

МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ КЕРІВНИХ КАДРІВ КУЛЬТУРИ І  
МИСТЕЦТВ  
ІНСТИТУТ ПРАКТИЧНОЇ КУЛЬТУРОЛОГІЇ ТА АРТ-МЕНЕДЖМЕНТУ  
КАФЕДРА МИСТЕЦТВОЗНАВЧОЇ ЕКСПЕРТИЗИ

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

на здобуття кваліфікаційного рівня «Магістр» на тему:

**«ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ТА МЕТОДИ ПОБУДОВИ  
ЕКСПОЗИЦІЙНОГО ПРОСТОРУ В МУЗЕЙНІЙ ТА ГАЛЕРЕЙНІЙ  
ДІЯЛЬНОСТІ»**

**Виконала:**

здобувачка 2-го курсу  
ОС «магістр», група ММЕ-21-22з  
спеціальності 023 – образотворче  
мистецтво, декоративне мистецтво,  
реставрація.

Губа Анастасія Віталіївна

**Керівник:** професор кафедри  
мистецтвознавчої експертизи  
Максимов Степан Йосипович

**Рецензент:**

Дипломна робота допущена до захисту перед ЕК рішенням кафедри  
Протокол № \_\_\_\_\_ від «\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2023 р.

Завідувач кафедри мистецтвознавчої експертизи,  
кандидат філософських наук, доцент \_\_\_\_\_ В. І. Бойко

## АНОТАЦІЯ

**Губа А. В. Інноваційні підходи та методи побудови експозиційного простору в музейній та галерейній діяльності.** Магістерська робота на правах рукопису.

Дипломна робота на здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня магістр за спеціальністю 023 «Образотворче мистецтво, декоративне мистецтво, реставрація» – Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв, Київ, 2021.

Дослідження магістерської роботи присвячене інноваціям експозиції в музейній та галерейній справі, її актуальним особливостям, також, як різні методи, підходи та принципи проявляють себе при проектуванні виставки і який мають вплив на відвідувача. В роботі досліджується проблематика комунікації мистецької установи і відвідувача. Висвітлено сучасні інструменти для ефективної роботи музеїв та галерей у контексті глобальної цифровізації, в тому числі для оптимізації створення експозиційного простору. На даних остаточних висновків дослідження визначено ефективність і перспективність розвитку форм взаємодії мистецького середовища з глядачем.

**Ключові слова:** виставка, експозиція, дизайн, цифрові технологія, методологія, проектування, онлайн, інновації.

### **Список публікацій здобувача:**

Губа А. В. Концептуальна модель експозиційного простору. Сценарії та тематико-експозиційний план та їх призначення в діяльності музею. IV Всеукраїнська студентська конференція «Розвиток сучасної науки: актуальні питання, теорії та практики» від 17 листопада 2023 р. м. Львів (УДК 082:001), с. 522-523.

## SUMMARY

**Huba A. V. Innovative approaches and methods of building exposition space in museum and gallery.** Master's work on the rights of the manuscript.

The diploma work for the educational and qualification level Master in the specialty 023 «Fine arts, decorative arts, restoration» – National Academy of Management Personnel of Culture and Arts, Kyiv, 2021.

The study of master's work is devoted to the innovations of the exposition in museum and gallery, its relevant features, as well as different methods, approaches and principles manifest themselves in the design of the exhibition and which is floated on the visitor. The work explores the problems of communication of the artistic institution and the visitor. Modern tools are highlighted for the effective operation of museums and galleries in the context of global digitalization, including to optimize the creation of exposition space. The data of the final conclusions of the study determines the effectiveness and prospect of developing forms of interaction of the artistic environment with the viewer.

**Keywords:** exhibition, exposition, design, digital technology, methodology, projection, online, innovation.

### **List of Publications of the applicant:**

**Huba A. V.** Conceptual model of exposition space. Scenarios and thematic-exposition plan and their purpose in the museum's activities. IV All-Ukrainian Student Conference «Development of Modern Science: Topical Issues, Theory and Practice» of November 17, 2023 Lviv (UDC 082: 001), p. 522-523.

## ЗМІСТ

|   |            |
|---|------------|
| <b>ВСТУП.....</b>   | <b>5</b>   |
| <b>ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ.....</b>   | <b>8</b>   |
| <br>  |            |
| <b>РОЗДІЛ I. ОСНОВНІ ПОНЯТТЯ ЕКСПОЗИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ<br/>ТА ІСТОРІЯ ВИСТАВКИ.....</b>  | <b>9</b>   |
| Висновки до розділу I.....  | 19         |
| <br>  |            |
| <b>РОЗДІЛ II. КОНЦЕПТУАЛЬНІ МОДЕЛІ ОРГАНІЗАЦІЇ<br/>ЕКСПОЗИЦІЙНОГО ПРОСТОРУ ТА ТЕХНІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ<br/>ЙОГО ПРОЕКТУВАННЯ.....</b>                               | <b>21</b>  |
| 2.1. Типи художніх виставок та особливості їх реалізації.....   | 21         |
| 2.2. Етапи проектування музейної експозиції та її науково-<br>концептуальний характер.....  | 31         |
| 2.3. Принципи проектування музейної експозиції.....   | 46         |
| Висновки до розділу II.....   | 51         |
| <br>  |            |
| <b>РОЗДІЛ III. ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ І ТЕНДЕНЦІЇ В<br/>ЕКСПОЗИЦІЙНІЙ РОБОТІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ФОРМ<br/>ВЗАЄМОДІЇ МИСТЕЦЬКОГО СЕРЕДОВИЩА З ГЛЯДАЧЕМ.....</b> | <b>53</b>  |
| 3.1. Інформаційні технології у музейній роботі.....   | 53         |
| 3.2. Соціально-психологічні аспекти взаємодії музею із<br>відвідувачем.....   | 72         |
| 3.3. Засоби виразності для взаємодії музею з відвідувачем.....  | 81         |
| Висновки до розділу III.....  | 86         |
| <br>  |            |
| <b>ВИСНОВКИ.....</b>  | <b>88</b>  |
| <b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....</b>   | <b>92</b>  |
| <b>ДОДАТКИ.....</b>   | <b>101</b> |

## ВСТУП

**Актуальність** роботи обумовлена тим, що підходи і методи побудови експозиційного простору видозмінюються, набувають різноманітних форм і створюють інтерес в міжнародному мистецькому просторі, викликає цікавість в суспільстві в цілому. Також, відсутнє висвітлення даної теми в українській науково-методичній літературі.

Впродовж останніх десятиліть відбуваються пошуки та експерименти щодо нових форм представлення мистецьких та музейних зібрань, з'являються нові тенденції та відображення пошуку ефективних форм збереження інтелекту та національної пам'яті. Одночасно з тим, в мистецьких галузях відбуваються пошуки ефективних форм взаємодії мистецького середовища з глядачем. Знання і розуміння даної теми і світових тенденцій, які впливають з неї, є достатньо актуальними для вітчизняних мистецтвознавців, особливо для професійного виходу на міжнародний рівень.

**Мета** роботи полягає в аналізі комплексу заходів та інструментів в музейній та галерейній діяльності задля ефективної комунікації мистецького середовища та відвідувача та характеристиці трансформації підходів та методів експонування.

Реалізація поставленої мети передбачає вирішення низки взаємопов'язаних **завдань**:

1. Дати характеристику поняттям експозиційної роботи в музейній та галерейній діяльності.
2. Проаналізувати концептуальні моделі організації експозиційного простору.
3. З'ясувати основні технічні особливості проектування виставкового простору та визначити їх вплив на глядача.
4. Проаналізувати інноваційні підходи і тенденції в експозиційній роботі.
5. Визначити ефективність перспектив розвитку форм взаємодії мистецького середовища з глядачем.

**Об'єктом** роботи є аспекти взаємодії мистецького середовища з відвідувачем та огляд концептуальних моделей експозиційного простору в ретроспективі та сучасних інновацій.

**Предметом** дослідження є вивчення експозиційного простору як основної форми музейної комунікації виходячи з принципів, прийомів і методів побудови експозицій.

**Наукову базу** склали музейні, галерейні відомості, архівні матеріали виставок, бібліографічні роботи, інтернет-ресурси, праці дослідників та науковців, мистецтвознавців, роботи журналістів.

**Методи дослідження** в роботі були використані комплексні, а саме:

- аналіз та системний метод – для вивчення сутності і логіки предмета що досліджується;
- аналогія – для дослідження подібних характеристик споріднених мистецьких виявлень та схожих проявів досліджуваного предмета;
- синтез – для визначення причинно-наслідкових зв'язків явищ, які проявляються в предметі дослідження;
- порівняння – для висвітлення подібностей з вже відомими вивченими явищами, для кращого їх розрізнення і розуміння;
- прогнозування – для визначення стійких тенденцій, аналізу їх наступної зміни за оцінками попередніх відомостей;
- узагальнення – для точного загального формулювання відображення сутності і формування висновків з результатів дослідження;

**Наукова новизна** полягає в аналізі інноваційних підходів та методів побудови експозиційного простору в музейній та галерейній діяльності та введені інформації із зазначеної теми у науковий обіг.

**Практичне значення** одержаних результатів дослідження полягає в тому, що вони можуть використовуватися безпосередньо для розробки експозиційного простору музеїв та галерей різних мистецьких напрямлень з ґрунтовним розумінням особливостей взаємодії мистецького середовища з глядачем та інструментів, які на це впливають.

Результати дослідження були **апробовані і опубліковані** у збірнику IV Всеукраїнської студентської конференції «Розвиток сучасної науки: актуальні питання, теорії та практики» від 17 листопада 2023 р. м. Львів (УДК 082:001).

**Структура роботи.** Дипломна робота складається з анотації, змісту, вступу, трьох розділів, висновків до кожного з розділів, загальних підсумкових висновків, списку використаної літератури та додатків ілюстрацій. Список використаної літератури включає – 80 позицій. Робота виконана на 114 сторінках друкованого тексту. Загальний обсяг роботи 114 сторінок, з них основного тексту 88 сторінок.

## ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ

VR – віртуальна реальність

VRML – мова моделювання віртуальної реальності

AR – доповнена реальність

MR – змішана реальність

ТЕП – тематико-експозиційний план

СЕ – сценарій експозиції

АІС – автоматизація інформаційних систем

ЕП – електронна публікація

БД – база даних

ЦЗ – цифрове зображення

АВЗ – аудіовізуальні засоби

АБК – абстрактні базові класи



## РОЗДІЛ I

### ОСНОВНІ ПОНЯТТЯ ЕКСПОЗИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ІСТОРІЯ ВИСТАВКИ

Виставка, у найзагальнішому розумінні, це організована презентація та демонстрація вибраних експонатів. На практиці виставки зазвичай відбуваються в культурному чи освітньому середовищі, такому як музей, художня галерея, парк, бібліотека, виставковий зал або всесвітні виставки. Виставки можуть включати багато речей, наприклад, мистецтво як у великих музеях, так і в менших галереях, інтерпретаційні виставки, музеї природознавства та історичні музеї, а також, різновиди такі як більш комерційні виставки та ярмарки [5].

Хоча виставки є звичайними подіями, дане поняття досить широке й охоплює багато змінних. Виставки варіюються від надзвичайно великих подій, таких, як всесвітні виставки, до невеликих персональних виставок одного художника або показу лише одного предмета. Часто для монтажу та оформлення виставки потрібна команда спеціалістів, які відрізняються залежно від типу визначеної теми. Іноді, куратори залучаються як люди, які відбирають експонати на виставку. Іноді, потрібні письменники та редактори для написання тексту, етикеток і супровідних друкованих матеріалів, таких, як каталоги та книги. Для формування виставкового простору та редакційного контенту можуть знадобитися архітектори, дизайнери виставок, графічні дизайнери та інші вузькопрофільні спеціалісти. Організація та проведення виставок, також, вимагає ефективного планування заходів, управління та логістики.

Виставка набула повного поширення в XIX столітті, але різні тимчасові виставки проводилися і до того, особливо регулярні покази переважно нового мистецтва у великих містах. Паризький салон Академії (рис. 1.1.) витончених мистецтв був найвідомішим із них, починаючи з 1667 року та відкритий для публіки з 1737 року [33]. До середини XVIII століття ця подія та її еквіваленти в інших країнах стали вирішальними для розвитку та підтримки репутації

сучасних художників. У Лондоні Літня виставка Королівської академії проводиться щорічно з 1769 року, а Британський інститут проводив тимчасові виставки з 1805 по 1867 роки, як правило, двічі на рік, одна з яких представляла новий британський живопис, а друга — роботи старих майстрів із Королівської колекції та аристократичні колекції англійських заміських будинків.

До середини XIX століття було створено багато нових національних музеїв Європи, які проводили виставки власних колекцій, або позичених колекцій, або суміші об'єктів з обох джерел, що залишається типовим поєднанням і сьогодні. «Хронологія тимчасових виставок у Британському музеї» починається з 1838 року. Традиція Всесвітньої виставки «World Expo» або «World's Fair» почалася з Великої виставки 1851 році у Лондоні (рис. 1.2.). Вони проводяться лише кожні кілька років (рис. 1.3.). Ейфелева вежа в Парижі була побудована для Всесвітньої виставки (1889) і служила вхідною аркою [34].

Сучасні виставки можуть стосуватися збереження, освіти та демонстрації, ранні виставки були розроблені, щоб привернути інтерес і цікавість публіки. До широкого розповсюдження фотографії виставка окремого об'єкта могла привернути великі натовпи. Відвідувачів може навіть охопити синдром Стендаля, відчуття запаморочення або приголомшеність інтенсивними сенсорними враженнями від експонату. Сьогодні все ще існує напруга між дизайном експонатів для освітніх цілей або для цілей залучення та розваги аудиторії, як туристична привабливість.

В британській англійській мові слово «виставка» використовується для позначення колекції експонатів і події в цілому, що в американській англійській мові зазвичай означає «експонат». В обох варіантах англійської мови кожен предмет, який демонструється на виставці, є «експонатом» [1]. У загальному вживанні «виставки» вважаються тимчасовими і зазвичай заплановані на певні дати. Хоча багато виставок демонструються лише в одному місці, деякі виставки демонструються в кількох місцях і називаються

пересувними виставками, а деякі – онлайн-виставками. Виставки, на яких представлені особливо крихкі та цінні предмети, можна демонструвати лише під час офіційної презентації, під пильним наглядом відповідальної особи. Тимчасові експонати, що перевозяться від установи до установи, є пересувними експонатами [5]. Варто зазначити, що всі експонати потребують оформлення офіційного документального дозволу для експонування, також, окремо отримується дозвіл для тимчасового вивезення і ввезення експонатів з країни відповідно до чинного законодавства.

Художні виставки включають низку артефактів незліченних форм людської творчості: картини, малюнки, ремесла, скульптури, відеоінсталяції, звукові інсталяції, перформанси, інтерактивне мистецтво. Художні виставки можуть бути присвячені одному художнику, одній групі, одному жанру, одній темі чи одній колекції; або можуть бути організовані кураторами, обрані журі, або демонструвати будь-які надіслані роботи.

Виставки образотворчого мистецтва, як правило, висвітлюють твори мистецтва з великим простором і освітленням, надаючи інформацію через етикетки або аудіогіди, розроблені так, щоб основний акцент був саме на мистецтво.

Виставки можуть відбуватися серіями або періодично, як у випадку з бієнале, триєнале та квадриєнале. Першою художньою виставкою, яку назвали блокбастером, стала виставка Пікассо в Тейт у Лондоні в 1960 році.

Існують також інтерпретаційні виставки, які потребують більшого контексту для пояснення предметів що демонструються [25]. Загалом це стосується виставок, присвячених науковій та історичній тематиці, де текст, діорами, діаграми, карти та інтерактивні дисплеї можуть забезпечити необхідне пояснення фону та понять. Інтерпретаційні виставки зазвичай вимагають більше тексту та більше графіки, ніж виставки образотворчого мистецтва.

Теми інтерпретаційної графіки охоплюють широкий діапазон, включаючи археологію, антропологію, етнологію, історію, науку, технології та природничу історію [2].

Музейні збірки накопичуються й систематизуються не лише з метою вивчення та централізованого зберігання, найважливіші функції сучасних музеїв: пізнавально-інформаційна, популяризаційна, навчально-просвітницька. Всі ці функції реалізуються завдяки експозиційній діяльності музеїв.

Експозиційна діяльність – це ознайомлення відвідувачів з найцікавішими експонатами музею, розміщеними у певному логічному порядку, побудованому за хронологічним (еволюційним), географічним, етнокультурним чи предметно-тематичним критеріями. Це основна складова музейної комунікації та інструмент для реалізації культурно-освітньої діяльності музею [21].

Термін «експозиція» (від лат. – виклад, опис) нині вживається щодо предметів, котрі виставлені на огляд за вітринами (музеїв, книжкових крамниць тощо). Першими протомузейними експозиціями у світовій історії необхідно вважати виставки військових трофеїв, вивішені для всезагального огляду в залах палаців і замків, виставки пишних приношень жреців у прадавніх храмах, колекції скульптур та живопису у віллах римських патриційів і палацах імператорів тощо [24].

Організація експозиції – це процес добору та логічної наукової композиції експонатів, що складається з кількох технологічних етапів.

У добу зародження класичних музеїв (початок XIX ст.) експозиції створювалися довільно. На меті було вразити пишнотою чи екзотикою та розважити відвідувача. Згодом, із поступовим накопиченням музейних фондів та налагодженням їхнього предметного наукового вивчення, для експонування музейними працівниками стали відбиратися лише найвартісніші пам'ятки, уніфікувалися й принципи їхнього розміщення у виставкових залах музеїв. Таким чином, аморфні набори музейних скарбів для публічної демонстрації у

другій половині XIX століття поступилися місцем побудованим за чіткими науковими канонами тематичним експозиціям пам'яток, між якими відвідувачі могли б простежити певний логічний (еволюційний) зв'язок [15].

Канони та методики організації експозиційної діяльності музеїв залишалися незмінними впродовж XX ст. Сучасність вносить у практику музейної справи низку інноваційних технологій, метою яких є посилення емоційного й пізнавального ефекту від відвідування музею, поширення новітніх засобів експозиційної анімації.

Коротко охарактеризуємо традиційні (класичні) принципи організації експозиційної діяльності музею [14]. Усі сучасні експозиції будуються за комплексно-тематичним принципом з урахуванням хронологічного (еволюційного) та предметно-типологічного критеріїв. Тобто, експозиція окремого виставкового залу репрезентує певну історичну епоху та надає відвідувачам типологічно подібну групу пам'яток, експозиція всього музею – послідовну сукупність історичних епох та предметно-типологічних рядів пам'яток. Для прикладу, в історичному музеї пам'ятки матеріальної культури розподілені між залами-«епохами» та залами-«культурами». В художньому музеї – за мистецькими епохами та географічними школами й напрямками мистецтва, в етнографічному музеї – за етногеографічними регіонами та типологічними групами предметів (писанки, кераміка, традиційне вбрання тощо).

У групі ансамблевих музеїв (меморіальні, музеї-палаці, музеї-садиби, музеї-заповідники) дотримуються принципу побудови цілісних ансамблевих експозицій. Вона передбачає збереження чи відтворення автентичної (реальної) обстановки життя й діяльності конкретної людини чи етносоціальної групи. Іншими словами, в ансамблевих експозиціях зберігається чи відтворюється цілісний ансамбль музейних предметів зі зв'язками, що склалися між ними в «домузейний» період існування. При експонуванні природно-наукових предметів побудована за ансамблевим принципом експозиція називається «ландшафтна експозиція».

У 1999 році Інститут Кларка організував широко обговорювану конференцію під назвою «Дві історії мистецтва: музей та університет», темою якої був передбачуваний розрив між історією мистецтва в музейному та університетському контекстах відповідно. Організатори мали намір перевірити упередження про те, що академічне мистецтвознавство надто цікавиться теорією та нехтує об'єктом, тоді як музей зайнятий насамперед питаннями фінансування та аудиторії, породжуючи низькі очікування від його дослідження. Чи ця ситуація відтоді покращилася чи посилилася, це питання, на яке можна відповісти проаналізувавши проблему, яка стосується не історії мистецтва в цілому, а саме експозиційну діяльність, яку після конференції Кларка, могли б назвати Дві історії виставок [10]. Головним чином акцент дискурсу був навколо виставки, який утвердився за межами університету, але, також значною мірою за межами музею, і який умовно має назву «кураторський дискурс історії виставки».

Такий великий інтерес до історії виставок, як стверджує Брюс Альтшулер, безумовно, частково пояснюється інтересом так званої «нової» історії мистецтва до контекстно-специфічних і соціально-історичних підходів, хоча це вказує на дивовижне запізнення. Безсумнівно, зростання видимості та трансформація виставки з 1960-х років спонукали до глибшого залучення до її історії. З одного боку, це стосується заснування нових бієнале та інституцій для виставок сучасного мистецтва, розширення мистецького ринку з його незліченними галерейними виставками та мистецькими ярмарками, а також дедалі більшої часовості музею: окрім реконструкції та розширення побудований для збільшення тимчасових виставкових площ — не в останню чергу завдяки економічним і маркетинговим факторам — критичне або мистецьке спілкування з колекцією стало майже необхідністю для будь-якого музею [12]. Хоча ці підходи завжди базуються на постійній колекції, форми презентації все більше нагадують форми тимчасової виставки, замінюючи нібито жорстку, авторитетну та позачасову експозицію колекції. З іншого боку, виставка трансформується до такої міри, що ми повинні розглядати цілий

новий спектр типологій, які розчиняють традиційні формати персональних, групових і тематичних виставок. Можна згадати виставки в категорії «реляційної естетики», які згідно з Ніколя Бурріо, стають «ареною обміну» [17], або типу проектних чи дослідницьких виставок, які обертаються головним чином навколо виробництва дискурсу. У цьому контексті ми також маємо розглянути розвиток мистецьких практик, таких як концептуальне мистецтво чи інституційна критика, тобто витіснення (автономного) твору мистецтва питаннями контексту та умов виробництва, з посиленням уваги на самій виставці. Пітер Осборн згадує, що саме «виставка-форма» «задовольняє вимогу надання сенсу», тобто виставка як «одиниця художнього значення та об'єкт конструктивного наміру». Ще однією важливою причиною є створення програм кураторських досліджень, оскільки вони задумані як місця для практичного навчання, а також, як теоретичні дослідження. Програми кураторських досліджень, які спорадично пропонувалися з кінця 1980-х і початку 1990-х, але більш інтенсивно з початку 2000-х, виникли не просто на основі нової та розширеної функції виставки, але й відображали її, у певному сенсі вони вимагали знання свого об'єкта дослідження, щоб сконструювати його в першу чергу. Інакше кажучи: професіоналізація та подальша формалізація кураторського поля передбачали відчуття власної історії [16]. Тому не дивно, що за останнє десятиліття більшість публікацій з історії виставок надрукувала не сама історія мистецтва — скоріше вони виникли в оточенні кураторських досліджень.

Окрім фокусування на фігурі куратора, існує помітна тенденція представляти виставки як унікальні речі [26]. Звичайно, ця проблема також виникає в історії академічних виставок, і це не означає, що немає аналізу місцевих, політичних чи соціальних контекстів виставок. Під «особливістю» мається на увазі те, що існує дуже мало аналізу виставок у зв'язку з іншими виставками, хоча таке синхронне порівняння мало б сенс з кількох причин. Можливість проаналізувати не лише подібні виставки, такі як *When Attitudes*

Become Form та Op Losse Schroeven у чудовому дослідженні Крістіана Раттемейера Exhibiting the New Art, але також включити інші виставки, які відбувалися в той же час, наприклад, Tucuman Arde у Буенос-Айресі, і виставки Люсі Ліппардс The Numbers, створюючи таким чином розуміння амбівалентності концептуального мистецтва [51]. Або можливість включити виставку Конрада Фішера Konzeption – Conception у Леверкузені, яка включала багато тих самих художників, що й виставки в Берні та Амстердамі, з дуже різними результатами, і яка також має відношення до появи арт-ринку.

Також, можна спостерігати зростаючу «фобію» перед творами мистецтва використовуючи доволі самокритичний вислів Джуліана Майерса, у дискурсі історії виставок [49]. Ця фобія, у свою чергу, має на увазі особливу концепцію твору мистецтва, створеного на виставках і через них, яку рідко розуміють і оформлюють як таку. Також бракує опису та аналізу кураторського поняття виробництва та взагалі немає типології виставкових форматів. Мабуть, найскладніше завдання, яке ставить перед нами виставка, — як підійти до її швидкоплинності. Навіть якщо у нас є фото- та відеодокументація, а також плани поверхів, які дозволяють нам частково знати, які мистецькі твори були виставлені, у якому відношенні один до одного та як вони були поставлені, це може лише стати основою необхідною для глибокого аналізу і інтерпретації, для яких нам бракує остаточної термінології та концепцій. Замість усунення цих недоліків і пошуку шляхів їх подолання, що означало б проведення теоретизації об'єкта «виставки», автори кураторського дискурсу відходять до банальності, позитивістського опису мистецьких творів і використання кураторських концепцій для керування ними в читанні виставок [50]. У результаті реальний розвиток і конкретна маніфестація виставки постає природним і незмінним імперативом. В даному випадку, тут немає жодної взаємодії з відповідними зусиллями в галузі історії мистецтва та музеєзнавства, а також інституційної критики, які розвинули більш критичні підходи до музеїв та подібних установ. Звичайно, виставки за означенням не



тотожні музеям, однак саме це розмежування може бути результатом нової теорії.

