

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

ДИПЛОМНА РОБОТА

освітнього ступеня «Бакалавр»

на тему: **«ДІЯЛЬНІСТЬ МУЗЕЇВ З ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ
ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ: ВІТЧИЗНЯНИЙ ТА
ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД»**

Виконав: здобувач вищої освіти першого
(бакалаврського) рівня IV курсу
денної форми навчання
напряму підготовки 02 Культура і мистецтво
спеціальності 027 «Музеєзнавство. Пам'яткознавство»
Карпець Віктор Петрович

Науковий керівник: ст. викл.
Глушук Оксана Георгіївна

Рецензент: **Веденко Інна Петрівна**
завідувачка відділом маркетингу, розвитку
та інвестування музею
Комунального закладу «Рівненський
обласний краєзнавчий музей» Рівненської обласної ради

ПЛАН:

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНА СПАДЩИНА В СИСТЕМІ КУЛЬТУРИ.....	9
1.1. Історико-культурна спадщина як культурне надбання народу.....	9
1.2. Музейна практика як форма збереження історико-культурної спадщини.....	21
РОЗДІЛ 2. СУЧАСНІ ПІДХОДИ В ДІЯЛЬНОСТІ МУЗЕЇВ З ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ.....	30
2.1. Нові напрямки розвитку сучасних музеїв в контексті представлення історико-культурної спадщини.....	32
2.2. Використання музеями цифрових технологій для популяризації історико-культурної спадщини.....	49
ВИСНОВКИ.....	66
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	69

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Збереження історико-культурної спадщини відіграє важливу роль у відродженні національної свідомості кожного народу. Світова спільнота розглядає історико-культурну спадщину як інструмент самоідентифікації людини, матеріальне свідчення її зв'язку з минулим та традиціями. Музей, як соціокультурний заклад, відіграє важливу роль у громадському житті країни. Будучи інститутом суспільної «системи пам'яті», володіючи унікальними освітніми можливостями, які забезпечують трансляцію цінностей, він виконує завдання формування національної самосвідомості, самоідентифікації та соціальної адаптації, а також виховання ціннісно-емоційного відношення до історико-культурної спадщини та оточуючої дійсності.

Кожне покоління, кожна епоха ставили свої вимоги до діяльності музею. Незмінним залишалася відповідальність за збереження і популяризацію історико-культурних та науково-природничих цінностей людства, адже у музеї акумулюється інформація, здійснюється зв'язок епох і народів шляхом актуалізації культурної спадщини у формі музейного предмету, колекцій, музейних експозицій тощо.

Тенденцією світового музейного розвитку є збільшення кількості як комплексних музеїв, які поєднують характеристики двох чи більше профільних груп, так і вузькопрофільних, тематичних музеїв. На сьогоднішній день традиційний музей змушений модернізувати свою діяльність реагуючи на зміни самої культури, яка в трансформаційних умовах стає все більш різноманітнішою. Відображаючи тенденції розвитку сучасної культури і суспільства, музей знаходиться у безперервному пошуку нових форм і методів діалогу з відвідувачем, використовуючи великий освітній і комунікаційний потенціал. Зважаючи на певну конкуренцію з інформаційно-комунікаційними технологіями, музей у сучасних умовах, все ж продовжує зберігати свою особливу цінність і значимість, надаючи емоційну можливість «спілкування» зі справжнім предметом – речовим

фактом реальної історії і культури. Перспективи розвитку музейної сфери визначаються виходячи із сучасних уявлень про музей як про центр, який реалізує інформаційну, просвітницьку, освітню, науково-дослідницьку, рекреаційну функції з урахуванням необхідності радикального удосконалення експозиційної та фондової діяльності.

Важливим залишається питання організації музеями діяльності по збереженню та популяризації історико-культурної спадщини у нинішніх умовах трансформації всіх сфер життєдіяльності суспільства. Актуальність вивчення визначної проблеми посилюється також через об'єктивні процеси глобалізації, зі всіма впливами її факторів на різноплановість культурних форм.

Усвідомлення перебігу трансформаційних процесів до певної міри змінює наші уявлення про функції музею як соціокультурного інституту. З практичної точки зору актуальність поставленої теми визначається необхідністю вивчення досвіду діяльності музеїв в Україні та світі з питань популяризації історико-культурної спадщини. Саме цим і обумовлена актуальність теми дослідження: **«Діяльність музеїв з популяризації історико-культурної спадщини: вітчизняний та зарубіжний досвід»**.

Мета дослідження – розкрити особливості популяризації історико-культурної спадщини на прикладі діяльності зарубіжних і вітчизняних музеїв.

Зазначена мета визначає наступне коло конкретних **завдань**:

- виявити і проаналізувати спеціальну літературу із зазначеної проблематики;
- розглянути історико-культурну спадщину як культурне надбання народу;
- визначити музейну практику як форму збереження і популяризації історико-культурної спадщини;

- проаналізувати нові напрямки розвитку сучасних музеїв в контексті представлення історико-культурної спадщини;
- з'ясувати роль використання музеями цифрових технологій для популяризації історико-культурної спадщини.

Об'єкт дослідження – історико-культурна спадщина.

Предмет дослідження – популяризація музеями історико-культурної спадщини.

Хронологічні рамки – вивчення проблеми ґрунтується на розгляді сучасної діяльності музеїв в Україні та світі у напрямку популяризації історико-культурної спадщини.

Географічні межі дослідження. Для дослідження обраної теми обрані приклади музейних практик щодо популяризації історико-культурної спадщини вітчизняними та зарубіжними музеями.

Рівень наукової розробленості проблеми. При розгляді питань збереження та популяризації історико-культурної спадщини важливе значення мали праці, у яких автори розглядали питання культури, загальнолюдських цінностей та ін. Ці наукові праці таких вчених як Ассман Я. [5], Бернад С. [10], Карасик В.І. [30], Налімова В.В. [44], Хальбвакс М. [76].

Питань, пов'язані з вивченням проблеми взаємозв'язку між історико-культурною спадщиною і музеєм та ролі музею у збереженні і популяризації історико-культурної спадщини розглядаються у наукових розвідках Виткалова С.В. [15,16], Балер Е.А., Злобіна Н.С. [6], Курянової Т.С. [32], Оганесової Ю.Ю. [48], Папченко Е.В. [54], Руденко С.Б. [59], Суворової А.В. [68].

При дослідженні теми важливим було використання законодавчих документів з питань функціонування музейної діяльності та історико-культурної спадщини – [1-3].

Музей та музейні практики досліджували Галкіна Т.В. [20], Галлемова А. [21], Ільбейкіна М.І. [27], Іменова Л. [28], Калугіна Т.П. [29], Карсим І.А.

[31], Лисікова О.В. [35], Мазурик З. [36], Майстровська М.Т. [37], Мастениця Е.Н. [39], Мясникова Л.А. [43], Павлова Н. [50], Салата О. [60], Сотнікова С.І. [66], Суворов А.В. [67], Тейлор К. [70], Трофименко Т.М. [71], Федоров М.Ф. [72], Хадсон К. [74], Чуєва К. [77], Чупрій Л.В. [78], Шляхтіна Л.М. [79-81], Шміт Ф.І. [82], Щепеткова І.А. [83], Щербакова Е.В. [84].

Інновації в музейній діяльності Банах В.М. [7], Батюти Е.А. [8], Васишин М.С. [13], Сизон [61], Смаглій [63,64].

Дослідження питань розвитку музейних комунікацій представлено у наукових розвідках Абанкіної Т.В. [4], Даршт О.Е. [24], Беззубової О.В. [9], Белофастової Т.Ю. [11], Волькович А.Ю. [18], Портер Дж. [56], Хакімової А.С., Скобельдциної А.С. [75].

Застосування музеями цифрових технологій розглядається у працях багатьох сучасних дослідників, зокрема у Румянцева М.В. [14], Гука Д. [22], Гураль Р.І. [23], Лебедева А.В. [33], Милинчук Е.С. [40], Несговорової Г.П. [45], Нургалієва Л.В. [47], Панас Н.Б. [51], Панталейчук І.В. [52, 53], Поврозник Н.Г. [55], Прокопенко Є.В. [57], Пчелянської Т.М. [58], Смирнової Т. [65], Суркова К.В. [69], Яцечко-Блаженко Т. [85] та ін.

З інформацією про діяльність сучасних музеїв можна ознайомитись на сайтах, де представлено тури музеями [17, 41, 42, 49].

Базою дослідження при вивченні експозицій музеїв можна назвати офіційні сайти та офіційні представництва музеїв у соціальних мережах [89-122].

Методологія дослідження. У дипломній роботі використані методи структурно-функціонального, системного і порівняльного аналізу. Характер роботи обумовив необхідність міждисциплінарного підходу, який дозволив дослідити проблему комплексно.

Наукова новизна полягає в аналізі та систематизації досвіду діяльності музеїв в Україні та світі по збереженню і популяризації історико-культурної спадщини.

Практичне значення дослідження полягає в тому, що положення та висновки бакалаврської роботи можуть стати підґрунтям для подальших досліджень сучасних процесів у сфері музейної та соціокультурної діяльності, а також матеріали дослідження можуть бути використані у процесі підготовки методичних розробок та лекційних курсів для закладів вищої освіти та науково-просвітницькій діяльності.

Апробація результатів дослідження. Окремі теоретичні положення бакалаврської роботи апробовано на наукових конференціях різних рівнів:

- Карпець В.П. Концептуальні засади та практика трансформаційних процесів сучасного українського музейництва. *Європейський культурний простір і українські перспективи: програма XV Міжнародної науково-практичної конференції*. Рівне, 2019 рік, 14-15 листопада. Рівне, РДГУ, 2019. С. 36.

- Карпець В.П. PR-технології в практиці популяризації культурно-історичної спадщини: вітчизняний та зарубіжний досвід. *Звітна наукова конференція викладачів, аспірантів, студентів РДГУ (за 2019 рік)*. Рівне, РДГУ, 2020. С. 79.

Окремі положення науково-дослідної роботи у вигляді статті опубліковано у фаховому виданні:

- Глушук О.Г., Карпець В.П. Світові тенденції презентації музеями історико-культурної спадщини у форматі сучасних цифрових технологій. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку: Науковий збірник*. Вип. 33. Рівне: РДГУ, 2019. С. 74-79.

Структура бакалаврської роботи обумовлена метою та завданнями дослідження. Робота (загальний обсяг – 79 сторінок, з них основного тексту – 65 сторінок) складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаної літератури (122 позиції).

У вступі обґрунтовано актуальність бакалаврської роботи, вказано основну мету і конкретні завдання дослідження, визначено об'єкт, предмет,

сформульовано практичне значення та відображено апробацію наукової роботи.

У першому розділі роботи «**Історико-культурна спадщина в системі культури**» розглянуто історико-культурну спадщину як культурне надбання народу та проаналізовано музейну практику як форму збереження історико-культурної спадщини.

У другому розділі роботи «**Сучасні підходи в діяльності музеїв з популяризації історико-культурної спадщини**» здійснено аналіз нових напрямків розвитку сучасних музеїв в контексті представлення історико-культурної спадщини і розглянуто використання музеями цифрових технологій для популяризації історико-культурної спадщини.

У висновках підведено підсумки стосовно проведеного дослідження.

Загальний обсяг роботи становить 79 сторінок.

Список використаної літератури нараховує 122 найменування.

РОЗДІЛ 1. ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНА СПАДЩИНА В СИСТЕМІ КУЛЬТУРИ

1.1. Історико-культурна спадщина як культурне надбання народу

Проблема збереження історико-культурної спадщини у сучасних умовах набула особливої актуальності. Посилений інтерес до пам'яток, турбота про них вже не є виключним правом дослідження лише окремими фахівцями і різними громадськими товариствами. Різке падіння економіки, як в Україні так і світі, втрата духовних ідеалів значно погіршили становище науки і культури, що відобразилося на стані історико-культурної спадщини. Владні структури різних рівнів постійно звертаються до проблеми збереження історико-культурної спадщини, наголошують на необхідності прийняття заходів з метою запобігання втрати пам'яток.

Культурна спадщина – поняття широке і багатопланове, яке пов'язане з цілим рядом інших категорій теорії культури (культурні цінності, традиції, новації та ін.), але має своє власне значення.

У методологічному визначенні категорія «культурна спадщина» застосовується до процесів, які відбуваються у сфері культури. Поняття спадщини передбачає теоретичне усвідомлення закономірностей успадкування і усвідомлену дію у вигляді оцінки створених попередніми поколіннями культурних цінностей і творчого їх використання. Процес духовного виробництва характеризується розмаїттям властивих йому відношень, і по цій причині культура кожної нової формації виникає у необхідному спадковому зв'язку зі всією сукупністю відношень духовного обміну і споживання, які виникли раніше [6, с.24-25]. Очевидним є те, що культурна спадщина завжди розглядається з точки зору можливостей її практичного застосування відповідними соціальними групами (класами, націями і т.д.), цілими поколіннями людей. Тому в процесі культурного успадкування щось зберігається і використовується, а щось змінюється, критично переосмислюється, або повністю відкидається.

В кожен історичну епоху людство критично оцінює ті культурні цінності, які йому дісталися у спадок, доповнює, розвиває, збагачує їх у світлі нових можливостей і нових завдань, які постають перед суспільством, у відповідності до потреб певних соціальних сил, покликаних вирішувати ці завдання в плані науково-технічного та соціального прогресу. Історико-культурна спадщина також не є чимось незмінним: культура будь-якої історичної епохи завжди не лише отримує історико-культурну спадщину, але й причетна до її творення. Цей безперервний процес можна окреслити таким чином: нинішні культурні зав'язки і створювані культурні цінності, виростаючи на ґрунті певної культурної спадщини, у майбутньому самі перетворюються у складову частину культурної спадщини, яка дістанеться новому поколінню. Загальний підйом інтересу до пам'яток історії і культури вимагає розуміння сутності історико-культурної спадщини у всіх його зв'язках і уважного до неї ставлення. Наприклад, науковці Баллер Е.А. та Злобін Н.С. визначають її як «сукупність зв'язків, відношень і результатів матеріального і духовного виробництва минулих історичних епох, а в більш вузькому сенсі слова – як сукупність здобутих людством від минулих епох культурних цінностей, критично освоєних, які розвиваються і використовуються у відповідності з об'єктивними критеріями суспільного прогресу» [6, с. 56].

Однією з найважливіших детермінант розвитку культури є ідеологія, яка виражає соціальні характеристики тих чи інших елементів культури. Вона виступає тим соціальним механізмом, за допомогою якого будь-яка соціальна спільнота осягає культуру і вже через неї виражає свої інтереси. Таким чином, ідеологічний вплив призводить до відповідної державної політики у сфері культури, яка виражається у її інституціалізації – створення у суспільстві системи освіти, бібліотек, університетів, музеїв і т.д. Найбільш повним постає визначення культурної політики як «діяльності, пов'язаної з формуванням і узгодженням соціальних механізмів і умов культурної активності як населення в цілому, так і всіх його груп, зорієнтованих на

розвиток творчих культурних і дозвіллевих потреб. В якості механізмів формування і узгодження умов культурної діяльності виокремлюються адміністративні, економічні і демократичні умови» [32, с.54].

Особливе значення має поява суспільного інтересу у справі захисту історико-культурної спадщини як невід'ємної частини культури, на основі якої не лише формується суспільна думка, але й здійснюються охоронні заходи. Тим самим, збереження культурної спадщини стає громадською діяльністю.

Важливою особливістю пам'яток історії і культури є те, що вони наділені пізнавальною функцією, так як вони є матеріалізованими фактами минулих історичних подій, або несуть на собі сліди впливу історичних подій. Внаслідок цього пам'ятки містять певну історичну інформацію. Таким чином, пам'ятки історії і культури є джерелами історичних та естетичних знань.

Виховними функціями пам'ятки наділені тому, що вони є джерелом сильного емоційного впливу. Емоційні відчуття разом з історичною і естетичною інформацією активно впливають на формування знань і соціальну свідомість особистості. Поєднання цих двох якостей робить пам'ятки могутнім засобом педагогічного впливу, формування переконань, світобачення, мотивації дій і, в кінцевому випадку, одним з факторів, які визначають загальну свідомість і поведінку [54, с.108].

Культурні цінності формуються під впливом суспільного інтересу і вподобань, які ґрунтуються на прагненні до пізнання, задоволення естетичних потреб, збереження і продовження традицій, духовної ідентифікації народностей і націй, громадських, релігійних груп. У широкому розумінні культурні цінності включають в себе такі категорії як мова, релігійні і філософські системи, традиції і звичаї, фольклор і літературу, мистецтво, архітектуру, кінематограф, пам'ятки культури, як рухомі, так і нерухомі, реліквії і т.д. У вузькому значенні – це пам'ятки культури. Саме так культурні цінності визначаються у документах

ЮНЕСКО: рухомі і нерухомі пам'ятки, музеї, бібліотеки, архіви, а також комплексні пам'ятки і принадні місця, які становлять видатну універсальну цінність з точки зору історії, естетики, етнології чи антропології. Нерухомі пам'ятки, які входять до складу культурної спадщини часто називають нерухомою культурною спадщиною [2].

Становлення поняття «історико-культурна спадщина» і закріплення його у міжнародних документах пройшло ряд етапів. З кінця ХІХ ст. з'являється поняття «культурні цінності», яке зазначалося у Гаазьких Конвенціях 1899 та 1907 рр. і в Вашингтонському Пакті 1935 р., однак вперше було сформульовано у 1954 р. на Гаазькій конференції у «Конвенції про захист культурних цінностей у випадку озброєного конфлікту». У ньому культурні цінності трактувалися широко як цінності рухомі чи нерухомі, які мають більше значення для культурної спадщини кожного народу (пам'ятки архітектури, мистецтва чи історії, релігійні чи світські, археологічні місця, архітектурні ансамблі, які представляють історичний чи художній інтерес, твори мистецтва, рукописи, книги, інші предмети художнього, історичного чи археологічного значення, а також наукові колекції чи важливі колекції книг, архівних матеріалів), музеї, бібліотеки, архівні фонди, «центри зосередження культурних цінностей» [10]. Це розуміння отримало розвиток у наступних документах ЮНЕСКО.

