

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ВОЛИНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ЛЕСІ УКРАЇНКИ

Кафедра музеєзнавства, пам'яткознавства та
інформаційно-аналітичної діяльності

На правах рукопису

КОЗАКОВА ІРИНА ВАЛЕРІЇВНА

МІЖМУЗЕЙНА КОМУНІКАЦІЯ В ЄВРОПІ

Робота на здобуття освітнього ступеня «Бакалавр»

за освітньо-професійною програмою

«Музейний менеджмент, культурний туризм»

Спеціальності 027 «Музеєзнавство, пам'яткознавство»

Науковий керівник:

кандидат історичних наук, доцент

Ковальчук Є. І.

РЕКОМЕНДОВАНО ДО ЗАХИСТУ

Протокол № _____

засідання кафедри музеєзнавства,
пам'яткознавства та інформаційно-
аналітичної діяльності

від _____ 2024 р.

Завідувачка кафедри проф. Гаврилюк С. В. _____

АНОТАЦІЯ

Козакова І. В. Міжмузейна комунікація в Європі. Кваліфікаційна робота на правах рукопису на здобуття освітнього ступеня «Бакалавр». Волинський національний університет імені Лесі Українки, Луцьк, 2024.

Дослідження присвячене аналізу напрямів, форм і перспектив міжмузейної комунікації в Європі. У першому розділі розглянуто теоретичні основи міжмузейної комунікації. Розкрито поняття «міжмузейна комунікація».

У другому розділі з'ясовано, що міжнародні організації відіграють ключову роль у міжмузейній комунікації, оскільки сприяють культурному обміну, професійному розвитку та впровадженню інноваційних практик у музейній діяльності. Окреслено напрями, форми і види міжмузейної комунікації в музейному просторі Європи. Визначено, що на сьогодні основними напрямками міжмузейної комунікації є: обмін експонатами та виставками, науково-дослідна співпраця, освітні програми та заходи, цифрова комунікація та інформаційні технології, культурні проєкти й обміни, професійний розвиток та навчання персоналу, а також фінансування та підтримка проєктів. Охарактеризовано основні форми міжмузейної комунікації, зокрема: традиційні виставки, віртуальні тури й онлайн виставки, міжнародні організації та проєкти, експозиційно-виставкова діяльність, просвітницько-освітня діяльність, видавнича діяльність та цифрова діяльність.

У третьому розділі висвітлено роль України в міжмузейній комунікації. Встановлено, що інтеграція українських музеїв у світовий музейний простір є критично важливою для забезпечення культурного розвитку та міжнародного визнання країни. Підкреслено, що особливого значення це набуває у контексті воєнного конфлікту в Україні, який наразі триває.

Отримані результати дослідження можуть бути корисними для підвищення ефективності міжмузейної комунікації та інтеграції українських музеїв у світовий культурний простір.

Ключові слова: музей, комунікація, міжмузейна комунікація, міжмузейні контакти, європейський музейний простір.

ЗМІСТ

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ.....	4
ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1. РОЗРОБКА ТЕОРЕТИЧНИХ ОСНОВ МІЖМУЗЕЙНОЇ КОМУНІКАЦІЇ.....	9
РОЗДІЛ 2. МІЖМУЗЕЙНА КОМУНІКАЦІЯ В МУЗЕЙНОМУ ПРОСТОРИ ЄВРОПИ: НАПРЯМИ І ФОРМИ.....	25
2.1. Міжнародні організації в музейній комунікації.....	25
2.2. Напрями міжмузейної комунікації.....	30
2.3. Форми і види міжмузейної комунікації.....	32
РОЗДІЛ 3. УКРАЇНА В МІЖМУЗЕЙНІЙ КОМУНІКАЦІЇ.....	38
3.1. Розвиток міжмузейних контактів.....	38
3.2. Інтеграція українських музеїв у світовий музейний простір.....	40
ВИСНОВКИ.....	45
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	50
ДОДАТКИ.....	56

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ

ЄС – Європейський Союз

МРМ – Міжнародна рада музеїв

ФСК – Форум слов'янських культур

ЕАНМ – European Association of History Museums (Європейська асоціація музеїв історії)

ЕМА – European Museum Academy (Європейська музейна академія)

ІСОМ – International Council of Museums (Міжнародна рада музеїв)

ІСОМОС – International Council on Monuments and Sites (Міжнародна рада з охорони пам'яток та історичних місць)

НЕМО – Network of European Museum Organisation (Мережа європейських музейних організацій)

ВСТУП

У контексті глобалізації та зростаючої цифровізації культурного простору, міжмузейна комунікація набуває особливої актуальності, стаючи потужним інструментом культурної інтеграції та співпраці на міжнародному рівні. Європейський контекст з його неповторною історичною спадщиною, різноманітністю культур та мов створює особливі умови для розгортання міжмузейної комунікації, де кожна країна може зробити вагомий вклад у спільний культурний простір.

Актуальність теми зумовлена кількома ключовими факторами. По-перше, зростання мобільності населення та доступу до інформаційних технологій розширює можливості музейної практики, вимагаючи від музеїв більшої взаємодії та співпраці. По-друге, сучасні соціально-економічні виклики, такі як зміна клімату, міграційні кризи та політичні події, спонукають музеї співпрацювати у розробці виставок та програм, які відображають ці глобальні процеси, сприяючи підвищенню обізнаності та залученню громадськості до їх обговорення. По-третє, важливим аспектом є потреба у збереженні та промоції культурної спадщини в умовах зростаючої загрози її втрати через природні катаклізми, війни та урбанізацію. Міжмузейна комунікація в Європі відкриває шляхи для обміну кращими практиками збереження, реставрації та цифровізації культурних цінностей. Не менш важливим, є внесок міжмузейної комунікації у розвиток туризму та економіки регіонів, пропонуючи нові формати культурного діалогу та залучення відвідувачів. Спільні виставки, міжнародні культурні проєкти та освітні програми сприяють культурному обміну, підвищують привабливість музеїв як туристичних об'єктів та стимулюють економічне зростання. Таким чином, вивчення напрямів, форм та можливостей міжмузейної комунікації є актуальним та перспективним завданням, яке відкриває нові шанси для

розвитку культурного простору Європи, зміцнення міжкультурного діалогу та підтримки культурної різноманітності.

Метою дослідження є аналіз та систематизація напрямів, форм та перспектив європейської міжмузейної комунікації задля визначення її впливу на культурну інтеграцію, розвиток туризму та збереження культурної спадщини в контексті сучасних глобалізаційних процесів. Дослідження спрямоване на виявлення основних тенденцій та викликів у цій сфері, а також на розробку рекомендацій щодо покращення ефективності міжмузейної взаємодії в Європі. Важливим аспектом не аналіз можливостей цифровізації музейних колекцій та використання новітніх технологій для розширення доступу до культурної спадщини.

Для досягнення визначеної мети дослідження автором були поставлені наступні **завдання**:

- охарактеризувати поняття «міжмузейна комунікація», щоб визначити його основні складові та значення в контексті сучасної музейної практики;
- проаналізувати історію та розвиток міжмузейної комунікації в Європі, з акцентом на ключові етапи та зміни, які відбулися з часом;
- розкрити підходи до дослідження міжмузейної комунікації, визначивши методологічні рамки, що застосовуються для вивчення цієї теми;
- з'ясувати роль міжнародних організацій у музейній комунікації, аналізуючи їхній вплив на формування політики та практики обміну між музеями;
- визначити основні напрями міжмузейної комунікації, включаючи співпрацю, обмін досвідом та спільні проекти;
- описати форми та види міжмузейної комунікації, роблячи акцент на різноманітні засоби та методи, що використовуються музеями при взаємодії;
- оцінити розвиток міжмузейних контактів, розглядаючи конкретні приклади успішної співпраці та виклики, з якими стикаються музеї;
- дослідити інтеграцію українських музеїв у світовий музейний простір, аналізуючи їхні успіхи та проблеми

Об'єкт дослідження – міжмузейна комунікація в Європі, що включає механізми взаємодії між музейними установами різних країн Європи, обмін досвідом та ресурсами, співпрацю в організації спільних виставок та культурних заходів, а також спільні проекти зі збереження та промоції культурної спадщини.

Предмет дослідження – напрями та форми розвитку міжмузейної комунікації в Європі. Дослідження охоплює аналіз конкретних проєктів та ініціатив, що демонструють різні аспекти та можливості міжмузейної взаємодії, включаючи технологічні інновації, обмін експонатами, спільні наукові дослідження, освітні програми, а також стратегії залучення публіки та розвитку міжкультурного діалогу.

Хронологічні рамки дослідження охоплюють період другої половини ХХ століття і до нашого часу.

Стан наукової розробки проблеми охоплює роботи, авторів які аналізують різноманітні аспекти міжмузейної комунікації та її розвитку в Україні та Європі. До вивчення інновацій у музейній практиці внесок зробили М. Белікова та С. Гресь-Євреїнова, досліджуючи досвід та проблеми впровадження нових підходів. Н. Білан зосереджується на інформаційних технологіях у сучасних музеях Полтави, вказуючи на потенціал ІТ для розвитку музейної сфери. Ф. Вайдахер у своїй праці «Загальна музеологія» пропонує фундаментальний аналіз теорії музейності. П. Вербицька розглядає сучасну парадигму музейної комунікації, що важливо для розуміння її поточного стану та перспектив розвитку. Дослідження Р. Гураль висвітлюють ключові напрями розвитку інформаційної структури музеїв, а роботи таких авторів як Л. Дубровіна та Л. Ільсова вносять вклад у вивчення архівних джерел та рекламної діяльності музеїв відповідно. Ці роботи складають основу для глибшого аналізу та розуміння тематики роботи.

Характеристика джерельної бази дослідження. У процесі дослідження було проаналізовано різноманітне коло джерел, що дозволило комплексно розглянути обрану тему. Інформаційною базою роботи слугували міжнародні

конвенції, договори та нормативні документи міжнародних організацій, публікації вітчизняних і зарубіжних дослідників, матеріали міжнародних конференцій, глобальної інформаційної мережі Інтернет.

Методи дослідження. Методологія дослідження базується на таких загальнонаукових та спеціально-наукових методах: системний метод, метод аналізу та синтезу, індукції та дедукції, історико-порівняльний, метод аналогії, формально-логічний, метод узагальнення, структурно-функціональний та діалектичний метод.

Практичне значення одержаних у ході цього дослідження результатів полягає в тому, що вони можуть бути використані для підвищення ефективності міжмузейної комунікації та інтеграції українських музеїв у світовий культурний простір. Аналіз поняття «міжмузейна комунікація» дозволяє музейним працівникам краще розуміти потреби та можливості сучасної музейної індустрії. Вивчення історії та розвитку цієї комунікації в Європі надає уроки, які можуть бути застосовані для розробки нових програм та ініціатив.

Розвиток міжмузейних контактів та інтеграція українських музеїв у європейський музейний простір мають велике практичне значення, оскільки сприяють культурному обміну та підвищенню міжнародного іміджу України. Активна участь у міжнародних проєктах, обмін виставками та науковим досвідом дозволяє українським музеям ефективніше використовувати музейні ресурси, формувати потенційну музейну аудиторію. Крім того, інтеграція веде до збереження культурної спадщини та допомагає утверджувати українську культурну ідентичність на міжнародній арені, просуваючи Україну як державу з багатою історією та унікальними традиціями.

Структура роботи та її загальний обсяг. Кваліфікаційна (бакалаврська) робота складається з переліку умовних скорочень, вступу, 3 розділів, 5 підрозділів, висновку, списку використаних джерел та літератури. Загальний обсяг роботи становить 62 сторінок. Список джерел та літератури містить 47 найменувань.

РОЗДІЛ 1

РОЗРОБКА ТЕОРЕТИЧНИХ ОСНОВ МІЖМУЗЕЙНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Міжмузейна комунікація – це процес взаємодії між музеями, який спрямований на обмін знаннями, досвідом, ресурсами, експонатами та включає різноманітні види співпраці, такі як організація спільних виставок, обмін колекціями, спільні наукові дослідження, освітні програми, розробка та реалізація проєктів збереження культурної спадщини та інше. Метою міжмузейної комунікації є підвищення ефективності музейної діяльності, розширення можливостей для аудиторії, збагачення культурного ландшафту та підвищення ролі музеїв у суспільстві.

Міжмузейна комунікація може бути визначена в залежності від контексту, мети співпраці, а також специфіки музейних установ. Пропонуємо п'ять визначень, які висвітлюють різні аспекти міжмузейної комунікації (див. табл. 1.1.).

Таблиця 1. 1.

Визначення поняття «міжмузейна комунікація»

Автор	Визначення
Ключко Ю. М. [12]	Процес, у рамках якого музеї діляться експонатами, технологіями, фінансовими та людськими ресурсами з метою покращення якості своїх виставок та програм, розширення аудиторії та підвищення загальної ефективності музейної діяльності.
Кондрашевська Ю. [24]	Розглядається як сукупність спільних наукових досліджень, публікацій та освітніх проєктів, що

	здійснюються музейними установами для вивчення та просування знань про культурну, історичну та природничу спадщину.
Белікова М. В., Гресь-Євреїнова С. В [1]	Охоплює організацію спільних виставок, фестивалів та культурних заходів, які сприяють обміну культурними цінностями, традиціями та мистецтвом між різними країнами та регіонами, збагачуючи культурний діалог між народами.
Вайдагер Ф. [3]	Є мережею для обміну досвідом, методиками роботи, стратегіями управління та інноваційними підходами серед музейних працівників, спрямованою на підвищення їхньої кваліфікації та ефективності роботи.
Гопенко І. В. [5]	Розглядається як співпраця між музеями у сфері збереження, реставрації та промоції культурної та природної спадщини, що включає обмін знаннями, техніками збереження та спільні проєкти, направлені на захист важливих об'єктів культури та історії.

Джерело: складено автором на основі використаних джерел.

На нашу думку, міжмузейна комунікація – це процес, у рамках якого музеї співпрацюють, обмінюючись експонатами, технологіями, ресурсами та досвідом для покращення виставок, розширення аудиторії та підвищення ефективності діяльності. Це також включає спільні наукові дослідження, освітні проєкти та культурні заходи, спрямовані на збереження та промоцію культурної та природної спадщини.

Академічна співпраця охоплює спільні наукові дослідження, публікації та освітні ініціативи. Музеї можуть співпрацювати з академічними установами для проведення досліджень, які збагачують знання про колекції та сприяють розширенню академічного розуміння культурної спадщини. Така співпраця

також може включати розробку спільних освітніх програм, які забезпечують глибше занурення в теми, представлені в музеях.

Професійний розвиток у межах міжмузейної комунікації включає обмін досвідом між музейними працівниками через робочі групи, семінари, конференції та майстер-класи. Це дозволяє музейникам підвищити свої професійні навички, ознайомитися з новими методами та практиками в сфері музейної діяльності та культурного менеджменту. Наприклад, музейний фахівець з реставрації може взяти участь у майстер-класі, організованому іншим музеєм [5, с. 122].

