стосунки, місцеві суспільства і навіть на національні наративи.

Отже, музеї пам'яті не лише конструюють колективну пам'ять, а й за допомогою пропонованої інформації впливають на розвиток або зміну пам'яті відвідувачів. Адже люди різних вікових груп можуть по-різному сприймати інформацію: від глибшого розуміння подій та їх наслідків до прояву травматичних почуттів через самоідентифікацію, а також сором і жаль. Тобто музей стимулює рефлексії щодо події, власну ідентичність і стає основою для подальшого розвитку колективної пам'яті суспільства.

2.2. Економічна складова діяльності музеїв

Сьогодні музеї є важливою частиною подорожей багатьох людей. Вони стали одними з найпопулярніших і найвідвідуваніших місць у

провідних містах світу, репрезентантами культурного, духовного й політичного розвитку. Вони є найбільшими скарбницями реальних історико-культурних пам'яток. Великі музеї, наприклад, Лувр у Парижі, Британський музей у Лондоні, Уффіці в Римі, музей Ватикану, приймають мільйони відвідувачів на рік [52; 24].

Музеї – це культурні установи, які зберігають і просувають культуру за допомогою своїх колекцій, сприяють навчанню і дослідженням, а також надають можливості для отримання освіти. Музеї також є рушійною силою економіки, наприклад, зростання туризму сприяє створенню робочих місць, сплаті податків до місцевих бюджетів. Вони об'єднують людей, знайомлять їх з новими ідеями та концепціями, а також прищеплюють почуття гордості за свою громаду.

Вважається, що музеї, особливо ті, які використовують державні кошти, повинні зробити свої колекції загальнодоступними для якомога більшої кількості людей, залучати різноманітні групи відвідувачів, а також відігравати позитивну роль у місцевому співтоваристві. Але окрім благодійних і благородних устремлінь й цілей, музеї мають бути ще й бізнесом, що приносить гроші. Хоча деякі музеї повністю фінансуються державою, більшість музеїв також покладаються на приватну підтримку донорів, а також на зароблений дохід від торговельної діяльності.

Хоча більшість музеїв значною мірою покладаються на приватну підтримку, проте отримують відносно невелике державне фінансування. Музеї в Великій Британії загалом отримують більше державного фінансування, ніж американські музеї, але навіть у цьому випадку більшість із них часто залежать від приватного фінансування і заробленого прибутку.

Не дивно, що утримання музею у відкритому доступі пов'язане з великими витратами. Вартість утримання деяких об'єктів, особливо великих історичних будівель або соборів, може бути астрономічним.

Однак напрямки витрат, з якими стикаються художні музеї та інші типи музеїв, як великі, так і малі, загалом є однаковими.

Основні витрати більшості музеїв пов'язані з управлінням їхніми колекціями. Це включає в себе кураторські обов'язки, придбання, управління, демонстрацію, безпеку, консервацію, зберігання і навчання. Найвищі витрати, як правило, пов'язані з виплатою заробітної плати персоналу.

Музеї сильно відрізняються за розміром, колекціями, бюджетами, кількістю відвідувачів і джерелами фінансування. Один зі способів подумати про експлуатаційні витрати конкретного музею – розбити їх на складові й визначити скільки коштує утримання музею в розрахунку на одного відвідувача. Для музеїв із безкоштовним входом сума, зароблена на одного відвідувача, як правило, набагато нижча, ніж для тих музеїв, які стягують плату за вхід. Таким чином, розрив між отриманим доходом від відвідувачів і експлуатаційними витратами часто більший.

Остання чверть ХХ і початок ХХІ ст. стали періодом, коли в більшості розвинених країн і країнах, що розвиваються, спостерігалось стійке економічне зростання. Саме в ці роки музеї багатьох країн отримували максимальне державне фінансування поряд із появою нових та еволюцією наявних інститутів громадської підтримки музейної та виставкової діяльності.

Хоча державне фінансування є життєво важливим для багатьох музеїв, воно є непостійним джерелом. Доступне фінансування тісно пов'язане з економічним, політичним і соціальним кліматом у багатьох країнах. Зокрема, глобальна рецесія 2008-2012 рр. негативно вплинула на значну частину музеїв по всьому світу, що призвело до великого скорочення послуг і необхідності шукати прибуток іншими способами.

Період після 2008 р. характеризується одночасним розширенням функцій і перспективних напрямів розвитку музеїв з постійно зростаючою потребою в додаткових фінансових ресурсах, пов'язаної зі скороченням

державної підтримки або зміною механізмів її надання. Фінансова криза загострила всі ці проблеми, змусивши навіть найбільші музейні інституції призупинити реалізацію частини проєктів і продовжити диверсифікацію своїх ресурсів. Наприклад, кризові явища викликали суспільну дискусію в Німеччині, пов'язану з необхідністю підтримувати за кошти платників податків усю велику музейну мережу країни. У Великобританії знову стали обговорювати пріоритетні форми підтримки музеїв, а скорочення державних витрат призвело до значного зниження фінансування як з боку центральних, так і місцевих органів влади. Примітно, що в цей непростий період приватні пожертвування, навпаки, зростали. У 2010 р. провідні установи культури Великобританії опублікували маніфест «Культурна столиця: маніфест заради майбутнього» [77]. Автори документу стверджували, що саме інвестиції в культуру можуть допомогти економічному та соціокультурному відновленню країни в період рецесії. Скорочення державної підтримки стали відбуватися в музеях Голландії та Швейцарії. Політика урядів в цей період також спрямовується на стимулювання музеїв диверсифікувати свою діяльність і вести пошук нових джерел фінансування.

Розглянемо підходи до організації фінансової діяльності музеїв крізь призму роботи Лувру, музею зі статусом одного з найбільш відвідуваних музеїв світу. Музей Лувр фінансується з державного бюджету, проте з 1990-х років керівництво Лувру отримало певну фінансову самостійність, а з 2003 р. в обов'язок дирекції став входити пошук додаткових коштів для функціонування музею. Але надходження від продажу квитків продовжують залишатися для музею достатньо значним фінансовим ресурсом.

Залучення зовнішніх фінансових коштів залишається одним із центральних завдань керівництва Лувру. Розширення партнерських відносин відбувається за різними напрямками, наприклад, найбільший іміджевий проєкт, що розпочато у 2007 р., – відкриття філії Лувру в Абу-

Дабі. Однак турбота про збереження культурної спадщини музеїв потребує значних витрат. Найважливішою статтею витрат для Лувру є реставраційні роботи, ремонт, придбання нових експонатів і організація виставок. Крім того, рекордне збільшення кількості відвідувачів вимагає розширення експозиційного простору. Щорічний бюджет Лувру становить близько 400 млн. євро, держава виділяє лише половину необхідної суми. Кардинальна перебудова системи фінансового забезпечення музею передбачала створення великого приватного фонду, що дало б змогу керівництву Лувру у скрутних фінансових ситуаціях мати надійне джерело для провадження незалежної політики і не ставати заручником державних дотацій. Частина цього інвестиційного доходу також спрямовується на фінансування музейних програм.

2009 р. для забезпечення стратегічних проєктів музею було створено благодійний фонд Лувру («Le Fonds de dotation du Louvre»). Основу капіталу склали надходження від угоди між Францією та ОАЕ щодо проєкту філії Лувру в Абу-Дабі. Серед інших джерел фонду – добровільні пожертвування приватних осіб, фондів і корпорацій. Серед меценатів Лувру – 120 підприємств і фондів та 8200 приватних осіб. 70% з них – французькі підприємства і приватні особи, 12% – японські, оскільки Лувр мав давні зв'язки з Японією, 7% припадає на меценатів зі США. Проте Лувр контролює джерела власного фінансування, тобто перевіряє, звідки у меценатів кошти, користуючись інформацією з відкритих джерел [19]. Ці гроші витрачаються на наступні постійні проєкти: виставки, реставрацію та благоустрій приміщень. Ще одним джерелом у залученні додаткових фінансів є обмін експонатами, наприклад, 2006 р. Лувр надав близько 1300 своїх робіт музею в Атланті, отримавши 5 млн. євро на реставрацію музею. Іноді трапляються і більші проєкти, що фінансуються з фонду, а саме 2016 року завершився проєкт «Піраміди» з благоустрою простору під пірамідами Лувру. Проєкт, який отримує меценатські кошти, повинен мати

культурно-педагогічну цінність. Лувр сам розглядає подібні проекти й під них шукають кошти.

Ситуацію покращено було завдяки законодавчій ініціативі, а саме наступним законам: Закон про меценатство, асоціації та фонди (2003 р.), Закон про музеї Франції (2002 р.), яким запроваджувались виняткові податкові пільги для підприємств, що беруть участь у збереженні об'єктів культурної спадщини, віднесених до розряду національного надбання. Відмінною рисою взаємодії між бізнесом і культурою у Франції є корпоративні фонди. Якщо спонсорство компанії здійснюють безпосередньо, то корпоративна філантропія в переважній більшості здійснюється через корпоративні фонди, засновані компаніями спеціально з цією метою. Практично кожна французька компанія, що активно надає підтримку в соціокультурній сфері, має власний фонд. Закон 2003 р. створив вигідні податкові умови саме для корпоративної філантропії.

Прикладом грантової підтримки на розвиток музейної справи в Україні стала реалізація проекту «Культ чи Культура. Школа музейних компетенцій» в межах програми «ProMuseum» у 2018 р. [10]. Його втілення стало можливим завдяки співпраці Українського центру розвитку музейної справи з Інститутом Гете, Українським інститутом національної пам'яті та підтримки Федерального міністерства закордонних справ Німеччини [51]. У рамках проекту відбувся комплекс освітніх і практичних заходів для музейників Дніпропетровської, Кіровоградської, Миколаївської, Одеської та Херсонської областей. Увагу було зосереджено на якісній зміні музейної роботи у таких сферах, як інтерпретація колекції, побудова нарративу музейними засобами, формати комунікації з аудиторією, залучення громади до аналізу минулого і творення сенсів тощо. Також важливим зрушенням стало отримання міні-грантів для реалізації власного проекту з теми навчання, а також фахову підтримку від досвідчених фасилітаторів та музейних експертів п'ятьма музейними командами [29].

Як ми бачимо, деякі музеї можуть повністю фінансуватися державою, тоді як інші повністю фінансуються з приватних джерел. Фінансування музеїв сильно різниться залежно від країни. Але більшість музеїв, особливо у розвинених країнах ЄС, покладаються на кілька джерел фінансування. Основними джерелами фінансування більшості музеїв по суті, є державне фінансування, пожертвування, а також зароблений прибуток.

Отже, музеї отримують й керують фінансами по-різному. Вони можуть включати державне фінансування, гранти, підтримку університетів, приватне фінансування (приватні особи, корпорації, трасти) і пожертвування. Більшість із них також отримують зароблений дохід завдяки інвестиціям (включно з пожертвуваннями) і завдяки музейній діяльності, а саме: плата за вхідні квитки, прибуток від сувенірних магазинів, членські внески.

У некомерційному світі музеїв є три основні категорії отримуваних доходів:

- внески або збір коштів, які становлять більше половини доходів музеїв;

- програмні послуги, наприклад вхідні квитки, що є незначним доходом;

- зароблений дохід, що, зазвичай, становить 40% доходів музеїв. Це відносно нова і зростаюча категорія, вона може охоплювати багато аспектів: від товарів і ліцензування до сувенірних магазинів і освітніх програм. Хоча сьогодні вони можуть здатися стандартними й звичними для музейного досвіду, вони є відносно новим та революційним напрямком в музейній бізнес-моделі минулого [78].

Ще одним джерелом фінансових надходжень є пожертви від відвідувачів музею. Проте статистичні дані говорять, що в музеях з безкоштовним входом люди не схильні жертвувати кошти або витрачають вкрай не значні суми. Для музеїв з платним входом ці суми є більшими,

проте також не є суттєвими. Це пояснюється тим, що відвідувачі, які готові платити за відвідування музею з більшою готовністю роблять пожертвування.

Також багато музеїв намагаються використовувати технології (кіоски для зчитування кредитної картки або телефону), інтерактивні скриньки для пожертвувань, маркетингові методи і навчання персоналу для збільшення пожертвувань. Деякі з них виявилися ефективними для збільшення пожертвувань від відвідувачів, наприклад, у Музеї природничої історії в Лондоні кількість пожертвувань відвідувачів збільшилася на 64% після встановлення музейними залами кіосків Goodbox для безконтактних пожертвувань [74]. Подібні заходи в музеї було організовано ще 2015 р. зі встановлення нових скриньок для пожертвувань у галереях і біля входу. Проте поряд з новими фірмовими скринями для пожертвувань була ще інсталяція та нова команда співробітників і волонтерів. Вони відповідали за допомогу відвідувачам, а також роз'яснювали на які потреби музею потрібні пожертвування. Ця комбінація нововведень справила величезний вплив на суму грошей, перераховану музею, і завдяки ретельному тестуванню, зміні та моніторингу команда змогла максимально використати свої інвестиції в нове обладнання та персонал. Також завдяки моніторингу було виокремлено ряд факторів, що вплинули на бажання відвідувачів робити пожертви на музейну справу: визначення чіткої цілі пожертвування, пояснення чому це життєво важливо для надання музейних послуг, прозорі скрині, в яких були видно кошти, сприяли збільшенню внесків, куратори протягом дня нагадували відвідувачам про потреби музею у пожертвуванні на конкретні заходи для їх реалізації, використання безконтактних скринь надало можливість залучити людей, які не мають із собою готівкових коштів.