Також поняття «історико-культурна спадщина» одне з ключових у сучасній культурології, означає сукупність культурних досягнень суспільства, які мають цінність і сприяють збереженню певного типу цивілізації поза межами часу. Інтерес до культурної спадщини як особливої категорії з'явився у 1950-1960-х роках. Найбільш повний аналіз цього явища дав Папченко Є.В. який визначав історико-культурну спадщину як сукупність зв'язків, відношень і результатів духовної діяльності минулих історичних епох; сукупність об'єктів оточуючого людину світу. Його обсяг знаходиться в прямій залежності від досягнутого рівня культури [54, с.108].

Поняття «культурна спадщина» не завжди має однакове трактування у різних країнах, оскільки існують значні розбіжності у поняттєвому апараті цього терміну. Наприклад, англomовний термін «спадщина» (heritage) достатньо красномовний. Він перекладається і як власне «спадщина», «спадок», і як «традиція». Така багатогранність у трактуванні цього терміну свідчить про те, що даний феномен представляє собою особливу систему цінностей. Відповідно, звідси визначається і складність його дефініції, яка в даному контексті також має кілька рівнів. По-перше, це визначається багатоаспектністю самого терміну «спадщина» (heritage) в англomовному варіанті, що не спрощує його розуміння. По-друге, ситуація ускладнюється наявністю значного термінологічного поля проблеми і плутаниною у використанні понять. Термін «культурна спадщина» у західній традиції вписується у широкий і досить складний термінологічний ряд: «cultural heritage», «cultural patrimony», «cultural property», «physical cultural resources», «indigenous», «traditional knowledge», «folklore». У західній літературі з розмежуванням цієї термінології виникають серйозні труднощі [30, с. 14]. І, по-третє, від обраного та складеного на офіційному рівні поняття, його обсягу і контексту залежить культурна політика не лише окремих держав, але і світового співтовариства в цілому.

Україномовний варіант «культурна спадщина» включає в себе як часові, так і просторові параметри. Термін має характер всезагальності і найчастіше застосовується масштабно – надбання нації, країни.

У 1986 р. Дж. Мерріман у статті «Два підходи до культурної власності» [87] виділив дві парадигми про рухому культурну власність. Одна парадигма була побудована на визнанні всіх об'єктів мистецтва, археології, етнографії загальнолюдським культурним спадком і їх місце розташування незалежно від прав власності і національної юрисдикції. Друга парадигма прив'язувала всі культурні цінності до країни їх походження і робила їх вузьконаціональним надбанням. Таким чином, термін «cultural property» мав свої обмеження і внутрішні підводні камені. Стало зрозумілим, що у

глобалізованому та уніфікованому світі з культури народів постає те, що дуже важко матеріалізувати і означити як пам'ятку. Це дещо нематеріальне, невловиме, що є основою нашої національної самоідентифікації і що закладено в основі самого англomовного терміну – традиції, звичаї і т.д. Згодом поняття «cultural property» (культурна власність) поступово почало замінюватися поняттям «cultural heritage» (культурна спадщина) у європейських конвенціях і в принципах, на яких вони засновані, і одночасно означило зміну культурної політики» [30, с. 12].

У листопаді 2001 р. з'являється Загальна декларація ЮНЕСКО про культурне розмаїття, а у 2003 – Міжнародна конвенція про охорону нематеріальної культурної спадщини (прийнята на 32-1 сесії Генеральної конференції ЮНЕСКО, Париж, жовтень 2003 р.). Термін «cultural heritage» перетворюється в культурний концепт. Він виходить за рамки термінології і стає необхідною складовою частиною культурного простору, «багатомірною ментальною одиницею з домінуючим ціннісним елементом» [28, с. 14].

На початку XXI ст. значимість об'єктів історико-культурної спадщини для людства почала виражається з особливою яскравістю. Прийшло усвідомлення того, що історико-культурна спадщина – це складне поєднання матеріальних і нематеріальних елементів культури, які мають певну сукупність цінностей, значиму своєю різноманітністю. Кожен культурний об'єкт може представляти собою соціальну, духовну, релігійну, етичну, естетичну, археологічну, антропологічну, економічну цінність. Причому ці ціннісні характеристики можуть виявлятися в об'єкті у різних поєднаннях і пропорціях і дуже часто знаходиться у конфлікті, адже будь-який проект по збереженню історико-культурної спадщини повинен розглядати свій об'єкт не лише в системі цінностей, але й в сукупності контекстів (соціального, культурного, економічного, географічного, адміністративного) [30, с.15].

Відповідно, до цього, об'єкт історико-культурної спадщини перестав визначатися як окрема сакральна, історична будівля, чи монумент. Він став включати у себе і ландшафт (природній, культурний, соціальний), і

сукупність традицій, і навіть окремий ритуал чи поселення, яке зберігає традиційний уклад життя, а також епос, переказ, унікальний музичний інструмент чи тип музикування. Як перший фактор інституціалізації з'являється перелік об'єктів нематеріальної культурної спадщини, до якого були включені більше 90 різноманітних об'єктів, наприклад, система музичного виконання мугам (Азербайджан), музичний інструмент дудук і гра на ньому (Вірменія), Геледе – традиційна церемонія народності йоруба з танцями і піснеспівами у масках (Бенін, Нігерія, Того), ритуали, вірування і практика цілительства племені кальявая в Андах (Болівія), священний індонезійський кинджал – крис та мистецтво його виготовлення і застосування, пера «Куньцюй» (Китай), театр «Кабукі» (Японія), карнавали і процесії у Бельгії, Франції, Болівії, Бразилії, традиції розведення тягових биків і виготовлення розписних возів (Коста-Ріка), традиційна обробка хрестів і її символіка (Литва), культурне середовище площі Джамаа-ель-Фна (місто Марракеш, Марокко) і т.д. [48, с.366].

Як це не парадоксально, але загальна цінність багатьох об'єктів історико-культурної спадщини виявляються у сучасному світі насамперед через усвідомлення того факту, що вони представляють собою економічну цінність. У другій половині ХХ ст. у країнах Заходу, в першу чергу, вкладалися фінанси у промислову і сировинну економіку, банківську справу і т.д., оскільки культурна сфера вважалась недостатньо рентабельною. Вже до кінця ХХ ст. всі ризики такої однопланової політики стали очевидними. Оскільки для багатьох територій на Заході сировинна економіка перестала давати стабільний дохід і поступово стала приходити до занепаду в силу вичерпаності сировини. Постала проблема пошуку нових форм економічного розвитку. Культурна ж спадщина апріорі є «невичерпною сировиною». Однак для того, щоб давати найбільший дохід, ця сфера економіки повинна перейти з сировинної у таку, яка буде створювати вже готовий продукт. Для цього потрібна продумана високоякісна інфраструктура, сформована з урахуванням інновацій.

Ідея духовного взаємозв'язку минулого і теперішнього ініціювала вивчення історико-культурної спадщини як фактору соціального та економічного розвитку суспільства. Хоча, варто зазначити, лише у другій половині ХХ століття зародилися практичні пропозиції по використанню спадщини у соціальному аспекті. Ще до початку ХХІ ст. владні органи багатьох країн стали переглядати свою політику у цій сфері, приходячи до висновку, що все більша кількість робочих місць повинна бути відданою цій сфері. Поки це ще невеликий відсоток для промислово розвинених країн. У США це 2,4 %, в Англії – 4,5 %, однак існує динаміка зростання [48, с. 367].

Сполучені Штати Америки, з їхнім орієнтуванням на швидке прикладне застосування знань, виявилися більш прогресивнішими у сфері застосування історико-культурної спадщини у соціальному плануванні, ніж країни Західної Європи, які запропонували просто музеєфікувати історико-культурну спадщину. З цього приводу можна навести приклад плану «Colorado 2000» – програму розвитку американського штату Колорадо, стрижневою позицією якої була оголошена діяльність по збереженню і популяризації регіональної спадщини. Опорною позицією цього плану було об'єднання всіх прошарків населення: від професіоналів різних сфер знань до громадських організацій, від великих банків і промислових корпорацій до дрібних приватних фірм, а також владних органів різних рівнів навколо однієї мети – розвитку штату на основі історичної ідентичності та індивідуальності. В Австралії також були розроблені аналогічні програми по збереженню і розвитку історичних територій. Таким чином проекти здійснюють роботу з історико-культурною спадщиною, яка стає доступною кожному [39, с. 201].

Зростаюча індустрія культурної спадщини на Заході має кілька складових. У зв'язку з тим, що проблема надзвичайно широка і складна, а об'єкти потребують особливої турботи, необхідна постійна наукова робота з теоретичного осмислення всього комплексу проблем, пріоритетних цілей і прогресивних методик. Цим займаються провідні зарубіжні фахівці,

наприклад, у Лос-Анджелесі активно працює Інститут консервації Гетті, який здійснює грантову підтримку багатьох проектів по всьому світу. Даний Інститут у 1990-х рр. почав серію публікацій по аналізу та оцінці цінностей культурної спадщини, маркетингової політики у цій сфері. Лабораторії і центри такого профілю, як, наприклад, створений у Санкт-Петербурзі у 1994 р. при спільній підтримці Інституту консервації ім. Гетті стали відкривати по всьому світу і вийшли за рамки дослідження лише проблем музеєфікації.

Проблема збереження історико-культурної спадщини перетворилася у глобальну не лише тому, що практично майже всі країни світу підключилися до цього процесу і з'явилися численні закордонні досліджень, які детально вивчають різні технології збереження. Головна причина полягає в тому, що всі сучасні процеси призвели до нового погляду на цю проблему. На даний момент у країнах Заходу проблема збереження історико-культурної спадщини перестала залишатися прерогативою вузьких спеціалістів, які оцінюють історичну чи естетичну цінність пам'ятки як музейного об'єкту з точки зору спеціальних мистецтвознавчих критеріїв. Наразі ця проблема виходить за рамки вузькопрофесійної, оскільки історико-культурна спадщина є надбанням людства і вимагає загального усвідомлення цього факту через залучення до даного процесу широкої громадськості, оскільки кожен об'єкт спадщини має як символічну, так і економічну цінність. Він перестає бути просто фактором збереження культурного коду чи пам'яті того чи іншого етносу чи територіального об'єднання. Включений до глобальної системи культурного розвитку він починає функціонувати як економічний фактор: давати робочі місця і приносити прибуток. Об'єкти культурної спадщини набувають статусу соціального і культурного капіталу. Окрім трансляції знань і збереження культурної пам'яті вони працюють і на стабілізацію економічної ситуації у регіоні і економічну перспективу [59].

Усвідомлення ситуації, що змінилася, необхідно, як на державному, так і на регіональному рівні, в тому числі і на рівні громадянського суспільства. Недостатньо створення чи приведення в порядок законодавчої бази, хоча це

важливий і потрібний крок, без якого ситуація не може розгорнутися в принципі. Необхідна також зміна свідомості самих представників громадськості. Для досягнення ефективного результату потрібна широка, планомірна освітньо-просвітницька робота і створення системи підтримки для тих, хто збирається активно включитися в цей процес. Так, оголошена у США програма по відновленню головних вулиць маленьких міст у штаті Вірджинії спонукала до внесення приватних інвестицій більше ніж на 55 млн. насамперед тому, що була введена велика податкова знижка. Це створило майже 13 000 робочих місць у регіоні. Владні органи зарубіжних країн пов'язують з реконструкцією культурної спадщини політику заохочення приватних фірм і домашніх господарств до модернізації їх власних приміщень чи житла в дусі цієї спадщини. Це сприяє перетворенню старих будинків у маленькі музеї, кафе з історичним, а не псевдоісторичним антуражем, в маленькі фірми, де законсервовані старовинні технології виробництва (виготовлення) продуктів чи речей [39, с. 202].

Тому не лише для збереження самих пам'яток, але і для розширення можливостей музейних закладів по ретрансляції історико-культурної спадщини створюються дослідницькі лабораторії, які займаються супутніми до цієї діяльності дослідженнями, а саме відтворенням будівельних матеріалів, наприклад, бруківки, черепиці, зразків для реконструкції, відтворенням стародавніх технологій – ковальства, килимарства, плетіння з лози і т.д.

Наприклад, для пропаганди подібних знань і навиків в Іспанії створені «шкільні семінари». В процесі реставраційно-відновлювальних робіт нові працівники впродовж мінімум трьох років набувають потрібних знань та навиків, працюючи не лише з самою пам'яткою, але і з оточуючим середовищем, знаннями, рукотворним і природнім ландшафтом. Всі бажаючі отримують теоретичне і практичне навчання в процесі участі в практичній діяльності і, по завершенню визначеного періоду «шкільного семінару», вони можуть продовжувати свою діяльність працюючи з іншими фірмами чи в

інших секторах економіки, де вони можуть використовувати свої набуті навички. Така система «шкільного семінару» досягає трьох цілей: відновлення спадщини; створення, модернізація і передача навиків і ноу-хау і більш висока якість продукції у всіх секторах економіки через розповсюдження такого знання. Схожі семінари були введені, наприклад, на Канарських островах, де туризм наніс важких втрат у історико-культурній спадщині. Рекламні щити, будівлі готелів, які не вписувалися у традиційну архітектуру, почали шкодити етнічному ландшафту і призвели до активації політики по збереженню культурної спадщини [28, с. 142].

У модернізацію програми збереження культурної спадщини особливо вписуються музеї. Здійснюючи зберігання, вивчення і презентацію експонатів, музей актуалізує історико-культурну спадщину, забезпечуючи її співвідношення і взаємодію з сучасними соціокультурними процесами, сприяючи тим самим відтворенню і розвитку культури.

Діяльність музеїв по збереженню історико-культурної спадщини стає все більш відкритою, динамічно розвиненою системою, яка спрямована на активне використання її потенціалу у вирішенні актуальних особистісних проблем – саморозвитку, соціалізації, культурного самовизначення. Візуальна і вербальна інтерпретація об'єктів історико-культурної спадщини в музеї дозволяє здійснювати одночасний вплив на інтелектуальну, емоційну і моральну сфери особистості стимулюючи ціннісне відношення людини до оточуючої дійсності.

Сьогодні відбувається істотна трансформація форм діяльності музеїв. Все більшого визнання отримують екомuzeї, музеї піж відкритим небом (скансени), музеї традицій, музеї фольклору, а також створення спеціальних центрів культурної спадщини.

Так, скажімо, в системі екомuzeїв на перший план виступає етнографічна чи індустриальна спадщина регіону. Екомuzeї представляють свої колекції у символічних формах. Їхньому зростанню сприяють три фактори: децентралізація, яка привертає увагу до етнографічної спадщини

регіонів і невеликих поселень; поява організаційного ринку народного мистецтва з системою менеджерів, критеріями оцінки і прорахованим попитом та пропозицією; посилений інтерес до археологічних знахідок доцивілізаційного періоду людської історії та можливостями їх реконструкції. На думку Іменової Л., екомuzeї цікаві в основному місцевим жителям і приваблюють мало туристів з-за кордону та інших регіонів [28, с. 142]. Окрім того, вони часто стикаються з серйозними організаційними і фінансовими труднощами, а також проблемами у сфері інтерпретації культурних знахідок. Хоча, варто зазначити, об'єкти історико-культурної спадщини завжди були потенціалом для розвитку сфери туризму. Сучасна історико-культурна спадщина, яка представлена історико-культурними територіями, історичними містами і поселеннями, музеями-заповідниками, становить каркас туристичних і екскурсійних маршрутів, сприяючи при цьому як інтенсивному розвитку індустрії туризму в цілому, так і освітньому і культурному туризму.

У Канаді і США розвиваються переважно центри інтерпретації. Це свого роду організаційні центри, основним завданням яких є пропаганда культурних знань і навиків. Вони можуть здійснювати свою діяльність у різних видах, необхідних споживачу, в тому числі якого-небудь окремого виробництва. Також вони працюють на майбутнє регіону чи країни в цілому, виконуючи просвітницькі функції, насамперед у молодіжному середовищі.

Отже, на важливе значення збереження і популяризації історико-культурної спадщини вказує те, що численні її форми пов'язані з підтримкою етнічних і національних видів культури, які забезпечують повноцінне існування механізмів передачі культурного досвіду цінностей. Також дослідження і збереження історико-культурної спадщини потребують підтримки і розвитку деяких спеціалізованих галузей науки, зокрема археології, музеєзнавства, архівної справи. Будучи складовою частиною загальнолюдської культури історико-культурна спадщина є дієвим ресурсом формування і розвитку особистості, суспільства, етносу. Вона акумулює в

собі ту частину багатогранного історичного досвіду, яка необхідна людині у існуючих конфліктах сучасності. Усвідомлення історико-культурної спадщини як основи життєдіяльності культури і суспільства, сприйняття її як частини матеріальної і духовної культури, створеної минулими поколіннями є обов'язковою умовою подальшого існування і розвитку суспільства.

1.2. Музейна практика як форма збереження історико-культурної спадщини

У всі історичні періоди увага людей до збереження власної історико-культурної спадщини була посиленою і займала особливе місце у культурному розвитку соціуму. Така увага до збереження власної культурної спадщини не означає відмежування від світових історико-культурних процесів, або інтерпретації її виняткового значення. Найбільш важливим є включеність культурної спадщини у простір діалогу культур, який дає розуміння перспективи розвитку [54, с.107]. З цієї точки зору важливу роль у сучасних суспільних процесах покликаний відіграти музей.

Вивчення історико-культурної спадщини у музеї включає виявлення її ціннісного потенціалу, адже потрапляючи до цієї соціокультурної інституції, будь-яка річ, займає своє місце в тій чи іншій експозиції, стає включеною до певної системи цінностей. відбираючи з наявного розмаїття певну частину предметів і явищ для збереження, визнаючи тим самим їхнє ціннісне значення (історичне, естетичне, меморіальне та ін.). Таким чином музей виражає відношення суспільства до тієї чи іншої складової своєї культурної спадщини [39, с. 200].