Збереження та промоція культурної спадщини є фундаментальною метою, яка включає спільні зусилля музеїв у документуванні, збереженні та реставрації предметів культурного значення. Музеї можуть об'єднувати ресурси для великих проєктів збереження, які виходять за рамки можливостей однієї установи. Така співпраця не тільки забезпечує кращий догляд за колекціями, але й сприяє підвищенню обізнаності громадськості про важливість збереження культурної спадщини.

Міжмузейна комунікація – це процес, у рамках якого музеї співпрацюють, обмінюючись експонатами, технологіями, ресурсами та досвідом для покращення виставок, розширення аудиторії та підвищення ефективності діяльності. Це також включає спільні наукові дослідження, освітні проєкти та культурні заходи, спрямовані на збереження та промоцію культурної та природної спадщини. Кожна з цих функцій (обмін експонатами, технологіями, ресурсами, досвідом; спільні наукові дослідження, освітні проєкти та культурні заходи) відіграє важливу роль у зміцненні музейної спільноти, розширенні доступу до культурних ресурсів та підвищенні обізнаності про культурну спадщину. Співпраця між музеями не тільки збагачує культурний ландшафт, але й сприяє створенню більш освіченого та активного суспільства.

Міжмузейна комунікація відіграє ключову роль у сучасному музейному русі, виступаючи не лише як засіб обміну колекціями чи досвідом, але й як

платформа для спільного розвитку та вирішення глобальних викликів. Вона сприяє збагаченню культурного діалогу між країнами, підвищуючи обізнаність про різноманітність світової культурної спадщини та її значення для сучасності та майбутнього. Через міжмузейну взаємодію музеї можуть поділитися унікальними експонатами, які розкривають нові аспекти історії, мистецтва, науки та технологій, збільшуючи тим самим цінність кожного відвідування музею. Співпраця між музеями також є важливим фактором у сфері освіти та наукових досліджень. Спільні освітні програми, майстер-класи, конференції та семінари, організовані музеями різних країн, відкривають нові можливості для навчання та обміну знаннями. Це не тільки збагачує професійну спільноту, але й надає відвідувачам більш глибоке розуміння предметів та явищ, представлених в музеях [9, с. 169].

Міжмузейна комунікація також сприяє розвитку нових технологій у музейній практиці. Співпраця в області цифровізації колекцій, розробки віртуальних виставок та інтерактивних освітніх програм дозволяє музеям стати більш доступними для широкої аудиторії. Обмін досвідом і технологіями у сфері консервації та реставрації допомагає музеям покращити умови зберігання експонатів і застосовувати найкращі практики для збереження об'єктів культурного значення. Спільні зусилля в цій галузі сприяють захисту культурної спадщини від зникнення та забезпечують її доступність для майбутніх поколінь.

Врешті, міжмузейна комунікація сприяє розширенню міжкультурного діалогу та взаєморозуміння. Музеї, обмінюючись експозиціями та організовуючи спільні виставки, дозволяють аудиторії зануритися в різноманітні культурні контексти, сприяючи кращому розумінню та повазі між різними народами та культурами. Цей аспект особливо важливий у сучасному глобалізованому світі, де культурні відмінності та спільні цінності лежать в основі міжнародної співпраці та миру [5, с. 125].

Історія та розвиток міжмузейної комунікації в Європі є свідченням еволюції музейної справи та її адаптації до змінних культурних, соціальних та

технологічних умов. Міжмузейна комунікація у Європі має довгу історію, яка відображає широкий спектр взаємодій між музейними інституціями, починаючи від неформального обміну ідеями та експонатами до створення офіційних міжнародних мереж та партнерств.



Рисунок 1.1. Етапи розвитку міжмузейної комунікації в Європі

Джерело: складено автором на основі використаних джерел.

У XVIII–XIX століттях, у розпал епохи Просвітництва, міжмузейна комунікація в Європі тісно пов'язана з ідеями обміну знаннями та культурними цінностями. Музеї того часу, як наприклад Британський музей, заснований у 1753 році, не лише зберігали артефакти, але й слугували центрами освіти та культурного обміну. Вони активно обмінювалися експонатами з іншими країнами, що сприяло розширенню їхніх колекцій та збереженню культурних реліквій. Такі обміни, як між Лувром та Британським музеєм, важливо вплинули на вивчення та збереження артефактів давніх цивілізацій. Крім того, у цей час були створені перші міжнародні музейні асоціації, які сприяли обміну досвідом та практиками між музеями різних країн, незважаючи на логістичні, консерваційні та політичні виклики. Цей ранній період міжмузейної взаємодії став основою для сучасних форм співпраці між музеями, підкреслюючи важливість міжкультурного обміну для розвитку музейної сфери та збереження культурної спадщини [10, с. 55].

XX століття внесло значні зміни у музейну сферу Європи, особливо в аспектах міжмузейної комунікації. Під впливом глобалізації та розвитку транспорту і комунікацій музеї змогли не тільки спростити обмін колекціями та досвідом, але й взяли участь у створенні міжнародних музейних організацій, як-от Міжнародна рада музеїв (ICOM), заснована у 1946 році. Ця організація значно вплинула на стандартизацію музейних практик і сприяла міжнародному культурному обміну. Розвиток міжмузейної співпраці також включав зростання уваги до збереження культурної спадщини, організацію спільних виставок та розвиток спеціалізованих музейних мереж. Наприкінці століття, з появою цифрових технологій, музеї вступили в нову еру міжмузейної комунікації, розширюючи свій вплив і доступність на глобальному рівні через цифровізацію колекцій та віртуальні проекти [13, с. 361].

Міжмузейна комунікація також сприяла зміцненню міжнародних відносин через обмін експонатами та організацію спільних наукових досліджень. Музеї активно співпрацювали у сфері консервації та реставрації артефактів, обмінюючись досвідом та технологіями. Така співпраця не лише сприяла збереженню культурної спадщини, але й створювала основу для наукового обміну та професійного розвитку музейних фахівців. Важливим аспектом міжмузейної комунікації у цей період стала участь музеїв у міжнародних виставках та ярмарках, де представлялися культурні та історичні експозиції, що відображали національну ідентичність країн. Це не тільки збільшувало інтерес до музейних колекцій, але й сприяло культурному обміну на глобальному рівні, підкреслюючи значення музеїв як посередників у міжкультурній комунікації [5, с. 131].

Післявоєнний період та часи холодної війни підкреслили важливість міжмузейної комунікації як засобу протидії культурній ізоляції та зміцнення взаєморозуміння між народами. Музеї використовувалися як платформи для зближення культур, показуючи, що навіть у часи політичних напружень, культурний діалог залишається можливим і важливим для побудови миру та взаємоповаги між країнами та народами.

На рубежі ХХ та ХХІ століть революція в галузі цифрових технологій та поширення інтернету кардинально змінили підходи до міжмузейної комунікації. Це відкрило перед музеями нові горизонти можливостей, зокрема, у сфері віртуальної співпраці, що дозволило перевести музейну діяльність на глобальний рівень. Використання цифрових технологій не тільки спростило обмін колекціями та інформацією між музеями, але й забезпечило можливість реалізації спільних міжнародних проектів. Одним з найбільш важливих аспектів цієї трансформації стало створення та використання онлайн-каталогів та цифрових архівів, що дозволило музеям представляти свої колекції широкому колу відвідувачів з усього світу. Цифрова документація та віртуальні екскурсії стали ефективним засобом для просування культурної спадщини та залучення нової аудиторії. Значення соціальних медіа та інтерактивних веб-платформ також зросло, надаючи музеям можливість вести діалог з відвідувачами, залучати їх до обговорення музейних експонатів та спільної роботи над проектами. Це сприяло формуванню нової музейної культури, в якій відвідувачі стають активними учасниками музейного життя, а не лише пасивними спостерігачами [14].

Розвиток міжнародних музейних мереж і партнерств у цифрову епоху дозволив реалізувати низку амбітних проектів, які були б неможливі без технологічних інновацій. Співпраця музеїв у рамках міжнародних програм, таких як Google Arts & Culture, демонструє, як сучасні технології можуть сприяти доступу до культурної спадщини на глобальному рівні. Однак, цей прогрес також ставить перед музеями нові виклики, зокрема, пов'язані з потребою в адаптації до швидко змінюваних технологічних умов, захистом авторських прав у цифровому середовищі та забезпеченням цифрової безпеки. Музеї вимушені шукати баланс між використанням новітніх технологій для розширення своєї діяльності та збереженням традиційних цінностей та місій, що лежать в основі музейної справи. Таким чином, на зламі століть музеї стикаються з необхідністю адаптації до нових умов, в яких цифрові технології

відкривають величезні можливості для розвитку міжмузейної комунікації, але й водночас вимагають від музейних фахівців нових знань і навичок.

Роль музеїв у сучасному суспільстві є надзвичайно важливою, особливо у контексті бурхливого темпу життя, який характеризує сучасність. У швидкоплинному світі, де кожна хвилина на рахунку, музеї стають оазами спокою та рефлексії. Вони пропонують унікальну можливість зупинитися, замислитися над історією, культурою, мистецтвом, а також відрефлексувати власне місце у великому потоці часу. Музеї дозволяють не загубитися у повсякденному хаосі, зрозуміти взаємозв'язки між часами, просторами, культурами, надаючи відвідувачам ключі до розуміння складної мозаїки людської цивілізації.

У сучасному світі музеї вже не обмежуються традиційною роллю зберігачів артефактів; вони повинні надихати, викликати жагу до знань, стимулювати креативність та допитливість. Важливо, щоб музеї виступали не просто як енциклопедії, а як живі організми, здатні дивувати та мотивувати відвідувачів до постійного саморозвитку. Ця ідея невинного навчання, актуальна не лише у дитинстві чи юності, але і протягом усього життя, лежить в основі сучасних музейних практик [21, с. 101].

Теоретичне та практичне підґрунтя для розвитку креативних музейних практик було закладено ще у ХХ столітті. Однією з ключових фігур у цьому процесі став американський музеолог Джон Коттон Дана, який у 1917 році у своїй праці «The New Museum» ввів поняття «живого музею». Вчений визначив «живий» або «корисний музей» як заклад, що здійснює позитивний вплив на пов'язані з ним спільноти через організацію дозвілля, просвітництва та навчання місцевого населення, виходячи з його запитів та потреб. Ця ідея підкреслює важливість музею як активного учасника культурного життя суспільства, здатного адаптуватися до змінних умов та відповідати на виклики часу [22, с. 566].

Сучасні музеї продовжують розвивати та розширювати ці ідеї, впроваджуючи новітні технології для створення інтерактивних виставок,

використовуючи цифрові платформи для залучення глобальної аудиторії та розробляючи освітні програми, що спонукають до критичного мислення та творчого самовираження. Музеї стають платформами для діалогу між культурами, епохами та дисциплінами, що дозволяє їм відігравати ключову роль у формуванні освіченого, креативного та відповідального суспільства.

У 1960-х роках теорія музейної комунікації, запропонована Дунканом Камероном, директором музею в місті Калгарі (Канада), внесла значний вклад у розвиток музейної галузі, ставши справжнім переворотом у розумінні музейної справи. Камерон вперше представив музей як систему комунікації між відвідувачами та експонатами, які він називав «реальними речами». За його концепцією, успіх музейного спілкування залежить як від здатності відвідувача «читати» мову цих речей, так і від уміння музейних спеціалістів створювати унікальні невербальні просторові висловлювання через експозиції. Камерон окреслив ряд важливих рекомендацій щодо організації музейної діяльності, які в центрі уваги ставили відвідувача, розглядаючи його як ключову фігуру у комунікативній системі музею. Він акцентував на необхідності залучення до процесу створення музейних експозицій не лише зберігачів, але й художників-дизайнерів, що могли б забезпечити візуальну привабливість та доступність експонатів. Окрім того, Камерон підкреслив важливість навчання відвідувачів «мові мистецтва» екскурсорами, відмовляючись при цьому від надмірного перекладу візуальних висловлювань у вербальну форму, щоб не зменшувати емоційного впливу та безпосереднього сприйняття експонатів [25, с. 37].

Камерон вважав важливим включення до професійної музейної діяльності психологів та соціологів. Ці спеціалісти мали забезпечувати зворотній зв'язок від відвідувачів, що є визначальним для вдосконалення взаємодії музею з громадськістю. Такий підхід дозволяє музеям бути більш відкритими до потреб та інтересів аудиторії, а також адаптуватися до змінних умов сучасного культурного ландшафту. Теорія Камерона знаменує собою перехід від традиційного розуміння музею як сховища артефактів до бачення музею як активного учасника культурного діалогу, здатного стимулювати особистісне

зростання відвідувачів та сприяти глибшому розумінню культурної спадщини. Його ідеї продовжують надихати музейних професіоналів по всьому світу на пошук нових форм та методів роботи з аудиторією [28, с. 72].

Канадський музеолог Дункан Камерон, висувуючи свої передові ідеї, акцентував на тому, що музей не лише має служити як сховище для пам'яті про минуле, але й повинен активно інтегруватися у культурний простір сучасності. Ця перспектива відкриває музеям шлях до того, щоб стати живими організаціями, які не просто зберігають історію, але й беруть активну участь у формуванні сучасної культурної динаміки. За його словами, музей має стати невід'ємною частиною сьогоденної культурної ситуації, впливаючи на розвиток суспільства та культурного обміну. Хоча Камерон не займався детальним аналізом усіх напрямів музейної діяльності, таких як зберігання, наукові дослідження, документування, та інші аспекти, його теорія музейної комунікації зробила значний крок вперед, подолавши стереотипне бачення музею як доповнення до системи освіти. Такий підхід вимагає від музейних професіоналів розробки нових моделей музейної комунікації, які б враховували потреби та очікування сучасної аудиторії, а також забезпечували більш глибоку та ефективну взаємодію між відвідувачами та експонатами. Таким чином, ідеї Камерона спонукають музеї до інновацій у сфері комунікації та експозиційного дизайну, що сприяє створенню більш залучених та інтерактивних виставок. Це, у свою чергу, відкриває нові горизонти для розвитку музейних інституцій як активних учасників культурного життя, здатних відігравати важливу роль у освіті, культурній інтеграції та суспільному діалозі [28, с. 74].

