

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ВОЛИНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ЛЕСІ УКРАЇНКИ

Кафедра музеєзнавства, пам'яткознавства
та інформаційно-аналітичної діяльності

МЕРЕЖА АНГЕЛІНА МИКОЛАЇВНА

**ЗАПРОВАДЖЕННЯ В УКРАЇНСЬКУ МУЗЕЙНУ ПРАКТИКУ
ІННОВАЦІЙНИХ ФОРМ РОБОТИ З ВІДВІДУВАЧАМИ**

Робота на здобуття освітнього ступеня «Магістр»
за освітньо-професійною програмою
«Музеєзнавство, пам'яткознавство, культурний туризм»
спеціальності 027 «Музеєзнавство, пам'яткознавство»

Науковий керівник:

Надольська Валентина Василівна,
кандидат історичних наук, професор

РЕКОМЕНДОВАНО ДО ЗАХИСТУ

Протокол № _____

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

від _____ 2025 р.

Завідувач кафедри проф. Гаврилюк С. В. _____

АНОТАЦІЯ

Мережа А. М. Запровадження в українську музейну практику інноваційних форм роботи з відвідувачами. Кваліфікаційна робота на правах рукопису. Волинський національний університет імені Лесі Українки. Спеціальність 027 «Музеєзнавство, пам'яткознавство». Освітньо-професійна програма «Музеєзнавство, пам'яткознавство, культурний туризм». Луцьк, 2025.

У науковій роботі комплексно досліджено процеси запровадження в українську музейну практику інноваційних форм роботи з відвідувачами у ХХІ ст., викликані трансформацією музею як соціокультурної установи.

Проаналізовано сутність понять «музей», «музейна діяльність», «музейна комунікація», «інновації», «інтерактивність», які є ключовими для осмислення сучасних трансформацій у музейній галузі. Звернуто увагу на зміни у розумінні місії музею як соціокультурної інституції, закріплені у документах міжнародних організацій.

Визначено, що основу сучасної взаємодії музею з відвідувачами складає музейна комунікація, яка трансформується із засобу односторонньої трансляції знань на діалогову, інтерактивну та інклюзивну модель співпраці з різновіковою аудиторією. Провідна стратегія залучення сучасного відвідувача до музейного простору передбачає тісний взаємозв'язок між інноваційністю та інтерактивністю.

Аналіз зарубіжного досвіду засвідчує спрямування музейної комунікації на інтерактивну взаємодію з аудиторією (імерсивні технології (віртуальна (VR), доповнена (AR), змішана (MR) реальність), гейміфікація, інтерактивні освітні практики, соціальні онлайн-кампанії та ін.). Вони сприяють індивідуалізації музейного досвіду та розширенню меж музейної комунікації. Ключову роль у трансформації музейного простору відіграють новітні інформаційні і комп'ютерні технології.

Під впливом інноваційних тенденцій, цифрових технологій і нових запитів аудиторії в останні десятиріччя зазнали суттєвих змін українські

музейні практики. Відбувається перехід від традиційної монологічної моделі комунікації до діалогічної, орієнтованої на активне залучення відвідувача; наповнення традиційних форм роботи з музейною аудиторією мультимедійним контентом, гейміфікованими елементами, театралізованими прийомами та ін. Оцифрування фондів, створення 3D-турів, підключення до міжнародних ініціатив засвідчують прагнення українських музеїв інтегруватися у глобальний культурно-інформаційний простір.

Синтез традиційних та інноваційних практик забезпечує музею здатність відповідати на запити сьогодення та залишатися актуальним для суспільства.

Ключові слова: музей, музейна діяльність, музейна комунікація, музейні інновації, інтерактивність, відвідувачі, музейна аудиторія, гейміфікація.

SUMMARY

Merezha A. M. Introducing innovative forms of work with visitors into Ukrainian museum practice. Qualification thesis on the rights of the manuscript. Lesia Ukrainka Volyn National University. Specialty 027 «Museum Studies, Monument Studies». Educational and professional program «Museum studies, monument studies, cultural tourism». Lutsk, 2025.

This research presents a comprehensive study of the implementation of innovative forms of visitor engagement in Ukrainian museum practice in the 21st century, driven by the transformation of the museum as a sociocultural institution.

The conceptual framework of the study encompasses key notions such as «museum», «museum activity», «museum communication», «innovation», and «interactivity», which are essential for understanding contemporary transformations in the museum field. Special attention is given to changes in the understanding of the museum's mission, as reflected in international documents.

It is established that modern museum communication has shifted from a one-way transmission of knowledge to a dialogical, interactive, and inclusive model of

engagement with diverse audiences. The leading strategy for engaging modern visitors relies on the close interrelation between innovation and interactivity.

An analysis of international practices reveals a strong orientation toward interactive engagement through immersive technologies (virtual (VR), augmented (AR), and mixed (MR) reality), gamification, interactive educational formats, online social campaigns, and others. These tools contribute to the individualization of the museum experience and the expansion of communicative boundaries. New information and computer technologies play a crucial role in transforming museum spaces.

Under the influence of innovation trends, digital technologies, and evolving audience demands, Ukrainian museums have undergone significant changes in recent decades. There is a noticeable shift from traditional monological communication models to dialogical formats focused on active visitor involvement. Traditional forms of interaction are increasingly enriched with multimedia content, gamified elements, theatrical techniques, etc. The digitization of collections, creation of 3D tours, and participation in international initiatives demonstrate the aspiration of Ukrainian museums to integrate into the global cultural and informational space.

The synthesis of traditional and innovative approaches ensures that museums remain responsive to contemporary challenges and relevant to society.

Keywords: museum, museum activity, museum communication, museum innovation, interactivity, visitors, museum audience, gamification.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ.....	11
1.1. Базові поняття наукової роботи.....	11
1.2. Історіографія та джерела.....	17
РОЗДІЛ 2. НОВІТНІ ЗАРУБІЖНІ ПРАКТИКИ КОМУНІКАЦІЇ З МУЗЕЙНОЮ АУДИТОРІЄЮ.....	29
2.1. Інтерактивні методики взаємодії з відвідувачами у провідних музеях світу.....	29
2.2. Використання новітніх інформаційно-комунікативних технологій.....	38
РОЗДІЛ 3. ТРАНСФОРМАЦІЯ ФОРМ РОБОТИ З ВІДВІДУВАЧАМИ У МУЗЕЯХ УКРАЇНИ.....	44
3.1. Новації в організації традиційних форм роботи з різновіковою музейною аудиторією.....	44
3.2. Відвідувач як активний учасник музейної комунікації.....	50
3. 3. Використання ІТ-технологій у культурно-освітній діяльності музеїв.....	55
ВИСНОВКИ.....	64
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	68
ДОДАТКИ.....	80

ВСТУП

Актуальність теми. На рубежі XX і XXI ст. музейна сфера переживає кардинальні трансформації. Стрімкий розвиток цифровізації, формування нових культурних запитів та глобальні соціальні перетворення вимагають перегляду традиційних підходів до музейної діяльності.

Широке впровадження Інтернету і мобільних технологій змінюють очікування та поведінку відвідувачів музеїв. Сьогодні вони прагнуть персоналізованого, інтерактивного та захоплюючого досвіду, а не пасивного споглядання експозицій. За таких умов музеї у всьому світі активно переглядають свої комунікативні стратегії та використовують цифрові інструменти для залучення відвідувачів різного віку. Можна стверджувати, що сьогодні вже не стоїть питання, чи доречним є використання інновацій у музейній практиці, а в тому, як ефективно використати їх для розширення музейної аудиторії та підвищення її залученості.

Інноваційні технології дозволяють розширити музейний досвід за межі фізичних стін закладу та вступити у безперервний діалог із наявними і потенційними відвідувачами. Додатковим каталізатором цифрових інновацій стала пандемія COVID-19. Під час локдаунів музеї зіткнулися із викликом підтримання зв'язку з публікою за відсутності фізичних відвідувань. Багато закладів, які і до того мали веб-сайти та сторінки у соціальних мережах, були змушені суттєво розширити свою онлайн-присутність, запровадивши нові формати роботи: віртуальні екскурсії, онлайн-трансляції, цифрові виставки тощо. Це дозволило подолати фізичну дистанцію та підтримувати зв'язок із відвідувачами. Досвід пандемії довів, що цифрові канали комунікації є незамінними у музейній сфері, адже вони не лише підтримують діяльність у кризових умовах, а й відкривають нові можливості для подальшого розширення музейної аудиторії після повернення до звичного режиму роботи.

