

**МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ КЕРІВНИХ КАДРІВ КУЛЬТУРИ І
МИСТЕЦТВ**

Навчально-науковий інститут практичної культурології та артменеджменту
Кафедра мистецтвознавчої експертизи

На правах рукопису

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня магістра

на тему:

**СУЧАСНІ КОНЦЕПЦІЇ ТА ТЕХНОЛОГІЇ ОРГАНІЗАЦІЇ
ЕКСПОЗИЦІЙНОГО ПРОСТОРУ В МУЗЕЙНІЙ І ВИСТАВКОВІЙ
ПРАКТИЦІ**

Виконав:

здобувач ІІ курсу групи ММЕ-21-24
Спеціальності: 023 – «Образотворче
мистецтво, декоративне мистецтво,
реставрація»

Магей Іван Васильович

Науковий керівник: доктор
історичних наук, старший дослідник,
доцент кафедри мистецтвознавчої
експертизи НАКККіМ

Бойко-Гагарін Андрій Сергійович

Рецензент: Олена Приходько
мистецтвознавець завідувачка
експозиційним відділом
Закарпатського обласного художнього
музею ім.Й.Бокшая ЗХУ.

Рецензент: Петро Подолець Доцент
Кафедри ОАПКГД НУВГЛ
ЗХУ.

Допустити до захисту
Протокол засідання кафедри
від «__»_____2025р. №_____
Завідувач кафедри мистецтвознавчої експертизи
доктор культурології, доцент
(_____) С.Б.Руденко
(підпис) (ініціали, прізвище)

Київ – 2025

АНОТАЦІЯ

Кваліфікаційна магістерська робота присвячена дослідженню сучасних тенденцій розвитку музейної та галерейної експозиційної діяльності, зокрема впровадженню інноваційних підходів і технологій у формуванні виставкового простору. У центрі уваги – аналіз методів організації експозицій, які поєднують традиційні принципи експонування з новітніми технічними та дизайнерськими рішеннями. Розглянуто особливості проектування музейного середовища, вплив візуальних і просторових факторів на сприйняття глядача, а також технології економії простору, що сприяють ефективному використанню виставкових площ.

Дослідження зосереджується на проблемі комунікації між мистецькою установою та відвідувачем, адже сучасна експозиція виконує не лише інформативну, а й інтерактивну, освітню та емоційну функції. У роботі висвітлено новітні інструменти для підвищення ефективності роботи музеїв і галерей у контексті глобальної цифровізації, серед яких мультимедійні засоби, інтерактивні технології та віртуальні платформи.

Окрему увагу приділено питанням модернізації експозиційних процесів, впровадженню інноваційних стратегій дизайну й використанню креативних методів побудови виставкового простору. У цьому контексті важливою складовою виступає оптимізація експозиційних площ: сучасні технології дають змогу раціонально використовувати обмежений простір, що є актуальним для музеїв, які функціонують в адаптованих приміщеннях або мають недостатню площу для повноцінної експозиції. Використання мультимедійних рішень, мобільних конструкцій, інтерактивних інтерфейсів та цифрових носіїв дозволяє не лише збільшити інформативність показу, а й компенсувати дефіцит фізичного місця, забезпечуючи комфортне сприйняття матеріалу та розширюючи можливості експозиційної діяльності.

На основі проведеного аналізу сформульовано висновки щодо ефективності сучасних методів організації експозицій та визначено перспективи розвитку музейно-галерейної діяльності в умовах цифрової культури.

Результати дослідження можуть бути використані в практиці музейних і галерейних установ, у навчальному процесі, а також у подальших наукових розробках, присвячених теорії та методології експозиційного дизайну. Окремі напрацьовані підходи можуть стати основою для розроблення практичних рекомендацій щодо оптимізації простору та впровадження інновацій у закладах із різними технічними й архітектурними умовами.

Ключові слова: музей, галерея, експозиція, виставка, дизайн, технології, простір, інновації, комунікація, проектування.

ABSTRACT

The master's thesis is dedicated to studying current trends in the development of museum and gallery exhibition activities, particularly the implementation of innovative approaches and technologies in shaping exhibition spaces. The focus is on analyzing exhibition organization methods that combine traditional display principles with the latest technical and design solutions. The study examines the features of museum environment design, the impact of visual and spatial factors on audience perception, and space-saving technologies that contribute to efficient use of exhibition areas.

The research centers on the issue of communication between art institutions and visitors, as modern exhibitions serve not only informative but also interactive, educational, and emotional functions. The thesis highlights cutting-edge tools to increase the effectiveness of museums and galleries in the context of global digitization, including multimedia tools, interactive technologies, and virtual platforms.

Special attention is given to modernizing exhibition processes, adopting innovative design strategies, and using creative methods to build exhibition spaces. In this context, a key component is the optimization of exhibition spaces: modern technologies make it possible to rationally utilize limited space, which is particularly relevant for museums operating in adapted premises or those with insufficient area for a full-scale exhibition. The use of multimedia solutions, mobile structures, interactive interfaces, and digital displays not only increases the informational richness of the

display but also compensates for the shortage of physical space, ensuring comfortable perception of the material and expanding the possibilities of exhibition activities.

Based on the analysis, conclusions are drawn about the effectiveness of current exhibition organization methods and prospects for the development of museum and gallery activities within digital culture.

The research results can be applied in the practice of museum and gallery institutions, educational processes, and future scientific developments related to the theory and methodology of exhibition design. The individual approaches developed can serve as a basis for creating practical recommendations on space optimization and the implementation of innovations in institutions with diverse technical and architectural conditions.

Keywords: museum, gallery, exhibition, display, design, technologies, space, innovations, communication, planning.

ЗМІСТ

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ТА ІСТОРІЯ СТАНОВЛЕННЯ	
ЕКСПОЗИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	9
1.1. Поняття експозиції та її місце в музейно-галерейній практиці	9
1.2. Етапи розвитку виставкових форм у світовій та вітчизняній культурі	17
1.3. Класичні принципи побудови експозиційного середовища.....	25
Висновки до Розділу I.....	30
РОЗДІЛ 2 КОНЦЕПЦІЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ЕКСПОЗИЦІЙНОГО ПРОСТОРУ ТА	
ОСОБЛИВОСТІ ЙОГО ПРОЕКТУВАННЯ.....	32
2.1. Типологія виставок і специфіка їхнього втілення	32
2.2. Основні підходи до проектування музейних та галерейних експозицій ...	40
2.3. Технології економії простору	51
2.4. Художньо-технічні рішення та їхній вплив на сприйняття відвідувача	55
Висновки до Розділу II.....	59
РОЗДІЛ 3 ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ Й СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ	
ЕКСПОЗИЦІЙНОЇ ПРАКТИКИ.....	62
3.1. Використання інформаційних технологій у формуванні експозицій	62
3.2. Психологічні та соціокультурні аспекти взаємодії музею з аудиторією ...	64
3.3. Перспективи розвитку експозиційного дизайну	76
Висновки до Розділу III	78
ВИСНОВКИ	80
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	83
ДОДАТКИ.....	91

ВСТУП

Сучасна музейна та галерейна справа перебуває у постійному процесі трансформації, що зумовлено розвитком технологій, зміною культурних запитів суспільства та необхідністю створення ефективної комунікації між мистецьким середовищем і глядачем. Традиційні підходи до побудови експозиційного простору доповнюються новими методами, спрямованими на підвищення інформативності, інтерактивності та емоційного впливу. Проте в українській науково-методичній літературі та історіографії в галузі музеєзнавства ця тематика ще недостатньо висвітлена, що визначає потребу у комплексному дослідженні сучасних тенденцій організації музейних та галерейних експозицій.

Актуальність даної роботи полягає у необхідності осмислення сучасних процесів, що відбуваються у музейно-галерейній сфері, зокрема у впровадженні новітніх технологій, дизайнерських рішень і методів просторової організації експозицій. Сьогодні музеї та галереї прагнуть не лише демонструвати мистецькі твори, а й створювати динамічний, інтерактивний простір, здатний залучати відвідувачів до активного сприйняття культурного контенту. В умовах цифровізації суспільства особливого значення набуває поєднання художньо-естетичних і технічних підходів, що забезпечують ефективне використання простору, формування нових моделей взаємодії з аудиторією та економію виставкових площ.

Питання оптимізації виставкового простору за допомогою сучасних технологій актуальне не лише через необхідність створення додаткового комфорту відвідувача в музейній експозиції, а також і через суттєву дорожнечу приміщень, зокрема в центральних районах великих міст, що вимагає від вітчизняної музейної галузі прийняття закордонного досвіду та розроблення власного досвіду щодо впровадження технологій вирішення проблемних питань організації експозиційного простору в музеях та галереях.

З огляду на це, дослідження сучасних концепцій та технологій організації експозиційного простору набуває наукової та практичної значущості, адже воно спрямоване на виявлення оптимальних рішень для модернізації музейної діяльності та підвищення її комунікативного потенціалу.

Мета дослідження полягає в аналізі сучасних концепцій, методів та інструментів побудови експозиційного простору в музейній і виставковій практиці та у виявленні їхнього впливу на взаємодію відвідувача з мистецьким середовищем. Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити наступні **завдання:**

- Розкрити сутність поняття «експозиція» та простежити історичні етапи розвитку виставкових форм;
- Проаналізувати основні концепції та принципи організації експозиційного середовища;
- Визначити технічні й художні особливості проектування виставкових просторів;
- Дослідити інноваційні методи й сучасні тенденції в експозиційній діяльності;
- Оцінити перспективи розвитку комунікаційних форм взаємодії музею з аудиторією.

Об'єктом дослідження є експозиційна діяльність музеїв та галерей як особлива форма культурної комунікації з відвідувачем.

Предметом дослідження є інноваційні методи та концептуальні моделі організації експозиційного простору в сучасній музейній та галерейній практиці.

Наукову базу склали музейні, галерейні студії, архівні матеріали виставок, бібліографічні роботи, Інтернет-ресурси, праці дослідників та науковців, мистецтвознавців, роботи журналістів, в тому числі іноземні дослідження.

В роботі були використані комплексні **методи дослідження**, зокрема:

- аналітичний метод – для систематизації наукових праць і практичних прикладів експозиційної діяльності;
- порівняльний метод – для виявлення подібностей і відмінностей у традиційних та сучасних моделях експонування;
- системний підхід – для дослідження експозиції як цілісної системи;
- метод прогнозування – для визначення перспектив розвитку інноваційних форм експозиційної практики;

- узагальнення – для формулювання висновків і рекомендацій.

Наукова новизна полягає у спробі узагальнити нові методи проектування експозицій та окреслити їх вплив на формування ефективної комунікації між культурними інституціями й відвідувачем. Експозиційний простір розглянуто як інтегровану систему, де поєднуються естетичні, технічні та комунікативні чинники, що визначає перспективи подальшої модернізації музейно-галерейної практики. У межах дослідження запропоновано практичні рекомендації для вітчизняних музеїв щодо поетапного впровадження цифрових і мультимедійних технологій з урахуванням обмеженого бюджету, що включають оптимізацію простору, використання інтерактивних панелей та мобільних додатків, а також навчання персоналу. Такий підхід забезпечує ефективну інтеграцію інновацій у музейну діяльність без значних капіталовкладень і формує основу для поступового масштабування сучасних технологій.

Практичне значення отриманих результатів визначається можливістю їх застосування у створенні та вдосконаленні експозиційних проєктів у музеях і галереях, у навчальному процесі при підготовці фахівців із мистецтвознавства, а також у діяльності культурних інституцій, що працюють над модернізацією форм взаємодії з глядачем.

Результати дослідження були **апробовані і опубліковані** на ІХ Всеукраїнській науковій конференції молодих вчених, аспірантів та магістрантів НАКККІМ «Культура і мистецтво: сучасний науковий вимір» 6 листопада 2025 року, де були представлені тези «Оптимізація експозиційного простору: інноваційні технології та дизайнерські рішення».

Структура дипломної роботи складається з анотації, змісту, вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (78 позицій), додатків (1 позиція). Загальний обсяг роботи становить 92 сторінки.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ТА ІСТОРІЯ СТАНОВЛЕННЯ ЕКСПОЗИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

1.1. Поняття експозиції та її місце в музейно-галерейній практиці

Експозиційна діяльність музею охоплює процес представлення відвідувачам найцінніших та найцікавіших експонатів, розміщених у певній логічній послідовності. Така побудова зазвичай здійснюється відповідно до хронологічного, географічного, етнокультурного або тематичного принципів. Експозиційна робота є ключовим елементом музейної комунікації, адже саме через неї реалізується культурно-освітня функція музею.

Розглянемо спочатку поняття «експозиція». Слово «експозиція», як відомо, походить від латинського слова *expositio* – виставляння на показ. У музеях та на виставках – розміщення експонатів в певній системі (хронологічній, типологічній та ін.) [2].

Перші зразки експозицій у світовій історії можна вбачати ще в протомузейних формах: це були виставки військових трофеїв у палацах, жертвопринесення в античних храмах, колекції скульптур і живопису у віллах римської знаті. Ці форми, хоч і мали символічний або ритуальний характер, заклали основи майбутніх музейних практик.

Експозицією можна назвати розміщення будь-яких предметів, представлених для огляду. Попереднє визначення музейної експозиції визначає її як частину музейного зібрання, виставлену для огляду. В той самий час, експозиція, за визначенням сучасних мистецтвознавців, науковців – систематизоване за відповідним принципом розміщення експонатів (речей, предметів дизайну, художніх творів) для забезпечення їх цілісного та послідовного сприйняття з метою вирішення поставленого творчого завдання [3]. Але музейна експозиція має свою специфіку. Її основу складають не будь-які, а музейні предмети, що мають певну сукупність ознак і властивостей. В експозиції вони знаходять новий статус: стають експонатами, тобто предметами, виставленими для огляду [2].

У процесі формування музейної експозиції поряд з оригінальними предметами можуть використовуватися й репліки, копії або моделі, які замінюють автентичні експонати. Такі матеріали, разом із науково-допоміжними елементами, графічними і текстовими поясненнями, утворюють експозиційний матеріал. Усі складові частини експозиції логічно взаємопов'язані та формують її тематичну структуру. В межах цієї структури виокремлюють експозиційні комплекси – групи предметів, об'єднаних за спільним змістом, функцією або естетичними характеристиками. Іноді цілий виставковий зал, створений за єдиним проєктом і концепцією, може виступати як один експозиційний комплекс.

Музейна експозиція об'єднує всі експонати навколо єдиного концептуального задуму, що визначає зміст і послідовність їх подання. Основним критерієм відбору об'єктів для експозиції виступають комунікативні властивості музейного предмета: його інформативність, емоційна виразність, привабливість для глядача. З огляду на це, сучасна експозиція розглядається як цілісна предметно-просторова система, де об'єднуються художні, наукові та технічні елементи. Завдяки цьому формується особливий «музейний образ» природних або суспільних явищ, який сприяє глибшому розумінню відвідувачем культурного контексту.

Експозиція є основною формою музейної комунікації, через яку реалізуються пізнавальна, освітня й виховна функції музею. Її поділяють на постійні (стаціонарні) та тимчасові. Тимчасові експозиції, що мають виставковий характер, можуть бути як стаціонарними, так і пересувними. Їхня відмінність полягає у змінному складі експонатів – часто до них залучаються предмети з інших музеїв, приватних колекцій або фондів, де вони зазвичай не експонуються постійно (наприклад, акварелі, архівні документи, унікальні стародруки) [2].

У сучасній практиці сформувалося кілька основних типів музейних виставок:

- тематичні, що побудовані навколо певного сюжету або ідеї;
- фондіві, які знайомлять відвідувачів із маловідомими зібраннями;

- звітні, створені за результатами реставраційних або науково-дослідних робіт, а також для презентації нових надходжень.

Створення виставок є важливою складовою експозиційної діяльності музею. Воно сприяє розширенню доступу до фондів, популяризації приватних і державних колекцій, а також вдосконаленню методів музейної комунікації. Активний міжнародний обмін виставками став чинником культурного діалогу та взаємозбагачення між країнами.

Основним принципом побудови будь-якої експозиції є цілісність, що передбачає гармонійне поєднання наукових, художніх, функціональних і технічних аспектів. Музейна експозиція має бути збалансованою за інформаційним наповненням, художнім вирішенням і просторовою організацією. Сучасні проєкти поєднують наукове підґрунтя, технічні можливості та художній задум у єдину комунікативну систему.

Способи групування матеріалу визначають метод побудови експозиції, тобто порядок відбору, структурування й розташування експонатів відповідно до наукового або художнього змісту. У вітчизняному музеєзнавстві традиційно виділяють чотири основні методи експонування: систематичний, ансамблевий, ландшафтний, тематичний.

Першим з них, який спирався на наукові принципи організації матеріалу, став систематичний метод. Він виник наприкінці XVIII – на початку XIX століття в контексті розвитку природничих наук і створення спеціалізованих музеїв. Цей підхід передбачав розміщення однорідних предметів відповідно до класифікаційної системи певної галузі знань.

Пізніше з'явився ансамблевий метод, який базувався на реконструкції реального історичного середовища. Такі експозиції створювалися насамперед у меморіальних музеях, музеях-заповідниках, палацах або садибах, де відтворювалася автентична атмосфера минулої епохи. У межах ансамблевої побудови центральною одиницею стає експозиційний комплекс, який об'єднує взаємопов'язані предмети – побутові речі, меблі, зброю, елементи одягу, твори

мистецтва, документи тощо. Вони формують завершений образ певного історичного чи культурного середовища.

Таким чином, сучасна експозиційна практика поєднує різні методи показу, адаптуючи їх до нових технічних можливостей, освітніх завдань та потреб аудиторії.

За нашими спостереженнями на базі відвідування виставок та експозицій – у сучасній світовій музейній практиці найбільшого поширення набули ансамблеві експозиції, оскільки вони легко сприймаються відвідувачами, створюють емоційний ефект і стимулюють безпосередній інтерес до представлених об'єктів. Їхня виразність та цілісність дозволяють глядачеві глибше зануритися в атмосферу певної історичної епохи чи події. Паралельно з ансамблевими розвивалися ландшафтні експозиції, спрямовані на відтворення природних взаємозв'язків і гармонії між елементами довкілля. Основними структурними елементами таких експозицій є біогрупи та ландшафтні діорами, які створюють узагальнену, але науково достовірну картину природного середовища.

Перші елементи *ландшафтного методу* з'явилися в середині XIX століття у природничо-наукових музеях. Біогрупа (біологічна група) – це експозиційний комплекс, що представляє тварин або рослини у типовому середовищі їх існування. Найчастіше поняття біогрупи пов'язують із таксидермією (від грец. *taxis* – упорядкування, *derma* – шкіра), тобто мистецтвом консервації та реконструкції зразків тваринного світу. Сучасна таксидермія давно вийшла за межі ремісничої діяльності та перетворилася на мистецтво, де головною вимогою є достовірність. На відміну від художньої інтерпретації, декоративність у цьому жанрі неприпустима, адже природничо-наукові музеї мають демонструвати реалістичну картину живої природи [17].

Вагомий внесок у становлення ландшафтного методу зробила Всесвітня промислова виставка в Лондоні 1851 року, де було представлено перші біогрупи, створені німецьким таксидермістом М. Х. Плоцкетом [17]. Пізніше цю практику розвинув Британський музей природничої історії, де біогрупи створювалися на

суворо документальній основі. Для їх побудови використовували матеріали, зібрані безпосередньо на місці – рослини, ґрунт, гнізда птахів; навіть окремі деталі, як-от листя чи квіти, виготовляли з воску для максимальної реалістичності.