У контексті дослідження ролі музеїв у сучасному суспільстві важливо згадати внесок французького музеолога Жоржа-Анрі Рів'єра, який зробив значний доробок у розвитку музейної науки та практики. Рів'єр, обіймав посаду президента ICOM (Міжнародної ради музеїв). Його вклад у музеологію особливо важливий через введення концепції еко-музею, яка переосмислює роль музею в суспільстві не просто як зберігача доквілля, а як активного учасника в житті місцевої спільноти. Рів'єр теоретично обґрунтував еко-

музеологію, виходячи з розуміння музею як інструмента соціальних і культурних перетворень. Він вказав на необхідність інтеграції музейних закладів у життя громад, роблячи акцент на тому, що музей повинен служити міським та сільським громадам, допомагаючи людям відчувати свою причетність до історії та самобутності своєї громади. Еко-музей, за його концепцією, перетворюється з традиційного сховища і науково-дослідницького центру на майданчик для соціальної взаємодії та культурної самоідентифікації [29, с.197]. Ця ідея отримала подальший розвиток у працях таких видатних музеологів, як Юг де Варін, Ч. Енгстрьом, Ф. Юбер, М. Кер'єн, які розширили та поглибили концепцію еко-музею, адаптувавши її до різноманітних культурних та соціальних контекстів. Завдяки їхнім дослідженням, еко-музей став важливим напрямом у сучасній музейній практиці, підкреслюючи роль музею як активного агента змін у спільноті та засобу для глибшого розуміння сучасності через призму минулого. Отже, внесок Жоржа-Анрі Рів'єра та його послідовників у розвиток музеології є ключовим для розуміння еволюції музейної сфери від традиційної ролі зберігача до активної участі у культурному та соціальному житті спільнот, відкриваючи нові можливості для музеїв як центрів культурної самоідентифікації та соціальних інновацій.

Англійський музеолог Кеннет Хадсон вніс значний вклад у розвиток музейної комунікації, представивши концепцію, що сприяє заохоченню інновацій та креативності в музейній справі. Він запропонував організацію конкурсу, метою якого було стимулювання нетривіальних ідей і нововведень у презентації музейних експозицій, щоб залучити більше відвідувачів і пробудити в них інтерес до музеїв. У 1977 році Хадсон ініціював створення конкурсу «Кращий європейський музей року», який згодом став значущою подією в музейному світі і продовжує проводитися під егідою Європейського Музейного Форуму (ЄМФ). Основною умовою участі в конкурсі є те, що музей повинен бути новим або проходити кардинальну реконструкцію, акцентуючи на пошуку нових ідей і підходів у музейній діяльності. Важливим критерієм для журі є не самі музейні колекції, а способи їх інтерпретації та представлення

публіці. ЄМФ відкритий до нових тенденцій і часто випереджає офіційне визнання нових підходів до інтерпретації культурної спадщини та музейної методології [35, с. 67].

На сьогоднішній день у роботі Форуму беруть участь представники майже усіх країн-членів Ради Європи, включаючи членів Правління ЄМФ, журі конкурсу, національних кореспондентів, які моніторять інноваційні процеси в музеях своїх країн, а також розробників масштабних музейних проектів. Їхньою спільною метою є виявлення та визначення нових напрямів розвитку в музейній галузі. Конкурс також відкритий для музеїв, які не мають традиційних колекцій, але активно експериментують у сферах, потенційно важливих для розвитку музейної професії [38, с. 130].

У 2010 році було засновано спеціальний приз Кеннета Хадсона та Приз Сіллетто за інноваційну роботу музею з місцевою спільнотою, що додатково підкреслює значення інновацій та креативності у музейній роботі. Активність ЄМФ сьогодні є надзвичайно актуальною, адже Форум слугує механізмом для виявлення і впровадження найкращих креативних практик у музейний сектор, сприяючи його поступальному розвитку.

Аналіз розвитку музейної сфери протягом ХХ століття виявив цікаву тенденцію: були періоди, коли теоретичні концепції та ідеї значно випереджали практичне застосування в музеях. Таке випередження дозволило згодом реалізувати інноваційні проекти, задумані візіонерами минулого століття. Сьогодні, на сучасному етапі розвитку, ситуація змінилася: практика стає основним драйвером розвитку музейної галузі, вказуючи на нові напрямки та методи роботи, які випливають з потреб та викликів сучасності. Сучасний світ характеризується швидкими змінами, викликаними глобалізацією, поширенням нових культурних тенденцій та впровадженням новітніх технологій. Ці фактори одночасно об'єднують і роз'єднують нас, створюючи складні виклики, що вимагають від музейних інституцій гнучкості та здатності до швидкої адаптації через імпровізацію та інновації. У такому контексті креативність виринає як ключова тенденція ХХІ століття, важлива не тільки для музеїв, але й для

суспільства в цілому. Креативність перетворюється на потужний інструмент, який дозволяє ефективно реагувати на постійно змінні умови, пропонуючи нові способи взаємодії з аудиторією, представлення культурної спадщини та освітньої діяльності [5, с. 141].

Отже, креативність у сучасній музейній практиці не просто стає одним із ключових напрямків розвитку, але й визначає новий вектор для пошуку ефективних рішень та ідей, які можуть зробити музеї більш привабливими, доступними та значущими для сучасної аудиторії. Це стимулює музейних працівників розвивати в собі креативність як одну з найважливіших професійних навичок, здатних відповісти на виклики сьогодення та забезпечити музеям сталий розвиток у майбутньому.

На зламі XX та XXI століть ми стали свідками значних змін у сфері музейної діяльності, які обумовлені рядом інноваційних тенденцій та нових підходів. Розширення кола об'єктів матеріальної та нематеріальної спадщини, трансформація класичної моделі музею, поява нових видів музеїв, розвиток «нової музеології», а також впровадження системного менеджменту в музейній справі вимагають від музейного персоналу не лише інституційної відповідальності, але й вміння вирішувати інтегративні та комунікативні завдання, бути постійно готовими до змін, інноваційної активності та пошуку нетрадиційних схем при вирішенні завдань збереження, презентації та інтерпретації музейних колекцій. Сучасні музейні працівники стикаються з викликом розробки власного унікального підходу, що дозволяє музею не просто зберігати, але й об'єднувати людей і предмети, створюючи нову культурну вартість та сприяючи глибшому розумінню спадщини. Важливим елементом творчої практики є вміння ефективно відходити від стандартних шаблонів, використовуючи творчість як засіб для руху вперед, опираючись на попередні здобутки [18, с. 216].

Творчість, як зазначається, не обов'язково має бути радикально новою чи революційною; важливо, щоб ідея була хоча б трохи новою або представляла собою новий використання вже відомих концепцій у контексті конкретної

музейної організації. Це може бути як адаптація перевіреної часом ідеї, так і новаторське поєднання вже відомих підходів, що разом створюють унікальне рішення для конкретних викликів та задач. Ідеї є цінним ресурсом у музейній справі, що потребує підтримки та розвитку. Сприяння творчому мисленню, стимулювання інноваційної активності та відкритість до експериментів стають ключовими стратегіями для музеїв, які прагнуть залишатися актуальними та впливовими у швидко змінному сучасному культурному ландшафті.

Поняття «креативна музейна практика» у сучасному контексті охоплює широкий спектр діяльності музейних інституцій, який виходить далеко за рамки традиційного управління колекціями або організації виставок [22, с. 567]. Це поняття передбачає генерацію нових ідей у різних аспектах музейної роботи, включаючи сміливі та інноваційні інтерпретації експонатів, розвиток нових методів управління, впровадження ефективних фандрайзингових стратегій, а також знаходження творчих рішень для вирішення різноманітних проблем, з якими стикаються музеї. Крім цього, коли більшість людей говорять про креативність у контексті музеїв, вони часто мають на увазі художню креативність – те, що робить музей естетично привабливим для відвідувачів. Це може включати унікальне оформлення виставок, інноваційний дизайн простору, використання сучасних технологій для створення інтерактивних і занурювальних досвідів, що сприяє глибшому залученню аудиторії та розширенню її знань та сприйняття культурної спадщини. Таким чином, креативна музейна практика є ключовим фактором, який дозволяє музеям залишатися актуальними, залучати нові аудиторії та відповідати на виклики часу. Це вимагає від музейних професіоналів не лише глибоких знань у своїй галузі, але й відкритості до експериментів, готовності до неперервного навчання та здатності мислити нестандартно [22, с. 569].

В останні роки проектна діяльність як новий метод в музейній справі зарекомендувала себе як важливий інструмент комунікації та розвитку. Цей підхід не тільки сприяє досягненню конкретних результатів, але й розвиває в музейних фахівців здатність до самостійного мислення, вирішення проблем з

використанням наявних знань та компетенцій. Проектна робота в музеях часто характеризується інноваційністю та креативністю, що є відображенням глибокого аналізу та спрямована на модернізацію музейної галузі.

Проекти в музеях відіграють ключову роль у кількох напрямках (див. табл. 1.2.).

Таблиця 1.2.

Адаптація музеїв до сучасних умов	Проектна діяльність допомагає музеям та музейній галузі в цілому адаптуватися до змінюваних соціально-економічних та культурних умов, забезпечуючи їхню актуальність та відповідність сучасним вимогам.
Підтримка та просування креативних практик	Проекти сприяють визнанню та розповсюдженню кращих прикладів креативної музейної практики, демонструючи інноваційні підходи в музейній роботі.
Розвиток музейних досліджень	Завдяки проектам зміцнюються наукові основи музейної діяльності, розширюються можливості для сучасних досліджень, що сприяє глибшому розумінню та інтерпретації культурної спадщини.
Осмислення та представлення історико-культурної спадщини	Проектна діяльність дозволяє виявляти, досліджувати та широко представляти історико-культурну спадщину, роблячи її доступною для широкого кола людей.
Розширення партнерських зв'язків	Проекти сприяють налагодженню співпраці між музеями, а також між музеями та іншими установами, включаючи наукові центри, освітні заклади та приватний сектор, відкриваючи нові можливості для впровадження передових технологій і методик.

Джерело: [22, с. 561].

Таким чином, проєктна діяльність у музейній справі є не просто інструментом для досягнення конкретних цілей, але й потужним механізмом для стимулювання інновацій, креативності та розвитку музейної галузі в цілому, адаптуючи її до викликів сучасності.

РОЗДІЛ 2

МІЖМУЗЕЙНА КОМУНІКАЦІЯ В МУЗЕЙНОМУ ПРОСТОРИ ЄВРОПИ: НАПРЯМИ І ФОРМИ

2.1. Міжнародні організації в музейній комунікації

Міжмузейна комунікація в музейному просторі Європи є значною частиною діяльності музеїв, що включає широкий спектр напрямків і форм взаємодії. Міжнародні організації відіграють ключову роль у цьому процесі, сприяючи обміну знаннями та ресурсами між музеями різних країн. Міжмузейна комунікація охоплює різні напрями, включаючи обмін виставками, спільні дослідницькі проєкти, а також проведення міжнародних семінарів та конференцій. Ці заходи дозволяють музеям поділитися унікальними експонатами, що рідко залишають свої постійні місця, і пропонують нові можливості для культурного та наукового обміну.

Міжнародні організації в музейному секторі відіграють ключову роль у координації та підтримці міжмузейної комунікації, особливо у рамках Європейського Союзу. Вони сприяють культурному обміну, професійному розвитку, а також впровадженню інноваційних практик у музейній діяльності. Нижче наведено приклади деяких з найвідоміших міжнародних музейних організацій, які мають значний вплив у Європі [28, с. 75].

ICOM (англ. *International Council of Museums*) – Міжнародна рада музеїв є однією з найважливіших міжнародних організацій у музейній індустрії, яка об'єднує музеї та музейних професіоналів з усього світу, організація діє як головний форум для обміну знаннями та досвідом між музейними працівниками.

Штаб-квартира організації розташована в Парижі, Франція. Точна адреса: Maison de l'UNESCO, 1, rue Miollis, Paris. Це місце було обрано не тільки через його центральне положення в Європі, але й через історичні та культурні зв'язки

Парижа з міжнародними мистецькими спільнотами. Штаб-квартира ICOM є центром, де координуються всі напрямки міжнародної діяльності організації, і звідки вона веде свою роботу з музеями по всьому світу [37, с. 78]. Рада музеїв зазвичай складається з представників різних зацікавлених сторін, включаючи культурних діячів, науковців, представників місцевої влади та бізнесу. Члени ради вибираються на основі їх професійного досвіду та здатності сприяти розвитку музею. Основними функціями ради є розробка музейної політики, планування бюджету, контроль за виконанням музейних проектів і програм, а також призначення ключових адміністративних посад у музеї. Число працівників у штаб-квартирі ICOM станом на 2024 рік налічує близько 50 постійних співробітників, які працюють у різних відділах, від освітніх програм до комунікацій і маркетингу.

Установчим документом Міжнародної ради музеїв є Статут, який відображає основні цілі і завдання організації, умови членства та організаційну структуру. Одним з програмних документів міжнародного об'єднання музеїв та професійних музейних працівників є Кодекс музейної (професійної) етики від ICOM, який встановлює стандарти поведінки для музейних професіоналів. Кодекс музейної етики встановлює етичні рамки для діяльності музейних інституцій, стверджуючи що основне їх призначення – надавати послуги суспільству, що зобов'язує музеї бути доступними та відкритими для людей різного віку і професій, постійно працювати над вдосконаленням своїх освітніх і культурних програм. Ці документи є ключовими у визначенні політики і практики в музейній спільноті на міжнародному рівні [37, с. 81].

24 серпня 2022 року на 26-й Генеральній конференції у Празі Міжнародна рада музеїв (ICOM) затвердила нове визначення музею. Нове визначення, яке суттєво змінилося вперше за 50 років, було прийняте представниками понад 500 музеїв з усього світу. Воно включає такі поняття, як «інклюзивність», «доступність», «стійкість» і «етика». Визначення підкреслює, що музей є некомерційною постійнодіючою організацією на службі суспільства, яка збирає, зберігає, досліджує, інтерпретує та експонує матеріальну та

нематеріальну спадщину, сприяючи різноманітності та сталості світу. Процес розробки нового визначення тривав 18 місяців і включав чотири раунди консультацій з представниками музеїв із 126 національних комітетів ICOM, що охоплюють понад 50 000 членів організації. Музеї в Африці, Латинській Америці та Азіатсько-Тихоокеанському регіоні брали активну участь у цих консультаціях. Нове визначення відображає сучасні принципи та засади, на яких повинні працювати музеї в демократичному світі, акцентуючи увагу на цінностях та відповідальності перед суспільством [43].

Однак, нове визначення можемо розглядати як надмірно компромісне, оскільки воно не включає такі поняття, як деколонізація, репатріація, реституція та вилучення – важливі для музеїв. Ці поняття є центральними для передачі артефактів колись колонізованим, а тепер незалежним націям, зокрема для України. Прийняття нового визначення є важливим кроком для розвитку музейної справи, але його впровадження вимагатиме усвідомлення та імплементації нових ціннісних орієнтирів у нормативну базу та роботу музеїв

ICOM займається розробкою міжнародних стандартів для музеїв, проведенням професійних конференцій та виставок, а також публікацією важливих досліджень і рекомендацій в галузі музейної справи. За визначенням ICOM, музей – це не просто місце зберігання артефактів, але неприбуткова інституція, що служить суспільству і його розвитку. Музеї активно збирають, зберігають, досліджують і популяризують матеріальну та нематеріальну культурну спадщину. Їхня діяльність спрямована на вивчення та навчання через експозиції та інші освітні програми, що надають естетичне задоволення і глибоке розуміння культурної ідентичності. В сучасній музейній практиці особливий наголос робиться на інтерактивність як засіб залучення відвідувачів і підвищення ефективності освітнього процесу. ICOM та інші міжнародні організації, такі як ICOMOS і Europa Nostra, підкреслюють важливість розробки наукових концепцій, які визначають суспільне призначення музеїв. Це означає створення виставок та програм, які сприяють максимальній взаємодії з відвідувачами на всіх рівнях: національному, регіональному, та місцевому.