Перетворення музеїв у динамічний публічний простір, де відвідувач стає активним учасником музейної комунікації зумовлює постійне оновлення форм і напрямів роботи з музейною аудиторією. Упродовж останніх десятиліть зарубіжні музейні установи накопичили значний досвід роботи в нових умовах, який потребує наукового аналізу та запровадження у вітчизняну галузь.

Для музеїв України, які тривалий час розвивалися в умовах обмежених ресурсів та застарілих підходів, надзвичайно актуальним є засвоєння та адаптація передових практик роботи з відвідувачами. В останні роки спостерігається активізація міжнародної співпраці, спрямованої на підтримку та модернізацію українських музеїв, особливо в контексті викликів повномасштабної війни та повоєнної відбудови. Необхідність запровадження інноваційних форм роботи з відвідувачами зумовлена як глобальними тенденціями, так і конкретними потребами українського суспільства у період змін. Вивчення апробованих за кордоном інноваційних форм роботи з відвідувачами сприятиме перетворенню українських музеїв в установи більш привабливі для різновікової аудиторії, на справжні відкриті простори взаємодії і творчості.

Мета кваліфікаційної роботи – проаналізувати інноваційні форми роботи з відвідувачами зарубіжних музеїв та дослідити можливості їх запровадження в українську музейну практику.

Для досягнення мети дослідження поставлено такі **завдання**:

- розкрити теоретико-методологічні основи дослідження;
- охарактеризувати методики взаємодії з відвідувачами у провідних музеях світу;
- висвітлити особливості використання новітніх інформаційно-комунікативних технологій у зарубіжній музейній практиці;
- дослідити новації в організації традиційних форм роботи з різновіковою музейною аудиторією;

- з'ясувати особливості впровадження інтерактивних форм роботи з відвідувачами в музеях України;
- проаналізувати використання ІТ-технологій у культурно-освітній діяльності українських музеїв.

Об'єктом кваліфікаційної роботи є музейна справа як галузь культурно-освітньої, інформаційної, наукової та освітньої діяльності.

Предмет дослідження – запровадження в українську музейну практику інноваційних форм роботи з відвідувачами.

Методи дослідження. Теоретико-методологічну основу дослідження склали принципи системності та об'єктивності. Дослідження здійснювалося з використанням комплексного підходу при розгляді практик музейної комунікації та культурно-освітньої діяльності музеїв. Завдання дослідження розв'язувалися шляхом поєднання загальнонаукових, спеціальних та міждисциплінарних методів.

Серед загальнонаукових були застосовані методи аналізу, синтезу, порівняльний, логічний. Аналітичний метод застосовувався у вивченні музеєзнавчої літератури та джерел для висвітлення стану наукової розробки проблеми. Порівняльний метод застосовувався у з'ясуванні новацій в роботі з відвідувачами, які використовуються в зарубіжних та вітчизняних музеях.

Серед спеціально-наукових використовувались методи класифікації, термінологічного аналізу контент-аналізу. Метод класифікації застосовувався для виділення традиційних та новітніх форм роботи з відвідувачами в музеях. Дослідження категоріально-понятійного апарату зумовило використання у науковій роботі методу термінологічного аналізу. Вивчення офіційних сайтів музеїв, повідомлень на їх сторінках у соціальних мережах, відповідей на відкриті питання музейних опитувань тощо здійснювалося на підставі контент-аналізу.

Застосування у магістерській роботі комплексу загальнонаукових і спеціальних методів наукового пізнання дало можливість всебічно вивчити

об'єкт і предмет дослідження, розкрити місце інноваційних форм роботи з музейною аудиторією в сучасній українській музейній практиці.

Наукова новизна одержаних результатів визначається постановкою проблеми, системністю підходу до її вирішення та одержаними результатами. У магістерській роботі вперше здійснено спробу комплексно проаналізувати процеси запровадження інноваційних форм роботи з відвідувачами в українську музейну практику в контексті глобальних трансформацій музейної комунікації.

Проаналізовано зарубіжний досвід використання новітніх форм взаємодії з аудиторією (VR/AR технології, гейміфікація, мультимедійні простори тощо), що стало підґрунтям для більш глибокого розуміння напрямів розвитку інноваційної музейної діяльності в Україні. Розкрито специфіку впровадження інновацій (інтерактивних форм, ІТ-технологій) в українських музеях із урахуванням сучасних викликів і ресурсних можливостей.

Таким чином, результати дослідження розширюють уявлення про перспективи інноваційного розвитку українських музеїв, поглиблюючи науково-практичне осмислення механізмів інтеграції успішних міжнародних практик у національний музейний простір.

Практичне значення одержаних результатів дослідження полягає у тому, що його положення та висновки можна використовувати у практичній музейній діяльності. Також матеріали наукової роботи можуть бути корисними при здійсненні науково-освітньої діяльності, зокрема для написання наукових праць з музеєзнавства, підготовки лекцій нормативних і вибіркових освітніх компонентів, які викладають у закладах вищої освіти для здобувачів спеціальностей 027 «Музеєзнавство, пам'яткознавство» та В 12 «Культурологія та музеєзнавство» («Музеєзнавство», «Історія музейної справи», «Інформаційно-комунікаційні технології у сфері культурної спадщини», «Музейні та пам'яткоохоронні стратегії у ХХІ ст.», «Управління культурною спадщиною» та ін.).

Висновки наукової роботи можуть сприяти комплексному і більш цілісному вивченню процесів музейного будівництва, що характерні для України в останні десятиріччя.

Апробація результатів дослідження. Основні положення і висновки магістерської роботи викладені у доповідях на:

- II Всеукраїнській науково-практичній інтернет-конференції «Актуальні питання музеєзнавства, пам'яткознавства» (14 лютого 2025 р., м. Мукачево);
- IV Всеукраїнській науково-практичній конференції студентів та аспірантів «Україна у світовому просторі: минуле і сучасність» (29 квітня 2025 р., м. Луцьк);
- П'ятнадцятому круглому столі «Музей у сучасному світі: трансформація і новітні виклики» (16 травня 2025 р., м. Луцьк).

Публікації. Окремі аспекти роботи були опубліковані у 3-х публікаціях: «Інноваційні форми роботи з відвідувачами як складова появи «нового» музею» [57], «Музей і відвідувачі: новітні форми комунікації та взаємодії» [58] та «Інноваційні форми роботи з відвідувачами та інтерактивність у сучасному музеї» [35].

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ

1.1. Базові поняття наукової роботи

Розвиток форм і методів музейної роботи базується на використанні термінологічної мови, яка є запорукою професійних контактів працівників музеїв, розповсюдження провідного досвіду роботи, удосконалення теорії, методики та практики музейної справи.

Музейна термінологія включає в себе в першу чергу поняття, які взагалі не використовуються поза музейною справою, і ті терміни, які будучи запозиченими з інших наук, набули специфічного значення в музеї. Функціональне навантаження музейної термінологічної лексики досить багатоманітне. Одні терміни відображають найбільш загальні поняття і тим самим формують теорію та наукові напрями в музеєзнавстві, інші – пов'язані з внутрішньою музейною спеціалізацією, а треті слугують для визначення окремих реалій і конкретних об'єктів.

Базовим у науковому дослідженні є термін «музей». Це поняття має усталене тлумачення в українському законодавстві та міжнародній практиці. У 1974 р. Міжнародна рада музеїв (ICOM) запропонувала офіційне визначення терміна «музей», яке стало орієнтиром для більшості західноєвропейських країн під час формування національного музейного законодавства до 2007 року. Згідно з цим визначенням, музей розглядався як «некомерційна, постійна установа, яка служить суспільству та його розвитку, відкрита для громадськості, яка виявляє, зберігає, досліджує, популяризує та експонує свідчення про людину та її довкілля з метою розвитку науки, освіти та задоволення потреб людини» [83].