До кінця ХІХ століття у природничих музеях активно впроваджувалися панорами та діорами – нові форми експозиційного показу. Панорама (від грец. *pan* – усе, *horama* – видовище) – це живописне полотно, що охоплює весь горизонт і поєднується з об'ємними макетами переднього плану. Вона створює ілюзію повного занурення в простір. Першу панораму створив ірландський художник Р. Баркер у 1787 році, зобразивши панорамний вигляд міста Единбурга. Через століття, у 1893 році, в Музеї природничої історії у Стокгольмі з'явилася перша біологічна панорама, присвячена природі Швеції.

На відміну від панорами, діорама (від грец. *dia* – крізь, *horama* – видовище) охоплює лише частину простору. Це напівкругла або плоска живописна композиція з реалістичними предметами переднього плану, що підсвічується штучним світлом. Її компактність дозволяє використовувати діорами у менших приміщеннях, тому саме вони отримали найширше поширення в природничо-наукових музеях ХХ століття.

У першій третині ХХ століття ландшафтний метод експонування поширився у багатьох країнах. З 1970-х років ландшафтний підхід став основним у регіональних природничо-наукових музеях, зокрема у відділах природи краєзнавчих музеїв. В Україні схожі принципи можна простежити у музейних комплексах просто неба, де експонати організовані у природному або ландшафтному контексті.

Наприклад, Національний музей народної архітектури та побуту України, в Пирогові поблизу Києва демонструє об'єкти народного житла, господарські споруди та церкви у природному середовищі, де рельєф, озеленення та просторове розташування будівель створюють відчуття історичного середовища, а відвідувачі «проходять» історію як живий ландшафт. Музей з'явився у 1969 р., перші відвідувачі прийшли у 1976-му. Схожий за стилем експонування є Музей

народної архітектури та побуту у Львові імені Климентія Шептицького (інші назви - Львівський скансен Шевченківський гай). Тут, як і в Пирогові, застосована ідея середовищного експонування: будівлі не просто стоять як ізольовані об'єкти - вони розташовані у природному ландшафті, з урахуванням рельєфу, рослинності та просторової композиції, що створює відчуття зв'язку між архітектурою і природним середовищем.

Такі приклади свідчать, що, хоча формально «ландшафтний метод» в Україні не був офіційно прийнятий у музейній практиці, існують вітчизняні моделі, де архітектура, природа і простір взаємопов'язані, створюючи середовище, наближене до класичного зарубіжного підходу.

Поряд із цим розвивався і тематичний метод експонування, що передбачає побудову експозиції навколо певної ідеї, сюжету або проблеми. Основною одиницею такої експозиції є тематико-експозиційний комплекс – група предметів різного типу (речові, документальні, образотворчі тощо), що разом розкривають певну тему. Цей метод уперше почали активно застосовувати в історико-революційних музеях 1920-х років, а з 1930-х він став провідним у більшості музейних закладів. Нині тематичний підхід залишається основним у роботі історичних та краєзнавчих музеїв.

Слід зазначити, що всі методи експонування не існують ізольовано – у практиці музеїв вони часто поєднуються. Так, систематичні експозиції можуть містити ансамблеві або ландшафтні елементи, а тематичні – використовувати прийоми реконструкції середовища. Вибір конкретної моделі залежить від профілю музею, теми експозиції, складу колекції, доступного простору та очікуваної аудиторії.

Важливим складником експозиційної структури є тексти, що забезпечують комунікацію між експонатом і глядачем. Вони повинні бути чіткими, інформативними та доступними для широкого кола відвідувачів. Залежно від функції, тексти поділяються на заголовні, провідні, пояснювальні, етикетаж та покажчики. Заголовки допомагають орієнтуватися у змісті залу або розділу, тоді

як провідний текст виконує роль епіграфа, формулюючи головну ідею експозиції або її тематичного комплексу.

Тексти в експозиції відіграють надзвичайно важливу роль, оскільки вони забезпечують комунікацію між експонатом та глядачем, пояснюючи деталі, які не завжди можна зрозуміти візуально. Пояснювальні тексти (анотації) виконують функцію додаткового тлумачення – вони подають контекст, розкривають походження, функцію або культурне значення предмета. Так, наприклад, у вітрині музею Редпат (Квебек, Канада) експонуються маленькі жіночі туфельки незвичної форми, які без пояснення могли б видатися дитячими. Однак анотація інформує, що це – взуття дорослої китайки, адже у традиційній китайській культурі довгий час існувала мода на «лілієподібні ніжки». Для досягнення цього ідеалу з дитячого віку дівчаткам туго перев'язували ступні, змінюючи їхню природну форму. Таким чином, навіть простий експонат без текстуального супроводу міг би бути неправильно витлумачений глядачем.

Невід'ємним компонентом кожної експозиції є етикетка, а сукупність усіх етикеток становить етикетаж. Етикетка – це короткий текст, який містить основні атрибутивні відомості про предмет: його назву, матеріал, техніку виконання, розміри, автора або походження, а також історико-культурну цінність. Вона допомагає глядачеві ідентифікувати об'єкт і зрозуміти його місце в загальному контексті експозиції. Важливо зазначати, чи представлений експонат є оригіналом або копією. Якщо більшість предметів у залі – оригінальні, позначають лише копії, і навпаки.

Форма і зміст етикетки можуть змінюватися залежно від профілю музею. Так, у художніх музеях текст зазвичай починається з імені автора, тоді як в історичних – з назви твору або об'єкта. Надмірна стислість тексту може позбавити відвідувача важливої інформації, адже дослідження поведінки глядачів показують, що більшість відвідувачів прагнуть отримати якнайповніші відомості про експонат.

Для полегшення орієнтації відвідувачів у просторі музею використовують покажчики. До них належать схеми залів, інформаційні таблиці з назвами

тематичних розділів, а також маршрути, позначені стрілками або кольоровими позначеннями на підлозі чи стінах. Біля входу до кожного залу зазвичай розміщують план експозиції з нумерацією тематичних комплексів. Такі візуальні елементи допомагають створити зручну навігацію і впорядкувати рух відвідувачів.

Разом із розвитком технологій музейні тексти дедалі частіше поєднуються з аудіо- та відеокоментарями, що підсилюють емоційний вплив експозиції. Сьогодні широко застосовується фонокоментар – аудіосупровід, який може включати звуки природи, співи птахів, голоси тварин або музичні фрагменти. У краєзнавчих та природничо-наукових музеях такі звукові ефекти створюють ілюзію присутності в реальному середовищі. У музичних, театральних чи літературних музеях часто використовуються записи голосів митців, уривки виступів або декламації, що робить сприйняття експозиції більш живим і персоналізованим.

В архітектурних музеях і заповідниках популярним є використання записів народних пісень або давньої інструментальної музики, яка формує автентичний емоційний фон. У художніх музеях аудіосупровід може бути підібраний відповідно до теми виставки – наприклад, класичні твори певної епохи або композитора, чия музика доповнює візуальне сприйняття. Тому текстові й звукові елементи виступають важливими складовими музейної комунікації. Вони не лише доповнюють зорову інформацію, а й створюють більш глибоке й емоційно насичене сприйняття експозиції, забезпечуючи її цілісність та пізнавальну повноту.

Таким чином, ми можемо зробити висновок, що музейне експозиційне середовище виступає не лише просторовою організацією предметів мистецтва чи культурної спадщини, а й складною системою, що поєднує естетичні, комунікативні та освітні функції. У подальшому важливо розглянути історичний розвиток виставкових форм у світовій та вітчизняній культурі, щоб простежити еволюцію підходів до організації експозицій та визначити основні тенденції, які вплинули на сучасну музейну практику.

1.2. Етапи розвитку виставкових форм у світовій та вітчизняній культурі

Критичне осмислення наукових праць дослідників дає змогу здійснити хронологічну класифікацію розвитку уявлень про музейну експозицію та систематизувати історіографічні джерела, присвячені цій тематиці. Відповідно ми можемо виділити такі основні періоди розвитку наукових рефлексій:

- 1550–1900 рр. – цей період характеризується виникненням перших уявлень про експозиційну практику. Вони представлені науковими трактатами, музеологічними працями та часописами, що висвітлюють практичні напрацювання у цій сфері та мають переважно просвітницький і науковий характер.

- 1900–1950 рр. – період, коли з'являються наукові розвідки, що розкривають філософське осмислення природи музейної експозиції, а також теоретичне обґрунтування практичних аспектів експозиційної діяльності, принципів, методів та підходів до її організації й побудови.

- 1950–1990 рр. – пов'язаний із появою праць, які висвітлюють комунікаційний потенціал музейної експозиції. Одночасно дослідження цього періоду розглядають експозицію як інтегральне мистецьке явище або особливий вид творчої діяльності, що поєднує науку та мистецтво.

- 1990–2025 рр. – сучасний етап осмислення музейної теорії і практики, включно з експозиційною діяльністю, з огляду на культурологічний підхід. У цей час музейна експозиція розглядається як об'єкт культурної рефлексії, її природа та поліструктурність аналізуються в контексті цивілізаційних трансформацій. Значна частина досліджень цього періоду присвячена трансформації експозиційного середовища в умовах цифровізації суспільства.

Таким чином, аналіз історії наукових підходів до музейної експозиції дозволяє окреслити основні етапи її розвитку, що в подальшому дає змогу розглядати класичні принципи побудови експозиційного середовища та їх трансформації в сучасних виставкових практиках.

Наукові праці, трактати та часописи 1550–1900 років відображають становлення перших ідей щодо організації музейних колекцій. Уже у XVI столітті

з'являються дослідження практичної діяльності музеїв. Так, італійський архітектор і історик мистецтва Джорджо Вазарі у 1550 році у праці «Життєписи найславніших живописців, скульпторів та архітекторів» висунув ідею створення першої картинної галереї та описав особливості розміщення портретів. У 1565 році бельгієць Самюель фон Квіккеберг у праці «Museumwesen» надає перші відомості щодо організації експозиції та розміщення предметів у просторі, підкреслюючи необхідність враховувати архітектуру приміщення та естетичний комфорт відвідувачів [4].

У XVII столітті Й. Майор у книзі «Неупереджені роздуми про кунсткамери та камери натуралій» (1674) розглядає колекції природи та описує облаштування камер із цінностями, що дозволяє вважати його одним із перших теоретиків музейної справи. У XVIII столітті Й. Вінкельман у роботі «Історія мистецтва старожитностей» (1764) пропонує ідеї чергування важливих і менш помітних об'єктів у експозиції, закладаючи принципи тематичної та художньої організації музейних колекцій.

Особливе місце в історії музейної науки XIX – початку XX століття займають музеологічні журнали та періодичні видання, що висвітлюють як теоретичні, так і практичні напрацювання (наприклад, журнал Й. Т. Г. Грессе, «Вісник чехословацьких музеїв» та інші). У цей період формується системний підхід до організації експозицій, коли відбирають лише найцінніші пам'ятки і розташовують їх за певними принципами [4].

На початку XX (1900 – 1950 рр.) століття починає розвиватися філософське осмислення експозиційної практики. Так, П.О. Флоренський у роботі «Храмове дійство як синтез мистецтва» вперше вводить концепцію «живого музею», підкреслюючи синтетичність сприйняття предметів у контексті середовища та нерозривний зв'язок мистецтва з архітектурою, музикою та іншими формами вираження.

Важливий внесок у розвиток музейної експозиційної діяльності зробили українські фундатори вітчизняної музейної справи та європейські музеологи: М.Ф. Біляшівський розробив тематико-експозиційний план Городоцького музею

на Волині та став у витоків Національного музею історії України, Ф.І. Шміт запровадив термін «експозиція» та концепцію «повісті» у розміщенні музейних предметів, М.М. Дружинін наголошував на взаємозв'язку експонатів із середовищем та ідейним задумом, А.Б. Зак створила методичні рекомендації з детальною схемою підготовки експозицій, А.М. Ефрос розкрив історичну обумовленість типів експозицій та їх зв'язок із мистецтвом, а А.Ф. Котс досліджував «антиномії музейного простору», підкреслюючи протиріччя між науковою та просвітницькою функціями музею.

Таким чином, аналіз історії музейної науки дозволяє прослідкувати еволюцію виставкових форм: від перших «протоекспозиційних» спроб та колекцій без системи до тематично структурованих експозицій, що поєднують науковий, виховний і естетичний аспекти, і закладають підґрунтя для сучасних принципів побудови музейного середовища.

Період 1950–1990 рр. в музеєзнавстві часто називають «музейним бумом», що зумовлено значним зростанням відвідуваності музеїв та активним розвитком теоретичних і практичних напрацювань. У цей час музейна експозиція сприймається як новий вид синкретичного мистецтва, що поєднує науку та творчість.

Українські дослідниці І.О. Хорошанова та А.І. Михайловська приділяли особливу увагу художньому оформленню експозицій. І. Хорошанова (1959) у роботі «Деякі питання художнього оформлення музейної експозиції» створює методичні рекомендації з реалізації дизайнерських рішень, а А. Михайловська (1964) підкреслює роль художньої форми та групування експонатів відповідно до тематичної побудови експозиції, надаючи перевагу оригіналам музейних предметів над текстовими матеріалами.

Паралельно розвивається концепція музейної комунікації. Канадський учений Д. Камерон одним із перших ввів термін «музейна комунікація», а пізніше її аналізували К. Хадсон, М. Маклюєн, З. Странський, Д.А. Равикович, Й. Бенеш і Т. Шола:

- К. Хадсон розглядає експозицію як засіб передавання інформації про минуле через спеціальні канали комунікації.

- М. Маклюен підкреслює необхідність створення дійових експозицій без сюжетної лінії, щоб активізувати участь відвідувача.

- З. Странський наголошує на використанні автентичних музейних предметів як основного засобу комунікації.

- Д.А. Равикович визначає експозицію як основний канал передачі музейної інформації, ефективність якого залежить від взаємодії предметів із науковою концепцією та архітектурно-мистецьким проектом.

- Й. Бенеш вводить поняття «драматургія музейної експозиції», виділяючи три складові проекту: сюжет, лібрето (вступний сценарій) та кінцівку (технічний сценарій), і підкреслює важливість злагодженої роботи музейного персоналу.

- Т. Шола акцентує на експозиції як системі збереження та трансляції історичної пам'яті та введенні поняття «спадщина».

Таким чином, період 1950–1990 рр. характеризується розвитком експозиції як динамічної системи мистецтва і комунікації, де поєднуються науковий, художній та комунікаційний аспекти, закладаючи основу для сучасних принципів побудови музейного середовища.

У 2000–2021 роках в Україні з'явилася низка наукових праць, присвячених музейній експозиції. Проте аналіз дисертацій свідчить, що становлення та розвиток музейної експозиції як цілісного феномену не стало предметом спеціальних узагальнень, а дослідження теми залишаються фрагментарними.

Так, Л.П. Велика розглядає експозицію як синкретичний вид мистецтва та креативний простір культури, що формує нові ідеї та цінності для суспільства. Д.В. Кепін фокусується на концепціях експонування археологічних пам'яток первісного суспільства, не досліджуючи феноменологію експозиції. Н.П. Боротканич аналізує експозиції музеїв космонавтики, зазначаючи специфіку великих експонатів і проблеми консервації, але не поглиблює загальне поняття музейної експозиції.

Дисертаційні дослідження Д. Смирного, В.Д. Северина та Т.Р. Сафонові присвячені експозиційному дизайну, проектуванню музейного середовища, семантиці простору, проте розглядають експозицію лише як елемент архітектурного чи дизайнерського контексту. Р.В. Маньковська досліджує розвиток експозицій в Україні 20–30-х рр. ХХ ст., звертаючи увагу на їхню політичну функцію, а О.М. Гончарова – комунікаційні та герменевтичні аспекти розміщення шедеврів у художніх музеях. Дослідник В.В. Машталір аналізує формування експозицій у військово-історичних музеях України.

В останні роки значну увагу приділяють цифровим технологіям в музейній практиці. В.М. Банах, В.Д. Северин, Н.Б. Панас, Д. Смирний, Н.С. Брижаченко, І. Нікітіна та О.В. Шликова розкривають застосування мультимедійних та інтерактивних технологій, проте комплексного дослідження їхнього впливу на експозиційний простір поки що немає.

Проблеми розвитку музейної термінології досліджували Р. Микульчик, І.М. Фецько, О. Перелигіна та С.Б. Руденко. Водночас трактування поняття «музейна експозиція» залишається неповним. В основних термінах та визначеннях Закону України «Про музеї та музейну справу» № 249/95-ВР від 29.06.1995 це поняття також відсутнє.

Серед закордонних дослідників важливими є роботи Ф. Вайдахера (інформаційна насиченість, емоційна привабливість, складові оформлення), Ц. Гласа (динамічність експозиції), М. Ямагучі (акцент на просторі, а не об'єкті), Я. Херремана (короткочасні та тривалі експозиції, методи інтерпретації). Професійні мережі, наприклад ICOM (International Council of Museums) (доступ за посиланням <https://icom.museum/en/>), надають доступ до актуальних публікацій та світових практик у сфері експозиційного проектування.

Виставка, у найзагальнішому розумінні, – це організована презентація експонатів, яка може відбуватися у музеях, художніх галереях, парках, бібліотеках або виставкових залах [6]. Виставки можуть бути тимчасовими, пересувними чи онлайн, інтерпретаційними або художніми, присвяченими одному художнику, групі, темі чи колекції [27].

Історично виставки набули масового поширення у ХІХ столітті: Паризький салон Академії витончених мистецтв відкрився для публіки з 1737 року, Літня виставка Королівської академії у Лондоні проходила з 1769 року, а Всесвітня виставка у Лондоні (1851) започаткувала традицію «World Expo» [35, 36].

Організація виставок потребує залучення куратора, архітектора, дизайнера, графічного дизайнера, письменника та інших спеціалістів для відбору експонатів, створення етикеток, каталогів, монтажу та оформлення простору.

Музейна експозиція реалізує пізнавально-інформаційну, популяризаційну та навчально-просвітницьку функції [23]. Термін «експозиція» (лат. – виклад, опис) означає предмети, виставлені на огляд, організовані за хронологічними, географічними, етнокультурними або предметно-тематичними критеріями. У ХІХ ст. експозиції переходять від аморфних наборів музейних скарбів до тематично структурованих, побудованих за чіткими науковими канонами, що дозволяє відвідувачам простежувати логічні зв'язки між об'єктами [16].

Традиційні принципи організації експозицій передбачають комплексно-тематичний підхід із врахуванням хронологічного та предметно-типологічного критерію: у історичних музеях пам'ятки розподіляються між залами-«епохами», у художніх – за мистецькими школами та напрямками, у етнографічних – за етногеографічними регіонами та типологічними групами предметів. Ансамблеві музеї (меморіальні, палацові, садибні) дотримуються принципу побудови цілісних ансамблевих експозицій, що відтворюють автентичну обстановку життя [15].

Сучасні виставки можуть стосуватися збереження, освіти та демонстрації, тоді як ранні виставки були розроблені передусім для привернення інтересу та уваги публіки. До широкого розповсюдження фотографії виставка окремого об'єкта могла привернути великі натовпи відвідувачів, іноді навіть спричиняючи синдром Стендаля – стан запаморочення або приголомшеності від інтенсивних сенсорних вражень експоната [6]. Сьогодні все ще існує напруга між дизайном експонатів для освітніх цілей і для залучення та розваги аудиторії, зокрема як туристичної привабливості.

У британській англійській мові слово «виставка» позначає колекцію експонатів і подію в цілому, тоді як в американській англійській зазвичай використовується для означення окремого «експоната»; у будь-якому разі кожен предмет, який демонструється, є експонатом [1]. У загальному вживанні виставки вважаються тимчасовими і зазвичай заплановані на певні дати. Хоча багато виставок демонструються лише в одному місці, деякі – у кількох локаціях (пересувні виставки) або в цифровому форматі (онлайн-виставки). Виставки з особливо крихкими чи цінними предметами проводяться лише під час офіційної презентації та під пильним наглядом відповідальної особи. Тимчасові експонати, що перевозяться від установи до установи, належать до категорії пересувних експонатів. Усі експонати потребують оформлення офіційного документального дозволу для експонування, а тимчасове вивезення або ввезення регламентується чинним законодавством [6].