Варто також зазначити, що музеї, будучи однією з можливих форм реалізації музейного відношення людини до реальної дійсності, здійснюють збереження і представлення історико-культурної спадщини шляхом створення складної музейної моделі цієї самої реальної дійсності. Функція

моделювання реальної дійсності є однією з головних функцій музею і пронизує всю музейну діяльність, починаючи від комплектації фондів і закінчуючи презентацією матеріальних і нематеріальних явищ. З цього приводу у своїй науковій розвідці дослідник регіональної історико-культурної спадщини Виткалов С.В. зазначає, що «трансляючи накопичений людством духовний досвід, музей у той же час визнає право кожної епохи на особисте бачення світу, діалог із сучасною культурою, виступаючи специфічним засобом адаптації людини в культурній сфері як місця духовного збагачення, що стимулює моральний і естетичний розвиток особистості» [16, с. 105].

Міжнародна професійна спільнота здійснила спробу структурування наукових пошуків, закріпивши їх у тимчасовому визначенні, опублікованому у «Кодексі музейної етики ІКОМ» від 2006 року. Дане визначення зазначає, що: «музей – некомерційний заклад на постійній основі, діючий на благо суспільства і його прогресу, відкритий для публіки, який набуває, зберігає, досліджує, пропагує і експонує – з метою навчання, освіти і задоволення – матеріальні і нематеріальні свідчення людини і оточуючого середовища» [1, с.16].

У Законі України «Про музеї та музейну справу» музей визначається як «науково-дослідний та культурно-освітній заклад, створений для вивчення, збереження, використання та популяризації музейних предметів та музейних колекцій з науковою та освітньою метою, залучення громадян до надбань національної та світової культурної спадщини» [3].

Сучасний погляд на музей представлений у «Словаре актуальних музейних термінів», де стверджується, що музей – це «культурна форма, історично вироблена людством для збереження, актуалізації і трансляції наступним поколінням найбільш цінної частини культурної і природної населення. В процесі генезису та історичної еволюції музей реалізувався як відкрите для публіки некомерційний заклад, які здійснюють свої соціальні функції на благо суспільства. Будучи інститутом соціальної пам'яті, музей відбирає, зберігає, досліджує, експонує та інтерпретує першоджерела знань

про розвиток суспільства і природи – музейні предмети, їх колекції та інші види рухомої і нерухомої культурної спадщини» [59, с. 47-68]. Дані визначення музею, досить змістовні і не суперечать одне одному по своїй суті, тим не менше, допускають і навіть стимулюють роздуми, уточнюючі «сенси і призначення музею», особливо у сучасних умовах модернізації суспільства і переходу до інноваційного шляху розвитку.

Ще «класиком музейної справи» Федотовим Н.Ф. музей як культурний феномен усвідомлювався не лише і не стільки як «сховище артефактів», але й як центр «дослідження, вчителювання і діяльності» усіх значимих об'єктів живої пам'яті людства – матеріальних і нематеріальних [72]. Завдяки цьому об'єкти історико-культурної спадщини, які втратили природні, автентичні механізми трансляції, набувають у просторі музею нового значення, актуалізуються для нових поколінь в якості живої частини сучасної культури.

Подібний підхід до діяльності музею по збереженню історико-культурної спадщини Шмитом Ф.І. названий «музеєфікацією культури народу» [82]. При цьому він наголошував, що історик прагне отримати «факти історії», але вони, по-перше, завжди наділені сенсами, виражають думки людей, а по-друге – отримані факти переосмислені істориком вільно чи не вільно, виходячи із запитів, сенсів, думок сьогодення, адже пам'ять завжди історична. Однак, окрім історичності індивідуальної пам'яті особливим рівнем є колективна історична пам'ять, а її особливим різновидом – культурно-історична пам'ять. М. Хальбвакс визначав пам'ять як соціальний феномен: «Спогади можуть вибудовуватися двома різними способами: вони або вибудовуються навколо певної людини, яка розглядає їх з власної точки зору, або розподіляються по великій чи малій спільноті» [76]. Історична пам'ять як пам'ять групи як раз і представляє собою традицію. Традиція як «жива пам'ять», на думку Я. Ассмана, це історія повсякденності, «історія знизу», «комунікативна пам'ять», яка передається у розповідях про недавнє минуле, до якого причетні нині живучі. Культурна пам'ять – пам'ять довготривала, безпосередні учасники історичних подій помирають, а пам'ять

залишається. Вона об'єктивується у артефактах культури, у меморіальних знаках: пам'ятних місцях, пам'ятниках: «культурна пам'ять спирається, на речовий світ, створений людьми». [5, с. 62] З цією позицією можна погодитися, якщо її дещо уточнити. Культурна пам'ять, дійсно, фіксується, зберігається, передається через предмети культури, але такими предметами є будь-які матеріальні речі, а також міфи, вірування, фольклорні образи, танці, музика і т.п. У них передбачено, що тексти зафіксовані різними способами, ритуали відтворюються через «практичні дії», міфи побутують у різних формах, але головне в них – сенси, у які здійснили внесок відомі чи безіменні автори. Ці сенси певним чином відтворюють соціально-культурні сенси, світосприйняття, світобачення, раціональне сприйняття, «дух епохи». У артефактах і через артефакти потрібно оживити минуле життя народу, суспільства, індивіду.

Нове покоління повинно розкрити для себе сенси, які містяться у артефактах, зрозуміти значення цих сенсів для себе, тобто спадщина – як багатство – має приносити дивіденди (матеріальні, інтелектуальні, духовні). Для цього культурна спадщина повинна «працювати» включатися у соціально-культурну практику.

Музей традиційно є зберігачем культурної пам'яті, зберігачем культурної спадщини. Але сьогодні правомірно постає питання чи «працює» той спадок, який зберігає музей? Традиційний музей зберігає артефакти, транслює їх, створюючи виставкові експозиції, адже більшість об'єктів сховано у запасниках, фондах, архівах. До цих культурних багатств мають доступ музейні працівники, вчені дослідники, частково – відвідувачі музею.

Сучасний світ знань характеризується глобалізацією, безперервним збільшенням обсягом інформації, стрімким розвитком інформаційних технологій. У результаті виникає протиріччя між інформаційним надлишком і дефіцитом знань, яке представляє собою інформаційно-психологічну загрозу для накопичення особистісного знання, що виступає як стратегічний ресурс соціально-економічного розвитку суспільства. Набуття знань

неможливе без ціннісного осмислення людського буття. Система цінностей як «світ значень, завдяки якому людина долучається до чогось більш важливого і вічного, ніж його власне емпіричне існування» є важливою складовою життя суспільства [26, с. 184]. Цінності духовної культури обумовлюють збереження суспільства, його створення, привносять сенс в життя кожної людини. Це висуває особливі вимоги до основних соціокультурних інститутів, в тому числі і до музею. Акумуляуючи високі досягнення творчого начала людини, музей виступає як сукупність матеріальних і духовних цінностей, продуктом активності якого є культура. Музей можна назвати унікальним результатом взаємодії культури і розуму людини. На думку Налімова В.В., це можна визначити як «соціальну терапію спільноти» [44, с. 67].

Консервативний підхід до здійснення музейної діяльності поступово нівелюється, у зв'язку з тим, що музей стає більш доступним, більш відкритим для різних прошарків суспільства. Ще впродовж ХХ століття характер музейної діяльності поступово змінювався, перетворюючи його у «поліфункціональний соціальний інститут». Подібне визначення для відображення «нового статусу» музею було сформульоване ІКОМ, як «некомерційного закладу на постійній основі, яке діє на користь суспільства і його прогресу, відкрите для публіки, яке набуває, зберігає, досліджує, пропагує і експонує – з метою навчання, освіти і задоволення – матеріальні і нематеріальні свідчення людини і оточуючого середовища» [2]. З даного визначення можна зрозуміти, що збереження, дослідження, експонування, трансляція культурної спадщини, яке традиційно складає суть діяльності музею, доповнюється науково-освітньою та рекреативною діяльністю, охоплює як матеріальні, так і нематеріальні об'єкти культурної спадщини.

Практики, які вплинули на становлення музею як повноцінного інституту, були багаточисельні та ефективні. В контексті культурної та історичної динаміки, музей не лише удосконалювався і змінювався, але й залишався вірним прийдешнім традиціям. Він увібрав у себе потужний

потенціал, який допомагає розвивати власні практики, в рамках тієї парадигми, яка існує навколо нього.

Музей відіграє важливу роль у сучасних реаліях, пропонуючи різні форми проведення дозвілля. Враховуючи всі уподобання людей, музей модернізується разом з соціокультурним середовищем, пропонуючи нові види комунікації.

Культурно-освітня діяльність в основному ґрунтується на тому, що вже є наявне в історичному арсеналі артефактів. Рушійним моментом може виступати локація, міфи та легенди простору, де безпосередньо розташований музей. Даний аспект варто розглядати з точки зору діяльності «локального» музею. Комунікаційна взаємодія у його роботі відіграє певну роль, так як зібрання музею не носять репрезентативний характер, а значить, вектор музейних практик буде пере направлений. Хадсон К. у своєму дослідженні зазначає, що невеликі музеї як раз можуть виступати новаторами в даній ситуації, беручи активну участь в удосконаленні соціокультурних інститутів [74, с. 33].

Музейні практики впродовж останніх десятиліть років зазнали кісних змін у відношенні до власних відвідувачів. Однак, варто також враховувати той факт, що відношення самих людей до діяльності музею стало іншим. Все більше знижується актуальність схеми «музей – людина», яке є одностороннім культурно-освітнім впливом, що походить виключно від музею на відвідувачів. При такі організації подачі музейного контенту, відвідувачі музею здебільшого знайомляться з артефактами візуально, читають надписи, слухають екскурсоводів. Багато музеїв продають каталоги виставок, роботи, присвячені або окремим артефактам, розміщеним у музеї, або їх авторам, або якомусь історичному періоду чи регіону. Коло відвідувачів таких музеїв не надто широке. Реалією сьогодення є те, що такий традиційний музей не є частиною повсякденного міського життя. Відвідувач не втягується, не долучається у сприйняття, він не осмислює експонати як сам спадок. Між тим відвідування музею оцінюється як ознака культурності,

адже, по великому рахунку, відвідування музею повинно його культурно і духовно збагатити. Він має скористатися культурною спадщиною, отримати спадок для себе. А для цього він сам має розкодувати сенси артефактів, точніше, навіть «звертаючись до музейної експозиції людина хоче конструювати нові сенси речей і нового себе» [8, с. 178].

Розмаїття культурних форм обумовило відмежування музейних практик від односторонньої взаємодії на користь взаємної комунікації, в результаті якої виникає певний культурний продукт. Він формується в процесі музеєфікації, прагненні зафіксувати життєдіяльність певної особистості, чи цілого історичного періоду у діяльнісному розмаїтті.

На сьогоднішній день інтерес до музею змінюється у зв'язку з модернізацією усєї рекреаційної інфраструктури сучасного суспільства. Музей, як соціокультурний інститут, не сприймається більше лише як виставковий простір. Головну роль у процесі виховання музею, як багатофункціонального місця, відіграють музейні практики, які мають на увазі взаємообмін ресурсами музею і зовнішнього середовища. Разом з тим, важливим є процес впливу усєї музейної роботи на широкий загал. Комунікаційна специфіка взаємодії музею та відвідувачів залишається цікавою, але повноцінно не вивченою. Інтерпретація музейних ресурсів та їх ретрансляція виражають специфіку музейної діяльності, вирішуючи ряд завдань, спрямованих на суспільство в цілому.

Дана модель взаємодії з'явилася порівняно недавно, враховуючи довгий історичний шлях, який пройшов музей, не змінивши практики виховання та просвітництва. Сьогодні у музеях ці традиційні практики поєднуються з практикою активного діалогу. При цьому, не змінюючи свого основного призначення – акумулювання історично важливих предметів культури.

Критика традиційного музею, нездатність традиційної форми знайомства з культурним спадком виконати функцію «збагачення» підштовхнули музей до експериментів, до пошуку нових форм. Одним з

прийомів залучення відвідувача стає побудова експозицій таким чином, щоб відвідувач міг не тільки побачити і почути, але й доторкнутися до об'єкту, «попрацювати» з ним: одягнути костюм історичного персонажу, посидіти на троні, походити на палубі стародавнього корабля, спробувати, як функціонує той чи інший механізм і т.д.). Зрозуміло, що у більшості випадків історико-культурний артефакт підміняє модель, імітується. Зіткнення минулого і сьогодення, актуалізації культурної спадщини, включення культурної пам'яті у повсякденне життя можливе через діалог, комунікацію, інтерактивну взаємодію з відвідувачами.

Більш ретельнішої уваги заслуговує розмаїття змісту і комунікативних форм музейних експозицій. Інформація сучасного культурного простору, модернізація каналів комунікації активно продовжується, додаючи у діяльність музеїв нові можливості, не лише на етапах систематизації і дослідження об'єктів історико-культурної спадщини, але й на етапі музейної інтерпретації. Серед нових форм інтерпретації, які використовують в тому числі сучасні засоби інформаційно-комунікативних технологій, на наш погляд, варто виокремити реконструкцію та ревіталізацію. Перша з них стосується переважно матеріальних об'єктів історико-культурної спадщини, моделювання яких дозволяє зрозуміти особливості їх функціонування; друга – пов'язана з нематеріальною історико-культурною спадщиною, відкриваючи для неї нові можливості не лише для функціонування, але й для самовідтворення. В даний момент достатньо деталізовано описані такі комплексні форми музейного експонування, синтезуючого методи реконструкції і ревіталізації, як музейні свята, фестивалі, акції, туристичні програми та ін. [20; 32; 66]. На наш погляд, враховуючи єдність цільових установок, які полягають в активному включенні відвідувачів у процес трансляції та інтерпретації матеріальної і нематеріальної історико-культурної спадщини, яку презентує і популяризує музей, дані музейні форми дозволяють синтезувати традиційні і гостро сучасні конфігурації у його уявленні (наприклад, обрядові свята, хепенінги, туристичні маршрути та ін.).

Окрім того, їх зростаюча популярність у населення, в тому числі у молодого покоління, дозволяє говорити про ефективні методи вирішення питань про сучасні форми побутування етнічної культури, культурної самоідентифікації особистості за допомогою музеєфікації. Наукова-дослідницька діяльність музею здатна забезпечити автентичність об'єкту чи процесу, що складає основу для подальшої реконструкції і ревіталізації; а використання інформаційних технологій створює умови для інтерактивної музейної комунікації з глядачами у просторі музейної експозиції. Зокрема, з допомогою засобів інформаційно-комунікаційних технологій розвиваються різні форми візуальної комунікації. Також у зв'язку з важливою роллю музею у збереженні історико-культурної спадщини необхідно назвати напрямок діяльності, який визначається сучасними дослідниками як «діяльність успадкування» [60; 66; 67], яка забезпечує акумулювання, збереження, трансляцію, актуалізацію не просто історико-культурної спадщини, але й цінностей і сенсів, носіями якої вона є. Дана діяльність музею реалізовується завдяки його науково-освітній функції, форми якої постійно оновлюються і потребують подальшого вивчення в рамках музейної педагогіки. Так, Галкіною Т.В. розроблена типологія форм культурно-освітньої діяльності музею як суб'єкту музейної педагогіки [20], які пов'язані з відповідними функціями: освітньо-виховною та рекреаційною. Також в якості провідного принципу музейної педагогіки заснований єдиний принцип діалогу музейного простору, як і освітнього процесу [9, с. 420].

Отже, усвідомлення ролі сучасного музею у збереженні культурної спадщини дозволяє виокремити дві найважливіші тенденції, які спостерігаються у поєднанні. Перша – це перетворення музею у науково-дослідницький та культурно-просвітницький центр, здатний об'єднати не лише музейних фахівців традиційних напрямків, але й представників інноваційних наукових сфер. Друга тенденція розвитку музейної діяльності відображає перенесення уваги на роботу з масовим глядачем, причому не лише просвітницького, але й розважального характеру. Тут можна назвати:

перетворення будівель і приміщень музеїв в об'єкти музейної експозиції; організацію додаткових сервісів у стінах музею (тематичні кінозали, кафе, дитячі анімаційні кімнати та ін.). Повноцінна реалізація сучасних тенденцій музеєфікації дозволяє перетворити музей і музейні простори у серйозну альтернативу традиційному дозвіллю людини. Дозвілля, яке покладається на розуміння і присвоєння цінностей культурної спадщини, відкриває перспективи для росту загального духовно-морального, культурного рівня населення.

В сучасних умовах, коли все частіше і гостріше дають про себе знати процеси глобалізації, на перший план виступає ідея збереження і представлення історико-культурної спадщини як закономірна реакція на загрозу уніфікації культур. Сучасні культурно-освітні проекти, ініціаторами яких все частіше виступають музеї, використовуючи освітній потенціал історико-культурної спадщини, переносять акцент на виховання толерантності, поваги і гордості з приводу розмаїття культур. Освітній потенціал історико-культурної спадщини дозволяє виокремити пріоритетні напрямки, які, на наш погляд, безпосередньо пов'язані з розвитком історичної свідомості, а саме:

- формування уявлення про історичний час і його рух;
- формування уявлень про мінливість і спадковість системи цінностей;
- передача знань про походження і етнокультурні особливості різних народів не лише шляхом демонстрації пам'яток національної чи інонаціональної культури у стаціонарних музейних експозиціях, але й за допомогою безпосереднього включення сучасних відвідувачів музею у стародавні обряди, ритуали, традиції [39, с.205].