У 2016 р. на конференції у Мілані члени міжнародної організації підняли питання про необхідність перегляду визначення та відтворення у його змісті актуальних змін у діяльності музею як соціокультурної установи. Сучасне розуміння сутності музею знайшло закріплення у новій дефініції

ICOM, яка була затверджена 24 серпня 2022 р. на 26-й Генеральній конференції організації у Празі. Згідно з новим визначенням, «музей – це некомерційна, постійно діюча на службі суспільству організація, яка досліджує, збирає, зберігає, інтерпретує та демонструє матеріальну та нематеріальну спадщину. Відкриті для публіки, доступні та інклюзивні музеї сприяють різноманітності та стійкості. Вони працюють та спілкуються етично, професійно та за участю співтовариств, пропонуючи різноманітний досвід для навчання, розваг, спонукаючи до роздумів та обміну знаннями» [40]. На відміну від попереднього визначення, нове містить такі поняття, як «інклюзивність», «доступність», «стійкість» та «етика» [86].

Як зазначив генеральний директор Національного музею Революції Гідності І. Пошивайло, «поява оновленого визначення музею, яке відповідає вимогам часу, – це добра новина для всієї музейної спільноти. Адже тепер це визначення глобально формуватиме нові орієнтири для розвитку музейної сфери» [51].

На думку завідувача науковим відділом Одеського художнього музею К. Ліпатова, «нове тлумачення скоріше фіксує ті зміни, які вже відбулися або виникли в музейній справі, а також у стосунках музею із суспільством та зовнішнім світом... Багато чого із зазначеного у тексті ICOM вже відбувається або відбулося в Україні» [50].

Суспільні відносини у сфері музейної справи в Україні регулює Закон України «Про музеї та музейну справу». Нормативний акт «визначає правові, економічні, соціальні засади створення і діяльності музеїв України та особливості наукового формування, вивчення, обліку, зберігання, охорони і використання Музейного фонду України, його правовий статус» регулює [49]. У названому документі термін музей визначається як «науково-дослідний та культурно-освітній заклад, створений для вивчення, збереження, використання та популяризації музейних предметів та музейних колекцій з науковою та освітньою метою, залучення громадян до надбань національної та світової культурної спадщини» [61]. З уваги на нове бачення

сутності музею міжнародною музейною професійною спільнотою, відповідні зміни мають бути внесені й в українське законодавство.

Попри відсутність загальноприйнятого визначення терміну «музей», все ж можна констатувати, що ця установа займається різноплановою діяльністю й всі функції музею знаходять свою реалізацію в процесі комплектування музейних фондів і колекцій та подальшій їх інтерпретації за допомогою комунікативних засобів.

Основні функції та напрями роботи музеїв об'єднуються в понятті «музейна діяльність». У Законі України «Про музеї та музейну справу» зазначено, що до головних напрямів діяльності музею належать «науково-дослідна, культурно-освітня діяльність, комплектування музейних зібрань, експозиційна, фондова, видавнича, реставраційна, виставкова, пам'яткоохоронна робота, а також діяльність, пов'язана з науковою атрибуцією, експертизою, класифікацією, державною реєстрацією та усіма видами оцінки предметів, які можуть бути визначеними як культурні цінності, з метою включення до Музейного фонду України» [61].

Таким чином, музейна діяльність є сукупністю усіх процесів, через які музей реалізує свою місію збереження спадщини та просвітництва. У контексті дослідження інновацій важливо розуміти базові функції музею, адже інноваційні форми роботи часто спрямовані на підвищення ефективності саме традиційних напрямів, наприклад, упровадження цифрових технологій у зберігання фондів чи нових форматів експозицій для покращення роботи музею.

Однією з ключових категорій сучасного музеєзнавства є «музейна комунікація». Ще у 1968 р. канадський музеолог Дункан Ф. Камерон увів це поняття до наукового обігу, розглядаючи музей як комунікаційну систему. Він визначив музейну комунікацію як «процес спілкування відвідувача з музейними експонатами, які являють собою «реальні речі» [62].

Музейна комунікація є важливою складовою діяльності музею. Як зазначає Т. Лебідь, «мета музейної комунікації – це освіта та виховання

відвідувачів. Завданнями музейної комунікації є передача інформації, розповсюдження наукових знань, а також пропаганда культурної спадщини» [28, с. 83].

Основним каналом музейної комунікації виступає експозиція – «сукупність музейних предметів, їх копій, предметів і матеріалів науково-допоміжного фонду, виставлених для публічного огляду на тривалий термін, які складають цілісну предметно-просторову систему, в якій музейні предмети та науково-допоміжні матеріали об'єднані єдиним науковим і художнім задумом» [60].

Таким чином, комунікація в музеї включає передачу значень і інформації за допомогою експозиції та інших засобів, що встановлюють зв'язок між об'єктами культури і відвідувачами. Традиційно музейна комунікація носила односторонній характер – музей транслиував знання, а зворотний зв'язок від аудиторії був мінімальним. Сучасний підхід змінює цю парадигму: музей прагне до діалогу з відвідувачами, врахування їхніх мотивацій та емоційних потреб. У теорії музеєзнавства поряд із збереженням і дослідженням комунікацію розглядають як одну з трьох базових функцій музею (модель PRC – Preservation – Research – Communication) [8].

Для дослідження інновацій у музейній практиці поняття музейної комунікації є ключовим, адже саме через комунікацію з аудиторією впроваджуються нові форми взаємодії (наприклад, мультимедійні екскурсії, віртуальні виставки тощо). Інновації покликані зробити музейну комунікацію більш ефективною, двосторонньою та інклюзивною.

Сучасні комунікаційні практики музеїв базуються на інноваціях та інтерактивності. Ці поняття охоплюють досить широкий контекст і відмінні між собою галузі музейної роботи: «використання мультимедійних технологій та аудіовізуальних засобів в експозиції музею; створення віртуальних музеїв та виставок у всесвітній мережі й офіційних інтернет-сторінок музею; оцифрування та стандарти програмного забезпечення для

обліку музейних фондів; застосування нестандартних й творчих підходів у науково-освітній діяльності музею, музейному маркетингу тощо» [2, с. 1].

Інновації у музейній сфері охоплюють упровадження нових ідей, технологій та підходів, що змінюють традиційну музейну практику. Учені розглядають це поняття у широкому та вузькому контексті. У широкому розумінні музейні інновації означають «докорінне переосмислення традиційних музейних практик, місця та ролі музеїв у суспільстві та культурі, що сприяє подальшій еволюції музею як особливого історично-культурного феномену, дає йому змогу належно відповідати на виклики сучасності й залишатися актуальним насамперед для відвідувача, місцевої громади» [2, с. 1]. Натомість у вузькому значенні поняття «музейні інновації» включає впровадження сучасних технологічних засобів у практику музею – використання інтернет-ресурсів, аудіовізуальних і мультимедійних технологій в експозиційній та фондовій роботі [2, с. 1].

Тісно пов'язаним з інноваціями є поняття «інтерактивність». У педагогіці інтерактивність визначають як взаємодію, двосторонній діалог, що передбачає активний діалог між учителем та учнями, метою якого є перетворення узагальненої інформації на особистісні знання. Інтерактивність стала базовим принципом музейно-педагогічної діяльності, оскільки підкреслює необхідність створення для відвідувачів активного, залученого освітнього середовища у музеї.

Інноваційні, інтерактивні практики приходять на зміну традиційним формам роботи музею (наприклад, екскурсіям музейним урокам та ін.), характерною особливістю яких є відсутність зворотного зв'язку між музейними працівниками й відвідувачами, які виступають у ролі пасивних слухачів. Відтак, як стверджує В. Банах, поняття музейної «інтерактивність» стосується насамперед науково-освітньої галузі діяльності музею [2, с. 3].

Таким чином, поняття музейних інновацій охоплює глибинні трансформації у функціонуванні музеїв, зумовлені змінами в соціокультурному контексті та переосмисленням ролі музейних установ у

системі національних, громадських і культурних взаємин. У вузькому розумінні музейні інновації стосуються запровадження мультимедійних технологій в експозиційний простір для підвищення інформативного наповнення, комунікативного потенціалу та візуальної привабливості музейної експозиції, а також застосування комп'ютерних програм для оптимізації обліку й управління музейними фондами.