Питання об'єкта історії виставок включає також питання його канону. Виставковий канон кураторського дискурсу відрізняється від канону академічної історії мистецтва, а це означає, що тут можна говорити про множинність канонів. Для виставок, також, критерієм інтеграції в канон є те, що вони повинні, з одного боку, вирізнятися з-поміж інших виставок свого часу та місця, водночас досягаючи універсального значення. Однією з проблем кураторського дискурсу є те, що він зосереджується майже виключно на виставках, починаючи з 1960-х років. Це обмеження показує, з одного боку, що концепція виставки в кураторському дискурсі прив'язана до куратора, водночас вона дистанціюється від виставок у традиційних музейних контекстах або тих, що базуються на колекціях. З іншого боку, це свідчить про заперечення історичності виставки. Хоча з 1960-х років у сфері організації виставок відбулися радикальні інновації — як у результаті появи кураторів, так і через нові виклики, які ставить перед собою («дематеріалізований») витвір мистецтва — ці інновації визнаються лише як таке, якщо воно розташоване в ширшій традиції, що почалася не пізніше XVIII ст., і обмежена нею.

Щодо стандартизації та гомогенізації виставкових форматів, кураторський дискурс історії виставок, як це накреслено вище, розглядає свій об'єкт, виставку, явно як глобальний, транснаціональний і транскультурний, таким чином стверджуючи універсалістську модель виставки. Хоча визнається, що виставки можуть містити й оперувати ціннісними судженнями та сприяти встановленню ієрархій, сама виставка розглядається як нейтральна форма. Формат бієнале та інших масштабних виставок вважається парадигмальним проявом цієї моделі та транснаціонального куратора як її головного актора. Коли конвенції будуються виставковою історією, яка визначає себе транскультурною, ці конвенції, у свою чергу, визначають і мають нормативний вплив на цю нібито глобальну форму створення виставок. Ця

петля зворотного зв'язку відбувається досить прямо, оскільки автори кураторського дискурсу самі є важливими особами, які приймають рішення та приймають виставки.

Уміння побудувати цікаву експозицію, органічно «вписану» у простір виставкової зали це складне поєднання науки й естетично-мистецьких канонів. Адже від того, яким буде дизайн майбутньої експозиції, нерідко залежить її популярність серед відвідувачів. Проте в основі побудови музейних експозицій визначальним залишається принцип наукової репрезентативності.

В інформаційну епоху актуальною проблемою експозиційної діяльності сучасних музеїв є прагнення утримати планку суспільної зацікавленості, актуальності й популярності установи серед відвідувачів. У таких реаліях трансформується сама ідея експозиції, як чогось непорушного й сталого в часі.

Західні музеї вирішують цю проблему шляхом постійного оновлення експозиції, що у вітчизняному мистецтвознавстві плутається з частковою чи повною зміною теми й предметної суті експозиції та з тимчасовими виставками. Художники та дизайнери цих музеїв перебувають у невпинному творчому пошуку ідей видозміни тла, сюжетно-образної символіки, засобів емоційного відображення й анімації музейних експозицій, доповнення їх новими предметами з відповідною трансформацією логіки побудови всієї композиції та маршрутно-акцентного проведення и екскурсійного огляду.

Найактивніше в напрямку постійного оновлення своїх експозицій працюють американські музеї, керуючись кредом, що сталість експозиції – це смерть музею як популярного публічного закладу. Тон музейних інновацій задають західні музеї сучасного та класичного мистецтва, в яких експозиції зазнають докорінних змін з регулярністю у кожних три – п'ять років і в той же час залишаються експозиціями, а не низкою постійно змінних виставок.

## Висновки до Розділу I

Мистецтвознавство вже давно розглядає дослідження виставок не як комплекс епізодів або поворотних моментів, а більш автономно. Дане відокремлення відкриває історії мистецтва певні інструменти експозиційного проектування, засновані в студії або серед членів невеликого богемного кола, до більшого соціального поля, яке включає політику, аудиторію та ринок, перш ніж повернутися до приватних чи невеликих групових взаємодій, які однаково керують внутрішніми засобами мистецтва. Проте в останнє десятиліття ця взаємодія, колись притаманна соціальній історії мистецтва, набула більшої автономії. Більш рішуче присвячена громадським формам мистецтва, історія виставок активно обговорюється на симпозіумах та інститутах по всьому світу, вивчення викладаються в багатьох публікаціях, реалізуються «ремейки» історично важливих виставок, тема висвітлюється в нових академічних журналах, які в основному зосереджуються на виставках і кураторстві, а не суб'єктно на мистецтві та художниках.

У першому розділі роботи було викладено базові поняття експозиційної діяльності, які також, обґрунтовують залучення великої кількості фахівців та поставлених завдань задля успішної реалізації всіх можливих завдань виставки.

Важливим є розуміння базису експозиційної діяльності, через те, що з часом відбуваються зміни різноманітних концепції, які саме і ґрунтуються на основних засадах даної діяльності. В різні часи переслідувалися різні цілі, які завжди диктують форму подачі глядачу інформації, яка закладена в темі виставки, що висвітлюють експонати, тим самим виконуючи основні функції виставки як такої.

Беззаперечним є те, що виставка, як самостійна одиниця, також її історія належним чином утвердилася як предмет дослідження лише за останні тридцять років, а особливо, протягом останнього десятиліття, як в історії мистецтва, так і в суміжних галузях. Про це свідчать публікації, конференції, дослідницькі проекти, університетські курси та журнали. В багатьох

провідних навчальних закладах світу пропонується післядипломний курс магістра з «виставкових досліджень».

## РОЗДІЛ II

### КОНЦЕПТУАЛЬНІ МОДЕЛІ ОРГАНІЗАЦІЇ ЕКСПОЗИЦІЙНОГО ПРОСТОРУ ТА ТЕХНІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ЙОГО ПРОЕКТУВАННЯ

#### 2.1. Типи художніх виставок та особливості їх реалізації

Коли справа доходить до прийнятого галуззю глосарію світу мистецтва, зустрічається кілька термінів, пов'язаних із виставками, які слід виділити. Залежно від кількості художників і місця проведення можна виділити вісім різних типів виставок.

Різні типи виставок включають персональні виставки, дуетні виставки, групові виставки, інституційні виставки, музейні виставки, ретроспективні виставки, мистецькі виставки та онлайн-виставки. Ці вісім типів є найпоширенішими виставками у світі мистецтва та дуже часто вживаними термінами [57].

Термін *персональна виставка* використовується, коли художня виставка складається лише з робіт одного художника. Персональні виставки переважно відбуваються в рамках галерей. Художня галерея, як місце проведення персональних виставок, має давню традицію протягом всієї історії картинних галерей. До сьогодні це один із найпоширеніших видів виставок у галереях.

Персональна виставка в художній галереї важлива ланка в творчості художника, яка надалі буде визначати вплив його творчості. Під час цих виставок митець є «чоловіком чи жінкою часу», часто демонструючи конкретну серію робіт або певний період у творчості художника, переважно показуючи останні роботи. Художні галереї є комерційними підприємствами. Їм потрібно просувати своїх художників і продавати їхні роботи. Персональна виставка виявилася ідеальним форматом для створення справжнього резонансу, інтересу до робіт художників, тому є одним із улюблених видів виставок як для художників, так і для галерей.

Персональна виставка також може відбуватися в інституційному контексті. Побудова експозиції в даному випадку не обмежена класичними

канонам виставкової діяльності коли репрезентує сольну презентацію одного художника в мистецькому просторі, публічній бібліотеці чи музеї. Таким чином, персональна виставка також може бути інституційною чи музейною. І якщо персональна виставка в музеї демонструє роботи, що представляють всю кар'єру художника, можна посилатися на виставку або називати її ретроспективною виставкою.

Подібно до персональної виставки, *дуетна (подвійна) виставка* визначається кількістю художників у виставці, тобто виставка складається лише з двох художників. Дуетна виставка складається з художнього діалогу між двома художниками, які репрезентують комплексну тему на одному заході. Як і у випадку з персональною виставкою, художня галерея є призначеним місцем для показу двох осіб, але не обмежене собою [40].

Тим не менш, можна — хоч і рідше — зустріти подвійну виставку в інституційному контексті. Таким чином, подвійна виставка також може бути інституційною чи музейною виставкою. Поєднання з терміном ретроспектива більше неможливе, оскільки ретроспективна виставка може складатися лише з одного художника.

*Групова виставка* – художня виставка, в якій беруть участь не менше трьох і більше художників. Як і у випадку з персональними та дуетними виставками, термінологія базується на кількості художників. І знову художня галерея є ідеальним місцем для групової виставки. Це дозволяє галереї представляти кількох художників — часто в поєднанні з одним або двома новими обличчями, щоб зробити захід більш захоплюючим та резонансним. Але загалом, залежно від картинної галереї, персональні виставки займають першість у виставковій програмі галерей.

Групова виставка також ідеально підходить для інституційних майданчиків, зокрема, музейних виставок. Інститути часто переслідують освітні цілі. Групова виставка дає змогу установі, музею чи куратору курувати групу художників і мистецькі твори для підтримки їхнього соціально-політичного повідомлення чи мистецько-історичної теми .

*Інституційні виставки* – це художні виставки в установах, таких як музеї, аукціонні будинки, кураторські установи, мистецькі простори, маєтки художників, фонди, мега-галереї, простори, керовані художниками, школи мистецтв і приватні колекції.

Замість кількості художників інституційна виставка – це термін, який визначається місцем проведення виставки. Як показано в наведеному вище викладі, мистецькі інституції включають широкий спектр організацій і установ.

Кожна установа має різні цілі. Деякі установи мають постійні експозиції, інші позичають роботи з приватних колекцій чи показують доступні роботи живих художників, або звертаються до тих уповноважених представників, які володіють творами мистецтва та розпоряджаються ними [36].

*Інститутські виставки* є показником не лише отримання визнання з боку комерційного світу мистецтва, але й ознакою підтвердження з боку критичного світу мистецтва — від таких фахівців як куратори, історики мистецтва та мистецтвознавці. Як наслідок, щойно у резюме митця буде інституційна виставка, його профіль як художника стане набагато вагомим і інформативним для нових галерей і колекціонерів .

*Музейна виставка* — це художня виставка, яка проходить у музеї. Це визначення, дискусивне з точки зору обґрунтування в мистецько-науковій сфері. Як і в інституційних виставках, термінологія дуже буквально визначається місцем проведення заходу. Музейна виставка є канонічним видом виставки в громадській думці.

Але в музейній експозиції затверджені зрізні їх види. Найчастіше музей характеризує його постійна колекція. Як наслідок, у більшості випадків музей матиме постійну виставку, де демонструватимуться найкращі експонати з його колекції, такі як паризький Лувр, який постійно демонструє «Мону Лізу» Да Вінчі, або « Герніку » Пікассо в Національному музеї королеви Софії в Мадриді, Іспанія. Але водночас, більшість музеїв, також курують програму тимчасових виставок. Наприклад, Музей сучасного мистецтва (MoMA) у Нью-

Йорку та його виставка «Сигнали: як відео змінило світ», яка об'єднує групу робіт різних художників, таких як Дара Бірнбаум чи Нам Джун Пейк, які обговорюють всюдисущість відео та екрани і як це змінило світ.

Як зазначалося вище, музейні виставки часто переслідують освітні та академічні цілі. Згадані вище події є прикладом того, наскільки важливим може бути сучасне мистецтво, а також ролі таких установ, як музеї, у покращенні нашого розуміння світу та підбурюванні критичних розумів.

Музейні виставки можуть передавати інформацію, результати досліджень, суспільно-політичні повідомлення, мистецько-історичні оглядові виставки, що канонізують певний історичний період мистецтва або життя та творчість одного художника.

*Ретроспективна виставка* у великій інституції це те, що відрізняє відомого художника від інших. Ретроспективна виставка – це персональна виставка, що представляє всю творчість, життя та кар'єру відповідного художника, найчастіше відбувається пізніше в житті художника, а місцем проведення є частіше за все музей.

Термін «ретроспектива» означає «озираючись назад». Відтак, ретроспектива – це момент огляду на яскраву кар'єру конкретного художника. Це момент для канонізації їхньої роботи та важливості для світу мистецтва, отже, це значна честь і форма визнання [3].

*Виставки мистецьких подій* — це виставки під час мистецьких подій, у яких виставка є однією з багатьох виставок мистецької події, таких як мистецькі ярмарки, бієнале та мистецькі фестивалі.

У цьому випадку термінологія, знову ж таки, визначається місцем проведення заходу. І, як і інституційні виставки, мистецькі виставки бувають різних видів і форм. Найчастіше ці події часто відбуваються раз на рік, раз на півроку чи три роки.

Ці події складаються з численних виставок, які відбуваються поруч одна з одною. Мистецькі фестивалі, такі як щорічний фестиваль культурних столиць Європи, де місто висвітлюється як культурна столиця,



організуються численні виставки по всьому місту. Ще один вид мистецьких виставок це бієнале та трієнале. Одними з найвідоміших прикладів є бієнале у Венеції, Documenta в Касселі та бієнале Відні.

І останнє, але не менш важливе, *мистецькі виставки-ярмарки*, у цьому випадку показ відбувається на стенді під час мистецького ярмарку. Мистецькі ярмарки складаються з численних виставок, організованих галереями-учасниками, усі під одним дахом, що дає можливість споживати величезну кількість різноманітного мистецького продукту. Прикладами найважливіших ярмарків є ArtBasel, TEFAF і Frieze Art Fair.

*Онлайн-виставки* – це віртуальні художні виставки, тобто виставка не відбувається у фізичному виставковому просторі, а існує лише в цифровому вигляді або онлайн (рис. 2. ).

Важливість і частота онлайн-виставок надзвичайно зросла за останні кілька років, особливо під час кризи Covid-19. Сьогодні художні галереї стали дуже поширеними для оглядової кімнати — веб-сайту, призначеного для онлайн-виставок. Він пропонує можливість керувати додаткові виставки та збільшувати продажі в Інтернеті, що робить онлайн-виставки ідеальною стратегією для комерційних художніх галерей [30].

Через зосередженість роботи на сучасних інноваціях які застосовуються в експозиційній діяльності мистецького середовища, пропонується ширше розглянути тенденції онлайн-виставок та актуальні застосунки для реалізації.

Онлайн-виставка – це подія, яку можна переглядати на комп'ютері та мобільному телефоні через Інтернет будь-де, у будь-якому місці та в будь-який час. Це один із найкращих способів розповсюдження цифрової інформації про будь-яку сферу, включаючи виставку мистецтва, культури та спадщини, архіви, бібліотечну інформацію, маркетинг, торговельні виставки, конференції та навчання відвідувачів. Онлайн-виставки є практичним і економічно ефективним рішенням, які долають обмеження фізичних виставок, а також забезпечують дуже хорошу інтерактивність для користувачів. Сьогодні

архівісти та музейники використовують переваги онлайн-виставок для освітніх і навчальних цілей.

Віртуальна виставка — це колекція цифрових копій реальних подій або об'єктів, розроблених за допомогою засобів мультимедіа та віртуальної реальності, які створюють модельоване середовище в комп'ютері та доставляються через Інтернет, щоб користувачі отримували таку саму інформації так само, як вони бачать або використовують фізичні об'єкти в реальному житті. Різниця між онлайн і віртуальною виставкою незначна. Усі віртуальні виставки є онлайн-виставками, але не навпаки [42]. Зазвичай усі віртуальні виставки забезпечують імітацію реального середовища, розробка якої є дещо складнішою, дорожчою та займає більше часу, ніж проста онлайн-виставка.

Технології та онлайн-виставки йдуть часово однаково. Насправді технології зробили ці онлайн-виставки можливими в першу чергу. Тут обговорюються деякі з останніх поточних тенденцій в онлайн/віртуальних виставках. Сьогодні більшість складних віртуальних/цифрових виставок повністю використовують концептуальні, інструментальні та лінгвістичні інструменти, надані декількома новими технологіями, і в повній мірі використовують їхній потенціал. Деякі з популярних систем, які використовуються для розробки онлайн/віртуальних виставок, зокрема «ViEx System», «Norfolk System», «XMP-CMS» і «ARCO». Усі ці системи мають спільну рису: вони полегшують розробку кількох версій однієї виставки в різних контекстах шляхом розділення вмісту та презентації. Подібним чином на ринку доступні системи управління колекціями кураторів музеїв, зокрема «Museum System», «KE EМу», «MultiMimsy», а для невеликих музеїв — «PastPerfect». Нещодавно в галузі з'явилися системи з відкритим кодом, такі як «CollectionSpace» для музеїв, «Pachyderm» для людей з невеликим досвідом створення онлайн-виставок, «Omeka» призначена для створення колекцій спільнот і експонатів із функціями Web 2.0, «OpenCollection» призначена для роботи з великими цифровими колекціями та експонатами в музеях, архівах і

бібліотеках, «MOVIO» для користувачів культурної та туристичної інформації, «3D (відкриття та доставка цифрових колекцій)» — це виставковий інструмент для бібліотек, «Viewshare» — для створення інтерактивних карт, часові шкали, аспекти та хмари тегів у бібліотеках, «eXtensible Text Framework» (XTF) призначений для надання доступу до цифрового вмісту, «Blacklight» надає різні інформаційні дисплеї для різних типів об'єктів, «Exhibit 3.0» — це структура публікації великомасштабних даних – багаті інтерактивні веб-виставки, «Open Cobalt» призначений для створення, доступу та спільного використання віртуальних світів як у локальній мережі, так і в Інтернеті. Google відкрив лабораторію в Парижі та експериментує з 3D-сканерами, камерами надвисокої роздільної здатності та інтерактивними екранами, щоб побачити, як ці технології можуть бути корисними в музейних експозиціях і як вони можуть допомогти в покращенні онлайн-презентацій культурних артефактів. Тепер Google випускає «інструмент Open Gallery», який є набагато досконалішим, ніж існуючі системи для проектування онлайн-виставок [48].

Останні розробки в галузі онлайн-мистецтва та галерей пропонують інструменти для художників, галерей і колекцій. Kunstmatrix.com, що знаходиться в Берліні, пропонує серію 3D віртуальних виставкових кімнат, які користувачі можуть налаштувати та заповнити своїми творами мистецтва. Надається низка кураторських опцій, таких як вибір кольорів стін і оформлення кімнат, і послуга безкоштовна. Глядачі можуть легко й ефективно переміщатися між різними виставками, а інформація, яка веде користувачів і потенційних покупців, може бути виділена для художників і колективів.

Віртуальна реальність (VR) — це цифрове віртуальне середовище, схоже на реальний світ, але створене комп'ютером. Технологія VR має реальне застосування в медицині, освіті та культурній спадщині. Основною одиницею віртуальної реальності є 3D-зображення, а 3D-анімація є більш складною формою того самого і зазвичай використовується для демонстрації віртуальних об'єктів і середовища в інтерактивному режимі на ПК. VR можна розділити на два типи:

- моделювання реального середовища для навчання та навчання;
- розробка уявного середовища для гри чи інтерактивної історії.

Серед популярних продуктів для створення VR-додатків на ПК є «Bryce», «Extreme 3D», «Ray Dream Studio», «trueSpace», «3D Studio MAX» і VR. Мова моделювання віртуальної реальності (VRML) дозволяє автору визначати зображення та правила їх відображення та взаємодії за допомогою текстових мовних висловлювань. Зараз ці інструменти використовуються для розробки віртуальних виставок у бібліотеках, музеях, архівах, усіх типів промислових виставок і віртуальних виставок для маркетингу, освіти, досліджень тощо.

Нещодавно було проведено значні дослідження в області доповненої реальності (AR). AR розширює системи VR за допомогою підтримки змішування реальних і віртуальних елементів у безшовні комбіновані сцени. Поєднуючи VR з обробкою відео та технікою комп'ютерного зору, системи AR пропонують природний вигляд реальних сцен, збагачених віртуальними об'єктами. Віртуальні та AR є перспективними технологіями, які можуть мати великий вплив на багато сфер, включаючи культурну спадщину. Отже, багато музеїв створюють віртуальні виставки з «Immersive Environments». Щоб досягти того самого ефекту віртуального простору в кімнаті, потрібні такі пристрої, як великі відеоекрани (рис. 2.2.), щоб охоплювати пряме та периферійне бачення, а також тривимірний звук. Сама кімната може містити середовище, ілюзія існування в іншому просторі може бути досягнута за допомогою голографії. Подібним чином об'єкти в кімнаті можуть реагувати розширеними манерами, наприклад книга з гіперпосиланнями, що дозволяє користувачеві переміщатися в нелінійному режимі, дотримуючись вибраного потоку інформації. Як натільні VR-пристрої, так і захоплюючі середовища належать до однієї загальної категорії інтерфейсів, відомих як системи кіберпростору [58].

AR – це інтеграція цифрової інформації з живим відео або середовищем користувача в режимі реального часу. По суті, AR бере наявне зображення та

поєднує в ньому нову інформацію. Одним із перших комерційних застосувань технології AR є футбольні ігри. Програми AR написані в спеціальних програмах 3D AR, таких як «D'Fusion», «Unifye Viewer» або «FLARToolKit». Нещодавно Universal Studios під час святкування свого сторіччя випустила 15 AR назв у Великій Британії, включаючи «Парк Юрського періоду», і ще одним прикладом є «Top Gear» BBC. «Project Paperclip», виставка, яка зараз проходить у Португалії та частково доступна в Інтернеті, переносить світ доповненої реальності у фотографію. За допомогою програми для iPhone фотограф Нуно Серао створив всеосяжний досвід для всіх, хто хоче переглядати його фотографії так, як це було задумано.

AR додає графіку, звуки, тактильний відгук і запах до природного світу, як він існує. І відеоігри, і мобільні телефони є рушійною силою розвитку доповненої реальності. AR змінює наш погляд на світ. Ці покращення постійно оновлюватимуться, щоб відображати рухи нашої голови. Подібні пристрої та програми вже існують, зокрема на таких смартфонах, як iPhone. Magma використовує AR для створення ігор, розширення друкованих і медіа-кампаній за допомогою інтерактивного 3D-контенту та створення освітніх програм, які поєднують цифровий і реальний світи [65]. Завдяки мобільним AR-технологіям і додаткам музеї можуть розширити доступ до своїх ресурсів для відвідувачів за межі фізичних кордонів, щоб залучити їх до навчання на основі відкриттів.

Змішана реальність (MR) означає злиття реального та віртуального світів для створення нових середовищ і візуалізацій, де фізичні та цифрові об'єкти співіснують і взаємодіють у реальному часі. MR-середовище – це середовище, в якому об'єкти реального та віртуального світу представлені разом на одному дисплеї. Однокористувацькі MR-інтерфейси були розроблені для автоматизованого навчання, виробництва та медичної візуалізації та тепер застосовуються до віртуальних виставок. Ці додатки показали, що інтерфейси MR можуть дозволити людині взаємодіяти з реальним світом так, як ніколи раніше не було. Незважаючи на те, що методи MR виявилися цінними в

додатках для одного користувача, було менше досліджень щодо спільних додатків.

MR розроблено на основі технології VR, створює віртуальний об'єкт, який не існує в реалістичному середовищі, за допомогою технології візуалізації та технології комп'ютерних графів, а також за допомогою зондування

Технологія віртуальні об'єкти точно розміщуються в справжньому середовищі, віртуальний об'єкт і справжнє середовище об'єднуються в одне ціле за допомогою графічного пристрою відображення та створюють реальні сенсорні ефекти для нового середовища. Реальне середовище та віртуальний об'єкт у режимі реального часу накладаються на той самий екран, мікс-реальність – це інтегрований розвиток реальної реальності, VR, AR та інтерактивних медіа. Він не тільки забезпечує нові проекти теоретичних досліджень із сучасними технологіями, але й створює новий світ для розробки сучасних продуктів. Змішані реалії використовуються в Huret & Spector Gallery (Бостон), Turbulence.org і Ars Virtua (Second Life, яке є віртуальним тривимірним середовищем, у якому люди можуть взаємодіяти в режимі реального часу за допомогою віртуального себе або аватару) [67].

Сьогодні доступно декілька інструментів і технологій, які допоможуть професіоналам будь-якого рівня розробляти онлайн-виставки, оскільки їх легко освоїти та використовувати. Професіонали з бібліотек, музеїв та організацій, що охороняють культурну спадщину, повинні широко використовувати ці інструменти для поширення цінної інформації, яку вони мають у своїх сховищах. Серед іноземного досвіду, як приклад, Америці школярів заохочують до створення онлайн-виставок до Дня національної історії та інших щорічних конкурсів на обрану ними історичну тему, однак багато музеїв та інших культурних установ сильно відстають. «Electrifying America», «Polio Pioneer» і «Out of the Box», «Into the Oven» – деякі з прикладів цієї категорії.

Згідно з Міжнародним опитуванням виставок за 2013 рік, онлайн-виставки допомагають американським компаніям перетинати та збільшувати продажі, створювати впізнаваність бренду та розвивати відносини з іноземними партнерами. Таким чином, віртуальні виставки допомагають багатьом секторам, у тому числі культурним установам, тому їх використання та вплив зростає з кожним днем [66]. Це одна з багатообіцяючих технологій (рис. 2.3.), яку слід вивчати всіма секторами для різноманітних застосувань на оптимальному рівні.

## **2.2. Етапи проектування музейної експозиції та її науково-концептуальний характер**

Проектування експозиції - один із найважливіших етапів музейного проектування, що включає процес розробки документації для створення майбутньої експозиції та наступний авторський нагляд. У процесі проектування експозиції прийнято виділяти такі складові, як наукове, художнє, технічне та робоче проектування [23].

Метою музейних виставок є передача ідей шляхом представлення дослідницьких предметів. Комунікація відбувається в мистецькому середовищі через органи чуття, які є основними відчуттями і розуміються як когнітивними, так і культурними факторами. Внутрішньомузейні функції виставки стосуються практично всіх напрямків музейної діяльності – від комплектування колекцій та їх публікації до науково-просвітницької роботи. Але визначальна функція музейної виставки у тому, що вона стає інструментом неминучої модернізації основної експозиції.