Художні виставки охоплюють широкий спектр артефактів людської творчості: картини, малюнки, ремесла, скульптури, відео- та звукові інсталяції, перформанси, інтерактивне мистецтво. Вони можуть бути присвячені одному художнику, групі, жанру, темі або колекції; організовуватися кураторами, обиратися журі або демонструвати всі надіслані роботи. Виставки образотворчого мистецтва, як правило, висвітлюють твори мистецтва з достатнім простором та освітленням, надаючи інформацію через етикетки або аудіогіди, розроблені так, щоб основний акцент був саме на мистецтві.

Виставки можуть відбуватися серіями або періодично – у форматах бієнале, триєнале, квадрієнале. Першою художньою виставкою, яку назвали блокбастером, стала виставка Пікассо в Тейт у Лондоні в 1960 році [27]. Крім того, існують інтерпретаційні виставки, що потребують додаткового контексту для пояснення представлених предметів. Це стосується, насамперед, виставок наукової та історичної тематики, де текст, діорами, діаграми, карти та інтерактивні дисплеї допомагають відвідувачеві отримати необхідне розуміння фону та концепцій. Інтерпретаційні виставки зазвичай включають більше тексту та графіки, ніж виставки образотворчого мистецтва.

Сучасні виставки трансформуються під впливом цифрових технологій, інтерактивності та нових кураторських підходів, зокрема «реляційної естетики», концептуального мистецтва та інституційної критики [18, 19, 52]. Постійне оновлення експозицій у західних музеях, особливо американських, спрямоване на збереження популярності та актуальності установи, при цьому дотримуються принципів наукової репрезентативності, інтеграції предметів у логічно структуровану композицію та поєднання наукового, художнього і культурологічного аспектів. Сучасні кураторські практики враховують швидкоплинність виставок, розширення бієнале та масштабних виставкових форматів, а також потребу інтеграції експозицій у глобальні культурні та транснаціональні контексти [13, 28, 51, 53].

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, а й для реалізації найважливіших функцій сучасних музеїв: пізнавально-інформаційної, популяризаційної та навчально-просвітницької. Всі ці функції ефективно реалізуються завдяки експозиційній діяльності музеїв, яка забезпечує організоване знайомство відвідувачів із колекціями та їх логічну презентацію за хронологічними, географічними, етнокультурними чи тематичними критеріями.

Таким чином, історія музейної експозиції демонструє поступовий перехід від перших «протоекспозиційних» спроб до сучасних інтегративних, комунікаційно-орієнтованих, мультимедійних і культурологічно обґрунтованих практик, де поєднуються наука, мистецтво та інноваційні технології, а також кураторська та комунікаційна діяльність. Попри значну кількість досліджень, залишаються актуальними проблеми уточнення термінології, системного аналізу розвитку експозицій у культурному контексті та комплексного дослідження впливу цифрових технологій на сучасну практику.

1.3. Класичні принципи побудови експозиційного середовища

Сучасна наукова думка дозволяє виділити кілька основних підходів до музейної експозиції:

- філософське осмислення її природи;
- розгляд як виду творчої діяльності;
- засіб музейної комунікації;
- культурологічний аспект;
- вплив сучасних технічних та цифрових технологій.

Попри значну кількість досліджень, залишаються актуальними такі проблеми:

- недосконалість термінології та потреба уточнення поняття «музейна експозиція»;
- відсутність системного дослідження її розвитку в культурному контексті;
- недостатнє вивчення ролі цифрових, мультимедійних, VR/AR технологій у сучасній експозиційній практиці.

Експозиційна діяльність музею – це процес ознайомлення відвідувачів із найцікавішими експонатами, розміщеними у певному логічному порядку, що формується за хронологічним (еволюційним), географічним, етнокультурним або предметно-тематичним критеріями. Вона є ключовою складовою музейної комунікації та інструментом реалізації культурно-освітньої діяльності [23].

Термін «експозиція», як вже було окреслено в попередніх підрозділах, (від лат. – виклад, опис) нині застосовується щодо предметів, виставлених на огляд у музеях або інших публічних просторах. Перші протомузейні експозиції у світовій історії включали виставки військових трофеїв у палацах і замках, пишні приношення жреців у прадавніх храмах, колекції скульптур та живопису у віллах римських патриціїв і палацах імператорів [26].

Організація експозиції передбачає відбір і логічне розміщення експонатів, що складається з кількох технологічних етапів. На початку XIX ст., у період зародження класичних музеїв, експозиції створювалися довільно – з метою вразити пишнотою або екзотикою та розважити відвідувачів. З накопиченням

музейних фондів і розвитком наукових методик предметного дослідження, до експонування стали відбиратися лише найцінніші пам'ятки, а принципи їхнього розміщення у залах музеїв – уніфікувалися [17]. Таким чином аморфні набори музейних скарбів поступилися місцем тематичним експозиціям із чітким логічним та еволюційним зв'язком між об'єктами.

Класичні принципи організації експозицій залишалися стабільними протягом ХХ ст., хоча сучасність внесла низку інноваційних технологій для посилення емоційного та пізнавального ефекту від відвідування музеїв, включно із застосуванням засобів експозиційної анімації [16].

Основні принципи класичної побудови експозиційного середовища включають:

1) Комплексно-тематичний принцип – експозиція окремого залу репрезентує певну історичну епоху, культурну спільноту або мистецький напрям; експозиція всього музею відображає послідовність історичних етапів та предметно-типологічних рядів пам'яток. В історичних музеях пам'ятки розподіляються між залами-«епохами» та залами-«культурами», у художніх – за мистецькими епохами та географічними школами, в етнографічних – за регіонами та типологічними групами предметів (писанки, кераміка, традиційне вбрання тощо).

2) Хронологічний (еволюційний) принцип – демонструє розвиток культури або мистецтва у часі, допомагаючи відвідувачам простежити логіку змін та взаємозв'язки між явищами.

3) Предметно-типологічний принцип – об'єкти групуються за функціональною, матеріальною або стилістичною схожістю, що сприяє порівнянню та кращому розумінню відмінностей та особливостей експонатів.

4) Ансамблевий принцип – характерний для меморіальних музеїв, музеїв-садиб і палаців. Передбачає збереження або відтворення автентичної обстановки життя та діяльності конкретної людини чи етносоціальної групи, відтворюючи цілісний ансамбль музейних предметів зі зв'язками, що існували в «домузейний» період [17].

5) Ландшафтний принцип – застосовується у природничих музеях, коли експозиція організована за зразком природного середовища.

6) Наукова репрезентативність – експонати відбираються за критеріями їхньої історичної, художньої або культурної цінності, забезпечуючи високу якість та достовірність експозиції.

Класичні принципи дозволяють створювати експозиції, які поєднують наукову обґрунтованість і естетичну привабливість, забезпечуючи відвідувачам системне сприйняття матеріалів та логіку їхнього вивчення.

З другої половини XX століття та на початку XXI століття експозиційна діяльність зазнала суттєвої трансформації. У 1999 році Інститут Кларка організував конференцію «Дві історії мистецтва: музей та університет», на якій обговорювався розрив між академічним мистецтвознавством та музейною практикою. Було порушено питання, що академічна історія мистецтва надто зосереджена на теорії та нехтує об'єктом, тоді як музей концентрується на фінансуванні та аудиторії, що нібито знижує наукові очікування від музейних досліджень [11]. Після цієї конференції виник дискурс, умовно названий «кураторський дискурс історії виставки», який фокусувався на виставках як автономних об'єктах дослідження.

Зростання інтересу до історії виставок пояснюється, зокрема, впливом «нової» історії мистецтва та її соціально-історичних підходів, а також трансформацією музейного середовища: створенням нових бієнале та інституцій для сучасного мистецтва, розширенням мистецького ринку та збільшенням тимчасових виставкових площ. Такий розвиток сприяв посиленню критичного та мистецького спілкування з колекцією, де форми презентації дедалі більше нагадують тимчасові виставки, замінюючи традиційну «жорстку» експозицію [13].

Сучасні виставки відходять від традиційних форматів персональних, групових та тематичних експозицій, формуючи новий спектр типологій. Серед них – виставки в рамках реляційної естетики, які, за Ніколя Буррію, стають «ареною обміну» [19], а також проектні та дослідницькі виставки, орієнтовані на

виробництво дискурсу. Поява концептуального мистецтва та інституційної критики змістила акцент із автономного твору мистецтва на контекст, умови виробництва та саму виставку як форму. Пітер Осборн підкреслює, що «виставка-форма» задовольняє вимогу надання сенсу, тобто виставка сама стає одиницею художнього значення та об'єктом конструктивного наміру.

Додатковим фактором розвитку виставкової практики стало створення програм кураторських досліджень, які поєднують практичне навчання та теоретичні дослідження. Вони сприяли професіоналізації кураторського поля, формуючи розуміння власної історії та методології організації виставок [18]. Внаслідок цього більшість сучасних публікацій з історії виставок з'являються саме в контексті кураторських досліджень, а не традиційного мистецтвознавства.

Таким чином, сучасна експозиційна практика поєднує класичні принципи організації з новітніми методами презентації, інтерактивності та критичного дискурсу, що дозволяє музеям ефективно поєднувати наукову репрезентативність, освітню функцію та залучення широкої аудиторії.

Окрім фокусування на фігурі куратора, у сучасному кураторському дискурсі спостерігається тенденція представляти виставки як унікальні об'єкти [28]. Такий підхід означає, що виставки розглядаються майже ізольовано, без порівняння з іншими подібними експозиціями того ж часу, хоча таке синхронне порівняння могло б дати цінні висновки щодо контексту, амбівалентності та розвитку концептуального мистецтва. Наприклад, порівняння виставок *When Attitudes Become Form*, *Op Losse Schroeven*, *Tucuman Arde* або *The Numbers* дозволяє зрозуміти різні підходи до концептуального мистецтва та його інтеграції в арт-ринок [53].

Серед проблем кураторського дискурсу – «фобія» перед творами мистецтва, коли увага зосереджується на експозиції як концептуальному об'єкті, а не на аналізі самого твору. Часто бракує термінології, типології виставкових форматів та методів опису взаємозв'язків між творами в просторі експозиції [51, 52]. Відтак, реальні практики та розвиток виставки постають як природний

імператив, без взаємодії з традиційним мистецтвознавством, музеєзнавством чи інституційною критикою.

Ще одним важливим питанням є *канон виставок*. У кураторському дискурсі він відрізняється від канону академічної історії мистецтва і передбачає множинність критеріїв інтеграції: виставка повинна вирізнитися серед інших, одночасно досягаючи універсального значення. Проте основна увага приділяється виставкам, що відбувалися з 1960-х років, що зумовлює концентрацію на ролі куратора та дистанціювання від традиційних музейних експозицій, прив'язаних до колекцій. Це також обмежує історичну перспективу, хоча радикальні інновації у сфері організації виставок – поява нових кураторських практик та дематеріалізованих творів мистецтва – безпосередньо походять із ширшої традиції виставок, що бере початок ще з XVIII століття.

Таким чином, сучасна історія виставок демонструє складну взаємодію між класичними принципами організації експозицій, новими кураторськими практиками та критичним осмисленням виставки як культурного та соціального феномену.

Щодо стандартизації та гомогенізації виставкових форматів, кураторський дискурс розглядає виставку як глобальний, транснаціональний і транскультурний об'єкт, що стверджує універсалістську модель експозиційної практики [28]. Хоча визнається вплив ціннісних суджень та встановлення ієрархій у виставках, сама експозиція трактується як нейтральна форма. Формат бієнале та інших масштабних виставок виступає парадигмальним проявом цієї моделі, де транснаціональний куратор є головним актором, а конвенції, вироблені в ході розвитку виставкової історії, мають нормативний вплив на глобальні стандарти створення експозицій.

Уміння органічно «вписати» експозицію у простір виставкової зали є складним поєднанням науки й естетики. Від дизайну майбутньої експозиції нерідко залежить її популярність серед відвідувачів, проте ключовим залишається принцип наукової репрезентативності. У сучасну інформаційну епоху музеї прагнуть утримати суспільну зацікавленість та актуальність, що

трансформує саму ідею експозиції як сталого феномену. Західні музеї вирішують цю проблему постійним оновленням експозицій, зберігаючи при цьому цілісність теми та предметної суті. Художники та дизайнери таких музеїв перебувають у безперервному творчому пошуку, змінюючи тло, сюжетно-образну символіку, емоційне відображення та анімацію експозицій, доповнюючи їх новими предметами та трансформуючи логіку побудови всієї композиції й маршрути екскурсійного огляду. Найактивніше у цьому напрямку 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, де експозиції зазнають докорінних змін кожні три–п'ять років, залишаючись при цьому самостійними експозиційними одиницями, а не серією тимчасових виставок.

Висновки до Розділу I

У першому розділі роботи було детально розглянуто базові концепції та принципи експозиційної діяльності музеїв, починаючи від історичних витоків і закінчуючи сучасними тенденціями. Було показано, що експозиційна діяльність є основним інструментом комунікації музею з публікою, який забезпечує реалізацію пізнавально-освітніх, популяризаційних та культурно-виховних функцій установи. Експозиція виступає не лише як форма демонстрації музейних предметів, а як складна система, що поєднує наукову репрезентативність, художньо-естетичне оформлення та врахування потреб різних категорій відвідувачів.

Аналіз історії розвитку експозицій показав, що на ранніх етапах виставки створювалися переважно довільно та мали на меті здивувати, розважити чи вразити відвідувачів пишнотою колекцій. Лише з другої половини ХІХ століття почали формуватися тематичні та хронологічно організовані експозиції, засновані на наукових канонах та принципах логічної послідовності, які дозволяли відвідувачеві простежити історичні, культурні чи предметно-типологічні взаємозв'язки між експонатами. Класичні принципи побудови експозиційного середовища включають комплексно-тематичний підхід,

врахування хронологічного та предметно-типологічного критеріїв, а також ансамблевий принцип для меморіальних, садибних та природно-наукових експозицій.

Сучасна експозиційна практика, спираючись на класичні принципи, активно інтегрує інноваційні технології, дизайн, нові форми презентації та методи анімації, що дозволяє підвищувати емоційний та пізнавальний ефект від відвідування музею. Водночас історія виставок як самостійний предмет дослідження здобула значну автономію за останні три десятиліття, про що свідчать публікації, конференції, академічні програми та наукові журнали, що фокусуються на кураторстві та виставкових практиках.

Таким чином, перший розділ надає комплексне уявлення про сутність, історію та сучасні трансформації експозиційної діяльності, підкреслюючи взаємозв'язок класичних принципів побудови виставок із сучасними інноваційними практиками та соціокультурними вимогами. Знання цих основ є необхідною передумовою для подальшого аналізу організації музейних експозицій та розробки рекомендацій щодо їх ефективного використання у сучасних культурно-освітніх проектах.

РОЗДІЛ 2 КОНЦЕПЦІЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ЕКСПОЗИЦІЙНОГО ПРОСТОРУ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЙОГО ПРОЕКТУВАННЯ

2.1. Типологія виставок і специфіка їхнього втілення

У сучасному мистецькому середовищі існує чітка термінологія, що дозволяє систематизувати різні форми виставок. Залежно від кількості художників, формату та місця проведення виділяють кілька основних типів виставок, які є найпоширенішими у світовій практиці та часто вживаються у професійних колах [59]. Водночас важливо підкреслити, що подана класифікація стосується саме художніх та музейних виставок, а не промислових чи галузевих експозицій, які мають зовсім інші цілі та функції. Промислові виставки орієнтовані на демонстрацію технологічних новинок, комерційних продуктів і бізнес-партнерств, тоді як музейні та художні виставки спрямовані на культурну комунікацію, збереження й інтерпретацію спадщини, а також представлення творчих концепцій. Саме тому далі розглядаються типи виставок, характерні для галерейної та музейної сфери. До них належать: персональні виставки, дуетні виставки, групові виставки, інституційні виставки, музейні виставки, ретроспективні виставки, мистецькі виставки та онлайн-виставки.

Персональна виставка присвячена творчості одного художника і зазвичай демонструє його актуальні роботи або певну серію творів, створених у межах конкретного періоду творчості. Такий формат найбільш характерний для художніх галерей, які на протязі століть відігравали важливу роль у промоції окремих митців. Галереї як комерційні установи зацікавлені в поширенні творчого доробку своїх художників та продажі робіт, що робить персональні виставки ефективним інструментом як для популяризації мистецтва, так і для комерційної діяльності.

Персональна виставка може мати місце і в інституційному чи музейному контексті. У цьому випадку її організація не обмежується класичними канонами, а дозволяє демонструвати роботи художника у широкому історичному чи тематичному контексті. Якщо ж виставка охоплює значний період творчості

митця та відображає його кар'єрний шлях у цілому, така експозиція може бути визначена як ретроспективна виставка. Вона зазвичай організовується музеями або великими інституціями і надає глядачу можливість простежити еволюцію художнього стилю, тематики та технічних прийомів митця.

Дуетні (подвійні) виставки визначаються кількістю художників, представлених на заході, а саме двома авторами. Такий формат передбачає художній діалог між митцями, які демонструють спільну концепцію або тематично пов'язаний комплекс робіт. Дуетна виставка часто проходить у художніх галереях, що забезпечує необхідний простір для взаємодії робіт двох авторів та створення єдиного візуального й концептуального поля. Однак, як і персональна виставка, дуетна може реалізовуватися в інституційному чи музейному контексті, хоча зустрічається це значно рідше. Відзначимо, що поєднання формату дуетної виставки з поняттям ретроспективи неможливе, оскільки ретроспектива завжди присвячена творчості одного художника та охоплює значний період його творчого шляху [42].

Групові виставки об'єднують трьох і більше художників. Вони дозволяють глядачеві спостерігати за різноманітним художнім підходом, стилем та ідеями в межах однієї теми або концепції. Як і персональні та дуетні виставки, групові виставки традиційно проводяться у художніх галереях, де існує можливість представити широкий спектр творчості та створити резонанс серед відвідувачів. Часто галереї поєднують досвідчених митців із новими іменами, що сприяє відкриттю нових тенденцій і підтримує цікавість аудиторії.

Групові виставки особливо ефективні для інституційних майданчиків, зокрема музеїв, оскільки вони дозволяють реалізувати освітні та культурні завдання. Музейна групова виставка дає можливість куратору систематизувати роботи за темами, жанрами або соціально-політичним контекстом, демонструючи зв'язки між художниками, тенденціями та історичними процесами. Вона також забезпечує платформу для розкриття соціально значущих повідомлень, порушення актуальних проблем і сприяє формуванню критичного мислення у відвідувачів.

Таким чином, як дуетні, так і групові виставки є важливими формами представлення мистецтва, що дозволяють глядачеві порівнювати художні підходи, простежувати взаємодію митців і оцінювати їхню спільну концептуальну спрямованість. Вони відіграють значну роль у професійному становленні художників, розвитку галерейної практики та формуванні музейної політики експозицій.

Інституційні виставки представляють собою художні події, що відбуваються у різного роду організаціях і установах, включаючи музеї, аукціонні будинки, кураторські простори, мистецькі фонди, приватні колекції, школи мистецтв та інші спеціалізовані майданчики. На відміну від персональних або групових виставок, які класифікуються за кількістю художників, інституційна виставка визначається насамперед місцем проведення. Кожна установа ставить перед собою різні цілі: деякі формують постійні експозиції, інші демонструють роботи з приватних колекцій або сучасних художників, а також співпрацюють із власниками художніх творів.