Дослідження в області музейної справи в Європі часто фокусуються на визначенні нових шляхів розвитку інституцій в контексті глобальних та регіональних культурних тенденцій [39, с. 89]. ICOM спільно з іншими організаціями координує зусилля музеїв щодо використання культурної та природної спадщини у туризмі, що включає розвиток інтерактивних та освітніх проєктів, спрямованих на всі вікові та професійні групи.

Підсумовуючи діяльність Міжнародної ради музеїв варто зазначити, що у своїй діяльності ICOM шукає відповіді на виклики та потреби музейної професії, зосереджуючись на таких темах:

- професійна співпраця та обмін досвідом;
- поширення знань та підвищення професійного рівня;
- навчання персоналу;
- удосконалення професійних стандартів;
- уточнення та поширення професійної етики;
- збереження спадщини та боротьба з незаконним переміщенням культурних цінностей.

Європейська музейна академія (англ. *ЕМА*) спеціалізується на підтримці інновацій та лідерства в музейному секторі по всій Європі. Вона пропонує різні навчальні програми та майстер-класи, спрямовані на розвиток культурного менеджменту та вдосконалення музейних практик. Організація також щорічно вручає Європейську музейну нагороду, яка відзначає музеї за інноваційний підхід у музейній роботі [44, с. 49].

Форум слов'янських культур (ФСК) є міжнародною організацією, яка сприяє співпраці та культурному обміну між слов'янськими країнами. Співпраця між ФСК та Європейською музейною академією (ЕМА) розпочалася у 2014 році, коли ЕМА приєдналася до освітніх програм ФСК та проєкту «Жива». Ця співпраця охоплює різні напрями наукової діяльності, зокрема участь у Міжнародній літній школі музеєзнавства, Міжнародному колоквиумі Papanova – міжнародному центрі досліджень спадщини, а також в організації церемонії нагородження лауреатів. Результати партнерства між ФСК та ЕМА

включають проведення спільних заходів, дослідницьку роботу та видання книг. Наприклад, Міжнародна літня школа музеєзнавства стала точкою відліку у річному циклі роботи ЕМА, охоплюючи специфічну геокультурну частину Європи – слов'янські країни. Це дозволяє спостерігати за всебічним розвитком музейної сфери, узгоджуючи місію та методи з іншими освітніми програмами ЕМА, зокрема з напрямком «Європейське музеєзнавство». Організація щорічно вручає Європейську музейну нагороду, яка відзначає музеї за інноваційний підхід у музейній роботі. Прикладом успіху цієї співпраці є Музей «Дім Франка», який отримав спеціальну нагороду «За лідерство» Міжнародної премії «Živa Award» у 2022 році. Ця премія вручається найкращим слов'янським музеям та об'єктам культурної й природної спадщини, заохочуючи інноваційні проєкти та практики в музейному секторі. Музей «Дім Франка» став першим українським музеєм, що увійшов до списку переможців цієї престижної премії, підкреслюючи його важливу роль у просуванні культурної спадщини та ефективного музейного менеджменту [47].

Мережа Європейських музейних організацій (англ. *NEMO*) працює на зміцнення музейної галузі в Європі, сприяючи професійному обміну та політичній адвокації на європейському рівні. Організація залучає музеї до участі в обговоренні культурних політик і допомагає впливати на рішення, що стосуються музейної сфери в Європейському Союзі. *NEMO* також проводить тренінги та семінари, керовані висококваліфікованими експертами, для підвищення компетенцій музейних фахівців [44, с. 50].

Європейська асоціація музеїв історії (англ. *EAHM*) зосереджується на музеях, які працюють у сфері історії та культурної спадщини. Ця організація сприяє обміну ідеями та ресурсами між історичними музеями, використовуючи свою платформу для обговорення сучасних викликів, з якими стикаються музеї. Асоціація організовує конференції та виставки, які допомагають підвищити видимість історичних музеїв та їх колекцій [44, с. 51].

У Європі існує цілий ряд міжнародних організацій, які мають стосунок до музеїв, проте ключовою інституцією органів управління музеями у країнах

Європейського Союзу є Міжнародна рада музеїв. Вона відіграє важливу роль у визначенні стратегії розвитку музейної справи, міжмузейної комунікації в Європі.

2.2. Напрями міжмузейної комунікації

Музеї відіграють важливу роль у сучасному суспільстві, не тільки як хранителі культурної спадщини, але й як активні учасники громадського життя. Їхня взаємодія з громадськістю може включати різноманітні заходи, що сприяють освіті, культурному обміну та збільшенню соціальної інтеграції.

Напрями міжмузейної комунікації можуть бути різноманітними і охоплювати кілька аспектів взаємодії між музеями. Пропонуємо виділити основні з них:

1. Обмін експонатами та виставками:

- організація спільних виставок;
- обмін тимчасовими експозиціями;
- надання експонатів на довгострокове зберігання.

Важлива сфера діяльності музеїв – це організація виставок та екскурсій. Регулярне оновлення виставкових проєктів залучає відвідувачів, змушує їх повертатися в музей знову й знову. Екскурсії, у свою чергу, допомагають глибше розуміти контент, представлений в музеї, і надають персоналізований досвід, що є важливим для формування позитивного враження про музей.

2. Науково-дослідна співпраця:

- спільні наукові дослідження та проєкти;
- обмін науковими публікаціями та інформацією;
- проведення спільних археологічних розкопок та польових досліджень.

3. Освітні програми та заходи:

- спільні освітні програми для школярів та студентів;
- організація конференцій, семінарів та майстер-класів;
- проведення лекцій та вебінарів з участю фахівців з різних музеїв.

Одним з ключових напрямків діяльності музеїв є організація освітніх заходів. Це може бути виконано через серію лекцій, майстер-класів, семінарів та конференцій, які дозволяють відвідувачам глибше зануритись у контекст певних експонатів або загальнотематичних питань. Через ці освітні ініціативи музеї не тільки збільшують свою доступність і привабливість для широкої аудиторії, але й виконують важливу інформаційно-освітню місію, зміцнюючи зв'язки з локальною громадою [5, с. 251].

4. Цифрова комунікація та інформаційні технології:

- створення спільних цифрових архівів та баз даних;
- розробка віртуальних виставок та онлайн-турів;
- використання соціальних мереж та інших онлайн-платформ для популяризації музейних колекцій.

5. Культурні проєкти та обміни:

- спільні культурні проєкти та акції;
- обмін досвідом у сфері збереження та реставрації культурних цінностей;
- організація культурних фестивалів та інших заходів.

6. Професійний розвиток та навчання персоналу:

- спільні програми підвищення кваліфікації для музейних працівників;
- організація стажувань та обмінів для співробітників музеїв;
- проведення тренінгів та воркшопів з актуальних питань музейної справи.

7. Фінансування та підтримка проєктів:

- спільні заявки на гранти та фінансування;
- партнерство у фандрейзингових кампаніях;
- підтримка один одного в реалізації великих проєктів.

Різноманітні напрями міжмузейної комунікації сприяють не лише підвищенню рівня музейної роботи, але й розширенню музейної аудиторії та популяризації культурної спадщини.

Міжмузейна комунікація в Європі є важливою платформою роботи музейних інституцій, що спрямована на обмін знаннями та практичним досвідом. Вона може включати реалізацію спільних музейних проєктів, що дозволить відвідувачам познайомитись з культурними особливостями різних країн [8, с. 4]. Таким чином зростає роль музеїв у культурному житті суспільства, що сприяє освітнім і культурним обмінам, позначається на соціальній згуртованості і порозумінні між різними культурними групами.

2.3. Форми і види міжмузейної комунікації

Комунікація є важливим чинником існування суспільства, оскільки без спілкування суспільство не може існувати. Вона забезпечує утворення суспільства та обмін інформацією між його членами. Комунікативний процес є взаємодією між різними суб'єктами, під час якої здійснюється передача та прийняття інформації, її розшифрування і використання. В сучасному світі комунікація займає значну частину життя людини, адже близько 70% часу ми витрачаємо на спілкування в різних формах: писати, читати, говорити, слухати. Жодна людина чи група людей не може існувати без комунікації, оскільки саме вона забезпечує передачу інформації та ідей.

Комунікація може бути міжособистісною, груповою та масовою. Міжособистісна комунікація включає безпосередній контакт між людьми. Групова комунікація відбувається у малих групах, кількість членів яких може варіюватися від 3 до 30 осіб. Масова комунікація, навпаки, охоплює великі групи людей і здійснюється за допомогою спеціальних засобів, таких як друк, телебачення, радіо, кіно тощо. Цей вид комунікації дозволяє передавати повідомлення одразу до широкої аудиторії.

Типи комунікацій в організаціях:

В організаціях комунікація може бути міжособистісною, комунікацією в системах зв'язку та командах, організаційною та електронною. Міжособистісні комунікації включають обмін інформацією між двома людьми. Комунікації в системах зв'язку та командах важливі для координації дій та досягнення

спільних цілей. Організаційні комунікації включають обмін інформацією між різними рівнями та підрозділами організації. Електронні засоби комунікації, такі як електронна пошта та соціальні мережі, значно спрощують і прискорюють процес передачі інформації.

У сучасному інформаційному суспільстві музеям важливо адаптуватися до нових умов, зокрема через помітне зниження рівня відвідувань традиційних культурних центрів. Музеї шукають нові способи комунікації з громадськістю, включаючи як безпосередню, так і опосередковану комунікацію. Ефективність цієї комунікації залежить від доступу до музейних колекцій і від того, наскільки добре суспільство засвоює представлену інформацію.

Безпосередня комунікація – включає експозиції, виставки та інші форми, які дозволяють відвідувачам безпосередньо взаємодіяти з культурними пам'ятками.

Опосередкована комунікація – включає використання цифрових інструментів і платформ для залучення аудиторії та поширення інформації про музейні колекції [3, с. 370].

Метою музейної комунікації є освіта і виховання відвідувачів. Задача музейних комунікацій полягає у передачі інформації, поширенні наукових знань і пропаганді культурної спадщини. Музеї формувалися як наукові установи для задоволення суспільних потреб у виявленні, збиранні та використанні музейних предметів. У музейній комунікації виділяють чотири основні форми: пряму, непряму, опосередковану і безпосередню.

В умовах інформатизації суспільства з'являються нові форми роботи з відвідувачами музею. Ефективність музейної комунікації залежить від широкого доступу суспільства до колекцій музею і діджиталізації. Всі види та форми музейної діяльності, від наукової обробки музейних предметів до пропаганди і реклами, мають відношення до музейної комунікації.

Форми міжмузейної комунікації можуть варіюватися від традиційних виставок до використання сучасних цифрових технологій для створення віртуальних турів і онлайн виставок. Охарактеризуємо основні, як нам

бачаться, форми міжмузейної комунікації. Традиційні виставки – це організація спільних виставок, де музеї обмінюються експонатами для створення нових експозицій. Віртуальні тури та онлайн виставки – цифровізація музейних колекцій відкрила нові можливості для обміну ресурсами без фізичного переміщення експонатів, що дозволяє відвідувачам насолоджуватися колекціями онлайн. Міжнародні організації та проекти – взаємодія через міжнародні організації збільшує видимість музеїв на міжнародному рівні, сприяючи культурному обміну і порозумінню між народами, що розширює аудиторію музеїв і сприяє інтеграції культурного простору Європи і світу. Експозиційно-виставкова діяльність – традиційні методи музейної комунікації включають експозиційно-виставкову діяльність, яка дозволяє відвідувачам безпосередньо сприймати культурні пам'ятки. Просвітницько-освітня діяльність – музеї організують освітні програми, семінари, лекції і майстер-класи для поширення знань та культури. Видавнича діяльність – публікація наукових праць, каталогів, брошур та інших матеріалів для популяризації та збереження культурної спадщини. Цифрові технології – використання соціальних мереж, віртуальних платформ та інших онлайн-інструментів для популяризації музейних колекцій і взаємодії з аудиторією [2, с. 166].

Основними каналами музейної комунікації є експозиційна і виставкова діяльність, яка має дві основні цілі: перехід на новий рівень експозиційної роботи музею та залучення нових категорій населення до формування музейної культури.. Музейні предмети при відповідній інтерпретації надають пізнавальну та емоційну інформацію про культуру, дозволяючи сприймати її як частину світової культурної спадщини. Ефективна музейна комунікація вимагає візуального характеру отримання інформації, безпосереднього контакту відвідувача з музейним матеріалом, спеціальної підготовки музейного працівника та всебічного вивчення методик музейної експозиції. Експозиція повинна бути не лише демонстрацією експонатів, але й художнім твором, що впливає на глядача емоційно. Завдяки музеям суспільство зберігає та передає культурні традиції й цінності.

На нашу думку, саме експозиція залишається найефективнішим каналом музейної комунікації, оскільки вона включає візуальний тип передачі інформації та її перекодування з вербальної форми в невербальну і назад. Кожен предмет у такій експозиції набуває особливого значення тільки у відповідному контексті, перетворюючись на експонат, який є частиною більшої інформаційно-комунікаційної системи музею.

Музейні фонди не є просто систематизованим складом недоторканих предметів; вони постійно розвиваються та відкриваються для публіки. Тому одним із важливих аспектів музейної комунікації є оновлення експозицій новими матеріалами, створення нових виставок та доступність сховищ для глядачів, а також належне наукове комплектування фондів. Ці дії спрямовані на підвищення культурного значення музейних колекцій та їхнє більш ефективне використання у комунікації з громадськістю. Опосередкована музейна комунікація полягає у поширенні інтерпретації музейних пам'яток через комунікаційні канали, які не включають безпосередній контакт відвідувача з експонатами. Використання масових медіа та сучасних інформаційних технологій для розповсюдження інформації про музейні заклади та їх колекції дозволяє досягти широкої аудиторії [7, с. 11]. Із розвитком віртуальної культури, доступ до музейних ресурсів став загальноприйнятою нормою, що вимагає від музеїв активного використання Інтернет-технологій для забезпечення комунікації з відвідувачами, збагачення їх культурними знаннями, а також для інтеграції національних музеїв у світову музейну спільноту. Особливо важливою стає інтерактивність музейних веб-сайтів, які, будучи обладнані анімованими планами, відеопанорамами та іншими інтерактивними функціями, сприяють глибшому залученню публіки та збільшенню їхньої взаємодії з музейним контентом [8, с. 5].

Музейні веб-сайти можна класифікувати на дві основні категорії: сайти, які належать до реально існуючих музеїв, та сайти віртуальних музеїв. Сайти реальних музеїв зазвичай служать як компактні путівники по музеях різних типів, таких як художні, історичні, етнографічні, археологічні та інші. На таких

сайтах зазвичай можна знайти інформацію про історію музею, його робочий режим, постійні експозиції, тимчасові виставки, колекції та окремі предмети.