Отже, на сьогоднішній день діяльність музеїв слугує інтересам суспільства та держави. Історія щоразу аналізується та оцінюється кожним поколінням, особливо при істотних змінах суспільно-політичних умов. Стверджуючи та утримуючи позитивний образ минулого у масовій свідомості, музеї активно беруть участь у державній розбудові на

національному ґрунті. На межі століть складаються нові відносини між музеями і владою, завдяки чому зростає соціальна роль музеїв. Музей як інститут взаємодії влади і суспільства у сфері формування національної ідеології і укріплення національної єдності поступово починає добиватися визнання у цій своїй ролі. Вся діяльність музею як культурного інституту орієнтована на формування гуманістичного світогляду, який поєднує національні традиції і світовий досвід.

РОЗДІЛ 2. СУЧАСНІ ПІДХОДИ В ДІЯЛЬНОСТІ МУЗЕЇВ З ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ

2.1. Нові напрямки розвитку сучасних музеїв в контексті представлення історико-культурної спадщини

Сучасний стан суспільства ознаменований перехідним періодом розвитку, який дослідники визначили як процес становлення інформаційного суспільства [19]. Цей процес радикально перетворює соціокультурний простір, визначаючи свої способи інтерпретації історико-культурної спадщини, шляхи і форми розвитку сфер культури. Становлення інформаційного суспільства визначає не лише нові форми інтерпретації культурної спадщини, але і принципи його організації.

Динамічний стиль життя суспільства та нові зв'язки між архітектурним і культурним простором призвели до змін в самій структурі музею, як інституції культури, так і встановленню якісного діалогу «музей – відвідувач» на інтелектуальному і духовному рівнях. Сучасний музей це не лише науково-просвітницький заклад, який поєднує в собі відбір, реставрацію, збереження та експозицію історико-культурних цінностей. Це складна, багаторівнева система, яка вирішує ряд соціально значимих завдань, серед загалу яких все більш помітні позиції займає художня організація дозвілля, інтерпретація пізнавальної, розважальної та художньо-творчої функції. Так, функціонування музеїв, яке насичене великою кількістю форм практичної діяльності та має багаторічний досвід, на сьогоднішній день має особливі ресурси для подальшого розвитку. У даних закладах соціокультурної сфери відбувається поглиблення ряду смислових моментів в експозиції за рахунок проведення виставок, які стимулюють інтерес публіки до музею і постійний розвиток його концепції [78].

Музей є не лише місцем для зберігання цінностей, але й для натхнення. Постійні колекції музею не обов'язково є найвидатнішими, але при цьому вони можуть бути чудово презентовані. Людям може бути цікавим не музей

минулого, а музей майбутнього про минуле. З відео презентаціями, інтерактивними програмами, електронною бібліотекою, якими, наприклад, є Історичний музей Будапешта [101], Центр Коперника у Варшаві [119], Грузинський національний музей [96], Художній музей у Лодзі [118], Музей Варшавського повстання [104], Парк-музей Креллер-Мюллер у Нідерландах [116].

Сучасного відвідувача музею можна назвати «новим культурним споживачем», орієнтованим не стільки на отримання констатуючої інформації просвітницького характеру, скільки на отримання задоволення. На думку Т. Абанкіної, таке розуміння задається глобальним переходом від економіки створення товарів до економіки символів і переживань. [4, с. 32] У визначенні «музей», запропонованому ІКОМ, присутнє завдання – задоволення потреби у «задоволенні» [1]. Однак, реалії музейної дійсності, визначають важливість цієї діяльності музею та її осмислення. У сучасній соціокультурній практиці музей, трансформуючись, перетворюючись в інститут внутрішньо культурної рефлексії, сферу відповідальності людини, розширює її життєві горизонти і особистісні компетенції. Аналіз діяльності сучасних музеїв в цьому контексті є найбільш актуальним, так як завдяки музеям культурна інтерпретація набуває соціально прийнятної форми. Еволюція суспільства передбачає зміну діяльності музею та його функцій. І хоча в історичному контексті функції музею стабільні, вони знаходяться у постійному розвитку, оскільки суспільні запити змінюються в конкретній політичній, економічній чи культурній ситуації.

Концепція, яка лежить в основі функціонування музеїв, визначається насамперед соціальними, політичними умовами та ідеологією суспільства на етапі переходу і становлення постіндустріальної культури. Особливо наглядно це прослідковується в останні десятиліття, коли у суспільстві відбуваються активні соціокультурні перетворення за рахунок пришвидшених темпів розвитку інформаційних та комунікаційних технологій. В той же час світова спільнота знаходиться під впливом

глобальної кризи, наслідки якої доторкнуться до майбутніх поколінь. Культура відображає наслідки кризи і фінансового дефіциту. До кінця 2012 р. був закритий музей Гуггенхайма в Берліні. Deutsch Bank і фонд Solomon R. Guggenheim офіційно повідомили про припинення спонсорської підтримки музею. Палац-музей князів Ліхтенштейн у Вені став недоступним для індивідуальних відвідувачів. Музей сучасного мистецтва Маххі в Італії залишився на 43 % фінансування у 2011 р. У Німеччині вийшла книга «Культурний інфаркт: Занадто багато всього і всюди одне й теж» про провал культурної політики країни. Дітер Хазельбах, Армін Кляйн, Піус Кнюзель і Штефан Опіц – експерти у сфері менеджменту культури – запропонували радикальне вирішення проблеми: зачинити половину музеїв, театрів і бібліотек, які існують за рахунок дотацій з державного бюджету [64, с. 4].

Панування глобальної кризи, диверсифікація соціального середовища, зміни у сприйнятті культурних цінностей, поява нових категорій взаємодіючих з музеями органів управління, соціальних груп, організацій і закладів, формування з деякими з них достатньо складних партнерських, а іноді і конкурентних відношень, міжпрофесійні і міжмузейні комунікаційні проблеми, інформаційний «голод», відтік з музейної сфери частини висококваліфікованих фахівців, дефіцит фінансових ресурсів – все це поставило перед музеями нові завдання в управлінні і організації музейної діяльності. Ці завдання в значній мірі обумовлені необхідністю перегляду і модернізації багатьох сформованих за попередні десятиліття методів, прийомів музейної роботи, способів комунікації, управління, функціонування як в локальному (з відвідувачами музеїв), так і в глобальному (між музеями, державними, міжнародними структурами) просторі.

Сьогодні з'являються пріоритетні напрямки розвитку сучасного музею, а саме, управління музейною діяльністю згідно вимог часу і епохи; акцентування уваги на потребах сучасного споживача музейних послуг, розуміння зміни цільової аудиторії, а також пошук можливостей привернення інших соціальних груп і спільнот; пошук нових форм

експозиційної діяльності з залученням нестандартних, творчих, креативних рішень; використання сучасних інформаційних і комунікаційних технологій: створення мережі музейної взаємодії з іншими організаціями і установами для вирішення загальних завдань на основі партнерських технологій: пошук додаткового недержавного фінансування за рахунок фондів, участь в конкурсах, надання нетрадиційних для музейної діяльності послуг [63].

Реалізація окреслених напрямків призведе до формування «музейного простору», де переважають ідеї взаємодії і вироблення загальної стратегії. Становлення міжнародного музейного простору передбачає взаємозв'язок зовнішніх і внутрішніх факторів розвитку: визначення чіткої і ясної мети розвитку музею і поступову, розгорнуту програму її досягнення; постійне підвищення професійних якостей співробітників і фахівців із залученням нових гуманітарних, інформаційних і телекомунікаційних технологій; створення спеціалізованих відділів по інформатизації, маркетингу і розвитку музейної і туристичної діяльності: відкритість музею у взаємодії з партнерами по різних напрямкам діяльності, що передбачає нові форми і методи роботи; використання в діяльності музею інформаційних технологій і найновіших засобів комунікації, що передбачає освоєння нового інформаційного простору і створення інформаційних музейних ресурсів в цілях подальшого їх збереження і просування; послідовне планування розвитку музейної діяльності в нових умовах, де визначається партнерське коло, складаються довгострокові союзні відносини, оновлюється технічна база, укріплюється корпоративна культура, формується адекватна сучасним умовам управлінська культура [63]. Все вищезазначене дозволяє говорити про необхідність для музейної спільноти адекватно і цілісно сприймати тенденції сучасного суспільства, вирішувати проблеми удосконалення діяльності сучасного музею в умовах становлення нового соціокультурного порядку, заснованого на інноваційних тенденціях інформаційного суспільства, а також в умовах світової фінансової кризи.

Розуміння ситуації, що склалася, змінює уяву про комунікації для різних типів музеїв, а також уяву про критерії ефективності музейної роботи. Сучасні соціально-економічні особливості розвитку суспільства вимагають від сучасних музеїв зміни політики як економічної, так і комунікаційної. Музеї стають більш відкритими для суспільства, визнаючи долю своєї відповідальності за вирішення багатьох глобальних проблем (міжетнічних, екологічних та ін.), визначають шляхи взаємодії з відвідувачем, а також шляхи перетворення музеїв з пасивних зберігачів свідості матеріальної культури в інститути, що активно сприяють соціалізації особистості, більш відкриті і чутливі до насущних потреб сучасної людини [43, с. 103]. Обраний вектор напрямку розвитку сучасних музеїв стає предметом теоретичного і прикладного музеєзнавства, об'єктом міждисциплінарних досліджень і взаємодій між такими науками, як культурологія, соціологія, психологія, педагогіка, менеджмент.

Також варто зазначити, що відбувається зміна пріоритетних напрямків діяльності сучасного музею, коли акцент робиться не на предметних експозиціях і колекціях, а зміщується в сторону дослідження цільової аудиторії та активної взаємодії з нею. При цьому це не означає відмови від традиційних функцій музею. Спрямування уваги на відвідувача, як до головної фігури музейної комунікації, дозволяє пришвидшити процес перегляду загальної концепції музею як соціальної інституції. Варто відзначити, що на сьогоднішній день переважна більшість музеїв як у світі, так в Україні, зокрема, перестали бути закритими академічними інституціями. Вони організовують гостинний, надихаючий і привабливий простір, де увага зосереджена на напрямках, формах і методах контакту з потенційною і реальною аудиторією, а також на визначенні стратегії розвитку музейної діяльності. Важливою ознакою успішної діяльності сучасних музеїв є ефективність взаємодії музею з відвідувачем, яка залежить від мобільності організації різноманітних форм взаємодії з ним, видозмінюються традиційні форми і з'являються інноваційні. Наприклад,

традиційна екскурсія змінюється за рахунок застосування нетрадиційних методів – театралізації, ігрового, діалогічного спілкування і т.д. Така екскурсія дає можливість не просто інформувати, вона допомагає включитися в діалог культур, відчути характерні особливості музейного історико-культурного середовища. У цьому сенсі «спілкування» музею з відвідувачем передбачає встановлення взаємних ділових, емоційних чи дружніх контактів на основі загальних інтересів, пов'язаних з тематикою чи змістом колекцій [67].

Спілкування у просторі музею з використанням його експозицій чи території дуже специфічне, так як теми, стиль і способи спілкування від самого початку задані самим музеєм, закладені в музейній інформації, визначені профілем музею; це надає широких можливостей для змістовного, зацікавленого і неформального міжособистісного спілкування. І якщо раніше музеї вважали, що їхня аудиторія – це середній клас, професіонали, які мають високий інтелектуальний потенціал, то сьогодні музеї працюють з публікою досить широкою, незалежно від віку і освіти. Вектор сучасного розвитку музею задає напрямок роботи з відвідувачами, який охоплює інтереси різних категорій і груп населення. Співробітники сучасних музеїв намагаються створити можливість особливої інтерпретації колекції, яка представлена різними форматами, які відповідають різному рівню і типу освіти людей; експозиція створює враження багат шаровості переходу відвідувача з одного рівня на інший. Окрім цього, вважається, що інтерпретація відображає різні думки про твори мистецтва і сприяє створенню діалогу. Подібний діалог важливий при формуванні міжкультурних, етнічних виставок, оскільки він багато в чому сприяє пом'якшенню міжнаціональних, конфесійних, соціальних та інших конфліктів. Творчий підхід у використанні передових інформаційних і комунікаційних технологій створює умови, які забезпечують доступність музею для найширшої аудиторії. Таким чином, музей не лише розповідає про різні культури світу, але й показує, як формуються культури і як при зустрічі різних культур відбувається їхня взаємодія, як складається

їхнє взаємне сприйняття. У пошуках нової моделі представлення найбагатших колекцій співробітники музею видозмінюють принципи побудови експозиції і вибору тематичного підходу.

Також музеї сьогодні активно працюють з представниками «маргінальної» частини суспільства, роблячи їх соціально включеними. Серед них є люди, які мають потребу в особливих формах і спеціальних методиках спілкування, а також є відвідувачі з відхиленнями у психофізичному розвитку, інваліди, важкі підлітки, учасники воєнних конфліктів, біженці і переселенці і т.д. У зв'язку з цим активно розвивається напрямок «арт-терапія», який ґрунтується на можливостях впливу образотворчого мистецтва на психологічний стан людини. Досвід і участь представників цих прошарків населення використовуються при комплектації і презентації колекцій. Окрім того, однією з основних цільових аудиторій сучасних музеїв є молоде покоління. Часто в музеях можна побачити оголошення про проведення освітніх семінарів, лекцій для вчителів і школярів. Завдання таких програм полягає в тому, що завдяки наявному емпіричному матеріалу реконструювати історичний контекст, експлікуючи його на сучасний досвід. Це дає можливість відвідувачу заглибитися в таємниці історичної оповіді, не лише прослухавши академічний подачу матеріалу, але й самостійно інтерпретувати те чи інше явище культури, що виходить за рамки стандартного пізнавального процесу.

Освоєння музейної інформації на принципово новому рівні відбувається в процесі відвідування музею і залучення суб'єкту в освітній процес, який включає передачу і засвоєння знань, а також набуття вмінь і навиків. Навчання в музеї передбачає отримання додаткових чи альтернативних знань, які неможливо, або не в повній мірі, можливо отримати в інших освітніх закладах. Відмінними рисами навчання в музеї є неформальність і добровільність, можливість максимально реалізувати свої здібності і задовольнити інтереси. Особисте емоційне переживання закріплює вербальну інформацію. Навчання стимулюється експресивністю,

різноманітністю і справжністю музейних предметів. Важливим навчальним каналом є вербальне сприйняття об'єкту, особливо це важливо для дітей, які чуттєво сприймають явища світу.

Ще однією особливістю сучасного музею є специфіка акумулювання історико-культурного досвіду і його трансляція через експозиції. Технологія експонування в умовах інформаційного суспільства пов'язана з модернізацією методів, прийомів, способів музейної роботи на основі принципів варіативності, гнучкості, відкритості. В той же час принцип гнучкості подає необхідність оптимального поєднання традиційних та інноваційних елементів музею у сучасній культурі. Особливість музейної форми передачі інформації полягає в тому, що музейна експозиція як модель дієвості через конкретні музейні предмети передає не просто факти, але й судження, представлення і відношення до них. Сучасний рівень розвитку експозиції як основної форми взаємодії з відвідувачем визначає необхідність розробки найбільш ефективних підходів до її удосконалення, які визначаються у зміні методології експозиції, заснованій на так званому концептуальному підході, чи «сценарії», який передбачає розробку як наукової, так і художньої концепції представленого матеріалу; в активному використанні в експозиції аудіовізуальних засобів, що є способом посилення емоційної дії, які допомагають сучасній людині адаптуватися в історико-культурному просторі музею; в ансамблевому показі музейних предметів, заснованому на представленні їх у природному взаємозв'язку. Відхід від демонстрації площинного матеріалу посилює вплив експозиції, допомагає «прочитанню» її без додаткових словесних «перекладів» [24].

Окрім класичного методу інтерпретації – тексту, у якому розкривається кураторське бачення даного залу, музеї пропонують додаткові супроводжуючі тексти, написані зовнішніми авторами – критиками, мистецтвознавцями, дослідниками. Таким чином, відвідувачам надається можливість ознайомитися з альтернативним баченням експозиції. Для більш повного ознайомлення з експонатами відвідувачам надаються аудіо гіді, які,

як правило, включають мову самого художника, автора твору, а також його розповідь про свою роботу.

У багатьох музеях поширена практика мультимедійних екскурсій. Цільову аудиторію таких екскурсій складають люди, які хотіли б отримати базову інформацію про сучасне мистецтво та історію мистецтва ХХ ст., викладену простою, доступною мовою.

У роботу музеїв також активно впроваджуються анімація та інтерактивність. Засоби анімації використовуються в експозиціях, де представлено різні епохи, де персонажі у відповідних костюмах «оживлюють» місце і час. Екскурсіводи чи аніматори в таких музеях – це або волонтери, або актори, які наглядно демонструють уклад життя різних епох і народів. Основна мета анімаційного методу – не просто представити відвідувачу музею предметний світ минулого, але показати взаємодію людини з цим світом, залучити її до дії. Найчастіше інтерактивність використовується технічними і науково-природничими музеями. Головний принцип – розважаючи зацікавлювати, пробуджувати творчу активність. Окрім того, з'явилися сучасні методи і можливості виготовлення копій, муляжів, особливо на етнографічних і природничих виставках, що дозволяє відвідувачу бути не пасивним, а активним глядачем.

Сучасний рівень розвитку інформаційних технологій забезпечує застосування нових способів інформування в музеї, наприклад, за допомогою спеціального інформаційного центру. Створення подібних центрів входить у практику музеїв багатьох країн. Інформаційне обслуговування з допомогою комп'ютерів включає в себе самі різноманітні способи представлення інформації, від прекрасної якості вказівників, планів і путівників для дорослих і дітей до використання інформаційних станцій (кіосків), встановлених в холі чи в залах музею з підключенням Інтернету. Такі інформаційні кіоски є у великих музеях світу – Луврі [103; 112], Метрополітен-музеї [115], Ермітажі [102] та ін. Інформаційні системи містять

якісні зображення експонатів із зазначенням їх місцезнаходження, супровідною і роз'яснюючою інформацією та багато іншого.

Сучасні музеї активно використовують потенціал соціальних мереж (Twitter, Facebook, Flickr), що дозволяє приваблювати аудиторію і вести додаткові маркетингові дослідження. З допомогою додатку для iPhone можна провести віртуальні розкопки давньоримських артефактів в тих місцях, де вони були знайдені.