Інституційні виставки відіграють важливу роль у кар'єрі митця. Вони не лише підтверджують комерційне визнання в галузі, а й демонструють схвалення критичної спільноти – кураторів, мистецтвознавців та істориків мистецтва. Включення інституційної виставки у резюме художника суттєво підвищує його професійний статус та привабливість для галерей і колекціонерів.

Музейні виставки є підтипом інституційних і проводяться безпосередньо у музеях. Вони часто розглядаються як канонічний вид виставки і мають як постійні, так і тимчасові формати. Постійна колекція музею зазвичай включає його найважливіші експонати, які формують культурний та історичний канон. Прикладами є «Мона Ліза» у Луврі або «Герніка» Пікассо в Національному музеї королеви Софії.

Водночас більшість музеїв курують тимчасові виставки, що дозволяє представити роботи різних художників у межах однієї теми або концептуального дослідження. Наприклад, Музей сучасного мистецтва (MoMA) у Нью-Йорку організував виставку «Сигнали: як відео змінило світ», яка об'єднала роботи

Дари Бірнбаум, Нама Джун Пейка та інших художників для дослідження впливу відео на сучасну культуру. Такі виставки можуть виконувати освітню функцію, поширювати результати досліджень, висвітлювати суспільно-політичні проблеми, а також розкривати історико-мистецькі тенденції.

Таким чином, інституційні та музейні виставки розширюють можливості художнього представлення, поєднуючи комерційні, освітні та наукові аспекти, і створюють платформу для інтеграції персональних, групових та тематичних виставок у більш широкий культурний контекст.

Ретроспективна виставка є особливим типом персональної виставки, що представляє всю творчість, життя та кар'єру художника. Зазвичай вона відбувається у зрілому періоді життя митця, а місцем проведення переважно стає музей або велика інституція. Термін «ретроспектива» буквально означає «оглядаючись назад», підкреслюючи характер заходу як можливості оцінити та канонізувати значення художника у мистецькому контексті. Проведення ретроспективи є одночасно визнанням досягнень митця та важливою подією для культурного середовища [3].

У межах музейної практики також виокремлюють кілька ключових різновидів експозицій, що доповнюють загальну класифікацію. **Тимчасові виставки** створюються на обмежений період і дозволяють музею представити нові теми, колекції або дослідницькі проєкти. **Персональні або ювілейні виставки**, присвячені окремим митцям чи історичним постатям, мають на меті висвітлити життєвий та творчий шлях особи. **Подієві виставки** фокусуються на історичних, культурних або соціальних явищах, пропонуючи інтерпретацію важливих дат чи подій. Поширеним форматом є також **банерні та фотовиставки**, що не потребують складних конструкцій і використовуються як мобільні, доступні інструменти популяризації теми. Окремий сегмент становлять **інтерактивні та мультимедійні виставки**, які залучають відвідувача через цифрові технології, сенсори та візуальні проєкції, роблячи процес пізнання активним і емоційно залученим.

Особливу категорію становлять виставки, організовані під час масштабних мистецьких подій, таких як фестивалі, бієнале чи мистецькі ярмарки. У цьому випадку термінологія визначається контекстом проведення – виставка є однією зі складових більшого заходу. Мистецькі події можуть проходити щороку, раз на кілька років або у форматі циклічних заходів, об'єднуючи численні виставки у межах одного простору або міста.

Прикладами таких подій є щорічний фестиваль «Культурна столиця Європи», де численні виставки розташовуються по всьому місту, та відомі бієнале і трієнале, зокрема Венеційська бієнале, Documenta в Касселі та Бієнале у Відні. Ще одним різновидом є мистецькі ярмарки, де галереї представляють своїх художників на окремих стендах під одним дахом. Такі ярмарки, зокрема Art Basel, TEFAF та Frieze Art Fair, надають відвідувачам можливість ознайомитися з великою кількістю творів сучасного мистецтва та оцінити різноманітність ринку.

Таким чином, ретроспективи та виставки мистецьких подій не лише розширюють простір представлення художнього продукту, а й сприяють канонізації творчості окремих авторів, створенню дискурсу про мистецтво та інтеграції різних форматів виставок у ширший культурний та соціальний контекст.

Крім класичних форматів виставок, таких як персональні, дуетні, групові, інституційні, музейні та ретроспективні, сучасне мистецтвознавство відзначає зростання значущості онлайн-виставок. **Онлайн-виставки** існують виключно у цифровому просторі та доступні для перегляду через Інтернет на комп'ютерах, планшетах і мобільних пристроях у будь-якому місці та в будь-який час (додаток А, рис. 1). Особливо актуальними вони стали під час пандемії Covid-19, коли фізичні обмеження зробили неможливим відвідування традиційних галерей і музеїв [30].

Онлайн-виставки дозволяють галереям і музеям розширювати охоплення аудиторії, підвищувати комерційний потенціал і пропонувати додаткові експозиції без фізичних обмежень простору. Вони також сприяють

інноваційному підходу до експозиційної діяльності, оскільки включають інтерактивні елементи, мультимедійні презентації та цифрові інструменти для навчання й ознайомлення з колекціями. Сучасні онлайн-виставки широко використовуються для популяризації мистецтва, культурної спадщини, бібліотечних і архівних ресурсів, а також як маркетинговий і освітній інструмент.

Таким чином, сучасна типологія виставок охоплює широкий спектр форматів: від персональних і групових показів до ретроспектив та масштабних мистецьких подій, а також цифрових презентацій у вигляді онлайн-виставок. Кожен із цих форматів має свої особливості, визначає спосіб взаємодії з аудиторією та виконує певну функцію – будь то популяризація художника, освітня мета, інтеграція у мистецький ринок або поширення культурного контенту в цифровому просторі. Разом вони формують сучасну практику організації експозиційного простору, відображаючи еволюцію музеїв, галерей та інших мистецьких інституцій у контексті соціальних, технологічних і культурних змін.

Сучасні тенденції в організації виставок включають розвиток онлайн- та віртуальних форматів, що дозволяють долати обмеження фізичних просторів і забезпечують доступ до мистецьких колекцій будь-де та будь-коли.

Онлайн-виставка – це цифрова презентація художніх робіт або культурних об'єктів, доступна через Інтернет на комп'ютерах, планшетах і мобільних пристроях. Вона дозволяє музеям, галереям і приватним колекціям організувати додаткові експозиції, підвищувати комерційний потенціал та розширювати охоплення аудиторії [30]. **Віртуальна виставка**, хоча за своєю природою належить до категорії онлайн-виставок, відрізняється більш складним і технологічно насиченим підходом. Вона створює змодельоване середовище (додаток А, рис. 2), яке максимально імітує фізичний простір, і дає користувачам змогу взаємодіяти з цифровими копіями об'єктів так само, як вони б сприймали їх у реальному житті [42]. Розробка віртуальних виставок потребує більше ресурсів, часу та технологічних рішень, проте відкриває нові можливості для інтерактивного навчання, досліджень і популяризації мистецтва.

Сучасні онлайн- та віртуальні виставки активно інтегрують мультимедійні й концептуальні інструменти, використовуючи програмні системи для управління колекціями та створення інтерактивних презентацій. До популярних платформ належать «ViEx System», «Norfolk System», «XMP-CMS», «ARCO», а також системи управління музейними колекціями, такі як «Museum System», «KE EMu» і «PastPerfect». Додатково активно розвиваються рішення з відкритим кодом, наприклад «CollectionSpace», «Pachyderm», «Omeka», «OpenCollection», «MOVIO», «Viewshare», «Exhibit 3.0» та «Open Cobalt», що забезпечують створення інтерактивних, мультимедійних і колективних виставок [48].

Важливим прикладом технологічного розвитку є ініціативи компанії Google, яка експериментує з 3D-скануванням, високоякісними камерами та інтерактивними екранами для покращення музейних онлайн-презентацій та створення більш досконалих інструментів для організації цифрових виставок, зокрема «Open Gallery».

Серед останніх тенденцій у сфері онлайн-мистецтва та цифрових виставок варто виділити спеціалізовані платформи та інструменти для художників, галерей і колекцій. Наприклад, сервіс Kunstmatrix.com, що базується в Берліні, пропонує 3D-віртуальні виставкові кімнати, які користувачі можуть налаштовувати та заповнювати власними творами мистецтва. Платформа надає різноманітні кураторські опції, включаючи вибір кольору стін і оформлення простору, при цьому доступ до сервісу може бути безкоштовним. Глядачі можуть легко переміщатися між різними виставками, а художники та колективи отримують можливість виділити важливу інформацію для потенційних покупців і шанувальників мистецтва.

Сучасні технології **віртуальної реальності (VR)** відкривають нові горизонти для створення цифрових експозицій. VR являє собою комп'ютерно змодельоване середовище, яке імітує реальний світ або створює уявні простори, і активно використовується у медицині, освіті, культурній спадщині та мистецтві. Основними складовими VR є 3D-зображення та анімація, які забезпечують інтерактивну демонстрацію віртуальних об'єктів. Віртуальні середовища можна

поділити на два типи: моделювання реального простору для навчальних цілей і створення уявних середовищ для ігор або інтерактивних історій. Для розробки VR-додатків використовуються програми Bryce, Extreme 3D, Ray Dream Studio, trueSpace, 3D Studio MAX, а також мова моделювання VRML, яка дозволяє визначати візуальні елементи та правила їхньої взаємодії [60].

Ще один перспективний напрям – **доповнена реальність (AR)**, яка поєднує реальні сцени з цифровими об'єктами. Використовуючи обробку відео та комп'ютерне бачення, AR-системи створюють природні та інтерактивні середовища, у яких віртуальні елементи органічно вписуються у фізичний простір. Музеї все частіше створюють інтерактивні виставки з використанням Immersive Environments, що дозволяють відвідувачам відчувати присутність у віртуальному просторі за допомогою великих відеоекранів, 3D-звуку та голографічних ефектів. Об'єкти експозицій можуть реагувати на дії користувача, наприклад через гіперпосилання, що дозволяє нелінійно переміщатися між інформаційними потоками, що підвищує інтерактивність та залученість аудиторії [60].

Одними з перших комерційних застосувань AR стали футбольні ігри, а також розважальні проєкти, такі як святкування сторіччя Universal Studios у Великій Британії та телевізійні шоу на кшталт BBC «Top Gear». Подібні технології активно застосовуються у мистецтві: проєкт Project Paperclip у Португалії демонструє, як фотографії можна оживити за допомогою AR-додатків, створюючи інтерактивний досвід перегляду робіт. Сучасні програми AR, такі як D'Fusion, Unifye Viewer та FLARToolKit, дозволяють розробляти інтерактивні середовища для мобільних пристроїв, що значно розширює доступ до культурних ресурсів музеїв і галерей, виходячи за межі фізичного простору [67].

Ще більш інтегрованою формою є **змішана реальність (MR)**, яка поєднує реальні та віртуальні об'єкти у спільному середовищі, де вони взаємодіють у реальному часі. MR-середовища дозволяють об'єктам реального та цифрового світу співіснувати на одному дисплеї, що відкриває нові можливості для

віртуальних виставок, освітніх програм і досліджень. Технологія MR ґрунтується на VR і AR та доповнює їх, створюючи середовище, у якому фізичні об'єкти поєднуються з цифровими моделями, забезпечуючи реалістичні сенсорні ефекти та інтерактивність [69]. Приклади використання MR у виставковому середовищі включають Huret & Spector Gallery (Бостон), платформи Turbulence.org та Ars Virtua у віртуальному світі Second Life, де користувачі взаємодіють у режимі реального часу через аватари.

Застосування AR та MR у виставковій діяльності демонструє високий потенціал для поширення культурних ресурсів, залучення аудиторії та створення інтерактивного досвіду. У США, наприклад, школярів заохочують до створення онлайн-виставок у рамках щорічних освітніх конкурсів, таких як «Electrifying America», «Polio Pioneer» та «Out of the Box», що сприяє розвитку навичок у сфері цифрового кураторства. Міжнародні опитування показують, що онлайн- та віртуальні виставки допомагають компаніям і культурним установам підвищувати впізнаваність, налагоджувати комунікацію з відвідувачами та партнерами і стимулюють економічну ефективність [68].

Таким чином, технології VR, AR та MR формують нове середовище для організації виставкових просторів, яке поєднує реальність і віртуальність, розширює освітні та комерційні можливості, а також відкриває широкі перспективи для кураторських практик і досліджень у сучасному мистецтві.

2.2. Основні підходи до проектування музейних та галерейних експозицій

Проектування експозиції є одним із ключових етапів музейного планування, оскільки саме від нього значною мірою залежить ефективність сприйняття та комунікації з відвідувачем. Процес передбачає розробку детальної документації для майбутньої експозиції, включаючи авторський нагляд під час її реалізації [25].

У сучасній практиці проектування виставки виділяють кілька взаємопов'язаних складових:

- наукове проектування, що забезпечує репрезентацію та достовірність експонатів;
- художнє проектування, яке визначає композиційне та естетичне оформлення простору;
- технічне проектування, що включає підбір матеріалів, освітлення та інтерактивних елементів;
- робоче проектування, що передбачає логістику, розстановку експонатів і забезпечення зручності пересування відвідувачів.

Комплексний підхід до цих етапів дозволяє створити експозицію, яка поєднує наукову репрезентативність із художньою привабливістю.

Основна мета музейних та галерейних виставок полягає у передачі ідей і концепцій через представлені експонати, які сприймаються відвідувачем через органи чуття, що поєднують когнітивні та культурні фактори сприйняття. Водночас виставка виконує внутрішньомузейні функції: вона підтримує наукову діяльність, популяризує колекції, сприяє розвитку просвітницьких програм і модернізує основні постійні експозиції установи.

Правильне проектування експозиції має кілька критично важливих аспектів. По-перше, макет виставки повинен забезпечувати максимальну видимість експонатів, ураховуючи їх розмір, форму та тематичні зв'язки (додаток А, рис. 3). По-друге, простір має бути логічним і зручним для пересування, щоб відвідувачі могли легко орієнтуватися, а персонал – обслуговувати експонати. По-третє, експозиція повинна бути привабливою та інтерактивною, мотивуючи аудиторію до повторного відвідування і до активного поширення інформації про виставку серед інших.

При розробці експозиції слід враховувати такі характеристики: розташування експонатів у просторі, стиль оформлення, тематичну спрямованість та колірну гаму, оскільки вони впливають на загальне сприйняття виставки (додаток А, рис. 4). Важливим є також поєднання традиційних елементів дизайну з сучасними технологічними рішеннями, включаючи

інтерактивні модулі, мультимедійні та віртуальні компоненти, що дозволяють адаптувати експозицію під потреби різних категорій відвідувачів.

Перший етап формування музейної експозиції має науково-концептуальний характер і передбачає системне обговорення ідей та основних завдань майбутньої експозиції. На цьому етапі дирекція музею та відповідальні експерти генерують концептуальні ідеї щодо структури, змісту та просторового розміщення експонатів. Ідеї узагальнюються в цілісну концепцію, яка стає відправною точкою для наукових досліджень, експертного аналізу колекцій, а також для переговорів із спорідненими музеями та культурними інституціями.

Процес проектування експозиції традиційно здійснюється за трьома основними напрямками: науковим, художнім та технічним.

У межах наукової концепції визначаються провідна тема та ідея експозиції, формулюються цілі та методи їх реалізації, встановлюються вимоги до архітектурно-художнього оформлення та експозиційного устаткування. Крім того, визначається місце планованої експозиції у загальній системі музейних виставок. Після схвалення наукової концепції або паралельно з нею розробляється художня (архітектурно-художня) концепція, яка формує провідний художній образ експозиції, палітру кольорів та композиційне рішення простору.

На цьому етапі експозиціонер також визначає цільову аудиторію – потенційних відвідувачів, аналізує особливості приміщення, у якому буде розміщена експозиція, зокрема якщо це пам'ятка архітектури. На підставі цього формується тематична структура експозиції, визначається послідовність показу розділів і маршруту відвідувачів, а також відбираються ключові експонати або комплекси. Одночасно окреслюються вимоги до архітектурно-художнього оформлення, освітлення, звукових та аудіовізуальних систем, діорам і демонстраційних пристроїв.

У традиційному підході художня концепція впливає зі створеної наукової концепції. Художники формують основну ідею та образ експозиції, реалізуючи наукові положення через естетичне та композиційне рішення. На цьому етапі важливо дотримуватися принципів атракційності та репрезентативності,

обираючи експонати з музейного фондосховища. Художники створюють ескізи та макети експозиції, що відображають розташування, кольорову гаму та виділення провідних об'єктів у залах.

Наукові співробітники-експозиціонери розробляють «розширену тематичну структуру», що містить найменування та послідовність експозиційних розділів, тоді як художники готують експозиційний проект, де наукові та художні рішення деталізуються на рівні експозиційних комплексів.

Нарешті, технічне оформлення експозиції включає розробку сучасного експозиційного устаткування, систем підсвітки, світлової ілюмінації, звукових ефектів та інтерактивних елементів. Використання сучасних технологій значно впливає на емоційне сприйняття відвідувачів, дозволяє посилити художнє та освітнє значення експозиції, а також адаптувати простір до різних категорій аудиторії.

Другий етап діяльності музейних працівників присвячений розробці тематико-експозиційних планів (ТЕП), який є одним із найскладніших та найтриваліших у часі етапів формування експозиції.

Тематико-експозиційний план є ключовим документом наукового проектування, який визначає склад і характеристики експозиційних матеріалів: атрибуцію, розміри, інвентарні номери, шифри зберігання тощо. Він також регламентує розподіл матеріалів за темами, підтемами та експозиційними комплексами, містить основні тексти для музейної експозиції, а за потреби доповнюється додатковими документами – великими текстами, вказівками для створення репродукцій, технічною документацією щодо використання обладнання та експозиційних засобів [72].

У практиці української музейної справи сформувалися уніфіковані вимоги до структури ТЕП. Як правило, план оформлюється у вигляді таблиці і включає наступні обов'язкові розділи:

- 1) Зміст експозиції – вступне обґрунтування та перелік розділів, тем і підтем;
- 2) Перелік експонатів – назви експонатів з інвентарними даними;

3) Місцезнаходження експонатів – «прив'язка» шифрів до загальної нумерації залів та стендів;

4) Примітки – додаткові відомості та пояснення.

Загалом ТЕП відображає вичерпний опис майбутньої експозиції, визначає її мету, завдання та послідовність демонстрації тем, підтем, експозиційних комплексів і груп пам'яток, а також містить каталожний перелік затверджених експонатів.

На цьому етапі, на основі тематико-структурного плану та відібраних експозиційних матеріалів, проводиться створення основного документа, що завершує процес наукового проектування – тематико-експозиційного плану [76]. ТЕП є творчою дослідницькою роботою, де відповідно до тематичної структури виділяються експозиційні комплекси з конкретними музейними об'єктами та їхніми науковими характеристиками. До складу плану входять:

- найменування розділів, тем, комплексів;
- провідні тексти та анотації;
- перелік експозиційних матеріалів, що входять до комплексу;
- відомості про характер експонатів (оригінал чи відтворення), їхні розміри та місце зберігання;
- примітки щодо художнього проектування експозиції.

У сучасній практиці ТЕП часто супроводжується електронним варіантом експозиції, що враховує всі вимоги до тематичної структури та музейного дизайну. Перед остаточним оформленням проводиться так звана «пробна» експозиція або розкладка: матеріали розставляються в просторі відповідно до структури, що дозволяє оцінити зорову сумісність експонатів, уточнити композицію комплексів та оптимізувати навантаження на стіни і вітрини. В останні роки для цього активно використовується комп'ютерне моделювання експозиційних комплексів, що дозволяє віртуально оцінити ефективність розташування матеріалів і їх взаємодію з простором.

Сучасний ТЕП мистецького простору часто супроводжується сценарієм експозиції, який визначає текстове оформлення змісту та посилює емоційний

вплив на відвідувачів. Особливо ефективно застосування сценаріїв у музеях із нетрадиційною тематикою та у дитячих музеях, де важливо поєднувати навчальні та інтерактивні елементи для створення захоплюючого досвіду.

