

РІВНЕНЬКА ОБЛАСНА РАДА  
УПРАВЛІННЯ КУЛЬТУРИ І ТУРИЗМУ РІВНЕНЬКОЇ ОДА  
КЗ «РІВНЕНЬКИЙ ОБЛАСНИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ» РОР

# НАУКОВІ ЗАПИСКИ

## РІВНЕНЬКОГО ОБЛАСНОГО КРАЄЗНАВЧОГО МУЗЕЮ

ВИПУСК ХХІ

*Матеріали наукової конференції  
«Музейна експозиція—актуальні виклики сучасності.  
Поєднання інноваційних та традиційних форм роботи»*

РІВНЕ - 2023

ББК 63.3 (4 Укр) 61

Відповідальний за випуск: Олександр Булига  
Упорядники: Олександр Булига, Оксана Яремчук, Ольга Морозова

Комп'ютерна верстка та дизайн: Ольга Морозова, Віктор Луц

**Наукові записки Рівненського обласного краєзнавчого музею.**

Збірник наукових праць. Випуск. XXI.: матеріали наукової конференції «Музейна експозиція—актуальні виклики сучасності. Поєднання інноваційних та традиційних форм роботи»/ упор. Булига О., Яремчук О., Морозова О. Рівне, 2023. 154 с.  
іл., табл.

ISBN

ББК 63.3 (4 Укр) 61

Відповідальність за достовірність наданої інформації несуть автори.  
Редакційна група може не поділять думок і концепцій авторів.

ISBN

© Рівненський обласний  
краєзнавчий музей, 2023

## ЗМІСТ

### ОСОБЛИВОСТІ ЕКСПОЗИЦІЙНОЇ РОБОТИ В МУЗЕЇ

Бейдик О., Донець І. Музейні експонати крізь призму індивідуальних аналізаторів і власного досвіду.....	5
Булига О., Корчак А. Форми, особливості, змісти музейної експозиції: минуле, сучасне, майбутнє.....	9
Вельгій М. Музеефікація замку у смт Золотий Потік: сучасний стан та можливості використання .....	12
Вітренко В. Маловідома стаття Світозара Драгоманова «Київський музей – архів переходної доби» .....	17
Войтюк О., Прищепя Б. Колекція археологічних знахідок доби середньовіччя з досліджень 2014 року Успенської церкви в Дорогобужі .....	21
Главацька Л. Образ традиційного поліського села в експозиції Національного музею народної архітектури та побуту України .....	27
Гордієнко Т. Російсько-українська війна через призму людської пам'яті (за матеріалами виставки «Герої не вмирають» в історичному музеї КДКЗ) .....	31
Дем'янюк О. Використання філателістичної серії «Національна військова техніка» у створенні музейно-тематичної експозиції з мілітарної історії України.....	37
Доброчинська В. (Не)відомий Карло Костирко (1888 —?): митець, педагог, упорядник експозицій Рівненського міського музею у період нацистської окупації .....	40
Дубінець П. Музейна справа в установах природно-заповідного фонду .....	43
Казначеева Л. Музичне мистецтво в емоційно-образній побудові експозиції .....	46
Кепін Д. Природниче пам'яткознавство як наука .....	48
Копилова С., Чергик Н. До питання про емоційно-образну побудову експозиції: концептуальні засади та практика втілення .....	50
Лагодич В. Німецьке військово-взуття Другої світової війни з фондів Львівського історичного музею: до питання уточнення атрибуції .....	52
Марціяш Дир Н. Популяризація сучасної кераміки експозиційними засобами з досвіду Національного заповідника «Замки Тернопілля» .....	57
Міненко Т. Альтернативна експозиційна площа в музеї під час війни (з досвіду Рівненського обласного краєзнавчого музею).....	60
Пісцова М. Виставки етнографічного відділу Полтавського краєзнавчого музею імені Василя Кричевського у 2020 році .....	61
Сабадаш Ю., Нікольченко Ю. Відображення науково-експозиційної роботи музеїв України у навчальній дисципліні «Музеезнавство» на кафедрі культурології Маріупольського державного університету .....	64
Сошніков А. Комунікативне поле музейної експозиції .....	69
Срібна М. Історичні постаті сучасної України як приклад для майбутніх поколінь (за матеріалами фондового зібрання Національного музею історії України) .....	73