Організації або приватні особи, які надають музею фінансову допомогу, чекають від подібного співробітництва реалізації яких-небудь власних цілей та інтересів. Насамперед воно надає додаткові можливості для реклами діяльності, товарів чи послуг фірми. Дане співробітництво більш вигідне і ефективне, ніж придбання ефірного часу чи рекламних площ у друкованих виданнях. Створення привабливого іміджу можливе на основі участі у реалізації соціально значимих проектів і програм і демонстрації власної самостійності, а значить, соціальної значимості.

Сьогодні, коли створюються новий музей чи виставка, співробітники музею, як правило, звертаються за допомогою до архітекторів та дизайнерів. Оскільки застосування нових технологій (електричного освітлення, систем кондиціонування, телекомунікацій і т.п.) роблять будівлі все більш комфортабельними, «художники, скульптори, фотографи та кінорежисери беруть участь у заходах, пов'язаних з цією подією, в якості ілюстраторів, аніматорів та оформлювачів».

На початку XXI ст. при створенні науково-технічних виставок, а потім в ряді музеїв історії мистецтва і культури почав використовуватися новий принцип представлення експонатів – «підійди і доторкнися». Метою таких експозицій є перетворення відвідувачів у діючих осіб. Традиційний та новий тип експонування мають істотні відмінності: так, традиційний звернений, скоріше, до емпіричного переживання життєвого досвіду відвідувача, в той час як новий здійснює вплив на емоційне сприйняття. Їх просторова організація також різниться: у традиційному музеї речі розміщені у вітринах,

на стінах і стелажах, що відмежовує відвідувача від світу експонатів; в експозиції нового типу – навпаки, весь музейний простір «населено» в рівній мірі як експонатами, так і публікою. Значить, що новий тип експонування орієнтований на досягнення гармонії між предметом і його оточенням, на легкість сприйняття інформації. Однак багато сучасних музеїв вибирають, скоріше, синтез обох типів: в одному експозиційному просторі присутні як «закриті» у вітринах, так і «вільно контактуючі» з публікою предмети.

Для створення максимальної виразності та досягнення результату «занурення» у світ предмету сучасні музейні фахівці намагаються враховувати не тільки переваги простору, але й не забувати про емоційний вплив кольору і світла в експозиції.

Розмаїття нових підходів до організації музейних практик дозволяє згуртувати їх за певними напрямками. Найбільш змістовним і відображаючим практично всі особливості музейної діяльності є підхід Ільбейкіної М.І. [27] до характеристики основних сучасних напрямків музейної практики. Вона їх об'єднує у три основні групи:

- Експозиційні (розробки у сфері дизайну простору, врахування психоемоційних особливостей сприйняття простору відвідувачем, і т.п. Це напрям музейної практики відповідає за візуальний образ музею);
- Освітні (лекції, клуби за інтересами, школи, дискусійні майданчики, круглі столи і т.п. Образ музею як цікавого оповідача);
- Комунікаційні (навігація у просторі музею, робота музейного сайту і можливість зворотного зв'язку з музеєм, робота музею в якості презентаційного майданчика творчих досягнень і т.д. Цей напрям відповідає за образ музею як зони відпочинку, майданчика, де є можливість висловитися і бути успішним) [27].

Представлений розподіл є досить умовним, оскільки сучасні музейні практики мають синтетичний характер. У них є присутніми одночасно кілька складових, що дозволяє виокремити такі «гібриди»:

- *реалізація культурних проектів*. Музей здійснює «захоплення» інших територій, реалізуючи як між музейні, так і між соціальні проекти. Ця практика включає в себе безліч вузько спрямованих видів музейної діяльності, формуючи образ музею як небайдужої до соціуму та діяльній інституції. Така практика активно застосовується у багатьох музеях світу. Так, до прикладу, можна навести цікавий підхід китайських музеїв. Зкоординувались з туристичними фірмами, вони створили проект по підсиленню «національної згуртованості»: до них можна під'їхати лише на великих автобусах – група почуває себе єдиним цілим.

- *історичні реконструкції та історичне моделювання*, що передбачає пізнання минулого через моделювання його у теперішньому часі. До цього числа можна включити і етносела – спеціально створений простір, де розташовані реконструйоване житло. Там існує реконструкція ремеслових технологій стародавніх племен, а також освітні театралізовані інтерактивні та екскурсійні програми для дитячої і молодіжної аудиторії.

- *використання інтерактивних експонатів принципу інтерактивності, вплив аудіовізуальних засобів на безпосереднє сприйняття глядачем експозиції*. Використання аудіовізуальних засобів комунікації в експозиції та застосування нових комп'ютерних технологій у процес обробки документації і роботи з колекціями, все це привело до народження нової епохи в експодизайні, коли звук, світло і колір стають, свого роду, музейними експонатами в музейному просторі. В свою чергу, поява комп'ютерних баз даних, електронної пошти та електронної публікації полегшує та пришвидшує пошук інформації про «музейні ресурси», підвищує якість дослідницької роботи та розширює можливості появи робочих контактів з різними закладами на високому рівні.

Формування привабливого образу музею, розширення його аудиторії за рахунок використання художньо-виразних інформаційних засобів, врахування об'єктивних потреб людей у свій вільний час поєднувати

пізнання з розвагою заставляє сучасні музеї використовувати видовищно-ігрові та інші методики організації поведінки та діяльності своїх відвідувачів.

Унікальність проектів сучасного музею в тому, що виставкові зали не заповнюються великою кількістю документів і фотографій, як це буває у звичайних музеях. Всю необхідну інформацію можна отримати в сенсорних кіосках – екранах моніторів. Сучасні і технологічні, вони викликають більшу зацікавленість у молоді, для якої екранна культура та електронні джерела інформації досить звичніше книжкових. При цьому справжні експонати, пам'ятки історії і культури залишаються незмінною основою будь-якої музейної експозиції. Такі експозиції можна зустріти практично всюди. Інтерактивні експозиції створюються в т.ч. і на теми, про які вербально розповісти складно, важливі моменти співпереживання, примірювання ситуації на себе, можливості чуттєво оцінити ті види мистецтва, які самі по собі апелюють до почуттів (музей науки і техніки Леонардо да Вінчі у Мілані – 13 інтерактивних лабораторій для відвідувачів; Державний Дарвінівський музей – «Пройди шляхом еволюції» та ін.) [97].

- *активна робота з сучасним мистецтвом* (мова йде не про музей сучасного мистецтва). Завдання музею – утвердження цінностей, і сьогодні все частіше майданчиками представлення оцінки і просування сучасного мистецтва, стають класичні музеї. Сьогодні практично кожен музей має досвід роботи з сучасними художниками створюються спеціальні конкурси, фестивалі, бієнале. Сучасне мистецтво пристає до музеїв і стихійно (Музей центру Європи у Литві [106]; галерея Тейт у Лондоні [113]) розширюючи простір музею – від будівлі до міського простору. Окрім того, сучасне мистецтво може дати неочікуване експозиційне рішення – використовуючи методи і техніки сучасного мистецтва, можна створювати такі образи, які не є нарративними, а в більшій мірі орієнтуються на психоемоційне сприйняття на психоемоційне сприйняття глядачем.

- *Використання інформаційних технологій.* Сюди відноситься створення спеціальних програм для музейних експозицій; медіа практики чи віртуальні музеї, сайти з підкастами.

- *Робота з живим словом (Storytelling – букв. «розповідання історій», технологія захоплення словом).* Вихід на живий інтерес і особисте переживання відвідувачем: будь-яка подія стає значимою, потрібно лише вміти розповісти про це. Ця музейна практика більш розвинена у країнах Заходу. Шотландський центр Сторітелінгу використовує цю технологію у роботі з дітьми: їм даються можливість самим розповісти історію, сидячи на середньовічному «троні». Музейна складова таких практик полягає як в усвідомленні того, що особиста людська історія цікава музею, так і у можливості зупинити час, сконцентрувати важливу інформацію у змістовній формі.

- *Дитячі і сімейні центри.* Цей напрямок також у достатньо більшій мірі розвинений на Заході: в якості прикладів можна назвати Британський музей, Національний музей Шотландії [110], галерею Тейт [113]. Музеї мають інтерактивну експозицію, сайт з галереєю дитячої творчості та іграми, спеціально розроблені програми, екскурсії, маршрути і т.д. Національний музей дитинства (філіал Музею Вікторії та Альберта) в Іст-Енді [107], окрім стандартних для європейських музеїв майстер-класів, дозволяє за попереднім записом потрапити у фонди і познайомити дитину з іграшками минулого, супроводити цікавою історією з власного життя.

- *Конструювання музею як певного особливого простору.* Вдалих приклад такої технології – Дарвінівський центр музею природної історії у Лондоні: експозиція влаштована так, що відвідувачі можуть спостерігати за роботою дослідників крізь прозорі стіни; бажаючі можуть потрапити у фонди музею. Музей стає місцем реальних досліджень. До цієї категорії можна віднести корпоративні музеї – створення простору соціальної історії. Образ музею як громадського майданчика – місце, де відбувається самоідентифікація різних товариств і діалог з суспільством. Сюди є можна

включити проекти молодіжних виставок сучасного мистецтва, концертів у музеї, волонтерські музейні організації, створення так званих «екомузеїв» (скансенів) [27].

В якості ще однієї з технологій музейної практики можна розглянути *візуальну антропологію*. Це метод опису та аналізу явищ культури, який записується на світлинку, відео і аудіо запис. Візуальна антропологія працює не лише з культурною, але й соціальною проблематикою. Першочергово вона орієнтувалася на тему зустрічі традиційних спільнот і сучасного світу, цивілізаційних зіткнень. Візуальну антропологію у музейній справі можна розділити на два аспекти. *Перший – прикладний*, коли в експозиції використовуються конкретні візуальні матеріали – і для внутрішньо музейних потреб (документація подій, фіксація дії інтерактивних інсталяцій, створення каталогів і т.п.), і включені у предметний ряд експозиції, допомагаючи образно зрозуміти і відчувати історію, про яку розповідає музей. *Другий аспект – теоретичний чи проектний*. Мова йде про режисуру виставок, драматургію простору і часу в межах музею та поза ним.

У реаліях музейної практики найбільш яскраво виражаються ідеї у розвитку театралізації музейних експозицій. У сучасних умовах подібна практика визначається економічною доцільністю і доступністю технічних новацій та вільного творчого вираження. Однак, стійка тенденція, пов'язана з розвитком театралізації, з однієї сторони, і її трактування деякими музейними співробітниками, як агресії «розважальності» в музеї, з іншої, викликає закономірну тривогу вітчизняної і закордонної професійної спільноти. Гостра дискусія за даною проблемою ведеться в рамках Комітету по культурно-освітній діяльності ІКОМ. Тим не менше, у своїй практиці музей все реальніше наближається до «музею-події» і «музею-спів-події» [83].

По-перше, музейна експозиція все частіше будується за драматургічними законами, на основі концептуального підходу чи сценарію, необхідного не лише для наукової презентації музейних предметів, але і для

створення цілісного художнього образу. Причому експонати можуть бути відірвані від звичного контексту, виявляючи нові сенси і метафори. Спосіб їх подачі часто від режисований, «тому що багато компонентів – і спрямована під світла, і кольорові «задники» і «куліси» – все це дуже нагадує театр» [29, с. 107]. Сучасна експозиція характеризується багатогранністю, «гостротою і яскравістю свого пластичного вираження, зближуючись зі специфікою театральної дії» [37, с. 12].

Другий напрямок театралізації в музеї пов'язаний з привнесенням у його діяльність прийомів, характерних для видовищних мистецтв: костюмованих персонажів, застосування рольових і навчальних ігор (музеї ремесел, наприклад), представлення ритуалів (етнографічні музеї), музичний, звуковий і сенсорний супровід музейної діяльності. Не ставлячи перед собою мету детального аналізу, все ж варто відмітити розмаїття і експресивну сутність їх участі в музейній діяльності. Досвід музеїв України і світова практика у використанні цього напрямку показує її значення у прочитанні закладених в музейних предметах сенсів і розширенні чуттєвої одномірності музею. Так, лицарські турніри проводять у Державному історико-культурному заповіднику «Меджибіж» у «Гарбузову ніч» [98], у Державному історико-культурному заповіднику м. Луцьк [96] та інших музеях.

Третій напрямок пов'язаний з розширенням простору музею завдяки створенню на його території перформансів, арт-акцій, театральних спектаклів. Перформанси частіше за все відбуваються у художніх музеях і галереях. Тяжіючи до театральних способів вираження образу і маючи видимий зв'язок з театралізованим видовищем, фахівцями вони відносяться до особливого виду образотворчого мистецтва. Тим не менше, розповсюджуючи в музейній практиці «живих картин», по суті, нагадує перформанс. Прикладом найбільш яскравої і вражаючої акції може бути «Ніч в музеї», об'єднуюча державні, регіональні і приватні музеї у програму, які тривають зазвичай до двох-трьох годин ночі, у якій можна побачити не музейні заходи-концерти (події, івенти) популярних артистів, мультимедійні

і традиційні перформанси, театралізовані видовища і т.д. Так, проводять тематичні екскурсії-вистави у Дніпропетровському національно-історичному музеї ім. Д.І. Яворницького «Людина і степ» [100], у Чернігівському історичному музеї імені В.В. Тарнавського [120], Рівненському обласному краєзнавчому музеї [117], у музеях Одеси та багатьох інших містах України. У Львові взагалі влаштовують Фестиваль «Ніч у Львові», під час якого всі бажаючі можуть відвідати понад 100 нічних екскурсій, театралізованих дійств, мистецьких перформансів у музеях, театрах, галереях міста. «Ніч в музеї» практикують у музеях США, Німеччини, Франції, Польщі, Великої Британії, Хорватії, Чехії, Росії, Румунії Латвії, Естонії та багатьох інших країн.

Отже, сучасний музейний світ реагує соціальними практиками на виклики часу. Вектор взаємодії з музейною аудиторією змінюється від освітньої спрямованості в сторону задоволення потреби у «події». Аналіз сучасної музейної діяльності дозволяє говорити про існування єдиного музейного простору, яке характеризується модернізацією методів, прийомів, способів музейної роботи на основі принципів варіативності, гнучкості, відкритості по відношенню до інновацій. Сучасні музеї приходять до необхідності оптимального поєднання традиційних та інноваційних елементів у сучасній музейній культурі. Змінилися уявлення про комунікацію для різних типів музеїв, а також уявлення про критерії ефективності музейної роботи. Інтерес до відвідувача – головною фігурою музейної комунікації – привів до перегляду загальної концепції музею як соціального інституту, відбулося переосмислення способів комунікації і управління. Таким чином, музей стає гнучким і мобільним, вбирає в себе нові досягнення науково-технічного прогресу, він стоїть на порозі перетворенні в динамічно розвинену галузь науки, мистецтва, бізнесу та культури. Сучасні успішні музеї репрезентують концентрований образ історії і культури, стаючи частиною інформаційного простору в умовах трансформації соціокультурного середовища та зміни культурних цінностей.

2.2. Використання музеями цифрових технологій для популяризації історико-культурної спадщини

На сьогоднішній день об'єкти історико-культурної спадщини, які знаходяться в музейних колекціях і сховищах, становлять значний інтерес як для досліджень феноменів культури, так і для поширення гуманітарних знань. Розвиток цифрових технологій дає можливість музеям переходити до більш перспективних форм популяризації історико-культурної спадщини. Також не сприяє забезпеченню доступу до усіх матеріалів, які зберігаються у фондах обмеженість виставкового простору музеїв, а локальний характер закладів скорочує можливості доступу територіально. Віртуальний простір дозволяє подолати ці недоліки реального музею, значно розширити можливості доступу до ресурсів історико-культурної спадщини.

Важливим завданням для сучасних музеїв є вироблення дієвих способів та механізмів представлення історико-культурної спадщини для привернення уваги широкого загалу та приваблення відвідувачів. Для досягнення цього завдання музеям необхідно зважати на запити та інтереси людей, яких вони бажають бачити у музеї. Правильно організована діяльність музею з відвідувачами – це правильна стратегія культурної комунікації. Погоджуючись з думкою дослідниці музейної комунікації О. Даршт, що комунікація – це не просто ланцюг послідовних заходів по приверненню широкої громадськості; комунікативна модель передбачає обов'язків зворотній зв'язок між основними учасниками [24, с. 17], можна стверджувати, що даний процес задовольняє потреби і інтереси учасників комунікації і приносить істотну матеріальну вигоду як самому музею, так і регіону чи країні. При цьому важливого значення набуває також фактор ненав'язливої пропаганди історії і культури своєї країни.

У світлі трансформаційних процесів, які відбуваються у соціокультурній сфері, сформувалася думка про те, що цифровий світ надає надзвичайно широкі можливості і перспективи для соціокультурних

інституцій. Звичайно, як і у будь якій іншій справі тут існують серйозні виклики, але та інституція, яка стратегічно буде враховувати цифрові технології у своїй діяльності, у результаті відчуватиме багато переваг. На думку Н. Панас дуже показовим є той факт, що більшість організацій, які вже імплементували цифрові медіа надихають людей бути більш соціальними. Відвідувачів стають чимось більшим, ніж просто клієнтами, а самі музеї та пам'яткоохоронні заклади – більше, ніж установа, яка постачає освіту та розваги [51, с. 258].

Сьогодні музеями створюються проекти мета яких визначається як зміна музейної комунікації за рахунок створення медіа середовища, яке здатне забезпечити інтерактивний діалог між зовнішніми контрагентами і внутрішніми ресурсами музею, дозволить перетворити інформаційно-просвітницьку діяльність в основний рушій комунікаційної моделі музею. Здебільшого, такі проекти представляють комплекс сучасних технологічних рішень, об'єднаних в єдине інформаційне діалогове середовище (медіа середовище), яке включає: інтернет-трансляційний канал з відео кліпами (підкастами) і презентаціями на сайті музею; інтерактивні 3D-панорами експозиційних залів на сайті музею; мобільний додаток з навігаційним комплексом і інформаційно-експозиційним комплексом. Також до цього переліку входять соціальні мережі, інтегровані з музейним сайтом і мобільним додатком. Саме інтеграція нового медіасередовища з соціальними мережами стала найважливішою інноваційною частиною проектів у музеях світу та України.