Ще одним важливим видом проектного документа є сценарій експозиції (СЕ), який відображає експозиційний задум у вигляді сюжетної схеми, що поєднує наукову концепцію з практичною реалізацією експозиції. Автори СЕ інтерпретують наукову ідею, створюючи експозиційну драматургію, яку втілює митець у формах візуального мистецтва та дизайну.

Сценарне проектування є творчим і комплексним процесом, що синтезує діяльність науковців, художників та дизайнерів. СЕ не є обов'язковим елементом проектування експозиції; його застосування доцільне у випадках складних або специфічних завдань щодо презентації та актуалізації музейної спадщини.

Процес створення музейної експозиції – це дослідницький, творчий та виробничо-технічний процес, який вимагає спільних зусиль наукових співробітників, художників, дизайнерів, освітян та інженерів. У зв'язку з цим проектування включає три основні складові:

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

Традиційно цей порядок проектування був зафіксований у 1970–1980-х роках у нормативних документах і музеєзнавчій літературі, проте сьогодні він розглядається скоріше як орієнтир, а не догма.

Існують також стратегії проектування, що відрізняються для постійних і тимчасових експозицій. Постійні колекції орієнтовані на довготривале використання і задоволення інтересів широкої аудиторії, тоді як тимчасові виставки мають оперативний характер, дозволяючи швидко реагувати на актуальні суспільні запити та представляти нові дослідження. Обмеженість у

темі і часі експонування зумовлює необхідність підбору атрактивних експонатів, використання сучасного обладнання, освітлення, звукових ефектів та інших інтерактивних засобів.

При проектуванні сучасних експозицій особливу увагу приділяють багат шаровості та багатозначності експозиційних образів, театралізації та наявності сюжету чи драматургії. Експонати включаються у складні смислові взаємозв'язки, що дозволяє кожному відвідувачу інтерпретувати їх по-своєму, а застосування сучасних засобів експозиції підсилює цей ефект.

Дуже важливою є також робота зі супровідними текстами. Без пояснень більшість експонатів залишаються «німими» для пересічного відвідувача та привертають менше уваги. Текстовий супровід повинен зацікавити відвідувача, здивувати його маловідомими фактами та пробудити інтерес першовідкривача, забезпечуючи повнішу взаємодію з експозицією.

Після завершення наукового та художнього проектування, а також складання тематико-експозиційного плану, наступним критично важливим етапом є монтаж експозиції. На цьому етапі нерідко вносяться оперативні зміни до попередніх планів і ескізів, оскільки лише безпосереднє розміщення експонатів у виставкових залах дозволяє виявити недоліки проектування та внести необхідні корективи. Для цього використовуються монтажні листи – креслення і схеми, що визначають точне розташування експонатів, стендів, планшетів для анотацій та іншого обладнання [2].

Складовими частинами монтажного (технічного) проектування є:

- розробка проектів експозиційного устаткування;
- технічних засобів (системи освітлення, звуковідтворення, мультимедійного супроводу, голографії, поліекранів, діапроекторів тощо);
- монтажних аркушів і шаблонів, які допомагають перевірити точність розташування експонатів у масштабі 1:1;
- документація щодо облаштування опалення, вентиляції, охоронної та пожежної сигналізації;

- ескізи діорам, макетів, монументально-декоративних елементів і допоміжних матеріалів.

Для контролю і уточнення розташування експонатів часто застосовується розкладка, тобто попереднє розміщення матеріалів у заданому просторі відповідно до монтажних аркушів. Розкладка дозволяє оцінити візуальну сумісність експонатів, загальне враження від експозиції та оптимальність маршруту для відвідувачів.

Особлива увага приділяється пояснювальним текстам експозиції, які поділяють на дві основні складові:

1) провідні тексти (експлікації) – пояснюють основні характеристики та особливості збірки, вводять відвідувача у відповідну епоху, обґрунтовують об'єднання експонатів у тематичні групи;

2) етикетаж, що включає:

- анотаційний – підписи до експонатів із зазначенням назви, часу створення, автора, матеріалу, походження;
- номенклатурний – заголовки стендів, назви розділів і тем;
- орієнтувальний – покажчики, маршрути та таблиці для навігації.

Монтаж експозиції – це не лише технічний процес, а й дискусійна та комплексна робота, що потребує врахування: гармонійності розташування стендів і залів; масштабних співвідношень, фактури та кольорової гами; очікуваної кількості відвідувачів та плинності екскурсійного потоку; вразливості експонатів до прямих сонячних променів, фотоспалахів, температурних коливань.

Для захисту особливо чутливих предметів застосовуються спеціальні технічні засоби, а в деяких випадках оригінал може бути замінений точною копією.

Побудова експозицій сучасних музеїв ведеться за двома основними проектними схемами.

Лінійна схема передбачає послідовне поздовжнє розміщення пам'яток і стендів у залах, що плавно переходять один в один. Комплексна схема відтворює

первісне середовище, де експозиційну цінність становить усе, що оточує відвідувача. За такою 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 обирає відповідні експозиційні прийоми – способи групування матеріалів. Найпоширенішими прийомами є виділення центрів і експонатів з максимальним сенсовим та образним навантаженням, створення ділянок порожнього простору навколо важливих експонатів для акцентування на них уваги, виявлення логічних та естетичних зв'язків між предметами, контрастне зіставлення, об'ємне розташування однотипних предметів, розташування експонатів у межах зручного для огляду поясу від 70–80 см до 200–220 см від підлоги, виділення першого і другого планів та створення схованого плану експозиції, а також застосування технічних засобів, таких як дзеркала, лупи та обертові подіуми.

На третьому етапі проектування особливу увагу приділяють макету та дизайну виставки. Послідовний загальний вигляд об'єднує виставку та допомагає відвідувачам зосередитися на змісті. Важливо вибрати ключове зображення для титульної стіни або вступної панелі, а також для запрошень, буклетів та реклами, продумати способи «створення сцени» та представлення експозиції, наприклад за допомогою кольорової стіни або вступного панно, що залучає відвідувачів і зорієнтовує їх у просторі. Плануючи макет, слід згрупувати елементи виставки як за значенням, так і за візуальною привабливістю, продумати логіку руху відвідувачів та можливість вільного переміщення, оскільки це впливає на сприйняття змісту та основної ідеї виставки. Для виставок, де плануються комерційні угоди, продуманий макет і дизайн безпосередньо впливають на попит.

Цифрові зображення експонатів можуть бути використані для друку або включені в етикетки виставки. Вони можуть надходити з приватних або музейних колекцій, а також від інших організацій чи осіб, і повинні мати високу роздільну здатність – щонайменше 300–600 dpi, оптимально 1–2 МБ. Рекомендується

розробити макет до початку монтажних робіт. Перед остаточним вибором предметів варто провести додаткові дослідження, знайти додаткові об'єкти, зображення або історії. Приблизне планування допомагає оцінити обсяг матеріалу, визначити, де можливо вилучити експонати або заповнити прогалини, та забезпечує безпечне встановлення предметів.

Якщо експонати фізично доступні, їх можна розкласти групами у робочій кімнаті відповідно до простору виставкових шаф. Для зображень у рамках варто перевірити, як вони виглядають разом на стіні. У випадку наявності лише цифрових зображень їх можна згрупувати й масштабувати за допомогою програм для обробки графіки або дизайну. Просте планування простору здійснюють через креслення в масштабі або за допомогою спеціальних програм, які дозволяють спроектувати план поверху або всі елементи виставки.

При облаштуванні експозицій важливе значення мають шафи, плінтуси, тумби та перегородки, які повинні бути стійкими, охайними, чистими та гармонійно поєднуватися з експонатами. Вони можуть впливати на рух відвідувачів у залі, а також забезпечувати захист предметів від комах і гризунів. Освітлення таких елементів має бути рівномірним, щоб експонати не відкидали тінь, а підкладка футлярів може бути тканинною, проте слід уникати вовни. Для фарбування використовуються фарби на водній основі, а велика вага плінтуса гарантує його стабільність. Для захисту чутливих експонатів від барвників або пошкоджень можна застосовувати інертний пластик майлар, розрізаний до потрібного розміру.

Кріплення предметів до стіни потребує дотримання певних правил: елементи та текст не повинні розташовуватися менше ніж за 90 см або більше ніж за 200 см від рівня підлоги. У багатьох галереях картини розміщують на рівні очей – приблизно 155 см над підлогою. Легкі малюнки, діаграми та інші зображення можна прикріплювати за допомогою липких застібок, картини ж фіксуються на D-кільцях, закріплених на гачках або дротах, підвішених до рейки для картин. Для окремих предметів потрібні спеціальні опорні кріплення, наприклад, колиски для книг, а підняття об'єктів у межах виставкової шафи може

підкреслити їх значимість і створити більший візуальний інтерес. Для кріплення використовують стояки з плексигласу, спеціально виготовлені підставки з безкислотних матеріалів, фарбовані або обгорнуті тканиною дерев'яні блоки, дріт, обмотаний силіконовою трубкою, або музейний віск.

Інформація про виставку розбивається на невеликі частини для зручності сприйняття. Кожен предмет має бути чітко ідентифікований за допомогою етикетки. Текст етикеток повинен бути лаконічним, уникати фахового жаргону та скорочень, а також складатися простою та коректною мовою. Етикетки можуть містити титульні панелі з назвою виставки, вступні панелі, що інтригують і окреслюють суть експозиції, тематичні панелі з історією або контекстом окремих розділів, розширені мітки для виділених елементів та об'єктні мітки з основними даними про предмети. Малий дисплей може комбінувати кілька типів панелей. При цьому також важливо продумати панелі інструкцій для інтерактивних елементів або загальні покажчики, наприклад, аварійних виходів. Етикетки повинні використовувати чіткий шрифт без засічок, наприклад Helvetica, Geneva або Arial, із розміром шрифту не менше 18–22 пунктів та збільшеним інтервалом між рядками для полегшення читання. Чорний текст на білому фоні забезпечує максимальну читабельність.

Цифровий виставковий контент, як-от фільми, аудіозаписи, аудіотури, інтерактивні веб-сайти чи програми, додає експозиції глибини та інтерактивності. Виробництво такого контенту слід планувати на рівні з іншими демонстраційними матеріалами, з першочерговим акцентом на передачу ключових повідомлень виставки. Для редагування звуку та відео можуть використовуватися програми на кшталт Audacity, iMovie, Adobe Premiere або Final Cut Pro, а серії зображень можна зациклювати за допомогою PowerPoint. Якщо музей забезпечує апаратне відтворення цифрового контенту, необхідно передбачити процедури вмикання та вимкнення пристроїв, усунення несправностей і обслуговування обладнання протягом виставки.

Освітлення експозиції планується на ранніх етапах розробки, оскільки воно суттєво впливає на сприйняття виставки. Роботи, що висіли на стінах,

найкраще освітлювати під кутом, охоплюючи декілька експонатів одночасно, при цьому уникаючи прямого сонячного світла, яке особливо шкідливе для тканин, картин, малюнків, гравюр та фотографій. Вікна поблизу експонатів слід закривати або оснащувати УФ-фільтрами на час виставки. Планування виставки включає визначення кінцевого продукту, цільової аудиторії та ключових повідомлень, які відвідувачі повинні отримати, і може варіюватися від локальних шкільних або громадських виставок до друківаних або онлайн-ресурсів.

2.3. Технології економії простору

Ефективне використання виставкового простору є однією з ключових задач сучасного музейного проектування. У зв'язку з обмеженістю площі експозиційних залів, особливо у історичних та малих музеях, застосовуються різні технології економії простору, які дозволяють максимально експонувати колекційні предмети без втрати естетичної привабливості та зручності огляду.

Одним із основних підходів є вертикальне розташування експонатів. Замість того щоб обмежуватися стандартним експозиційним поясом (70–80 см до 200–220 см від підлоги), використовуються багаторівневі стенди, підвісні системи, настінні панелі та багатоярусні вітрини. Це дозволяє демонструвати більше предметів на тій самій площі, зберігаючи логіку маршруту та композиційну цілісність експозиції. Наприклад, у Національному музеї історії України в Києві широко застосовуються багатоярусні вітрини для нумізматичних та археологічних колекцій, що дозволяє зменшити зайняту площу та одночасно забезпечити зручний доступ до об'єктів.

Важливим методом є інтеграція мобільних та трансформованих елементів експозиційного обладнання. Зсувні, розсувні або складані перегородки, модульні плінтуси та шафи дозволяють змінювати конфігурацію залу залежно від теми виставки чи тимчасових експозицій. Такі рішення застосовуються, наприклад, у Мистецькому арсеналі у Києві, де великі зали обладнані пересувними стендами та мобільними вітринами для оперативного переобладнання простору.

Компактні багатофункціональні вітрини є ще одним ефективним способом економії простору. Скляні або акрилові футляри дозволяють демонструвати об'єкти з усіх боків, а додаткове підсвічування підвищує візуальне сприйняття без потреби збільшення площі. Наприклад, у Львівському музеї етнографії використовуються висувні полиці та ящики всередині вітрин, що дозволяє демонструвати одночасно кілька артефактів і зберігати їхню доступність для науковців.

Цифрові та мультимедійні технології дозволяють значно економити фізичний простір. Сенсорні екрани, інтерактивні панелі, голографічні проєкції, відеоінсталяції та VR-технології забезпечують додаткову інформацію та інтерактивність без збільшення кількості фізичних експонатів. У музеї «Голодомор: Україна 1932–1933 років» у Києві інтерактивні екрани дозволяють відвідувачам отримати детальні історичні дані та фотографії без потреби додаткових стендів.

Для оптимального зонування залів застосовуються різнорівневі подіуми, мобільні перегородки та системи підвісу, що створюють ілюзію більшого простору та виділяють тематичні групи. Це особливо ефективно у тимчасових виставках, де обмежена площа потребує концентрації уваги на ключових об'єктах. У Національному художньому музеї України подіуми різної висоти застосовуються для виділення центральних творів та оптимізації потоків відвідувачів.

Також важливою є організація систем зберігання експонатів. Мобільні стелажі, висувні ящики, полиці з автоматичними механізмами підйому дозволяють зберігати в одному просторі більшу кількість предметів і демонструвати їх частинами за потреби. Наприклад, у Музеї історії науки в Харкові застосовуються стелажі на коліщатах із механізмом підйому для демонстрації наукових приладів, що дозволяє економити площу залу та забезпечувати безпечний доступ до предметів.

Зростання кількості експонатів, обмежені площі залів та потреба одночасно задовольнити різні групи відвідувачів зумовлюють застосування спеціальних технологій економії простору.

Технології економії простору дозволяють оптимально розміщувати експонати, поєднувати демонстрацію та зберігання предметів, а також використовувати вертикальні й горизонтальні площини максимально ефективно.

У наступній таблиці (табл. 2.1) систематизовано основні технології економії простору та приклади їхнього застосування в сучасних музейних практиках.

Таблиця 2.1 –

Технології економії простору: практичні аспекти

Технологія / Метод	Принцип економії простору	Приклади використання у музеях
Модульні та збірні конструкції	Легке переналаштування залу для різних виставок, повторне використання площі	Мобільні вітрини, трансформовані стенди
Трансформовані столи та подіуми	Зміна висоти або конфігурації експонатів для економії підлоги	Висувні полиці, підйомні подіуми для скульптур або ваз
Оптимізація підлогового простору	Використання вертикалі та стель для розміщення об'єктів	Підвісні колекції літальних апаратів, тканин, моделей кораблів
Багатошарові презентації	Розміщення декількох об'єктів на різних рівнях однієї конструкції	Вертикальні стійки з ярусами, карусельні вітрини

Мініатюризація та репродукції	Замінює великі або вразливі оригінали на копії, зменшуючи потребу у площі	Макети, VR/AR-експозиції, 3D-копії експонатів
Інтерактивні цифрові рішення	Використання екранів і проєкцій замість фізичних предметів	Сенсорні дисплеї, відеопроєкції, інтерактивні карти
Системи «подвійного використання»	Одночасне зберігання і демонстрація предметів	Мобільні шафи з прозорими фасадами, стелажі з відкривними панелями
Раціональне зонування потоків	Ефективне використання вузьких або довгих залів	Планування маршрутів, уникнення «мертвих зон»
Світлові та дзеркальні ефекти	Візуальне збільшення простору без додаткових площ	Дзеркала, прозорі перегородки, підсвітка експонатів

Отже, технології економії простору поєднують архітектурні, дизайнерські та цифрові рішення, що забезпечують максимальне використання площі залів, збереження естетики та комфорту відвідувачів. Їхнє впровадження дозволяє демонструвати більше колекційних предметів, робити експозицію гнучкою, інтерактивною та адаптованою до сучасних музейних стандартів. В той самий час, застосування цих технологій дозволяє поєднати функціональність залів із естетичною цілісністю експозиції, забезпечуючи ефективне розміщення великої кількості експонатів і комфортний рух відвідувачів.

2.4. Художньо-технічні рішення та їхній вплив на сприйняття відвідувача

Художньо-технічні рішення в музеях охоплюють широкий спектр прийомів, що спрямовані на максимальне естетичне та когнітивне сприйняття експозиції відвідувачем. Вони включають колірне та світлове оформлення залів, використання матеріалів, фактур і композиційних акцентів, а також сучасні технічні засоби, що допомагають організувати простір, підкреслити важливість експонатів та створити необхідну атмосферу. Світло є одним із ключових елементів, оскільки правильне освітлення дозволяє виділити експонати, створити ефект об'єму та глибини, а також впливає на емоційне сприйняття глядача. Використання контрастного, бокового або точкового підсвічування дає змогу спрямувати увагу на центральні об'єкти експозиції, виділити деталі та текстури, що важливі для наукового та художнього сприйняття.

Колірні рішення також мають значний вплив: відтінки стін і підлог, кольорові акценти та фонові панелі можуть формувати певний настрій, створювати відчуття простору або, навпаки, концентрувати увагу на окремих зонах. Матеріали, з яких виготовлені стенди, підставки, перегородки та підкладки, повинні не лише гармоніювати з експонатами, а й відповідати вимогам безпеки та збереження об'єктів. Наприклад, використання інертних пластиків, безкислотної деревини та тканин дозволяє захистити предмети від пошкоджень, вологи та барвників.

Сучасні технічні засоби, такі як інтерактивні екрани, аудіогіди, проєкційні панелі, обертові подіуми та системи автоматичного управління освітленням і звуковим супроводом, дозволяють створювати багатошарову експозицію, де кожен відвідувач може обрати свій шлях пізнання. Вони забезпечують динаміку простору та інтерактивність, що підвищує залученість глядача та сприяє кращому засвоєнню інформації.

Художньо-технічні рішення повинні інтегруватися в загальний концепт експозиції, відповідати науковій тематиці та підтримувати сюжетний або тематичний порядок залів. Продумана композиція, оптимальне розташування предметів, використання планів першого та другого планів, а також контрастів і

ритму в експозиційних комплексах забезпечують цілісність сприйняття та допомагають уникати візуальної перенасиченості.

Наочна схема ключових художньо-технічних рішень і їх впливу на сприйняття відвідувача структурована у табл. 2.2.