Музейна інтерактивність, у свою чергу, реалізується переважно в контексті науково-освітньої діяльності та тісно пов'язана з музейною педагогікою. Вона передбачає активне залучення відвідувачів до пізнавального процесу через використання інтерактивних методик, зокрема рольових ігор на історичну тематику, костюмованих театралізованих екскурсій, майстер-класів, тактильного контакту з експонатами, занурення в історико-культурне або природне середовище за допомогою відповідних засобів комунікації та інтерпретації.

Сучасні музеї активно впроваджують інтерактивні методики роботи з відвідувачами – спеціальні форми занять, екскурсій і програм, які забезпечують таку активну участь публіки. Зокрема, з'явилися поняття «інтерактивна екскурсія», «інтерактивний урок у музеї» тощо, що передбачають залучення відвідувачів до виконання завдань, ігор, обговорення експонатів під час огляду експозиції [66]. Сьогодні впровадження інтерактивних технологій є одним із провідних напрямів інноваційної діяльності музеїв. Вони роблять відвідини музею більш динамічними та захопливими, стимулюють пізнавальну активність різних груп відвідувачів.

Як відзначає В. Банах, «дуже часто музейні інновації та інтерактивність перетинаються, взаємодоповнюючи одне одного» [2, с. 4]. Інноваційні технології часто слугують інструментом реалізації інтерактивного підходу в роботі музею. Інтерактивні методики підвищують ефективність освітньої та виховної роботи музею, роблять її ближчою до різних вікових груп відвідувачів. Окрім цього, вони сприяють встановленню емоційного зв'язку

між відвідувачем і музейним предметом, перетворюючи відвідини на особистісно значущий досвід.

Отже, такі поняття, як «музей», «музейна діяльність», «музейна комунікація», «музейні інновації» та «інтерактивність» є базовими у науковій роботі. Їх осмислення дозволяє сформувати чітке розуміння змін, що відбуваються у сучасних музейних практиках України та світу.

1.2. Історіографія та джерела

У сучасному музеєзнавстві інновації розглядають як важливий чинник розвитку музеїв, що забезпечує їх актуальність для суспільства та відвідувачів. Радикальне переосмислення ролі та місця музею в суспільстві, яке відбулося під впливом нової музеології середини 1980-х рр., започаткувало «нову музейну ідеологію» – систему уявлень про музей як соціокультурний інститут, здатний виконувати більш активну перетворювальну місію у суспільстві. У результаті цього були суттєво переглянуті традиційні уявлення про музей. Його почали сприймати не просто як сховище артефактів чи науково-дослідний центр, а передусім як інструмент соціальних і культурних змін, установу, що слугує конкретним громадам. Такий підхід дає відвідувачам змогу не лише отримувати абстрактні знання чи естетичні враження, а й відчувати свою причетність до історії та самобутності власної спільноти [2, с. 1].

Інноваційні процеси в музейній сфері тісно пов'язані з упровадженням інформаційних технологій. У кінці XX ст. у провідних країнах світу (США, Велика Британія, Франція та ін.) почали створюватися онлайнові музейні інформаційні системи – перші веб-сторінки із загальними відомостями про музеї та їхні колекції. Вже у 1995 р. з'явилися інтернет-платформи ICOM, дена яких висвітлювалися актуальні питання музейної справи і можливості застосування ІТ-технологій у музеях [59, с. 107].

Українські і зарубіжні дослідники відзначають, що за останні десятиліття музеї загалом зазнали глибокої трансформації – від елітарних

«скарбниць» вони еволюціонували до інклюзивних культурних центрів, які, прагнучи залучити нові аудиторії, активно впроваджують цифрові технології, радикально змінюючи досвід відвідувачів [93]. Таким чином, проблема інновацій у музейній сфері має два основні виміри: переосмислення ролі музеїв у суспільстві та запровадження новітніх форм роботи з відвідувачами. Кожен з них активно досліджується музеологами-теоретиками та музейними працівниками-практиками.

Означена проблема стала предметом вивчення і новітньої вітчизняної історіографії. Інноваційні форми роботи з відвідувачами, які використовуються у музейній діяльності останніх десятиріч, знайшли своє відображення у різноплановій за проблематикою, рівнем узагальнення та формою літературі. У масиві наукових праць з досліджуваної теми, які були надруковані з кінця 1990-х рр., виділено три групи: 1) розробки, у яких розглядаються питання запровадження інноваційних технологій у музейну практику (В. Банах, Є. Буцикіна, М. Белікова, С. Гаврилюк, Ю. Ключко, А. Кудрявцева та ін.); 2) публікації, присвячені трансформації музейної комунікації та особливостям роботи музейних установ з різними категоріями відвідувачів (П. Вербицька, Ж. Денисюк, О. Зайченко, Д. Коваленко, Р. Маньковська, І. Передерій та ін.); 3) статті, присвячені аналізу процесів упровадження інтерактивних практик у музеях (В. Банах, О. Вихор, Ю. Карпенко, В. Кушнір, Ю. Ключко, В. Надольська, Ю. Пащенко, І. Передерій та ін.)

Зміна моделі діяльності музеїв на рубежі XX–XXI ст. зумовила появу низки досліджень вітчизняних авторів, присвячених практичним аспектам модернізації українських музеїв за допомогою цифрових технологій. Так, дослідниця М. Белікова проаналізувала етапи впровадження інноваційних технологій у музейну справу України з кінця 1990-х до 2010-х рр. У статті «Запровадження інноваційних технологій в музеях України» (2015 р.) вона охарактеризувала період кінця 90-х рр. XX ст. – початку 2010-х рр., коли з'явилися музейні сайти, до обігу почали вводитися аудіогіди, 3D-панорами,

голографічні експозиції, а також розпочато комп'ютерний облік фондових колекцій. Із 2010-х рр. у практиці музеїв поширюються QR-коди, налагоджується зворотний зв'язок із аудиторією через соціальні мережі, українські музеї відкриваються для віртуального відвідування (віртуальні тури на вебсайтах, участь у проєкті Google Art Project) [6, с. 326].

Більш детальну хронологію впровадження інноваційних технологій у музеях України виокремили І. Мойсейчук і Д. Бережняк, назвавши ключові віхи кожного з етапів: створення перших музейних веб-сайтів (одним із перших став Дніпропетровський національний історичний музей імені Д. Яворницького, який презентував сайт у 1999 р.); запуск аудіогідів (уперше – на Севастопольській панорамі, 2006 р.); використання в експозиціях 3D-панорам (перші спроби в Національному заповіднику «Херсонес Таврійський»); поява інтерактивних науково-освітніх центрів (музей «Експериментаніум» у Києві, 2012 р.; «Музей цікавої науки» в Одесі, 2014 р.); застосування QR-кодів в експозиціях (перші встановлено 2013 р. в музеях Києва та заповідниках); підключення до глобальних віртуальних проєктів (приєднання Національного центру народної культури «Музей Івана Гончара» та заповідника «Софія Київська» до Google Art Project у 2013 р.) [36]. Вчені наголошують на тому, що до початку 2020-х рр. українські музеї здійснили суттєві кроки у напрямку цифровізації своєї діяльності, інтегрувавшись у світовий музейний інформаційний простір.

Загальний розвиток музейної справи України та світу у XX–XXI ст., зокрема питання упровадження сучасних технологій, проаналізовано у навчально-методичному посібнику О. О. Салати «Основи музеєзнавства» (2015 р.) [62]. Авторка зазначає, що упродовж XX ст. фахівці музейної галузі активно шукали нові технології збереження історико-культурної спадщини та вдосконалені форми її представлення в експозиціях. Ці пошуки зумовили появу інноваційних підходів і технологій у музейній практиці. Водночас постало питання: як зберегти за музеєм статус наукової установи і водночас зробити його привабливим для широкої аудиторії. Виходячи з уявлення про

музей як елітарну установу, фахівці почали запроваджувати нетрадиційні форми подачі контенту, розробляти креативні освітньо-культурні програми, створювати спеціалізовані підрозділи та готувати персонал для роботи з різними групами відвідувачів (дітьми, молоддю, людьми похилого віку тощо). Важливою тенденцією стало включення музеїв у медіапростір: із розвитком мас-медіа та Інтернету роль музею в суспільстві трансформувалася, що поставило нові вимоги до комунікаційної політики музеїв [62, с. 43–46].