Сьогодні й у справі збору пожертв музеї мають йти у ногу з часом, тому онлайн-пожертви стають найкращим варіантом. Адже багато спонсорів вважають за краще робити пожертвування онлайн. Задля цього

дуже важливо, щоб веб-сайт музею був актуальним, відображав місію і цінності, звертався до цільової аудиторії, був сучасним і функціональним. Дуже корисним стане створення загальної сторінки пожертвувань або різних сторінок пожертвувань для різних проєктів. Навіть якщо сторінка пожертв музею є загальною та універсальною, можна виділити додатково пропоновані суми пожертвувань. Використовуючи онлайн-систему пожертвувань, наприклад Donorbox [96], музей зможе гарантувати безпроблемну, оптимізовану систему пожертвувань музейним спонсорам, збільшуючи самі пожертвування.

Багато музеїв також здають в оренду приміщення для заходів й надають послуги громадського харчування, наприклад, для весіль і корпоративних заходів, щоб отримати додатковий прибуток. Також музеї можуть здавати експонати в оренду іншим музеям і отримувати від цього дохід. Ліцензійні збори та збори за авторські права на зображення також є джерелом доходу для багатьох музеїв, особливо музеїв із широко відомими творами мистецтва або культури.

У 2018-2019 фінансовому році частка державного фінансування, отриманого Тейт (чотири художні галереї в Лондоні), становила 26%, Британським музеєм – 49%, Національними музеями Шотландії – 69%, а Музеєм Вікторії та Альберта – 39%. Зрозуміло, що державне фінансування є життєво важливою частиною фінансування музеїв Великої Британії, але обсяг фінансування може значно відрізнятись залежно від музеїв, регіонів і років. Наприклад, у 2018–2019 фінансовому році Британський музей отримав грант у розмірі 52,5 млн. фунтів стерлінгів із загального валового доходу в розмірі 105,7 млн. фунтів стерлінгів. Це означає, що понад 49% його доходів припадало на державні субсидії. Інші джерела доходу склали пожертви і спадщина (17%), благодійна діяльність (20%), торговельна діяльність (12,3%) та інвестиції (<1%) [74].

Деякі меценати вважають за краще робити пожертвування через великі структурні фонди, в той час для інших більш привабливим є

пожертвування на користь дрібніших проектів. Потрібно цим групам донорів давати можливість пожертвувати на проєкт або справу, яка їм небайдужа. Крім того, потрібно пропонувати можливість пожертвувати на ту справу, де гроші можуть бути найкраще використані музеєм у визначений час.

Так, наприклад, Британський музей пропонує програму членства опікунів, що починається з 1500 фунтів стерлінгів на рік або 125 фунтів стерлінгів на місяць, і пропонується на вибір чотири напрямки підтримки, кожен з яких по-своєму підтримує Британський музей. Групи за інтересами Британського музею дають донорам можливість зробити свій внесок у розширення і підтримку певної галузі музейної колекції [63]. Наприклад, прихильники *Ottley Group* жертвують на придбання європейських малюнків до 1900 року, а прихильники *Vollard Group* допомагають фінансувати придбання гравюр і малюнків після 1945 року [87]. Британський музей завдяки членству через внесення пожертв пропонує безкоштовний вхід або вхід зі знижкою на ряд цікавих виставок й спеціальних заходів, а саме: «(Ні) секс, будь-ласка, ми Британський музей», «Розеттський камінь, Шампольон та давні мови», «Настанови порадиці придворних дам», «Два мільйони відбитків», «Ієрогліфи, що відкривають Давній Єгипет» та інші [131]. Тобто членство дає змогу на необмежену кількість відвідувань виставок, участь у різних цікавих заходах, отримувати ексклюзивний контент з архівних випусків журналу та роликів на YouTube, прослуховувати ексклюзивні лекції від експертів та кураторів, відвідувати івенти у Великому дворику, що включають кінопокази та музичні заходи тощо.

Отже, корпоративне спонсорство – ще одне потенційне джерело фінансування для музеїв, хоча в наші дні пошук корпоративного спонсорства часто є не найкращим використанням часу для некомерційних організацій. Однак повністю відкидати з рахунків цей напрямок не варто. Особливо, це стосується невеликих або середніх музеїв, у такому випадку

варто залучати місцеві підприємства до спонсорської допомоги, а також просити спонсорство в натуральній формі та волонтерську допомогу.

Популярний для музеїв також є спосіб збору коштів, спрямований й на залучення до соціокультурного кола широкої громадськості,- це ініціатива бути названим, вказаним серед жертводавців. Це дає змогу галереям, окремим виставкам або, навіть, окремим роботам вказувати свого мецената. Деякі меценати роблять пожертви в пам'ять про когось іншого, близьку або відому людину. Наприклад, художня галерея і музей Келвінгроув у Глазго збрала 600.000 фунтів стерлінгів на реконструкцію, запропонувавши меценатам можливість бути названими як меценати на табличці на стіні в центральному залі музею. Нижньої межі для пожертвувань не було встановлено, вона варіювалася від 2 до 5.000 фунтів стерлінгів. Зараз на стіні 9.500 імен окремих людей та цілих сімей [66]. Раніше право бути записаним як меценат були зарезервовані тільки за великими донорами, але подібні ініціативи як у Художній галереї та музеї Келвінгроув, зробили цю стратегію збору коштів більш всеохоплюючою. Це також може допомогти зміцнити соціокультурні відносини між музеями та місцевими спільнотами.

Ще одним напрямком пошуку додаткових фінансових джерел є здача в оренду своїх творів мистецтва або колекцій. Лувр, як і інші великі музеї, регулярно обмінюється своїми шедеврами з іншими іноземними інституціями, і якщо раніше такі обміни могли відбуватися безоплатно, то зараз це стало одним із джерел заробітку. У 2006 р. Лувр надав близько 1.300 своїх робіт музею в Атланті, отримавши 5 млн. євро на проведення реставраційних робіт в музеї. Чимало подібних прикладів і серед інших французьких музеїв: у 2010 р. Центр Помпіду (Centre National D'art et de Culture Georges Pompidou) заробив на пересувних виставках 1,4 млн. євро, Музей д'Орсе (Musée d'Orsay) регулярно відправляє свої експонати в турне Європою та США, заробляючи в такий спосіб кошти на реконструкцію будівель.

Для Лувру додатковою сторінкою музейної колаборації стала підготовка та відкриття в Лувру в Абу-Дабі. Він став першим музеєм за межами Франції, що може називатися «Лувром». На додачу до витрат на будівництво ОАЕ погодились виплатити Франції 525 мільйонів доларів за право протягом 30,5 років використовувати цю назву [15]. На 30-річне експонування також надано 300 творів мистецтва, які були надіслані з Парижу, зокрема картини Леонардо да Вінчі, Вінсента Ван Гога, Клода Моне, Пабло Пікассо. Наприклад, творіння да Вінчі «Прекрасна Фероньєра» стала першою роботою європейських живописців епохи Відродження, виставленою на Близькому Сході. Варто зазначити, що Лувр Абу-Дабі не мав наміру ставати точною копією оригінального Лувру, але й не бути орієнтованим виключно на мистецтво арабського світу. Тут присутнє крос-культурне бачення, охоплює історії та континенти, з метою показу єдиної людської історії.

Також сучасний ритм життя привносить зміни в зв'язки суспільства й музеїв. Хоч персоналізований маркетинговий контент існує вже багато років, потрібно було сміливе рішення від музею, що запропонував громадськості адаптувати свої власні експозиції. У лондонському Музеї дизайну виставка «Дизайнер, виробник, користувач» дозволила широкій громадськості зробити свій внесок до експозиції шляхом голосування і допомогти профінансувати певні нові покупки для наповнення галерей [94]. Дозволивши своїй інтернет-спільноті зробити власний внесок у те, що було виставлено в галереї, музей зміг отримати пожертви на придбання нових експонатів, а також заохотити відвідувачів, які інакше не змогли відвідати виставку, прийти і побачити експонати відповідно до свого вибору. Подібна «стіна краудсорсингу» залучила нових відвідувачів і спонсорів до висловлення своєї думки, а також продемонструвала, як саме пожертвування можуть безпосередньо впливати на зміст виставки.

Найкраща політика для більшості музеїв полягає в тому, щоб мати різноманітну бізнес-модель і використовувати різні види фінансування. Це

може допомогти їм впоратися з такими проблемами, як скорочення державного фінансування, зменшення кількості відвідувачів або «поганий» рік збору коштів.

Хоча диверсифікація є найкращим рішенням, вона не завжди може повністю захистити музеї, оскільки багато джерел фінансування тісно пов'язані між собою. Наприклад, під час Великої рецесії 2008 року багато музеїв зіткнулися не тільки зі скороченням державного фінансування, а й з посиленням конкуренції за гранти, скороченням пожертвувань, зниженням віддачі від інвестицій, зниженням зусиль зі збору коштів і зниженням доходів відвідувачів.

З весни 2020 р. музеї сильно постраждали через закриття у зв'язку з поширенням COVID-19 і заборони на туристичні подорожі. Музеї в усьому світі закривались, багато невеликих музеїв знепокоювались тим, що у них узагалі не буде фінансів для відновлення діяльності. Немає сумнівів, що коронавірус матиме значний негативний вплив на музеї та культурні пам'ятки в усьому світі й протягом наступних років.

Отже, музеї століттями поклалися на підтримку приватних донорів і меценатів. Сьогодні більші музеї можуть розраховувати на свій престиж, репутацію, відоме ім'я для залучення приватних донорів, тоді як менші музеї можуть розраховувати на те, що донори зможуть брати активнішу участь у їхній роботі.

Висновки до другого розділу

Отже, музеї від відкриття перших виставок до сучасних музеїв з багатими колекціями є науково-дослідними та культурно-освітніми закладами, завдання яких полягає у збереженні, вивченні, використанні пам'яток матеріальної і духовної культури, природних пам'яток, долученні суспільства до надбань етнокультурної та світової історико-культурної спадщини. Водночас, музей є інформаційним ресурсом. Сучасні тенденції

у соціокультурній сфері підштовхують музеї до використання творчого, інноваційного підходу у роботі. У свою чергу, це сприяє формуванню нових підходів, що включають застосування інтерактивних технологій, активну співпрацю з медіа сферою та громадськими організаціями, запуск креативної реклами, інформування громадськості через мережу Інтернет про свою діяльність, наявність збірок та пам'яток, що мають не лише національне значення, а й світове.

Важливого значення набуло створення професійних музейних організацій, які об'єднували музеї певної країни, за певними напрямками музейної роботи, а також регіональні об'єднання, що характеризуються спільністю культурного розвитку.

Музеї можуть впливати на наше самопочуття, допомагають нам відчутти гордість за історичне коріння, можуть надихати, кидати нам виклик і стимулювати нас до пошуку, переусвідомлення думок. Дедалі більше музеїв, малих і великих, із різною аудиторією, використовують свої чудові колекції та креативність для створення соціально активної практики. Подібна соціокультурна спрямованість є необхідною зараз більше, ніж будь-коли.

Оскільки суспільство стикається з такими проблемами, як бідність, нерівність, нетерпимість і дискримінація, музеї можуть допомогти зрозуміти, обговорити і сприяти подоланню цих проблем. Вони також можуть підвищити життєві шанси кожної людини за рахунок усунення бар'єрів на шляху до доступу і включення. Музеї роблять це за рахунок активної участі громадськості, взаємодії з різними спільнотами та обміну колекціями і знаннями, що змінюють життя людей.

Музеї всіх розмірів з колекціями від образотворчого мистецтва до соціальної історії змінюють життя людей, часто це роблять в партнерстві з громадськими групами, благодійними організаціями з охорони здоров'я та іншими організаціями. Цей тип роботи допомагає музеям бути більш

стійкими, а суспільні блага, які вони приносять, підкреслюють важливість продовження державних інвестицій в них.

Також для початку XXI ст. є характерним зміна фокусу музейників на людське сумління. Створення і розвиток музеїв, меморіалів сумління та пам'яті виступило фіксатором змін у суспільстві. Цінність музейних предметів полягає у тому, що вони є доказами злочину. Ціль цих музеїв полягає у збереженні і оприлюдненні доказів порушення прав людини, відновленні справедливості і захисті прав людини, засудження та запобігання злочинів проти людяності шляхом накопичення й поширення знань.

З постійним розвитком прогресу, поширенням і зміною нових технологій і пріоритетів, музеї в усьому світі мають змінити свій підхід до фінансування своїх місій, і, працюючи разом з громадою, навчаючись один у одного та обмінюючись ідеями, вони можуть почати створювати більш надійний спосіб фінансування своїх послуг й досягти цілей зі збору коштів. Якою б не була мета збору коштів, новітні технології, можливості з розширення соціокультурних спільнот, об'єднання нових прихильників, допомагають забезпечувати пошук цих нових можливостей фінансування.

Варто зазначити, що в економічно розвинених країнах перелік видів комерційної діяльності музеїв надзвичайно широкий. Музейні мережі цих країн тісно інтегровані в індустрію дозвілля й туropolерейтингу, чимало з них утримують власні дочірні комерційні компанії, а саме: екскурсійні бюро, готелі і ресторани, ексклюзивні реставраційні майстерні, магазини коштовностей або антикваріату, сувенірні крамниці, поліграфічні фірми, власні видавництва тощо. Щорічні прибутки, наприклад, великих британських музеїв сягають десятків мільйонів доларів, з них лише близько третини складає пряма плата за відвідування.

Отже, сучасний музей із залученням до його діяльності місцевих спільнот, волонтерів, «друзів музею», спонсорів або розширення членства показує тенденції розвитку музейного руху від професійного інституту до

соціокультурного, інтегрованого до системи інших соціальних інститутів суспільства.