У недалекому минулому музей ідентифікували по назві, або найбільш популярних експонатах з його збірки. Це стосувалося, переважно, музеїв зі світовим ім'ям. У інформаційному суспільстві ситуація докорінно змінилася. На сьогоднішній день, музеї, виставкові центри стають відомими не стільки завдяки колекціям, скільки вдалим рекламним кампаніям у ЗМІ. Фахівці музейної сфери вважають, що акцент із зібрання, збереження, дослідження і вивчення історико-культурної спадщини змістився в сторону популяризації.

Якщо в минулому столітті інформація розповсюджувалася в основному у друкованій продукції і через ЗМІ, то з початку XXI століття в уявленні людини існує лише те, про що можна прочитати у мережі Інтернет. Окрім того, щороку значно зростає число людей, які виходять щоденно в Інтернет завдяки різноманітним цифровим пристроям, гаджетам.

Розвиток інформаційного середовища історико-культурної спадщини у XXI ст. призвело до появи поняття «Digital (virtual) heritage» («цифрова або віртуальна спадщина») [14], яке включає не лише створені комп'ютерні твори мистецтва, але й інформаційні ресурси, які містять електронні копії предметів історико-культурної спадщини. В даному випадку збереження історико-культурної спадщини на основі інформаційних технологій є можливим і необхідним процесом при дотриманні ряду умов (наявність метаданих, можливість верифікації копій, близькість копій до реального об'єкту історико-культурної спадщини та ін.). Варто зауважити, що будь-який музейний сайт є сайтом культурологічним, контент якого спрямований на комплексну концептуалізацію тих чи інших явищ і подій, які існують з точки зору історії і розвитку культури.

У сучасному розумінні «віртуальний музей» – це інформаційна система, яка містить концептуально єдину електронну колекцію чи сукупність колекцій предметів (експонатів) з метаданими, які мають характеристики музею і дозволяють здійснювати наукову, просвітницьку, експозиційну і екскурсійну діяльність у віртуальному просторі [85, с. 214].

У вивченні віртуальних музеїв можна виділити кілька основних напрямків: дослідження віртуального музею як феномена культури, розгляд його можливостей [47] і використання віртуальних музеїв в освітній сфері [55, 69], створення і проектування віртуальних музеїв [45] та ін.

Також існують терміни, які використовують для аналізу віртуальних музеїв, зокрема, віртуальна музейна експозиція (виставка) – інформаційних ресурс віртуального музею, який містить тематично об'єднану електронну колекцію предметів (експонатів), організовану з певними науково-

дослідницькими, культурними, просвітницькими чи освітніми цілями; віртуальний архів виставки – інформаційний ресурс музею, який містить інформацію про виставки, які відбулися; віртуальні музейні ресурси – сукупність інформаційних ресурсів, які створюються реальними музеями у мережі Інтернет; віртуальні музейні колекції – зібрання електронних копій предметів, які входять у віртуальний музей, об'єднаних по якійсь ознаці (по належності до тематики, фонду зберігання, автору і т.д.); віртуальні музейні проекти – сукупність завдань, етапів реалізації і результатів розробки і створення унікального музейного інформаційного ресурсу [52, с. 62].

Виділення типів віртуальних музеїв може здійснюватися за різними критеріями: за типом джерел і збереженню колекцій; за технологіями організації і представлення інформації; за спеціальними функціями музею (навчальна, наукова, просвітницька, дослідницька) і метою створення, по відношенню до профільної дисципліни чи комплексу наук, виду мистецтва, галузі культури чи виробництва і т.д. Незалежно від типу віртуального музею у фокусі створюваних інформаційних систем завжди знаходяться електронні «експонати» і їхні колекції у сукупності з метаданими. Тому при вивченні можливостей віртуальних музеїв у збереженні і репрезентації історико-культурної спадщини ми звертали увагу насамперед на ті віртуальні музеї, які містять електронні копії і колекції предметів і комп'ютерні моделі об'єктів історико-культурної спадщини [65].

Віртуальний музей відтворює складові реального музею: каталоги «колекцій», «експозицію» і т.п. Як правило, відрізняється можливістю зворотного зв'язку з відвідувачами сайту, широко представленими відтвореннями «музейних предметів», наявністю трьохмірних «віртуальних експозицій», які дають можливість віртуальної мандрівки по «експозиції» і навіть її самостійного моделювання.

На побутовому рівні віртуальним музеєм часто називають сайт реального музею. Таким чином, можна виокремити два різновиди віртуальних музеїв. До *першого* відносяться сайти, які відображають у

віртуальному просторі колекції і експозиції реально існуючих державних, регіональних і приватних музеїв. Це сайти, які створені на основі музейних колекцій, що мають детальну інформацію про експонати. До другого різновиду відносяться музеї, які не існують в реальності, але змодельовані віртуально (існують лише в мережі). Сучасній людині мало що відомо про державні, регіональні та приватні музеї та їхню діяльність. найчастіше люди не відвідують музеї чи роблять це вкрай рідко через недостатність вільного часу. Традиційні засоби масової інформації як спосіб популяризації, звичайно працюють, але їх виявляється недостатньо. Переважно людям доводиться чути інформацію по радіо і телебаченню про нові події музейного життя, але вони не мають уявлення про те, як це виглядає і чим визначне. Відповідно з'являється умовний «бар'єр», який ускладнює діалог між музеєм і його відвідувачами [4, с. 121]. Для подолання цього бар'єру необхідно шукати нові канали впливу на цільову аудиторію. широкі можливості для цього надає Інтернет. Останнім часом все більше людей постійно працюють з інформацією, яка відображена у віртуальному просторі. Починаючи з кінця 1990-х рр. музей, як культурний феномен, відкриває свої представництва в мережі Інтернет. Це можуть бути просто сайти, але здебільшого створюються віртуальні музеї як представництва музеїв реальних. Це сайти, які містять електронні експонати, бази даних, цифрові фото, аудіо і відео матеріали, анімацію і багато іншого. Характерними рисами віртуальних експозицій реальних музеїв є: можливість ознайомитися з колекцією реального музею перед відвідуванням і вирішити, що саме хотілося б подивитися; можливість «прогулятися» віртуально по музею, який знаходиться віддалено; можливість побачити предмети, які зберігаються у фондах, і відповідно, взагалі не доступні відвідувачам [69]. Відомо, що в середньому музеї експонують не більше 5% колекцій, а інші цінності зберігаються у фондах. створюючи електронні колекції, музей робить доступним велику кількість своїх експонатів [40, с. 203].

Основна проблема зміни музейної комунікації носить здебільшого психологічний характер. Сучасному відвідувачу музею не вистачає як внутрішньої, так і зовнішньої інформації, що призводить до зниження виправданості очікувань від візиту до музею. Практика музейної діяльності показує, що при створенні віртуального музею з ефектом присутності інтерес до музею не лише не зменшується, але й активно зростає. Це відбувається, завдяки тому, що потенційний відвідувач музею, як правило, не володіє інформацією про експозиції, що змінюються, про облаштування самого музею. Такі знання він може легко отримати на сайті музею, «прогулятися» по віртуальних залах музею, таким чином посилюючи бажання відвідати музей і побачити все на власні очі, оскільки у віртуальних музеях експонуються всі основні типи історичних джерел – речові, письмові, образотворчі, картографічні, аудіо- і відеоматеріали і ін. До групи оцифрованих речових джерел входять, наприклад, етнографічні зібрання предметів побуту і культу, зброї і знарядь праці, прикрас та інших предметів; археологічні знахідки; архітектурні знахідки. Письмові пам'ятки представлені електронними копіями літературних і актових пам'яток, в тому числі літописів, хронографів, життя, мемуарів, грамот і різного роду актів, рукописних і друкованих видань, епістолярних жанрів, періодики і т.д.

Сьогоднішні відвідувачі перед тим як відвідати певний музей, хочуть дізнатися, що ж саме вони там побачать, керуючись ринковими категоріями, хочуть знати, яку саме послугу вони купують. І співробітники музею повинні надавати людям таку можливість, пояснюючи і показуючи, чому людина має прийти до музею. Цей факт відображає останні тенденції в музейній діяльності.

До *другого* різновиду відносяться музеї, які не існують в реальності, але змодельовані віртуально (існують лише в мережі Інтернет). дані віртуальні музеї також відіграють важливу роль для збереження і презентації історико-культурної спадщини. Найчастіше це сайти, створені однією людиною на базі власних інтересів та уподобань. До прикладу, це зібрана воєдино

колекція одного автора, в реальності «розкидана» по багатьох музеях світу. Також це може бути віртуальне зібрання різноманітних предметів і т.д. Кожен організатор віртуального музею обирає ту структуру та організацію, яка видається йому найбільш прийнятною. У чомусь такі музеї є праобразом для віртуальних музеїв виступаючи структурною організацією реального музею (експонати, виставки, експозиції, фонди, каталоги і т.д.), а щось кожен привносить своє, створюючи свій віртуальний музей [45]. Частина таких віртуальних музеїв орієнтована на документування втрачених предметів історико-культурної спадщини. Так, проект «Музей вкраденого мистецтва» містить інформацію про різні твори мистецтва, які були втрачені чи викрадені, в тому числі про твори мистецтва Афганістану, Іраку з часу початку воєнної операції у 2003 р., а також про світлини і твори живопису, які були вкрадені і про які є інформація в базі даних ФБР. Віртуальний музей містить вцілілі цифрові копії зображень предметів мистецтва, які супроводжуються коротким описом історії їх створення і втрати. Значення таких ресурсів полягає у спробі не лише зафіксувати інформацію про втрачену пам'ятку історико-культурної спадщини, але і зберегти її для майбутнього [14, с. 64].

Цікавою, на наш погляд, є класифікація віртуальних музеїв, яку запропонувала Смирнова Т. у своїй статті «Виртуальный музей в современном культурно-информационном пространстве» [65]. Беручи до уваги пріоритетні напрямки діяльності автор виокремлює наступні моделі віртуальних музеїв:

1. Освітня (акцент робиться на аспекті інтерактивності): музеї такої моделі в основному спрямовані на надання освітньої можливості для їхніх відвідувачів. Такі ресурси найчастіше створюються для дітей, однак, цікавими є також і для дорослих. Вони включають в себе різноманітні програми та ігри, які сприяють пізнанню нового. Прикладом є віртуальний музей «Таємниці єгипетських мумій» [91].

2. Інформаційна (акцент робиться на інформаційному змісті): в основі таких музеїв лежить збір і зберігання інформації про тих чи інших предметах чи явищах. Такі музеї містять в собі багато корисної інформації, яку не можливо зібрати в одному місці в реальності. До прикладу: віртуальний музей сірникових етикеток [94], віртуальний музей радянського побуту [93] та ін.

3. Маркетингова (акцент робиться на рекламному напрямку): це музеї, які створені комерційними організаціями з метою привернення уваги до власної організації чи бренду, або торгової марки. Такі музеї можуть створюватися з метою привернення уваги засобів масової інформації [65].

Віртуальні музеї представляють собою інформаційні системи і мають широкі можливості для збереження і репрезентації історико-культурної спадщини. Документування, каталогізація і якісна оцифрування предметів є необхідною основою збереження і репрезентації історико-культурної спадщини. Метадані – це елемент інформаційної системи, ідентифікатор предметів, який дозволяє верифікувати дані електронної копії джерела, перевірити при необхідності відповідності оригіналу. Це означає, що віртуальні музейні колекції повинні включати метадані і опис джерел разом з цифровими копіями. Користувач повинен мати доступ до детального опису предмету, інформації про місце збереження, фізичних характеристиках, рівня збереженості і т.д. При цьому стандартний мета опис може доповнено іншої інформації, цікавої і значимої для відвідувача віртуального музею.

Значення додаткового опису електронних копій предметів історико-культурної спадщини полягає в тому, що структурований і різноманітний опис дозволяє здійснювати більш точний користувацький пошук, дати аудиторії більш широке уявлення про експонат.

Іншою стороною експозиційної діяльності реальних музеїв є проведення спільних виставок силами різних закладів зберігання історико-культурної спадщини, в ході яких тимчасово об'єднуються предмети, які належать різним організаціям. Як правило, час функціонування подібної

виставки невеликий – тиждень, місяць, рік. Віртуальний музей здатен представляти електронні копії експонатів з різних музеїв більш довший час. Існує довгий ряд віртуальних музеїв, які включають такі об'єднані колекції, а організацій-учасників може бути від кількох до сотні і більше. Найбільшим таким проектом-агрегатором є EUROPEANA, яка об'єднала у віртуальному просторі колекції, які належать 149 організаціям-партнерам (музеям, бібліотекам, архівам та ін.) з 37 країн світу, в цілому 9 193 508 різних матеріалів. Такі об'єднані ресурси відкривають широкі можливості доступу до предметів історико-культурної спадщини, які належать закладам збереження у різних регіонах світу. Так, до прикладу, віртуальний Музей Японського Мистецтва [95] і віртуальний Музей Канади [92] і знайомлять користувачів з віртуальними виставками, галереями, знайомить з різною інформацією та новинами.

У віртуальних музейних колекціях часто представлені не тільки двохмірні експонати, але і об'ємні предмети. Широко розповсюджена практика репрезентації двохмірних зображень об'ємних в реальності предметів. Серед віртуальних колекцій подібного виду є, наприклад, віртуальні колекції Ермітажу [102], віртуальна колекція артефактів війни 1812 р. Нью-Йоркського державного музею [111], Віртуальної галереї мистецтв [90] та багато ін.

Варто підкреслити, що створення віртуальних музеїв ініціюються не лише закладами зберігання історико-культурної спадщини, але і приватними особами. Таким чином, віртуальні музеї здатні зберегти, репрезентувати, задокументувати історико-культурну спадщину, а також забезпечити доступ не лише до електронних ресурсів державних закладів, але і до приватних колекцій.

Реагуючи на виклики сьогодення, пронизаного використанням цифрових технологій, працівники музейної сфери спільно з ІТ-фахівцями створили новий музейний продукт у форматі додатків до смартфонів. Програма «Daily Art» для Android пристроїв дозволяє користувачу

отримувати щодня зображення одного з шедеврів мистецтва з історією його створення. Для цього проекту мистецтвознавці спеціально готують фахові статті та інтерв'ю з митцями та кураторами музеїв [85, с. 158].

Також варто детальніше проаналізувати можливості і особливості віртуального середовища, яке дозволяє репрезентувати трьохмірні моделі експонатів. Простір реальних музеїв обмежений можливостями приміщень, виставкового обладнання, і тому в реальному музеї експонати не завжди можна оглядати зі всіх сторін. У цьому зв'язку віртуальні музеї мають значну технологічну перевагу перед реальним музеєм, яка визначається у можливості всебічного і детального розгляду об'єктів історико-культурної спадщини. Основною метою побудови трьохмірних моделей об'єктів історико-культурної спадщини є необхідність збереження, репрезентації пам'ятки культури і розширення доступу до неї. Інформаційна система віртуального музею є середовищем, яке дозволяє реалізувати ці можливості [14, с. 76].

Створення 3D моделей музейних експонатів – нелегкий і кошковий процес. Фізичний розмір предметів історико-культурної спадщини для створення 3D моделей може бути самим різним – від малих і невеликих предметів до великих архітектурних споруд. В якості прикладу оцифрованих експонатів можна навести створення віртуальних колекцій музеїв, які містять невеликі за розміром об'ємні комп'ютерні моделі (3D моделі мумій, саркофагів, предметів поховального обряду з колекцій Віртуального музею Єгипту. Також сучасні інформаційні технології дозволяють моделювати не лише екстер'єр пам'яток, але і інтер'єр (включаючи планування, прикраси, декор і т.д.). У якості прикладу можна привести віртуальну 3D модель Рундальського палацу в Литві («Rundāles pils muzejs»). Віртуальний проект включає тонку копію не лише зовнішнього виду палацу, але і інтер'єрів цієї історичної пам'ятки. Створена модель дозволяє оглядати структуру палацу як в цілому, так і в «розрізі», тобто закладені можливості репрезентації планування і внутрішнього облаштування пам'ятки. При створенні

трьохмірних моделей можуть бути використані різні технологічні рішення, наприклад, комп'ютерне моделювання, фотограмметрія, технології 3D сканування. Також важливим є те, що фізичний стан багатьох об'єктів історико-культурної спадщини погіршується, фрагменти чи деталі втрачаються, та й багато пам'яток щезають з виду природного, техногенного та антропогенного впливу (зокрема, через вандалізм, руйнування пам'яток давнини на Сході), і до нас доходять лише свідчення про ці пам'ятки культури. Перераховані фактори перешкоджають доступності предметів історико-культурної спадщини, а найчастіше втрачається будь-яка можливість доторкнутися до історичної спадщини. Тому використання технологій 3D моделювання дозволяє відновити образ предметів історико-культурної спадщини, представити їх в цілісному ряді. В якості прикладу наукової віртуальної реконструкції можна привести відновлення образу замку Олавінлінна і представлення його 3D моделі на порталі Національного музею Фінляндії [109].

Трьохмірне моделювання і створення інтерактивних модулів дозволяє показати розвиток пам'яток історико-культурної спадщини в часі. Інформаційна система віртуального музею здатна представити інформацію про ці моделі у їх взаємозв'язку, відкрити широкі можливості для вивчення об'єкту. Виявити зв'язок часів, продемонструвати зміну пам'яток культури впродовж різних відрізків часу, показати сучасний їхній стан у взаємозв'язку з минулим покликані технології відновленої реальності, які успішно застосовуються при створенні віртуальних музейних реконструкцій. Прикладом такої є проект GIZA3D, який демонструє наукову реконструкцію комплексу пірамід в долині Гізи. Проект також цікавий і значимий тим, що 3D реконструкція охоплює не лише зовнішній образ долини пірамід і його зміни, але і внутрішнє планування пірамід з вказівкою виявлених археологами і дослідниками артефактів (гробниць, скульптур, пам'яток і т.д.) [122].