На багатьох з цих веб-ресурсів можуть бути представлені віртуальні виставки картин на честь ювілеїв відомих художників, а також тематичні виставки. Тим не менш, на сайтах частіше можна зустріти інформацію про історію музею, дані для відвідувачів, а постійні експозиції та виставки представлені дещо рідше. Освітні програми та наукові матеріали зустрічаються на таких сайтах ще рідше. Друга категорія музейних сайтів – це віртуальні музеї [11, с. 100]. Нещодавно таких музеїв в інтернеті було лише кілька, але сьогодні, наприклад, в Італії нараховується понад 8000 таких ресурсів.

Серед найбільш відомих віртуальних музеїв Європи – це Музей Ван Гога у Нідерландах, Лувр у Франції, Британський музей у Великій Британії, Театр-музей Далі в Іспанії, Бельведере (Belvedere) і Музей історії мистецтв в Австрії, Галерея Уффіці у Флоренції, Сикстинська капела у Ватикані, Капітолійські музеї в Італії, Стара національна галерея у Німеччині.

Музеолог Наталія Білан виокремлює 6 видів міжмузейної комунікації (див. Рис. 2. 1.).

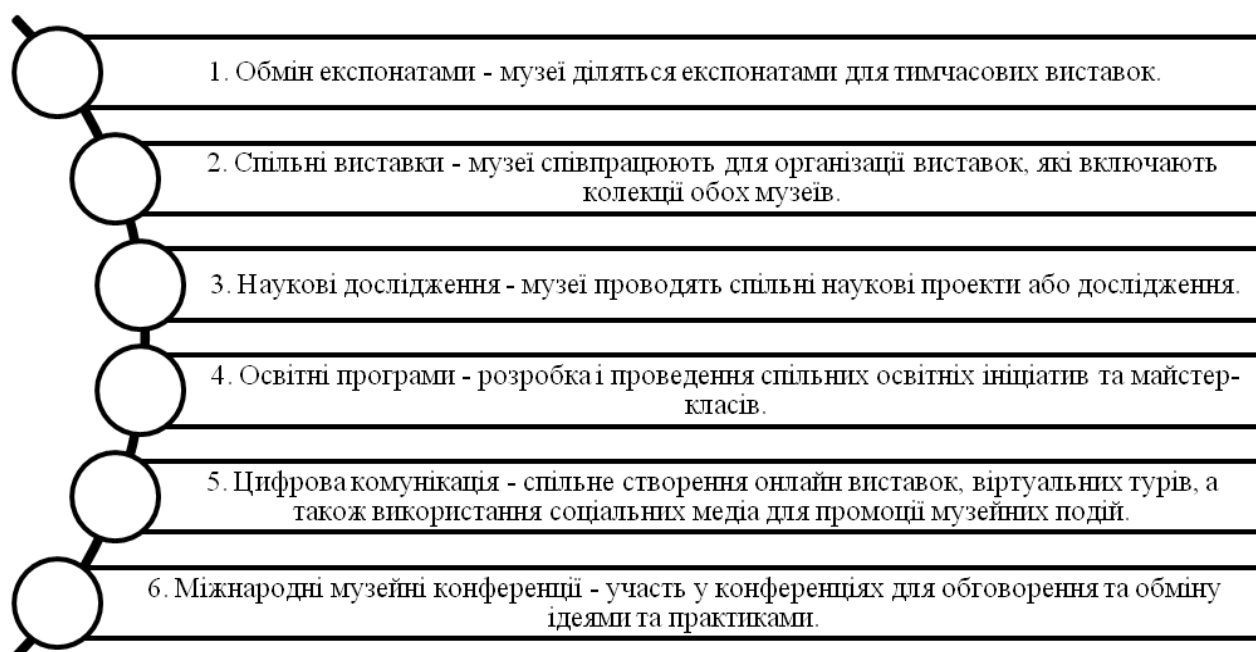


Рисунок 2.1. Види міжмузейної комунікації.

Джерело: складено автором на основі використаних джерел [11, с. 101].

Отже, міжмузейна комунікація відіграє важливу роль у розвитку та розширенні музейної діяльності, пропонуючи різноманітні форми і види взаємодії. Вона включає обмін експонатами, організацію спільних виставок, проведення наукових досліджень, реалізацію освітніх програм, використання цифрових технологій для створення віртуальних виставок та соціальних медіа кампаній, а також участь у міжнародних конференціях. Така комплексна діяльність не тільки сприяє культурному обміну та співпраці між музеями, але й забезпечує глибшу інтеграцію та розвиток музейної сфери на міжнародному рівні. Вона підвищує значення музеїв та їх доступність для широкої аудиторії, відкриваючи нові можливості для освітньої та просвітницької роботи. Завдяки цьому, музеї можуть не тільки зберігати та передавати культурні традиції, але й активно впливати на формування культурного середовища сучасного суспільства. Залучення цифрових технологій дозволяє музеям створювати віртуальні виставки, які можуть бути доступними для людей з усього світу. Це особливо важливо в сучасному світі, де доступ до інформації та культурних цінностей має бути максимально зручним та швидким. Соціальні медіа кампанії також відіграють важливу роль у популяризації музейної діяльності, залучаючи нових відвідувачів та поширюючи знання про культурні та історичні об'єкти. Участь у міжнародних конференціях дозволяє музейним працівникам обмінюватися досвідом, обговорювати нові тенденції та виклики, що стоять перед музейною спільнотою. Отже, міжмузейна комунікація є ключовим елементом сучасної музейної діяльності, що забезпечує обмін знаннями, культурними цінностями та досвідом, сприяючи підвищенню рівня освіченості та культурної обізнаності суспільства.

РОЗДІЛ 3. УКРАЇНА В МІЖМУЗЕЙНІЙ КОМУНІКАЦІЇ

3.1. Розвиток міжмузейних контактів

Українські музеї стають все більш помітними на міжнародній арені, з'являючись у переліку музеїв, рекомендованих для відвідування, що включає активне ведення інтернет-сторінок та використання цифрових технологій для залучення туристів [33].

У 2018 році Український інститут (державна установа культурної дипломатії, метою якої є покращення розуміння і сприйняття України та українців у світі) ініціював довгостроковий проєкт, який передбачав створення аудіогідів українською мовою для провідних світових музеїв. Цей проєкт має за мету популяризувати українську мову на міжнародній арені та задовольняти лінгвістичні потреби українців, які проживають за кордоном. Зокрема, у Польщі, яка стала новим домом для частини українців в останні 3 роки, ця ініціатива має важливе соціальне значення. В результаті багато польських музеїв почали пропонувати аудіоекскурсії українською мовою, що не тільки сприяє збереженню української мови, але й піднімає міжнародний статус України як культурної нації [34].

У Польщі було створено Комітет допомоги музеям України (Komitet Pomocy Muzeom Ukrainy / Committee for Ukrainian Museums). Цей орган об'єднує керівників музеїв по всій Польщі, включно з такими значними закладами, як Музей Юзефа Пілсудського в Сулейку, Музей Другої світової війни в Гданську, Музей Аушвіц-Біркенау та інші. Ця ініціатива демонструє підтримку української культурної спадщини на міжнародному рівні та сприяє культурному обміну між країнами.

Сьогодні українські музеї за кордоном не лише демонструють колекції артефактів, але й виконують функції наукових та освітніх центрів. Вони проводять наукові дослідження, публікують книги, організовують заходи та

семінари, надають консультації і допомагають біженцям інтегруватися в нові соціальні умови. Подібна діяльність сприяє збереженню української національної ідентичності та підтримує культурну інтеграцію українців у світовому суспільстві, демонструючи необхідність сучасної культурної комунікації і залучення до міжнародного культурного життя [44].

Українські музеї за кордоном мають складне завдання – зацікавити іноземців українською історією, культурою та достойно представити їх унікальність і неповторність. Важливість залучення кваліфікованих фахівців для цієї місії є вищою ніж будь-коли, оскільки сучасні музеї потребують не лише мистецтвознавців та істориків, а й кураторів, арт-менеджерів, туристичних експертів та IT-спеціалістів для ефективної роботи і присутності в інтернеті, що сьогодні вважається необхідною умовою існування. Зростаюча потреба в сучасній музейній комунікації вимагає від музеїв за кордоном не тільки експозицій, але й активної реклами через мас-медіа, включаючи телебачення, радіо та пресу. Налагодження довготривалого партнерства із ЗМІ, розробка стратегій музейного PR, і створення іміджу через систематичні зв'язки з громадськістю є критичними для підвищення відвідуваності і залучення нової аудиторії. Сучасні медіа вимагають від музеїв не лише представлення унікальних історичних колекцій, але й висвітлення їх актуальності та важливості для соціального обговорення [32].

Українські музеї за кордоном відіграють ключову роль у збереженні національної ідентичності серед діаспори та промоції України як культурно значущої країни на міжнародній арені. Це включає не тільки традиційні музейні активності, але й освітні програми, публічні заходи та культурні ініціативи, які допомагають українцям з різних країн зберігати та відновлювати зв'язки зі своєю культурною спадщиною. Музеї виступають не лише як хранителі артефактів, але й як активні учасники культурного життя, сприяючи інтеграції українців у світове культурне співтовариство.

Ініціатива Першої леді України Олени Зеленської привела до створення 50 україномовних аудіогідів у 32 країнах світу [34]. Ці аудіогіди охоплюють

місця, що мають велике культурне та історичне значення, і вони тепер доступні українською мовою. Олена Зеленська зазначила, що важливо, щоб українці по всьому світу не відчували недооцінки своєї мови та культури, особливо в ситуаціях, коли українська мова відсутня серед доступних опцій у музеях та на інших платформах. Останні аудіогіди були запущені у таких країнах як Азербайджан, де представлено історико-художній заповідник «Гобустан», Словаччина, де доступний аудіогід у готичному храмі Братислави, та в Норвегії, де аудіогіди були введені в міських турах Осло та у музеї Фрама, присвяченому полярним експедиціям. Австрія також анонсувала введення україномовних аудіогідів у Імператорській скарбниці та музеї Зальцбурга. Таким чином, це розширюючи список країн, де українська мова стає частиною культурного діалогу. О. Зеленська наголошувала на важливості розширення цього проекту, щоб українська мова лунала у світових культурних пам'ятках як відображення багатой української культурної спадщини, що дозволить не тільки українцям відчувати себе як вдома, навіть будучи далеко за її межами, але й сприятиме міжнародному визнанню української мови та культури [34].

Впровадження україномовних аудіогідів у світових музеях відіграє важливу роль у культурній інтеграції та підтримці української ідентичності за кордоном, що не тільки дозволяє українцям глибше опановувати світову культуру, але й наголошує на значущості української мови як частини світової культурної спадщини. Такі ініціативи також сприяють більшій видимості України на міжнародній арені, підвищуючи культурний статус країни і роблячи її мову та культуру більш привабливими та зрозумілими для іноземців.

3.2. Інтеграція українських музеїв у світовий музейний простір

Інтеграція українських музеїв у світовий музейний простір набуває особливого значення у контексті триваючого воєнного конфлікту в Україні. В умовах війни, активна міжнародна комунікація та співпраця музеїв допомагають не тільки у збереженні культурної спадщини, яка може бути знищена або пошкоджена, але й у промоції образу України як культурної нації,

що веде боротьбу за свою ідентичність та незалежність, що створює підґрунтя для міжнародної підтримки та сприяє культурному діалогу, який може виступати як мирний контраргумент у військових діях.

Україна, будучи однією з провідних країн Європи за кількістю об'єктів культурної спадщини, має досить значну кількість історико-культурних пам'яток, багато з яких зберігаються в фондах національних музеїв. Саме музеї виступають ключовими соціальними інститутами, які забезпечують формування історичної пам'яті народу та сприяють освіті молоді й усього суспільства про минуле. Важливим аспектом сучасної діяльності музеїв є інтеграція в глобальний музейний простір, особливо через використання Інтернету та соціальних медіа [32].

Більшість українських музеїв розуміють необхідність бути представленими онлайн, оскільки відсутність веб-сайту може сприйматися як відсутність музею взагалі, що включає інформацію про історію музею, експозиції, виставки, та спеціальні події. Україна може пишатися своїми унікальними музеями народної архітектури та побуту, які відображають багату культурну спадщину регіонів. Серед них виділяються: Музей народної архітектури та побуту «Шевченківський гай» у Львові, Закарпатський музей народної архітектури та побуту в Ужгороді, Національний музей історії України в Києві, «Мамаєва Слобода» також у Києві, Національний історико-етнографічний заповідник «Переяслав» у Переяславі-Хмельницькому, Національний історико-культурний заповідник «Чигирин» (Резиденція Богдана Хмельницького) у Чигирині, та Національний заповідник «Хортиця» в Запоріжжі. Ці музеї не тільки зберігають історичні реліквії, але й активно використовують сучасні технології для залучення відвідувачів: вони мають озвучені екскурсії і пропонують віртуальні тури українською та англійською мовами, дозволяючи людям з усього світу зануритися в історію та культуру України в режимі онлайн [34].

Співпраця з приватними фондами та організаціями допомагає фінансувати музейні проєкти, включаючи друк видань та проведення науково-дослідних робіт.

Сучасний цифровий світ диктує нові правила для всіх сфер життя, включаючи культурні інституції. Українські музеї активно адаптуються до цих змін, розуміючи значення соціальних мереж як інструмента залучення відвідувачів та розповсюдження інформації. Наразі, багато великих музеїв України, такі як Національний музей історії України, Меморіальний комплекс «Національний музей історії Великої Вітчизняної війни 1941–1945 років», Національний художній музей України та інші, мають свої сторінки у популярних соціальних мережах. Створення профілів у соціальних мережах для більшості музеїв датується 2011–2013 роками, що свідчить про початковий етап їхньої інтеграції у сферу соціальних медіа. Це був час, коли музеї тільки починали освоювати основні інструменти інтернет-присутності, вивчаючи потенційні можливості для зв'язку з аудиторією і популяризації своїх колекцій [37].

З 2014 по 2018 роки, музеї України вступили в другий етап своєї інтеграції в соціальні мережі. Цей період характеризується більш активним залученням ІТ-спеціалістів для розробки і підтримки веб-сайтів, організацією курсів для підвищення кваліфікації музейних працівників у сфері новітніх технологій, і створенням цікавих форм подачі інформації. Все це мало на меті зробити музейні сайти не просто інформаційними ресурсами, а ефективними платформами для комунікації.

Майданчики такі як Instagram, TikTok, Facebook, та Twitter не лише дозволяють музеям створювати сторінки або акаунти для просування своїх експозицій та заходів, але й служать як основні канали для прямої взаємодії з аудиторією. Наявність активних посилань на ці соціальні мережі на головних сторінках музейних сайтів значно збільшує кількість відвідувань, що сприяє глибшій інтеграції людей у створений музеєм інформаційний простір. Більшість музеїв наразі використовують соціальні мережі на базовому рівні,

налаштовуючи автоматичний експорт новин з їхніх веб-сайтів і створюючи основні профілі. Однак, передові практики показують, що наступним кроком може стати створення на базі цих мереж комплексного середовища для активної роботи з аудиторією [31].