РОЗДІЛ 3. ТЕОРІЯ РОЗВИТКУ МУЗЕІВ В СУЧАСНОМУ КУЛЬТУРНОМУ ПРОСТОРИ

3.1. Інформаційні технології в практичній роботі сучасного музею: європейський і вітчизняний досвід

Інформаційні та мультимедійні технології здатні допомогти музею і в демонстрації музейних колекцій. Форми представлення можуть бути різноманітними – від виготовлення високоякісних цифрових копій тендітних творів, наприклад документів або об'єктів графіки, які можуть бути представлені в постійних експозиціях, до створення віртуальних експозицій, які відображаються в Інтернет і вирішують питання доступу до музейних експонатів віддалених користувачів та проблему розширення аудиторії музею за рахунок користувачів мережі [2].

Музейний простір у соціокультурному розумінні, нами визначається як простір, у якому митці і куратори можуть генерувати ідеї, спілкуватися між собою, взаємодіяти з громадськістю. Музеї є популярними, коли мають захоплюючі роботи та рідкісні артефакти, створюють можливості для роздумів та спілкування, таким чином будуються більш міцні відносини з відвідувачами. Проте в умовах поширення світом коронавірусної пандемії, традиційна взаємодія зі своєю аудиторією стала не можливою.

Також можемо говорити про те, що сучасне суспільство є далеким від споглядання неживих предметів заради них самих, навіть, із врахуванням цінності побаченого. Застосування інформаційно-комунікаційних технологій в музейній діяльності сприяє наданню відвідувачам більшого, у порівнянні з форматованими та текстовими варіантами. Інформаційно-комунікаційні технології включають широкий спектр можливостей із застосування інтерактивних мультимедіа, гіпермедіа, додатків для обробки зображень, цифрових відео,

комп'ютерної графіки, віртуальної реальності та інтерактивних дисплеїв, новітніх форматів виставок.

Отже, важливим зрушенням у підвищенні туристичної конкурентоспроможності регіонів став інформаційно-комунікаційний прогрес, що значно вплинув на доступність об'єктів історико-культурної спадщини. Часто саме музеї стають початковою точкою для вивчення туристами країни, її регіону та соціокультурної традиції.

Об'єднання музеїв у музейні асоціації та спільне просування своїх послуг в Інтернеті створює сприятливе підґрунтя для вироблення «спільної мови» зі світовим музейним співтовариством, спільного просування своїх послуг в мережі Інтернет, а також швидкого поширення оновленої інформації про виставки та продажу білетів. Кожен сайт розрахований на конкретну аудиторію, у кожного свої специфічні вимоги до змісту та унікальна структура. Такі сайти дають змогу бачити календар виставок, що віддалено підтримуються музеями світу. Кожен музей має власний пароль, що дає йому змогу вносити поточні зміни у свій індивідуальний календар, автоматично оновлюючи загальну базу даних. А кінцевий користувач може вести пошук за допомогою будь-якої комбінації з назви, теми, дати, ключового слова, міста або музею. Музеї надають надійну і постійно оновлювану інформацію про великі виставки і сприяють відвідуванню таких експозицій шляхом продажу квитків через Інтернет. Подібні мережеві сайти прагнуть стати майданчиком, що транслює потокове відео та прямі телепередачі, які дають уявлення про повсякденну діяльність музеїв – про відкриття виставок, нові придбання, відвідування сховищ і лабораторій з консервації [25, с. 19].

У якості прикладу використання спільної бази можна узяти французьку базу даних, що охоплює всі державні музеї країни, а також інші музейні заклади [85]. База даних дозволяє відвідувачам сайту через пропоновані посилання звернутися до інформаційного каталогу практично будь-якого державного музею, отримати доступ до його файлів та

переглянути матеріали. Також використання цієї бази стане у нагоді туристам, які досліджують культурну спадщину Франції, завдяки розділу «Картографія», що додає опис маршруту для піших туристів та туристів на автотранспорті. Користувачі, які мають мобільний пристрій легко і швидко можуть розрахувати свій маршрут так, щоб потрапити до обраного музею. На додачу до цього вони отримують доступ до бази даних «Джоконда» («Joconde»), в якій, поряд з описом музейних колекцій, міститься ще й графіка [79]. Тобто подібну платформу можна вважати гарним прикладом поєднання бази даних історико-культурної спадщини й бази даних туристичних послуг.

Ще один доступний спосіб заявити про себе завдяки доступу до Інтернет мережі – це участь в опитуваннях на туристських інтернет-порталах. Наприклад, найвідоміший у світі сайт про подорожі, що базується на відгуках реальних мандрівників TripAdvisor. Сайт і додаток Tripadvisor дозволяють переглянути більш ніж 859 мільйонів відгуків та коментарів, він доступний у 49 регіонах світу. Портал щороку оголошує переможців Travelers' Choice (Вибір мандрівників) серед найкращих музеїв світу. Нагороди присуджуються найкращим за результатами аналізу мільйонів відгуків і думок мандрівників на сайті TripAdvisor. Це, безсумнівно, привертає ще більшу кількість відвідувачів до цих музеїв [133].

У зв'язку із наведеним вище наголосимо, що візуалізація передбачає ефективно згортання і стиснення інформації. Це дозволяє представляти її в компактному й зручному для споживача вигляді, орієнтуватися не тільки на саме засвоєння знань, а й на прийоми його засвоєння та способи мислення. Так, у арсеналі засобів, що використовуються музейними працівниками ми бачимо: музейні проморолики; музейні аудіо гідів та QR-коди; віртуальні мобільні девайси та додатки; музейні ігрові та інтерактивні путівники; музейні фільми; музейні перформанси-імпровазації; музейні презентації, дидактичні міні плакати; музейні

постери; ігрові настільні (настінні, підлогові) карти; музейні паспорти; маршрутні листки активності («карти праці»), у якості елементів музейних експозицій все частіше починають використовуватись музейні інсталяції, інтерактивні фотозони, ефекти віртуальної та доповненої реальності тощо [21].

У процесі аналізу діяльності музеїв різних типів, помічено що обмежений простір часто визначає можливості показу лише незначної частини великої колекції. Проте за рахунок використання мультимедійних систем, можна продемонструвати додаткові матеріали, які могли б залишитися непоміченими. Так, наприклад, інтерактивні можливості взаємодії із зображеннями, дозволяють відвідувачам порівнювати об'єкти, виділяти окремі частини і докладно вивчати деталі.

Мультимедійні системи дозволяють відвідувачам швидко знаходити і отримувати інформацію з великої бази текстової інформації, зображень, відео- та звукових файлів, перебуваючи в будь-якому місці музею [42, с. 810]. Вони відкривають безмежні можливості практично у всіх сферах музейної діяльності, включаючи зберігання інформації, навчання, дослідження і документообіг.

Сьогодні додатки та смартфони, ймовірно, першими спадають на думку як визначні, новаторські мобільні платформи, що готові змінювати музейний досвід суспільства. Але насправді мобільні технології були частиною музейного ландшафту принаймні з 1952 року, коли, перша аудіоекскурсія з використанням технології радіомовлення була презентована Муніципальним музеєм в Амстердамі [89].

У роботі музею з відвідувачами використання аудіогіду покликане створювати в уяві слухача зоровий образ. Аудіогіди також відповідають загальним тенденціям і новим способам культурного посередництва. Перші спроби впровадження цієї технології було зроблено у Нідерландах, Ірландії та США й відносяться до 1930-1960 рр. Перші аудіогіди надавали коментарі та описували виставки, окремі приміщення музею, допомагали в

інтерпретації та розумінні побаченого. З часом на аудіогід звернули увагу як на інструмент розширення доступності музею для людей з особливими потребами. Аудіогіди надали можливість розширити музейний досвід для дитячої аудиторії і сімей, а й для широкої громадськості, іноземців, а також для сліпих і слабозорих, людей з ментальними проблемами та фізичними обмеженнями. Вони дали змогу почути історію ширшій аудиторії.

За своїми технічними характеристиками аудіогіди можуть бути найрізноманітнішими, а саме: цифрові блоки, комп'ютерні технології, що використовуються за допомогою сенсорного екрана та/або цифрового блокнота, мобільного пристрою, що дозволяють накреслити певний об'єкт, надіслати його за допомогою MMS на конкретний телефонний номер і за кілька хвилин отримати фото, анімацію, звук і текст із поясненнями (наприклад, вітрини Музею декоративно-прикладного мистецтва в Парижі та Музею стародавнього мистецтва в Лісабоні). В мобільних аудіогідах також використовується bluetooth-технологія, що надає відвідувачам доступ до зображень, текстів і відео, які можна завантажувати як в самому музеї, так і завчасно, перед відвідуванням закладу. Також аудіогіди можуть використовувати інфрачервоні технології, що дає змогу аудіоканалам активуватися під час наближення до предметів, вітрин або приміщень, які містять коментарі. Використовуються й інтерактивні аудіогіди – електронні пристрої, що мають mp3 пам'ять, цифрову клавіатуру, кілька клавіш та динамік.

Аудіогіди часто використовуються в тих музеях, які характеризуються високим рівнем відвідуваності, де відвідувачі розмовляють іноземними мовами, наприклад, у відомих музеях, таких як Лувр або Музей природничої історії. Демографічні дані відвідувачів вказаних музеїв є надзвичайно різноманітними, тому вони не в змозі винаймати співробітників для кожної демографічної категорії й використовують системи аудіогідів, які можуть бути відформатовані

різними мовами, під різний вік відвідувачів та різні потреби з метою пристосувати музейні знання до запитів відвідувачів.

Застосування аудіогідів може допомогти кураторам музею збирати дані про відвідувачів, з'ясувати, які експонати користуються найбільшою прихильністю відвідувачів. Подібна інформація може бути використана для розробки оптимальних маршрутів по музею.

Беручи до уваги різні типи аудіогідів, що використовується різними музеями в різних країнах, їх можна було б назвати музейними мем-гайдами. Проте традиційні аудіогіди обмежені інфрачервоними технологіями, цифровою клавіатурою та RFID, які можуть використовувати тільки аудіоінформацію, хоча вони й дають змогу комбінувати інформацію у різних форматах [83].

Так, наприклад Національний ліверпульський музей пропонує аудіогід «Оглядовий тур» галереєю світових культур, Давнього Єгипту, динозаврів та світу природи, простору і часу, за допомогою якого потенційні відвідувачі отримують можливість ознайомитися з деякими обов'язковими до перегляду об'єктами та експозиціями, з метою отримання максимальної віддачі після візиту та контактом з музейними артефактами [127].

Не зважаючи на очевидний прорив і можливості використання означеної технології, вона має й очевидний недолік, що полягає у відсутності візуальних ефектів. Ряд дослідників відстоює непотрібність візуальних ефектів на пристроях, оскільки візуальна складова присутня у вигляді фізичних експонатів, доступних в музеї. Також називають кілька причин, що роблять музейне обладнання аудіогідом небажаною статтею витрат, наприклад через можливість їх поломки або ризик втрати, дорожчу вартість виробництва пристроїв та підготовки професійних записів. Хоч користувачі аудіогідів, як правило, відповідально ставляться до обладнання, трапляються нещасні випадки, які можуть дорого коштувати.

Отже, витрати на нові пристрої стає черговою перепорою у покращенні музейної діяльності та широкому включенню громадськості.

Музеї намагаються вирішувати бюджетні проблеми й не завжди встигають за технологічними розробками через їхню високу вартість. Проте починаючи з 2018 р. про себе заявляє додаток GuideNow. Тепер відвідувачі можуть легко отримувати доступ до всього контенту виставки, використовуючи власні смарт-пристрої, більше не має необхідності стояти в черзі і пристосовуватися до старомодних аудіогідів. Вказаний додаток є інтерактивним аудіогідом, що пропонує більш зручний, особистий і захопливий досвід, оскільки відвідувати виставки можна у своєму темпі та відповідно до власних інтересів. Аудіовізуальний і мультимедійний контент може містити текст, звук, фото, 360-градусне зображення, анімацію, відео та 3D-моделі [118].

Сучасні аудіогіди також використовують розповідь, проте вона є унікальною для кожного музею або ж для кожної виставки, забезпечуючи чітку спрямованість і посил. Найкращі зразки творчих аудіогідів створюються досвідченими виробничими групами, які об'єднують професіоналів, як-от: професійних акторів озвучування, перекладачів, звукових редакторів, щоб забезпечити цільовій аудиторії запам'ятовуваний та захопливий продукт. Витративши час на визначення та адаптацію контенту для відповідної аудиторії, творці путівників можуть задовольнити потреби дітей в улюблених історіях; іноземних гостей ознайомлювати з особливостями історико-культурного розвитку, залучати людей з особливими потребами. Дослідження свідчать, що 68% музеїв пропонують своїм відвідувачам аудіогід [82]. Отже, аудіоекскурсії, як і раніше, є найпоширенішою формою «самостійного» мобільного відвідування культурних об'єктів.

У всьому світі люди, відвідуючи музеї, беруть аудіоапаратуру напрокат, щоб отримати у тимчасове користування аудіогід. Це може означати очікування в довгих чергах, а інколи й недоступність обладнання. Але простий генератор QR-коду з логотипом може вирішити цю проблему. Фактично, кожен відвідувач може отримати свій аудіогід, просто

відсканувавши QR-код. Крім того, це отримання надійнішої інформації про музей, оскільки вона може часто оновлюватися за URL-адресами. Також для залучення більшої кількості людей замість тексту можна використовувати мультимедійну інформацію. QR-код у музеях можна використовувати для вбудовування інформативного відео про об'єкт, розповіді про його походження та історію, це також може бути анімація для дітей, яка допоможе їм краще засвоювати знання, а також це дозволить створювати новий творчий контент саме відвідувачам – фільми, аудіо та 2D-роботи на основі музейних колекцій [70].