Вагомий внесок у дослідження інноваційних процесів в українських музеях зробила Р. Маньковська. У монографії «Музеї України у суспільно-історичних викликах ХХ – початку ХХІ століть» (2016 р.) авторка комплексно розглянула еволюцію українського музейництва в контексті суспільних змін, окресливши модернізаційні процеси та проблеми галузі [30]. Стаття дослідниці «Сучасні музейні комунікації та перспективи їх розвитку» (2013 р.) детально розкриває комунікаційну функцію музею, традиційні і новітні форми музейної комунікації, а також окреслює перспективи використання інформаційних технологій у музейній діяльності. Дослідниця підкреслює, що музей у сучасному суспільстві має відігравати активну комунікативну роль, поєднуючи збереження спадщини з використанням цифрових ресурсів для поширення знань та взаємодії з аудиторією [31].

Значну увагу в новітній вітчизняній історіографії приділено проблемам переорієнтації музеїв на сучасні потреби аудиторії та трансформації музейної комунікації. Так, базуючись на результатах опитувань відвідувачів Волинського краєзнавчого музею, Є. І. Ковальчук довела, що ефективність взаємодії музею з аудиторією залежить від здатності адаптувати традиційні форми роботи до нових запитів різних груп відвідувачів. Авторка наголошує, що музейні працівники мають враховувати зміну мотивацій молоді та інших категорій публіки, використовуючи елементи інтерактивності, діалогу та адаптивного контенту [19].

У статті «Музей у сучасному світі: розробка наукової концепції» (2012 р.) Є. І. Ковальчук розвиває бачення музею як багатофункціонального інституту (хранителя пам'яті, комунікатора, освітнього простору, інституції громадянського суспільства), де відвідувач виступає не пасивним споживачем, а співучасником музейного процесу. Для трансформації у такому напрямку музей повинен працювати в логіці партнерства з публікою, запроваджувати нові комунікативні стратегії та сучасні освітні методики [23].

Системно вивчає проблему музейної комунікації в умовах глобалізації та діджиталізації українська дослідниця П. В. Вербицька. У своїх працях [8; 9] вона звертає увагу на необхідність переосмислення традиційних моделей взаємодії музею й аудиторії під впливом новітніх технологій і глобальних соціокультурних процесів. Вчена зазначає, що в інформаційну добу музей перетворюється на суб'єкт активної соціокультурної взаємодії, який адаптує стратегії комунікації до цифрових викликів та запиту суспільства на діалог, емоційність і доступність. Відвідувач набуває статусу рівноправного учасника музейного діалогу, здатного впливати на зміст і форми роботи музею. Ці ідеї створюють методологічне підґрунтя для аналізу інноваційних підходів у роботі з публікою та є цінними для осмислення трансформацій української музейної практики.

Комплексний аналіз сучасних форм музейної комунікації представлений у статті «Сучасна музейна комунікація в Україні та світі: стан і перспективи розвитку» (2018 р.) авторства І. Г. Передерій та Н. В. Білан [56]. Вчені охарактеризували основні канали та інструменти взаємодії музеїв із публікою в інформаційному суспільстві. Дослідники показали, що поряд із традиційними формами (експозиційно-виставковою діяльністю, освітніми програмами, виданнями, науковими конференціями, представленням у медіа) особливого значення набули цифрові засоби комунікації: офіційні інтернет-сайти музеїв, віртуальні музеї, онлайн-екскурсії та тури, QR-коди, 3D-технології, сторінки музеїв у соціальних мережах. Активний розвиток цих

інструментів розширює аудиторію музею, посилює міжмузейні контакти та інтегрує українські музеї у світове співтовариство.

На важливості інформаційних та комп'ютерних технологій у процесах трансформування музейної комунікації на сучасному етапі наголошує й дослідниця Ж. Денисюк. У своїй науковій розвідці авторка констатує, що у формуванні сучасного музейного простору вони «здатні надавати новій репрезентативності музейному предмету та вибудовувати багатосторонні комунікативні зв'язки з відвідувачами» [15, с. 68]. Дослідниця робить висновок, що «в сучасних умовах значне місце посідає саме візуальність музейної комунікації, що обумовлює як представленість музейного зібрання у цифровому форматі, так і особливий канал зв'язку, що формує поле музейної семантики у віртуальному інформаційному просторі» [15, с. 68].

Важливими для написання магістерської роботи стали дослідження, присвячені інтерактивним музейним практикам. До аналізу трьох ключових тенденцій сучасної музейної діяльності: інтерактивності, інклюзивності і партисипативності у статті «Інтерактивність, інклюзія та партисипація як магістральні лінії інноваційних практик музейної роботи» (2022 р.) звертається В. Кушнір [27]. На прикладі провідних українських та європейських музеїв у праці автора показано, що інтерактивність розуміється не лише як використання новітніх технологій (touch-екрани, VR/AR тощо), але й як методологічний принцип побудови експозицій та освітніх програм, що залучають відвідувача до активної участі. Інклюзія розглядається як стратегія забезпечення доступності музею для різних груп населення (людей з інвалідністю, маломобільних, мовних меншин тощо). Партисипація передбачає залучення громади до спільної розробки і оцінки музейних проєктів, формуючи партнерські відносини між музеєм і суспільством.

Значний внесок у розробку теорії музейної інтерактивності зробив український дослідник В. М. Банах. Проаналізувавши у статті «Музейні інновації та інтерактивність у теорії та практиці музейної справи» (2016 р.) практичний досвід українських і зарубіжних музеїв, автор розкрив еволюцію

підходів до розуміння інтерактивності як складової музейної інноваційності; теоретично розмежував поняття «музейна інновація» та «інтерактивність». На думку вченого, інтерактивність передбачає не лише технологічну модернізацію, а й більш глибоке осмислення ролі відвідувача у музейному просторі як активного суб'єкта пізнання та комунікації. В. Банах наголошує на необхідності впровадження інтерактивних програм у виставкову, освітню та анімаційну діяльність музею, а також підкреслює, що інтерактивність стає ключовим чинником підвищення ефективності музейної комунікації та адаптації музеїв до сучасних запитів аудиторії [2].

Наукові розвідки українських дослідників останніх років узагальнюють досвід музейної діяльності кінця XX – початку XXI ст., звертаючи увагу на зміщення пріоритетів у бік активної взаємодії з аудиторією, креативності та відкритості. Так, С. Гаврилюк і В. Надольська, досліджуючи трансформацію музейного простору у перші десятиліття XXI ст., констатують зростання ролі комунікативної функції музеїв. Сучасні музеї, за їхніми висновками, дедалі більше зорієнтовані на актуалізацію історико-культурного спадку для громади, вибудовування багатовекторної взаємодії з відвідувачами та врахування їхніх потреб. Застосування принципів музейної інклюзії сприяє формуванню «простору без бар'єрів» для різних категорій відвідувачів. Широке використання новітніх інформаційних технологій забезпечує дистанційну комунікацію з інтернет-аудиторією, а інтерактивні технології та креативні інновації перетворюють сучасний музей на привабливий простір для навчання і дозвілля. Водночас українські дослідниці вказують на низку перешкод у впровадженні інновацій у музеях України (застаріла нормативна база, обмежене фінансування, брак оновлення експозицій та ін.), що уповільнює ці процеси [11].

Загалом історіографічний аналіз дозволяє зробити висновок, що українська наука, звертаючись до світових тенденцій розвитку музеїв, вітчизняного практичного досвіду музейної комунікації, сформувала вагоме

підґрунтя для подальших досліджень питань музею як простору взаємодії, інтерактивності та інновацій.

Інноваційні технології розвитку музеїв активно аналізуються і в зарубіжній музеології, де формуються розвиваються концепції «нового музею» та «участі громади». У світовому дискурсі з кінця ХХ ст. набули поширення ідеї партисипативного музею (*museum of participation*), згідно з якими відвідувач стає співтворцем музейного досвіду.