Соціальні мережі стають дедалі важливішим інструментом для українських музеїв у їхній інтеграції до світового культурного простору. Вони використовують платформи як Instagram, Facebook, і Twitter не тільки для того, щоб залучити більше відвідувачів, але й для того, щоб активно взаємодіяти з міжнародною аудиторією. Наведемо приклади активних українських музеїв у соцмережах:

1. Національний художній музей України. Оновлений після ребрендингу, музей використовує Instagram для показу бекстейджів виставок і реставраційних процесів, що робить культурний досвід більш прозорим і доступним (див. Додаток А).

2. Музей Ханенків. Відомий своєю колекцією світового мистецтва, музей активно веде свій Instagram, організовує квести та дозволяє фотографування, що робить візит до музею інтерактивним та приємним (див. Додаток Б).

3. Одеський художній музей. Паблік музею багатий на фотографії творів мистецтва, які передають дух одеських мистецьких рухів і зберігають культурну ідентичність (див. Додаток В).

4. Галерея Артсвіт. Центр сучасного мистецтва у Дніпрі, що використовує Instagram як арт-хаб для анонсування і рефлексії своїх заходів (див. Додаток Д).

5. Мистецький Арсенал. Національний культурно-мистецький комплекс, що є домом для багатьох культурних проєктів і виставок. Їх Instagram є вітриною для огляду цих ініціатив (див. Додаток Ж).

6. IZOLYATSIA. Платформа культурних ініціатив, що перемістилася з Донецька до Києва, активно використовує Instagram для документування та промоції своїх проєктів (див. Додаток З).

7. Museums of Ukraine. Неофіційний Instagram акаунт, який підтримується на високому рівні і висвітлює діяльність музеїв по всій Україні (див. Додаток К).

Таким чином, соціальні мережі єднують різні верстви суспільства і створюють умови для взаємодії, яка раніше була неможлива. Завдяки їх зрозумілому інтерфейсу та легкості використання відкриваються широкі можливості для культурного обміну і взаємодії без необхідності довгої адаптації з боку користувачів, що дозволяє музеям швидко й ефективно взаємодіяти з аудиторією, збільшуючи їхню відвідуваність та популярність. Соціальні мережі та інтернет-технології відіграють ключову роль у сучасному процесі інтеграції українських музеїв у глобальний культурний простір. Вони не тільки допомагають музеям бути більш доступними та привабливими для відвідувачів, але й стимулюють культурний обмін і співпрацю між музеями і культурними організаціями всього світу.

Отже, інтеграція українських музеїв у світовий музейний простір є критично важливою для забезпечення культурного розвитку та міжнародного визнання України. Через різноманітні міжнародні ініціативи, такі як обмінні програми, участь у міжнародних виставках, мультимедійні проекти, та наукові публікації, наукові конференції українські музеї відкривають свою культуру світові, що сприяє зміцненню міжнародних зв'язків та підтримці. В контексті війни така інтеграція також має велике символічне значення, демонструючи непохитність українського духу і бажання зберігати та просувати свою історію та культуру незалежно від зовнішніх викликів.

ВИСНОВКИ

Міжмузейна комунікація відіграє ключову роль у сучасному музейному русі, виступаючи не лише як засіб обміну колекціями чи досвідом, але й як платформа для спільного розвитку та вирішення глобальних викликів. Вона сприяє збагаченню культурного діалогу між країнами, підвищуючи обізнаність про різноманітність світової культурної спадщини та її значення для сучасності та майбутнього. Через міжмузейну взаємодію музеї можуть поділитися унікальними експонатами, які розкривають нові аспекти історії, мистецтва, науки та технологій, збільшуючи тим самим цінність кожного відвідування музею.

Співпраця між музеями також є важливим фактором у сфері освіти та наукових досліджень. Спільні освітні програми, майстер-класи, конференції та семінари, організовані музеями різних країн, відкривають нові можливості для навчання та обміну знаннями. Це не тільки збагачує професійну спільноту, але й надає відвідувачам більш глибоке розуміння предметів та явищ, представлених в музеях.

Міжмузейна комунікація також сприяє розвитку нових технологій у музейній практиці. Співпраця в області діджиталізації колекцій, розробки віртуальних виставок та інтерактивних освітніх програм дозволяє музеям стати більш доступними для широкої аудиторії. Використання новітніх технологій не лише розширює можливості музеїв у сфері залучення відвідувачів, але й сприяє збереженню колекцій для майбутніх поколінь. Важливим аспектом міжмузейної комунікації є співпраця у сфері збереження культурної спадщини. Обмін досвідом і технологіями у сфері консервації та реставрації допомагає музеям покращити умови зберігання експонатів і застосувати найкращі практики для збереження пам'яток. Спільні зусилля в цій галузі сприяють захисту культурної спадщини від зникнення та забезпечують її доступність для

майбутніх поколінь. Міжмузейна комунікація сприяє розширенню міжкультурного діалогу та взаєморозуміння. Музеї, обмінюючись експозиціями та організовуючи спільні виставки, дозволяють аудиторії заглибитися в різноманітні культурні контексти, сприяючи кращому розумінню та повазі між різними народами та культурами. Цей аспект особливо важливий у сучасному глобалізованому світі, де культурні відмінності та спільні цінності лежать в основі міжнародної співпраці та миру.

Протягом ХХ століття було закладено теоретичне та практичне підґрунтя для розвитку сучасних креативних музейних практик, що значно вплинуло на еволюцію музейної справи. Розуміння креативності як здатності до створення нових значущих форм і продукування унікальних образів зробило її ключовим елементом інноваційного розвитку. В сучасному музейному середовищі креативність перетворилася на основне джерело конкурентної переваги та найважливіший ресурс для розвитку музейної комунікації, відкриваючи музеям шлях до інновацій та постійного самовдосконалення. Креативний музей виступає не лише як місце зберігання культурної спадщини, а й як середовище, яке надихає відвідувачів та працівників на пошук нових ідей, експерименти та особистісне зростання. Такий підхід вимагає від музейних професіоналів не лише глибоких знань у своїй галузі, але й відкритості до сприйняття нового, бажання до неперервного навчання та здатності мислити нестандартно. У цьому контексті проєктна діяльність у музеях виступає як інноваційна технологія, яка сприяє розвитку креативності та втіленню нових ідей у життя.

Ідеологія проєктування, яка стала однією з провідних тенденцій сучасної культури, знайшла своє втілення у музейній справі через проєктну діяльність. Це дозволяє музеям бути гнучкими в адаптації до швидко змінюваного культурного ландшафту, реагувати на актуальні соціальні запити та виклики, а також сприяє розробці нових форм музейної взаємодії з аудиторією. Проєктна діяльність у музейній справі демонструє значну комунікативну ефективність, перевершуючи традиційні форми музейної діяльності. Вона сприяє не тільки розвитку музеїв як інституцій, але й зміцнює їхню роль у суспільстві як центрів

культури, освіти та інновацій. Через проєктну діяльність музеї можуть ефективніше взаємодіяти з різними аудиторіями, розширювати свої кордони та впливати на суспільні процеси, роблячи культурну спадщину більш доступною та зрозумілою для широкого кола людей. Таким чином, підґрунтя, закладене у ХХ столітті, та сучасні тенденції в музейній справі вказують на невідпинний розвиток креативних практик у музейному середовищі.

Міжмузейна комунікація в європейському музейному просторі має глибокі корені та розвивається у відповідь на зміни в глобальних культурних, технологічних та соціальних контекстах. Однією з ключових ролей у цьому процесі відіграють міжнародні організації, як-от Міжнародна рада музеїв (ICOM). Подібні організації сприяли стандартизації музейних практик, обміну знаннями та створенню платформ для культурного діалогу між музейними інституціями різних країн. Це, в свою чергу, підсилило розуміння міжмузейної комунікації як важливого інструменту для збереження та просування культурної спадщини на міжнародному рівні. Напрями міжмузейної комунікації стали більш різноманітними з часом, включаючи обмін колекціями, спільні виставкові проєкти, наукові дослідження та освітні програми. Ініціативи допомагають музеям не тільки розширювати власні колекції та експозиції, але й глибше заглиблюватись у контексти інших культур, сприяючи таким чином глобальному культурному обміну. Наприклад, співпраця між музеями Європи та інших континентів дозволяє аудиторіям відкривати різноманітність світової культури та історії, що є невід'ємною частиною освітньої місії музеїв.

Форми і види міжмузейної комунікації також значно еволюціонували. Від традиційних обмінів експонатами до використання цифрових технологій для створення віртуальних виставок та онлайн-архівів, які доступні глобальній аудиторії. Цифровізація музейних колекцій не тільки розширює доступність цих ресурсів, але й забезпечує нові можливості для міжкультурної взаємодії та освітньої діяльності. Враховуючи сучасні виклики, такі як пандемія COVID-19, цифрове взаємодіяння набуває особливого значення, дозволяючи музеям продовжувати свою діяльність у складних умовах. Загалом, міжмузейна

комунікація є фундаментальною для сучасного музейного простору Європи, сприяючи не тільки збереженню культурної спадщини, але й її активному використанню в освітніх та культурних цілях на міжнародному рівні. Розвиток міжмузейних взаємодій стимулює культурний обмін та відкриває нові перспективи для розуміння культурної різноманітності та спільної історії людства.

Розвиток міжмузейних контактів в Україні свідчить про активне включення країни в міжнародний музейний простір, що є ключовим для культурного розвитку та обміну. Українські музеї постійно розширюють свої зв'язки з зарубіжними колегами через спільні проекти, обмін експонатами та співпрацю у наукових дослідженнях. Це підвищує рівень культурної інтеграції України в глобальний контекст, відкриваючи нові перспективи для розвитку музейної справи на національному рівні. Така активна участь у міжмузейній комунікації не тільки покращує імідж України на міжнародній арені, але й сприяє обміну досвідом та найкращими практиками, що є важливим для осучаснення музейної діяльності. Рекомендується подальше залучення у міжнародні музейні асоціації та збільшення участі в міжнародних виставках і проєктах, що дозволить Україні ефективніше використовувати культурні активи для зміцнення своєї культурної ідентичності та освітньої місії.

Інтеграція українських музеїв у світовий музейний простір – це комплексне завдання, що вимагає використання різноманітних інструментів та підходів, крім стандартного використання соціальних мереж і Інтернету. Для ефективної інтеграції й популяризації української культурної спадщини на міжнародному рівні можна використовувати такі методи:

- розвиток міжнародних партнерств з іншими музеями та культурними інституціями; співпраця через обмінні програми, які дозволяють обмінюватися експонатами, виставками, дослідницькими проєктами, а також персоналом;

- участь у міжнародних виставках, ярмарках, конференціях, круглих столах та інших форумах є важливою складовою для просування українських музеїв за кордоном;
- розробка мультикультурних проєктів, що включають використання сучасних мультимедійних технологій для створення інтерактивних виставок і віртуальних турів, що не лише робить відвідування музеїв більш захоплюючим і цікавим, але й значно розширює аудиторію, дозволяючи людям з усього світу віртуально відвідати музей без фізичного пересування.

Активна участь України в міжмузейній комунікації відіграє значну роль у зміцненні міжнародного культурного діалогу, збереженні, підтримці та популяризації української культурної спадщини. Через міжнародні проєкти, обміни експонатами та співпрацю в наукових дослідженнях, українські музеї не тільки збагачують власні колекції, але й сприяють розвитку внутрішньої культурної політики, підвищенню рівня освіти та зміцнюють міжнародні зв'язки.

Підсумок дослідження засвідчує важливість міжмузейної комунікації для розвитку культури та освіти в Європі, розкриваючи її роль у збереженні культурної спадщини та сприянні міжнародному культурному діалогу. Рекомендується проведення подальших досліджень для оцінки нових технологічних можливостей у міжмузейній взаємодії та розробка практичних заходів для підвищення ефективності цифрового обміну та колаборації між музеями задля забезпечення доступності та інноваційності у представленні культурних цінностей на міжнародному рівні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Белікова М. В., Гресь-Євреїнова С. В. Інновації в музейній практиці України та світу: досвід та проблеми запровадження. *Актуальні проблеми, сучасний стан та перспективи розвитку індустрії туризму в Україні та Польщі: матеріали сьомої міжнар. наук.-практ. конф.* / ред. І. В. Саух. Житомир : Вид-во ЖФ КІБІТ, 2013. С. 149–151.
2. Білан Н. В. Інформаційні технології в сучасному музеї (на прикладі музеїв комунальної власності міста Полтави). *Документно-інформаційні комунікації в умовах глобалізації: стан, проблеми і перспективи: матеріали II Всеукраїн. наук.-практ. інтернет-конф., м. Полтава, 23 листоп. 2016 р.* Полтава: ПолтНТУ, 2016. С. 165–166.
3. Вайдакер Ф. Загальна музеологія: навч. посіб. Львів: Літопис, 2005. 626 с.
4. Вербицька П. В. Сучасна парадигма музейної комунікації. *Historical and Cultural Studies*. Вип. 3. № 1. С. 21–24.
5. Гопенко І. В. Музей та засоби масової інформації. Музей на межі тисячоліть. *Роль музеїв у культурному просторі України і світу*. Вип. 11. Дніпропетровськ, 2009. С. 565–573. (369 с.)
6. Гураль Р.І. Основні напрямки розвитку інформаційної структури музеїв. // *Роль музеїв у культурному просторі України і світу*. Вип. 11. Дніпропетровськ, 2009. С. 582–586.
7. Десятерик Д. Ксерокс Мазда: «Хай вас скеровує не технологія, а те, що ви хочете сказати». *День*. 2013. 1–2 лют. С.14.
8. Дубровіна Л., Киридон А., Матяш І. Архіви, бібліотеки, музеї – джерельна основа національної пам'яті, культурної спадщини України. *Бібліотечний вісник: Науково-теоретичний журнал*. 2017. № 1 (237). С. 310.
9. Ільєсова Л. С. Сучасні форми та методи рекламної роботи музею. *Національний музей історії України: його фундатори та колекції*. К., 1999. С. 169–174.