Таблиця 2.2 –

Художньо-технічні рішення та їх вплив на відвідувача

Художньо-технічне рішення	Вплив на сприйняття відвідувача
Освітлення: точкове, бокове, контрастне підсвічування	Виділяє ключові експонати, створює об'єм і глибину, концентрує увагу
Загальне м'яке освітлення	Формує комфортну атмосферу, створює емоційний настрій
Колірне оформлення: відтінки стін, підлог, панелей	Зонування простору, створення настрою, концентрація або розсіювання уваги
Контрастні акценти	Виділення тематичних груп або ключових об'єктів
Матеріали та фактури: безкислотна деревина, інертні пластики, тканини без вовни	Захист експонатів, гармонія з предметами, безпека та довговічність
Фактурні елементи	Підкреслення художньої цінності, формування тактильного та візуального інтересу
Композиційні прийоми: виділення першого і другого планів, експозиційних центрів	Створення багатопланового сприйняття, акцент на ключових об'єктах
Контрастне зіставлення предметів	Порівняння і контекстуалізація експонатів
Технічні засоби та інтерактивність: обертові подіуми, дзеркала, лупи,	Активізація уваги, деталізація огляду, залучення відвідувача, самостійний вибір маршруту та темпу огляду

інтерактивні екрани, аудіогіди, проєкції	
Системи автоматичного управління світлом і звуком	Синхронізація ефектів, підсилення емоційного впливу
Текстове та графічне оформлення: етикетки, титульні та тематичні панелі	Полегшення орієнтації та сприйняття інформації, ефективне донесення ключових повідомлень
Використання зрозумілої мови та візуальних підказок	Забезпечує легке сприйняття та інтуїтивне розуміння експозиції

Художньо-технічні рішення, які застосовуються при створенні музейної експозиції, безпосередньо пов'язані з принципами її проектування та впливають на сприйняття відвідувачів. Основними принципами проектування є науковість, предметність та комунікативність.

Принцип науковості передбачає точну, об'єктивну та достовірну подачу матеріалів експозиції. Він реалізується через ретельну наукову обробку кожного музейного предмета, дослідження теми, формування концепції експозиції та застосування методів, що дозволяють відтворити історичні, культурні або природничі явища у максимально правдивому вигляді. Художньо-технічні засоби – освітлення, кольорове рішення, розташування експонатів, використання мультимедійних технологій – служать для того, щоб підкреслити наукову цінність об'єктів і зробити їхню інформацію більш доступною для сприйняття.

Реалізація цього принципу передбачає використання таких технічних рішень:

1) Розташування предметів у логічному порядку – наприклад, експонати природничо-наукових музеїв у систематичних рядах, що демонструють еволюційні зміни;

2) Інформаційні панелі та графіки – додаткові тексти, карти, діаграми, які пояснюють наукову значущість експонатів;

3) Контрольоване освітлення – акцентування на ключових об'єктах, щоб підкреслити важливі деталі без спотворення кольору або фактури;

4) Мультимедійні засоби – інтерактивні дисплеї або відео, що демонструють процеси, неможливі для прямого спостереження (наприклад, розкладання хімічних реакцій, реконструкції археологічних об'єктів).

Принцип предметності реалізується через правильний підбір і угруповання музейних об'єктів, які стають центром композиції. Тут важливу роль відіграють художні та технічні рішення, що підкреслюють форму, фактуру, колір і масштаб предметів, допомагають створити об'ємну, емоційно насичену картину експозиції. У випадках, коли музейні предмети недостатньо самодостатні для передачі образності, використовуються додаткові засоби – науково-допоміжні матеріали, конструкції, спеціально створені художником об'єкти, декоративні елементи, світлові та звукові рішення, мультимедійні екрани. Це дозволяє трансформувати інформацію у зорово та емоційно привабливу форму, яка сприймається легко й природно.

Для його реалізації застосовуються:

1) Спеціальні підставки та кріплення – плексигласові стояки, індивідуальні підставки під унікальні предмети, опорні кріплення для книг або ваз;

2) Просторове угруповання об'єктів – виділення центральних предметів, створення першого і другого планів, розташування експонатів на рівні очей відвідувача;

3) Колір і матеріал фону – нейтральні або контрастні кольори, підкреслюючі форму і фактуру об'єкта;

4) Допоміжні художні елементи – декоративні подіуми, тканинні підкладки без агресивних барвників, майларові бар'єри для захисту предметів.

Комунікативність передбачає, що експозиція має бути зрозумілою для різних категорій відвідувачів – як для випадкових гостей, так і для фахівців. Художньо-технічні рішення забезпечують багатошаровість сприйняття:

1) Різномірні текстові панелі – титульні, вступні, тематичні, розширені та етикетки об'єктів, що подають інформацію різного ступеня деталізації;

2) Інтерактивні та цифрові елементи – аудіогіди, сенсорні дисплеї, відеопрезентації, що дозволяють самостійно обирати глибину занурення в тему;

3) Візуальні підказки та навігація – стрілки, кольорові маркери, контури форм предметів на етикетках для легкого зіставлення з експонатами;

4) Світло та звук – динамічне освітлення, локальні світлові акценти, звукові ефекти для залучення уваги та створення атмосфери.

Застосування різних методів проектування – системного, ансамблевого, тематичного, музейно-образного, образно-сюжетного – дозволяє створювати комплексні експозиції, де наукові дані поєднуються з емоційною виразністю.

Наприклад:

- **Систематичний метод:** експонати розташовуються у строгому типологічному порядку, що підкреслює еволюцію об'єктів і процесів;

- **Ансамблевий метод:** відтворення життєвого середовища або інтер'єру, де предмети перебувають у своєму природному або соціальному контексті;

- **Тематичний та музейно-образний методи:** формування образних комплексів, де предмети, кольори, світло та декоративні елементи створюють цілісний візуальний сюжет;

- **Образно-сюжетний метод:** синтез мистецьких засобів (архітектури, живопису, дизайну, театру) для створення драматичних, емоційно насичених історій, що активізують естетичне та інтелектуальне сприйняття відвідувача.

Таким чином, художньо-технічні рішення не просто оформлюють експозицію зовні, а стають ключовим елементом реалізації принципів проектування, забезпечуючи науковість, предметність та комунікативність. Вони формують простір, який одночасно інформує, захоплює, емоційно залучає та стимулює критичне осмислення представлених матеріалів. Експозиція, створена з урахуванням цих взаємопов'язаних аспектів, здатна стати не лише наочним джерелом знань, а й цілісним мистецьким та освітнім середовищем, у якому відвідувач відчуває повноцінний досвід взаємодії з музейними предметами.

Висновки до Розділу II

Другий розділ присвячено аналізу методів, принципів та технологій організації музейних експозицій, а також впливу художньо-технічних рішень на сприйняття відвідувачів.

Дослідження принципів, методів та технологій побудови музейних експозицій показало, що сучасне музейне середовище є надзвичайно комплексним явищем, де науковий підхід, художня організація та технологічні рішення взаємопов'язані і формують цілісний сприйняттєвий досвід відвідувача.

Принципи проектування – науковість, предметність та комунікативність – не лише задають орієнтири для відбору й інтерпретації експонатів, а й визначають рамки взаємодії між музеєм та аудиторією. Науковість проявляється в достовірності представлених матеріалів і забезпечує критичне мислення відвідувачів, предметність гарантує справжню музейну цінність експозиції, а комунікативність формує багат шаровий доступ до інформації для різних груп відвідувачів, поєднуючи освітню, естетичну та емоційну функції музею.

Аналіз методів побудови експозиції – від систематичного та історико-хронологічного до ансамблевого, тематичного, музейно-образного та образно-сюжетного – дозволяє стверджувати, що сучасні музеї активно інтегрують традиційні та інноваційні підходи. Така комбінація забезпечує не лише структуроване сприйняття історичного або природничого матеріалу, а й формування цілісного образу, що здатний викликати емоційний відгук, зацікавити та затримати увагу відвідувача. Водночас простежується тенденція до посилення ролі художніх рішень та технологій у створенні експозиційного середовища, що виходить за рамки простого демонстрування предметів і перетворює експозицію на інтерактивний, емоційно насичений досвід.

Особливу увагу приділено просторовому та технічному аспекту експозицій: системи підставок, освітлення, цифрові та інтерактивні елементи, а також рішення щодо економії простору демонструють, що ефективно експозиційне середовище має одночасно вирішувати питання функціональності, безпеки та естетики. Художньо-технічні прийоми не лише полегшують сприйняття матеріалу, а й створюють візуальні акценти, що дозволяють структурувати інформацію, підкреслювати важливі експонати та забезпечувати органічну взаємодію з простором музею.

Розглянуті аспекти також відкривають нові перспективи розвитку музейних експозицій, зокрема у напрямку використання цифрових технологій, інтерактивних інсталяцій та комбінованих методів подачі матеріалу, що поєднують навчальний, естетичний та емоційний ефекти. Водночас дослідження свідчить, що успішність експозиції визначається не лише наявністю матеріалів чи технологій, а й умінням інтегрувати їх у логічну, образно завершену та науково обґрунтовану систему.

Отже, розділ 2 демонструє, що проектування сучасної музейної експозиції – це складний міждисциплінарний процес, у якому принципи науковості, предметності та комунікативності тісно пов'язані з методами та художньо-технічними рішеннями. Лише їхнє комплексне застосування дозволяє створювати експозиції, здатні одночасно інформувати, захоплювати та стимулювати мислення відвідувача, формуючи високоякісний культурний та освітній досвід.

РОЗДІЛ 3 ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ Й СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ЕКСПОЗИЦІЙНОЇ ПРАКТИКИ

3.1. Використання інформаційних технологій у формуванні експозицій

Реалізація всіх перелічених інтерактивних і гібридних рішень стала можливою саме завдяки глибокій інформатизації внутрішніх музейних процесів. Сучасні експозиції формуються не лише на рівні дизайнерських концепцій, а й на основі потужних цифрових інфраструктур, які забезпечують облік, зберігання та швидкий доступ до інформації про кожен експонат.

Одним із провідних інструментів стали цифрові довідково-інформаційні системи. Інтерактивні термінали, сенсорні кіоски та мобільні додатки дозволяють відвідувачам отримувати розширений контент про експонати: високоякісні зображення, 3D-моделі, архівні відео, аудіокоментарі різними мовами, а також інформацію про об'єкти, що зберігаються у фондах і недоступні для фізичного показу. Такі рішення дають можливість самостійно формувати індивідуальний маршрут огляду та значно поглиблювати занурення в тему експозиції.

За класифікацією, запропонованою Гейлом Д. Лордом і Беррі Лордом у книзі «The Manual of Museum Management» [76], використання цифрових технологій у музейній практиці можна поділити на два основні напрями:

- **Інформатизація сервісних функцій музею** – впровадження автоматизованих інформаційних систем (АІС), які автоматизують внутрішні процеси: облік і каталогізацію колекцій, управління зберіганням, реставрацією, страхуванням, внутрішніми переміщеннями предметів. Це суттєво зменшує обсяг паперової документації, підвищує точність і швидкість пошуку, мінімізує ризик людських помилок.

- **Інформатизація ресурсних функцій музею** – створення та поширення цифрового контенту у відкритому інформаційному просторі (електронні каталоги, віртуальні тури, онлайн-колекції). Такий підхід забезпечує глобальну

доступність музейних матеріалів, сприяє залученню нової аудиторії та підтримує сучасну комунікаційну стратегію установи.

Для автоматизації роботи з колекціями в світі використовуються спеціалізовані музейні інформаційні системи (CMS, Collections Management Systems), які є модульними та легко адаптуються до потреб конкретного музею. Серед найпоширеніших:

- TMS (The Museum System) – застосовується у Британському музеї, Метрополітен-музеї, Національній галереї мистецтв у Вашингтоні;
- Argus (Lucidea) – популярна в Канаді, Австралії та Європі;
- MuseumPlus та Zeppelin (Zetcom) – стандарт у Німеччині, Швейцарії, Австрії;
- EmbARK, PastPerfect, Vernon CMS – поширені у невеликих та середніх музеях США та Великої Британії.

В Україні поступово впроваджуються як міжнародні системи (MuseumPlus у Національному художньому музеї України), так і локальні розробки, наприклад: система компанії «Гефест Проекція», яка спеціалізується на створенні мультимедійних та інтерактивних експозицій для музеїв.

Усі ці системи об'єднують інформацію в єдиній базі даних, яка постійно оновлюється, та забезпечують швидкий пошук за будь-якими критеріями (автор, техніка, період, місце знаходження, стан збереженості тощо). 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):

- облік і каталогізація;

- управління зберіганням і клімат-контролем;
- реставрація та консервація;
- експозиційно-виставкова діяльність;
- науково-дослідна робота;
- цифрова публікація та онлайн-доступ.

Завдяки цьому музейні працівники отримують інструмент, який одночасно оптимізує внутрішні процеси й створює основу для сучасних інтерактивних експозицій, де цифровий контент органічно доповнює фізичні експонати.

Отже, інформаційні технології вже не є лише допоміжним елементом, а стали невід'ємною складовою процесу формування експозиції, дозволяючи музеям ефективно долати обмеження фізичного простору, значно розширювати обсяг трансльованої інформації та забезпечувати персоналізований досвід для кожного відвідувача.

3.2. Психологічні та соціокультурні аспекти взаємодії музею з аудиторією

Музейна аудиторія — це сукупність людей, які реально чи потенційно залучені до культурно-освітньої діяльності конкретного музею. До неї належать не лише ті, хто фізично переступає поріг установи, а й ширше коло осіб, які взагалі відвідують музеї або можуть стати відвідувачами за відповідних умов.

Соціально-демографічна структура музейної аудиторії описується низкою ключових параметрів: вік, стать, рівень освіти, професія, місце проживання (місто/село, регіон). Дослідження останніх десятиліть показують, що найсильніше корелює зі ставленням до музею саме рівень освіти: особи з вищою освітою частіше сприймають музей як важливий елемент дозвілля й саморозвитку та демонструють вищу лояльність.

За частотою та регулярністю відвідувань аудиторію прийнято поділяти на:

- постійну (лояльну) — люди, які систематично повертаються до музею;
- епізодичну — відвідують раз на кілька років або «при нагоді»;
- потенційну — ще ніколи не були в музеї, але можуть бути залучені.

Наявність стабільного ядра постійних відвідувачів є одним із найважливіших індикаторів успішності музею, оскільки саме ця група формує його репутацію, забезпечує стабільний потік і часто стає амбасадором установи в соціальному середовищі.

З погляду інтересів і потреб аудиторію можна сегментувати за перевагою певних форм діяльності: відвідувачі постійних експозицій, тимчасових виставок, освітніх програм і лекторіїв, сімейні відвідувачі «вихідного дня», учасники концертів чи тематичних вечорів. Кожна з цих груп потребує диференційованого підходу в плануванні експозиційно-виставкової та культурно-освітньої роботи.

Особливе значення має рівень музейної культури відвідувача, тобто сукупність знань, навичок і установок, які дозволяють повноцінно сприймати музейне середовище та «читати» його специфічну невербальну мову. До основних критеріїв музейної культури належать:

- регулярність і вибірковість відвідувань (цілеспрямований вибір музеїв і виставок);
- уміння самостійно орієнтуватися в експозиційному просторі;
- наявність попередньої підготовки (читання каталогів, перегляд матеріалів у медіа, використання мобільних додатків музею);
- здатність до рефлексії та емоційного відгуку на побачене.

Високий рівень музейної культури сприяє глибшому емоційному й інтелектуальному залученню, тоді як її відсутність часто призводить до поверхневого сприйняття або навіть відчуження від музейного простору. Саме тому сучасні музеї приділяють значну увагу формуванню та підвищенню музейної культури аудиторії через інклюзивні освітні програми, інтерактивні формати, дитячі та сімейні проекти, а також через цифрові інструменти, що знижують поріг входження для новачків.

Розуміння психологічних і соціокультурних характеристик аудиторії дає змогу музею не лише ефективніше планувати свою діяльність, а й свідомо формувати нове покоління відвідувачів, для яких музей стане природною й невід'ємною частиною культурного досвіду.

Важливим параметром аналізу музейної аудиторії є обставини відвідування: індивідуальний чи груповий (екскурсійний) характер візиту. Індивідуальні відвідувачі зазвичай демонструють вищу мотивацію та глибше занурення, тоді як учасники організованих груп часто залежать від темпу й акцентів екскурсовода. Ця різниця безпосередньо впливає на сприйняття експозиції та потребує різних комунікаційних стратегій.

Для отримання об'єктивної картини інтересів, потреб і реакцій аудиторії музеї використовують систематичні соціологічні дослідження. Залежно від мети вони можуть бути спрямовані на:

- моніторинг динаміки відвідуваності та виявлення факторів, що впливають на приплив чи відтік певних груп;
- оцінку інтересу до тематики експозицій і окремих експонатів;
- аналіз ефективності експозиційних рішень, освітніх програм і форм культурно-освітньої роботи;
- вивчення особливостей сприйняття (емоційного, когнітивного, поведінкового).

Результати таких досліджень стають основою для коригування експозиційної політики, планування виставок, розробки освітніх програм і загальної стратегії розвитку музею.

Серед найпоширеніших методів збору даних:

1. Анкетне опитування – універсальний інструмент, що дозволяє охопити велику вибірку за короткий час. Анкети можуть бути загальними або таргетованими (для індивідуальних відвідувачів, туристів, шкільних груп, сімей тощо).

2. Глибинне інтерв'ю – дає змогу детально розкрити мотиви, враження й пропозиції відвідувачів.

3. Спостереження (включене чи невключене) – фіксує реальну поведінку: маршрути переміщення, тривалість зупинок біля експонатів, емоційні реакції.

4. Комбіновані методи (наприклад, анкета + коротке інтерв'ю після екскурсії або спостереження + фокус-група).

Дослідження, проведені безпосередньо в музейному просторі, відображають потреби й реакції реальної аудиторії. Натомість опитування жителів міста чи регіону (на вулиці, в школах, онлайн) допомагають оцінити потенційну аудиторію – тих, хто ще не відвідує музей, але міг би стати відвідувачем за зміни умов або комунікації.

Окремим цінним джерелом є експертні оцінки. До експертів належать музейні працівники, викладачі мистецтвознавства, працівники сфери культури та освіти. Їхнє професійне бачення дозволяє виявити слабкі місця експозиції, оцінити її відповідність сучасним культурним трендам і запропонувати стратегічні рекомендації.

На основі узагальнення результатів соціологічних досліджень музеї розробляють конкретні практичні заходи, спрямовані на вдосконалення роботи з різними групами відвідувачів: коригування маршрутів, зміну обсягу текстової інформації, впровадження інтерактивних елементів, адаптацію освітніх програм тощо.

Історично системне вивчення музейної аудиторії у світі почалося ще на початку ХХ століття. У Європі та США перші масштабні дослідження з'явилися вже в 1910–1920-х роках. У другій половині ХХ століття ця практика стала стандартною: з 1960–1970-х років більшість великих музеїв Західної Європи, США та Канади регулярно проводили соціологічні дослідження відвідувачів.

Особливо цінними виявилися комплексні проєкти 1970–1980-х років, які вивчали реальну поведінку відвідувачів у експозиційному просторі. Ключові висновки цих досліджень залишаються актуальними й досі:

- переважна більшість відвідувачів (зазвичай 80–90%) оглядає експозицію повністю, але дуже швидко: в середньому 2–5 хвилин на зал площею 100 м²;
- що більше експонатів і тексту в залі, то сильніше розсіюється увага й поверхневішим стає сприйняття;
- відвідувачі рідко дотримуються запланованого маршруту, ігнорують послідовність тематичних блоків і майже не читають розгорнуті текстові пояснення;

- існує суттєва невідповідність між задумом авторів експозиції (які мислять комплексами й логічними послідовностями) та реальною поведінкою глядача, який обирає фрагментарний, інтуїтивний і часто емоційно зумовлений спосіб огляду.

Саме ці спостереження стали поштовхом до кардинальної зміни принципів експозиційного дизайну в 1980–1990-х роках: зменшення кількості експонатів у залі, скорочення й ієрархізація текстів, введення орієнтирів і візуальних акцентів, поява інтерактивних і мультимедійних елементів.