Правильний дизайн експозиції важливий з різних причин. Макет експозиції має бути ретельно продуманий, щоб забезпечити максимальну видимість представлених експонатів (рис. 2. 4.). Також, експозиція має бути простою та зручною для орієнтування як для відвідувачів, так і для експонентів. Нарешті, виставка має бути привабливою та інтерактивною, щоб відвідувачі поверталися та популяризували. Серед характеристик, які слід

враховувати при проектуванні експозиції, є розташування, стиль, тема і колірна схема (рис. 2.5.).

Пропозиція щодо виставки або *бриф* — це основний документ, який допомагає сформулювати ідею для виставки. Цей документ можна використовувати як основу для спілкування та прийняття рішень щодо виставки, а також, як основу для створення документації на гранти, конкурси, фестивалі та фандрайзинг для фінансування. Необхідно визначити тему, на якій може базуватися презентація об'єктів та історій. Широкими темами можуть бути зміни, місце, впливи, функції, стать, час, соціально-політичні чи екологічні питання.

*Перший етап* формування музейної експозиції має науково-концептуальний характер. Дирекція та відповідальні експерти музею на цьому етапі генерують ідеї щодо вигляду та змісту майбутньої експозиції, особливостей її компоновання і розміщення. Ідеї формуються в цілісну концепцію, і вже у руслі цієї концепції триває науковий пошук та здійснюються додаткові експертні дослідження, аналізується власний музейний фонд та ведуться переговори із спорідненими музейними інституціями.

Проектування експозиції відбувається за трьома напрямками: науковим, художнім та технічним.

У науковій концепції експозиції формуються тема і провідна ідея експозиції, мета і методи досягнення її, вимоги до архітектурно-художнього вирішення й експозиційного устаткування, визначається місце задуманої експозиції в системі експозицій музею. Після схвалення наукової концепції чи одночасно з нею розробляється художня концепція (рис. 2. 6. ).

В архітектурно-художній концепції експозиції полягає провідна художня ідея, палітра художніх образів, в яких повинна втілитися наукова концепція. Визначається модель просторової побудови експозиції, задаються тонально-колірні й дизайнерські рішення. Обов'язковим є аналіз приміщення майбутньої експозиції, особливо якщо це пам'ятка архітектури (рис.2.7.).



Експозиціонер визначає майбутнього відвідувача – адресата експозиції (споживача), формулює основні засади та обирає відповідні методи побудови експозиції. Обов'язковим є докладне вивчення приміщення майбутньої експозиції, особливо якщо це пам'ятка архітектури [74]. Загалом намічається тематична структура, що визначає послідовність експозиційних тем і маршрут, відбираються провідні експонати або комплекси. В результаті формулюються вимоги до архітектурно-художнього рішення рис, обладнання, намічається створення діорам, аудіовізуальних систем тощо. Експозиціонер визначає місце задуманої експозиції у системі експозицій простору та серед експозицій музеїв аналогічного профілю (рис. 2. 8.).

У традиційному проектуванні створення мистецького проекту впливає із наукового. Тому після (або, рідше, одночасно, коли експозиціонери та художники працюють разом) створення наукової концепції розробляється архітектурно-мистецька концепція – основна художня ідея, художній образ, який має втілитись наукова концепція.

Етап підбору експонатів важливий у плані дотримання принципів атракційності й репрезентативності предметів, що обираються з фондосховища для експонування. Визначається просторова побудова експозиції, основне колірне рішення, провідні експонати у залах. В результаті роботи художника створюється низка ескізів чи макет (рис 2.9.).

Науковими співробітниками-експозиціонерами розробляється «розширена тематична структура» - документ, що містить найменування і послідовність розділів і тих експозиції, а художниками - «експозиційний проект». У цих документах наукове та художнє рішення окремих тем деталізується та реалізується у формі проекту на рівні експозиційних комплексів.

Технічне оформлення експозиції передбачає розробку проектів сучасного експозиційного устаткування та технічних засобів (підсвітка, світлолюмінація, звукові ефекти тощо). Сучасний рівень розвитку технічних

засобів є важливим чинником сприйняття експозиції, дає змогу впливати на емоційну сферу відвідувачів.

*Другий етап* діяльності музейних працівників – це розробка тематично-експозиційних планів, найскладніший, найпредметніший та найтриваліший у часі етап формування експозиції (рис. 2.10.).

Тематико-експозиційний план (ТЕП), один з основних документів наукового проектування експозиції, що визначає склад та основні характеристики (атрибуцію, розміри, інвентарні номери, шифри зберігання тощо) експозиційних матеріалів, їх розподіл та угруповання за темами, підтемами, експозиційними комплексами, а також основні тексти до музейної експозиції. У тематико-експозиційний план, також, можуть включатись у вигляді додатків, тексти великого обсягу, вказівки для створення репродукцій музейних предметів (об'єктів) та науково-допоміжні матеріали, документація щодо використання технічних засобів в експозиції тощо [72]. ТЕП створюється, як правило, на завершальному етапі наукового проектування відповідно до наукової концепції експозиції та може коригуватися після здійснення пробної експозиції (розкладки).

У практиці української музейної справи історично склалися уніфіковані вимоги щодо побудови тематично-експозиційних планів. Такий план оформляється як таблиця й повинен мати такі обов'язкові розділи:

- зміст експозиції (подається вступне обґрунтування та перелік назв розділів, тем і підтем спроектованої експозиції).
- перелік експонатів (входять назви експонатів й інвентарні відомості про них).
- місцезнаходження експонатів в експозиції (подається «прив'язка» індивідуальних шифрів експонатів до загальної нумерації експозиційних залів і стендів).
- примітки (додаткові відомості та пояснення).

Загалом тематико-експозиційний план містить вичерпний опис майбутньої експозиції із зазначенням її мети, завдань, послідовним переліком

тем, підтем, комплексів і груп пам'яток, каталожним переліком затверджених експонатів.

На другому етапі наукового проектування, на основі *тематико-структурного плану* та відібраного експозиційного матеріалу, проводиться складання основного документа, що завершує процес наукового проектування – тематико-експозиційний план [76]. Цей план є творчою дослідницькою працею, в якому відповідно до тематики особливо виділяються експозиційні комплекси, що складаються з конкретних музейних експонатів з усіма властивими їм науковими характеристиками. ТЕП включає наступні пункти:

- найменування розділів, тем, подій, комплексів;
- провідні тексти та анотації; переліки експозиційних матеріалів, що входять до комплексу;
- відомості про характер експозиційних матеріалів (оригінал, відтворення) та їх розміри; розташування місць зберігання матеріалів та їх шифру;
- примітки щодо художнього проектування експозиції.

У результаті створюється електронний варіант експозиції (рис.2. 11.), що враховує всі вимоги до тематичної структури та музейного дизайну. Перед остаточним оформленням тематико-експозиційного плану нерідко здійснюється так звана «пробна» експозиція, або розкладка. Вона полягає в тому, що призначені для експонування матеріали розкладаються, розвішуються, розставляються в заданому просторі відповідно до структури. Це дозволяє з'ясувати зорову сумісність експонатів, уточнити композицію комплексу, оптимальне навантаження стін, вітрин. В даний час широко впроваджено в музейну практику комп'ютерне моделювання експозиційних комплексів.

Сучасний тематико-експозиційний план мистецького простору часто супроводжує сценарій, текстове оформлення змісту експозиції з посиленням емоційним впливом на відвідувачів. Доцільним вважається застосування

сценарію при проектуванні експозицій з нетрадиційною тематикою, а також особливо у дитячих музеях.

Сценарій експозиції (СЕ), вид проектного документа, що представляє експозиційний задум у вигляді сюжетної схеми, що сполучає наукову концепцію з музейною експозицією. Автори СЕ інтерпретують наукову ідею, створюючи твір експозиційної драматургії, яку реалізує митець у формах візуального мистецтва та дизайну. Сценарне проектування – творчий процес, що є складним синтезом діяльності [78]. СЕ не є обов'язковим елементом проектування експозиції, застосовується, як правило, для вирішення складних та специфічних завдань у презентації та актуалізації спадщини.

Створення музейної експозиції – складний дослідницький, творчий та виробничо-технічний процес, який вимагає спільних зусиль наукових співробітників, художників, дизайнерів, музейних освітян, інженерів. У зв'язку з цим, складовими частинами проектування експозиції є:

- наукове проектування, під час якого розробляються основні ідеї експозиції та її конкретний зміст;
- художнє проектування, покликане забезпечити образне, візуальне та інформаційне розкриття основної теми експозиції;
- технічне та робоче проектування, що фіксує місце кожного експонату, тексту та технічних засобів.

Такий порядок проектування експозиції було зафіксовано у 1970-1980-ті роки у нормативних документах, музеєзнавчій літературі. Проте вже давно ніхто не ставиться до цього порядку як до догми.

Існують відмінності у стратегіях проектування та реалізації тимчасової та постійної експозиції. Виходячи з визначень, постійні та тимчасові експозиції покликані вирішувати різні завдання, тому мобільність виставок дозволяє оперативно відповідати на запити, що виникають у суспільстві, вводити в науковий обіг матеріали досліджень та знайомити з ними відвідувачів. Їх обмеженість у темі та часі експонування передбачає, що

музейні предмети повинні мати великі атрактивні властивості. Тимчасова виставка як правило активніша, що підвищує її атрактивні якості так само за допомогою обладнання, світло колір звук та інші інструменти.

Як правило, відбувається просторовий поділ постійної та тимчасової експозиції. Різниця між постійною колекцією та тимчасовою виставкою, так само може бути виражена в музейній архітектурі.

Якщо основна експозиція музею, як правило, не може не враховувати інтереси масового глядача, то у виставковій діяльності створюються шедеври, доступні розуміння небагатьма. Можливо, вихід слід шукати у багат шаровості, багатозначності експозиційних образів, у яких кожен відвідувач зможе прочитати своє. Синтетичність сучасних експозицій, театралізація, наявність сюжету та драматургії у побудові образу, де експонат дедалі більше виявляється включений у складні смислові взаємозв'язки, звернення до сучасних засобів експозиції сьогодні.

Доволі відповідальною частиною роботи на даному етапі є складання пояснювальних текстів. Адже для пересічного відвідувача більшість експонатів, позбавлених відповідних супровідних пояснень «німі», а отже, привертатимуть до себе набагато менше уваги.

При складанні текстового супроводу експозиції важливо здивувати глядача, зацікавити його маловідомими фактами, пробудити в ньому інтерес першовідкривача.

Пояснювальні тексти експозиції прийнято поділяти на дві складові, як провідні тексти, або експлікації (від лат. – «пояснювати»). Ці тексти містять основні характеристики та пояснення збірки пам'яток, представлених у тому чи іншому залі музею. Їхня мета – ввести відвідувача у відповідну епоху, роз'яснити її особливості, пояснити, що об'єднує зібрані в одному залі експонати. Тексти-експлікації зазвичай обсягом не перевищують одного аркуша друкованого тексту, вони вкладаються у рамки і вивішуються на початку кожного експозиційного залу чи тематичної групи пам'яток. Також, є

етикетаж – це короткі підписи під кожним експонатом та над кожним стендом. Виділяють етикетаж анотаційний, це підписи до експонатів із зазначенням їх назви, часу створення чи появи, автора, матеріалу, походження тощо, номенклатурний етикетаж, це заголовки стендів, назви розділів і тем та орієнтувальний - покажчики порядку огляду експонатів, таблиці й маршрути залів.

Завершальним *третім етапом* формування експозиції є її монтаж. Іноді на цьому етапі необхідно робити оперативні зміни у попередні плани та ескізи, бо лише під час безпосереднього розміщення у виставкових залах нової експозиції та компонування її окремих стендів і тематичних розділів є змога зауважити певні недоліки проектування й вносити відповідні корективи.

На основі монтажних листів провадиться виготовлення необхідного обладнання, кріплень, планшетів для анотацій [77]. І здійснюється монтаж експозиції. Для уточнення та корекції можливих помилок перед остаточним монтажем у більшості випадків музеями проводиться розкладка – попереднє розміщення експонатів відповідно до монтажних листів, у процесі розкладки перевіряється візуальна сумісність експонатів та загальне враження від експозиції. Технічне та робоче проектування складається із розробки проектів експозиційного обладнання, технічних засобів.

Монтажне (технічне) проектування експозиції полягає в розробці групою музейних працівників (науковцями, дизайнерами, інженерами, мистецтвознавцями) комплексу документації, необхідної для виготовлення і збирання експозиційного устаткування, науково-допоміжних матеріалів, освітлювальної апаратури і технічних засобів.

Монтажний проект включає цілу низку документів: світлотехнічний проект, креслення, за яким виготовляються окремі деталі устаткування, складальні креслення, за якими здійснюється монтаж устаткування, монтажні аркуші – креслення ділянок експозиційної поверхні з точною вказівкою розташування експозиційних матеріалів, шаблони – монтажні аркуші, виконані в масштабі 1:1, документи з облаштування систем опалення,

вентиляції, охоронної і пожежної сигналізації, ескізи макетів, діорам, монументально-декоративних елементів оформлення й інших допоміжних матеріалів. Спеціальна технічна документація розробляється на всі системи технічних засобів, що застосовуються в експозиції: звуковідтворюючі засоби, галографію, поліекрани, діапроектори. У сучасних музеях ці засоби поєднуються єдиною автоматичною системою управління для аудіовізуального супроводу показу експозиції відвідувачам.

На основі монтажних аркушів та шаблонів виготовляється необхідне устаткування, кріплення, планшети для анотацій тощо і здійснюється монтаж експозиції. Для уточнення і корекції можливих помилок перед остаточним монтажем багато музеїв проводять розкладку – попереднє розміщення експонатів відповідно до монтажних аркушів, у процесі якої перевіряється візуальна сумісність експонатів і загальне враження від експозиції, уточнюється тематико-експозиційний план.

Насправді монтаж експозиції – процес доволі складний і дискусійний, адже важливо так взаєморозташувати групи пам'яток, щоб підкреслити головні акценти експозиції, передбачити, в яких саме залах очікуватимуться максимальні скупчення зацікавлених екскурсантів, а в яких плинність екскурсійного потоку буде стандартною. Не менш важливо дотриматися принципів гармонійності при монтажі експозиційних стендів та залів, враховувати їх масштабні співвідношення, фактурні особливості й кольорову гаму. І безумовно, у процесі монтажу експозиції, враховується міра вразливості експонатів до дії прямого сонячного світла, фотоспалахів, найменших температурних коливань у періоди скупчень туристів. Для захисту таких вразливих предметів використовують спеціальні технічні засоби захисту, а в окремих випадках, взагалі замінюють оригінал пам'ятки на її точну копію.

Побудова експозицій сучасних музеїв ведеться за двома основними проектними схемами:

- лінійна схема – передбачає послідовне поздовжнє представлення горизонтальними рядами пам'яток і стендів у залах, що переходять одна в одну (рис. 2.12; 2.13 );

- комплексна схема – передбачає повне відтворення первісного середовища, де експозиційну цінність становить буквально все, що оточує відвідувача. За такою проектною схемою відтворюються інтер'єри гробниць, мавзолеїв, прадавніх храмів, осель, меморіальних кабінетів, природного ландшафту тощо.

Для оптимального компонування експозиційних матеріалів у тематичних чи ансамблевих комплексах науковий співробітник разом з художником вибирає експозиційні прийоми, тобто способи групування експозиційних матеріалів.

Існують такі найпоширеніші експозиційні прийоми:

- виділення експозиційних центрів і експонатів, що мають максимальне сенсове й образне навантаження;
- розрядка шляхом створення ділянок порожнього простору навколо найважливіших експонатів з метою акцентування на них уваги;
- виявлення логічних, образно-естетичних та сприйняттєво-візуальних зв'язків між предметами;
- зіставлення або протиставлення (прийом контрастного показу);
- об'ємний показ однотипних предметів, сконцентрованих на невеликій площі;
- розташування експонатів, котрі вимагають розгляду з близької відстані, у межах найзручнішого для огляду експозиційного поясу – вздовж смуги вертикальної поверхні експозиційного приміщення на рівні від 70–80 см (нижня межа) до 200–220 см (верхня межа) від підлоги;
- виділення першого і другого планів, а також створення схованого плану експозиції в турнікетах, касетних стендах тощо;



- застосування дзеркал, луп, обертових подіумів та інших технічних засобів.

Важливим при оформленні виставки, на третьому етапі проектування експозиції, є *макет і дизайн*. Послідовний загальний вигляд об'єднає виставку та допоможе відвідувачам зосередитися на змісті. Можливо, варто вибрати ключове зображення для використання на титульній стіні чи вступній панелі, а також для запрошення, буклету та реклами. Важливо продумати як можна «створити сцену» або представити виставку. Кольорова стіна або вступне панно можуть допомогти залучити відвідувачів і зорієнтувати їх у виставковому просторі.

Щоб спланувати макет для виставки, варто згрупувати елементи виставки як за значенням, так і за візуальною привабливістю [80]. Розглянути потік відвідувачів – чи є логічний порядок показу чи люди можуть вільно блукати. Це все впливає на загальне сприйняття змісту виставки та основної думки. Варто зазначити, якщо плануються комерційні угоди по результату відвідування виставки, вдалий та продуманий макет і оформлення беззаперечно вплинуть і на попит.

Варіативним є наявність цифрових зображень на виставках, можливість передрукувати фотографії, відобразити їх у збільшених розмірах або включити на етикетки виставок. Вони можуть бути з приватної або власної колекції, або зібрані цифрові зображення від інших організацій та окремих осіб. Для цілей друку зображення повинні мати високу роздільну здатність, щонайменше 300-600 dpi, і в ідеалі принаймні 1-2 МБ.

Рекомендується зробити макет виставки перед монтувальними роботами. Перш ніж зробити остаточний вибір предметів, вам може знадобитися провести додаткові дослідження щодо предметів і знайти додаткові предмети, зображення чи історії. Приблизне розроблення макета виставки допоможе побачити, скільки матеріалу ви можете виставити, і визначити, де вам потрібно буде вилучити експонати чи будь-які прогалини, які потрібно вирішити. Спершу зробити макет виставки безпечнішим для

предметів колекції, оскільки під час встановлення менше поспіху з предметами.

Якщо у вас є предмети під рукою, ви можете розкласти їх групами в робочій кімнаті, щоб залишити стільки ж місця, скільки у шафі. Для зображень у рамці спробуйте вирівняти їх біля стіни, щоб перевірити, як вони виглядають разом.

Якщо у вас є лише цифрові зображення експонатів виставки, ви можете згрупувати їх разом і масштабувати, щоб можна було пограти з макетом, використовуючи програми для обробки тексту чи дизайну.

З точки зору облаштування простору, прості планування можна розробити за допомогою креслення простору в масштабі. Існують також програми, які можуть допомогти спроектувати план поверху або всі елементи виставки.

#### Шафи, плінтуси, тумби та перегородки

- має бути стійким, охайним і чистим і підходити до об'єктів, що демонструються;
- може бути хорошим способом впливу на трафік людей;
- повинен бути захищений від комах і гризунів і освітлений, щоб експонати не залишали тінь;
- підкладка футляра може бути тканинною, але уникати вовни;
- для фарбування використовуються фарби на водній основі;
- велика вага в основі плінтуса може гарантувати, що він буде балансуючим;
- майлар (інертний пластик) можна розрізати до потрібного розміру, щоб створити бар'єр під чутливими експонатами, щоб захистити їх від перенесення барвників або інших пошкоджень тканиною чи пофарбованими поверхнями.

Щодо кріплень предметів до стіни, краще уникати розміщення елементів або тексту на відстані менше 90 см або більше 200 см від рівня підлоги. Багато

галереї встановлюють «рівень очей» для розвішування картин на висоті 155 см над рівнем підлоги.

Легкі малюнки, діаграми тощо можна прикріпити до стін за допомогою липких застібок. Картини мають висіти на D-кільцях, прикріплених до двох міцних гачків для картин, міцно закріплених на стіні, або на двох дротах, підвішених до рейки для картин.

У випадку об'єктних кріплень, для деяких предметів знадобляться опорні кріплення (наприклад, колиски для книг). Підняття вибраних предметів також може підкреслити їх і створити більший візуальний інтерес, особливо якщо всередині виставкової шафи є багато незаповненого вертикального простору. Кріплення об'єктів може включати:

- стояки з плексигласу (рис. 2.14.);
- підставки, виготовлені на замовлення, виготовлені з безкислотної дошки, з безкислотою стрічкою або гарячим клеєм;
- пофарбовані або обгорнуті тканиною дерев'яні блоки;
- предмети можна закріпити за допомогою дроту, обмотаного силіконовою трубкою, або музейним воском (наприклад, на дні вази);

Як правило, інформація про виставку розбита на невеликі частини, щоб її було легко простежити. Кожен предмет має бути чітко ідентифікований за допомогою етикетки.

- текст етикетки повинен бути дуже лаконічним;
- цитати від першої особи мають місце бути, тому що привертають значну увагу глядача;
- уникати жаргону, непояснених фахових або скорочених термінів;
- висловлювання має бути простою коректною мовою.

Текстові шари можуть містити:

- Титульна панель – назва виставки, може бути щось помітне, супроводжуване фактичним описом, наприклад Firebrands, WWI Anti-

Conscriptionists in Marlborough. Заголовок задає тон словами, кольором і шрифтом, приблизно 400 пунктів (10 см у висоту).

- Вступна панель – інтригує та окреслює суть виставки, приблизно 200 пунктів (5 см у висоту), 50-150 слів.

- Тематичні текстові панелі – історія або контекст для частини виставки, приблизно 36 пунктів (1 см заввишки) 50-150 слів.

- Розширені мітки – представляють історію/контекст для виділених елементів, а також пояснюють, що таке елемент, приблизно 24 пунктів, 50-100 слів.

- Мітки об'єктів – пояснює, що таке конкретний предмет і коли він був виготовлений, приблизно 18-22 пунктів, 15-25 слів.

Малі дисплеї можуть поєднувати деякі з перших двох або трьох типів панелей. Наприклад, заголовок і вступ або окрема вступна панель, потім безпосередньо до розширених міток і міток об'єктів.

Також необхідно продумати, чи потрібна панель підтвердження, інструкції для інтерактивних елементів або загальні покажчики (наприклад, аварійні виходи/не торкайтеся), оскільки вони також є частиною загального вигляду.

Етикетки мають використовувати чіткий шрифт без засічок, наприклад Helvetica, Geneva або Arial, із розміром шрифту не менше 18-22 пунктів. 12-пунктовий текст є звичайним для письмових документів, але занадто малий для виставкового середовища. Збільшений інтервал між рядками може полегшити читання тексту. Чорний текст на білому фоні є найбільш читабельним для більшості людей.

Дизайнери можуть швидко створити якісні етикетки. Якщо немає доступу до професійного дизайнера, можна створити власні шаблони написів у Word. Встановіть рамку з блідо-сірою лінією як орієнтир для різання та встановіть великі поля. Назва об'єкта повинна бути виділена жирним шрифтом. Стандартний розмір базової етикетки для окремого товару

становить приблизно 15 см завширшки та принаймні 10 см заввишки з полями 1,5 см або більше.

Розміщуються етикетки в узгоджених місцях, де це можливо, наприклад, праворуч від предмета, нижній край на відстані одного метра від рівня підлоги. Невеликі групи предметів можуть бути описані на одній етикетці. Щоб легко було з першого погляду побачити, яка мітка поєднується з яким предметом, можна використовувати числа або візуальні підказки, як зображення або контури форм предметів.

Цифровий виставковий контент, як фільми, аудіозаписи, аудіотури, інтерактивні веб-сайти чи програми, може додати експозиції додаткової глибини та інтерактивності, і не потребує певних витрат для включення. Виробництво цифрового контенту необхідно розглядати та планувати так само, як і інший демонстраційний контент, і передача ключових повідомлень виставки має бути першочерговою. Програми для редагування, які зазвичай використовуються, включають «Audacity» для звуку, «iMovie» або «Adobe Premiere» або «Final Cut Pro» є поширеними інструментами для редагування відео. Серію зображень можна зациклювати, наприклад, за допомогою «PowerPoint».

Якщо музей або галерея надають апаратне забезпечення для перегляду цифрового контенту, наприклад, телевізійний монітор, знадобляться кадри для вмикання та вимкнення пристроїв, усунення несправностей у роботі та обслуговування обладнання протягом виставки.

Важливою складовою організації експозиції є освітлення. Планується освітлення на ранній стадії розробки виставки, оскільки воно має величезне значення для експозицій і часто залишається на останню хвилину, дизайнер зі світла може бути корисним для великих проектів. Роботи, які висять на стінах, завжди найкраще освітлювати під кутом, розташовуючи прожектори так, щоб вони охоплювали декілька експонатів (рис. 2.15.).

Жоден експонат не можна розміщувати під прямими сонячними променями в будь-який час доби, це особливо важливо для тканин, картин,

малюнків, гравюр або оригінальних фотографій. Будь-які вікна поблизу експонатів повинні бути закриті або оснащені УФ-фільтрами на час виставки.

При розробці концепції, працюючи в групі та створюючи виставку, доцільно почати планувати кінцевий продукт заздалегідь. Публікація досліджень може приймати різні форми. Кінцевий продукт може варіюватися від виставки у школі, галереї чи громадському центрі до двосторінкового друкованого звіту чи веб-сайту, кожен проект матиме власну індивідуальність.

Планування виставки також включає визначення того, кому було б цікаво відвідати виставку (аудиторія) і що можна отримати від цього досвіду (ключові повідомлення).

### **2.3. Принципи проектування музейної експозиції**

Принципами проектування експозиції є науковість, предметність, комунікативність. З особливостей музейної експозиції виходять основні засади її побудови.