10. Капустіна Н. І., Івлева С. В. Ми мандруємо музеєм. Путівник по національному історичному музею ім. Д. І. Яворницького для батьків та дітей. Дніпропетровськ: АРТ-ПРЕС, 2011. 213 с.
11. Капустіна Н. І. Деякі аспекти роботи з музейною аудиторією (з досвіду роботи Дніпропетровського історичного музею ім. Д. І. Яворницького). *Сучасний музей: між скарбницею та підприємством*. Матеріали міжнар. конф. (м. Чернівці, 8 жовт. 2006 р.). Львів: ВНТЛ-Класика, 2008. С. 99–102.
12. Ключко Ю. М. Проблеми становлення та розвитку музеєзнавства. *Актуальні проблеми теорії і практики музейної та пам'яткоохоронної діяльності*: зб. наук. пр. (за мат. круглого столу). Київ: НАКККиМ, 2013. С. 59–69.
13. Коваленко Д. О. Інноваційні форми комунікації сучасного музейного простору. *Наука і молодь у XXI ст.*: збірник тез доповідей VI Міжнародної молодіжної науково-практичної інтернет-конференції. Полтава: ПУЕТ, 2020. С. 360–363.
14. Кондрашевська Ю. Проблема збереження національної ідентичності української діаспори (на прикладі українців Канади в другій половині XX ст.). URL: <file:///C:/Users/Supervisor/Desktop/%D0%9E%D0%9B%D0%95%D0%A1%D0%AF%20%D0%94%D0%9E%D0%9C%D0%90%D0%A8%D0%9A%D0%90%D0%9C%D0%9E%D0%AF%20%D0%A0%D0%9E%D0%91%D0%9E%D0%A2%D0%90/97395-205964-1-PB.pdf> (дата звернення: 18.02.2024).
15. Куценко С. Ю. Можливості використання соціальних мереж у діяльності музеїв України. *Праці Центру пам'яткознавства*. К., 2014. Вип. 26. С. 145–157.
16. Маньковська Р. В. Музеї України в суспільно-історичних викликах XX–початку XXI століть. Львів: Простір-М, 2016. 408 с.
17. Маньковська Р. Сучасні музейні комунікації та перспективи їх розвитку. *Краєзнавство*. 2013. № 3. С. 75–84.

18. Маньковська Р.В. Музеї України в інформаційному просторі: досвід та перспективи. Історія України. *Маловідомі імена, події, факти*. Вип. 11. К., 2000. С. 214–221.
19. Музейний простір України. URL:<http://prostir.museum.ua/journal> (дата звернення: 04.03.2024).
20. Матт Г., Льодерер Ю., Флатц Т. Культура і гроші: музей і підприємницька діяльність: практ. посіб.: пер. з нім. К : видавництво Жупанського, 2009. 176 с.
21. Матт Г., Флатц Т., Льодерер Ю. Культура і гроші. Музей – підприємницька діяльність. Практичний poradnik. К., 2009. 173 с.
22. Москалець А. А. Музей і ЗМІ. З досвіду організації співпраці з мас-медіа Дніпропетровського історичного музею. *Роль музеїв у культурному просторі України і світу*. Вип. 11. Дніпропетровськ : АРТ-ПРЕС, 2009. С. 565–573.
23. Москалець В. Україна за склом: як виглядають українські музеї в Америці . URL: <http://uamoderna.com/blogy/rank-moskalec/ukraine-behind-the-glass> (дата звернення: 17.03.2024).
24. Музейні читання. Матеріали наукової конференції Музею історичних коштовностей України. К., 1998. С. 123–129.
25. Мюллер-Штретен К. Маркетинг та PR: 15 смертних гріхів музеїв і як їх потрібно уникати. *Сучасний музей: між скарбницею та підприємством*. Матеріали Міжнародної конференції 8 жовтня 2006 р., м. Чернівці. Львів, 2008. С. 36–46.
26. Норріс Л., Тісдейл Р. Креативність у музейній практиці / пер. з англ. А. Коструби, Г. Кузьо, О. Омельчук, Є. Червоного. Київ, 2017. 192 с.
27. Отрох Н. Інноватика в музейній педагогіці. URL: <http://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/123456789/8622/1/Otrokh.pdf>. (дата звернення: 17.03.2024).
28. Передерій І. Г., Білан Н. В. Сучасна музейна комунікація в Україні та світі: стан і перспективи розвитку. *Бібліотекознавство. Документознавство*.

- Інформологія*. 2018. № 2. С. 72–79. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bdi_2018_2_12 (дата звернення: 16.02.2024).
29. Передерій І. Г. Віртуальна екскурсія як сучасна форма презентації музейних колекцій. *Тези 69-ої наукової конференції професорів, викладачів, наукових працівників, аспірантів та студентів університету*. Том 3. (Полтава, 19 квітня – 19 травня 2017 р.). Полтава: ПолтНТУ, 2017. С. 196–199.
30. Прокопенко Є. В. Музей та засоби масової інформації на сучасному етапі. *Музей на межі тисячоліть*. Дніпропетровськ, 1999. 369 с.
31. Руда О. Український Національний музей в Чикаго / The Ukrainian National Museum in Chicago. URL: <https://ukrainianpeople.us/%D1%83%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B8%D0%B9> (дата звернення: 12.01.2024).
32. Український музей в США увійшов у рейтинг місць, які варто побачити. URL: https://gazeta.ua/articles/diaspora/_ukrayinskij-muzej-v-ssa-uvijshov-u-rejtingm-isc-yaki-varto-pobachiti/934116 (дата звернення: 23.04.2024).
33. Український музей включили до переліку місць у Чикаго, де варто побувати. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-diaspora/2801958-ukrainskij-muzej-vklucili-do-pe-reliku-misc-ucikago-de-varto-pobuvati.html> (дата звернення: 12.01.2024).
34. Частина України за кордоном: у музеях 32 країн світу вже є україномовні аудіогіди URL: https://repo.btu.kharkov.ua/bitstream/123456789/33877/1/Slobozhanskyu_humanitariyi_2023_107-113.pdf (дата звернення: 17.03.2024).
35. Чирич Л. М. Відображення сучасного стану інноваційних освітніх закладів Дніпропетровщини в музейному зібранні. *Роль музеїв у культурному просторі України й світу: стан, проблеми, перспективи розвитку музейної галузі*. Вип. 11. Д.: Арт-прес, 2009. 608 с.
36. Шредль Ш. Аспекти музейної освітньої культури, що сприяє розвитку талантів. *Сучасний музей: між скарбницею та підприємством*. Матеріали

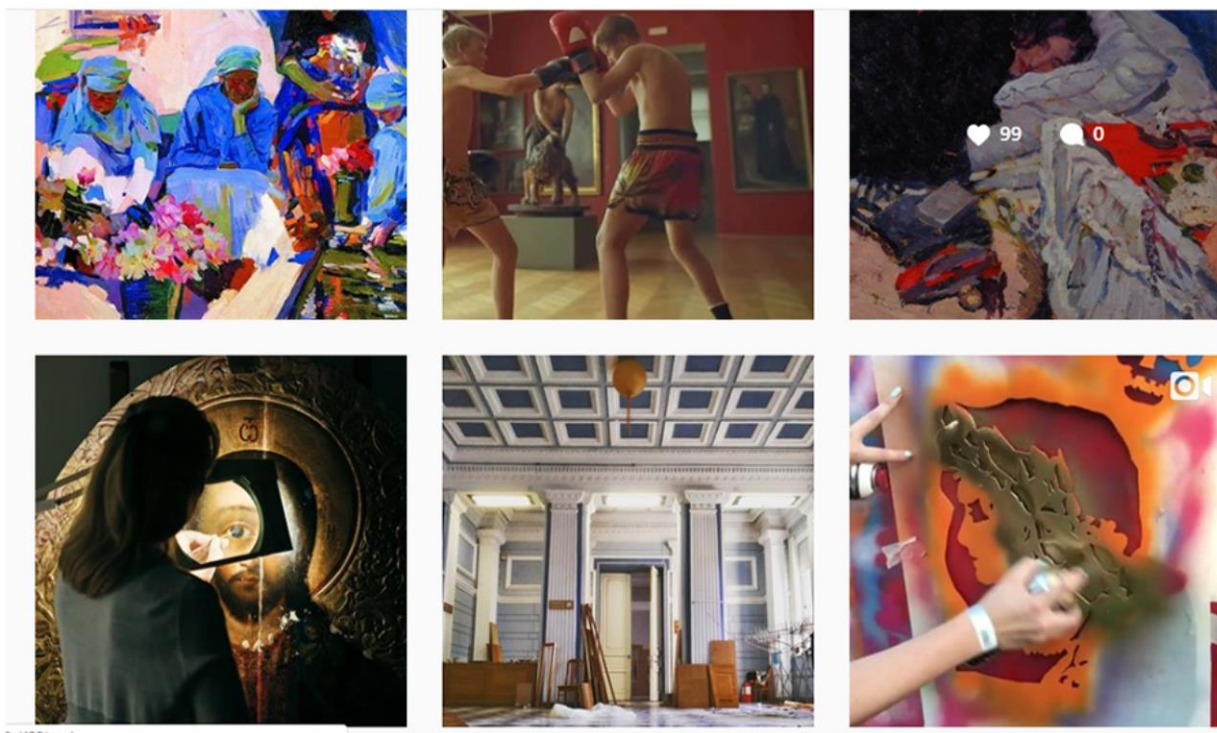
- Міжнародної конференції: 8 жовтня 2006 р., м. Чернівці. Львів, 2008. С.23–29.
- 37.Щербак Д. Становлення і розвиток музейної педагогіки в Україні. *Освіта дорослих: теорія, досвід, перспективи*: збірник наукових праць. К. Ніжин: Видавець ПП Лисенко М.М., 2009. Вип. 1. 231 с.
- 38.Яковець І. О. Комунікаційний простір сучасного музею як одна з основних категорій теорії музейної комунікації. *Вісник ХДАДМ*. 2013. №23. С. 129–133.
- 39.Bautista S.S. Museums in the Digital Age: Changing Meanings of Place, Community, and Culture. Alta Mira Press, 2017. 279 p. URL: https://books.google.com.ua/books?id=s3FBAGAAQBAJ&pg=PA208&lpg=PA208&dq=виртуальный+музей+Уругвая&source=bl&ots=WNRet3G19W&sig=F6OPr4MK4LwbRFp0DqZ4HIKQVM4&hl=uk&sa=X&ved=0ahUKEwjTvtasivvZAhUI_ywKHbKnAqUQ6AEIOTAD#v=onepage&q=%D0%B2%D0%B8%D1%80%D1%82%D1%83%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D1%8B%D0%B9%20%D0%BC%D1%83%D0%B7%D0%B5%D0%B9%20%D0%A3%D1%80%D1%83%D0%B3%D0%B2%D0%B0%D1%8F&f=false
(дата звернення: 23.04.2024).
- 40.Cameron D. A Viewpoint: The Museum as a Communications System and Implications for Museum Education. *Curator*. 1968. Vol. 11, No 1. P. 33–40.
- 41.Dana J. C. A Planfor a New Museum. Woodstock: The Elm Tree Press, 1920. P. 11.
- 42.Hooper-Greenhill E. Museums and the Shaping of Knowledge. London; New York, 1992.
- 43.ICOM затвердила нове визначення музею URL: https://lb.ua/culture/2022/08/25/527373_mizhnarodna_rada_muzeiv_icom.html
(дата звернення: 12.02.2024).

44. Lapchenko A. History of ecotourism development and its socio-economic potential in Ukraine. *Vectors of competitive development of socio-economic systems* : monograph. Ed. by O. Mandych, T. Pokusa. Academy of Management and Administration in Opole, 2020. Pp.49-52.
45. Simon N. Participatory museum. [Electronic resource]. Mode of access: URL: <http://www.participatorymuseum.org/>. Last access: 28.01.2018.
46. Virtual Museum of Canada website. URL: <http://www.virtualmuseum.ca> (дата звернення: 15.01.2024).
47. Živa Award - Музей «Дім Франка» отримав спеціальну нагороду Міжнародної премії URL: <http://maydan.drohobych.net/?p=11579> (дата звернення: 17.03.2024).

ДОДАТКИ

Додаток А

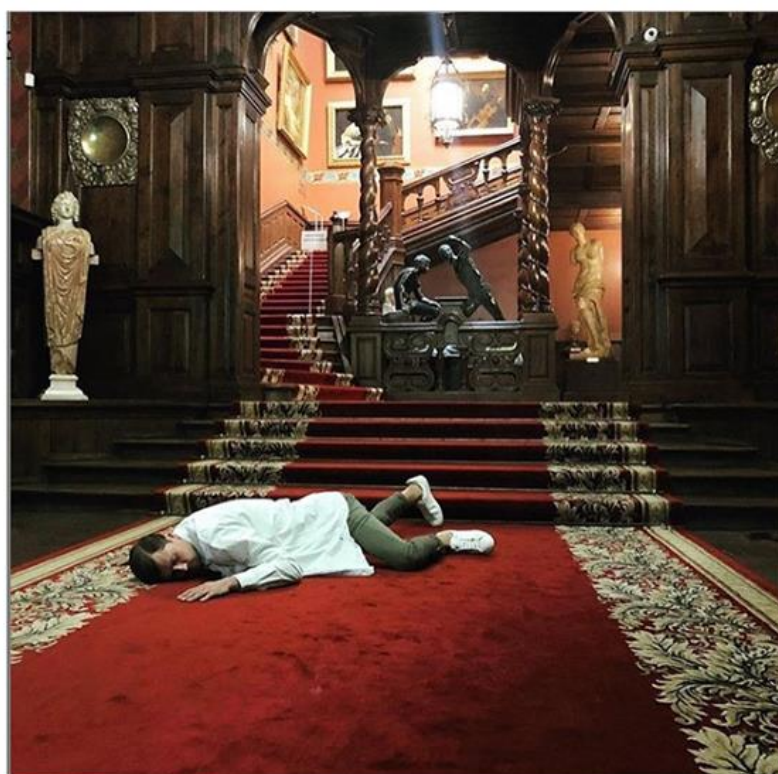
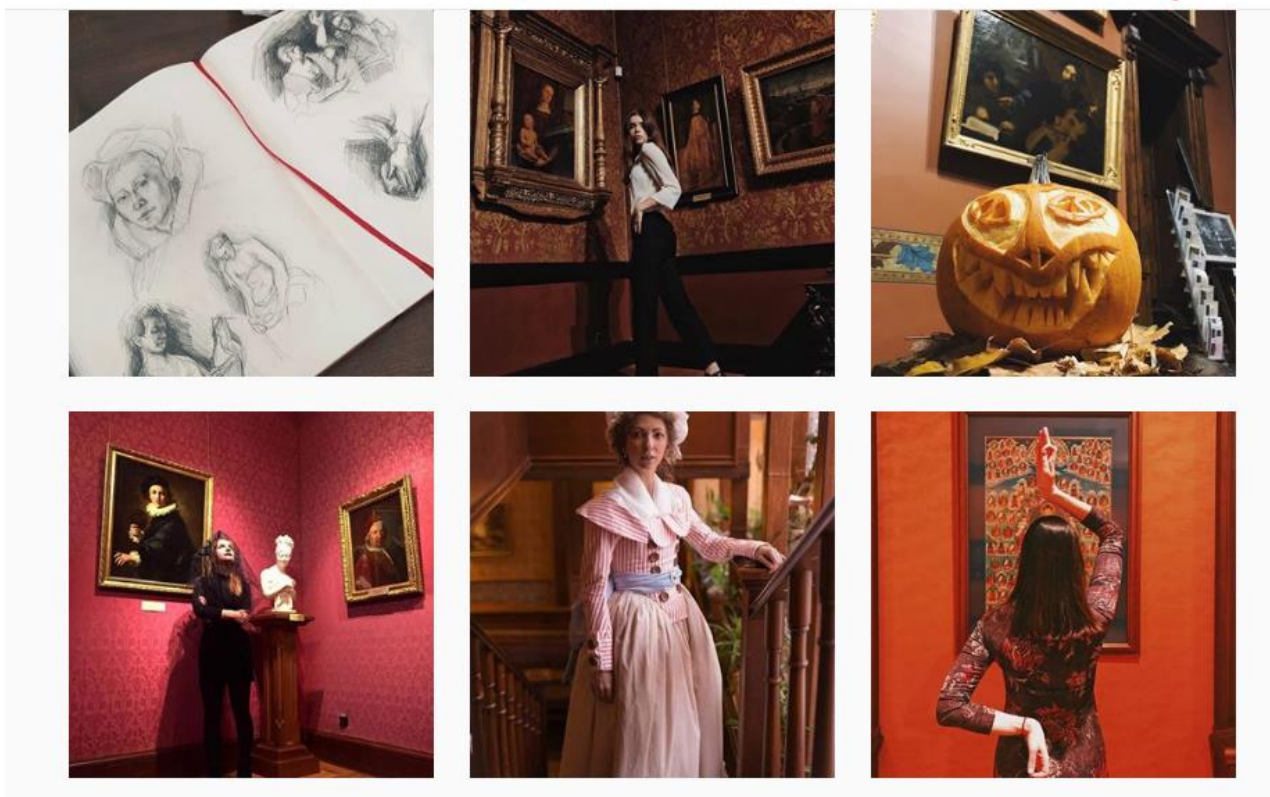
Сторінка в Інстанграмі National Art Museum of Ukraine



Джерело: [#нхму](#) [#namu](#) [#namumuseum](#) та www.facebook.com/namu.museum

Додаток Б

Сторінка в Інстаграмі Khanenko Museum



khanenko_museum • **Стежити**
Музей Ханенків. The Khanenko Museum

khanenko_museum Те відчуття, коли розумієш, що до завершення виставки "Венеція Найясніша" залишилося всього декілька тижнів. Обов'язково захопіть з собою новий формат наших квестів "Шукачі у музеї"

Ми вперше надрукували їх в кольорі та на глянцевому папері 📄💡 Вартість квесту: 15 грн
📄 Вартість вхідного квитка на виставку: 60 грн для дорослих, 30 грн для студентів, 15 грн для пенсіонерів та школярів

Фото: @alexandranatolievic
#khanenkomuseum

muzamama Діти з удовольствием и интересом искали ответы для квеста! Спаси́бо!