Трембіцький А. Експозиційна та виставково-ярмаркова діяльність музеїв (лекція читана автором студентам спеціальності «Туризм») .....	77
Тюска В. Експозиційний простір як важливий чинник культурного розвитку українців під час дозвілля: сучасні тенденції .....	84
Федоришин М. Давньоруське городище XI-XIII ст. у Пересопниці: до питання сучасної практики музеєфікації пам'ятки .....	87
Фесенко Г. Історична пам'ять про голокост в артефактах: огляд музейних експозицій в Україні.....	91

### ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ У ПОБУДОВІ МУЗЕЙНОЇ ЕКСПОЗИЦІЇ

Бірьова О. Технології доповненої реальності в музейних експозиціях.....	97
Денисенко О. З досвіду експозиційної роботи у Харківському художньому музеї: традиції і новації .....	98
Думська Т. Просторова доступність замку у Збаражі: виклики та перспективи.....	101
Жукова О. Експозиційні технології «музейного персонажу» в посиленні культурних впливів спадщини (на основі просторів спадщини Швеції, Чехії, Німеччини Та Польщі).....	105
Ломко О. Поєднання інноваційних та традиційних форм роботи в діяльності Національного історико-культурного заповідника «Гетьманська Столиця» .....	110
Майоров В. Формування просторової компетентності в учнів ЗЗСО на прикладі інтерактивних занять з історії у краєзнавчому музеї .....	114
Мальована Н. «Непізнана планета комах» - креативні, інтерактивні та академічні рішення в побудові музейної експозиції.....	118
Наумов Д. Експозиційне освітлення в сучасному музеї.....	126
Новосельський А. Постійне оновлення експозиції як перспектива розвитку сучасного музею.....	128
Пуцук І. Матеріали усноісторичного опрацювання як майбутні музейні експонати .....	130
Семенович О., Яремчук О. Формування безбар'єрного простору в Рівненському обласному краєзнавчому музеї .....	132
Тимошенко Я. Національний музей Чеської Республіки — нешодавній досвід реекспозиції та ревіталізації.....	136
Скакальська І., Левчук А. Публічна історія: виховання особистості через інтерактивні методи в музейних експозиціях .....	142
Федоришин М., Панасюк О. Літературний музей Уласа Самчука: сучасна практика інноваційного рішення експозиційних завдань .....	147
Ярмолюк О. Концепція побудови музейної експозиції відділу природи на прикладі експозиційної зали «Рослини Рівненської області» КЗ «Рівненський обласний краєзнавчий музей» РОР .....	148
Відомості про авторів .....	151

практика ринку, по-друге, завдяки організованим і профінансованим спонсорами акцій музеї популяризують свою спадщину й актуалізують масове зацікавлення собою серед постіндустріального суспільства (загалом, байдужого до запиленних полиць із старожитностями). Для прикладу, музеї Великої Британії щороку, починаючи з 1994 р., отримують фінансові поповнення з боку бізнесу у 25-30 млн фунтів, утримуючи абсолютне лідерство за обсягами одержаної спонсорської допомоги зацікавлених компаній, залишивши далеко за собою такі традиційні сфери мистецтва, як музика (не плутати з шоу-бізнесом), театр, документальне кіно.

Критики бізнес-спонсорства перераховують абсолютні надходження у відносні і називають іншу цифру: спонсорські поповнення західним музеям становлять у середньому 5% їхнього бюджету. Але за ці кошти музеї вимушені підлаштовуватися під умови спонсорів і нерідко перетворюються з альтруїстичних загальносуспільних установ у рекламно-комерційні чи шоу-комерційні придатки спритних «акул бізнесу» [1, с. 81].

На початку XXI ст., із урахуванням позитивної та негативної практики бізнес-спонсорства, виробився цивілізований кодекс такої співпраці. На певному етапі розвитку свого бізнесу чимало сучасних корпорацій шукає партнерства з музеями, використовуючи їх як один із шляхів комунікації

з суспільством та створення позитивного суспільного іміджу.