Зарубіжний досвід демонструє різноплановість інновацій у музеях – від технологічних рішень до нових моделей взаємодії зі спільнотами. Музеї світу активно освоюють онлайн-інструменти, створюють віртуальні виставки, впроваджують інтерактивні інсталяції та імерсивні технології (VR/AR), щоб залишатися доступними і привабливими. Разом із тим, інновації стосуються і менеджменту та маркетингу, зокрема розробляються нові підходи до формування бренду музею, залучення спонсорів, розвитку музейного волонтерства. Багато із цих питань висвітлюються у працях провідних музейних фахівців світу. Так, Ніна Саймон у своїй книзі «*The Participatory Museum*» обґрунтувала важливість залучення відвідувачів до співтворчості музейного контенту, наводячи численні приклади успішних партисипативних проєктів у музеях [97].

Дослідники музеїв Джон Фолк та Лінда Діркінг зосередили увагу на вивченні поведінки аудиторії та формуванні «особистого досвіду» під час музейного візиту, показавши, що враження від музею залежать від індивідуальних мотивацій і контексту відвідувача [79].

Британський музеолог Грем Блек у своїх роботах про стратегічний розвиток музеїв у цифрову епоху розкрив, як участь громади та інклюзивні практики стають центральними для успішної діяльності сучасних музеїв [74]. Він наголошує, що впровадження цифрових технологій має супроводжуватися переосмисленням традиційних функцій музею – від пасивної демонстрації колекцій до активного залучення різних груп населення.

Загалом у зарубіжній історіографії інновації розглядаються як необхідний інструмент адаптації музеїв до викликів ХХІ століття.

Підсумовуючи, можна констатувати, що як українські, так і зарубіжні дослідники обґрунтовують ідею про кардинальну зміну парадигми музейної діяльності у наш час. Українська історіографія детально висвітлює процеси трансформації українських музеїв під впливом світових тенденцій – від цифрового прориву кінця ХХ ст. до сучасних підходів партисипації та інклюзії. Зарубіжні публікації висвітлюють практичні кейси, які демонструють, яким чином інновації можуть підсилити соціальну роль музеїв, зробити їх більш відкритими та орієнтованими на громаду.

Звернення до напрацювань українських і зарубіжних науковців дозволяє більш ґрунтовно зрозуміти як досягнення, так і виклики на шляху впровадження інновацій у музейну сферу, що є необхідним для формування ефективних стратегій розвитку музеїв. Водночас спостерігається недостатнє висвітлення питань адаптації зарубіжного досвіду до умов українських музеїв, а також обмежена кількість емпіричних досліджень щодо впливу інновацій на музейну аудиторію. Саме ці аспекти становлять інтерес для подальших наукових пошуків.

Джерельну базу дослідження склало кілька груп джерел. У першу чергу, варто назвати документи міжнародних організацій – ЮНЕСКО [98], ІКОМ [81], Українського національного комітету Міжнародної ради музеїв [70], які розкривають світовий дискурс музею як соціокультурної інституції, покликаної сприяти сталому розвитку народів, різноманітності та стійкості. Ідеї партисипативного музею, інклюзивності, відкритості, доступності були закріплені у новій дефініції музею, ухваленій ІКОМ у Празі (2022 р.). Нова редакція визначення музею особливо наголошує на інклюзивності, участі громад та пропонуванні різнопланового досвіду для освіти і задоволення потреб відвідувачів. Це відображає глобальні зміни ролі музеїв, визнаючи важливість відкритості, партнерства з публікою та сталого розвитку [51].

Міжнародні організації акцентують увагу на тому, що інновації є необхідною умовою подальшого прогресу музейного будівництва. Зокрема, Рекомендація ЮНЕСКО 2015 року щодо захисту і підтримки музеїв та колекцій підкреслює зростання ролі музеїв у сталому розвитку, освіті та соціальній взаємодії. У відповідь на сучасні виклики, такі як цифрова революція та пандемія COVID-19, ЮНЕСКО закликала музеї більш активно оцифровувати колекції та впроваджувати дистанційні форми роботи з публікою, щоб зберегти зв'язок із аудиторією в умовах карантинних обмежень [98].

Таким чином, на міжнародному рівні вироблено стратегічні орієнтири, які заохочують музеї поєднувати традиційну місію з інноваційними практиками для розширення суспільної ролі.

До цієї ж групи джерел відносяться матеріали, розміщені на сайті Асоціації музеїв (The Museums Association / МА) – професійної організації, що базується в Лондоні та об'єднує фахівців й музейні установи, галереї інституції спадщини Сполученого Королівства [99]. Проаналізовано інформацію з сайту Американського альянсу музеїв – некомерційної організації США, яка об'єднує музеї країни та допомагає розробляти єдині стандарти, сприяє обміну знаннями, а також приймає рішення з питань, що становлять інтерес для всієї музейної спільноти [82].

Другу групу джерел склали нормативно-правові документи, які регулюють відносини у вітчизняній музейній сфері. В першу чергу це Закон України «Про музеї та музейну справу», прийнятий 29 червня 1995 р. [49] та інші законодавчі акти, що регламентують діяльність музеїв [96]. Вони дозволяють з'ясувати принципи функціонування музейних закладів. Законодавча база розкриває комплекс заходів держави щодо розвитку музейної сфери, регулювання діяльності музеїв, офіційного закріплення понятійно-термінологічного апарату.

Ще одну групу джерел склали матеріали, розміщені на офіційних музейних сайтах, які слугують центральною платформою для комунікації,

демонстрації нових підходів та підвищення доступності. Веб сайти є місцем, де музеї презентують та детально пояснюють свої нові та нетрадиційні форми роботи, серед яких – віртуальні тури та 3D-моделі експонатів; інтерактивні онлайн-виставки та цифрові сторітелінг-проекти; інформація про гібридні заходи (онлайн та офлайн), освітні програми, вебінари та подкасти; опис використання доповненої (AR) та віртуальної (VR) реальності в експозиції; деталі про ігрові механіки (гейміфікацію) у навчанні та навігації. Веб сайти часто містять освітні ресурси, що є інноваційним підходом до поширення знань.

Опрацьовано матеріали як вітчизняних (Музей становлення української нації [38]; Музейний простір «Окольний замок» [42]; Національний науково-природничий музей НАН України [48] та ін.), так і зарубіжних музейних установ (Британський музей [75]; Лувр [84]; Музей сучасного мистецтва (Нью-Йорк) [85]; Метрополітен-музей [101]; Музей Сальвадора Далі [95] Смітсонівський інститут [90]; Національна галерея (Верона) [88]; Колекція Кремера [101] та ін.); веб порталів «Музейний простір України» [40], «Музейний простір Волині» [43]. На сторінках інтернет представництв музеїв можна віднайти інформацію про діяльність музеїв, різноманітні музейні події, у тому числі форми роботи музеїв з різновіковою аудиторією, світлини.

Важливу інформацію, яка розкриває інноваційні форми роботи музеїв з відвідувачами містять зарубіжні періодичні видання – «AltaMira Press», «ATM Lab», «DataArt», «Codart», «Public Technology», «The Gurdian», «The UNESCO Courier», «The art newspaper».

Загалом, оцінюючи джерельну базу дослідження, можна визнати її достатньою для об'єктивного і повного розкриття теми наукової роботи, розв'язання дослідницьких завдань.

Таким чином, розвиток форм і методів музейної діяльності в сучасних умовах базується на спеціальній термінології музей», «музейна діяльність», «музейна комунікація», «музейні інновації» та «інтерактивність» та ін.).

Історіографічний аналіз дозволяє зробити висновок про те, що написано чимало праць, які висвітлюють як загальні так й окремі аспекти проблеми інноваційної роботи з музейною аудиторією. Однак, написання комплексного дослідження, присвяченого процесам запровадження українськими музеями інноваційних форм роботи з відвідувачами з урахуванням зарубіжного досвіду, знаходиться лише на початковому етапі, а проблема попри її новизну і багатоаспектність вимагає продовження наукового вивчення.

Опрацьовані джерела дали можливість належно підійти до аналізу теми наукової роботи, сприяли її об'єктивному, комплексному розкриттю, дозволили вирішити дослідницькі завдання й досягти поставленої мети.