675 вподобань

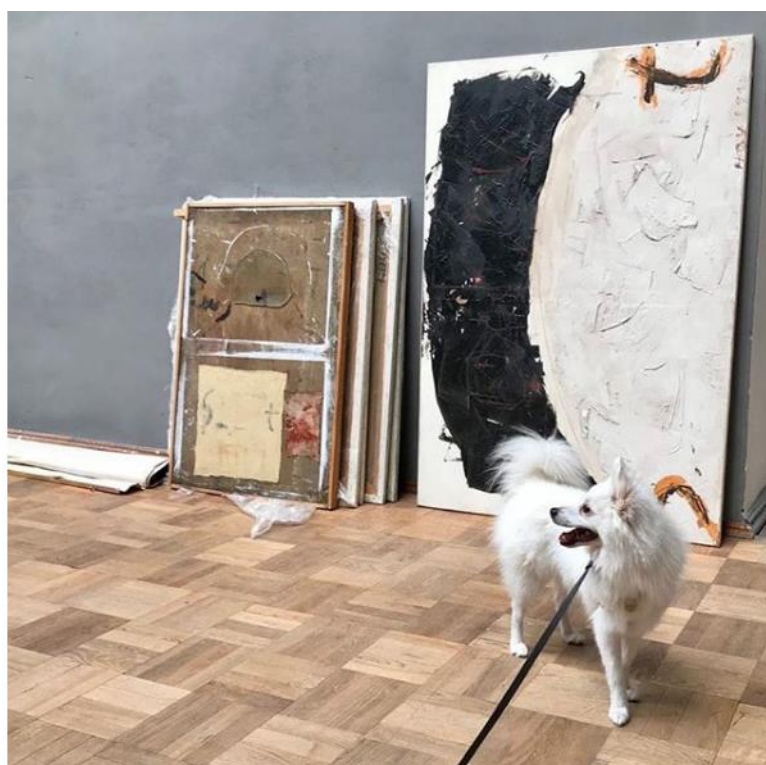
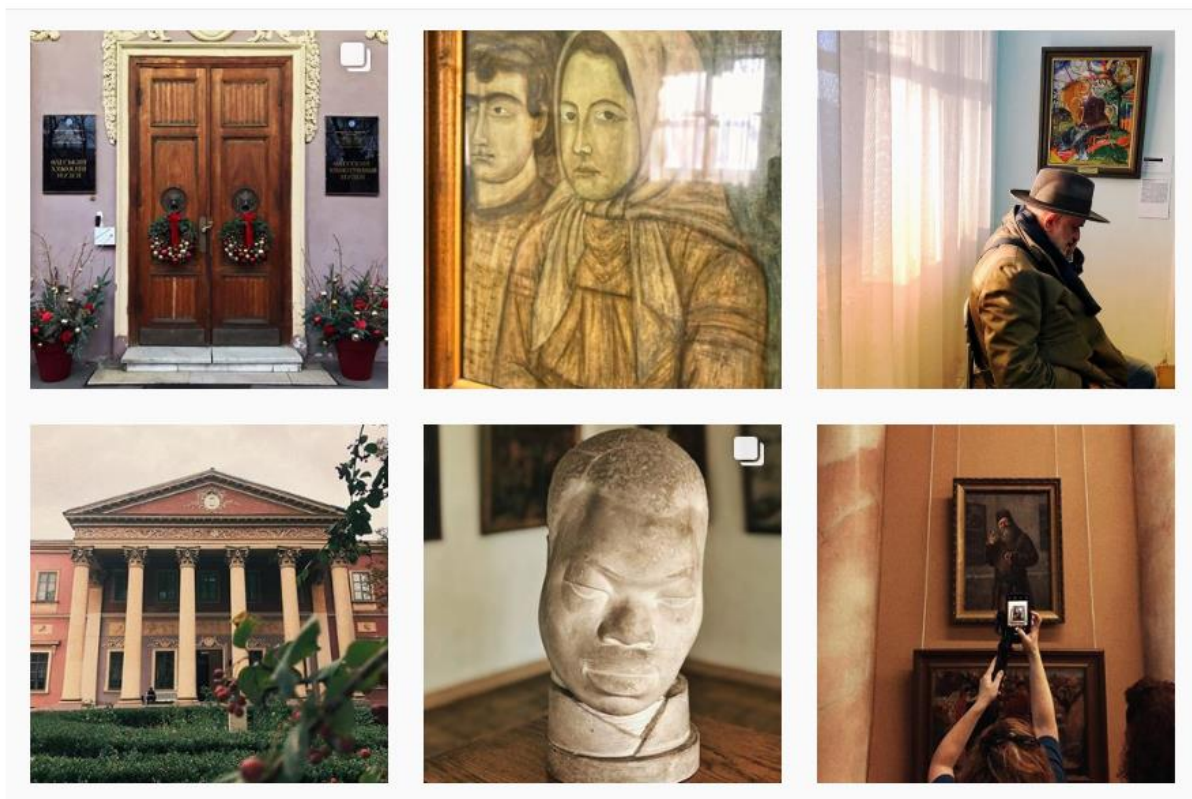
2 СЕРПНЯ


Додайте коментар...


Джерело: [#khanenkomuseum](https://www.instagram.com/khanenkomuseum) та www.khanenkomuseum.kiev.ua

Додаток В

Сторінка в Інстанграмі Одеського художнього музею



 **finearts_museum** • Following
OFAM/Одесский художественный музей

finearts_museum Іноді залучаємо до монтажу найцікавіших виставок друзів. Трапляються в нас і такі помічники як Тео! 
h.lis что/то интересное будет) 
finearts_museum @h.lis, ооочень интересное :) 
profiling_spiritca Ваша лента выглядит оригинально, это ценно в век однообразных постов 🙌🙌🙌 

Liked by museumsoukraine and 426 others

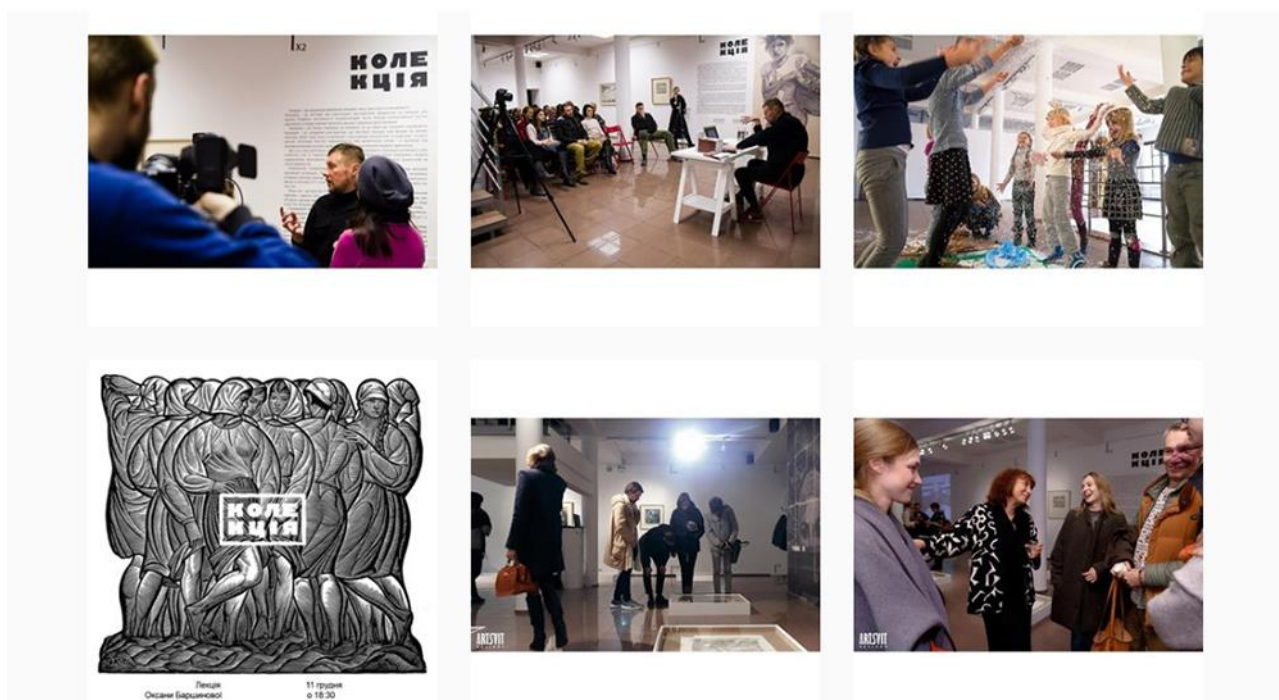
JULY 20

Add a comment...

Джерело: <https://www.facebook.com/ofam.org.ua/>

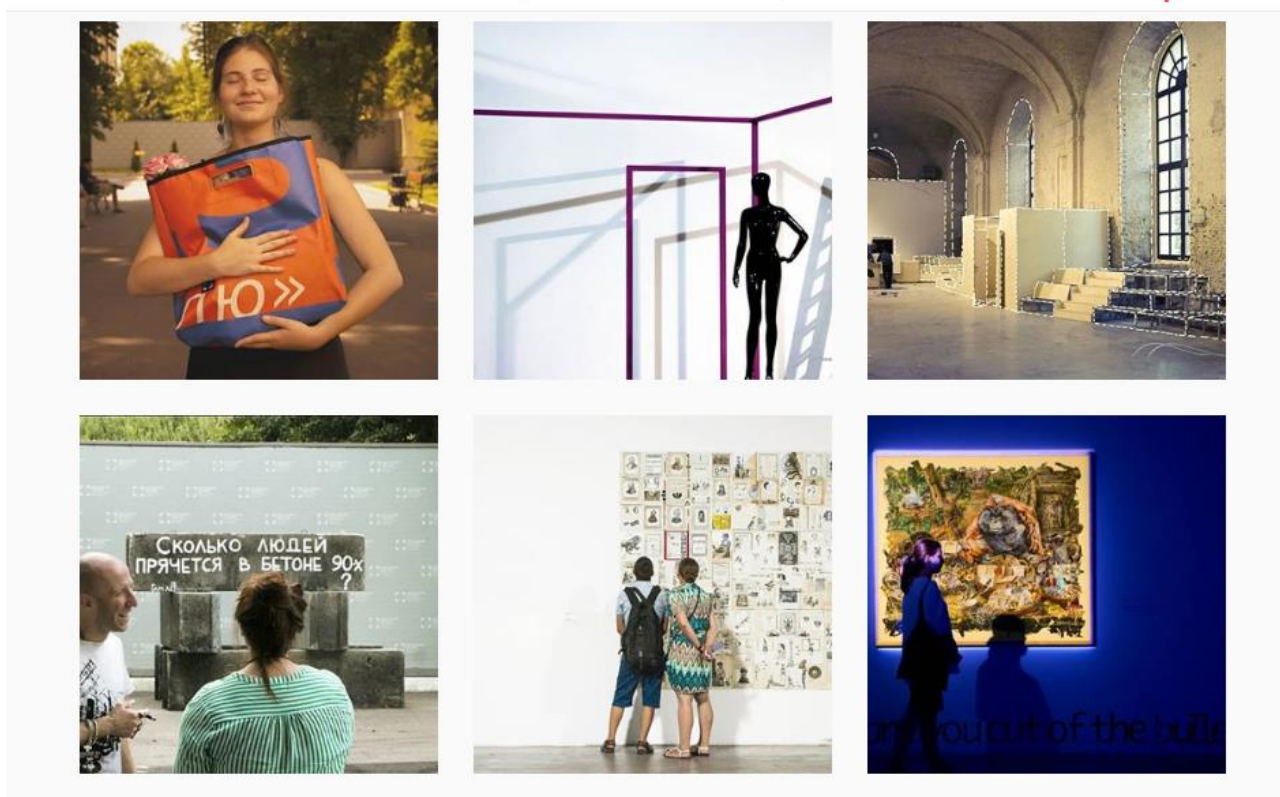
Додаток Д

Сторінка в Інстанграмі Галереї Артсвіт



Джерело: [#артсвіт](#) [#artsvit](#) [#artsvit](#) та <https://www.facebook.com/ArtsvitGallery/>

Додаток Ж
Сторінка в Інстанграмі Мистецького
Арсеналу



Джерело:

Ошибка!

Недопустимый

объект

гиперссылки. [#мистецькийарсенал](#) та www.facebook.com/Mystetskyi.Arsenal

Додаток 3

Сторінка в Інстанграмі ZOLYATSIA



Джерело: [#izolyatsia](#) та <https://www.facebook.com/IZOLYATSIA/>

Додаток К

Сторінка в Інстаграмі Museums of Ukraine



Джерело: [#museumsufukraine](https://www.instagram.com/museumsufukraine) та [#onceuponmuseumsufukraine](https://www.instagram.com/onceuponmuseumsufukraine)