Організація системи постійного партнерства музею з юридичними і приватними особами отримала назву «членство». Членство — це постійна участь, патронат і фінансова підтримка діяльності некомерційних організацій фізичними і юридичними особами через сплачування ними членських внесків та інші форми участі. Традиційними формами системи членства для музейної установи є:

Піклувальна рада (американська традиція) — це звичайна рада директорів організацій-донорів музею, з її лав формується керівництво музею.

Клуб друзів (прихильників/ (європейська традиція) — альтруїстична структура, що безпосередньо не втручається у діяльність і внутрішній менеджмент музею.

Друзі музею — це доволі замкнуті й формалізовані структури. Кожен клуб чи Піклувальна рада мають чітко розроблену схему членства, що обмежує кількість членів за фінансовим цензом і забезпечує престижність такого членства. Клуби всебічно підтримують репутацію музейної установи, популяризують її у «вищому світі», діють як інструмент стратегічного маркетингу. Через Піклувальну раду і Клуб друзів /прихильників/ залучаються значні матеріальні та фінансові ресурси, що забезпечують додаткове стабільне джерело підтримки некомерційних проектів музею [1, с. 82].

#### Джерела та література:

1. Основи музейної справи: навчальний посібник / Уклад А. М. Трембіцький. Хмельницький: ФОП Стрихар А. М., 2017. 256 с.

### Валентина ТЮСКА

#### ЕКСПОЗИЦІЙНИЙ ПРОСТІР ЯК ВАЖЛИВИЙ ЧИННИК КУЛЬТУРНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНЦІВ ПІД ЧАС ДОЗВІЛЛЯ: СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ

Звернення до проблематики простору експозиції продиктовано викликами сьогодення, оскільки у нашому дослідженні сучасний музей ми розглядаємо не лише як заклад, а як культурний простір. У зв'язку з цим ми обґрунтуємо феномен експозиційного простору з точки зору сучасних наукових досліджень через призму культурних ідей.

Культура формує і творить єдиний простір, що оточує людину. З культурологічної точки зору культурний простір надає кожній людині різноманітні можливості для орієнтації і реалізації власних творчих можливостей у ньому, зокрема, і під час дозвілля.

Цікавим є підхід Н. Котлер, Ф. Котлер, В. Котлер, які стверджують, що культурний простір включає

традиційні форми як господарського, так і побутового устрою, а також сферу поширення національно-етнічних мов, у якому зберігаються місця пам'ятних культурних та історичних подій, мистецькі та архітектурні пам'ятки, історичні ландшафти та природні заповідники, різноманітні форми побуту, святкові ритуали, рецепти народної кухні, обряди та звичаї, особливості виховання дітей, міста-музеї, будинки-музеї, екомuzeї, музеї-заповідники та освітні і наукові комплекси, релігійні уявлення, регіональні центри народного і професійного мистецтва [1].

Погоджуємося з думкою науковців щодо культурного простору музейної форми, що його функ-

ціонування і розвиток здійснюється за принципом: місто-музей → будинок-музей → вулиця-музей → садиба-музей. Дослідники поділяють структуру культурного простору музею на два рівні: макрорівень та мікрорівень. На макрорівні відбувається взаємозв'язок музею із культурою взагалі на рівні її складових: матеріальної, духовної, проектної і художньої культур. Мікрорівень показує взаємодію музею з глядачем (відвідувачем) з урахуванням трансформації та розширення навколomuзейного простору з візуально-інформаційною та комунікаційною діяльністю.

Аналіз досліджень проблематики засвідчує, що науковці розглядають «культурний простір» у двох значеннях: географічний або фізичний простір поширеності тієї чи іншої культури і функціональний поділ простору на культурні зони (сакральну, житлову, господарську, мистецьку та ін.). Простір сприймається не тільки як протяжність, але і як становлення, як динамічний момент нерівнозначності трьох його вимірів — довжини, ширини і глибини. Так, наприклад, кожен відвідувач музею вибирає свою культурну зону у тому просторі, що пропонує заклад.