Принцип *науковості* зберігає визначальну роль при побудові більшості музейних експозицій. Він виявляється вже в попередній науковій обробці кожного музейного предмета, що міститься в експозицію, науковому дослідженні теми, втіленому в концепції експозиції [29]. Музеезнавці та музейні працівники висунули на перший план принцип наукової об'єктивності. Він не виключає вираження в експозиції авторської позиції, але вимагає від експозиціонера чесності і неупередженості при інтерпретації процесів, що відбувалися і відбуваються в природі та суспільстві. Найяскравіше цей принцип втілюється у численних сьогодні проблемних «експозиціях-диспутах», де питання ставиться, але залишається відкритим, завдяки чому відкривається простір думки відвідувача.

Принцип *предметності*, тобто опори або справжні музейні предмети. Іноді може здатися, що він втрачає в теорії та практиці сучасної музейної справи свій всеосяжний та обов'язковий характер: існують численні експозиції, побудовані як колажі, інсталяції, натюрморти без участі музейних

предметів або з мінімальним використанням останніх. Відхід з експозиції музейного предмета, оригіналу може призвести до втрати музейної специфіки, розмивання самого поняття «музей».

Третій принцип щодо будови експозиції – *комунікативність*. Побудова експозиції має бути орієнтована на сприйняття різними групами відвідувачів. Це означає не усередненість, не розрахунок на середнього реципієнта. Багат шаровість експозиції, побудова її таким чином, щоб у ній зміг знайти для себе цікаве і важливе як цікавий, що ненадовго зайшов у музеї, так і фахівець, серйозно займаю проблемою, - найбільш перспективний шлях.

Однак під принципами побудови експозиції музеєзнавці розуміють також конкретніші принципи, що обумовлюють угруповання та інтерпретацію експозиційних матеріалів, структуру та основні членування експозиції [46]. У «Словнику музейних термінів» виділено три такі принципи.

*Історико-хронологічний принцип* передбачає угруповання експозиційних матеріалів відповідно до прийнятої в науці хронології. Оскільки будь-який музей

по сутності є історичним, тому й застосування цього принципу не обмежується музеями історичного профілю.

*Комплексно-тематичний принцип* передбачає організацію експозиційних матеріалів різних типів, пов'язаних єдністю теми, у формі тематико-експозиційних комплексів. Сьогодні це один із найчастіше використовуваних принципів побудови.

*Проблемний принцип* передбачає угруповання експонатів відповідно до поставленої в процесі наукового проектування проблеми.

Важливими є також методи проектування, а саме: системний, ансамблевий, тематичний, музейно-образний, образно-сюжетний методи. Сьогодні важко говорити про переважання того чи іншого методу, оскільки використовується найширший спектр експозиційних засобів. Метод неможливо визначити, не визначивши аудиторію, не вивчивши досконало

зміст, збереження колекцій, потенційні можливості їх комплектування, не проаналізувавши нерухомі пам'ятки .

*Систематичний* метод побудови експозиції склався ще у XIX ст. Експозиція будується відповідно до класифікаційної системи конкретної наукової дисципліни чи галузі виробництва. У її основі - системний, типологічний ряд музейних предметів, що відбивають еволюційні процеси у природі та людської діяльності. Сьогодні трохи знайдеться музеїв, які б не використовували систематичний метод у тій чи іншій формі своєї експозиційної діяльності. Виставки, експедиційні та фондіві колекції, значна частина постійних експозицій геологічних, зоологічних та інших природничо-наукових музеїв, експозиції наукових, в тому числі вузівських музеїв вишиковуються в систематичні ряди. Експозиції «відкритого зберігання фондів», що все частіше зустрічаються в музеях, засновані в більшості випадків на принципі систематики.

*Ансамблева* експозиція зберігає або реконструює на документальній основі реальну обстановку життя конкретної людини або типу для соціального прошарку певної епохи. У її основі - життєвий, природний, експозиційний комплекс, у якому експонати перебувають у середовищі свого побутування, зберігаючи зв'язки, що існували між ними.

Розвиток у другій половині XIX ст. Етнографічні музеї поновили ансамблевий метод побудови експозицій. Розвиток ансамблевої експозиції набув потужного імпульсу наприкінці XIX - початку XX ст. у зв'язку зі групи меморіальних будинків-музеїв [52]. Саме з цього моменту історії музейної справи виникає проблема співвідношення пам'ятки архітектури, перетвореної на музей, та експозиції в ній.

*Тематична* експозиція присвячена розкриттю певної тематики, сюжету, проблеми, створенню музейного образу подій, що відображаються, або явищ. В її основі – тематико-експозиційний комплекс, група пов'язаних за змістом або окремими ознаками предметів, що становлять зорову та сенсову єдність, що розкривають певний сюжет, тему.



У 1920-ті роки відбувається становлення *тематичного* (ілюстративного) методу, а також, тематико-експозиційного комплексу, як основної структурної одиниці тематичної експозиції. Це становлення відбувалося передусім у нових історико-революційних музеях. З кінця 1920-х років на виставках, що створюються до історичних дат, починає переважати новий метод побудови. Ці виставки були покликані, насамперед, виконувати освітню та пропагандистську функцію. Для таких виставок не обов'язковою була демонстрація оригіналів, вони замінювалися копіями, ілюстраціями, схемами, картами, таблицями, діаграмами тощо. «Зворотний хід» при побудові експозиції - немає від справжніх музейних предметів, як від заданої теми, до якої підбираються експонати, визначальний ознака цього.

Тематичний, або ілюстративний, метод досі один із найпоширеніших при створенні краєзнавчих, історичних, природничо-наукових експозицій.

Наповнення тематичного комплексу образністю, емоційністю веде до трансформації їх у музейно-образний метод, кордон між ними надзвичайно тонкий, як і між музейно-образним та образно-сюжетним методами, а в більшості сучасних експозицій переважає поєднання різних методів.

Основою образності експозиції в оптимальному варіанті має стати сам підбір та подальше угруповання експонатів. За наявності виразних музейних предметів, образ можна створити практично без використання допоміжних засобів. Але за недостатньої аттрактивності експонатів задля досягнення необхідної сили емоційного впливу такі засоби необхідні. Ними стають науково-допоміжні матеріали, обладнання, спеціально створені художником твори пластичного мистецтва. Нерідко саме обладнання перетворюється у витвір пластичного мистецтва, надзвичайно важливу роль починають грати колір і світло, підключаються також аудіовізуальні системи.

Образно-сюжетний та художньо-міфологічний методи наймолодші із експозиційних методів. Саме цей метод виводить експозицію на рівень самостійного виду мистецтва, що синтезує елементи архітектури, живопису, дизайну, театру, драматургії тощо [52]. Особлива роль драматичного сюжету,

послідовної зміни образів, художньо організованих у вигляді встановлення з-поміж них деяких просторово-часових відношень. На сьогоднішній день створено чимало яскравих концепцій та сценаріїв образно-сюжетних експозицій, але здійснено лише небагато.

## Висновки до розділу II

Музеї та галереї це установи, які опікуються колекціями артефактів та інших об'єктів наукового, мистецького чи історичного значення. Багато музеїв зробили ці колекції доступними для загального огляду через виставки, які можуть бути постійними, тимчасовими або пересувними. Артефакти на виставці роблять доступною інформацію про інші культури, мистецтво, часи і можуть допомогти зрозуміти культуру та історію. Виставки організовані навколо теми, ідеї чи питання, вони можуть бути організовані хронологічно, тематично або географічно. Вони також можуть бути організовані за типом експонованого об'єкта, як картини, скульптури, текстиль або фотографії. Експонати покликані зацікавити глядача різними способами. Текстові панелі або аудіозаписи можуть надавати інформацію про об'єкти, що демонструються. Інтерактивні елементи можуть дозволити глядачеві маніпулювати експонатом або експериментувати з ним. А в деяких випадках виставка може спонукати до роздумів чи емоцій.

У більшості музеїв експонати регулярно оновлюються, намагаючись залучити нових відвідувачів і згадати вже існуючих.

Музей містить велику колекцію творів мистецтва, тоді як художня галерея демонструє твори, які спочатку належали художнику. Натомість деякі експоновані роботи взагалі не з музейної колекції.

Перш за все, лінійну експозицію слід сконструювати так, щоб відвідувачі могли легко переміщатися між розділами. Друга перевага острівної виставки полягає в тому, що вона дає відвідувачам великий контроль над тим, що вони бачать. Остаточна перевага експонатів півострова полягає в тому, що вони дозволяють відвідувачам взаємодіяти з продуктами, які вони бачать. Розробляючи дизайн виставки, важливо враховувати тип події, яку ви проводите. Торгова виставка зазвичай має коротшу тривалість і зосереджена на певній галузі. При виборі дизайну виставки необхідно враховувати кілька аспектів.

Згідно з триступневим порядком проектування експозиції, що склався в музейній справі, якому і сьогодні слідує більшість музеїв, процес створення експозиції починається з концепції. Насамперед експозиціонер формулює та обґрунтовує тему експозиції. На цій основі має бути створена наукова концепція експозиції, що визначає цілі експозиції, що створюється, і методи і концепції досягнення цих цілей. Наукова концепція експозиції - перший і визначальний етап проектування. Концепція є результатом наукової роботи авторського колективу з заявленої теми та дослідження джерельної бази, тобто матеріалів, що зберігаються у фондах мистецької установи, музею та інших сховищах. Її формування завжди спирається на аналіз ступеня наукової розробленості запропонованої теми та вивчення складу колекцій музею, з чого зростає уявлення про шляхи створення плану комплектування та теоретичного осмислення цієї теми. Не менш важливо приділити увагу коректному монтуванню виставки, так як це впливає на загальне враження, сприйняття виставки та її інформативність для глядача.

Також, важливим є базове розуміння інструментів і ключових технологій, доступних на ринку, і того, як вони можуть допомогти у розробці складних виставок та онлайн-виставок, а також підвищити їхню якість для зустрічі з нинішнім поколінням користувачів. Неможливо оминати увагою і тенденції дизайну та розвитку онлайн-виставок у світі, разом з аналізом вимог користувачів, необхідних для проектування будь-якої системи задіяної для розробки онлайн-виставки. Відповідно, у другому розділі роботи було проаналізовано актуальні методи принципи та концепції, які використовуються для реалізації виставки, виявлено недоліки вищезгаданого у контексті сучасного музею та актуальних потреб відвідувача.

## РОЗДІЛ III

### ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ І ТЕНДЕНЦІЇ В ЕКСПОЗИЦІЙНІЙ РОБОТІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ФОРМ ВЗАЄМОДІЇ МИСТЕЦЬКОГО СЕРЕДОВИЩА З ГЛЯДАЧЕМ

#### 3.1. Інформаційні технології у музейній роботі

Інформаційні технології широко використовуються нині у всіх сферах діяльності музею (обліково-фондової, наукової, експозиційно-виставкової, реставраційної, видавничої).

Сучасні цифрові технології під час роботи з колекціями дозволяють уникнути багаторазового дублювання однакової інформації, спотворення інформації, складність внесення змін, неефективний пошук, малу доступність для користувачів, складність здійснення міжмузейного обміну колекціями, складність інтеграції [79]. Перелічені вище недоліки принципово непереборні у межах традиційної технології, що склалася ще наприкінці ХІХ ст. і що базується на засадах німецької школи, тобто, на ручній обробці паперових документів – книг, журналів, карток тощо.

Основною метою використання цифровізації у музеї є вдосконалення управління діяльністю музею. Автори книги «Менеджмент у музейній справі» Лорд Беррі та Лорд Гейл Д. виділяють два напрями управлінської діяльності: управління колекціями (фондами) та управління програмами, адресованими публіці.

Якщо інтерпретувати запропонований авторами підхід з позиції використання цифровізації для реалізації функцій управління, можна виділити дві тенденції, що виявилися в процесі інформатизації діяльності музею:

- інформатизація сервісних функцій музею, а саме створення та впровадження автоматизованих інформаційних систем (АІС) для вдосконалення діяльності музею, пов'язаної з вирішенням «внутрішніх» завдань музею (облік, фондова робота, реставрація та ін.);
- інформатизація ресурсних функцій музею, тобто створення та подання у відкритому інформаційному просторі електронних публікацій (ЕП)

про музей, його діяльність та його колекції, та організація вільного доступу до інформації в цьому просторі.

Автоматизована інформаційна система у сучасному музеї – це складний людино-машинний комплекс. АІС, що розробляється для музею, повинна охоплювати як адміністративно-господарську, так і основну діяльність, пов'язану з колекціями та експозиціями [75].

Для автоматизації адміністративно-господарських завдань, які вирішуються у таких підрозділах музею, як адміністративні служби, секретаріат, бухгалтерія, відділ кадрів, складські служби тощо, спеціалізовані фірми пропонують досить широкий вибір типових програм (наприклад, програмні комплекси «1С», «Вітрило»).

Для автоматизації діяльності, пов'язаної з обробкою даних про колекції музею, тобто АІС, автономна ідентифікаційна система, рідко є основою в роботі вітчизняних музеїв. Використання даної системи значно покращує ефективність діяльності мистецьких установ. У світі застосовуються типові проекти АІС, що адаптуються до конкретного музею - система «КАМІС», «НІКА-Музей», «АІС-Музей». Завдяки АІС у музеях створюються бази даних (БД) музейних колекцій, які постійно поповнюються та коригуються. Існуючі бази даних дають можливість музейним працівникам виконувати швидкий пошук музейних предметів за заданими критеріями та використовувати отримані результати відповідно до своїх цілей (наукових, зберігальних, експозиційних, реставраційних тощо). Оформлення облікової документації та фіксування внутрішньомузейного пересування предметів та їх видача зі стін музею, також здійснюється за допомогою АІС.

Зазвичай завдання, які вирішуються в АІС, об'єднуються у функціональні блоки (підсистеми), нижче наведено деякі з них.

Підсистема «Облік музейних колекцій» використовується як у відділі обліку, так і у фондових відділах для оформлення необхідних облікових

документів, отримання оперативних облікових даних, довідок та статистичної звітності. У рамках цієї підсистеми вирішуються, зокрема, такі завдання:

- врахування прийому на постійне зберігання;
- облік тимчасової видачі та зворотного прийому;
- облік тимчасового зберігання;
- облік внутрішньомузейної передачі;
- оформлення документації під час організації виставок;
- проведення звіряння фондів.

При вирішенні перерахованих задач за допомогою комп'ютера для введення нових та коригування раніше введених даних використовуються екранні форми-бланки. АІС дозволяє здійснювати пошук облікових даних на запит і виводити дані на екран або роздруковувати на папері у потрібній формі (акти, гарантійні листи, договори, списки предметів, документи за формою Книги надходжень та Інвентарної книги, довідки, статистичні звіти тощо), причому форма вихідного документа визначається прийнятими у музеї нормами [71]. В системі ведуться електронні облікові картотеки архів, що відбиває історію руху музейних предметів.

Підсистема «Науково-фондова робота» застосовується у наукових та фондових відділах для вивчення, опису, систематизації та подання даних про музейні предмети, підготовку друкованих чи електронних видань, а також різних облікових документів. Підсистема забезпечує:

- ведення картотек різного виду (музейних предметів, авторів, виставок, літератури), а також ведення топографічних описів;
- оформлення актів внутрішньомузейної передачі, актів реставраційних оглядів, актів звіряння у фондах;
- пошук та отримання за різними запитамі як текстової, так і графічної інформації користувачем, аналіз отриманих даних;
- підготовку матеріалів для каталогів та інших публікацій;
- ведення архіву музею.

Підсистема «Реставраційна діяльність» забезпечує проведення реставраційних паспортів та іншої реставраційної документації, аналіз стану музейних предметів.

Підсистема «Видавнича діяльність» дає можливість готувати інформаційні матеріали для відвідувачів, для поліграфічних видань, електронних видань, публікацій в Інтернеті.

Підсистема «Виставкова та експозиційна діяльність» дозволяє готувати та вести документацію про виставки та експозиції, здійснювати комп'ютерне моделювання експозицій та виставок. Особливе місце у музеї займає впровадження інформаційно-довідкових та демонстраційних комп'ютерних систем для відвідувачів, які забезпечують доступ до інформації про твори, що зберігаються у фондах музею.

Для сумісності баз даних, які у різних музеях, необхідно виробити стандартні принципи описи. Загальноприйнятої на державному рівні класифікації музейних предметів, що дозволяють здійснити ефективний пошук предметів, поки що не існує [69]. Комітет з музейної документації CIDOC, створений у рамках ІКОМ, займається з 1970-х років питаннями вдосконалення обліку та наукової обробки зборів за допомогою комп'ютерних технологій. Мінімальний набір даних, необхідних для створення «інформаційного ядра», було вироблено Комітетом з документації у 1996 р. та рекомендовано музеям.

*Технологія прискореного формування БД музею.* Ретроконверсія – це спеціальна промислова технологія перетворення на електронний вид даних із різних документів. Суть цієї технології в тому, що вихідні дані (книги надходження, картки, наукові паспорти, списки та ін.) скануються та переводяться в електронний вигляд і надалі зберігаються у вигляді файлів. Потім роботу приступають оператори-професіонали, які за спеціальними методиками переводять дані з електронних копій в записи полів стандартного опису спеціалізованої БД.



Використання БД, які містять лише текст, давно вже не задовольняє користувачів музейних АІС. Електронне (або інакше - цифрове) зображення (ЦЗ) музейного предмета на екрані монітора стало необхідною приналежністю інформаційної системи музейних колекцій. Електронні зображення на відміну від вербального опису дають зоровий образ об'єкта і тому можуть бути ефективно використані практично у всіх сферах музейної діяльності, в тому числі в наступних:

*Обліково-охоронна робота.* У музейних фахівців з'являється можливість не лише працювати з текстами, а й оперативно переглядати зображення окремих предметів або відеоряду з метою отримання загального уявлення про предмет. Це може знадобитися при ідентифікації предмета, передачі його на виставку або в інший музей, а також в екстремальних ситуаціях (наприклад, у разі викрадення предмета). Створення так званих охоронних банків даних базується насамперед на використанні електронних зображень. З їх допомогою можна змінити і спростити процес експертиз, що проводяться музеєм, і забезпечити накопичення образотворчого матеріалу, одержуваного при експертизі [70]. Використання електронних зображень дозволить також мати реальне уявлення про процеси старіння та всі зміни, що відбуваються з кожною конкретною пам'яткою, документуючи їх.

Наукова робота фондів відділів, робота реставраційних підрозділів музею. ЦЗ можуть бути корисні при проведенні різних досліджень, що вимагають перегляду та аналізу зображень (наприклад, перегляд відеоряду, що відображає стан предмета на різних стадіях його реставрації, зіставлення рентгенограм, знімків в інфрачервоному випромінюванні та ін.).

Використання ЦЗ значно розширює можливості ведення реставраційної документації за рахунок збільшення зорової інформативності [61], робить більш простим і впорядкованим процес зберігання матеріалу, забезпечує практично миттєвий доступ до структурованих архівів цифрових зображень.

*Експозиційно-виставкова робота.* ЦЗ широко використовуються при попередньому виборі образотворчого матеріалу для експозицій та виставок,

для моделювання експозиційних приміщень та розташування експонатів, для створення віртуальних виставок та експозицій (рис. 3.1.).

Сфери популяризації та освіти, рекламної та комерційної діяльності. Застосування ЦЗ дозволяє створювати навчальні, науково-популярні, розважальні програми для використання в лекційній роботі, роботі з дитячими гуртками та групами для індивідуальних користувачів [68]. Сучасні електронні видання на CD-ROM, DVD-ROM, а також представлені в Інтернеті, також показали свою ефективність. Перелічені приклади не охоплюють всіх можливих сфер застосування електронних зображень і мають ілюстративний характер.

Для отримання ЦЗ в музеях використовуються сканери (планшетний, слайд-сканер, планетарний, протяжний, ручний, барабанний) та цифрові фотокамери (початкового рівня, аматорські, напівпрофесійні та професійні). Тут важливо, що музейний працівник хоче отримати: картинку для подання в Інтернет, віньєтку розміром 3x5 см, репродукцію в каталозі або альбомі, банер розміром 2x3 м або зображення, що відображає послідовність реставраційних операцій, де можна було б спостерігати найдрібніші елементи.

*Захист ЦЗ від несанкціонованого використання.* Використовуються різноманітні методи. Найбільш поширений метод «водяних знаків», коли зображення обробляється за допомогою спеціалізованого програмного забезпечення та безпосередньо у файл зображення записується інформація про те, ким і коли воно створено, хто є правовласником тощо. При звичайному перегляді її не видно, і лише за допомогою спеціалізованої програми вона стає видимою. Також навіть повідомлення про те, що на сайті зображення захищені водяними знаками, вже допомагає.

Застосування цифрових технологій значно активізувало видавничу діяльність музеїв та прискорило процес публікації наукових (монографії, каталоги) та популярних (путівники, енциклопедії) видань, що здійснюється на електронних носіях.

Електронні публікації (ЕП) створюються із застосуванням технології мультимедіа. Її основні характеристики – гіпертекст та інтерактивність. Компоненти - текст, звук, відео, анімація, у статичному (CD-ROM, DVD) та динамічному (публікації в Інтернеті) вигляді.

Електронні путівники «нової хвилі», створені останніми роками, мають складнішу структуру і незрівнянно багатші за змістом; у них використовуються сучасний дизайн та вдосконалені прийоми навігації. Способи подання інформації у цих путівниках дуже різноманітні (текст, плоскі зображення та об'єкти обертання, панорами, анімація, інтерактивна графіка, відеофрагменти, лекції, музика).

Багато музеїв мають свої представництва в Інтернет - веб-сайти, де можна отримати інформацію про експозиції та склад фондів, про час роботи музею та нові виставки [63]. Музейні професіонали знаходять на сайтах відомості про цікаві для них наукові видання музею та конференції. В Інтернеті функціонують сайти, що об'єднують музеї одного регіону.

За допомогою нових інформаційних технологій здійснюються:

- популяризація знань про культурну спадщину та громадських інститутів зберігання та вивчення спадщини;
- формування середовища, що сприяє розвитку та кооперації інтернет-ресурсів культури;
- єднання та стандартизація інформаційних джерел сфери культури;
- створення механізмів комунікації спеціалістів сфери культури;
- розвиток культурного туризму та дистанційної освіти.

Особливе місце в Інтернеті займає специфічний клас музейних сайтів - віртуальні музеї, тобто музеї, які не існують насправді, а є плодом творчості їх творців.

Варто, також розглянути з точки зору цифровізації віртуальні експозиції та виставки. Для сучасного музею XXI століття характерним є зміщення акцентів у розумінні місії музею. Якщо в XIX-XX століттях музей розглядався

в першу чергу як храм, в якому збираються і зберігаються предмети культурної спадщини, то сучасний музей, ні в якому разі не применшуючи своїх традиційних функцій, звертає обличчя до відвідувача, прагнучи з максимальною повнотою продемонструвати все різноманіття культурних цінностей, збережених у експозиції, а й у запасниках. Цифрові технології дозволяють представити відвідувачеві ті предмети, які багато років зберігаються у фондах і тому раніше відвідувачі не були доступні, тому займають все більше місця саме в експозиційно-виставковій діяльності та можуть надати та надають на практиці неоціненну допомогу у вдосконаленні методів та засобів представлення колекцій музею відвідувачам.

Спочатку головну роль в електронній експозиції грав персональний комп'ютер, розміщений у залі музею та доступний відвідувачам. Звертаючись до комп'ютера, відвідувач міг отримати коротку довідку про колекцію, вивчити план розташування залів музею, познайомитись із шедеврами колекції.

Сучасні експозиційні апаратно-програмні комплекси відрізняються від їхніх прабатьків не тільки більш досконалыми технічними пристроями та технологічними рішеннями, а й принципово - підходом до побудови наукової концепції експозиції, до вибору архітектурно-художніх рішень, змісту, способів організації та подання інформації відвідувачу [28]. Такі поняття, як «електронна експозиція», «віртуальна виставка», «віртуальний музей» міцно входять у вжиток не лише музейних фахівців, а й самих відвідувачів. Особливо це стосується молодіжної аудиторії, яка схильна до екранного типу культури, в основі якого лежить телевідеоряд. Вже сформувалося покоління, орієнтоване цей тип культури, не бажаючий (чи нездатне) сприймати і освоювати інформацію як письмового і друкованого тексту і отримувати інформацію, представлену віртуально. Цифровізація дозволять залучити цю категорію публіки до музею, через «електронні експозиції» викликати в неї інтерес до вивчення історії своєї країни, світової історії, світової культурної спадщини. Ці технології можуть стати імпульсом для культурного розвитку, формування особистості молоді людини.

Сьогодні інноваційні технології дуже широко використовуються на найрізноманітніших етапах життєвого циклу виставок та експозицій у сучасному музеї - з моменту створення наукової та архітектурно-художньої концепції експозиції та до її практичної реалізації в залах музею.

Підбір та аналіз матеріалів та оформлення документації для виставок та експозицій – найважливіший елемент експозиційно-виставкової діяльності. Вже на попередньому етапі підготовки до експозиції, підбираючи та аналізуючи колекційний матеріал, співробітник музею може звернутися до інформаційно-пошукової системи та отримати списки тих предметів, які відповідають заданим критеріям відбору (наприклад, за датуванням, жанром, подіями та ін.). Разом з тим, за наявності банку оцифрованих зображень експозиціонер має можливість підбирати матеріал, аналізуючи представлений на екрані монітора образотворчий ряд. Навряд чи слід переконувати будь-кого, що така технологія дозволяє суттєво скоротити та спростити наступний етап роботи безпосередньо з предметами у запаснику.

Багато часу та зусиль займає у музейного співробітника оформлення виставкової документації (особливо під час підготовки зовнішніх виставок): різноманітних списків, актів, наказів та інших документів, регламентованих існуючими нормами та інструкціями. Комп'ютер ідеально підходить для вирішення цих завдань; більше, ці функції передбачені у стандарті типових музейних АІС, що згадані вище.