Активне поширення й застосування цієї технології почалось після 2017 р., коли зчитувачі QR-кодів було додано в усі нові оновлення програмного забезпечення Android і Apple. Це прибрало один з основних бар'єрів і означало, що користувачі смартфонів можуть сканувати коди за допомогою камери свого смартфона без необхідності в окремому додатку. До 2020 р. 91% активних користувачів iOS мали доступ до вбудованих сканерів QR-кодів. Технічна можливість швидкого сканування QR-кодів сприяла тому, що під час пандемії COVID-19 у Великій Британії, вони стали важливим інструментом для безпечного доступу до послуг і контенту без використання фізичного контакту.

Надзвичайно вдалим прикладом використання QR-кодів під час виставки «Галлоуейський скарб» (Galloway Hoard) у найбільшому виставковому просторі Національного музею Шотландії у 2021 р. [61]. Роботи з консервації предметів скарбу охоплювали фотографування і створення 3D-моделей. З огляду на обмеження через COVID-19, було вирішено розмістити QR-коди поруч зі скриньками з ключовими об'єктами, щоб відвідувачі могли отримати доступ до моделей, що давало можливість маніпулювати і наближатися до цифрових версій. Через розмір цієї виставки бюджет був розрахований тільки на створення аудіо, тому контент був розміщений на веб-сайті музею, що не потребувало створення окремого ресурсу на замовлення, проте створювало певні незручності для

відвідувачів виставки. Виставка «GallowayHoard» дозволила зробити аналітику взаємодії, тобто виміряти, скільки людей відвідало музей на основі порівняння використання QR-кодів. Результати дослідження показали, що виставку відвідало 65 тисяч осіб, а QR-коди були проскановані 26 тисяч разів. Використовуючи дані аналітики в qr-code-generator.com, також з'ясовано, які саме 3D-скани/об'єкти стали найбільш популярними.

Отже, розміщення QR-кодів музейними залами, особливо з додаванням посилання на соціальні мережі, з хештегом експонату або місця є одним із способів спонукати відвідувачів ділитися своїм досвідом у соціальних мережах, це може допомогти залучити нових відвідувачів і спонукати тих, хто не відвідував музей певний період, повернутися. QR-коди також можна використати для встановлення зворотного зв'язку з відвідувачами, сповіщення про наступні події в музеї, для відправки оновленого календаря подій тощо.

Важливим проривом у збереженні, вдосконаленні та використанні історико-культурної спадщини у практичній діяльності музеїв стало винайдення 3D-технології, що підтверджуються великими проєктами, такими як «Європеана», «Європейська цифрова бібліотека», «Горизонт-2020: розширене 3D-моделювання для доступу і розуміння європейських культурних цінностей». Було запущено багато міждисциплінарних проєктів, що об'єднали графіків, експертів, промислових інженерів, архівістів та істориків. 3D-технології допомогли у справі від запису форми об'єкта до його фізичного відтворення. Окрім запису форми, 3D-інструменти пропонують ще одну перевагу позиціонування об'єкту в просторі. Ця характеристика дуже корисна щодо культурної спадщини, оскільки дає змогу аналізувати відносини між об'єктами в контексті, наприклад простору міської території, місця археологічних розкопок, у межах одного об'єкту при реконструкції частин розбитої статуї або декоративних елементів на поверхні посудини. Дослідники часто

використовують ці тривимірні цифрові моделі та друківані копії для збору та аналізу даних, тим самим уникаючи фізичного контакту з чутливими об'єктами та експонатами. Дослідники й технічні експерти також можуть обмінюватися цифровими моделями в глобальному масштабі, громадськість може насолоджуватися музейними колекціями ширшими способами.

Виготовлення точних моделей дозволяє захистити мистецьку та особливо археологічну спадщину від непередбаченого руйнування й ризиків неналежної консервації. Музейні колекції, як правило, включають багато творів мистецтва і незліченну кількість археологічних знахідок, які не можуть бути виставлені з причин обмеженості простору, але мають велику наукову та художньо-історичну цінність. Багато об'єктів виставляються лише після десятиліть зберігання, а інші ніколи не будуть представлені публіці. Час може мати серйозні наслідки для стану їхнього збереження. Класичним рішенням для зменшення ризиків, особливо для археологічних матеріалів, є наукове лиття, яке може замінити оригінальний об'єкт з метою вивчення та аналізу, проте традиційний процес виготовлення зліпків неминуче пов'язаний зі складнощами безпосереднього фізичного контакту. Сьогодні, застосовуючи методи тривимірного моделювання, науковці з питань спадщини можуть отримати необхідні дані та виготовити надзвичайно точні цифрові моделі. Отримана друківана модель принаймні еквівалентна традиційному зліпку, але оскільки вона створюється без безпосереднього контакту з об'єктом, процес забезпечує поліпшений захист оригінальних цінностей.

Так 3D-технологію було використано при реконструкції теракотової статуї з церкви в італійському місті П'єстраніко, що була пошкоджена в результаті землетрусу 2009 р. Реставраційні роботи включали сканування фрагментів для створення внутрішнього каркасу, виготовлення втрачених елементів [76].

Переваги 3D-технології також використано Британським музеєм для виставок «Індія і світ: історія у дев'яти історіях» і «Епоха розкоші» [75].

Оксфордський університет для розширення можливостей використання своєї колекції також застосував 3D-технологію. Культурні об'єкти, розташовані на платформі «Кабінет», стали доступними з телефону, планшету, ноутбука. Студенти, співробітники та широка публіка можуть досліджувати спеціальні колекції з усього світу. Відвідувачі можуть прокручувати віртуальний 3D-об'єкт, перебуваючи поряд з оригіналом у музеї. Подібний спосіб спілкування з культурної спадщиною скорочує розрив між цифровою взаємодією і реальними речами [59].

Головна важлива перевага тривимірної візуалізації полягає у тому, що поширювати 3D-моделі набагато зручніше, ніж застосовувати традиційний спосіб перевезення цінних історичних артефактів. Дослідники та відвідувачі музеїв отримують можливість ділитися цінними об'єктами культурної спадщини використовуючи особисті девайси, діти задовольняють свою допитливість і потяг до електронного спілкування. Ще одна важлива особливість застосування 3D-моделювання полягає у розширенні культурного досвіду людей, які мають вади слуху та зору, вони отримують можливість близького контакту не хвилюючись через випадковість пошкодження артефактів.

Ще одним напрямком соціокультурної роботи сучасного музею є розробка віртуальних турів, що є корисним освітнім інструментом. Він може надавати детальні, збільшені зображення музейних артефактів і текстові описи на особистому пристрої, можуть містити більшу кількість інформації, ніж у самому музеї. Віртуальні тури також слугують варіантом доступу для людей з обмеженими можливостями, які не можуть інакшим чином відчувати експонати через фізичні, сенсорні або інтелектуальні бар'єри. Серед інших опцій, тур може включати аудіо функції, а також бажані користувачем варіанти відображення та навігації.

Сьогодні ми говоримо про те, що багато віртуальних турів пропонуються у співпраці з Google Arts and Culture. Саме ця онлайн-платформа демонструє зображення і відео з високою роздільною здатністю з більш ніж 2.000 музеїв по всьому світу [117].

Багато віртуальних турів сягають своїм корінням домашніх сторінок музеїв, що підтримуються ними в мережі Інтернет для поширення інформації про себе. Домашні сторінки музеїв зазвичай містять адміністративну інформацію, таку як: графік роботи, послуги, контакти. Інші – містять поверховий план музею, як, наприклад, веб-сайт Британського музею. Віртуальні музеї об'єднуються з виставками, путівниками, фотографіями і відеозаписами як засобами просування та інтерпретації музею і його колекції.

Музеї повинні розумно намагатися усунути будь-які бар'єри у доступі, які перешкоджають відвідувачам ознайомитися з експонатами. Однак, якщо це стає неможливим через те, що об'єкт, наприклад, занесений до списку історичних будівель, музеї все одно зобов'язані надати відвідувачам рівні можливості. У такому випадку віртуальний тур може бути використаний для покращення доступності музею там, де фізичні зміни в самому закладі не можливо зробити. Тому головним стає забезпечення розробки туру з урахуванням інклюзивних особливостей.

Завершальним етапом у процесі створення і запуску віртуального туру є регулярне вдосконалення та оновлення його контенту. Саме тому фото-тур є зручним, оскільки його легше оновлювати, ніж інші види турів. Оскільки віртуальний тур створюється для відвідувачів музею, важливо мати систему зворотного зв'язку, яка дозволяє людям висловлювати свою думку, щоб допомогти музею поліпшувати пропозиції. Віртуальний тур відрізняється від інших форм комунікації, наприклад від друкованих матеріалів або завчасно підготовлених аудіо- та відеоматеріалів. Нова інформація може бути додана і змінена, на відміну від друкованих матеріалів, які потрібно повністю замінювати. Це одна з переваг

віртуального туру, але якщо її ігнорувати, то вона може перетворитися на суттєвий недолік [88, р. 20].

Однак, важливо зазначити, що віртуальні тури також можуть доповнити освітні можливості музею, який є фізично доступним. Тур може включати вікторини та інші інтерактивні навчальні елементи. Його можна проходити в особистому темпі, він може бути керованим або самонавігаційним, з метою включення всіх стилів навчання або уподобань відвідувачів. Віртуальні музеї в найповнішому сенсі цього слова складаються з колекцій, які повною мірою використовують переваги легкого доступу, вільної структури, можливостей гіперпосилань, інтерактивності та мультимедійних можливостей мережі.

Варто вказати на зручність порталу «Радість музейних віртуальних турів. Віртуальні екскурсії музеями, картинними галереями та історичними місцями» (JOY OF MUSEUMS VIRTUAL TOURS. Virtual Tours of Museums, Art Galleries, and Historic Sites), що пропонує швидкий доступ до європейських, азійських, африканських, американських музеїв [81].

Враження від відвідування музею можна посилити й поліпшити за допомогою мультимедійних систем, в яких розповідь будується аналогічно сучасним комп'ютерним іграм, в тому числі і у віртуальній реальності. Такий тип уявлення про експонати знаходить все більш широке застосування в сучасних музейних експозиціях. Також мультимедіа допомагають у відновленні експонатів. Наприклад, в експозиції музею знаходиться фрагмент експонату, і щоб показати його в цілісному вигляді на допомогу музейним співробітникам приходять мультимедіа, що сприяє й зменшенню витрат на реконструкцію. Особливо актуальним це може стати для невеликих музеїв, що не володіють достатніми фінансовими ресурсами для проведення реконструкцій історико-культурних артефактів.

Також останнім часом інтерактивні художні інсталяції почали завойовувати чільне місце у світі мистецтва. Хоча традиційні засоби, такі як живопис і скульптура, як і раніше, становлять більшу частину

експозиції, жанр інтерактивної арт-інсталяції, безумовно, посідає основне місце в сучасних творіннях. Мистецтво підштовхувала нова діджиталізована ера, що пропагує технології, Інтернет і великі зміни в соціокультурних технологіях. Авангард почав зосереджуватись навколо чисто модерністських творінь, які спонукають відвідувачів брати участь у творенні мистецтва. Відчуття інклюзивності та більшої залученості відвідувачів роблять цей рух корисним як для художників, так і для тих, хто знайомиться з кожним художнім твором.

Також у роботі музеїв використовуються інтерактивні сенсорні столи і кіоски, які можуть надавати відвідувачам загальну інформацію про музеї, фотографії експозицій, планування і будівлі в цілому. Інтерактивний контент кіоску може з легкістю провести вікторину, дати можливість відвідувачам зіграти в гру або залишити свій відгук та поділитись своїми враженнями про відвідини музею в соціальних мережах[72].

Багато музеїв в наш час не уявляють свої експозиції без вбудованих мультимедійних складових, що виконують функції пояснення, заміни експонатів, введення глядача у потрібний емоційний стан, залучення його у взаємодію з простором музею та його експонатами [42, с. 810]. Інтерактивні мультимедіа підходять для побудови електронних каталогів виставки, що можуть містити зображення усіх експонатів та відповідну документацію. Завдяки пошуковій системі, можна використовувати всю інформацію у будь-якому місці виставки, покращувати навігацію, оновлювати і змінювати інформацію та експозицію, не вносячи зміни у носіях інформації, розташованих біля експозиційних стендів.

Розширення доступу як наслідок активних запитів на цифровізацію, сприяло тому, що значна частина кураторського контенту цифрової спадщини стала доступною онлайн на музейних сайтах й культурних платформах, у соціальних мережах, на мобільних пристроях при відвідуванні, в музейному просторі. Все це сприяло активному соціокультурному залученню відвідувачів до музейних колекцій,

екскурсій, пошуку довідкових матеріалів при самостійному визначенні місця і часу. Тисячі людей звертаються до музейних онлайн колекцій в рамках своїх досліджень, для навчання, для повторного використання інформації та зображень у своїх роботах. Також музеї використовують соціальні мережі для взаємодії з мільйонами людей – постійними відвідувачами, онлайн спільнотами, намагаючись вибудувати стійкі відносини навколо культурної спадщини. З метою розширення соціокультурної участі через співтворчість музеї відкривають онлайн колекції для соціальних тегів, а також співпрацюють зі спільнотами волонтерів у перетворенні рукописних архівів у цифрові видавничі проекти [86].