Зазначимо, що в третьому тисячолітті неможливо не зважати на *цифрові технології*, які розширюють реалії музейної, експозиційної діяльності. Та слід відмітити, що деякі консервативні музеї не використовують нові підходи та засоби організації мистецького простору експозицій, і це їх робить не конкурентоспроможними.

Виклики сьогодення диктують жорсткі умови, ставлять перед вибором музейників: відповідати запитам сучасного суспільства, надавати нові ринкові, креативні послуги населенню, які будуть залучати все більше відвідувачів під час дозвілля.

Звичайно, є ряд проблем: нестача експозиційних та фондів приміщень, застарілі експозиції. Тому виникає необхідність створити нові умови для експозиційної діяльності з використанням інформаційних технологій, віртуальних виставок, які будуть не замінювати, а доповнювати наявні фонди тощо. Музей повинен стати максимально динамічним, ігровим, має з'явитися певне неформальне спілкування відвідувачів. Сучасні експозиції треба не просто дивитися — з ними потрібно контактувати (перехід до діалогу з глядачем).

У нашому дослідженні ми зосереджуємося на працях музеєзнавця О. Мастеница, в яких зазначено, що просторово-часовий музей змушує відвідувача перемикає своє буденне сприйняття. Відбувається «ефект занурення» в інші культури або «ефект присутності» у культурному просторі. Найчастіше музейний простір асоціюється з музейною експозицією, де музеї прагнуть максимально наблизитись до певної історичної епохи, віддаленої від теперішнього часу, віддаючи перевагу «ефекту долучення».

Ми погоджуємося з автором, що саме експозиційний простір музею є основною формою презентації творів мистецтва та інших музейних предметів і має певну структуру та науково-художній характер. Саме взаємозв'язок експозиційного та позаекспозиційного музейного простору вимагає нині окремого теоретичного та практичного осмислення.

Досліджуючи взаємозв'язок музей-відвідувач, виокремимо проблему *трансформації експозиційного простору* з використанням візуально-інформаційних технологій. Ці питання стають актуальними для багатьох дослідників з культурології та музеєзнавства. Зокрема, суспільство третього тисячоліття обумовлює актуальність інформатизації та візуалізації експозиційного простору. Реагуючи на технологічні зміни суспільства, музеї будують новий простір взаємодії з глядачем (музей-відвідувач-експонат) з використанням візуально-інформаційних стратегій.

Основна теза музеєзнавців доводить, що діалог між музеєм і його відвідувачем стає результативним за умови використання електронних медіа для візуалізації музейних експонатів. Важливим завданням музею в сучасних умовах є збереження достовірності культурно-історичних здобутків та їх ефективної візуалізації.

У нашому дослідженні детально зупинимося на розмежуванні експозиційного та неекспозиційного просторового сприйняття. Більшість науковців експозиційний простір тлумачать як основну форму презентації культурної спадщини, однак інші стверджують, що музейний простір не можна звужувати тільки до експозиційного.

Ми розділяємо думку науковців, що музейний простір трансформується, має власну динаміку розвитку за допомогою видозмінення експозиційного та неекспозиційного просторів. Саме розширення сприйняття експозиційного простору відкриває нові горизонти для музейної діяльності та робить перспективним заклад, формує інноваційний тип музею, в якому важливим чинником культурного розвитку українців під час дозвілля вбачають у музейній, зокрема, і експозиційній комунікації. В основі спілкування якої, з одного боку, вміння творців експозиції вибудовувати за допомогою експонатів особливі невербальні просторові висловлювання, а з іншого — здатність відвідувача розуміти мову предметів експозиційного простору [3].

Сьогодні у музеєзнавстві формується думка про новий комунікаційний підхід, в якому відвідувач сприймається як повноправний учасник процесу, співрозмовник та партнер музею. Почитають виокремлюватись різні структурні моделі комунікації. Найбільш поширена модель пропонує відвідувачу спілкуватися з працівником музею з метою здобуття знань, де експонати є предметом або засобом цього спілкування. Інші моделі пропонують відвідувачу

спілкуватися безпосередньо з експонатом для естетичного сприйняття.