Найважливішим напрямом використання цифрових технологій під час виборів архітектурно-мистецьких рішень може і поступово стає електронне моделювання. Цей метод дозволяє вибрати колірні та просторові рішення експозиційного простору, варіанти розміщення експонатів, освітлення тощо. д. Сьогодні існує ціла серія комп'ютерних програм, які дозволяють створювати тривимірні моделі, що з високим ступенем точності, що імітують реальний простір залу. Ці технології успішно використовувалися при проектуванні експозиції у низці музеїв країни [27]. Однак найбільш ефектно виявляються

можливості новітніх технологій при використанні їх безпосередньо в експозиції.

Електронна музейна експозиція – це музейна експозиція, в якій низка ключових експозиційних функцій, зокрема інтерпретації, інформаційної підтримки, демонстрації, навчання та ін., бере на себе комп'ютер, пов'язаний із специфічними експозиційними периферійними пристроями. Спеціалісти не мають єдиного визначення поняття «електронна експозиція».

Найважливішою властивістю електронної експозиції (виставки) є те, що вона може демонструватися не лише безпосередньо в залах музею, а й у будь-якому іншому місці, оснащеному відповідним апаратно-програмним комплексом.

Апаратно-програмний експозиційно-виставковий комплекс є комплектом сучасних інформаційно-обчислювальних технічних засобів та комп'ютерних програм, призначений для реалізації електронних експозицій у музеї.

Комплекс може включати найрізноманітніші технічні засоби, до складу якого може входити мережа кіосків, плазмових панелей та проекторів з екранами різного типу, електронні комп'ютерні гіді та багато іншого [19].

*Інформаційний сенсорний кіоск*, встановлений у музеї, допомагає відвідувачеві зорієнтуватися у залах та експонатах музею, надаючи докладну схему експозицій та можливість електронного пошуку (рис. 3.2.). За допомогою кіоску можна здійснити віртуальний тур музеєм, показати велику кількість предметів з музейної колекції, в тому числі тих, що зберігаються в запасниках. Займаючи зовсім небагато місця, кіоск дозволяє максимально ефективно використовувати площу експозиції. Кіоск, розташований біля кас музею, надасть інформацію про час роботи музею, про поточні та майбутні виставки, допоможе вибрати експозицію та забронювати квиток, відповідь на найпоширеніші питання.

Кіоск, встановлений у холі музею, дає загальну інформацію про експозиції, про місцезнаходження того чи іншого експонату, дозволяє скласти

індивідуальну програму відвідування та роздрукувати план розташування залів музею та схему маршруту. У переходах між залами, у коридорах, на сходових майданчиках музею кіоски допоможуть відвідувачам визначити своє місцезнаходження та обрати подальший напрямок огляду.

Якщо кіоск встановлений безпосередньо поблизу експозиції або в самому залі, то він може демонструвати зображення експонатів і надавати докладну інформацію про кожного з них, а також експонатів, які не беруть участі в експозиції, але мають відношення до тематики виставки.

*Електронна плазмова панель* являє собою великий плоский надтонкий екран великих розмірів. Плазмова панель може працювати з такими пристроями, як персональний комп'ютер, DVD-програвач, веб-камера та інші гаджети (рис.3.3. ).

На базі плазмової панелі може бути створений інформаційний відеопост, який дозволяє ефектно демонструвати великій аудиторії музейні презентації різноманітного роду (презентації про музей, про окремі колекції, про виставки, освітні відеофільми та багато іншого).

По суті інформаційний відеопост є апаратно-програмним комплексом, що складається з плазмової панелі, персонального комп'ютера, акустичної стереосистеми і контролера відеосигналу, де всі пристрої об'єднуються в єдину конструкцію. Може бути забезпечене керування комплексом із віддаленого місця адміністратора мережі без додаткової прокладки кабелю.

Екран з мультимедіа проектора або комплексний мультимедіа-проектор – це пристрій для відтворення на великому екрані інформації, що отримується від комп'ютера, відеомагнітофона, відеокамери, DVD-програвача.

Певний інтерес може представляти комплекс, де сенсорний кіоск з'єднаний з проекційним. За допомогою такого комплексу відвідувачі можуть самостійно або під керівництвом екскурсовода не лише переглядати мультимедіа-презентацію на сенсорному кіоску, а й виводити її на плазмову панель або через проектор на екран більшого розміру [20]. Такий комплекс може бути встановлений, наприклад, у фойє музею чи спеціальному залі.

*Електронні комп'ютерні гід* все ширше використовуються у сфері екскурсійного обслуговування відвідувачів музеїв. Відвідувачі вже звикли до того, що при вході до музею пропонуються навушники з плеєром, у якому встановлено запис стандартної екскурсії музеєм. Сьогодні ці пристрої йдуть у минуле, і на зміну їм приходять електронні аудіо- та відеогід; про деякі з них йтиметься нижче (рис. 3.4. ).

Сучасні цифрові аудіосистеми для відвідувачів прості та надійні в експлуатації та в обігу та дозволяють надавати широке коло послуг як індивідуальним, так і груповим відвідувачам. Системи мають можливість налаштування на індивідуальні особливості відвідувача або групи (за мовою, віком, освітнім рівнем, інтересами конкретного відвідувача та ін.), вони можуть працювати як під керівництвом екскурсовода, так і без його участі. Наведемо кілька прикладів таких систем.

Французька компанія OPHRYS systems випускає сучасні аудіогід, які дозволяють відтворювати звуковий коментар по конкретному експонату шляхом натискання однієї кнопки, отримувати додатковий коментар, розрахований на дітей, дорослих, фахівців; синхронізувати текст, що відтворюється через аудіогід, одночасно із зображенням (статичним або рухомим) на моніторі або інформаційному кіоску.

Система для інформаційних аудіокіосків тієї ж компанії відтворює екскурсійний коментар для відвідувача одразу після піднесення електронного ключа у вигляді електронної картки [18]. Аудіогід з вбудованим електронним ключем може бути також використаний як електронний вхідний квиток у музеї та на виставки.

Такі технічні рішення дозволяють зробити платним доступ не лише до музейних об'єктів, а й до архітектурних ансамблів міста, пам'ятників; електронна картка може бути електронним квитком на екскурсійний транспорт, метро та ін. Ці багатофункціональні електронні пристрої дозволяють вибудовувати технологію роботи з туристами за принципом продажу багатьох послуг в одному місці. Крім того, така система може бути



корисною для вирішення управлінських завдань; наприклад, вона дозволяє збирати статистику про екскурсійну роботу.

Інший приклад - аудіогід Sennheiser Guide Port, де використовуються базовий сервер з програмним забезпеченням і бездротова система приймачів. При наближенні відвідувача до стенду, вітрини або експонату автоматично відтворюється інформація, що відноситься до конкретного об'єкта. Система встановлена в музеях різних країн, наприклад Jimi Hendrix Museum (Музей сучасної музики, США), Regenwaldhaus (Музей тропічної флори і фауни, Німеччина).

Останнім часом на зміну аудіогідам приходять екскурсійні системи, орієнтовані на застосування «кишенькових персональних комп'ютерів» зі спеціалізованим програмним забезпеченням, яке дозволяє використовувати їх як електронний гід.

В основі такої системи лежить єдина комп'ютерна мережа музею, керована з сервера та орієнтована на комп'ютерну БД, яка містить текстову, образотворчу та аудіоінформацію про колекції музею [22]. За допомогою кишенькового ПК туристи мають можливість не лише слухати коментар рідною мовою, а й бачити зображення експонатів, помічати цікаві музейні краєвиди та зображення, брати участь у пізнавальних іграх. Ця система реалізована, наприклад, в Імператорському палаці-музеї Тайбей.

Цікавий проект екскурсійного обслуговування за допомогою комп'ютерного гіда Liferplus створюється за фінансової підтримки Європейського Союзу. У рюкзаку, який турист одягає на спину, міститься переносний персональний комп'ютер; дисплей із камерою закріплюється на голові. Спеціальне програмне забезпечення в режимі реального часу розраховує місце розташування туриста і накладає на реальну картину віртуальні елементи (наприклад, відвідавши Помпеї, можна побачити античних людей, які займаються своїми повсякденними справами) [7].

*Концептуальні підходи та програмно-технологічні рішення.*  
Концептуальні підходи до створення електронної музейної експозиції

визначаються конкретними умовами у музеї. Починаючи з проектування апаратно-програмного комплексу для музею, ми стикаємося з однією з наступних ситуацій.

- В експозиційному просторі вже існуючого музею необхідно створити та розмістити електронний експозиційно-виставковий комплекс (наприклад, розробити інформаційний кіоск та встановити його у конкретній залі конкретного музею). В даному випадку задача експозиціонера полягає в тому, щоб елементи електронного експозиційного комплексу надавали відвідувачеві зручний інформаційно-довідковий сервіс, глибше розкривали зміст та зміст експозиції і при цьому ненав'язливо вписувалися в експозиційний простір.

- Під час проектування нового музею (або серйозної реконструкції старого музею) завдання по-іншому. У цьому випадку електронний експозиційний комплекс повинен розглядатися як невід'ємна, а часом і провідна частина всього експозиційного проекту, його функції та місце в експозиції необхідно визначити на етапі створення загальної концепції музею.

Комп'ютерні програми, що використовуються в експозиційно-виставковій діяльності, з точки зору функціональних завдань, які вони вирішують, можна розбити на наступні групи:

- програми для організації інформаційно-довідкової служби, яка надає відвідувачам відомості про роботу виставок та експозиції музею (довідкові кіоски);

- програми для інтерпретації відомостей про реальні експонати, представлені в експозиції (електронні етикетки та експлікації), дуже вдалі рішення застосовані, наприклад, у Державному історичному музеї, у Музеї Альберта та Вікторії у Лондоні, Луврі;

- програми для розширення можливості демонстрації образотворчого чи звукового ряду та створення ситуації, коли реальний експонат і мультимедійна програма виступають «на рівних».

Надзвичайно радикальним рішенням є створення принципово нових концепцій мультимедійних експозицій, де основну роль відіграє вже не реальний предмет, а мультимедійний продукт, який сам стає експонатом. Можна проілюструвати ситуацію рівноправності, експозиційної рівноважності матеріальних та віртуальних об'єктів у таких експозиціях, навівши кілька прикладів подібних пар з різного типу музеїв:

- музичний інструмент та його звучання (Музей музики, Стокгольм; Будинок музики, Відень);
- наряд шамана та відеозапис ритуального танцю (Музей етнології, Лейден);
- форма та спорядження знаменитого хокеїста та фрагмент матчу за його участю (Музей хокею, Торонто).

Іноді виникають і такі ситуації, коли справжній матеріальний об'єкт не може бути представлений в експозиції та мультимедіа приймає він його функції (демонстрація роботи доменної печі, молекулярних процесів та ін.).

Комп'ютерні програми для створення електронних експозицій базуються на мультимедійних технологіях. Як правило, при виборі програмних засобів використовується один із двох підходів:

- створення локальних програм для конкретних експозиційних проектів. Основний недолік такого підходу - висока трудомісткість роботи, пов'язана з необхідністю кожної експозиції введення в комп'ютер нових текстів, електронних зображень, звукових і відеофрагментів;
- створення спеціалізованих програмних блоків та інтегрування їх у рамках АІС з колекцій музею.

Останніми роками у музеях країни дедалі частіше використовується другий підхід [9]. В основу створюваних електронних експозицій покладено використання внутрішньомузейних баз даних. Будь-який текст, що з'являється на екрані, будь-яке зображення або мультимедійний фрагмент беруться з бази

даних, тобто народжуються співробітниками музею без втручання програмістів. Електронна експозиція може включати:

- путівник експозиції;
- інформаційно-довідкову систему, що дозволяє
- глибше вивчити музейну колекцію;
- пошукову систему для перегляду інформації про всіх експонатах, що зберігаються у музеї;
- комп'ютерні ігри тощо.

Елементи, з яких складається електронна експозиція, генеруються з бази даних:

- довідники (основне меню);
- статті до позицій довідників;
- ілюстрації до статей;
- картки з описом та зображеннями предметів;
- динамічні, анімаційні та мультимедійні об'єкти.

Електронні експозиції створюються та вже створені по всьому світу. Аналіз зарубіжних джерел, проведений фахівцями показує, що сенсорні кіоски особливо активно використовуються «в режимі консультанта» в музеях США, наприклад, у Музеї історії та науки в штаті Техас, в Американському музеї природознавства та багатьох інших. У музеї історії в Атланті активно застосовуються кіоски в експозиції «Гіганти мезозойської ери», де відвідувачу надається інформація щодо кожного з видів тварин – від будови скелета та передбачуваного зовнішнього вигляду до раціону харчування [8].

Оригінальна програма реалізована у Музеї Ченектаді, штат Пенсільванія. Кіоски, встановлені в цьому музеї, оснащені відеокамерами, і кожен відвідувач може зняти двохвилинний ролик про себе. Ролик записується на різні інформаційні носії та здається на зберігання до архіву; таким чином музей накопичує та зберігає історії мешканців цього міста. Музей радіо, штат

Мічиган, оснащений сенсорними кіосками, які знайомлять із біографіями найпопулярніших радіо-діджеїв.

В Історичному музеї Сіднея (Австралія) відвідувач за допомогою кіоску може детально ознайомитися з історією материка, починаючи від аборигенів і закінчуючи Австралією наших днів. Знайшовши будь-який об'єкт на карті сучасної Австралії (свій будинок чи офіс), можна спроектувати його на карту стародавнього материка і дізнатися, що ж було на цьому місці багато століть тому.

Електронні кіоски широко використовують у музеях Таїланду, ними оснащені практично всі музеї країни – Музей сільського господарства, Музей кораблебудування, Музей історії розвитку преси, Музей підводного світу та багато інших. Кіоски пропонують відвідувачам переглянути мультимедіа-презентацію, що супроводжується звуковим оформленням.

Електронні експозиції знайшли широке застосування у музеях європейських країн. У Британському музеї в Лондоні встановлено сенсорні термінали у залах експозиції, присвяченої історії Стародавнього Єгипту [6]. В одному із залів знаменитого лондонського Музею Альберта та Вікторії поряд із картиною – груповим портретом – встановлено електронний кіоск, на монітор якого виводиться електронне зображення цієї картини. Вибравши конкретну особу, відвідувач отримає на моніторі відомості про цього персонажа.

Зрозуміло, що розмістити хокейне поле у залах музею навіть у такій «хокейній» країні, як Канада, неможливо, тому творці Музею хокею в Торонто акцентували свою увагу на поданні відвідувачеві максимально докладної інформації про всі сторони цієї чудової гри за допомогою системи комп'ютерів.

Кіоски, встановлені в залах Лувру, присвячених експозиції історії Сходу, дозволяють публіці поринути у більш ніж тисячолітню історію, починаючи з зародження людських громад і до появи перших міст, познайомитися із «золотим віком» ісламської культури [11]. Понад 6 тис. фотографій із поясненнями, понад 400 текстів, а також карти та діаграми покладено в основу

мультимедійної презентації. На міжнародній виставці комп'ютерних технологій 2005 р. в Тайджоу (Тайвань) були представлені електронні кіоски, що дозволяють демонструвати музейні предмети в тривимірному просторі. Такі кіоски встановлені в Імператорському палаці-музеї міста Тайбеї.

Дуже оригінальне застосування отримав кіоск, встановлений поруч із копією скульптури Давида у Флоренції. Всім знайомий шедевр Мікеланджело; його розміри справді вражаючі: висота скульптури 5,5 м плюс висота постаменту. Розглянути Давида людині середнього зросту не так просто. Установка сенсорного кіоску дозволяє кожному відвідувачу «обійти» скульптуру з усіх боків, а також детально розглянути її. Слід зазначити, що установка кіоску збіглася за часом з реставрацією шедевра і тому була особливо затребувана.

Наприклад у Музеї етнології немає звичних етикеток. Усі анотації представлені в комп'ютерній формі і за задумом творців експозиції мають забезпечити відвідувачів інформацією на рівні, що відповідає їх індивідуальним запитам. У Музеї старовин відвідувач зустріне «гідів з минулого» (боги, видатні особистості), які вміщені у штучне середовище – реконструкції, моделі будівель, архітектурні та пейзажні фони. При вході ж в музей Натураліс відвідувач отримує індивідуальну картку-чіп, яку він повинен вставляти в комп'ютери, що знаходяться в залах, перш ніж почати відповідати на запитання вікторин і тестів (всі відповіді можна знайти в експозиції). На виході стоїть комп'ютер, який, рахувавши інформацію з картки, друкує табель-сертифікат про «успішне відвідування музею». Крім того, кожному відвідувачу надається можливість побувати (природно, віртуально) у сховищах музею: у залі, прямо поруч із вікном, що дивиться на будівлю запасника, встановлений комп'ютер, що дозволяє знайти будь-який предмет, що зберігається там. Відвідувач має можливість не тільки скористатися стандартною системою пошуку, а й «погуляти» поверхами, «зайти» до сховищ, висунути стійки та ящики шаф.

Музейна громадськість чудово розуміє, що музей XXI століття зможе нормально функціонувати лише за умови широкого впровадження сучасних засобів та методів цифровізації [13]. У той же час для того, щоб досягти максимального ефекту від використання інформаційних технологій у музеї, необхідно не лише оснастити музей технічними засобами, створити та впровадити спеціалізоване програмне забезпечення, а й підготувати персонал, здатний ефективно використовувати можливості цих технологій та безперервно підвищувати свій професійний рівень.

У постіндустріальному суспільстві, заснованому на знаннях, до якого ми неухильно наближаємося, ключовим джерелом у суспільному розвитку є не матеріальний ресурс, а теоретичне знання. Для того щоб успішно працювати в сучасному музеї, фахівець повинен мати вміння і навички, які раніше від нього такою мірою не були потрібні сукупність цих умінь і навичок прийнято тепер називати «інформаційною культурою особистості», формуванню якої надається першочергового значення в усьому цивілізованому світі.

Виділено такі основні риси, що визначають інформаційну культуру фахівця:

- потреба в інформації, що виховується з дитинства, тобто розуміння, що на кожне запитання десь уже існує відповідь;
- вміння знаходити інформацію, необхідну для вирішення своїх життєвих та професійних проблем;
- здатність критично оцінювати знайдену інформацію щодо її актуальності, надійності та повноти;
- вміння ефективно використовувати знайдену інформацію у навчанні та професійній діяльності;
- здатність створювати власний якісний, необхідний для інших інформаційний продукт.

Одним із основних компонентів, що сприяють формуванню інформаційної культури музейного фахівця, є сьогодні освоєння

інформаційно-комунікаційних технологій у музейній діяльності. Без глибоких знань у галузі інформатики, без навичок роботи із засобами обчислювальної техніки не може бути повноцінного музейного професіонала.

### **3.2. Соціально-психологічні аспекти взаємодії музею із відвідувачем**

Сукупність людей, включених до сфери культурно-освітньої діяльності музею, називають музейною аудиторією. Це поняття об'єднує не лише реальних відвідувачів, які прийшли в конкретний музей, а й потенційних відвідувачів, тобто людей, які взагалі ходять до музеїв [38].

Музейна аудиторія характеризується рядом параметрів. Її соціально-демографічний аналіз передбачає виділення таких ознак, як освітній рівень, рід занять, стать, вік, місце проживання. Кожну з цих ознак необхідно брати до уваги при роботі з реальними та потенційними відвідувачами, але, як показують дослідження, ставлення до музею, його експозиції та програм визначається насамперед освітнім рівнем людини.

З погляду частоти відвідування музею аудиторія може характеризуватись як нестабільна чи постійна. Наявність у музею постійного контингенту відвідувачів – показник успішності його діяльності та важливий чинник подальшого розвитку. Музейна аудиторія досліджується і щодо спрямованості її інтересів на певні форми культурно-освітньої діяльності музею, і в цьому випадку можна говорити про аудиторію виставок або лекторіїв, тематичних вечорів та концертів, відвідувачів «вихідного дня» та ін.

Важливим параметром характеристики музейної аудиторії є ступінь її підготовленості та схильності до сприйняття, що іноді позначається поняттям «музейна культура відвідувача» [43]. Йдеться про вміння людини орієнтуватися в музейному середовищі та сприймати специфічну музейну мову. Критеріями оцінки музейної культури можуть бути частота та вибірковість відвідування музеїв, цілеспрямований огляд експозицій та пам'яток, наявність попередньої інформації про музей, отриману з книг, статей, радіопередач, телепередач та інших джерел.



При аналізі музейної аудиторії важливо враховувати обставини відвідування музею, тобто самотійно приходить людина до музею або ж відвідує його організовано у складі екскурсійної групи як учасник культурно-освітнього заходу.

Для отримання всіх цих даних, які з різних сторін характеризують музейну аудиторію, необхідні соціологічні дослідження. Одні з них виявляють динаміку відвідуваності та фактори, що зумовлюють приплив різних груп відвідувачів, інші вивчають інтерес людей до експозиційної тематики та окремих музейних предметів, треті аналізують особливості сприйняття експозиції, ефективність конкретних експозиційних рішень та форм культурно-освітньої діяльності. Результати досліджень дозволяють удосконалювати методику музейної роботи, виробляти рекомендації щодо планування та управління діяльністю музеїв.

Соціологічні дослідження проводяться на основі спеціально розроблених методів, які вибираються в залежності від поставлених цілей та завдань.

Значний обсяг достовірної інформації дозволяє зібрати анкетне опитування, яке проводять як серед усієї музейної аудиторії, так і серед різних груп відвідувачів [45]. При цьому можуть опитуватись, наприклад, лише екскурсанти чи індивідуальні відвідувачі, місцеві жителі чи туристи. Питання, поставлені в анкеті, можуть уточнюватися або поглиблюватися за допомогою інтерв'ю, яке використовується і як основний метод збору інформації, наприклад, про сприйняття експозиції та екскурсії. Воно може поєднуватись з візуальним спостереженням за оглядом експозиції, і тоді з'являється можливість з'ясувати глибинні реакції відвідувачів.

У той час як соціологічні дослідження у самому музеї характеризують інтереси та запити реальної аудиторії, анкетування місцевих жителів спрямоване на вивчення потенційної аудиторії.

Компетентне судження про стан та перспективи впливовості музею можуть дати опитування експертів, в якості яких виступають особи, пов'язані

з музеєм, за своїми заняттями та професійними інтересами — музейні працівники, педагоги, діячі культури.

За підсумками узагальнення результатів досліджень розробляються конкретні заходи, створені задля вдосконалення роботи з музейної аудиторією[47].

Перші спроби аналізу музейної аудиторії на території пострадянських країн сягають початку ХХ ст., проте систематичне її вивчення почалося з середини 1920-х рр. У середині 1930-х рр., коли багато соціологічних методів необґрунтовано визнали ненауковими, дослідження музейної аудиторії фактично були згорнуті. Вони відновилися лише на межі 1960 – 70-х рр., коли знову стала розвиватися соціологія.

Важливий внесок у становлення музейної соціології зробило комплексне дослідження «Музей та відвідувач», яке Науково-дослідний інститут культури провів у 1973 – 74 роках на території пострадянських країн, і раніше в західних країнах.

Його мета полягала в аналізі найважливіших проблем життєдіяльності музею та його взаємовідносин ній з аудиторією [53]. Так, наприклад, вивчення сприйняття музейної експозиції та екскурсій принесло вельми цікаві результати та дозволило виявити проблеми та протиріччя, які були у науково-освітній роботі тих років. Дослідження показало, що відвідувачам краєзнавчих музеїв не характерний диференційований огляд експозиції, оскільки більшість із них (87%) оглядали музей повністю — від відділу природи до відділу сучасності. При цьому на огляд одного експозиційного залу площею близько 100 кв. м у середньому витрачалося 3,5 хвилини, що свідчило про поверхневе сприйняття матеріалу. Причому чим більш насиченим був експозиційний ряд, тим більше розсіювалася увага відвідувачів. Виявилася невідповідність між «ідейним задумом» експозиції та принципами її огляду відвідувачами. Створюючи експозицію, музейні співробітники, які мислили тематико-експозиційними комплексами, припускали, що відвідувачі будуть дотримуватись певного маршруту, послідовно освоювати тему за темою,

читаючи при цьому супровідні тексти [55]. Відвідувачі ж оглядали експозицію фрагментарно, маршрут ігнорували, до текстового коментаря зверталися рідко, тобто поводитися зовсім не так, як розраховували експозиціонери.

Таким чином, дослідження свідчило про необхідність формувати традицію диференційованого огляду музею та музейну культуру відвідувача, чому могла б сприяти реклама не музею взагалі, а конкретних експозицій та експонатів. Воно переконливо показало, що експозиції необхідно розрідити, створити кілька планів сприйняття, виділивши у своїй провідні, найбільш атрактивні експонати. Дослідники наголосили на потребі в образному рішенні експозиції, що посилює її емоційний вплив на відвідувача.

Важливі висновки дозволило зробити вивчення екскурсійної роботи музеїв. Дослідження показало, що відвідувачів менш за інших цікавив розділ, присвячений сучасності. Під час його огляду, який тривав академічну годину, екскурсоводи прагнули познайомити групу з усіма сферами життя краю та показати якнайбільше експонатів.

У результаті через надмірну перевантаженість експозиції матеріалами музейні предмети демонструвалися швидко, сприйняття експозиції було позбавлене конкретності. Наприклад, в одному з музеїв екскурсовод показав 132 експонати, з яких екскурсантам запам'яталися лише 13.

Більшою мірою, відвідувачі цікавляться не загальними відомостями, а конкретною інформацією, що стосується музейного предмета. У зв'язку з цим дослідники рекомендували музеям провести суворий відбір об'єктів показу, глибше розкривати зміст предметів, а за рахунок скорочення словесного коментарю дати екскурсантам можливість краще розглянути експонати.