Подібний досвід має великий потенціал для надання привабливого контенту таким чином, щоб він був пов'язаний з аудиторією як у стінах музею, так і за його межами. І охоплення ширшої аудиторії за допомогою цих пристроїв – одна з найважливіших причин серйозно задумуватися про розширення мобільного досвіду. Мобільний досвід обіцяє надати відвідувачам музею новий спосіб поглибити свою взаємодію з установою, а також залучити й утримати нову аудиторію, зробивши музей більш оперативним, доступним і актуальним.

Очевидно, що мультимедійні технології не можуть бути самодостатніми, проте їх застосування є виправданим, адже це дозволяє вирішувати різні завдання. Успіх застосування певної технології, залежить від зручності її сприйняття відвідувачем і призначеного для користувача інтерфейсу.

3.2. Тенденції розвитку музеїв у сучасному європейському просторі

Протягом останніх десятиліть ХХІ ст. ми спостерігаємо значну увагу до взаємозв'язку музеїв, історико-культурної спадщини і новітніх технологій, що продовжують розвиватися, а саме:

глобальним комунікаціям, розширення віртуального простору, техніці, більшій орієнтації музейної діяльності на роботу з відвідувачами особливо у напрямку діалогічного музею, соціокультурній підтримці відвідувачів.

Немає жодного напрямку роботи в музеї, де б новітні технології не було впроваджено: мобільні пожертування, соціальні медіа, мобільні додатки, доповнена реальність, аудіо- та віртуальні гіді, датчики глибини й багато іншого. Залучення нових технологій кардинально змінює відносини музею з фахівцями, меценатами та громадою. Завдяки новим технологіям досвід відвідувачів музеїв розширює доступ до контенту, поєднує фізичний і цифровий досвід, допомагає у візуалізації складних понять і процесів. Проте музеї потребують розробки загальномузейної цифрової стратегії, що дасть їм можливість йти в ногу з технічною інфраструктурою.

За останні кілька років природничі, художні та історичні музеї почали працювати з молодшою аудиторією, водночас дитячі музеї – зі старшою. Частково цьому можуть сприяти напрямки «раннього навчання», які підкреслюють цінність раннього досвіду і роль, яку можуть у цьому відігравати музеї та бібліотеки, а також необхідність залучення людей третього віку.

Займаючи важливу нішу в місцевих освітніх екосистемах, музеї мають широкі можливості для навчання інклюзивних учнів, розвитку талантів, моделювання активного навчання для місцевих закладів освіти. Оскільки все більше досліджень висвітлюють переваги неформального навчання та його умов, музеї все частіше можуть використовувати це у плануванні навчального досвіду та заохоченні учнів до продовження навчання в музейному просторі.

Не зважаючи на розширення цифрової інформації про світоустрій, реальні речі – інструменти, посуд, природні матеріали, будівельні матеріали, тканини, предмети повсякденного вжитку, – сповнені інформації про світ, про те, як він влаштований і яким він, ймовірно, буде.

Матеріали мотивують, зберігають історії, показують можливості та поглиблюють розуміння концепцій. Музеї визнають, що у світі все більш віртуального досвіду і об'єктів, які насправді можуть бути зроблені не з того, чим вони здаються, безпосередній досвід спілкування з автентичними матеріалами у музеї має вирішальне значення для нашого розуміння матеріальності, а також того, як наш організм збирає інформацію і як він її розуміє.

Все більше музеїв знаходять нові способи планування та роботи з аудиторією, залучення відвідувачів. Вони запрошують до співтворення простору музею громадян, які мають уявлення про їх призначення, використовують краудсорсинг ідей, а також спільно з відвідувачами створюють проекти. Відвідувачі допомагають досліджувати та створювати прототипи експонатів. Окрім збагачення музейного досвіду, внесок відвідувачів додає нового звучання, розширює перспективи, підвищує актуальність, зміцнює відповідальність за музей. Багато музеїв експериментують з подібним підходом, шукаючи способи збільшити залучення, персоналізувати взаємодію.

Тому музеї до сучасного діджитал середовища вступають з кейсами, що розрізняються за типами проектів, серед яких можна виокремити наступні: освітні, виставково-експозиційні, цифрові та проекти з використанням колекції музею. За традиційною класифікацією музеїв, ці проекти виконуються установами різного профілю, а саме: художніми, природничо-науковими, військово-історичними, науково-технічними, меморіальними, краєзнавчими та національними музеями, музеями-заповідниками.

Серед освітніх проектів є проекти, які спрямовані на соціокультурну взаємодію відвідувачів музеїв, на залучення широкого загалу до важливих питань сучасності, на спільному переживанні історично й психологічно складних періодів тощо. Серед подібних проектів ми виокремили низку, що й буде проаналізована.

Проект, який не задумувався для широкого соціокультурного включення, а з метою задоволення потреб доступу комерційних дослідників – це Музей війн Імперії (Imperial War Museum) [121]. Проект складає колекція фільмів, що відображають усі конфлікти, у яких брала участь Британія, країни співдружності та колишньої Британської Імперії з початку ХХ ст. Колекція з 25.000 записаних годин складається з інформаційних, документальних, не відредагованих «бойових» фільмів, офіційної та аматорської кінохронік, громадських та службових записів. Музей створив базу даних відеоматеріалів, яка буде корисною не тільки дослідникам та історикам, а й звичайним людям, які цікавляться військовими конфліктами та кінематографом.

Другим прикладом гарно розробленого освітнього проекту можна назвати Будинок Анни Франк (Anne Frank Huis) [115]. Це будинок в Амстердамі на набережній Принсенграхт, у задніх кімнатах якого єврейська дівчинка Анна Франк переховувалася зі своєю сім'єю від нацистів. Тут вона вела свій щоденник. Музей Анни Франк розповідає не тільки про фашизм, антисемітизм і Голокост, а й про толерантність і терпимість загалом.

З метою «виходу за межі» музейного простору і залучення більшої кількості людей до обговорення подібних важливих тем, розроблено онлайн-гру «Fair Play» [116]. Мета гри – дати учасникам можливість подумати про ситуації, коли дискримінація проявляється в їхньому власному житті. Таким чином гравці отримують можливість реагувати на дискримінацію: запобігати їй, погіршити ситуацію або взагалі утриматися від коментарів. За сюжетом гри ти є одним із шести молодих футболістів, яких запросили до футбольної академії в Ріо. Гравці потрапляють у кілька неприємних ситуацій, пов'язаних із дискримінацією, забобонами та груповим тиском. Зрештою, група вирішує, хто стане капітаном, голосувати за себе, звісно, не можна.

Наступний музей, що впровадив важливий освітній проєкт став головний історико-археологічний музей Великої Британії та другий за відвідуваністю серед художніх музеїв після Лувру – Британський музей (The British Museum). Перед працівниками музею стояло завдання зробити відвідування музею і процес пізнання більш інтерактивним і захопливим. З цією метою було залучено компанію Samsung. Проєкти Samsung Digital Discovery Centre розроблено саме з цією метою [90]. Разом із Samsung музей почав створювати інтерактивні екскурсії. Школярі під час екскурсій можуть використовувати планшети, надані музеєм, для того, щоб вивчати історію в цікавому інтерактивному форматі.

Прикладом спільної роботи музею і компанії є екскурсія «Self-led session: A giftforAthena». За допомогою планшету можна досліджувати історію Парфенону, граючи у віртуальну гру з доповненою реальністю. Samsung використовуючи природну цікавість школярів до нових технологій освоєння реальності, дослідження минулого, розкриває у юних відвідувачах здібності, які допоможуть їм навчатися упродовж життя й робити це з легкістю [130].

Наступні два освітні проєкти, як і розглянутий вище, належать до музеїв-меморіалів, музеїв пам'яті, діяльність яких направлена на подолання травматичного епізоду історії минулого.

Центральне пам'ятне місце в соціокультурному просторі Німеччини присвячене жертвам Голокосту. Ідея народилася наприкінці 1980-х років і належить публіцистці Леа Рош та історику Еберхарду Йекелю. Сам музей-меморіал пам'яті вбитих євреїв Європи має вражаючий вигляд: це поле площею 19.000 м², по всій території якого встановлено 2.711 бетонних прямокутних плит. Щоб збільшити ефект від побаченого й справити ще сильніше емоційне враження на відвідувача, музей розробив проєкт «Зал масштабів» [93].

Музей історії польських євреїв Полін (MuseumofthehistoryofPolishJews) – великий музей у Польщі, присвячений

історії єврейської громади цієї країни. Музей відкрито 2013 р., а розташований він на території колишнього Варшавського гетто. У 2014 р. спільно з компанією Google музей запустив проєкт «Core Exhibition in Google Street View», метою якого було залучення онлайн-аудиторії до простору музею [129]. В рамках проєкту Музей історії польських євреїв перетворив свою головну залу з постійною експозицією на онлайн-простір, яким відвідувачі можуть прогулятися, використовуючи Google StreetView. Виставка складається з 8 залів, у яких представлено 3.000 років історії.

В Україні також створюються освітні проєкти, проте вони, здебільшого, представляють музейний простір в мережі Інтернет. Одним із найбільших українських культурологічних ресурсів в Інтернет можна вважати портал, створений у 1999 р. під назвою «Пам'ятки України», що діє сьогодні під назвою «Українська спадщина», присвячений питанням культури, історії, архітектури, мистецтва, традицій тощо [113].

З метою популяризації знань про історико-культурну спадщину України створено й офіційний сайт фундації «Культурна спадщина України», що містить віртуальний музей історії трипільської культури, виставку експонатів музею. Він розповідає про відомих художників минулого і сучасності, містить біографії відомих українців, картини з приватних колекцій, основні дані про діяльність окремих музеїв, історико-етнографічні особливості регіонів України, визначні пам'ятки духовної і матеріальної культури українського народів тощо [97].

Серед відомих порталів можна виокремити «Музейний портал», партнером якого є Мала Академія Наук, який надає інформацію та актуальні новини з музейного життя України та світу, доступ до широкої бази даних, а також унікальні віртуальні тури низкою музеїв України та світу [110].

Наступною групою сучасних музейних проєктів є цифрові проєкти. Розглянемо найбільш показовий й значний проєкт соціокультурного залучення, розроблений Лондонським науковим музеєм (Science Museum),

який прославився використанням великої кількості інтерактивних експонатів, таких як: симулятор польоту, віртуальна реальність, інтерактивна галерея історії зміни клімату на Землі тощо. В цілому він присвячений різним розділам науки вікторіанської епохи.

Музеєм було розроблено набір наукових ігор і додатків, які допомагають досліджувати колекції, серед яких: головоломки, вікторини, стратегії [64]:

- Непроглядна темрява (Total darkness game) – гра в браузері, в якій потрібно використовувати свої знання, щоб увімкнути світло в місті та визначити причину темряви [132];

- Мисливці за скарбами (Treasure hunters) – гра-додаток, що є доступною для IOS і Android. Це фото-батл, у якому потрібно знімати скарби, що найбільше підходять під описи. Скарбом може стати будь-що, все, що відвідувач зможе побачити в межах експозиції;

- Подорожі винаходами (Journeys of Invention) – додаток для iPad, який проведе гравця 14 інтерактивними історичними маршрутами [80];

- Позашляховики (Rugged Rovers) – додаток, який пропонує створити свій власний всюдихід;

- Вік інформації+ (INFOAGE+) – додаток пропонує чотири творчі розділи, які допоможуть отримати більше від відвідування галереї «Інформаційне століття».

Яскравим прикладом використання цифрових технологій та створення на їх основі цікавих проєктів для задоволення запитів відвідувачів на отримання вражень за допомогою незвичного формату став проєкт «Доповнена реальність в музейному просторі», презентований в листопаді 2021 р. для Полтавського літературно-меморіального музею Володимира Короленка [46<https://culturecrimes.mkip.gov.ua/>]. Для музейного простору Полтави це став четвертий проєкт з використанням AR-технології. Проте варто зазначити, що подібні проєкти потребують

фінансування розробок додатків, що в межах невеликих міст та регіональних музеїв часто покладається на місцевий бюджет.

З нещодавніх цифрових проєктів, які були створені з метою підтримки й популяризації перед світовим товариством історико-культурної спадщини нашої держави після вторгнення Росії став двомовний портал «Культурні злочини», на якому в режимі онлайн фіксуються пошкодження в результаті війни. Так, наразі зафіксовано 519 пошкоджених або зруйнованих об'єктів культурної спадщини та закладів культури, серед яких є й музейні установи, бібліотеки і архіви, історичні будівлі та інші пам'ятки [62].

Наступними прикладами сучасних музейних проєктів – це ті, в розробці і використанні яких головна роль відводиться саме колекціям. При цьому формат віртуальних виставок дає можливість показати широкій аудиторії численні не завжди доступні скарби, що зберігаються в музейних фондах. При цьому відбувається як розширення меж уявлень про музей, так і популяризація музейних колекцій. Основний напрямок роботи у проєктах цього напрямку відведено використанню 3D сканера, завдяки якому музей сьогодні постає в абсолютно новій якості – як база унікальних і достовірних «моделей», які можна використовувати в інтерактивних інсталяціях, іграх, навчальних додатках і базах даних, для тривимірного друку.

Серед прикладів подібного проєкту можна виокремити Стокгольмський музей Середземномор'я і близькосхідних старожитностей (Medelhavsmuseet). Ще у 2014 р. музей разом з FARO і Autodesk об'єднали свої зусилля в проєкті візуалізації стародавніх мумій. Шість мумій з колекції музею було оцифровано з використанням новітніх методів 3D зйомки, після чого вони стали доступними для відвідувачів у вигляді інтерактивної виставки «The Return of the Mummy!» [134].