Як показує створення віртуальних музейних проектів, технології 3D моделювання успішно застосовуються і в реконструкції невидимих для зору людини об'єктів – підземних споруд і комунікацій, заховань, підземних ходів і лабіринтів, промислових напрацювань і т.д. Науковий підхід дозволяє виявити приховану логіку таких споруд, прослідкувати причинно-наслідкові зв'язки, знайти відповіді на складні питання, пов'язані з історичними подіями, явищами і процесами. Таким чином, віртуальний музей як інформаційна система має особливий інструментарій і виступає в якості середовища і репрезентації об'ємних моделей об'єктів історико-культурної спадщини.

Завдяки комп'ютерному моделюванню стає можливим не лише збереження великих об'єктів історико-культурної спадщини, але і представлення пам'ятки як системи у його функціонуванні, взаємозв'язку його елементів і споруд. Реалізація 3D проектів і створення інтерактивних віртуальних музеїв дозволяють більш глибоко вивчити експонат, прослідкувати динаміку об'єктів, їх зміну в часі.

Віртуальний музей і реальний заклад збереження історико-культурної спадщини можуть бути успішно інтегровані, а характер сучасного реального музею забезпечує ефективне використання всіх переваг віртуального музею. Технології доповненої реальності дозволяють створювати особливого виду інформаційні ресурси, які збагачують експозиції, розширюють інформаційне поле реального музею. Яскравим прикладом може бути практика Британського музею, де значну увагу приділяють роботі свого сайту [89]. Відвідувачі Великобританії та інших країн знайомляться з колекціями музею на його сайті і каналі YouTube. Понад 4 500 експонатів музею можна побачити на сторінці Культурного інституту Google (Google Cultural Institute). Щотижня близько 100 тис. відвідують канал музею на YouTube [89]. Для просування своєї діяльності і зв'язку з постійними і потенційними відвідувачами музей широко використовує соціальні мережі і медіа-платформи. Окрім того, музей активно використовує нові форми

співробітництва: доступ до цифрових технологій, онлайн-дослідницькі ресурси, співробітництво з різними університетами і культурними закладами, а також участь у спільнотах в соціальних мережах, таких як Facebook, Twitter, YouTube та ін. Разом з тим сайт надає детальну інформацію про всебічну діяльність музею, включаючи графік роботи, адресу, зв'язки з громадськістю, маршрути доступу в музей, тематику тимчасових і постійних виставок та багато іншого [89].

Також активно музеї стали використовувати у своїй діяльності соціальні мережі ще дев'ять років тому. Громадськість позитивно відреагувала на появу музеїв у соціальних мережах, оскільки взаємодія з потенційними відвідувачами перейшла на новий рівень. Наступний етап відбувся орієнтовно у 2015 р., коли до музеїв стали влаштовуватися люди не лише з мистецтвознавчою освітою, але й фахівці у сфері PR і реклами. Для прикладу можна розглянути представництва музеїв на предмет виставленого контенту. Це найбільші за кількістю підписників у соціальних мережах платформи: Метрополітен-музей у Нью-Йорці [115], Галерея Тейт у Лондоні [113] та Лувр у Парижі [109]. Інформацію, представлену у даних акаунтах, можна розділити на наступні групи:

1. Новини про роботу музею і актуальні події (виставки, екскурсії, зустрічі, фестивалі, свята, дискусії, спектаклі, фільми, музичні вечори, концерти, майстер-класи, конференції, курси, лекції, гуртки, клуби, арт-проекти, «безкоштовні середи», музейний і книжковий магазини, програма лояльності «Друзі музею», студії, перформанси, акції, презентації). Можуть анонсуватися у вигляді текстових повідомлень, фотоматеріалів, відео-запрошень від сучасних митців і фахівців музейної сфери, соціальних роликів. Також здійснюється публікація світлин з минулих заходів.

2. Діяльність в електронному просторі: оголошення про збої в роботі офіційного сайту; запуск нового мобільного додатку; наявність електронного аудіо гіда; публікація відповідей на питання музейної Інтернет-акції «Ask a curator»; реклама власного офіційного блогу.

3. Фонди і колекції: розповіді про історії музею, його філіалах, музейні предмети і діячів, пов'язаних з ними, в тому числі на мові жестів; документальні фільми, відео-екскурсії і авторські програми; рубрики, тематичні розділи з публікаціями свідчень про подію, видатну особу, колекції з короткою оповіддю про неї (галерея Тейт); музейний «бекстейдж»: онлайн-трансляції монтажу виставок, дослідницька і реставраційна робота і т.д.

4. Видатні події: твіти про такі події, як: Перша світова війна, річниця відкриття Ейфелової вежі (Метрополітен) тощо.

5. Світова культура: роздуми сучасних художників про класичне мистецтво; інтерв'ю відомих діячів; арт-словник (галерея Тейт); свідчення про принади міста (Ермітаж).

6. Розважальна інформація: записи про зміну пір року і явищ погоди (галерея Тейт); рубрики «Настрій вечора», «Настрій дня», «Цитата дня» з публікацією репродукцій картин з фондів музею на обрану тематику; іронічні GIF-картинки і стікери відомих персонажів і об'єктів з полотен шедеврів живопису і доступних для скачувань; «Побажання гарного тижня»; привітання зі святами; вікторини з пропозицією вгадати по фрагменту твір. На сторінці у Facebook музею Лувр можливо взяти участь у грі на уважність і на знання творів мистецтва, створених Я. Вермеєром. Потрібно також розізнати всю картину по окремій деталі – написати у коментарях, що за предмет зображений чи дати офіційну назву картини. Передбачається отримання цілого комплекту цінних призів.

Окремої уваги заслуговує діяльність представництв музеїв у Pinterest, де представлені музей Метрополітен [115], галерея Тейт [113], музей Лувр [112]. У представництва музею Метрополітен світлини розбиті за темами, деякі з них сформовані не без гумору, наприклад, «Давайте потанцюємо» з балеринами Дега, «Музейні селфі» відомих персонажів з живописних полотен, «Дім мрії» з предметами декоративно-прикладного мистецтва, «Костюмована вечірка» з експонатами з Інституту костюму Метрополітен-

музею та багато інших. В галерії зображення згруповані за тематикою і кольором. Вони розповідають про окремі виставки, картини, графіку, художників, їхніх улюбленців, робочі студії, інсталяції, перформанси, моду, фольклор, садово-паркове мистецтво, природний світ, настрої і трансформації, що відображені на світлинах, у сучасній архітектурі і дизайні, орнаментальних мотивах, а також розміщені поради від сучасних митців. В представництві музею Лувр картинки групуються за кольором, тематикою і розповідають про рекламні музейні кампанії, цифрові новинки і додатки, перформанси, історію мистецтва, постійної експозиції, східних і античних цінностях, що зберігаються в музеї, краму, інтер'єри відділу ісламського мистецтва, музейні шедеври, скульптурні твори, ювелірні прикраси, одяг, зачіски, аксесуари, які представлені на портретах відомих графіків, художників і скульпторів, музичне мистецтво, спорт, релігійні питання, видовищний контакт, які втілені у скульптурі, декоративно-прикладному мистецтві, живописі, графіці тощо. В YouTube додатково працює з іноземною аудиторією, публікуючи ролики на англійській мові; з глухонімими, викладаючи матеріал з субтитрами чи відео з розповідями, які ведуться на мові жестів.

Дані зарубіжні музеї є світовими лідерами по кількості підписників у соціальних мережах, де їх чисельність вже переходить позначку у 2 млн. людей. По кількості підписників у Facebook Лувр випереджує всі вищевказані музеї.

Таким чином, віртуальні музеї відкривають широкі можливості для збереження і репрезентації історико-культурної спадщини. Віртуальні музеї як інформаційні системи розширюють доступ до різних за типом і за походженням предметам історико-культурної спадщини за допомогою збереження і репрезентації електронних копій, їх колекцій і метаданих до них. Наявність метаданих є важливою і необхідною ознакою якості віртуального музею і його значення для збереження історико-культурної спадщини, дозволяє верифікувати належність електронної копії джерела.

Істотною природною принадою віртуального музею є можливість репрезентації об'ємних моделей предметів історико-культурної спадщини різного розміру, демонстрації прихованих в реальності для ока людини предметів, але і внутрішнього їх змісту, а також відновлення втрачених фрагментів і повністю втрачених у реальності предметів історико-культурної спадщини [33, с. 64-65].

Соціальні мережі є одним з інструментів маркетингової комунікації у музеї. Використання такого нового каналу зв'язку, окрім традиційних – книг, журналів, телебачення, радіо – необхідно з метою звернення до більш вузьких сегментів аудиторії. Для музеїв соціальні мережі – це додаткова можливість не лише розповісти про себе, свою збірку, заходи, але й отримати зворотній зв'язок від підписників, дізнатися їх думку про ефективність роботи. Таким чином, комунікація здійснюється у двох протилежних напрямках. Так, використовуючи сучасні способи вивчення музейної аудиторії, музей буде займатися, в першу чергу, тим, що затребувано відвідувачами, відповідно, це дозволить розумно розподілити навантаження його співробітників, в тому числі за рахунок розширення міжнародних музейних зв'язків, допоможе сформувати образ музею як культурно привабливого закладу.

Підводячи підсумок, можна зазначити, що музеї завжди відчували на собі вплив різних зовнішніх факторів і розвивалися в контексті культури, взаємодіючи з соціальним середовищем. Безперечно, віртуальні музеї – це потужний культурний ресурс суспільного розвитку. Однак не варто розглядати віртуальні музеї як додаток до традиційних музеїв, як інструмент PR, оскільки це обмежує роль музеїв. Музеї можуть бути активними одиницями, які продукують культурне значення та беруть на себе функції соціокультурних інститутів, формують інформаційно-комунікативне середовище. Завдання музеїв у віртуальному просторі полягає у виявленні особливості і розкритті потенціалу історико-культурної спадщини у віртуальному середовищі. Переваги нового виду експозиційного простору

віртуального музею полягають у його не лінійності, та інтерактивності. При цьому виникає нова функція музею – віртуальна комунікація. Відповідно виникає необхідність актуалізації і популяризації нового музейного простору.

Інформаційні ресурси музеїв у віртуальному просторі складають значну частину цифрової культурної спадщини і тому потребують вивчення, розвитку і удосконалення.

ВИСНОВКИ

Відповідно до поставленої мети та визначених завдань були зроблені наступні **висновки**:

- виявлення стану наукової розробленості теми дослідження свідчить про посилену увагу різних науковців до проблем збереження та популяризації історико-культурної спадщини в цілому, і здійснення цієї діяльності музеєм зокрема. Дані питання розглядають у різних аспектах широке коло науковців. Так, Баллер Е.А., Злобін Н.С. Курянова Т.С., Руденко С.Б. та ін. досліджують історико-культурну спадщину і проблеми її збереження. Ільбейкіна Т.В., Галлемова А., Чуєва К., Шляхтіна Л.М. та ін. розкривають різноманітні підходи в організації музейних практик для популяризації історико-культурної спадщини. У своїх публікаціях дослідили питання сучасних цифрових технологій та використання їх можливостей для популяризації історико-культурної спадщини Несговорова Г.П., Панас Н.Б., Ящечко-Блаженко Т. та ін.

- важливе значення має збереження і популяризація історико-культурної спадщини. На це вказують численні її форми, які пов'язані з підтримкою етнічних і національних видів культури, забезпечують повноцінне існування механізмів передачі культурного досвіду цінностей. Також дослідження і збереження історико-культурної спадщини потребують підтримки і розвитку деякі спеціалізовані галузі науки, зокрема археологія, музеєзнавство, архівна справа. Будучи складовою частиною загальнолюдської культури історико-культурна спадщина є дієвим ресурсом формування і розвитку особистості, суспільства, етносу. Вона акумулює в частину багатогранного історичного досвіду, яка необхідна людині у існуючих конфліктах сучасності. Усвідомлення історико-культурної спадщини як основи життєдіяльності культури і суспільства, сприйняття її як частини матеріальної і духовної культури, створеної минулими поколіннями є обов'язковою умовою подальшого існування і розвитку суспільства;

- на сьогоднішній день музейна практика слугує інтересам суспільства та держави, вираженням чого є збереження та популяризація історико-культурної спадщини. Історія щоразу аналізується та оцінюється кожним поколінням, особливо при істотних змінах суспільно-політичних умов. Стверджуючи та утримуючи позитивний образ минулого у масовій свідомості, музеї активно беруть участь у державній розбудові на національному ґрунті. На межі століть складаються нові відносини між музеями і владою, завдяки чому зростає соціальна роль музеїв. Музей як інститут взаємодії влади і суспільства у сфері формування національної ідеології і укріплення національної єдності поступово починає добиватися визнання у цій своїй ролі. Вся діяльність музею як культурного інституту орієнтована на формування гуманістичного світогляду, який поєднує національні традиції і світовий досвід;

- сучасний музейний світ реагує соціальними практиками на виклики часу. Вектор взаємодії з музейною аудиторією змінюється від освітньої спрямованості в сторону задоволення потреби у «події». Аналіз сучасної музейної діяльності дозволяє говорити про існування єдиного музейного простору, яке характеризується модернізацією методів, прийомів, способів музейної роботи на основі принципів варіативності, гнучкості, відкритості по відношенню до інновацій. Сучасні музеї приходять до необхідності оптимального поєднання традиційних та інноваційних елементів у сучасній музейній культурі. Змінилися уявлення про комунікацію для різних типів музеїв, а також уявлення про критерії ефективності музейної роботи. Інтерес до відвідувача – головною фігурою музейної комунікації – привів до перегляду загальної концепції музею як соціального інституту, відбулося переосмислення способів комунікації і управління. Таким чином, музей стає гнучким і мобільним, вбирає в себе нові досягнення науково-технічного прогресу, він стоїть на порозі перетворенні в динамічно розвинену галузь науки, мистецтва, бізнесу та культури. Сучасні успішні музеї репрезентують концентрований образ історії і культури, стаючи

частиною інформаційного простору в умовах трансформації соціокультурного середовища та зміни культурних цінностей;

- музеї завжди відчували на собі вплив різних зовнішніх факторів і розвивалися в контексті культури, взаємодіючи з соціальним середовищем. Безперечно, віртуальні музеї – це потужний культурний ресурс суспільного розвитку. Не варто розглядати віртуальні музеї як додаток до традиційних музеїв, як інструмент PR, оскільки це обмежує роль музеїв. Музеї можуть бути активними одиницями, які продукують культурне значення та беруть на себе функції соціокультурних інститутів, формують інформаційно-комунікативне середовище. Завдання музеїв у віртуальному просторі полягає у виявленні особливості і розкритті потенціалу історико-культурної спадщини у віртуальному середовищі. Переваги нового виду експозиційного простору віртуального музею полягають у його не лінійності, та інтерактивності. При цьому виникає нова функція музею – віртуальна комунікація. Відповідно виникає необхідність актуалізації і популяризації нового музейного простору. Інформаційні ресурси музеїв у віртуальному просторі складають значну частину цифрової культурної спадщини і тому потребують вивчення, розвитку і удосконалення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ:

1. Кодекс музейної етики URL: <http://icom.in.ua/kodeks-muzejinoyi-etiki/> (дата звернення: 5.11.2019)
2. Конвенція про охорону всесвітньої культурної і природної спадщини Конвенцію ратифіковано Указом Президії Верховної Ради. N 6673-XI (6673-11) від 04.10.88 https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_089 (дата звернення: 5.11.2019)
3. Про музеї та музейну справу: Закон України від 29 черв. 1995 р. № 249/95–ВР // Відомості Верховної Ради. 1995. № 25. Ст. 191. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/249/95-%D0%B2%D1%80> (дата звернення: 5.05.2020)
4. Абанкина Т.В. PR некоммерческой организации: теоретические основы современных PR-технологий и моделей коммуникации. *Музей будущего: информационный менеджмент*. Москва: АНОК «музей будущего», 2001. 217 с.
5. Ассман Я. Письмо, память о прошлом и политическая идентичность в высоких культурах древности. Москва: Языки славянской древности. 2004.
6. Баллер Э.А., Злобин Н.С. Социальный прогресс и культурное наследие. Санкт-Петербург, 1987. 160 с.
7. Банах В.М. Музейні інновації та інтерактивність у теорії та практиці музейної справи. *Historical and Cultural Studies*. Вип. 3. № 1, 2016. URL: <http://www.science.lpnu.ua/> (дата звернення: 5.04.2020)
8. Батюта Е.А., Каменский С.Ю., Рамзина С.А. «Музейная антропология»: конструирование идентичности посетителя во взаимодействии с новым музеем. *Вестник Гуманитарного университета*. 2014. № 1. С. 177-188.
9. Беззубова О.В. Теория музейной коммуникации как модель современного образовательного процесса. *Коммуникация и образование*. Санкт-Петербург: Специальная литература, 2004. С. 418-427.