У наступні десятиліття соціологічні дослідження стали проводитися у великих музеях [54], що володіють відповідними відділами та фахівцями. Вони відрізнялися більш локальним та конкретним характером, значно посилювалася їхня соціально-психологічна спрямованість. Водночас соціологічні дослідження досі проводяться у досить обмеженій кількості, що явно не відповідає вимогам часу. Адже, як показує сучасна практика,

найбільшого успіху може досягти лише той музей, який враховує інтереси аудиторії.

У зарубіжних музеях вивченню «зворотного зв'язку» приділяється велика увага. Найбільшого розмаху ця робота набула у США, Канаді, Великобританії, Франції, Німеччині, де проводяться довготривалі та систематичні дослідження. Наприклад, у Франції 1991 р. за рішенням Управління музеїв було розроблено проект постійного вивчення відвідувачів у сорока музеях [62]. У багатьох музеях існують спеціальні підрозділи, які аналізують музейну аудиторію, — відділи маркетингу та зв'язків із громадськістю.

Структури, які займаються дослідженням музейної аудиторії, створюються на державному рівні — Асоціація вивчення відвідувачів (Канада), Комітет з дослідження відвідувача та оцінювання (США), Міжнародна лабораторія вивчення відвідувачів у Вісконсинському університеті (США).

В останнє десятиліття минулого століття змістовна сторона культурно-освітньої діяльності музеїв зазнала серйозних змін у концептуальному плані [60]. Згідно з новими уявленнями, завдання музею не повинні зводитися до передачі суми знань про явища, процеси, факти та музейні предмети. Звернення до внутрішнього світу музейного відвідувача, вплив на його чуттєво-емоційну сферу, занурення його в історичне середовище, включення його уяви та асоціативного сприйняття такими стали пріоритети нової концепції, культурно-освітньої діяльності музеїв. Людина, яка прийшла до музею, — не об'єкт виховного впливу, а рівноправний співрозмовник, тому спілкування музею з аудиторією має шикуватися у формі не монологу, а діалогу.

*Форми та методи робіт з відвідувачами.* Екскурсія є головною, але не єдиною формою культурно-освітньої діяльності музею. У літературі 1970-х - 80-х років нерідкі твердження, що в музейній практиці використовується понад 100 форм науково-освітньої роботи. До базових вона

відносить десять форм культурно-освітньої діяльності музею, це екскурсія, лекція, консультація, наукові читання (конференції, сесії; засідання), клуб (гурток, студія), конкурс (олімпіада, вікторина), зустріч з цікавою людиною, концерт (літературний вечір, театралізована вистава, кіносеанс), свято, історична гра [64].

Лекція належить до давніх і традиційних форм культурно-освітньої діяльності. Її тематика пов'язана із профілем музею або з використанням музейних матеріалів. У той час як в екскурсії пріоритетним є зорове сприйняття, у лекції воно відіграє другорядну роль, а на перший план висувається раціональне сприйняття. Основна мета лекцій – донести до слухачів теоретичний матеріал, супроводжуючи його матеріалами музейних колекцій; дуже часто це копії чи дублікати музейних предметів, ілюстрації, фотографії, слайди. Музейні предмети, якщо й не демонструються під час лекцій, присутні непримітно — їх опис та характеристика включаються до змісту лекції.

У музейній практиці набули поширення такі форми лекційної роботи, як тематичні цикли лекцій, лекторії вихідного дня, виїзні лекції для різних груп населення. Існує думка, що в наш час музейна лекція — це певною мірою архаїзм, що вона не витримує конкуренції із сучасними технічними засобами отримання інформації. Однак ця теза спростовується досвідом роботи низки великих музеїв світу.

Для дорослої аудиторії в музеї організовано лекторій вихідного дня, який відвідують люди різних професій [59]. До програми аудиторних занять включаються відеосеанси, бесіди за круглим столом, зустрічі з вузькопрофільними фахівцями. Але головне в роботі з дорослою аудиторією — не різноманітність форм, а змістовний бік лекційної програми, оскільки, як показали результати анкетування, більшість слухачів приводить у лекторій «духовний голод», прагнення поповнити чи розширити гуманітарну освіту. Новизна концепції та свіжість матеріалів – такий основоположний принцип для формування тематики музейного лекторію. Об'єднання в одному циклі

виступів відомих істориків, мистецтвознавців, культурологів, архітекторів дає можливість подати різні точки зору на проблему та проводити дискусії, що викликає стійкий інтерес аудиторії.

Традиційною, хоч і не широко поширеною формою культурно-освітньої діяльності є консультації, які проводяться в експозиції або в наукових відділах з питання, що цікавить відвідувача. Консультант у залах пострадянських музеїв, на відміну від зарубіжної практики, — явище досить рідкісне, проте потреба в ньому постійно зростає у зв'язку зі збільшенням потоку індивідуальних відвідувачів.

В останні роки в експозиціях низки музеїв країни з'явилися комп'ютерні довідково-інформаційні програми, що дозволяють знайти відповіді на найрізноманітніші питання. Звернувшись до комп'ютерів, можна не тільки дізнатися про структуру експозиції, а й отримати довідку про будь-який експонат. Існують і програми, доповнюють зміст експозиції. За допомогою довідкових програм відвідувач може побувати на віртуальній екскурсії, отримавши при цьому обсяг інформації, який йому потрібен. Програма, присвячена фондам музею, дозволяє зазирнути у музейні сховища та познайомитись із найцікавішими музейними предметами.

Можливості виявлення та розвитку творчих здібностей особистості дають такі форми культурно-освітньої діяльності, як гуртки, студії, клуби. Гурток зазвичай є невеликою групою людей, об'єднаних за інтересами та працюючих під керівництвом музейного співробітника. Близька до гуртка форма – студія, її мета полягає в естетичному розвитку дітей та дорослих, розкритті їх здібностей до художньої творчості.

Клуб, на відміну від гуртків та студій, здійснює свою діяльність шляхом самоорганізації. Їм зазвичай керує обрана його членами Рада, до складу якої входять і науковці музею, вони ж є консультантами та керівниками існуючих при клубі гуртків та секцій. Клуби розробляють положення (статути) та програми, які передбачають як секційні заняття, так і спільні заходи, у яких

беруть участь усі члени клубу – збори, лекційні та семінарські курси, зустрічі, тематичні вечори, конференції.

Музей надає своїм клубам приміщення, обладнання, консультації, допомагає в організації виставок, зібраних аматорами колекцій, дозволяє працювати з музейними фондами. Привабливість клубу у тому, що створює оптимальні умови для неформального спілкування людей, мають однакову спрямованість інтересів, сприяє розвитку художнього, наукового чи технічного творчості з урахуванням індивідуальних потягів людини. Тематика клубів дуже різноманітна. Клуби можуть періодично влаштовувати виставки, на яких експонують колекції своїх членів, а відвідувачі можуть отримати кваліфіковану консультацію та придбати зразки, що сподобалися.

Конкурси, олімпіади, вікторини, що проводяться музеями, організовуються таким чином, щоб долучити учасників до знайомства з музейними колекціями та музейною роботою, стимулювати їхнє прагнення до набуття знань та вміння самостійно мислити. Завдання учасника м даються найрізноманітніші, їх виконання потребує знання як фактичного матеріалу, і експозиційного. Журі оцінює не лише правильність відповідей учасників змагань, а й їхнє вміння відстоювати свою точку зору та вести дискусію.

У музей приходять не лише за знаннями, але також заради відпочинку та розваг. Для задоволення цієї рекреаційної потреби відвідувачів музей використовує такі культурно-освітні форми, як зустріч із цікавою людиною, концерти, літературні вечори, театралізовані вистави, кіноперегляди.

Потребам людей у рекреації відповідає і музейне свято, що є комплексною формою культурно-освітньої діяльності, в якій єдиною темою об'єднані елементи екскурсії, тематичного вечора, театралізованої вистави та ін. Він проводиться музейними фахівцями на основі ретельно розробленого сценарію та за участю творчих працівників театру, музичних установ, художньої самодіяльності, радіо, кіно, телебачення. Музейні свята бувають фольклорними, літературними, календарними, воєнно-історичними; вони можуть відрізнитись один від одного як сюжетною стороною, так, методами

організації. Однак для музейного свята, щоб воно мало підставу називатися таким, обов'язкова присутність музейних предметів, активна участь відвідувачів, використання елементів театралізації та ігрових епізодів, дотримання ритуальності та святкових атрибутів, тобто необхідне поєднання двох умов — «музейності» та «святковості». Яскравим прикладом цієї форми культурно-освітньої діяльності можуть бути фольклорні свята, що набули широкого поширення в архітектурно-етнографічних музеях-заповідниках просто неба.

На активній поведінці музейної аудиторії заснована і рольова гра, яка вважається однією з найбільш ефективних форм культурно-освітньої діяльності, що сприяють розвитку історичної свідомості. Рольові ігри стали затверджуватись у зарубіжній музейній практиці у 1970-ті рр., але у вітчизняних музеях все ще не набули широкого поширення, ймовірно, через складність виконання. Адже вони вимагають не тільки керівника, що володіє акторськими здібностями, але також спеціального простору і атрибутів епохи.

Культурно-освітня діяльність може здійснюватись як у стінах музею, так і за його межами. Позавузові форми роботи - лекції, пересувні виставки - передбачають використання музейних матеріалів зазвичай у вигляді копій або дублікатів музейних предметів.

Поряд із простими формами культурно-освітньої діяльності у музейній практиці набули поширення та комплексні, які поєднують єдиною темою кілька форм, наприклад, лекцію та концерт, екскурсію та літературний вечір. Явно позначилася тенденція до використання про циклових форм, призначених для постійної аудиторії. Це не тільки цикли екскурсій, лекцій, тематичних вечорів, а й цикли, що поєднують різні жанри — екскурсії, лекції, зустрічі, концерти та ін.

Для того, щоб культурно-освітня діяльність була ефективною, музею необхідно вивчати та враховувати інтереси та потреби своєї аудиторії, забезпечувати «зворотний зв'язок», що дозволяє коригувати як процес створення експозиції, так і процес її сприйняття.



### 3.3. Засоби виразності для взаємодії музею з відвідувачем

Сучасна музейна справа характеризується тенденцією удосконалення комунікаційного процесу [32]. Музей прагне знайти шляхи розширення аудиторії, налагодження довгострокових партнерських зв'язків із відвідувачем. Розвиток набуває знакового підходу, тобто осмислення експозиції як системи знаків, або кодів – носіїв інформації суспільно-історичного змісту. У цьому семіотичному контексті експозиція представляє своєрідне невербальне висловлювання, яке може бути ефективно осмислене та засвоєне, якщо цей музейний текст буде будуватися за законами обробки інформації, прийнятої у сприймаючій культурі. Мова музею орієнтується на провідний на даний час тип сприйняття, розуміння та прочитання [37].

Сучасне мистецтво музейної експозиції визначено загальнокультурною ситуацією, зміною соціокультурного замовлення суспільства та загальними мистецькими та архітектурними концепціями [39]. Нині першому плані виходять видовищні мистецтва, пов'язані з технікою і науково-технічною революцією: фото-, кіномистецтво, аудіовізуальні образи. Ці види мистецтва відповідають завданням, що стоять перед масовою культурою. Вони розраховані на найширші верстви глядачів і абсолютно і повсюдно доступні, а для сприйняття образотворчих мистецтв, живопису, пластики, потрібні спеціальні знання та навички, тому вони доступні більш вузькому колу глядачів. Поява видовищних видів мистецтва, які передбачають масове сприйняття, відкрило необмежені можливості для розширення аудиторії та підвищення ступеня інформативності мистецтва та легкості сприйняття. Разом з цим комп'ютерні технології, що постійно розвиваються, визначають все зростаючі можливості інформації, її велику доступність. Так формується сучасний тип свідомості людини, яка образно сприйнятлива, потребує різноманітності, ритму, максимальної поінформованості та швидкості, яскравості та запам'ятовності. Художній образ як концентрована форма суперінформації здатне задовольнити запити людини у вік інформаційного

буму. Залучення в музейне проектування виразних засобів – специфічних «знаків», характерних для інших «мов» сприяє побудові яскравішого, виразнішого, чуттєвішого, і як наслідок – більш зрозумілого та доступного інформаційного образу експозиції. У цьому контексті використання засобів вираження спрямоване на посилення комунікативних засобів експозиційного простору [41]. Застосування їх дозволяє зробити музей сучасним формою, але водночас, зберегти специфічність змісту своєї діяльності (збирання артефактів, зберігання, експонування).

Аудіовізуальні засоби (АВЗ) – це фонозаписи, кіно-, відеоматеріали, мультимедіа програми. Застосування в експозиції спрямовано її емоційне та інформаційне збагачення. Кіно- та відеотекст наповнює статичну експозицію рухом, звук впливає на слух у музейній тиші, що знижує стомлюваність відвідувача та підвищує інтерес до експозиції. У музейній сфері аудіовізуальне джерело може використовуватися як об'єкт експонування та як допоміжний матеріал експозиційної, фондової, освітньої роботи.

Пам'ятник аудіовізуальної спадщини цінний насамперед своїм змістом, оскільки є першоджерелом знань та емоцій. Значимість цього виду джерела пояснюється тим, що фото- і кінодокументи демонструють багато деталей обстановки, в якій відбувалася та чи інша подія. Пам'ять може бути критерієм істини. Письмова документація дає відомості суб'єктивні. Аудіовізуальний документ має цінну об'єктивність. приклади.

Допоміжні Абстрактні базові класи (АБК) вдруге по відношенню до музейного предмета, та цінне як інформація навколо нього, відомості про нього. Так, спис ескімосу, виставлений в етнографічному музеї, мало, що говорить про ціле, частиною якого воно є, статична подача матеріалу не передає динаміку полювання. Але її можна донести засобами кіно, здатного показати спроби мисливців обігнати один одного під час погоні, смертельний удар для оленя, вилучення туші з води і т.д. Стрічка, тема якої стосується виставлених експонатів, пов'язує матеріал у єдине ціле, що допомагає глядачеві глибше усвідомити побачене.

АБК підвищують як науково-інформаційну ємність, так і емоційну дієвість музейних експонатів, крім того вони мають великі потенційні можливості впливу на відвідувача. Важливість використання АБК у діяльності музею доводить освоєнню музеями нових технологій у галузі зображення, звуку, фотографії, кіно, відео, об'ємного зображення; поширювати знання про методи консервації аудіовізуальних документів, створити мережу з обміну матеріалами, рекомендувати включення до штату музеїв консультанта з аудіовізуальних засобів.

Застосування таких виразних засобів, як світло (рис. 3.5; 3.6.) та колір (рис.3.7; 3.8.), що використовуються художником у процесі побудови художнього образу експозиції та виставки, сприяє більш ефективній передачі наукової концепції. Застосування даних засобів дозволяє посилювати напрямок звучання того чи іншого експонату чи експозиційного комплексу, акцентувати предмет, зовні не атрактивний, але інформативно змістовний, сфокусувати увагу відвідувача на невеликому за розміром експонаті. Кошти також сприяють втіленню образно-сюжетного методу побудови експозиції. Загалом застосування їх сприяє розширенню інформаційного ладу експозиції, посилення емоційного впливу, вирішення просторових завдань. Наприклад можна використати таке світлове рішення, де анфіладу корпусу об'єкт затемнити, зробити точкове світло, спрямоване на об'єкт, це дозволить сфокусувати погляд глядача на кожному об'єкті та манері його виконання. Інший приклад, згрупували малі за розміром картини та помістили їх у яскраві, високі рами [44]. Такий колірний акцент дозволить досягти рівноваги між менш атрактивними роботами та справжніми шедеврами художника, гармонізувати простір.

Тенденція театралізації. Процес «театралізації музею» відомий у музеях різного профілю із 1970-х років. Сьогодні дедалі наполегливіше проявляється тенденція, яка полягає у новому погляді на функціонування музею. Він стає не лише сховищем унікальних меморіальних предметів, а й своєрідними «сценічними підмостками», на яких силами експозиціонерів та художників-

оформлювачів «оживають» та по-своєму «інсценуються» історичні події, сюжети літературних творів тощо. Сучасний музей все частіше розглядається як комунікативний простір, відкритий для художньої практики - привнесення образного, багатозначного, ігрового початку у побудову музейної експозиції, органічного існування в музеях «прикордонних» жанрів: перфомансів, театралізованих акцій та повноцінних театральних постановок, що розвиваються навколо музейного експонату. Музей зберігає не речі, а традиції. Театралізація дозволяє відтворити музейними засобами відчуття житлового простору, знайти вираз образам часу, що минув, сформувати не тільки предметно-просторове середовище, а й емоційно-образну атмосферу, що пішла. І, таким чином, вийти із відомого статичного стану. Використання методу дозволяє не тільки передавати інформацію, яка зараз як ніколи доступна через електронні системи зв'язку та інші джерела, але викликати реальні враження, емоції, асоціації від пережитого досвіду зіткнення з автентичним музейним предметом.

Театралізація музейних форм роботи розвивається за трьома напрямками. Перший тип пов'язаний із драматургічною організацією музейної експозиційної композиції. Характерний для музеїв різного профілю та найбільш органічний для музейної практики, оскільки не підриває основ музею, але вносить до структури експозиції елементи з інших мов. «Експозиція наших днів, все більше тяжіючи до динаміки, вдається багатогранністю і складністю концептуальних рішень, гостротою і яскравістю свого пластичного висловлювання, зближуючи експозиційний жанр зі специфікою театального дійства, з якоюсь сценографічною побудовою музейного середовища, яке все більше стає «ігровим».

Другий шлях — привнесення до практики рекреаційно-освітньої діяльності виразних елементів у галузі театральної дії та інших видів видовищності. Музеї розробляють театралізовані екскурсії, хепенінги (імпровізовані театралізовані дії без заздалегідь придуманого сценарію та

розраховані на участь глядачів) та інші форми музейно-педагогічної діяльності.

Особливістю театралізованої рекреаційно-освітньої програми є використання сценарію, елементів режисури, розподіл ролей між глядачами, включення засобів вираження.

Третій напрямок пов'язаний із створенням на території музею перформансів, а також повноцінних театральних вистав. приклади.

Психолого-педагогічне осмислення використання засобів вираження. Ефективне здійснення музейної комунікації вимагає управління процесом сприйняття музейної інформації та вивчення ефективності її на аудиторію. На стадії проектування експозиційно-виставкової та культурно-освітньої діяльності необхідно виявляти психолого-педагогічний портрет потенційної аудиторії, на яку орієнтована дана робота (її установки, норми, цінності, психофізичні особливості та інше); сформулювати цілі, методи майбутньої діяльності, форми реалізації. Здійснення роботи передбачає вивчення її ефективності, тобто аналіз якості зворотного зв'язку відвідувача та музею. Аналіз результатів сприяє оптимізації подальшої діяльності.

### Висновки до Розділу III

У пропонуванні музею активного, мультисенсорного досвіду, цифрового реагування, експонати є важливою частиною стратегії музеїв щодо залучення відвідувачів. Такі експонати популярні, але музеям бракує розуміння відвідувачів, безпосереднє їх емоційне та фізичне переживання. Підхід музеїв, оцінка виставки надає перевагу методам інтерв'ю та анкетування, які не дуже підходять для збору відгуків про комплекс інструментів таких, як аудіо, кінестетичний і візуальний досвід, який зустрічається в цифровому середовищі. Для вирішення проблеми браку знань у музезнавчій літературі щодо дослідження досвіду відвідувачів у мистецьких середовищах, це дослідження спирається на комплекс взаємодії людини з інноваціями, що орієнтовані на користувача. Також, дизайн має відображати потреби, уподобання і досвід людей, щоб була мінімізація проблем і розчарувань у відносинах користувач-продукт. Останнім часом інноваційний прогрес зорієнтований на мистецьку галузь вийшов за межі зручності використання, більше спрямований на надання різноманітного досвіду та більшу інформативність. Принципи орієнтованого на користувача дизайну можуть забезпечити мистецьким установам нові підходи до оцінки виставки з точки зору оцінки інформативності та взаємодії виставки з глядачем. Є цінність інтерактивних, керованих дизайном інструментів та нетипових підходів до збору відгуків аудиторії про експонати.

Завдяки використанню технологій обробки зображень, Web3D, VR, AR, MR, тактильних пристроїв і портативних пристроїв, як КПК, музеї можуть використовувати всі можливості нових медіа, аналізувати та різними способами відповідати на потреби відвідувачів, забезпечувати інтуїтивну взаємодію з відображеним вмістом і забезпечують розважальний і навчальний досвід. Переваги віртуальних музеїв заслуговують на увагу з точки зору музейних кураторів, а також з точки зору документування, збереження, дослідження та виставлення. Віртуальні музеї мають потенціал для ефективного та недорогого збереження та поширення культурної інформації за

допомогою інноваційних методів та інструментів. Вони є привабливим засобом масової інформації, який є атрактивним для різноманітних груп відвідувачів, і може рекламувати «реальні сайти», надаючи інформацію про музейні виставки та пропонуючи розширене відображення музейних артефактів за допомогою новітніх технологій. Різні групи кінцевих користувачів, такі як туристи, студенти та спеціалісти, можуть скористатися ними та задовольнити свої навчальні та розважальні потреби. Відвідування віртуальних музеїв може бути приємним і продуктивним досвідом, який залучає користувача до залучення та участі та сприяє просуванню реальних музеїв. Віртуальні музеї збагачують музейний досвід, дозволяючи інтуїтивно зрозумілу взаємодію з артефактами віртуального музею. Порівняння між реальним і віртуальним музеями вказує на те, що все ще існують є важливими питаннями, які мають вирішити віртуальні музеї. Необхідно забезпечити хорошу співпрацю між фахівцями з питань культурної спадщини (кураторами музеїв, істориками, археологами тощо) та фахівцями з інформаційних наук, щоб досягти оптимальних результатів.

Віртуальні музеї не можуть і не мають наміру замінити класичні музеї. Їх можна охарактеризувати як «цифрові відображення» фізичних музеїв, які не існують але як доповнення стати розширенням виставкових залів фізичних музеїв. Їх основною метою є дослідження та пропонування моделей для дослідження справжньої мети та концептуальної орієнтації музей

## ВИСНОВКИ

В роботі досліджено сутність мистецької експозиції в контексті її важливості у інформативно-комунікативному полі, що є однією з функцій мистецтва, та способи реалізації експозиції виходячи з поставлених завдань перед експозиціонером. В межах виставкової діяльності мистецтво спрямоване виключно на глядача, тому має виконувати основні функції мистецтва, зокрема пізнавальну (просвітницьку), виховну, суспільно-перетворюючу, дані функції виконують завдання підштовхнути глядача по-новому сприймати звичні явища та переосмислити вже відому інформацію та сприйняти нове та відрефлексувати.

В роботі зроблений акцент на 2 критичні точки:

1. Експозиція як самостійна одиниця виставки.
2. Актуальні інструменти та підходи створення експозиції в музейній та галерейній діяльності для ефективної комунікації з відвідувачем.

Відповідно до поставленої мети і завдань, отримані обґрунтовані результати, які дають можливість зробити певні заключення:

1. Перше завдання для досягнення мети дослідження було вирішено в першому розділі, було охарактеризовано основні поняття експозиційної роботи в музейній та галерейній діяльності, висвітлено час зародження класичних музеїв, розглянуто формування канонів та методик організації експозиційної діяльності музеїв та охарактеризовано традиційні (класичні) принципи організації експозиційного простору музеїв як базис для вирішення наступних завдань дослідження. Розуміння підґрунтя виставкової діяльності допомагає на практиці створити традиційну базову експозицію у класичній мистецькій установі чи в небагатоформатній галереї. Також, виходячи з історії мистецтва, висвітлено те, що сама експозиція є самостійною мистецькою одиницею, яка має в собі всі функції мистецтва та є важливим інструментом для виконання тих самих мистецьких функцій безпосередньо експонатом.



2. Для вирішення другого завдання, з'ясовані основні етапи формування музейної експозиції та її науково-концептуальний характер, виходячи з цього доцільно розглянуто технічні особливості проектування, що є важливим для оцінки спроможності створити ту чи іншу виставку. Розглянуто типи художніх виставок, зокрема новітній її формат, онлайн-виставку та висвітлено основні інструменти та допоміжні засоби для її реалізації. Важливою складовою аналізу концептуальних моделей організації експозиційного простору є принципи проектування експозиції, через те, що з особливостей музейної експозиції виходять основні засади її побудови. Повнозмістовні результати відображені в другому розділі роботи.

3. Для вирішення третього питання було ретельно розглянуто тематико-експозиційний план, зокрема його третій етап, монтажне проектування експозиції. Над монтажним проектом працює зазвичай багато фахівців з різних галузей, це складний, багаторівневий та дискусійний процес. Важливим на цьому етапі є макет та дизайн, адже відіграє, безпосередньо, ключову роль саме в проектуванні експозиційного простору, як самостійної одиниці. Надалі, не випускається з уваги саме технічні характеристики монтажу фізичної виставки, так як кожний вид мистецтва має свої особливості монтування і перебування у виставковому просторі. На цій підставі зроблені висновки і заключення щодо можливостей використання певних кріплень, освітлення, етикеток, панелей, звуковідтворюючих засобів, допоміжних меблів, цифрового веб-контенту.

4. Інноваційні підходи і тенденції в експозиційній роботі були проаналізовані в третьому розділі та частково в другому. Простежено використання інформаційних технологій у всіх сферах діяльності музеїв, адже на меті є вдосконалення управління та безпосередньо діяльності мистецьких установ. Злагодженість роботи всіх відділів та сфер музею чи галереї неодмінно відмічається на етапі розробки та реалізації виставок. Через вищевказані причини було розглянуто програми на основі автоматизованих інформаційних систем для створення і ведення баз даних, цифрового

моделювання приміщень та розміщення експонатів, створення віртуальних виставок. Важливими новітніми застосунками також є апаратно-програмні експозиційно-виставкові комплекси, що значно полегшують відвідувачам візит до мистецьких установ, мають високу інформативність, інтерактивність та атрактивність.