Ще один широкомасштабний проєкт з використанням новітніх цифрових технологій було застосовано у роботі Державного

Дарвінівського музею у Москві. У 2017 р. відділ мультимедійних технологій музею почав тривимірне оцифрування фондів за допомогою 3D сканера Artec Eva. Результати цієї роботи можна побачити у профілі музею на сайті sketchfab.com, де є доступними для перегляду понад 100 моделей [102]. Крім того, отримані скани використовуються у підготовці тривимірного контенту для мультимедійних та інтерактивних інсталяцій, а також у відеороликах на каналі Дарвінівського музею в YouTube [103].

У планах музею – подальше оцифрування експонатів, інтеграція 3D моделей з соціальними мережами, а також використання сканів у мультимедійних файлах та інтерактивних інсталяціях музею. Використання 3D контенту дає можливість «зануритися» у віртуальний світ оцифрованих простору і об'єктів, забезпечує більш інтерактивний і цікавий формат навчання. Також завдяки оцифруванню відвідувачі можуть вивчати тіла мумій так само, як це роблять археологи в пошуках нових відкриттів. Також вони дають можливість розгледіти сліди різьблення на саркофагах і артефакти, поховані разом із тілами.

До напрямку цифрових проєктів можна віднести й міжнародні конференції, що стали широким майданчиком для обговорення перспектив розвитку, вважаємо за доцільне винести їх окремим пунктом у діяльності сучасних музеїв. Отже, цифрові проєкти та перспективи використання новітніх технологій обговорюються на трьох найбільших міжнародних платформах:

- Museum Computer Network [122],
- Museums and the Web [126],
- MuseumNext [125].

На сайті кожної конференції можна познайомитися з доповідями минулих років, дізнатися про новини галузі, а також про можливості отримання пільгових квитків до ряду музеїв. Також через платформи можна стати волонтером або ж узяти участь у грантовому конкурсі. Останні конференції присвячуються широкій тематиці від імерсивних

експонатів до аудіогідів, від віртуальної реальності до роботів, останніх стратегій, методів і технологій розвитку музейництва. Також за подіями конференцій можна стежити за допомогою Твіттера, де закордонні музейники активно розміщують слайди, фото, коментарі, підтримуючи тісний зв'язок з громадськістю.

Сьогодні перед музеями стоять як явні, так і приховані проблеми. Інституційні місії мають бути узгоджені з мінливою демографією, зростаючими очікуваннями відвідувачів, перерозподілом фінансування і технологіями, що постійно розвиваються. В ідеалі це призводить до оволодіння багатшим досвідом відвідувачів. Музеї вирішують ці завдання у безліч способів. Установи переосмислюють і перетворюють свої простори, щоб сприяти глибшому розумінню своїх колекцій і місій, більшій інтерактивності, ширшому спектру діяльності та підвищенню стабільності своїх доходів.

Музеї по всьому світу використовують мережу Інтернет, насамперед, як комунікативний засіб: поширення інформації про колекцію, експозиції музею, тематичні екскурсії, лекції, роботу з відвідувачами та ін. Мережа дає змогу підтримувати постійний зв'язок з міжнародними музейними організаціями.

Є помітним дисбаланс між ситуацією можливостей інформаційних технологій та музейними цінностями України. Яскравий приклад – Національний художній музей України, який має найбільше і найповніше у світі зібрання українського образотворчого мистецтва, можливості їх демонстрації становлять 1,2% [54]. Для більшості відвідувачів решта цінностей не стають доступнішими, тому можливості використання мультимедійних технологій, що дозволяють розширювати експозицію у віртуальному просторі або у вигляді інтерактивної експозиції, стали б найкращим рішенням для музею. Тому музейній діяльності необхідно враховувати наявні проблеми та впроваджувати необхідні кроки, що полягають в:

1. уніфікації законодавчих регулятивних документів щодо ринку інформаційних технологій;
2. налагодженні централізованої системи задля побудови національної музейної мережі в Інтернет;
3. реалізації комунікаційних технологій і методіву музейній справі;
4. поширенні цифрових версій в освітній практиці.

Сьогоднішній акцент на особистому, керованому музеєм досвіді розвиватиметься, щоб пристосувати цифрову взаємодію всередині музею та за його межами. По мірі розширення своєї присутності, музеї будуть приділяти більше уваги програмам, орієнтованим на дітей і молодь. Проте задоволення активності та публіки без шкоди для традиційного, більш спокійного музейного досвіду, на який очікують багато відвідувачів,- буде залишатись у пріоритеті музеїв і у майбутньому.

Висновки до третього розділу

Використання сучасних інформаційних технологій в музейній діяльності сьогодні є темою багатьох наукових досліджень, обговорень та практичних реалізацій. Різноманітні, все більш вигадливі технічні відкриття змушують музеї кидатися в гонитву за цими технічними новинками, щоб залучити до музею все більшу аудиторію.

Більшість сучасних технологій направлені на використання Інтернет як потужного засобу комунікації музею з науковим світом, з відвідувачами, в тому числі віртуальними, активне освоєння нових форм комунікації – не тільки через сайт, але і за допомогою соціальних мереж. Метою подібної комунікації завжди є розширення музейної аудиторії і забезпечення максимальної кількості людей, де б вони не знаходилися, доступу до надбань національної та світової культури.

Треба віддати належне виробникам сучасної техніки і програм, які зацікавлені в партнерстві з музеями й виступають прекрасними демонстраційними майданчиками для новітніх технічних досягнень, як наприклад можна вказати на співпрацю компанії Samsung і Британського

музею. Часом виробники обладнання виступають в якості партнера виставок або беруть участь у створенні постійних експозицій музеїв.

Завдяки швидкому розвитку цифрових розваг музеї усвідомили важливість інтерактивних технологій для створення й доповнення виставок. Як місце культури, освіти та ідей музей має реагувати на побажання сучасної публіки, а це взаємодія і майже обов'язкове багатомовне спілкування. Дедалі більше музеїв використовують додатки, QR-коди, сенсорні екрани, віртуальну та доповнену реальність і багато інших інтерактивних технологій, що дають змогу легко і безпосередньо передавати інформацію.

Наприклад, технологія аудіогідів часто використовуються в музеях, які часто відвідують іноземці, серед таких музеїв Лувр, Музей природничої історії, Центр Помпіду. Демографічні дані відвідувачів вказаних музеїв надзвичайно різноманітні, тому музей не в змозі наймати співробітників для кожної демографічної категорії, у них використовуються системи аудіогідів, які можуть бути відформатовані різними мовами, під різний вік відвідувачів та різні потреби з метою пристосувати музейні знання до запитів відвідувачів.

Під час пандемії COVID-19 близько 95% музейних установ світу були змушені закрити свої двері для публіки для запобігання передачі захворювання. З часом після введення карантинних обмежень музеї знову відкрились, але постало питання про можливість використання додаткових пристроїв. Оскільки смартфони використовуються індивідуально, їх назвали придатними пристроями для запобігання передачі й поширення захворювання. Так, аудіогіди можуть бути передані через Wi-Fi одразу на смартфон відвідувача, QR-коди можуть використовуватися для увімкнення пристроїв, а цифрові карти можуть допомогти користувачеві орієнтуватися в просторах музею. Тобто подібні рішення сприяли створенню безпечного музейного середовища та відновленню роботи закладів.

Нові технології, наприклад технологія доповненої реальності (Augmented Reality), дозволяють створювати сучасні привабливі для публіки експозиції, однак тут особливо важливо дотримати баланс між розважальною та пізнавальною функціями музею. Застосування нових технологій не повинно підміняти можливість для відвідувача співпрацювати зі справжніми артефактами.

Різні напрямки застосування інформаційно-комунікаційних технологій в музеях є необхідним, адже їх призначення полягає у допомозі музею у виконанні його основної місії – збереженні, вивченні і демонстрації публіці культурної спадщини у всій її повноті – не тільки матеріальній, а й духовній.

До основних сучасних технологій, які використовуються в практичній діяльності музею слід віднести: QR-коди, аудіо-гиди, віртуальні екскурсії; сенсорні інтерактивні столи; інтерактивні книги, безконтактні інтерактивні системи; технологію Smart Museum; голографічні куби та піраміди; панорамні зображення; доповнену реальність (Augmentedreality, AR); технологію тифлокоментування, мобільні додатки та ігри, тощо.

Отже, досліджуючи питання поширення та застосування інформаційних технологій в музеях, можна без сумніву сказати, що у більшості музеїв світу є інтернет-представництво у вигляді сайту або сторінки в соціальних мережах, також є хоча б одна плазмова панель для проведення лекцій, конференцій, семінарів, демонстрації відео-контенту.

Сьогодні лише найбільші музеї можуть представити рідкісні та незвичайні технології віртуальної і доповненої реальності, а також технології безконтактного управління контентом. Але це не всі види технологій, які до певної міри використовуються сучасними музеями. Тому узагальнений перелік технічних засобів, які беруть участь в експозиційній, освітній та науковій діяльності як зарубіжних, так і українських музеїв, можна згрупувати наступним чином:

- засоби відображення графічного, відео- та аудіоконтенту, а також технології безконтактного управління контентом, технології доповненої і віртуальної реальності (проектори, плазмові і ЖК-панелі, touch-панелі, інтерактивні дошки, екрани, столи і підлоги, фоторамки для електронних фотографій, проектори, колонки, програвачі, навушники, аудіо-гідди, інформаційні кіоски, планшети, комп'ютери і моноблоки, окуляри і біноклі віртуальної реальності, голограми, 3D-голограми і псевдоголограми тощо);
- засоби аудіо- та відеоконференц зв'язку, які допомагають при організації online лекцій та екскурсій.

Варто відзначити те, що технології самі по собі нічого не вартують, і важливою складовою будь-якого мультимедіа додатку або проекту є унікальний контент. Ситуація із впровадженням сучасних технологій в діяльність українських музеїв така, що доводиться констатувати той факт, що інформаційні технології ще недостатньо повно та ефективно використовуються у їх діяльності.

ВИСНОВКИ

Проведений аналіз спеціальної літератури, практики організації музейної діяльності в Україні та за її межами засвідчив, що:

- завдання, сформовані на початку цього дослідження, полягали в розкритті того, що роль сучасного музею полягає не лише в освітній функції, презентації артефактів і захопливому навчанні. Сучасні музеї є центрами соціокультурного життя громади, також можуть пропонувати розважальні й дозвілєві заходи, соціальні заходи, брати участь у створенні особистих естетичних переживань відвідувачів. Оскільки протягом останніх десятиліть функції музеїв змінилися, замість зосередження уваги на предметах, вони переорієнтувалися на надання вражень відвідувачам іншими музейними презентаціями та пропозиціями, важливого значення отримує комплексне обговорення мотивів та переживань відвідувачів.

- Традиційно роль музею зводилася до простору, в якому збиралися і демонструвалися матеріальні цінності минулого. Традиційний музей відіграє важливу роль у збереженні об'єктів і матеріалів культурного, релігійного та історичного значення, їхній демонстрації публіці в освітніх і дослідницьких цілях. Музеї уявлялись елітарними храмами мистецтва, історії та культури, а освіченій публіці пропонували їх відвідати. З часом соціокультурне значення музею було визнано й до музейного простору почали залучати широку аудиторію.

- Сучасні музеї є багатофункціональними закладами, які пропонують своїм відвідувачам як матеріальні, так і нематеріальні продукти та послуги. Сучасний музей включає в себе творчі елементи та ідеї, технології, комунікації й комерціалізацію. В музеях розробляються шоу-блокбастери і виставки для широкої громадськості, використовуються сучасні маркетингові стратегії, повсякчас підтримуються тісні контакти з меценатами, розвивається громадська діяльність. Сучасні музеї взяли на

себе інформаційно-розважальну та освітньо-розважальну місію, щоб охопити молодшу аудиторію і сім'ї з маленькими дітьми, урізноманітнити склад відвідувачів музеїв. Сучасні тенденції в музеології розширили спектр тем і представили безліч інтерактивних експонатів, які дають відвідувачеві змогу зробити вибір, брати участь у заходах, які гарантують розширення та збагачення досвіду.

- До появи й впровадження інформаційних технологій альбоми репродукцій були практично єдиною можливістю долучитися до досягнень світової культури поза стінами традиційних музеїв. Віртуальні музеї значно розширюють аудиторію традиційних музеїв: рейтинг відвідуваності музейних сайтів стає винятково високим. Особливе зростання відбулось у зв'язку з поширенням коронавірусної хвороби та введенням карантинних обмежень.

- Розміщення колекцій та організація виставок, як і раніше, залишаються питанням критеріїв відбору. Однак підключення до мережі інших музеїв дало б змогу отримати ширший огляд і спілкування. Зіткнувшись із пам'яттю культур, музеї змушені виходити в «реальний світ» для збору інформації. Політика примирення у вираженні сучасності об'єднує сучасні культури, сучасні засоби комунікації та музеї. Роль музеїв у суспільстві відображає трансформацію соціокультурних і комунікаційних цінностей, що сприяє усвідомленню сучасності.

- Сучасні технології, що використовуються під час оцифрування колекцій, надають користувачам можливості розглядати деталі експонатів, недоступні в традиційних музеях, наприклад сторінки раритетних видань, деталі клейма тощо. Сучасні технології дають змогу завантажувати зображення з деталями, недоступними неозброєному людському оку. А віртуальні музеї надають можливість атрибуції експонатів.