В Україні та країнах Східної Європи системні дослідження аудиторії активізувалися з початку 1990-х років і особливо інтенсивно розвиваються з 2010-х на основі сучасних західних методик. Сьогодні українські музеї (НАМУ, Мистецький арсенал, Музей Ханенків, PinchukArtCentre, регіональні краєзнавчі музеї) регулярно проводять анкетування, трекінг переміщень, теплові карти уваги та фокус-групи, що дає змогу оперативно реагувати на потреби відвідувачів і будувати експозиції, які справді «працюють» на сучасну аудиторію.

Таким чином, проведене дослідження засвідчило важливість формування у відвідувачів сталої культури музейного огляду та переходу від сприйняття музею як абстрактної установи до розуміння цінності конкретних експозицій і окремих експонатів. Спрямованість рекламної роботи музеїв на висвітлення не стільки інституції в цілому, скільки окремих тематичних залів або визначних експонатів, могла б суттєво підвищити рівень інтересу та посилити комунікаційний ефект. Аналіз також показав потребу у «розрідженні» експозицій і створенні кількох планів сприйняття, де провідні атрактивні предмети мають бути виокремленими та легко читатися серед загальної композиції. Власні спостереження підтверджують, що образна, концептуально вивірена структура експозиції значно підсилює її емоційний вплив.

Вивчення екскурсійної діяльності музеїв також виявило важливі закономірності. Зокрема, менший інтерес аудиторії до розділів про сучасність часто зумовлений перенасиченням цих залів матеріалами та прагненням екскурсоводів охопити надто великий інформаційний масив у межах одного

відвідування. Унаслідок цього сприйняття стає поверховим і фрагментарним. Окремі приклади, коли з понад сотні показаних об'єктів відвідувачі реально запам'ятали лише кілька, демонструють необхідність більш продуманої селекції експонатів і зміни темпоритму подачі матеріалу.

Аналіз доводить, що відвідувачі надають перевагу не загальним енциклопедичним відомостям, а змістовній інформації, пов'язаній з конкретним музейним предметом. Це дає підстави стверджувати, що музеям варто суворіше підходити до відбору об'єктів експонування, зосереджуючись на глибокому розкритті найбільш значущих предметів та створенні умов для їх уважного огляду. Скорочення надмірних словесних коментарів під час екскурсії також дозволяє аудиторії сприймати матеріал більш усвідомлено.

У наступні десятиліття соціологічні дослідження музейної аудиторії стали систематично проводитися у великих музеях, що мають спеціалізовані підрозділи. Ці дослідження набули соціально-психологічної спрямованості, були більш конкретними та цілеспрямованими. Проте навіть сьогодні їх кількість залишається недостатньою, що не відповідає сучасним вимогам музейної діяльності. Мій аналіз підтверджує: орієнтація на потреби музейної публіки є ключовим чинником успішності, а тому регулярне вивчення аудиторії має бути інтегровано у всі напрями роботи музею.

У зарубіжних країнах вивченню «зворотного зв'язку» надають значно більше уваги. США, Канада, Велика Британія, Франція, Німеччина мають професійні лабораторії, асоціації та комітети, які займаються аналізом поведінки та запитів музейних відвідувачів. У багатьох музеях створені спеціальні підрозділи маркетингу та зв'язків із громадськістю, що відстежують тенденції та формують комунікаційні стратегії. Для української музейної сфери адаптація цих практик є перспективним напрямом розвитку, оскільки сприяє гнучкості музейних інституцій і підвищує їх конкурентоспроможність.

Наприкінці ХХ століття культурно-освітня діяльність музеїв зазнала концептуальної трансформації. Нові підходи передбачають відхід від монологічного інформування та перехід до діалогічної моделі спілкування, у якій

відвідувач виступає повноправним партнером. Сучасний музей прагне не лише передавати інформацію, а й впливати на емоції, залучати увагу, створювати індивідуальний досвід взаємодії з культурним середовищем. Власні висновки підтверджують, що така модель сприяє глибшому зануренню та підсилює освітній і комунікаційний потенціал експозиції.

Музейна практика сьогодні включає широкий спектр форм роботи з аудиторією: екскурсії, лекції, консультації, наукові читання, творчі клуби, конкурси, зустрічі з митцями, театралізовані події, концерти, історичні ігри тощо. Поєднання традиційних і сучасних форматів створює гнучку систему комунікації, здатну задовольнити потреби різних груп відвідувачів та поглибити їхній інтерактивний досвід.

Лекція належить до найбільш давніх і традиційних форм культурно-освітньої діяльності музеїв. Її тематика, як правило, відповідає профілю установи або спирається на музейні матеріали. На відміну від екскурсії, де домінує візуальне сприйняття, лекція орієнтована насамперед на раціональне засвоєння інформації, а візуальні матеріали виконують допоміжну функцію. Її мета полягає у тому, щоб донести до слухачів теоретичний матеріал, підкріплюючи його демонстрацією оригінальних експонатів, копій, фотографій, слайдів чи інших ілюстративних джерел. Навіть коли музейні предмети не демонструються безпосередньо, вони залишаються концептуально присутніми в структурі лекції через опис, інтерпретацію та контекстуалізацію.

У практиці сучасних музеїв поширені тематичні цикли лекцій, лекторії вихідного дня, а також виїзні лекції для різних категорій населення. Попри поширену думку про нібито архаїчність музейної лекції в умовах цифровізації та доступності інформації, досвід провідних музеїв світу переконує у зворотному. Мій аналіз показує, що за належного змістового наповнення лекція зберігає високу освітню та комунікаційну ефективність, оскільки забезпечує глибину подачі матеріалу, якої неможливо досягти за допомогою коротких мультимедійних форматів.

Для дорослої аудиторії особливу популярність мають лекторії вихідного дня, що об'єднують людей різних професій і рівнів підготовки. Як свідчать результати анкетування, основним мотивом участі є «духовний голод» - прагнення поглибити власну гуманітарну освіту, отримати інтелектуальний досвід та зануритися в культурний контекст. Новизна концепції та оригінальність матеріалів виступає ключовим принципом формування лекційних програм. Об'єднання у межах одного циклу виступів істориків, мистецтвознавців, культурологів і архітекторів створює можливості для міждисциплінарного діалогу, що, на мою думку, суттєво підсилює зацікавленість аудиторії та підвищує якість сприйняття матеріалу.

До традиційних, хоча й менш поширених форм культурно-освітньої діяльності належать консультації, які проводяться в експозиційних залах або в наукових відділах музею. На відміну від західної практики, у пострадянських музеях консультант у залі залишається рідкісним явищем, хоча потреба в такій формі роботи постійно зростає, що пов'язано з дедалі більшою кількістю індивідуальних відвідувачів. На мою думку, розвиток консультаційної роботи може стати одним із дієвих інструментів персоналізації музейного досвіду.

Упродовж останніх років важливу роль почали відігравати комп'ютерні довідково-інформаційні системи. Вони дозволяють відвідувачам оперативно отримувати відповіді на запитання щодо структури експозиції, окремих експонатів, а також доповнюють огляд можливістю віртуальних екскурсій і ознайомлення з фондovими колекціями. На мою думку, такі технології значно підсилюють інтерактивність експозицій та компенсують брак персональної комунікації у музеях із великим відвідуваним потоком.

Виявленню та розвитку творчих здібностей сприяють гуртки, студії та клуби, які також належать до культурно-освітніх форм. Гурток об'єднує невелику групу людей за інтересами і працює під керівництвом музейного співробітника, тоді як студія орієнтована на естетичний розвиток, насамперед дітей та підлітків. Клуби відрізняються вищим рівнем самоорганізації й функціонують на основі статутів і програм, часто у співпраці з науковими працівниками музею. На мою

думку, діяльність клубів є важливою, оскільки створює простір для неформального спілкування та надання відвідувачеві можливості включитися у творчу чи наукову діяльність.

Конкурси, вікторини та олімпіади мають на меті стимулювати інтерес до музейних колекцій і сприяти осмисленню експозиційного матеріалу. Їхня цінність полягає не лише у змаганні, але й у можливості для учасників проявляти аналітичне мислення і вміння відстоювати власну позицію.

Для задоволення рекреаційних потреб відвідувачів музеї організують зустрічі з цікавими людьми, концерти, літературні вечори, театралізовані програми та кінопокази. Особливе місце займають музейні свята - комплексні заходи з елементами театралізації, участю творчих колективів і обов'язковою присутністю музейних предметів. Власні спостереження свідчать, що саме такі події створюють унікальний формат взаємодії з культурною спадщиною, поєднуючи пізнавальну і розважальну складові.

Однією з найбільш ефективних форм, що ґрунтується на активній поведінці аудиторії, є рольова гра. У зарубіжних музеях вона поширена ще з 1970-х років, однак у вітчизняній практиці зустрічається рідко через складність організації. Рольові ігри вимагають не лише відповідного простору, але й фахівців з акторськими здібностями та знанням історичного контексту. На мою думку, розвиток цього формату у майбутньому може значно підсилити інтерактивність музейного середовища й забезпечити якісно новий рівень занурення у матеріал.

Культурно-освітня діяльність може здійснюватися як у стінах музею, так і за його межами. Позамуравні форми роботи - лекції, пересувні виставки, виїзні зустрічі - передбачають використання музейних матеріалів, зазвичай у вигляді копій або дублікатів музейних предметів. Такий підхід дозволяє залучати нові аудиторії, не порушуючи принципу збереження оригіналів. На мою думку, саме позамузейні формати відкривають музеям можливість працювати активніше з локальними громадами, що сьогодні має особливо важливе соціокультурне значення.

Поряд із простими формами культурно-освітньої діяльності у музейній практиці набули поширення й комплексні формати, які поєднують кілька методів у межах єдиної теми: лекцію та концерт, екскурсію та літературний вечір, демонстрацію фільму у поєднанні з обговоренням тощо. Подібні форми, як показує мій аналіз, створюють багаторівневе сприйняття музейної інформації та дозволяють залучати аудиторії з різним культурним досвідом.

Окремо позначилася тенденція до розвитку циклових форм, розрахованих на постійну аудиторію. Це не лише серії екскурсій чи лекцій, а й тематичні проекти, що поєднують різні жанри - зустрічі, концерти, перегляди фільмів, наукові дискусії. Я вважаю, що цикловість забезпечує глибше занурення у тему, формуючи у відвідувачів сталі інтереси та довготривалу взаємодію з музеєм.

Для того щоб культурно-освітня діяльність була справді ефективною, музею необхідно постійно вивчати та враховувати інтереси своєї аудиторії, забезпечувати «зворотний зв'язок» і коригувати як створення експозиції, так і способи її сприйняття. З мого погляду, без системної аналітичної роботи зі своїм відвідувачем музей втрачає актуальність і не може виконувати комунікаційну функцію повною мірою.

Сучасна музейна експозиція вже не обмежується демонстрацією автентичних предметів. Її головним завданням є ефективна комунікація з відвідувачем, який живе в епоху візуального перевантаження, швидкого сприйняття й високих очікувань щодо емоційного досвіду. Тому експозиція сьогодні розглядається як складна семіотична система - набір знаків і кодів, що несуть історико-культурну інформацію. Щоб цей «музейний текст» був зрозумілим і емоційно дієвим, він має відповідати сучасним механізмам обробки інформації: швидкому візуальному сприйняттю, потреби в ритмі, контрасті, новизні та яскравості.

Саме тому в центрі сучасної експозиційної практики перебувають технічно опосередковані й видовищні форми: фотографія, кіно, аудіовізуальні інсталяції, цифрові проєкції, інтерактивні екрани та VR/AR-рішення. На відміну від традиційного живопису чи скульптури, вони не вимагають спеціальної

підготовки, легко масштабуються й орієнтовані на масову аудиторію, що відкриває музею шлях до суттєвого розширення кола відвідувачів.

До основних груп сучасних засобів виразності належать:

1. Аудіовізуальні засоби (АВЗ) — фонозаписи, відеоматеріали, мультимедіа, проєкції, 360°-відео. Вони «оживлюють» статичну експозицію, знижують втому відвідувача, відновлюють історичний контекст і динаміку процесів, які неможливо передати самим предметом (полювання, битва, побут).

2. Світло- та кольорова драматургія

Точкове акцентне освітлення виділяє маленький або малопримітний експонат. Затемнення анфілади й спрямоване світло змушують відвідувача рухатись повільніше й уважніше розглядати предмети. Контрастні кольорові рами чи фони візуально зрівноважують менш ефектні твори з шедеврами та гармонізують простір. Динамічне світло створює ефект «дихання» експозиції й підсилює драматургію наративу.

3. Театралізація та перформативні практики

З 1970-х років у світовій практиці чітко простежується процес «театралізації музею». Експозиція перетворюється на сценічний простір, де автентичні предмети стають частиною живого дійства. Театралізація розвивається трьома основними напрямками:

- драматургічна організація самої експозиції (сценографічний підхід до композиції залів);
- театралізовані форми освітньої роботи (екскурсії в костюмах, хепенінги, квести, історичні реконструкції);
- повномасштабні перформанси та театральні вистави на території музею (Rijksmuseum, Музей Гетті, Мистецький арсенал).

Театралізація дозволяє не просто інформувати, а створювати сильний емоційний досвід, «оживляти» минуле й робити автентичний предмет центром живого переживання.

4. Комплексні та циклові формати культурно-освітньої діяльності

Поєднання екскурсії з концертом, лекції з кінопоказом, абонементні цикли для постійної аудиторії сприяють формуванню стійкої звички регулярного відвідування.

5. Позамузейні форми

Пересувні виставки, вуличні інсталяції, онлайн-трансляції та лекції в школах працюють переважно з копіями й цифровими репліками.

Ефективність кожного з перелічених засобів визначається не лише естетичним ефектом, а й відповідністю психолого-педагогічному портрету аудиторії. На етапі проектування необхідно враховувати вік, рівень підготовки, культурні установки та особливості сприйняття цільової групи. Після відкриття обов'язковим є моніторинг (анкетування, теплові карти, фокус-групи), який дає змогу оперативно коригувати світло, звук, тексти й маршрути.

Отже, сучасні засоби виразності - світло, колір, аудіовізуальні технології, театралізація й перформативні практики - є стратегічним інструментом музейної комунікації. Вони дозволяють музею XXI століття говорити мовою емоцій, руху й живого переживання, залишаючись при цьому вірним своїй основній місії - збереженню та осмисленню автентичної культурної спадщини.

На мою думку, формування сучасної музейної практики є неможливим без глибокої інтеграції знань про аудиторію в усі етапи створення експозиції - від концептуального проектування до практичної реалізації. Проведений аналіз показує, що саме розуміння потреб, очікувань і моделей поведінки відвідувачів дозволяє формувати експозиційні рішення, здатні забезпечити змістовну комунікацію та підвищити ефективність культурно-освітньої діяльності музею. Отримані висновки створюють підґрунтя для впровадження новітніх методів експозиційного дизайну та розвитку музейного середовища, орієнтованого на діалог, інтерактивність і персоналізоване сприйняття. Саме ці аспекти та їхні засоби реалізації стануть предметом подальшого аналізу у підрозділі 3.3.

3.3. Перспективи розвитку експозиційного дизайну

Сучасний експозиційний дизайн уже давно перестав бути лише «вітриною» для музейних предметів. Він трансформується у цілісне мультисенсорне середовище, що синтезує архітектуру, світло, звук, цифрові технології та інтерактивність. У найближчі 5–10 років його розвиток визначатимуть шість ключових напрямів:

1. Глибока інтеграція цифрових технологій та штучного інтелекту:

VR/AR, голографічні реконструкції, інтерактивні столи та персоналізовані аудіогіди стануть нормою навіть у середніх і малих музеях. Перспективним є використання ШІ для створення адаптивних віртуальних турів: система аналізує поведінку відвідувача (час зупинок, погляд, попередні інтереси) і в реальному часі пропонує індивідуальний маршрут та додатковий контент. Приклад - проєкт «Leonardo» у Луврі (2021–2025) та пілотні проєкти Smithsonian Institution з AI-гайдами.

2. Емоційно-образний (іммерсивний) підхід:

Наукова точність доповнюється (а іноді й поступається) емоційному переживанню. Експозиція будується як «атмосферний театр»: через світло, звук, запахи, тактильні матеріали та просторову драматургію створюється цілісний образ епохи чи явища. Найяскравіші приклади - Museum of the Future (Дубай, 2022), Yad Vashem (Єрусалим) та майбутні зали Національного музею історії України у Другій світовій війні після реконструкції 2024–2026 рр.

3. Модульність і гнучкість конструкцій:

Експозиції майбутнього проєктуються «на виріст» і «на зміну»: мобільні перегородки, магнітні чи цифрові стіни, змінні світлові сценарії дозволяють оновлювати виставку за кілька днів замість місяців. Такий підхід уже активно використовується в Tate Modern, Centre Pompidou та в українських проєктах Мистецького арсеналу й PinchukArtCentre.

4. Відвідувач — співтворець досвіду:

Пасивне споглядання остаточно відходить у минуле. Майбутня експозиція передбачає активну участь:

- інтерактивні інсталяції, де відвідувач впливає на зміст (наприклад, Cooper Hewitt Smithsonian Design Museum);

- квести, рольові ігри, спільне створення цифрового контенту;

- генеративні інсталяції, що реагують на рухи, голос чи емоції глядача (проекти teamLab).

Мета - не лише дати знання, а й сформувати особистий емоційний зв'язок із темою.

5. Міждисциплінарність та інклюзивність:

Експозиційний дизайн стає синтезом архітектури, психології, педагогіки, UX/UI-дизайну, геймдизайну та доступності. Універсальний дизайн (Universal Design) стає обов'язковим:

- тактильні копії для незрячих;

- аудіодескрипція та субтитри;

- регульована висота експонатів;

- зони сенсорного відпочинку для відвідувачів з аутизмом.

Лідери - V&A Museum (Лондон), National Museum of Australia та проекти ICOM з Universal Accessibility 2023–2027.

6. Сталий та екологічно відповідальний дизайн:

Використання перероблених і біорозкладних матеріалів, енергоефективне LED-освітлення, сонячні панелі, системи повторного використання води в клімат-контролі - усе це стає не лише технічним, а й змістовим елементом експозиції. Музеї дедалі частіше розповідають відвідувачам про власну екологічну політику (приклади: California Academy of Sciences, MAS Antwerp, проєкт нового музею в Осло - Munchmuseet).

Отже, експозиційний дизайн найближчого десятиліття перетвориться на гнучке, інклюзивне, емоційно насичене й технологічно просунуте середовище, яке не просто демонструє спадщину, а робить її живою частиною досвіду сучасної людини. Музей майбутнього - це простір, де відвідувач не «дивиться», а проживає, співворює і виходить зміненим.

Висновки до Розділу III

У сучасних умовах музейна експозиція дедалі більше набуває рис мультисенсорного середовища, де цифрові технології, інтерактивні елементи та інноваційні дизайнерські рішення стають ключовими інструментами взаємодії з аудиторією. Пропонуючи відвідувачам активний, емоційно насичений досвід, музеї поступово відходять від суто традиційних форм демонстрації предметів, однак саме це посилює проблему недостатнього розуміння реальних потреб і поведінкових моделей відвідувачів. У своїх спостереженнях я переконався, що попри популярність цифрових експонатів, музеї часто покладаються на методи збору зворотного зв'язку, які не до кінця відображають комплексність сприйняття – поєднання аудіальних, тактильних, візуальних та інтерактивних вражень.

Традиційні інтерв'ю й анкетування виявляються недостатніми у випадках, коли йдеться про оцінку багатовимірного користувацького досвіду, характерного для цифрових та імерсивних практик. Це підтверджує необхідність ширшого залучення принципів user experience та user-centered design у музейну діяльність. На мою думку, саме орієнтація на користувача має стати базовою основою формування сучасного експозиційного середовища, оскільки вона дозволяє враховувати емоційний, фізичний і когнітивний виміри взаємодії з експозицією, мінімізуючи потенційні проблеми й розчарування.