- 10.Бернард С. Исследовательская деятельность Европейского Союза в области культурного наследия. URL: <http://www.evarussia.ru/upload/doklad> (дата звернення: 5.12.2019)
- 11.Белофастова Т.Ю. Музей у системі сучасних комунікацій. *Вісник Державної академії керівних кадрів культури і мистецтва: Науковий журнал*. Київ: Міленіум, 2013. № 4. С. 36-39 URL: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Vdakk/2009_4/8.pdf. (дата звернення: 5.05.2020).
- 12.Белофастова Т. Ю. Public Relations як інструмент музейної практики. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку*. 2009. Вип. 15(2). С. 131-136. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uk_msshr_2009_15\(2\)_24](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uk_msshr_2009_15(2)_24).
- 13.Василишин М.С. Інноваційна освітня діяльність музеїв в Україні й Польщі. *Музейна педагогіка – проблеми, сьогодення, перспективи: Матеріали науково–практичної конференції (Київ, 24–25 вересня 2013 р.)*. Київ: НКПКЗ, 2013. С. 15-17.
- 14.Виртуальная реконструкция объектов историко-культурного наследия / М.В. Румянцев А.А. Смолин, Р.А. Барышев, И.Н. Рудов, Н.О. Пиков // *Прикладная информатика*. 2011. № 6 (36). С. 62-77.
- 15.Виткалов С.В. Рівненщина: культурно-мистецький потенціал в парадигмах сучасності: монографія. Рівне: Дятлик М., 2012. 415 с.
- 16.Виткалов С.В. Музей як форма збереження історико-мистецької пам'яті в умовах сьогодення. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку*. 2009. Вип. 15(2). С. 102-110. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uk_msshr_2009_15%282%29_20 (дата звернення: 5.05.2020)
- 17.Віртуальний тур Україною: 7 музеїв просто неба URL: <https://vsim.ua/Podorozhi/virtualniy-tur-ukrayinoyu-7-muzeyiv-prosto-neba-11049402.html> (дата звернення: 5.05.2020)

18. Волькович А. Ю. Модель музейной коммуникации в концепциях зарубежных музееведов. *Музей в современной культуре: сб. науч. трудов.* Санкт-Петербург, 2013. С.69-73.
19. Гадамер Х.-Г. Истина и метод: Основы философской герменевтики. Москва. Прогрес, 1988. 700 с.
20. Галкина Т.В. Основы классификации музейно-педагогических форм в российских музеях. *Вопросы музеологии.* 2011. № 2 (4). С. 145-153.
21. Галлемова А. Новые тенденции в деле музейного экспонирования URL: <https://www.gylymordasy.kz> (дата звернення: 5.05.2020)
22. Гук Д.Ю., Харитоновна Т.Ю, Богомазова Т.Т. Музей в современном информационном пространстве: потенциал социальных сетей. *Евразийский Союз Ученых (ЕСУ).* №12 (21), 2015. Социологические науки. С. 17-22.
23. Гураль Р.І. Основні напрямки розвитку інформаційної структури музеїв. *Роль музеїв у культурному просторі України і світу.* Вип. 16. Дніпропетровськ, 2014. С. 582-586.
24. Даршт О.Э. Паблик рилейшнз в музее: техника успеха. *Музей и новые технологии. На пути к музею XXI века /* сост. и науч. ред. Н.А. Никишин. Москва: Прогресс-Традиция, 1999. 216 с.
25. Зайченко О.Г. Методика використання інтерактивних та мультимедійних засобів у музейному просторі. *Virtus: Scientific Journal.* 2017. № 12. С. 23-29.
26. Здравомыслов А.Г. Социология конфликта. Москва: Аспект Пресс, 1996. 261 с.
27. Ильбейкина М.И. Современные музейные практики: 2000-2012 гг. *Современные проблемы науки и образования.* 2013. № 1. URL: <https://www.science-education.ru/ru/article/view?id=8403> (дата звернення: 27.03.2020)
28. Именнова Л. Музей в глобальном мире. *Вестник МГУКИ.* 2016. № 1 (39) январь-февраль. С. 138-143.
29. Калугина Т.П. Художественный музей как феномен культуры. Санкт-Петербург, 2001.

30. Карасик В.И. О категориях лингвокультурологии. Языковая личность: проблемы коммуникативной деятельности. Волгоград, 2001
31. Карсим І.А. Культурно-освітня діяльність музеїв. Київ: КНУ ім. Т. Г. Шевченка, 2007. 112 с.
32. Курьянова Т.С. Музей и нематериальное культурное наследие. *Культурология*. 2012. №5. С. 55-57.
33. Лебедев А. В. Музейные представительства в интернет. Российский и зарубежный опыт. *Музей и новые технологии*. Серия «На пути к музею XXI века» / сост. Н.А.Никишин. Москва: Прогресс–Традиция, 2011. С. 58–65.
34. Лубчак В. Чому більшість українських музейників боїться інтерактиву? *День*. 2015, 18-19 трав. С. 17.
35. Лысикова О. В. Музеи мира: учеб. пособ. Москва: Флинта; Наука, 2012. 400 с.
36. Мазурик З. Музеї майбутнього. *Вісник Львівського університету*. Серія «Мистецтво». 2003. Вип. 3. С. 249-256. URL: <http://www.anthropos.lnu.rdu.ua> (дата звернення: 5.05.2020)
37. Майстровская М. Т. Музейная экспозиция: тенденции развития. *На пути к музею XXI века: сб. научн. трудов*. Москва, 1997.
38. Маньковська Р.В. Музеї України в інформаційному просторі: досвід та перспективи. *Історія України. Маловідомі імена, події, факти*. Вип. 11. Київ, 2015. С. 214-221.
39. Мастеница Е.Н. Актуализация культурного наследия в музее: образовательный аспект. *Образование в пространстве культуры. Сб. научн. статей*. Вип. 2. Москва: РИК, 2005. С. 199-206.
40. Милинчук Е.С. Виртуальный музей и туризм: пространство взаимодействия. *Музейная эпистема*. Санкт-Петербург: СПбГУ, 2009. 410 с.
41. Музеї майбутнього: сім арт-інституцій, у яких є чого повчитися www.culturepartnership.eu. (дата звернення: 5.05.2020)
42. Музейний простір: сайт про музейну справу України. URL: <http://prostir.museum>. (дата звернення: 23.10.2019)

- 43.Мясникова Л.А. Музейная практика как форма культурной памяти и наследования. *Дискуссия*. № 9 (61) октябрь 2015. С.99-104.
- 44.Налимов В.В. В поисках иных смыслов. Москва: Прогресс, 1993. 280 с.
- 45.Несговорова Г.П. Виртуальный музей – новая реальность. URL: <http://www.sati.archaeology.nsc.ru/Home/pub/Data/inf10/?html=ch1062.htm&id=2112> (Дата обращения: 19.03.2020)
- 46.Новікова Г.Ю. Середовищний музей як феномен сучасних культурних індустрій. дис. ... канд. культурології: 26.00.05. ХДАК, Харків, 2019. 236 с.
- 47.Нургалиев Л. В. Виртуальный музей: новая коммуникационная модель. URL: <http://confifap/cpic.ru/upload/spb2004/reports/doclad197.doc>. (дата звернення: 28.04.2020)
- 48.Оганесова Ю.Ю. Превентивная консервация музейных коллекций и ее роль в сохранении объектов культурного наследия. *Известия РГПУ им. А.И. Герцена*. 2011. № 131. С. 363-368.
- 49.Охорона культурної спадщини в Україні. Музеї України. URL: <http://museum-ukraine.org.ua/index.php> (дата звернення: 5.05.2020)
- 50.Павлова Н. Музей «or fun»? *Музей и личность* / Отв. ред. А. В. Лебедев. М., 2007. С. 117
- 51.Панас Н.Б. Використання цифрових технологій у музейній та пам'яткоохоронній діяльності. *Молодий вчений*. № 6 (70) червень, 2019. С. 257-259.
- 52.Пантелейчук І.В. Віртуальний музей. *Питання культурології: Міжвід. зб. наук. ст.* Київ, 2012. Вип.18. С. 60-64.
- 53.Пантелейчук І.В. Музейна політика України в контексті трансформаційних процесів. *Культура і мистецтво у сучасному світі: наукові записки КНУКіМ*. К., 2015. Вип.6. С.103-108.
- 54.Папченко Е.В. Сохранение культурного наследия в условиях диалога культур. *Вестник Челябинского государственного университета*. Серия: Политические науки. Востоковедение. 2011. №14 (229). С. 107-109.

55. Поврозник Н.Г. Виртуальный музей: сохранение и репрезентация историко-культурного наследия. *Вестник Пермского университета*. 2015. Вып. 4(31). С. 213-220.
56. Портер Дж. Роль музея как средства коммуникации. *Museum*. 1983. № 138. С. 10-12.
57. Прокопенко Є.В. Музей та засоби масової інформації на сучасному етапі. *Музей на межі тисячоліть*. Дніпропетровськ, 2013. С. 36-39.
58. Пчелянская Т.М. Музеи и музейные экспозиции в новом спектре сетевых коммуникаций / сб. ст. под ред. М. Б. Пиотровского, А.А. Никоновой. Санкт-Петербург, 2016. С. 146-159.
59. Руденко С.Б. Про можливості соціокультурного використання музейних пам'яток у сучасних умовах. *Вісник Державної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. Київ: Міленіум, 2012. № 3. С. 79-83. URL: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/vdakk/2012_3/18.pdf. (дата звернення: 14.05.2020)
60. Салата О. Еволюція музею як соціокультурного інституту в умовах процесу глобалізації. *Сумська старовина*. 2013. № 40. С. 150-157.
61. Сизон О.О. Інноваційні музейні заклади у світі та в Україні *Географія та туризм*. 2010. Вип. 8. С. 182-188. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/gt_2010_8_38 (дата звернення: 9.04.2020)
62. Словарь актуальных музейных терминов. *Музей*. 2009. № 5. С. 47-68
63. Смаглий К. Європейський досвід реформування музейної сфери: уроки для України. URL: <http://ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/handle>. (дата звернення: 15.04.2020)
64. Смаглий К. Музейна реформа: європейський досвід. *Культура і життя*. 2015. 19 черв. С. 4.
65. Смирнова Т. Виртуальный музей в современном культурно-информационном пространстве. URL: <http://www.gosbook.ru/node/28102> (Дата звернення 22.03.20).

66. Сотникова С.И. Музей в меняющемся мире (наука и практика). URL: <http://museolog.rsuh.ru> (Дата звернення 25.04.20).
67. Суворов А.В. «Музей должен сделать человека равнодушным». URL: <http://mkrf.ru/press-tsentr/novosti/region/northwest/detail.php?id=254101> время доступа (Дата звернення 15.10.2019).
68. Суворова А.В. Роль музея в сохранении культурного наследия. *Культура и цивилизация*. Т. 6. № 5А, 2016. С. 390-396.
69. Суркова К.В. Образование в контексте виртуализации музея. *Музейная эпистема*. Санкт-Петербург: СПбГУ, 2009. 410 с.
70. Тейлор К. Українські музеї майбутнього. *Новий час*. 7 серпня, 2015. Nv.ua (дата звернення: 5.05.2020)
71. Трофименко Т.М. Інтерактивні методи роботи з відвідувачами як різновид музейної комунікації. *XVIII Сумцовські читання: Музей як соціокультурний інститут в умовах інформаційного суспільства*. Харків: Майдан, 2012. С. 30–34. URL: <http://museum.kh.ua/academic/sumtsov-conference/2012/article.html?n=5>. (дата звернення: 5.05.2020)
72. Федоров Н.Ф. Музей, его смысл и назначение. URL: http://dugward.ru/library/fedorov/fedorov_muzei.html (Дата звернення 27.02.2020).
73. Федорова Т.С. Виртуальный музей. URL: http://ifapcom.ru/files/Monitoring/fedorova_virt_musei.pdf (Дата звернення 10.04.20).
74. Хадсон К. Влиятельные музеи. Новосибирск, 2001.
75. Хакимова А.С. Скобелдьцина А.С. Стратегическое продвижение музея средствами связей с общественностью. *Музейная эпистема*. Санкт-Петербург: СПбГУ, 2009. 410 с.
76. Хальбвакс М. Коллективная и историческая память. *Неприкосновенный запас*. № 2-3. С. 40-41 URL: <http://magazines.russ.ru/2005/2/ha2.html> (дата обращения: 22.02.20).

77. Чусьва К. Ніч музеїв: зайвий клопіт чи нові можливості? *Музей. Простір*. 2012. № 1. С. 3-6.
78. Чупрій Л.В. Стан та сучасні проблеми музейної справи в Україні. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/chuprij.htm (Дата звернення 3.03.2020).
79. Шляхтина Л. М. Нужен ли музею режиссер? *Культурно-просветительная работа*. 1982. № 7. С. 14-16.
80. Шляхтина Л.М. Музейная педагогика: метод театрализации. *Актуальные проблемы музейного дела: Сборник трудов творческой лаборатории «Музейная педагогика» кафедры музейного дела*. Москва, 2010. Вып. 8. С. 54-58.
81. Шляхтина Л.М. Современный музей: идеи и реалии. *Вопросы музеологии*. 2(4) 2011. С. 14-19.
82. Шмит Ф. И. Исторические, этнографические, художественные музеи: очерк истории и теории музейного дела URL: <https://elib.nlu.org.ua/object.html?id=726> (дата звернення: 5.10.2019)
83. Щепеткова И.А. Музей: метаморфозы театральности. Санкт-Петербург, 2005.
84. Щербакова Е. В. Современные культурные практики: образовательный и развивающий концепт музейного пространства. *Вестник МГГУ им. М. А. Шолохова*. Педагогика и психология. – 2014. – № 3. – С. 31-36.
85. Яцечко-Блаженко Т. Роль інформаційних технологій у сучасній музейній справі. *Наукові записки РОКМ*. Вип. XIII. Ч. 2. С. 157-160.
86. Hoffman V.T. Art and cultural heritage: law, policy, and practice. New York: Cambridge University Press, 2006 c.
87. Merryman J. H. Two Ways of thinking about Cultural Properties // *American Journal of International Law*. 1986. Vol. 80, No. 4, October
88. Randall M. Values and Heritage Conservation. Los Angeles: Getty Conservation Institute, 2000.

Сайти музеїв та офіційних представництв

89. Британський музей URL: <https://www.britishmuseum.org> (дата звернення: 5.05.2020)
90. Віртуальна галерея мистецтв URL: <https://www.wga.hu/> (дата звернення: 5.05.2020)
91. Віртуальний музей Єгипту URL: <https://www.touregypt.net/cairo4.htm> (дата звернення: 5.05.2020)
92. Віртуальний музей Канади URL: <http://www.virtualmuseum.ca> (дата звернення: 5.05.2020)
93. Віртуальний музей радянського побуту URL: <https://www.kommunalka.spb.ru> (дата звернення: 5.05.2020)
94. Віртуальний музей сірникових етикеток URL: <https://www.phillumeny.narod.ru> (дата звернення: 5.05.2020)
95. Віртуальний музей японського мистецтва URL: <http://web-japan.org/museum/menu.html> (дата звернення: 5.05.2020)
96. Грузинський національний музей URL: <http://museum.ge/> (дата звернення: 5.05.2020)
97. Державний Дарвінівський музей URL: <http://www.darwinmuseum.ru/> (дата звернення: 5.05.2020)
98. Державний історико-культурний заповідник «Меджибіж» URL: <https://mezhibozh.com/> (дата звернення: 5.05.2020)
99. Державний історико-культурний заповідник м. Луцьк URL: zarovidnyklutsk.org.ua (дата звернення: 5.05.2020)
100. Дніпропетровський національний історичний музей ім. Д.І. Яворницького URL: <http://www.museum.dp.ua/> (дата звернення: 5.05.2020)
101. Історичний музей Будапешта URL: <http://www.btm.hu/> (дата звернення: 5.05.2020)
102. Ермітаж URL: <https://www.hermitagemuseum.org> (дата звернення: 5.05.2020)
103. Лувр URL: <https://www.louvre.fr> (дата звернення: 5.05.2020)

104. Музей Варшавського повстання URL: <https://www.1944.pl/> (дата звернення: 5.05.2020)
105. Музей «Таємниці єгипетських мумій» URL: www.mcq.org/momies (дата звернення: 5.05.2020)
106. Музей Центру Європи URL: http://www.europosparkas.lt/kt_kalbos/index-ru.htm (дата звернення: 5.05.2020)
107. Національний музей дитинства URL: <https://www.vam.ac.uk/moc/> (дата звернення: 5.05.2020)
108. Національний музей науки і техніки Леонардо да Вінчі в Мілані URL: <https://www.museo-della-scienza-e-della-tecnologia> (дата звернення: 5.05.2020)
109. Національний музей Фінляндії URL: <https://www.kansallismuseo.fi/fi/kansallismuseo> (дата звернення: 6.04.2020)
110. Національний музей Шотландії URL: <https://www.nms.ac.uk/national-museum-of-scotland/> (дата звернення: 5.05.2020)
111. Нью-Йоркський державний музей URL: <http://www.nysm.nysed.gov/> (дата звернення: 26.02.2020)
112. Офіційна сторінка Public du musee du Louvre в Pinterest. URL: <https://ru.pinterest.com/museedulouvre/> (дата звернення: 29.04.2020).
113. Офіційна сторінка Tate в Pinterest. URL: <https://ru.pinterest.com/tategallery/> (дата звернення: 29.04.2020).
114. Офіційна сторінка The British Museum. National Partnerships. URL: http://www.britishmuseum.org/pdf/National_Programmes_Review_2015_16_FINAL.pdf (дата звернення: 29.04.2020).
115. Офіційна сторінка The Metropolitan Museum of Art в Pinterest. URL: <https://pinterest.com/metmuseum/> (дата звернення: 29.04.2020).
116. Парк-музей Креллер-Мюллер URL: <https://krollermuller.nl/> (дата звернення: 29.04.2020)
117. Рівненський обласний краєзнавчий музей <http://museum.rv.gov.ua/> (дата звернення: 29.04.2020)
118. Художній музей м. Лодзь <https://msl.org.pl/> (дата звернення: 29.04.2020)

119. Центр науки Коперніка <http://www.kopernik.org.pl/> (дата звернення: 29.04.2020)
120. Чернігівський історичний музей імені В.В. Тарновського http://www.choim.org/?page_id=238 (дата звернення: 29.04.2020)
121. Шотландський центр сторітеллінгу <https://museum-guide.livejournal.com/32266.html> (дата звернення: 29.04.2020)
122. GIZA3D <https://mashable.com/2012/05/08/giza-3d/> (дата звернення: 29.04.2020)