- Оцифрування артефактів значно підвищує ефективність наукових досліджень за різними напрямками, особливо з історії, мистецтвознавства, культурології, музеєзнавства. Полегшений доступ до об'єктів досліджень,

що фізично знаходяться на значній відстані один від одного відбувається за допомогою об'єднаних баз даних, вони стають легкодоступними завдяки мережі Інтернет.

- Доступність музеїв підвищується за рахунок впровадження різних видів культурного посередництва, таких як: використання аудіогідів, що стали засобами інноваційного посередництва, покликаних зробити відвідування музеїв більш автономним та водночас доповнити традиційне відвідування з гідом. Їхнє використання пов'язане з тенденцією музейної демократизації, яка відчувалася в Європі між 1960-ми та 1980-ми роками, особливо з розширенням освітніх послуг у музеях та відкриттям їх для шкіл. Це також стало безцінним рішенням для іноземних гостей і особливо для людей з особливими потребами.

- Вбудовування QR-кодів у поєднанні з іншими революційними технологіями, такими як штучний інтелект, віртуальна реальність і доповнена реальність, допомогло музеям досягти широкого охоплення й соціокультурного залучення громадськості.

- Віртуальні проекти, як правило, вирізняються великою інформаційною насиченістю, високою художністю, пронизані елементами театралізації, більш орієнтовані на конкретну особистість, збільшують не тільки інформаційний, а й емоційний потенціал музею. Найважливіше у віртуальній музейній виставці полягає в тому, що концепція, матеріал, форма його представлення мають бути дуже якісними. Це пояснюється тим, що своєрідна конкуренція за увагу та позитивну оцінку глядача відбувається не тільки з іншими проектами цього та інших музеїв, а й із продуктами, зокрема освітніми та розважальними, виготовленими із застосуванням веб-технологій дуже широкого спектру осіб та інституцій, які презентуються в мережі Інтернет.

Таким чином, віртуальна виставка від моменту свого створення й у процесі подальшого побутування, зокрема в мережі Інтернет, сприймається як єдиний «артефакт», «художній текст», єдиний твір

мистецтва. Саме така природа віртуальної виставки є визначальною для її переваг і недоліків, дає змогу говорити про неї як про особливу форму реалізації музейної комунікації, й навіть як про особливу форму діяльності музею в умовах постійно розширюваного інформаційного поля.

- Однак в епоху смартфонів і планшетів музейний мобільний додаток не обов'язково має бути віртуальною екскурсією. Це може бути інтерактивна книжка, карта або каталог. Це може бути гра або щось зовсім інше – новий формат, що використовує переваги комбінації вхідних даних, можливостей підключення та обчислювальної потужності, якими володіють мобільні пристрої. Є кілька приголомшливих прикладів застосунків, не пов'язаних з екскурсіями: створені користувачами звукові ландшафти *Scapes*, краєвиди історичного Лондона з доповненою реальністю в *Streetmuseum* і колекційні карткові ігри в *Tate Trumps*. Усі ці додатки вирішують завдання використання можливостей мобільного пристрою.

- Завдяки широкому вжитку смартфонів, планшетів комп'ютерів і медіаплеєрів із підтримкою Wi-Fi – моделі двостороннього зв'язку стали простішими, їхня популярність зростає. Не тільки вузькоспрямовані аудіоекскурсії, а й інтерактивні мобільні мультимедіа, включно з іграми, краудсорсинговими заходами та соціальними мережами, можуть бути доставлені через додатки на телефони та медіаплеєри з виходом в Інтернет замість пристроїв, що надаються на місці. Термін «мобільний» охоплює ціле поле платформ, гравців і способів взаємодії з постійно розширюваною аудиторією.

- Поява мобільних пристроїв змінює уявлення музеїв про свої цифрові інтерфейси, відбувається значне розширення доступу до музею. Окрім того, що більше людей можуть підключатися до музею через свої мобільні пристрої, у них також з'явилась можливість персоналізувати свій музейний досвід у будь-який час і в будь-якому місці, інтегруючи колекції, виставки та інші пропозиції за набагато ширшими сценаріями. Музей може

не тільки входити до навчальних класів і аудиторій, домівок, але також може бути частиною щоденних поїздок на роботу, подорожей, роботи і дозвілля у значно більших масштабах.

- Щодо фінансової діяльності музеїв варто зазначити, що саме сьогодні варто більш прискіпливо ставитися до процесу залучення меценатів та організації фінансових надходжень, виділяти задля цього необхідні людські та технічні ресурси. Адже, коли мова заходить про збір фінансів для музеїв, варто чітко визначати цілі, наводити переконливі аргументи, що відповідатимуть реальним потребам, запускати кураторські програми, надавати можливість здійснювати пожертвування онлайн, розвивати й підтримувати відносини з донорами тощо.

- Музейні експозиції, збагачені цифровими технологіями, стають вирішальним фактором для зростаючої кількості відвідувачів. Уперше люди з обмеженими можливостями, такими як порушення зору або слуху, можуть брати активну участь у цьому досвіді й особисто знайомитися з експонатами. Технології та технологічні інновації зруйнували багато бар'єрів між музеєм і його аудиторією, експонатами і глядачами.

- Цікавість і взаємодія, як і раніше, спонукають людей різного віку досліджувати музеї та галереї, а потім ділитися досвідом через соціальні платформи. Оцифрування виставкового простору вимагає співпраці між музеєм і фахівцями з технологій, щоб перетворити музей на високотехнологічний віртуальний досвід. Серед найуспішніших прикладів музеїв, що використовують технологічні інновації можна виокремити виставку в Луврі «Мона Ліза: За склом», виставку «Мікропія» у Королівському зоопарку Амстердаму, виставку «Викрадення» у бостонському музеї Ізабелли Стюарт Гарднер, французьке місто космосу, виставки «Тропічний ліс» та «Космос» у Гетебурзькому Юніверсумі, виставка «Енергія води» у Немо в Амстердамі та багато інших.

- Отже, широке використання інформаційно-комунікаційних технологій та широке поширення використання мобільних пристроїв

створило підґрунтя до формування нових стосунків музею з його численною аудиторією, створюючи контент і досвід, що працюють на різних платформах, в різних напрямках як усередині музею, так і за його межами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ І ДЖЕРЕЛ

1. Europeana 2022 – зробити цифрову культуру важливою. 14.10.2022. [Електронний ресурс]. URL: <https://cutt.ly/xMVJF2w>
2. Аверкін М. Г. Модифікація форматів комунікативної взаємодії сучасного музею. *Питання музеології*. 2010. № 2. С. 78-82 [Електронний ресурс]. URL: <https://goo.su/kogids>
3. Андрушків Б., Погайдак О. Організація та менеджмент музейної справи в умовах вузівської науки та використання його засобів у навчальних процесах. *Зб. наук. пр. НТШ*. 2013. Т. 8. С. 36-47. URL: <https://goo.su/tUD6GZu>
4. Банах В. Музейні інновації та інтерактивність у теорії та практиці музейної справи. *Історичні та культурні студії*. 2016. Вип. 3, № 1. [Електронний ресурс]. URL: <https://cutt.ly/6MVJL2J>
5. Баркова О. Підготовка контенту для Європеани: вимоги до цифрових копій фотодокументів, метадані у форматі LIDO [Електронний ресурс]. URL: <https://www.slideshare.net/docshyr/barkova-metadata>
6. Башкатов Ю., Терпиловський Р. До історії скансенів у Європі [Електронний ресурс]. URL: <https://goo.su/TmIFuNY>
7. Белікова М. Запровадження інноваційних технологій в музеях України. *Наук. праці історичного ф-ту Запорізького нац. ун-ту*. 2015. Вип. 43. С. 326-330 [Електронний ресурс]. URL: <http://old.istznu.org/page/issues/43/66.pdf>
8. Белікова М., Зайцева В. Основи музеєзнавства. Навч. посіб. Запоріжжя, 2015. 180 с. [Електронний ресурс]
9. Британский музей – хранилище истории всего мира [Электронный ресурс]. URL: <https://goo.su/zjvTjU>

10. Відбір учасників тренінгової програми «Культ чи культура. Школа музейних компетенцій». *Громадський простір*. 08.06.2018-21.06.2018. URL: <https://goo.su/M9zIMw5>
11. Гайворонский И., Горячева, И., Гайворонская, М. Музей «Восьмое чудо света» великого голландского анатома Фредерика Рюйша. *Вестник ун-та СПб. Медицина*. 2018. Т. 13, вып. 2. С. 2006-206. URL: <https://goo.su/rxiF>
12. Галица Е. В. Британский музей. История, коллекции и управление музеем. [Электронный ресурс]. URL: <https://cutt.ly/wMVJN1q>
13. Гринько Я. В. Експлікація «місць/музеїв сумління» в контексті культури пам'яті. *Вісник Нац. акад. керівних кадрів культури і мистецтв*. 2001. № 2. С. 79-83 [Електронний ресурс] URL: <https://goo.su/vyJaUxX>
14. Давиденко Я. Ніч у музеї як креативна форма роботи в умовах соціокультурних змін [Електронний ресурс]. URL: <https://goo.su/XkSxi>
15. За 30-річну оренду картин видатних європейських живописців музей «Лувр Абу-Дабі» заплатив Парижу 750 мільйонів доларів. *Факти*. 16.11.2017 [Електронний ресурс]. URL: <https://goo.su/7qkPYrI>
16. Зятьєв, С. Сьогодні в Україні відзначають Міжнародний день музеїв. 18.05.2022. [Електронний ресурс]. URL: <https://goo.su/GKy718>
17. История архитектуры [Электронный ресурс]. URL: <https://goo.su/8zfp5>
18. История Третьяковской галереи и современное развитие. Сайт о музеях мира: известных, не очень известных, и необычных. [Электронный ресурс]. URL: <https://goo.su/dMUI05>
19. Как устроено меценатство в Лувре. *Газета.uz*. 2018. [Електронний ресурс]. URL: <https://www.gazeta.uz/ru/2018/07/03/louvre/>
20. Караманов А. В. Организация интерактивной музейной среды: от методов к моделям. *Вопросы музеологии*. 2012. № 2 (6). С. 171-178. [Електронний ресурс]. URL: <https://cutt.ly/BMVJ8IH>

21. Караманов О.В. Дидактичні засоби музейної педагогіки як елемент формування нового освітнього простору. *Освіта та педагогічна наука*. 2021. № 1(176). С. 3-11 [Електронний ресурс]. URL: <https://cutt.ly/aMVKwvN>
22. Ковальчук Є. Музей у сучасному світі: розробка наукової концепції. *Волинський музейний вісник*. 2012. Вип. 3 [Електронний ресурс]. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/kovalchuk3.htm
23. Костюк Б. Москва не повертає Україні вивезені культурні цінності. 2015. *Радіо свобода* [Електронний ресурс]. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/27417418.html>
24. Лучшие музеи мира 2018 года [Електронний ресурс] URL: <https://www.atorus.ru/tourist/top10/article/4413.html>
25. Малкова Е.В., Сизова И.А. Применение информационных технологий в классических художественных музеях. Томск, 2017. 108 с. [Електронний ресурс]. URL: <https://goo.su/sSjBxoQ>
26. Михайлова А. Доступный музей: опыт Англии. Июль-август 2020. [Электронный ресурс].
27. Моисеева Е. Колониальные павильоны на Всемирных выставках 1889 г. и 1900 гг. в Париже и как место семейного отдыха, и как фактор имперской пропаганды [Електронний ресурс]. URL: <https://goo.su/zhMH7P2>
28. Молозина И. Роль первой Всемирной выставки 1851 г. в формировании британских музейных коллекций второй половины XIX в. 2015. [Електронний ресурс]. URL: <https://goo.su/m0DiEvK>
29. Морозова Л. Український музей: від культу переможців до культурної інституції. *Критика: міжнародний огляд книжок та ідей*. Листопад 2018. URL: <https://goo.su/rLUzaZg>
30. Музей Виктории и Альберта в Лондоне. Все музеи: обозреватель музеев [Електронний ресурс]. URL: <https://goo.su/gXde>

31. Музей жертв помаранчевої революції відкрили в Луганську. 22.08.2007 [Електронний ресурс]. URL: <https://goo.su/fUT3>
32. Музей Небесної Сотні: Майдан, що не відпускає. [Електронний ресурс] URL: <https://goo.su/X17a9>
33. Музей як content-provider: IT у виставковому просторі. Частина перша. Мобільні додатки. 2011. [Електронний ресурс]. URL: <https://goo.su/gOeQ5i>
34. Музейна справа у кінці XVIII-першій половині XIX ст. [Електронний ресурс]. URL: <https://goo.su/49cVJq>
35. Музейні інновації та інтерактивність: дефініція понять. 2016. Фотографії старого Львова [Електронний ресурс]. URL: <https://cutt.ly/LMVKaNh>
36. На «Київ Цифровий» запустили 3-D тури будівлями, зруйнованими внаслідок російської агресії [Електронний ресурс]. URL: <https://goo.su/p2kbsl>
37. Откуда берутся мемы про то, что Великобритания украла все музейные шедевры из колонизированных стран. 2021. [Электронный ресурс]. URL: <https://goo.su/tH1fBop>
38. Пінчук О.Є. Сучасні технології організації сімейного дозвілля в музеях просто неба. [Електронний ресурс]. URL: <https://cutt.ly/hMVKjdX>
39. Присяжнюк О.М. Музеї декоративно-прикладного мистецтва: освітні та практичні напрями діяльності. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського*. Серія: Історичні науки. 2021. Т. 32(71), № 3. С. 243-248. с. 246. [Електронний ресурс]. URL: <https://goo.su/OXJpL>
40. Пуликова Л. Художественный музей Базель. 2012. [Електронний ресурс]. URL: <https://goo.su/EQplS1A>
41. Рибачок О.М. Міжнародні інтегровані цифрові ресурси документальної культурної спадщини архівів, бібліотек, музеїв: етапи створення, стратегії розвитку (80-ті роки XX – 10-ті роки XXI ст.):