Експозиційний комунікаційний простір музею пропонують моделювати за допомогою різних інформаційних технологій. Такий підхід у музейній практиці допомагає по новому показати експозиційну діяльність та долучити кожного українця до віртуального світу. Українські музеї потребують інформаційної підтримки, застосування комп'ютерних технологій. Ця тенденція є актуальною для сучасних музейних установ та суспільства, де на зміну пасивному ставленню приходить активна взаємодія. Розширюється сфера діяльності музею у XXI ст., впроваджується інноваційна програма культурної, освітньої та наукової роботи, вдосконалюється експозиційний простір.

Виникнення інформаційних технологій внесла суттєві зміни у діяльність музеїв та організацію культурного дозвілля населення, а саме, фонди музеїв, експозиції стали більш доступними для кожного громадянина. Музейна співпраця набула можливості розширювати свою аудиторію, виходячи далеко за межі фізичної зони обслуговування відвідувачів.

У сучасних музеях прослідковується тенденція до застосування медіа-технологій для створення нових суперечливих образів та форм, які відмінні від класичних методів експозиції. Так з'являються виставки, бієнале та конкурси, які через інтерпретацію візуальних об'єктів сприяють розумінню нових соціокультурних практик. Вміле поєднання мистецтва, музею та технологій дозволяє підвищити професійність музейних працівників, а сама експозиція «максимально точно відображає процеси і явища, що відбуваються у природі і суспільстві, і при цьому звертається до відвідувача образною, цікавою і емоційною мовою, стає засобом створення інтерактивних взаємодій та розваг» [2, с. 17].

За допомогою візуальних та комп'ютерних технологій сучасні музеї можуть пропонувати глядачам різні канали сприйняття (візуальний, аудіальний, кінестетичний), що створить новий експозиційний простір третього тисячоліття. Можна зазначити, що технологічні тенденції у музеях зробили форми роботи видовищними та доповнили їх проектною креативністю.

Сьогодні перед музеєм нового покоління постало завдання долучення свого експозиційного простору до соціомедійних технологій з метою найбільш ефективної трансляції культурних знаків та артефактів. І, піднімаючи питання про відмінності класичного і сучасного музею, яке залежить від різної ролі відвідувача, спираючись на думку М. Аверкіна, зазначаємо про умовний поділ: за якістю інформації, яку вони транслюють, за спрямованістю інформації, за способом трансляції цієї інформації.

Таким чином, розділяючи думку з науковцем, стверджуємо, що метою сучасного музею XXI ст. є залучення відвідувача під час його дозвілля до активної участі у створенні образу експозиції, створенні власної інтерпретації представленого образу з використанням комп'ютерних технологій.

Отже, використання нових форм та особливостей передачі культурних меседжів, які відповідають вимогам сьогодення та транслюються нестандартними способами подачі, є головною особливістю сучасного музею в експозиційній діяльності. Музейний заклад перетворюється із звичайної просвітницької установи на особливу технологічну систему трансляції та збереження культурних цінностей. Тобто систему, яка інтегрується у культурно-історичне суспільство, в якій відбувається перехід від пасивного відображення дійсності до активного, де формується новий тип експозиційного простору та його сприйняття відвідувачами музею під час їхнього дозвілля.

#### Джерела та література:

1. Котлер Н., Котлер Ф., Котлер В. Музейний маркетинг і стратегія: формування місії, залучення публіки, збільшення доходів і ресурсів / пер. з англ. Т. Олійник, Т. Пирогова, С. Рябчук, Р. Свято. Київ: Стило, 2010. 528 с.
2. Северин В. Д. Дизайн сучасної музейної експозиції в контексті розвитку інноваційних технологій: автореф. дис. ... канд. мистецтвознавства зі спец. 17.00.07. Харків: ХДАДМ, 2015. 23 с.
3. Яковець І. О. Художній музей XXI століття: Монографія. Черкаси: Вид. Вовчок О., 2016. 464 с.

Науково-краєзнавче видання

**НАУКОВІ ЗАПИСКИ**  
**Рівненського обласного краєзнавчого музею**

Збірник наукових праць

Випуск XXI

Матеріали наукової конференції  
«Музейна експозиція—актуальні виклики сучасності.  
Поєднання інноваційних та традиційних форм роботи»

Комп'ютерна верстка та дизайн  
*Віктор Луц, Ольга Морозова*