Виходячи з дослідження, можна стверджувати що, інноваційним підходом є концептуальність і комплексність при вирішенні експозиційного простору, враховуючи всі особливості виставки, тематику та аудиторію. На прикладі закордонних музеїв різних мистецьких спрямувань доводить ефективність використання цифрових технологій в контексті інноваційних підходів в організації експозиційного простору. Також, при порівнянні з вітчизняними музеями та галереями було виявлено, що відвідувачі зацікавлені у наявності різноманітності форматів виставок, включно з класичною виставкою.

5. Для вирішення п'ятого питання було досліджено соціально-психологічні аспекти взаємодії музею з відвідувачем, по причині того, що це безумовно впливає на початковий етап проектування виставки. Щоб зрозуміти недоліки експозиції чи її переваги для просування та розширення аудиторії необхідно розуміти потреби та вподобання відвідувача. Музейна аудиторія характеризується рядом параметрів, з огляду частоти відвідувань, ступінь підготовки, обізнаності, обставини відвідування.

Для життєдіяльності мистецької установи дійсно важливим є вивчення «зворотнього зв'язку», тому в провідних країнах світу на державному рівні створюються структури, які займаються дослідженням музейної аудиторії, що безумовно впливає на успішність мистецьких установ як в середині країни, так і у світі.

Отримані результати дослідження свідчать про те, що в експозиційній діяльності мистецьких установ є проблемні питання щодо планування та реалізації виставок на всіх етапах, ці питання є дискусійними, адже музеї і галереї керуються в своїй роботі тим, що більше роблять акцент саме на

мистецтві та закритому колу відвідувачів, яких можна характеризувати як постійні, через що всі оновлення в експозиції можна описати тільки як зміна експонатів. Дана спрямованість істотно відзначається в українських музеях та галереях, через що відсутня зацікавленість відвідувачів. Ґрунтовно продумана і спроектована експозиція, яка буде враховувати світові тенденції, сучасні інструменти та аналіз наявної та потенційної аудиторії, зможе ефективніше просувати мистецтво та вести діалог з глядачем.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Барановська Н. Експозиційна робота у діяльності музею / Н. Барановська // *Historical and cultural studies*. - 2015. - Vol. 2, Num. 1. - С. 13-17.
2. Борис Т. Зміни в експозиційній роботі художніх музеїв України в 1920–1930-ті рр. *Актуальні проблеми соціально-гуманітарних наук* : матеріали ІІІ Всеукр. наук. конф. з міжнар. участю (м. Дніпропетровськ, 20 груд. 2013 р.) : у 5-х ч. Ч. 4. – Дніпропетровськ : ТОВ «Інновація», 2013. – С. 113–116.
3. Велика Л.П. Музейне експозиційне мистецтво: Многр./ Харківська державна академія культури / Л.П. Велика. – Х.: ХДАК, 2000. – 160 с.
4. Вишеславський Г., Сидор-Гібелінда О. Термінологія сучасного мистецтва. Означення, неологізми, жаргонізми сучасного візуального мистецтва України : словник / [уклад. Г. Вишеславський, О. Сидор-Гібелінда]. – Париж : Майстерня книги, 2010. – 416 с.
5. Жбанкова О. З історії формування музейної збірки ХІХ – поч. ХХ ст. 2015.
6. Клівак В. Особливості дизайну віртуальних виставок. *Актуальні питання гуманітарних наук*. Вип. 52, том 2, 2022. С. 50-56.
7. Коцюбівська К., Баранський С. 3D моделювання при відновленні історико-культурних цінностей. Цифрова платформа: інформаційні технології в соціокультурній сфері. *Збереження культурної спадщини та доступ до цифрових ресурсів*. Т. 3. №1. 2020. С. 59 – 68.
8. Музей: менеджмент і освітня діяльність /Упоряд. Мазурик З., Аартс Г. – Львів: Літопис, 2009. – 224 с.
9. Сучасний музей: між скарбницею та підприємством: Матеріали Міжнародної конференції 8 – 10 жовтня 2006 року в м. Чернівці. – Львів: ВНТЛ – Класика, 2008.
10. Тітінюк Ю.О. Дві музейні експозиції. Двадцяті Сумцовські читання : збірник матеріалів Всеукраїнської наукової конференції «Музей у глобальному світі: інновації та збереження традицій», присвяченої 160-й

річниці з дня народження видатного українського вченого, академіка Української академії наук М. Ф. Сумцова, 18 квітня 2014 р. / Харківський історичний музей. – Х. : Майдан, 2014. – С.51-64.

11. Тітінюк Ю.О. Концепція режисерської діяльності у формуванні музейної експозиції. Вісімнадцяті сумцовські читання. Матеріали наукової конференції на тему «Музей як соціокультурний інститут в умовах інформаційного суспільства», Харків, 18 квітня 2012 р. / Харківський історичний музей. – Х.: Майдан, 2012. – С.35-43.

12. Тітінюк Ю.О. Методика художнього формування сучасної музейної експозиції. Сімнадцяті сумцовські читання. Матеріали наукової конференції на тему «Комунікаційний підхід у музейній справі як відповідь на потреби соціуму», Харків, 18 квітня 2011 р. / Харківський історичний музей. – Х.: Майдан, 2011. – С 19-29.

13. Чепелик О. Взаємодія архітектурних просторів, сучасного мистецтва та новітніх технологій, або Мультимедійна утопіям: зб. наук. праць / Ін-т проблем сучасн. мистецтва Акад. мистецтв України. відп. ред. О. Чепелик. Київ, 2009. 272 с.

14. Шевченко В. В., Ломачинська І. М., Музеєзнавство: Навчальний посібник для дистанційного навчання. – К: Університет «Україна», 2007. – 288с.

15. Шульгіна В. Д. Синергетична парадигма простору культури : монографія до 50-річчя науково-педагогічної діяльності Валерії Шульгіної. Київ : НАКККіМ, 2014. 398 с.

16. Яковець І., Литовченко В. До питання впровадження адитивних технологій в дизайні. *Традиції та новітні технології у розвитку сучасного мистецтва* II Всеукраїнська науково-практична конференція, Черкаський національний університет, 19 квіт. 2016 р. Черкаси : Вид. О. Вовчок. С. 124–126.

17. Яковлев О. Зміст соціокультурного проектування в інформаційну добу: досвід Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв / *Культура України. Серія: Культурологія* : зб. наук. праць / Харк. держ. акад. культури. Харків, 2016. Вип. 52. С. 201–211.
18. 5 віртуальних виставок [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://vogue.ua/>
19. Віртуальні екскурсії в художні музеї: веб-сайт. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.canva.com/>
20. Віртуальні екскурсії в художні музеї: 2020. URL: <https://osvitanova.com.ua/posts/3833-150-virtualnykh-ekskursii-muzeiamy-svitu-i-ukrainy> (дата звернення 09.09.2023).
21. Всеукраїнська асоціація музеїв. Статті [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [http://vuam.org.ua/uk/%D0%A3%D1%81%D1%96\\_%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96\\_%D0%92%D0%A3%D0%90%D0%9C](http://vuam.org.ua/uk/%D0%A3%D1%81%D1%96_%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96_%D0%92%D0%A3%D0%90%D0%9C)
22. Гірний О., Скорик Л. Сучасні тенденції трансформації художніх музеїв у провідні соціально-культурні центри національного значення. Сучасні проблеми Архітектури та Містобудування. Київ, 2022. URL: <http://archinform.knuba.edu.ua/article/view/263684> (дата звернення 12.08.2023).
23. Дизайн музейних експозицій [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://museum-design.com.ua/theory>
24. Експозиційна діяльність. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [https://pidru4niki.com/15800119/kulturologiya/ekspozitsiyna\\_diyalnist](https://pidru4niki.com/15800119/kulturologiya/ekspozitsiyna_diyalnist)
25. Експозиція та експозиційно-виставкова діяльність музею. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [http://ni.biz.ua/3/3\\_8/3\\_89749\\_metodi-i-printsipi-postroeniya-ekspozitsii.html](http://ni.biz.ua/3/3_8/3_89749_metodi-i-printsipi-postroeniya-ekspozitsii.html)
26. Іванець О. Новітні підходи в музейній практиці. Матра / Музеї України. Київ, 2009. URL:

<https://eprints.oa.edu.ua/2887/1/Oksana%20Ivanets.pdf> (дата звернення 01.08.2023).

27. Кудря Л. М. Віртуальна виставка. *Українська бібліотечна енциклопедія* [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://ube.nlu.org.ua/article/%D0%92%D1%96%D1%80%D1%82%D1%83%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B0%20%D0%B2%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B0%D0%B2%D0%BA%D0%B0>.

28. Методика створення віртуальної виставки. Творча лабораторія для фахівців. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://unbib.mk.ua/index.php/2009-06-11-15-23-30/63-2010-11-04-18-43-58/3470-2019-03-26-14-30-46.html>

29. Сучасні методологічно-наукові концепції планування експозиції на прикладі музеїв історичного профілю в Китаї. Київ, 2020. URL: [http://vitaantiqua.org.ua/wp-content/uploads/2020/09/VA-2019\\_Markina.pdf](http://vitaantiqua.org.ua/wp-content/uploads/2020/09/VA-2019_Markina.pdf) (дата звернення 12.08.2023).

30. Цаценко Є. Віртуальні музеї та галереї: тимчасове рішення чи стала тенденція. 2021. URL: <https://gwaramedia.com/virtualizacziya-muzeiv-i-galerej> (дата звернення 10.09.2023).

31. Anna C. Cline. *The Evolving Role of the Exhibition and its Impact on Art and Culture*. Senior Theses, Trinity College, Hartford, 2012. 116 p.

32. Bahamon A. *Sketch Plan Build World Class Architects Show How it's done* / A. Bahamon – Hardcover: Harper Collins Publishers, 2005, – P. 500.

33. Catton F., M. Smith L. *Museums Without Walls: A Temporal Analysis of Virtual Exhibitions in GLAM Institutions*. *Pathfinder: A Canadian Journal for Information Science Students and Early Career Professionals*. 2021. P. 72 – 85.

34. Chanon Kenji Praepipatmongkol. *Why Exhibition Histories?* . London : British Art Studies, 2019. 42 p.

35. Foster N. Norman Foster and the British Museum. Prestel. Munich, London, New York. 2001 P. 120.
36. Francois O. The Exhibition. Theories and practices. *Open Edition Journal*. 171 – 179 pp.
37. Heathcote C. The Exhibition Handbook: A Practical Guide for Organising Exhibitions in Australian Museums, Galleries, Libraries and Community Centres. Victoria : Museums Australia Incorporated, 1997. 95 p.
38. Hein, G. Learning in the museum. *Routledge publications*. Munich, 1998.
39. Hodidio F. Architect, Engineer, Artist lane : Art Spring, 2009. 96 c.
40. Hong, J. S., Chen B. H., Hsiang, J. XSL-based Content Management for Multi-presentation Digital Museum Exhibitions. Research and Advanced Technology for Digital Libraries. *Proceedings of the 5th European Conference, ECDL 2001*. Germany, 2001.
41. Jenks C. The language of architecture of postmodernism. 2002. 542 c.
42. Kalfatovic, M.R. Creating a Winning Online Exhibition: A Guide for Libraries, Archives, and Museums. *American Library Association*. Chicago, London : (ALA Editions), 2002. p. 117.
43. Marotta A. Contemporary museum. Milano Publishing House «Skira». 2010. P. 56.
44. Meroz J. Manifesto: Towards a Historical Critique of Exhibitions. Amsterdam, 2015. 10 p.
45. Paul J. Complete guide to adult audience interpretive materials: gallery text and graphics / Complete guide, Getty Museum – Los Angeles, 2011. 41 p.
46. Prinz Frederik. Competiton Architecture. Berlin, 2011 by Braun Publishing AG.
47. Prior N. Having Ones Tate and Eating it: Transformation of the Museum in Hypermodern Era / Apt and its publics: museum studies at the Millenium, Coomwall UK, 2003. 51–77 p.



48. Schubert F. Online Virtual Exhibitions: Concepts and Design Considerations. *Journal of Library and Information Technology*. Vol. 28, Num. 4. 2008, P. 22 – 34.
49. Steeds L. What is the Future of Exhibition Histories? Or, Toward Art in Terms of Its Becoming-Public. London : The MIT Press, 2016. 237 p.
50. Teh D. Obstacles to Exhibition History: Institutions, Curatorship and the Undead Nation-State. *National University of Singapore*. 13p.
51. Weiner A. History of Exhibitions: Curatorial Models, Countermodels, and Altermodels. 2011. 9 p.
52. Zhbankova O. From the history of the formation of the museum collection of the XIX – early XX century. Proceedings of the scientific conference National Art Museum of Ukraine History. Current state. Development Problems. 2013. 41 c.
53. Alen, S. Designs for Learning: Studying: Science Museum Exhibits That Do More Than Entertain. *Science Education*. 2004. C. 17 – 33. URL: <http://mps.uchicago.edu/docs/articles/S.AllenScience%20Museums%20that%20do%20more%20than%20Entertain.pdf>
54. Antoniou, A., Lepouras, G. Adaptation to Visitors' Visiting and Cognitive Style. *Proceedings of the 3rd International Conference of Museology & ICOM-AVICOM Annual Conference*. 2006. URL: [https://hci-vr.dit.uop.gr/papers/%5BC33%5D\\_Adaptation-AVICOM.pdf](https://hci-vr.dit.uop.gr/papers/%5BC33%5D_Adaptation-AVICOM.pdf)
55. Antoniou A., Lepouras G. Basic Taxonomy of Educational Theories. *Technical report, University of Peloponnese, Department of Computer Science and Technology*. URL: <http://hci-vr.cst.uop.gr/tr2006/1.pdf>
56. Antoniou, A., Lepouras, G. Reflections on Mobile and Life Long Learning: Museums as Application Field. *Proceedings of the IADIS International Conference, Mobile Learning*. 2008. C 249 – 252. URL:

[https://www.academia.edu/24578123/Reflections\\_on\\_Mobile\\_and\\_Life\\_Long\\_Learning\\_Museums\\_as\\_Application\\_Fields](https://www.academia.edu/24578123/Reflections_on_Mobile_and_Life_Long_Learning_Museums_as_Application_Fields)

57. Art rights. The different types of art exhibition. URL: <https://www.artrights.me/en/the-different-types-of-art-exhibition/>

58. Artsy URL: <https://www.artsy.net/shows> (10.09.2023).

59. Coronavirus: Les galeries d'art passent en mode virtuel. 2020. URL: <https://www.connaissancedesarts.com/marche-art/galleries/coronavirus-les-galleries-dart-passent-en-mode-virtuel-11136439/> (дата звернення 10.09.2023).

60. Exhibition Labelling URL: <https://mgsw.org.au/sector/resources/online-resources/exhibition/exhibition-labelling/>

61. Exposition virtuelle URL: [https://fr.wikipedia.org/wiki/Exposition\\_virtuelle](https://fr.wikipedia.org/wiki/Exposition_virtuelle)

62. Hsi S. A study of user experiences mediated by nomadic web content in a museum. *Journal of Computer Assisted Learning* . 2003. P. 308 – 319. URL: [https://annex.exploratorium.edu/guidebook/Hsi\\_JCALpaper.pdf](https://annex.exploratorium.edu/guidebook/Hsi_JCALpaper.pdf)

63. Indissoluble. The Exhibition Factory URL: <https://www.indissoluble.com/es/exhibition-design-company-barcelona-proyectos/> (дата звернення 11.09.2023).

64. Insulander E., Selander S. Designs for learning in museum contexts. *Designs for Learning*. URL: <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:390826/FULLTEXT01.pdf> (дата звернення 11.09.2023).

65. Lepouras G. A methodology for the design of online exhibitions. *Academia*. URL: [https://www.academia.edu/2982633/A\\_methodology\\_for\\_the\\_design\\_of\\_online\\_exhibitions](https://www.academia.edu/2982633/A_methodology_for_the_design_of_online_exhibitions) (дата звернення 11.09.2023).

66. Li J., Nie J-W., Ye J. Evaluation of virtual tour in an online museum: Exhibition of Architecture of the Forbidden City. 2022. 17 p. URL: [https://journals-plosorg.translate.goog/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0261607&\\_x\\_tr\\_sl=en&\\_x\\_tr\\_tl=ru&\\_x\\_tr\\_hl=ru](https://journals-plosorg.translate.goog/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0261607&_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=ru&_x_tr_hl=ru)

67. McGreevy N. The Top Ten Online Exhibitions of 2020. URL: <https://www.smithsonianmag.com/history/top-ten-online-exhibitions-2020-180976655/> (дата звернення 10.09.2023).

68. Media players URL: <https://mgnsw.org.au/sector/resources/online-resources/exhibition/media-players/>

69. MoMA. Exhibition design. Innovations That help us think about art differently. URL: <https://www.moma.org/magazine/articles/840> (дата звернення 11.09.2023).

70. Museum & Galleries of NSW URL: <https://mgnsw.org.au/sector/resources/online-resources/exhibition/using-projectors-gallery/>

71. Museum Planner. Museum Exhibition Design URL: <https://www.museumplanner.org/museum-exhibition-design-2/> (дата звернення 11.09.2023).

72. Museo al tempo del covid, le soluzioni italiane: tour virtuali, immersivi, interattivi. URL: <https://www.agendadigitale.eu/cultura-digitale/tour-virtuali/> (дата звернення 10.09.2023).

73. National Exhibition Register URL: <https://netsaustralia.org.au/register/>

74. Richter D. A Brief Outline of the History of Exhibition Making *Academia*. URL: [https://www.academia.edu/3438668/A\\_Brief\\_Outline\\_of\\_the\\_History\\_of\\_Exhibition\\_Making](https://www.academia.edu/3438668/A_Brief_Outline_of_the_History_of_Exhibition_Making) (дата звернення 11.09.2023).

75. Smeds K. The future of Tradition in Museology. Materials for a Discussion Paris: ICOFOM, 2019. 199 p. URL:

[https://icofom.mini.icom.museum/wp-content/uploads/sites/18/2022/03/2019\\_the\\_future\\_of\\_tradition\\_in\\_museology.pdf](https://icofom.mini.icom.museum/wp-content/uploads/sites/18/2022/03/2019_the_future_of_tradition_in_museology.pdf)

76. Smithsonian Institution. Exhibition concept models. Washington, DC 20560-0405, July 2002. URL: <https://www.si.edu/content/opanda/docs/rpts2002/02.07.exhibitconcepts.final.pdf>

77. The Art Newspaper. How museums are stepping up exhibition design. URL: <https://www.theartnewspaper.com/2019/03/01/how-museums-are-stepping-up-exhibition-design> (дата звернення 11.09.2023).

78. The Exhibition: Histories, Practices, Politics. *Instituto de História da Arte Faculdade de Ciências Sociais e Humanas Universidade Nova de Lisboa / Instituto de História da Arte* № 19, 2020. 223p. URL: [https://institutodehistoriadaarte.files.wordpress.com/2019/12/rha\\_14.pdf](https://institutodehistoriadaarte.files.wordpress.com/2019/12/rha_14.pdf)

79. The National Gallery URL: <https://www.nationalgallery.org.uk/> (10. 11. 2023).

80. Using projectors in a gallery space. URL: [https://mgns.w.org.au/wpcontent/uploads/2018/11/fact\\_sheet\\_using\\_projectors\\_in\\_the\\_gallery.pdf](https://mgns.w.org.au/wpcontent/uploads/2018/11/fact_sheet_using_projectors_in_the_gallery.pdf)

## ДОДАТКИ

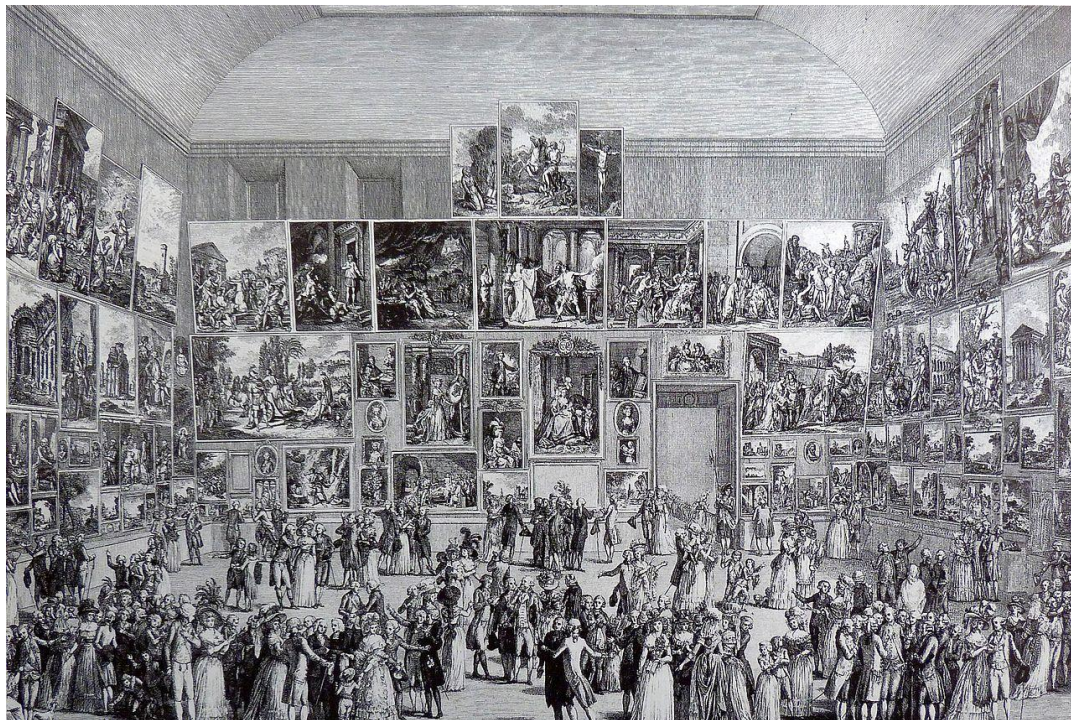


Рис. 1.1. Паризький салон 1787 року в Луврі. Гравюра П'єтро Антоніо Мартіні



Рис.1.2. Велика виставка 1851 року у Лондоні була найуспішнішою, пам'ятною та найвпливовішою культурною подією 19 століття.

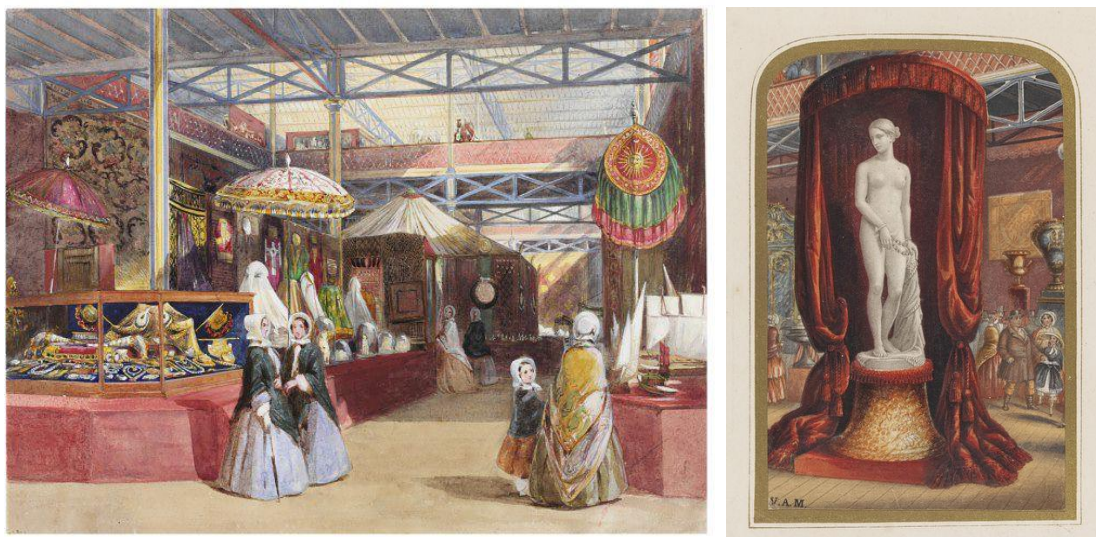


Рис. 1.3. Велика виставка 1851 року у Лондоні. Західна половина Кришталевого палацу була присвячена Британії та її колоніям, а східна — іноземним експонентам. Експонати були згруповані в чотири розділи: сировина, машини, мануфактури та образотворче мистецтво (включаючи архітектуру та скульптуру, але не живопис). У цих широких категоріях була використана детальна система класифікації для впорядкування експонатів.