Інноваційний розвиток, спрямований на музейну сферу, сьогодні виходить за межі простої «зручності використання» - він тяжіє до створення глибокого, варіативного досвіду та підвищення інформативності демонстрацій. Інтерактивні, керовані дизайном інструменти, а також нетипові підходи до збору відгуків аудиторії формують підґрунтя для якісно нових методів оцінки виставок. У цьому контексті важливими є практичні висновки, які я роблю на основі аналізу: сучасна експозиція не може бути ефективною без урахування індивідуалізованих маршрутів сприйняття, рівня підготовки глядача та його потреби в емоційному зануренні.

Швидкий розвиток VR, AR, MR, Web3D, тактильних систем і портативних мультимедійних пристроїв створює для музеїв нові можливості. Використання

таких технологій забезпечує інтуїтивну взаємодію з контентом, підсилює емоційний компонент і дозволяє музею аналізувати поведінку відвідувачів у нових, раніше недоступних формах. У результаті віртуальні музеї отримують важливу роль як інструмент збереження, документування, популяризації та поглибленого представлення культурної спадщини. Вони здатні не лише доповнювати фізичні експозиції, а й активно розширювати межі музею за рахунок доступності та мультимедійності.

При цьому важливо пам'ятати, що віртуальні музеї не замінюють реальні, а утворюють із ними взаємодоповнювальну систему. Вони функціонують як «цифрові відображення» фізичних залів та артефактів, розширюючи можливості їхнього представлення та створюючи нові формати комунікації з різними цільовими групами - від туристів і студентів до науковців і фахівців. На основі аналізу я вважаю, що успіх цього напрямку безпосередньо залежить від співпраці професіоналів музейної справи та спеціалістів у сфері ІТ-технологій, адже лише синтез фахових знань забезпечує якісне цифрове відтворення реальних культурних цінностей.

Отже, сучасні тенденції розвитку підтверджують: інтеграція цифрових інструментів, мультисенсорних рішень і дизайну, орієнтованого на користувача, є ключем до оновлення музейної практики. Такий підхід дозволяє поєднати традиційну місію музею зі зростаючими очікуваннями аудиторії, формуючи відкритий, комунікативний та адаптивний виставковий простір. У цьому контексті отримані мною висновки демонструють значущість дослідження поведінки відвідувачів і створюють підґрунтя для подальшого удосконалення експозиційних стратегій, що відповідатимуть викликам цифрової доби.

ВИСНОВКИ

У магістерській кваліфікаційній роботі здійснено комплексне, багатопланове дослідження процесів формування та сучасної трансформації музейно-галерейних експозицій, що дозволило всебічно розкрити закономірності розвитку експозиційної діяльності в контексті змін соціокультурного середовища та впливу новітніх технологій на музейну комунікацію. Узагальнення наукових джерел, аналіз практичних кейсів та систематизація теоретико-методологічних засад створення експозиційного простору підтвердили, що музейна експозиція сьогодні є складною інтегрованою системою, у якій поєднуються наукова інтерпретація, дизайнерське мислення, педагогічні підходи та технологічні інновації.

Дослідження дозволило простежити еволюцію експозицій від ранніх форм упорядкування зібрань до конструктивно та концептуально продуманих експозицій кінця XX – початку XXI століття. Визначено, що змінюється не лише композиційна структура експозицій, а й сама парадигма музейної діяльності: від демонстрації предмета до створення комунікативного середовища, у якому провідну роль відіграє взаємодія відвідувача з матеріалом. Сучасний музей дедалі більше набуває ознак відкритої інформаційно-комунікативної платформи, де експозиція виконує роль особливого типу «музейного тексту» з власною структурою, логікою та системою знаків.

У результаті опрацювання наукових і практичних матеріалів встановлено, що розвиток мультимедійних та інтерактивних технологій істотно вплинув на методи експонування. VR- та AR-рішення, мультимедійні інтерфейси, сенсорні панелі, Web3D-орієнтовані моделі, цифрові каталоги та віртуальні тури формують новий рівень доступності музейного контенту, забезпечують гнучкість експозиційних сценаріїв та відкривають можливості для персоналізованого сприйняття. Особливу цінність має те, що такі технології дозволяють музеям компенсувати просторові обмеження, оптимізувати використання експозиційних площ, підвищувати інклюзивність середовища та розширювати коло потенційної аудиторії.

Одним із ключових висновків дослідження стало усвідомлення зміни статусу відвідувача: сучасна аудиторія прагне не лише переглядати експонати, а й брати участь у процесі пізнання, взаємодіяти з простором, отримувати емоційний, тактильний, аудіовізуальний досвід. Це формує нові принципи експозиційного дизайну, орієнтованого на користувача, що враховує психологічні особливості сприйняття, індивідуальні потреби та різноманітні сценарії відвідування. Доведено, що застосування дизайнерських рішень, спрямованих на створення мультисенсорного середовища, підвищує якість спілкування між музеєм і відвідувачем, зменшує стомлюваність, збільшує рівень занурення та забезпечує глибше засвоєння інформації.

Важливим висновком є також потреба у більш систематичному вивченні музейної аудиторії. Аналіз численних соціологічних досліджень показав, що саме знання про інтереси, очікування та моделі поведінки відвідувачів формує основу для розроблення ефективних експозиційних рішень. Це відповідає глобальним тенденціям, у межах яких музей постає як інституція, що перебудовує комунікативні практики та орієнтується на діалог, співучасть і партнерство.

Особливу увагу приділено перспективам розвитку цифрових музеїв та гібридних експозиційних форматів. Доведено, що віртуальні музеї не замінюють традиційні, а навпаки - доповнюють їх, слугуючи розширенням фізичного простору, засобом розповсюдження інформації та платформою для взаємодії з відвідувачами, які не мають змоги відвідати музей фізично. У поєднанні з класичними методами експонування цифрові інструменти дозволяють створювати нові моделі інтерпретації, забезпечувати доступ до фондів, які не можуть бути представлені у залах, та підтримувати освітні, наукові й просвітницькі функції музею.

Узагальнюючи результати роботи, можна стверджувати, що подальший розвиток музейного середовища залежить від міждисциплінарної взаємодії фахівців різних галузей - музеєзнавства, дизайну, інформаційних технологій, культурології та соціальних комунікацій. Тільки така взаємодія дає змогу

створювати експозиції, які одночасно відповідають вимогам науковості, естетики, технологічної актуальності та комунікативної ефективності. Отримані результати формують теоретичне підґрунтя й практичні рекомендації щодо вдосконалення методів проектування експозицій, оптимізації музейного простору та застосування інноваційних засобів взаємодії з аудиторією.

Таким чином, робота має значну теоретичну та практичну цінність і може слугувати базою для подальших досліджень у галузі експозиційного дизайну, музейної комунікації та впровадження цифрових технологій у культурні інституції. Зроблені висновки окреслюють перспективні напрями модернізації музеїв та підкреслюють необхідність формування нового типу музейного середовища - гнучкого, інтерактивного, інтелектуально орієнтованого та здатного ефективно відповідати на виклики сучасної культурної динаміки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Барановська Н. Експозиційна робота у діяльності музею / Н. Барановська // *Historical and cultural studies*. – 2015. – Vol. 2, Num. 1. – С. 13-17.
2. Бегаль Т. О. Генеза експозиційного середовища музею: від витоків до сучасності: монографія / Т. О. Бегаль. – Київ : Видавничий центр КНУКіМ, 2022. – 200 с.
3. Борис Т. Зміни в експозиційній роботі художніх музеїв України в 1920–1930-ті рр. Актуальні проблеми соціально-гуманітарних наук : матеріали III 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.
4. Вайдахер Ф. Загальна музеологія: Посібник / Перекл. з нім. В. Лозинський, О. Лянґ, Х. Назаркевич. - Львів: «Літопис», 2005. 632 с.
5. 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.
6. Жбанкова О. З історії формування музейної збірки XIX – поч. XX ст. 2015.
7. Клівак В. Особливості дизайну віртуальних виставок. Актуальні питання гуманітарних наук. Вип. 52, Том 2, Київ, 2022. С. 50-56.
8. 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. Київ, 2020. С. 59 – 68.
9. Музей: менеджмент і освітня діяльність / Упоряд. Мазурик З., Аартс Г. – Львів: Літопис, 2009. – 224 с.
10. Тітінюк Ю.О. Дві музейні експозиції. Двадцять 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. Ульріке Вітовец. Інвентаризація і оцифрування музейної культурної спадщини на прикладі землі Нижня Австрія // Сучасний музей: між скарбницею та підприємством // Матеріали Міжнародної конференції 8-10 жовтня 2006 р. в м. Чернівці. – Львів, вид-во ВНТЛ – Класика, 2008. – с.82.

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

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

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

17. Яковець І. О. Музейна експозиція: основні поняття та методи побудови. Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв. Образотворче мистецтво. 2011. Вип. 1. С. 147–150.

18. 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.

19. 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.

20. 5 віртуальних виставок [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://vogue.ua/> (дата звернення 01.11.2025).

21. Віртуальні екскурсії в художні музеї: веб-сайт. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.canva.com/> (дата звернення 01.11.2025).

22. Віртуальні екскурсії в художні музеї: 2020. URL: <https://osvitanova.com.ua/posts/3833-150-virtualnykh-ekskursii-muzeiamy-svitu-ukrainy> (дата звернення 01.11.2025).

23. 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 (дата звернення 01.11.2025).

24. 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 01.11.2025).

25. Дизайн музейних експозицій [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://museum-design.com.ua/theory> (дата звернення 01.11.2025).

26. Експозиційна діяльність. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://pidru4niki.com/15800119/kulturologiya/ekspozitsiyana_diyalnist (дата звернення 01.11.2025).

27. 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 (дата звернення 01.11.2025).

28. 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 01.11.2025).

29. Кудря Л. М. Віртуальна виставка. Українська бібліотечна енциклопедія [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://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> (дата звернення 01.11.2025).

30. 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> (дата звернення 01.11.2025).

31. 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 (дата звернення 28.10.2025).

32. Цаценко Є. Віртуальні музеї та галереї: тимчасове рішення чи стала тенденція. 2021. URL: <https://gwaramedia.com/virtualizacziya-muzeiv-igalerej> (дата звернення 20.10.2025).

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

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

35. 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.

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

37. Foster N. Norman Foster and the British Museum. Prestel. Munich, London, New York. 2001. P. 120.

38. Francois O. The Exhibition. Theories and practices. Open Edition Journal. Vandoeuvre lès Nancy, France. 171 – 179 pp.
39. 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.
40. Hein G. Learning in the museum. Routledge publications. Munich, 1998. 63-65 pp.
41. Hodidio F. Architect, Engineer, Artist lane : Art Spring, 2009. 96 c.
42. 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. 378–389 pp.
43. Jenks C. The language of architecture of postmodernism. 2002. 542 c.
44. 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.
45. Marotta A. Contemporary museum. Milano Publishing House «Skira». 2010. P. 56.
46. Meroz J. Manifesto: Towards a Historical Critique of Exhibitions. Amsterdam, 2015. 10 p.
47. Paul J. Complete guide to adult audience interpretive materials: gallery text and graphics / Complete guide, Getty Museum – Los Angeles, 2011. 41 p.
48. Prinz Frederik. Competiton Architecture. Berlin: Braun Publishing AG, 2011. 416 p.
49. 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.
50. Schubert F. Online Virtual Exhibitions: Concepts and Design Considerations. Journal of Library and Information Technology. Vol. 28, Num. 4. 2008, P. 22 – 34.

51. 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.

52. Teh D. Obstacles to Exhibition History: Institutions, Curatorship and the Undead Nation-State. National University of Singapore. 13p.

53. Weiner A. History of Exhibitions: Curatorial Models, Countermodels, and Altermodels. 2011. 9 p.

54. 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.

55. Art rights. The different types of art exhibition. URL: <https://www.artrights.me/en/the-different-types-of-art-exhibition/> (Actuality: 10.10.2025).

56. Artsy URL: <https://www.artsy.net/shows> (Actuality: 10.10.2025).

57. Coronavirus: Les galeries d'art passent en mode virtuel. 2020. URL: <https://www.connaissancedesarts.com/marche-art/galleries/coronavirus-lesgaleries-dart-passent-en-mode-virtuel-11136439/> (Actuality: 10.10.2025).

58. Exhibition Labelling URL: <https://mgnsw.org.au/sector/exhibitions/past-exhibitions/> (Actuality: 10.10.2025).

59. Exposition virtuelle URL: https://fr.wikipedia.org/wiki/Exposition_virtuelle (Actuality: 10.10.2025).

60. 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

61. Indissoluble. The Exhibition Factory URL: <https://www.indissoluble.com/es/exhibition-design-company-barcelona-proyectos/> (дата звернення 11.10.2025).

62. Insulander E., Selander S. Designs for learning in museum contexts. Designs for Learning. URL: <https://www.divaportal.org/smash/get/diva2:390826/FULLTEXT01.pdf> (Actuality: 10.10.2025).

63. 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 (Actuality: 10.10.2025).
64. Li J., Nie J-W., Ye J. Evaluation of virtual tour in an online museum: Exhibition of Architecture of the Forbidden City. Delhi, India. 2022. 17 p. URL: <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0261607> (Actuality: 10.10.2025).
65. McGreevy N. The Top Ten Online Exhibitions of 2020. URL: <https://www.smithsonianmag.com/history/top-ten-online-exhibitions-2020-180976655/> (Actuality: 10.10.2025).
66. Media players URL: <https://mgns.w.org.au/sector/resources/onlineresources/exhibition/media-players/> (Actuality: 10.10.2025).
67. MoMA. Exhibition design. Innovations That help us think about art differently. URL: <https://www.moma.org/magazine/articles/840> (Actuality: 10.10.2025).
68. Museum & Galleries of NSW URL: <https://mgns.w.org.au/sector/resources/online-resources/exhibition/usingprojectors-gallery/>(Actuality: 10.10.2025).
69. Museum Planner. Museum Exhibition Design URL: <https://www.museumplanner.org/museum-exhibition-design-2/> (Actuality: 10.10.2025).
70. Museo al tempo del covid, le soluzioni italiane: tour virtuali, immersivi, interattivi. URL: <https://www.agendadigitale.eu/cultura-digitale/tour-virtuali/> (Actuality: 10.10.2025).
71. National Exhibition Register URL: <https://netsaustralia.org.au/register/> (Actuality: 10.10.2025).
72. 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 (Actuality: 10.10.2025).

73. Smeds K. The future of Tradition in Museology. Materials for a Discussion Paris: ICOFOM, 2019. 199 p. URL: https://icofom.mini.icom.museum/wpcontent/uploads/sites/18/2022/03/2019_the_future_of_tradition_in_museology.pdf (Actuality: 10.10.2025).

74. 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> (Actuality: 10.10.2025).

75. 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 Nº 19, Rosario, Argentina. 2020. 223 p. URL: https://institutodehistoriadaarte.files.wordpress.com/2019/12/rha_14.pdf (Actuality: 10.10.2025).

76. The manual of museum management / Gail Dexter Lord a. Barry Lord. - 2nd ed. - London : Stationery Office, 1999. - 332 c.

77. The National Gallery URL: <https://www.nationalgallery.org.uk/> (Actuality: 10.10.2025).

78. Using projectors in a gallery space. URL: https://mgns.org.au/wp-content/uploads/2018/11/fact_sheet_using_projectors_in_the_gallery.pdf (Actuality: 10.10.2025).

ДОДАТКИ

Додаток А. Ілюстрації

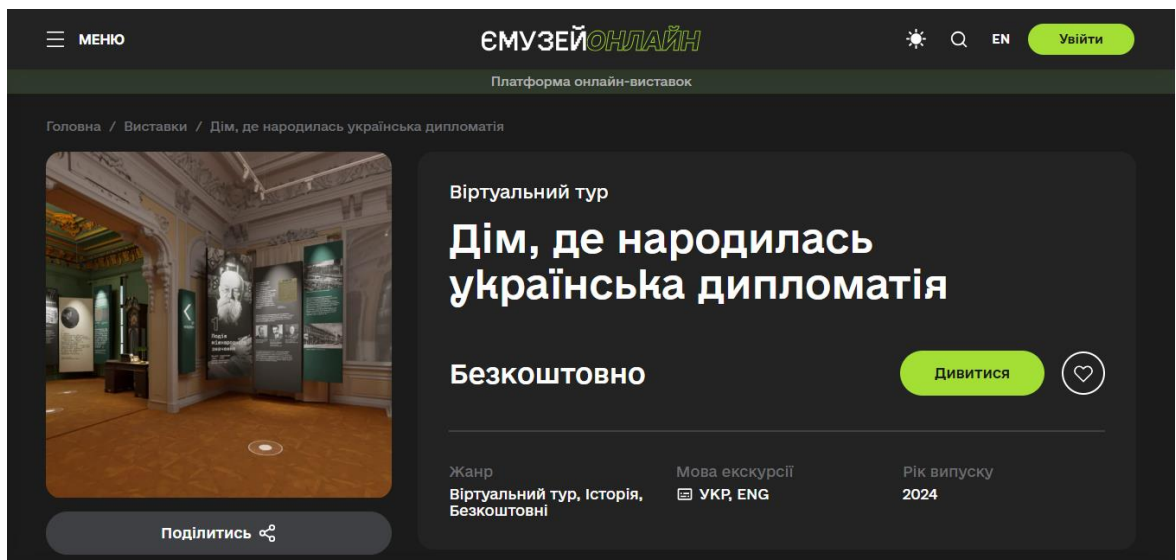


Рис. 1. Приклад онлайн виставки. Дім, де народилась українська дипломатія. Віртуальний тур доступний на платформі онлайн-виставок (<https://emuseum.online/>), безстроково.



Рис.2. Приклад віртуальної виставки. Віртуальна 3D виставка «Іван Гончар. Збирач»

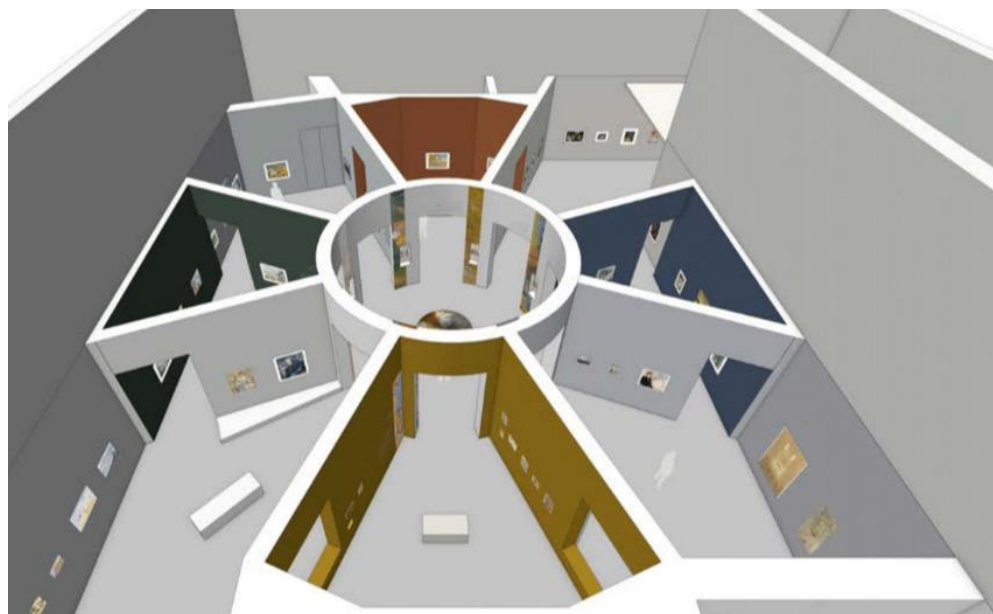


Рис.3. Приклад макету виставки. Автор невідомий.



Рис.4. Приклад ескізу експозиції виставкової зали