РОЗДІЛ 2

НОВІТНІ ЗАРУБІЖНІ ПРАКТИКИ КОМУНІКАЦІЇ З МУЗЕЙНОЮ АУДИТОРІЄЮ

2.1. Інтерактивні методики взаємодії з відвідувачами у провідних музеях світу

Сучасний музей трансформувався з традиційної установи, що виконувала зберігаючу та освітню функції, у динамічний культурний простір, орієнтований на активну взаємодію з відвідувачами. Провідні музеї світу прагнуть перетворити відвідувача з пасивного спостерігача на активного учасника музейної комунікації, використовуючи інноваційні та інтерактивні методики.

Як зазначає Н. Надольська, «сучасні виклики суспільства вимагають розвитку нових напрямів діяльності музею, поряд із традиційними. Музейна педагогіка, новітні комунікаційні технології, інформатизація, маркетинг, підприємництво у роботі музею сприяють появі оригінальних комунікацій, які підносять роль музею як соціальної інституції, визначають його особливе місце у соціокультурному просторі модерного суспільства» [45, с. 274]. Вчена зауважує, що для сучасної людини велику роль відіграє атмосфера музею, яка повинна бути цікавою і зручною. Крім цього, змінилася мотивація відвідування музею, адже все більшого значення для аудиторії набуває його дозвіллєва функція. Таким чином, у боротьбі за відвідувача музеї змушені приділяти велику увагу новітнім технологіям, однією з яких є технологія інтерактивності.

Музейні фахівці розробляють комплексну стратегію залучення аудиторії до музейного середовища та її подальшого зацікавлення об'єктами культурної спадщини [12, с. 327]. Як відзначає М. Масленникова, «сьогодні успішність культурної інституції залежить від вміння швидко адаптуватись та прислухатись до побажань та очікувань відвідувачів» [32, с. 71]. Для залучення відвідувачів «музей повинен бути актуальним, цікавим, відомим,

створювати належні умови для проведення вільного часу в контексті сучасних тенденцій “цивілізації дозвілля” тощо» [2, с. 3].

Сучасний музей все більше усвідомлює необхідність діалогу з аудиторією. Ця потреба особливо загострилася в умовах цифрової трансформації, коли часто невідомо, хто саме є реципієнтом музею, його культурне, освітнє чи соціальне походження. Це спричинило складну і тривалу дискусію серед фахівців музейної сфери щодо нових форм комунікації, ролі музею та його завдань у сучасному суспільстві [5].

Безпрецедентний стрибок цифрової активності музеїв відбувся під час пандемії COVID-19, коли музеї зачинили двері для фізичних відвідувачів і розпочали пошук способів популяризації своїх колекцій онлайн. Саме тоді більшість установ посилили свою присутність у мережі Інтернет та активізували онлайн-діяльність, переорієнтувавши персонал на роботу з цифровим контентом. Провідні музеї світу почали впроваджувати інноваційні практики комунікації, зокрема інтерактивні експозиції, щоб утримати зв'язок зі своєю аудиторією та залучити нових відвідувачів.

Одним із ключових напрямів інноваційної музейної практики стало впровадження інтерактивних методик роботи з відвідувачами. Інтерактивність передбачає активну участь аудиторії у пізнанні та творенні музейного досвіду, що посилює емоційну залученість та забезпечує двосторонню комунікацію «музей–відвідувач».

На нашу думку, основними перевагами використання інтерактивних методик є:

- підвищення інтересу до експонатів та залучення відвідувачів до активної взаємодії, що робить відвідування музею більш захоплюючим;
- залучення до відвідування музею молоді, яка цікавиться сучасними технологіями.

Інтерактивності властивий багатофункціональний характер, який забезпечує реалізацію освітньої, комунікативної, соціалізуючої та культуротворчої функцій музею. Це сприяє демократизації музейного

простору та формуванню інклюзивного середовища, подоланню бар'єрів між відвідувачем та культурною спадщиною, а також формуванню нового типу музейної комунікації, орієнтованої на персоналізацію досвіду відвідувача.

Існують різноманітні форми інтерактивності, які охоплюють спектр від простих механічних маніпуляцій до складних цифрових інсталяцій та віртуальних середовищ. Поширеною є практика поєднання різних видів інтерактивності, що створює особливий музейний простір [53, с. 18].

Як зауважує М. Масленникова, провідні музейні установи світу вже давно йдуть шляхом модернізації музейних установ, активно використовують всі доступні методи залучення нових відвідувачів до музеїв [32, с. 72]. Вони намагаються відповідати запитам суспільства, прагнуть дивувати і захоплювати аудиторію, експериментують з різноманітними формами інтерактивності. Серед найпоширеніших форм такого залучення – імерсивні інсталяції, проекти з елементами віртуальної (VR), доповненої (AR) та змішаної реальності (MR), а також гейміфіковані формати взаємодії.

Використання віртуальної реальності (VR), доповненої реальності (AR), інтерактивних панелей та мобільних додатків розширює можливості сприйняття експонатів. Це дозволяє створювати більш глибокі, емоційно насичені враження та забезпечує персоналізований підхід до кожного відвідувача. Крім цього, використання VR і AR є ефективним способом охопити більш широку аудиторію, яка зазвичай не відвідує музей взагалі або не може робити це у певний період.

Технології VR і AR покращують чи замінюють реальне середовище на віртуальне. AR доповнює і збагачує навколишню реальність, додаючи цифрові елементи до живого перегляду за допомогою камери на смартфоні. VR створює повністю захоплюючий досвід, що замінює реальне середовище на змодельоване [21, с. 25].

У музейній діяльності переважно використовують віртуальну реальність для окремого мистецького твору, виставки чи проєкту. Проте вже функціонують музеї, які існують виключно у віртуальній реальності без

потреби у відвідуванні спеціального фізичного простору. Наприклад, новаторським прикладом у музейній справі став Музей Кремера (The Kremer Museum), що демонструє потенціал віртуальної реальності для популяризації мистецтва [101]. У віртуальному просторі цього музею представлено колекцію голландського та фламандського живопису XVII ст., яка доступна для перегляду з будь-якої точки світу за допомогою VR-шолома. Відвідувачі можуть не лише вивчати експонати в деталях, а й пересуватися між «залом» та «експозиціями», що створені відомим архітектором Йонасом Віллом як повністю цифрове середовище. Такий формат не лише усуває фізичні бар'єри для доступу, а й розширює можливості інтеракції з експонатами, сприяючи новому типу музейного досвіду, орієнтованого на індивідуалізацію, мобільність та глибоку емоційну залученість.

Яскравим прикладом інтерактивної інновації є використання технологій доповненої (AR) і віртуальної реальності (VR) безпосередньо в музейних залах для занурення відвідувачів в історичний контекст творів. Так, у Національній галереї Лондона був реалізований проєкт «Virtual Veronese» (2022) – цифрова реконструкція вівтарного образу XVI ст. в його оригінальному архітектурному оточенні. Відвідувачі у спеціальних VR-гарнітурах могли побачити картину Паоло Веронезе «Освячення святого Миколая» так, як її бачили парафіяни церкви Сан-Бенедетто (Мантуя) в 1562 р. [74]. Імерсивна установка відтворювала 3D-модель історичної каплиці з усіма фресками і декоративними елементами, що колись оточували полотно. Більше того, глядачам на вибір пропонували два віртуальні гідів – сучасний куратор, що пояснює художню цінність твору, або історичний абат, котрий розповідає про контекст створення образу та виклики епохи. Такий підхід дозволив через інтерактивний сюжет по-новому інтерпретувати експонат, залучивши відвідувача до активного переживання історії твору, а не лише пасивного споглядання. Проєкт «Virtual Veronese» став результатом дослідницької програми галереї з пошуку нових способів ділитися результатами наукових досліджень з публікою за допомогою технологій VR.

Це приклад того, як інноваційна інтерактивність розширює можливості музею в емоційному залученні аудиторії та популяризації культурної спадщини.