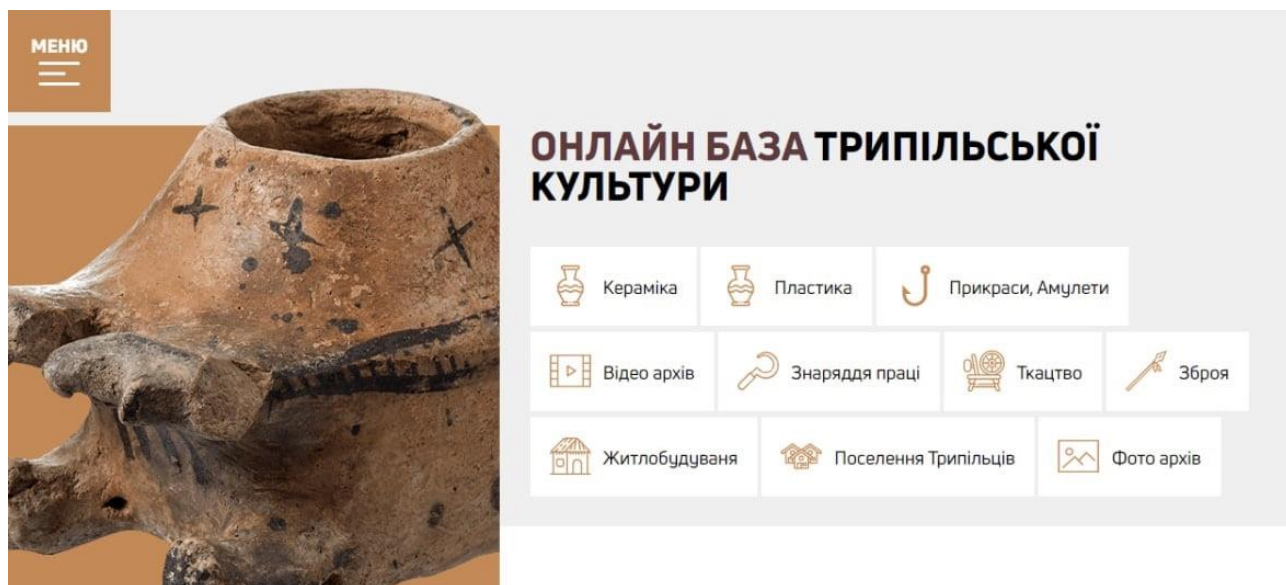


Рис.2.1. Приклад онлайн виставки. Онлайн база артефактів трипільської культури



Рис. 2.2. Роботи Поля Гогена та Вінсента Ван Гога, виставлені в Carrières de Lumière у Ле Бо-де-Прованс , Буш-дю-Рон через цифрову проєкцію, 2012



Рис.2.3. Візуалізація африканської частини галерей Метрополітен-музею від wNY

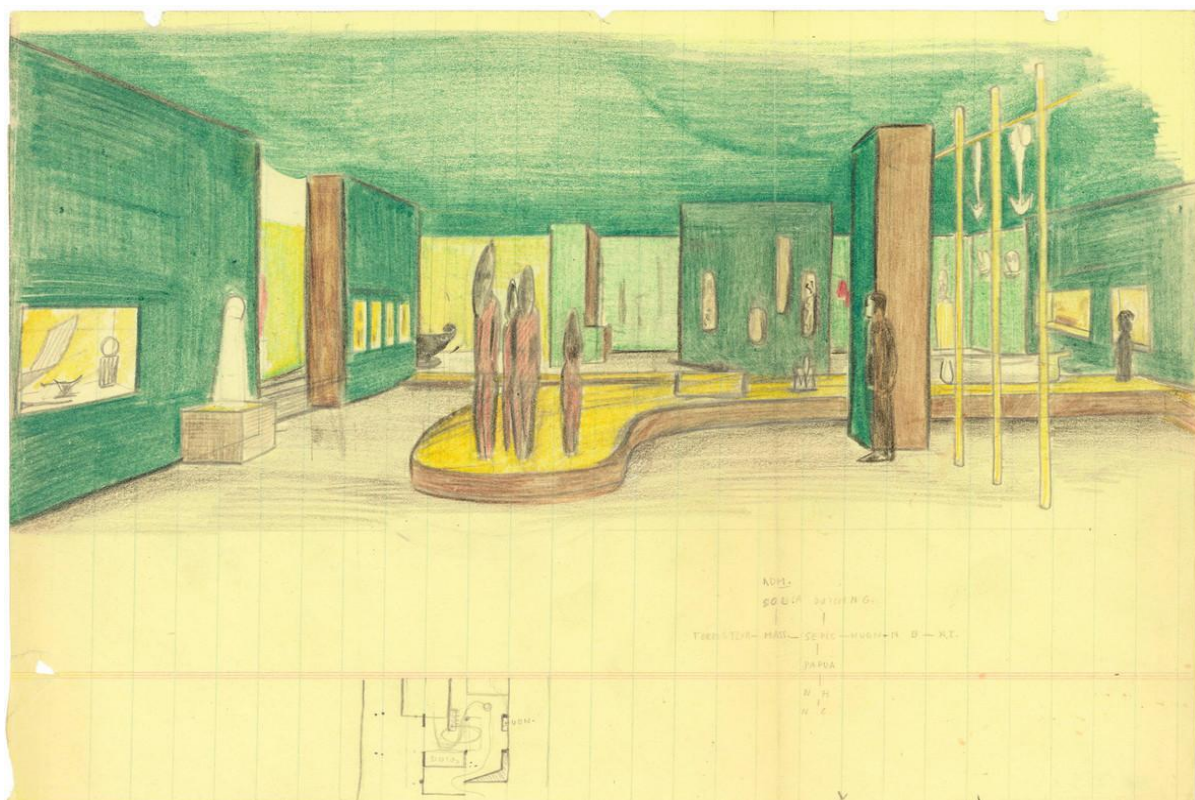


Рис. 2.4. Приклад ескізу експозиції виставкової зали.

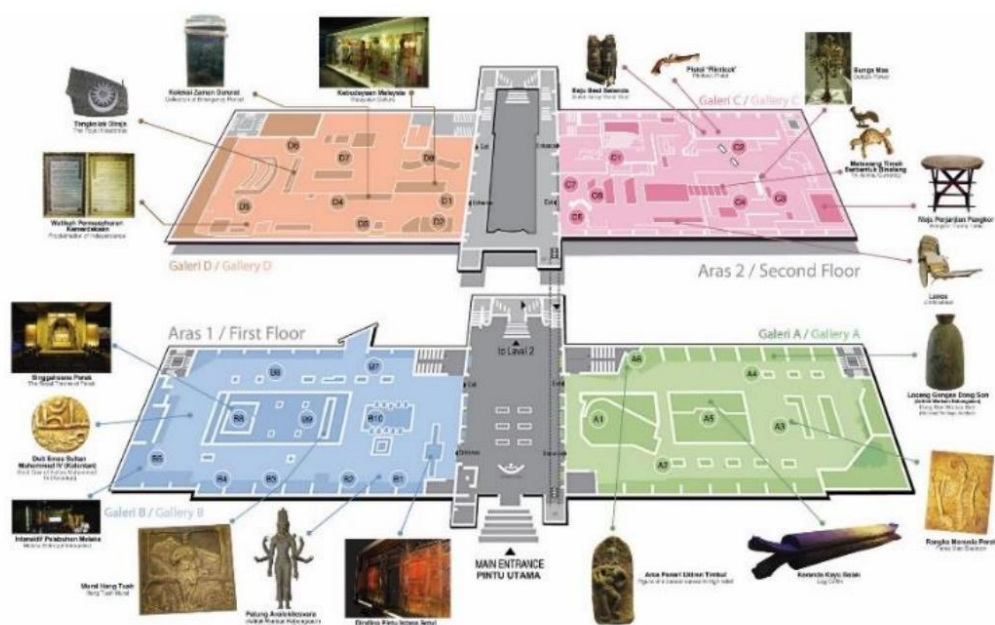


Рис. 2.5. Цифровий план поверху чотирьох галерей у Національному музеї Малайзії





Рис. 2.6. Приклад ескізу експозиції виставкової зали.

д'Арнонкура . Акварельний вид на виставку «Мистецтво південних морів» , 1946

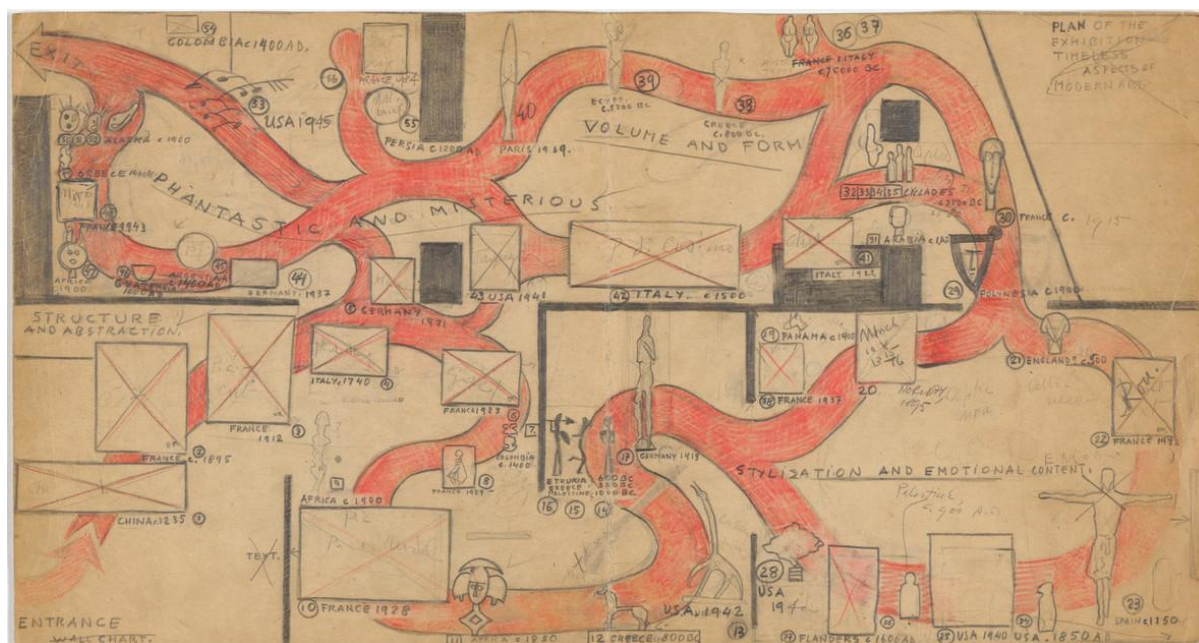


Рис. 2.7. Приклад ескізу плану поверху з виставковим маршрутом.

д'Арнонкура. План поверху з маршрутом обігу виставки «Позачасові аспекти сучасного мистецтва» , 1948

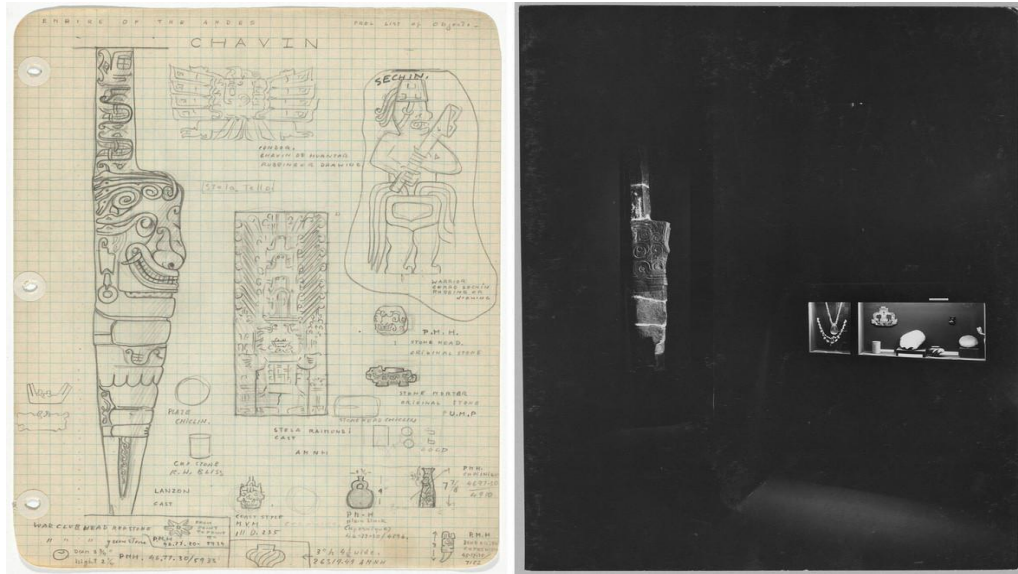


Рис. 2.8. Приклад ескізу експонатів для виставки та втілення в експозиції.  
д'Арнонкура.

Зліва: попередній список і малюнки предметів Чавіна, в тому числі «El Lanzon», на виставці «Стародавнє мистецтво Анд», 1953

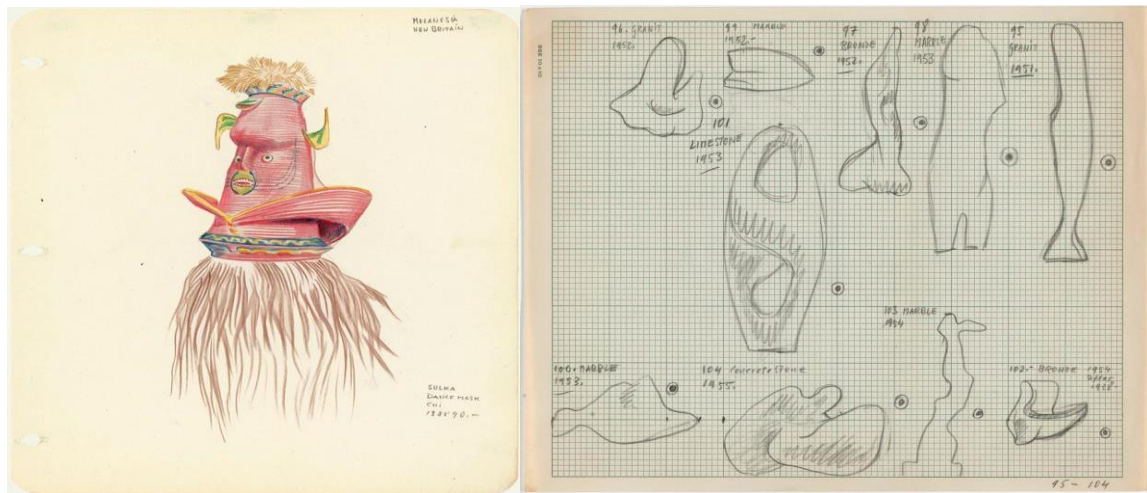


Рис. 2.9. Приклад ескізу експонатів для виставки.

д'Арнонкура. Ескіз танцювальної маски «Sulka», включений до виставки  
«Мистецтво південних морів», 1946

д'Арнонкура. Масштабні малюнки скульптур для виставки Жана Арпа  
«Ретроспектива», 1958



Рис. 2.10. Технологічні етапи організації музейної експозиції



Рис. 2.11. Візуалізація запланованих регіональних галерей у Метрополітен-музеї від WHY

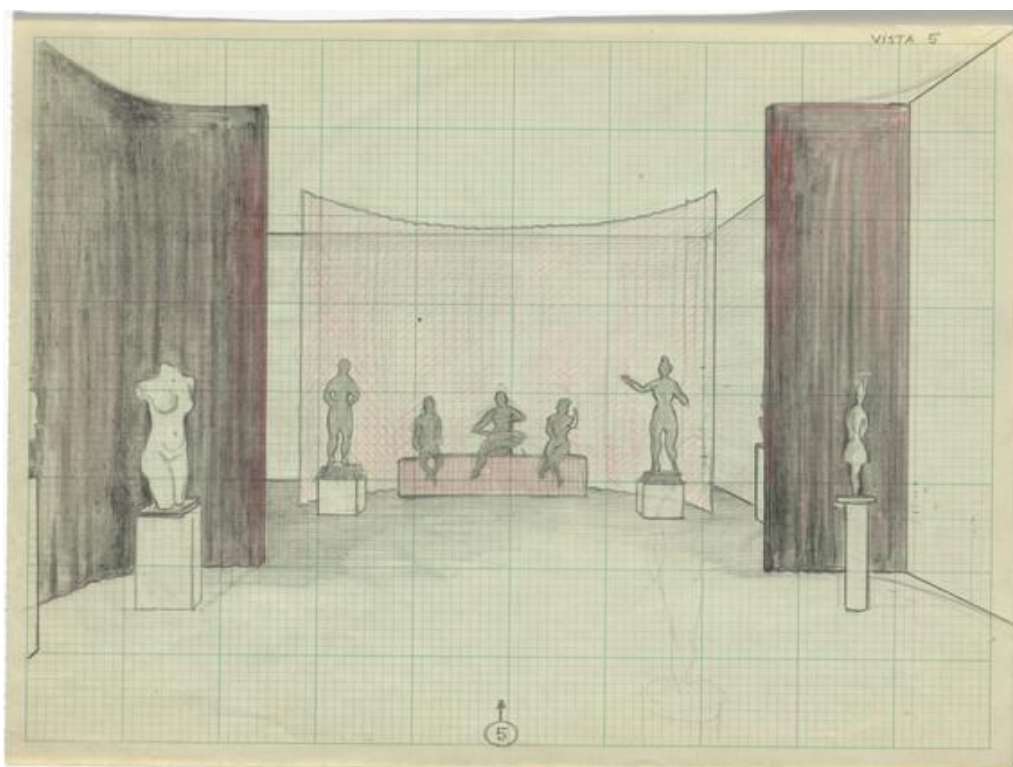


Рис.2.12. Приклад ескізу експозиції виставкової зали, лінійна експозиція.  
д'Арнокура. Вигляд виставки Елі Надельмана зі скульптурами,

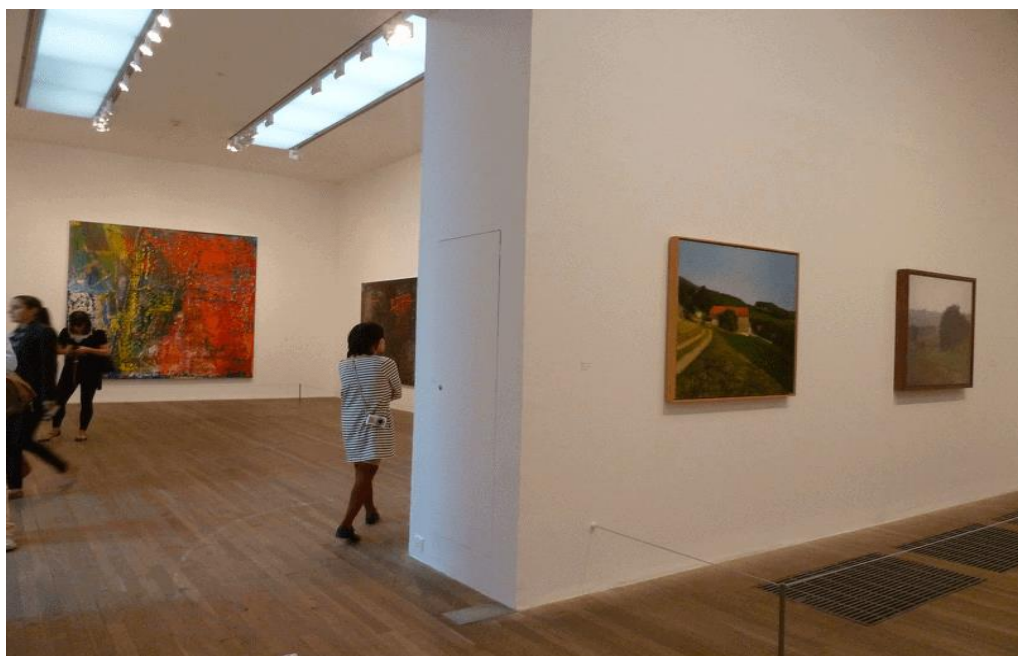


Рис. 2.13. Класична лінійна експозиція. Вигляд інсталяції «Герхард Ріхтер: Панорама» у Тейт Модерн, Лондон, 2011



Рис. 2.14. Дизайн «скляних мольбертів» Ліна Барді для Музею мистецтв Сан -Паулу, 1968



Рис. 2.15. На виставці Доротеї Ланга в галереї мистецтв Барбікан, тіні, подібні до тюремної решітки, були відкинуті на стіни

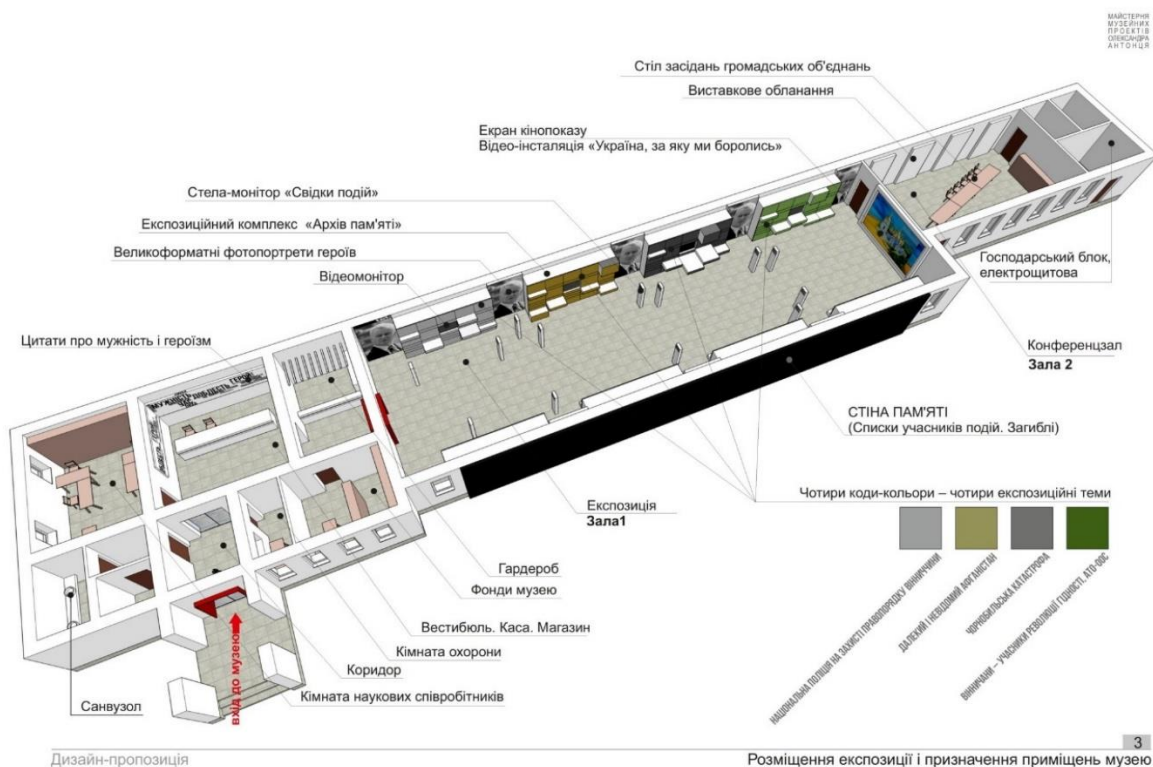


Рис.3.1. Цифровий план розміщення експозиції і призначення приміщень музею



Рис. 3.2. Приклад стилізованих етикеток, інформаційних плакатів (панелей) та сенсорного кіоску.

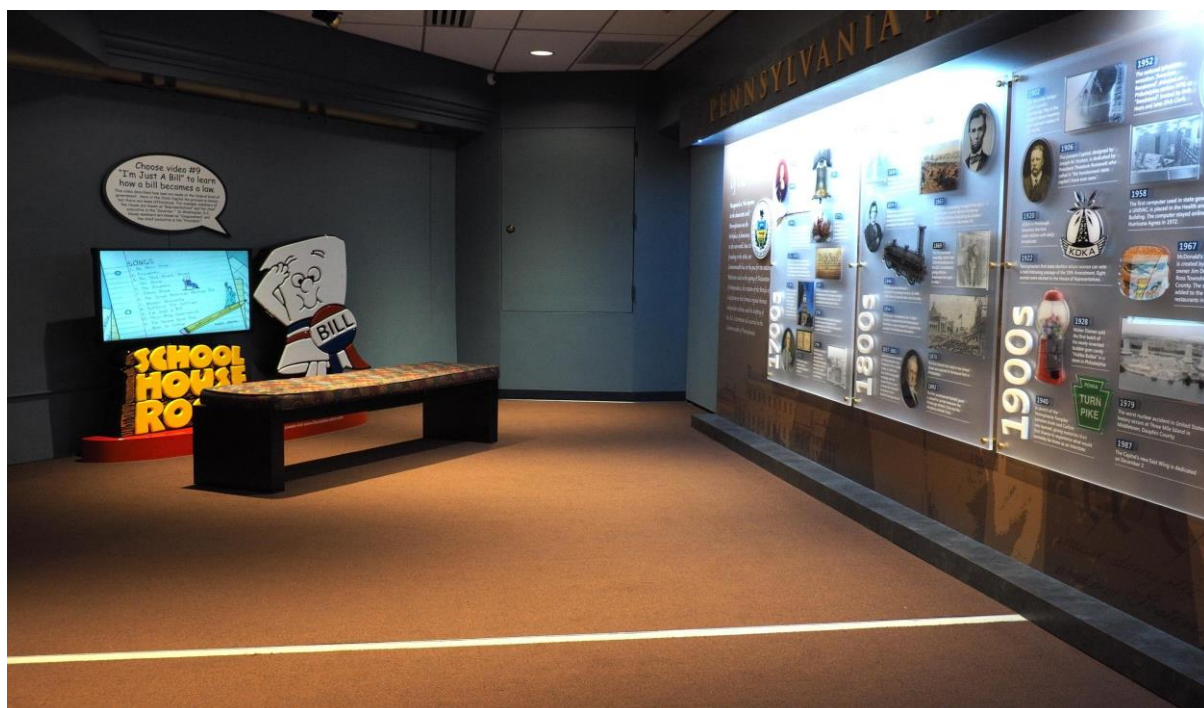


Рис. 3.3. Приклад використання телепанелі для освітніх цілей відповідно до теми залу мистецької установи.



Рис. 3.4. Застосування аудіогідів та відеопланишетів у експозиції.  
«Щоденники війни: непочуті голоси українських дітей», Київ, 2023



Рис. 3.5. Вигляд інсталяції виставки Індійське мистецтво Сполучених Штатів, що демонструє драматичне використання освітлення д'Арнонкурром, 1941





Рис. 3.6. Рішення розташування експонатів в експозиційному просторі фотовиставки, освітлення як засіб виразності



Рис. 3.7. Приклад зонованості кольорами частин виставки без стін



Рис. 3.8. Приклад зонування експонатів, коли кожен розглядається окремо. Власна стіна: серія розділів у галереї Діани Арбус Найворд