автореф. дис... канд. іст. наук. Київ, 2018. [Електронний ресурс]. URL: <https://goo.su/gjCYC>

42. Родінова Н., Айрапетян, Г. Новітні технології у роботі музеїв. *Матеріали XXVII Міжнар. наук.-практ. конф. «Multidisciplinaryacademicresearchandinnovation».* 2021. С. 809-816.[Електронний ресурс]. URL: <https://goo.su/aSeUif>

43. Салата О.О. Основи музеєзнавства: Навчально-методичний посібник. Вінниця, 2015. 164 с. URL: <https://goo.su/WGDİ8>

44. Силина М. Пергамский музей. Берлин [Электронный ресурс]. URL: <https://goo.su/eyFkCK>

45. Симчук К. Всемирные выставки Парижа XIX века: градообразующая роль и общественное значение. *Вестник Челябинского гос. ун-та.* 2014. № 26 (355). Филология. Искусствоведение. Вып. 93. С. 157-162. [Електронний ресурс]. URL: <https://goo.su/DLNIjY>

46. Синицька Д. У Полтаві презентували доповнену реальністьМузеї Короленка. *Полтавщина: інтернет-видання.* 10.11.2021. [Електронний ресурс]. URL: <https://poltava.to/news/63426/>

47. Скарбниця Національного музею історії України. Офіційна сторінка у Фейсбук [Електронний ресурс]. URL: <https://www.facebook.com/treasuryua/>

48. Сокровища музея Пергамон. Пергамский Алтарь. *Мир музея.* [Электронный ресурс]. URL: <https://goo.su/k9AbWZA>

49. Стинс К. Лучший интерактивный музейный опыт со всего мира. 2021. *Tiqetsblog.* [Електронний ресурс]. URL: <https://cutt.ly/kMVKvYb>

50. Темчур К.О. Сайт та акаунти Історичного музею всоціальних мережах: параметри розвитку. *Держава та регіони.* Серія: Соціальні комунікації. 2019. № 2 (38). С. 75-80 [Електронний ресурс]. URL: <https://goo.su/dsJF>

51. Український музей: від культу переможців до культурної інституції. 14.12.2018. *Портал Музейний простір*. [Електронний ресурс]. URL: <http://prostir.museum/ua/post/41333>
52. Філіпчук Н.О. Український і зарубіжний досвід діяльності музейних інституцій: культуротворчі і націєзберігаючі засади. *Духовність особистості: методологія, теорія і практика*. 2018. Вип. 5. С. 224-234. [Електронний ресурс]. URL: <https://cutt.ly/MMTSxtv>
53. Формирование публичного музея в первой половине XIX века. [Электронный ресурс]. URL: <https://goo.su/sjyMNtz>
54. Черченко О. Світові та українські музеї в умовах інформаційно-комп'ютерного суспільства. 2008. [Електронний ресурс]. URL: <https://goo.su/GMGOhn>
55. Чому варто відвідати виставку «Секрети геніальності: 100 невідомих творів Івана Марчука» в ArtArea. 2019. URL: <https://cutt.ly/hMVKEi4>
56. Шустрова И. История музеев: Уч. пос. Ярославль, 2002. 178 с. [Електронний ресурс]. URL: <http://lib.yar.ru/yarcln/edoc/yarsu/pdf/180900.pdf>
57. Юренева Т.Ю. Музей в мировой культуре. М., 2003. 570 с. [Електронний ресурс]. URL: <https://goo.su/nXMs2kj>
58. Які унікальні культурні цінності України досі знаходяться за кордоном. 2021. [Електронний ресурс]. URL: <https://cutt.ly/nMVKPtQ>
59. 3D technology brings museum collections to life for Oxford students. Social Sciences. [Електронний ресурс]. URL: <https://goo.su/lvmk2C5>
60. Cavendish R. The Founder of the Tate Gallery Dies. 1999. [Електронний ресурс]. URL: <https://goo.su/3hu4W00>
61. Coulson A. QR codes in museums – worth the effort? National Museums Scotland. 19.07.2022. [Електронний ресурс]. URL: <https://cutt.ly/EMVKDLu>
62. Destroyed cultural heritage of Ukraine. [Електронний ресурс]. URL: <https://culturecrimes.mkip.gov.ua/>

63. Donate to the British Museum. [Электронный ресурс]. URL: <https://goo.su/sWwrs>
64. Games and apps. Explore our collection, complete brain-teasing puzzles or learn about science with our range of science games and apps. [Электронный ресурс]. URL: <https://goo.su/bHGDBC>
65. Geschichte des Deutschen Museumsbundes. [Электронный ресурс]. URL: <https://goo.su/iwmkgj>
66. Glasgow life. Kelvingrove Art Gallery and Museum in Glasgow [Электронный ресурс]. URL: <https://goo.su/AnZK>
67. Google Art Project: how biggest museum collection in the world is organized. [Электронный ресурс]. URL: <https://cutt.ly/iMVKKT0>
68. Google Arts & Culture turns 10. [Электронный ресурс]. URL: <https://cutt.ly/3MBoM8c>
69. Greek Art. Encyclopedia of art. URL: <https://cutt.ly/NMVKBXG>
70. Harknett S.-J. Do museum visitors use QR codes? What about near field communication? More importantly, would visitors use those to connect with creative digital content created by our community? *Read on!* 2022. [Электронный ресурс]. URL: <https://cutt.ly/IMT1T5A>
71. Hawkey R. Learning with digital technologies in museums, science centres and galleries. 2020. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.nfer.ac.uk/media/1833/futl70.pdf>
72. How can interactive touch screens help bring museums to life? 2022. [Электронный ресурс]. URL: <https://goo.su/U8uYnL>
73. How the British Museum Became the World's First National Public Museum. 2021. [Электронный ресурс]. URL: <https://goo.su/Cz7b>
74. Importance of Visitor Donations to Free Entry Museums. 2020. [Электронный ресурс]. URL: <https://goo.su/xhPUz>
75. India and the World: A History in Nine Stories. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.indiaandtheworld.org/objects-on-display/>

76. Innovative uses of 3D digital technologies to assist the restoration of a fragmented terracotta statue. *Journal of Cultural Heritage*. 2013. Vol. 14, Issue 4. P. 332-345. [Электронный ресурс]. URL: <https://goo.su/qGxlzz>
77. Investing in culture will build Britain's social and economic recovery. 25.05.2010. National Museum Directors' Council. [Электронный ресурс]. URL: <https://cutt.ly/3MBoKtZ>
78. Jenny Gibbs. The business model of the nonprofit museum. [Электронный ресурс]. URL: <https://goo.su/cpwGU>
79. Joconde. Portail des collections des musées de France: [Электронный ресурс]. URL: <http://www.culture.gouv.fr/documentation/joconde/fr/pres.htm>
80. Journeys of Invention. From the London Science Museum. [Электронный ресурс]. URL: <https://goo.su/JUgywc>
81. JOY OF MUSEUMS VIRTUAL TOURS. Virtual Tours of Museums, Art Galleries, and Historic Sites. [Электронный ресурс]. URL: <https://goo.su/bTeo>
82. Lenseup [Электронный ресурс]. URL: <https://cutt.ly/NMVK317>
83. Martins C. The museum (audio) guide as an accessibility enhancer. 2012. [Электронный ресурс]. URL: <https://goo.su/uAc5jt>
84. Mc Manus P. Museum and Visitor Studies Today. [Электронный ресурс]. URL: <https://goo.su/i5d6V>
85. Museofile MUSEOFILE. Répertoire des musées français. [Электронный ресурс]. URL: <https://goo.su/mKlA>
86. Museum education with digital technologies: participation and lifelong learning [Электронный ресурс]. С. 4 URL: <https://goo.su/CdRgR>
87. Museum Fundraising: 10 Powerful Insights and Tips for the Modern Museum. 2022. [Электронный ресурс]. URL: <https://goo.su/glv0q>
88. Museum virtual tour design guide. 2006. [Электронный ресурс]. URL: <https://goo.su/3hUpVPE>

89. Nancy Proctor for American Alliance of Museums. [Електронний ресурс]. URL: <https://mobileappsformuseums.wordpress.com/>
90. Samsung Digital Discovery Centre. [Електронний ресурс]. URL: <https://goo.su/kWLI9BQ>
91. Simmons, J. History of Museums. Encyclopedia of Library and Information Sciens. 2017. P. 1812-1823. URL: <https://goo.su/WnV6Yc>
92. Somaira Nabi. World Digital Library: A Case Study. [Електронний ресурс]. URL: <https://goo.su/sVRC>
93. Stiftung Denkmal fur die ermordeten Juden Europas. [Електронний ресурс]. URL: <https://goo.su/7ECZiwF>
94. Straughan, C. The Future Of Museum Fundraising. [Електронний ресурс]. URL: <https://goo.su/3W50x>
95. The 1835 Municipal Corporations Act. *A Web of English History*. [Електронний ресурс]. URL: <https://cutt.ly/BMVLedB>
96. The perfect fundraising software for museums. Donorbox [Електронний ресурс]. URL: <https://donorbox.org/museum-fundraising>

Інформаційні ресурси

97. Spadok.org.ua. Інформаційно-аналітичний, культурно-просвітницький портал. [Електронний ресурс]. URL: <https://spadok.org.ua/>
98. VR-музей війни [Електронний ресурс]. URL: <https://goo.su/gbrQ1Q>
99. VR-музей пам'яті війни [Електронний ресурс]. URL: <https://kyivregiontours.gov.ua/war#museum>
100. World Digital Library [Електронний ресурс]. URL: <https://worldhistorycommons.org/world-digital-library>
101. Віртуальний музей російської агресії [Електронний ресурс] URL: <https://rusaggression.gov.ua/ua/home.html>
102. Государственный Дарвиновский музей [Електронний ресурс]. URL: <https://sketchfab.com/darwinmuseum.ru>

103. Дарвиновский музей [Електронний ресурс]. URL: <https://youtube.com/c/ГосударственныйДарвиновскиймузей>
104. Дніпропетровський національний Історичний музей ім. Д.І. Яворницького [Електронний ресурс]. URL: <http://www.museum.dp.ua/>
105. Журнал Museum на русском языке. Музеология. [Електронний ресурс]. URL: <https://cutt.ly/kMByZ5m>
106. История зарубежного искусства XIX века. *Искусствовед.ру* – сетевой ресурс об искусстве и культуре. 2018. [Електронний ресурс]. URL: <https://goo.su/nfsI>
107. Київ Цифровий [Електронний ресурс]. URL: <https://cutt.ly/AMVLbr5>
108. Музеєзнавство [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://cutt.ly/KMVLs6M>
109. Музейний журнал [Електронний ресурс]. URL: <https://cutt.ly/BMVLiLf>
110. Музейний портал [Електронний ресурс]. URL: <https://cutt.ly/DMVLkNu>
111. Національний музей історії України. [Офіційна сторінка]. URL: <https://nmiu.org/>
112. Незасуджений геноцид українців повторюється. 2022. Музей голодомору. [Електронний ресурс]. URL: <https://goo.su/A2b1UW>
113. Спадщина України. [Електронний ресурс]. URL: <http://www.spadshina.com/>
114. Українська коаліція пам'яті [Електронний ресурс]. URL: <https://www.maidanmuseum.org/uk/node/1524>
115. Anne Frank Huis. [Електронний ресурс]. URL: <http://playfairplay.org/>
116. FairPlay [Електронний ресурс]. URL: <http://playfairplay.org/>

117. Google Arts and Culture. [Електронний ресурс]. URL: <https://artsandculture.google.com/>
118. GuideNow [Електронний ресурс]. URL: <https://cutt.ly/NMVLRhR>
119. ICOM – International Council of Museums. [Електронний ресурс]. URL: <https://cutt.ly/IMVLIGR>
120. IDENTITY ON THE LINE RECEIVED EMA PRIZE 2022 [Офіційна сторінка проєкту] URL: <https://goo.su/nxGz>
121. Imperial War Museum. [Електронний ресурс]. URL: <https://film.iwmcollections.org.uk/>
122. MCN. [Електронний ресурс]. URL: <https://mcn.edu/>
123. Meta History. Museum of War. [Електронний ресурс]. URL: <https://goo.su/Zw4R>
124. Museum International [Електронний ресурс]. URL: <https://cutt.ly/BMBonEz>
125. Museum Next. [Електронний ресурс]. URL: <https://cutt.ly/WMBozkp>
126. Muse Web. [Електронний ресурс]. URL: <https://cutt.ly/kMBodz3>
127. National Museums Liverpool. [Електронний ресурс]. URL: <https://cutt.ly/tMBoivr>
128. Nationale Galerie. Staatliche Museen zu Berlin. [Електронний ресурс]. URL: <https://goo.su/4pF0YU4>
129. Polin. Museum of the history of Polish Jews. [Електронний ресурс]. URL: <https://goo.su/FeUBqs>
130. Research. [Електронний ресурс]. URL: <https://cutt.ly/qMVLXqN>
131. The British Museum. [Офіційна сторінка Британського музею]. URL: <https://goo.su/3W833I6>
132. Total darkness game. [Електронний ресурс]. URL: Total darkness game

133. Tripadvisor. [Электронный ресурс]. URL:
<https://www.tripadvisor.ru/>
134. UTSTÄLLNINGAR. Medelhavsmuseet. [Электронный ресурс].
URL: <https://goo.su/P81V>