Подібні імерсивні проєкти впроваджують і в провідних музеях США. Зокрема, у 2021 р. у Смітсонівському національному музеї природознавства (Вашингтон) відкрилася інтерактивна AR-інсталяція «Critical Distance» («Критична відстань»), присвячена темі захисту океанічної екосистеми. Це безкоштовний доповнено-реальний досвід, що занурює відвідувачів у голографічну зграю косаток і дозволяє їм стати свідками щоденних труднощів, з якими стикається цей вид, що знаходиться під загрозою зникнення. Одягнувши гарнітури змішаної реальності під назвою Microsoft HoloLens 2, відвідувачі стають свідками щоденних викликів у боротьбі косаток за виживання. AR-додаток дозволяє в інтерактивній формі відчути проблеми, з якими стикається ця група зникаючих китоподібних (шумове забруднення, перешкоди від суден тощо), що справляє глибокий емоційний вплив на учасників. Важливо відзначити, що «Critical Distance» задумано як соціальний досвід: відвідувачі заходять у AR-простір невеликими групами, де їх супроводжує аудіо-розповідь молодої екоактивістки, яка звертається до теми спільної відповідальності людей за долю океану. Після завершення сеансу гостям пропонують не виходити з ролі пасивних глядачів, а взяти участь у додаткових інтерактивних активностях. Спеціально розроблені освітні ігри і завдання (наприклад, гра-імітація ехолокації, тематичне «колесо» з фактами про косаток) закріплюють отримані знання про біологію і родинну структуру косаток. Більше того, кожен відвідувач може зробити свій внесок у колективний арт-об'єкт – ниткову інсталяцію, що поступово створюється в музеї і символізує зв'язок людства з океаном (додаток А) [90]. Даний проєкт здобув визнання, був представлений на кінофестивалі «Tribeca» та номінований на премію за найкращий імерсивний сторітелінг, що підкреслює успішність подібних інтерактивних інновацій.

Слід зазначити, що у світових інноваційних музеях інтерактивність виявляється не лише через VR/AR, а й через гейміфікацію та ігрові методи залучення відвідувачів. Упровадження гейміфікації у музейну діяльність, зокрема інтерактивних квестів, вікторин, настільних ігор та інших ігрових форматів, є ефективним засобом залучення відвідувачів різного віку, особливо дітей та молоді. Такий підхід сприяє більш активній взаємодії з експонатами, підвищує рівень зацікавленості та створює нові можливості для комунікації з аудиторією. Крім того, ігрові елементи роблять музейний досвід більш захопливим, що стимулює повторні відвідування та сприяє формуванню стійкого інтересу до культури й історії.

Ще до пандемії COVID-19 деякі музеї впроваджували елементи гри в огляд колекцій. Наприклад, Британський музей експериментував із QR-кодами та міні-вікторинами, що супроводжували огляд експонатів [80]. Нині подібні ідеї отримали новий розвиток. У 2022 р. музей запустив новий гейміфікований додаток на планшетах з технологією AR для екскурсій школярів. Групи дітей 7–14 років, озброєні музейними планшетами, виконують у грі різноманітні завдання та міні-ігри, об'єднані спільним сюжетом, під час 30–45-хвилинної подорожі залами Парфенона, Римської імперії та Саттон Гу. Вперше музей інтегрував доповнену реальність до такого освітнього туру – AR-навігація та анімації накладаються на експонати, забезпечуючи школярам і вчителям «занурюючий» досвід відвідування [75].

Британський музей пропонує дітям і сім'ям спеціальні «Музейні місії» – інтерактивні місії та завдання, які відвідувачі можуть виконувати під час екскурсії залами, скануючи QR-коди біля обраних експонатів. У результаті похід до музею перетворюється на своєрідний квест, де потрібно знайти підказки, відповісти на запитання чи розгадати загадку, пов'язану з колекцією. Цей підхід поєднує розвагу з навчанням, стимулює дітей до активного дослідження експонатів і робить музейне середовище більш дружнім і цікавим для молодшої аудиторії [87].

Національна галерея (Лондон) також у 2022 р. запровадила свій перший AR-додаток «The Keeper of Paintings and the Palette of Perception» («Зберігач картин та палітри сприйняття») для родин з дітьми. За допомогою смартфонів або планшетів юні відвідувачі шукають приховані підказки у залах, розв'язують загадки та збирають цифрові «коштовності», пов'язані з відомими картинами галереї. Цей AR-квест доповнює традиційний огляд шедеврів мистецтва елементами пригоди, залучаючи дітей до мистецтва через гру. Спочатку додаток задумувався для використання на місці в галереї, але пізніше був адаптований і для домашнього використання, тобто частково перетворився на онлайн-формат [73].

У 2023 р. Метрополітен-музей спільно з Verizon представив новаторський AR-додаток Replica для гейміфікації відвідування залів. Відвідувачі за допомогою смартфона сканують певні твори мистецтва у залах музею, після чого цифрові копії артефактів з'являються у їхньому віртуальному інвентарі на платформі Roblox. Таким чином, реальний похід у музей перетворюється на квест: на інтерактивній карті додатка позначені локації з творами, де потрібно «зібрати» предмети (наприклад, самурайський шолом або капелюх Ван Гога з його автопортрету) для власного аватара. Кожна така річ супроводжується довідкою про її історію, а користувачі можуть виставляти свої зібрані колекції в цифрових вітринах та робити фото у тематичних віртуальних просторах музею. Керівництво Метрополітену зазначає, що Replica «перетворює спосіб взаємодії з мистецтвом у музеї на захопливу гру» і є частиною стратегії залучення молодшої аудиторії через поєднання музею та цифрового простору [103].

У 2023 р. Музей д'Орсе (Париж) запустив повноцінний VR-досвід під назвою «Tonight with the Impressionists, Paris 1874» («Сьогодні увечері з імпресіоністами, Париж, 1874»). За допомогою VR-гарнітур відвідувачі переносяться в атмосферу Парижу 1874 р., щоб зустрітися з видатними імпресіоністами та «оживити» їхні картини. Поринувши у віртуальні сцени, публіка може «спілкуватися» з Клодом Моне, Едгаром Дега та іншими

художниками, спостерігаючи за створенням їхніх шедеврів. Цей імерсивний VR-проект став дуже успішним, адже за перші п'ять місяців його відвідали 18 000 гостей. Цей приклад демонструє те, як віртуальна реальність здатна привабити нову аудиторію до класичного художнього музею, надаючи «ефект присутності» в історичній епосі та залучаючи молодь до мистецтва за допомогою цифрових технологій [99].

Деякі музеї та центри мистецтв створюють 360°-простори або панорамні кінотеатри, де глядач повністю занурений в аудіовізуальне шоу. Наприклад, у січні 2023 р. в Музеї Сальвадора Далі (Флорида, США) відкрили купольний зал для мультимедійного шоу *Dalí Alive 360°*, що оточує публіку з усіх боків проекціями робіт Далі під музичний супровід. Відвідувачі стоять під куполом, а навколо них на 360° оживають знамените «розплавлене» годинникове саяво, сюрреалістичні пейзажі та образи митця. Повнокупольний фільм дозволяє буквально поринути у світ Далі, побачивши його творчість у динаміці світла та звуку. Подібні 360°-шоу (зазвичай створені у співпраці з компаніями-розробниками мультимедійних експозицій) тепер з'являються і в інших музеях. Їх рекомендують як спосіб додати ефектності до традиційної експозиції [95].

Сьогодні багато музеїв впроваджують інтерактивні освітні програми і заходи, що дозволяють відвідувачам самостійно творити чи експериментувати. Наприклад, у музеях науки та техніки поширеними є практики, що дозволяють фізично взаємодіяти з експонатами (натискати кнопки, проводити міні-експерименти тощо). Названий формат уже давно успішно застосовують у США в музеях Exploratorium (Експлораторіум, Сан-Франциско), Smithsonian's Air and Space Museum (Національний музей авіації і космонавтики, Вашингтон).

Проте після 2020 р. і класичні музеї мистецтва почали більше уваги приділяти тактильним та інтерактивним елементам. Наприклад, в оновлених експозиціях нерідко з'являються мультимедійні сенсорні кіоски, де відвідувач може обрати, яку додаткову інформацію чи відео переглянути про

експонат, або екрани з інтерактивними картами, що дозволяють прослідкувати зв'язки між об'єктами колекції. Усе це сприяє тому, що відвідувач стає співавтором свого музейного досвіду, вибираючи власний шлях і темп пізнання матеріалу.

Не менш важливими є соціально-ігрові ініціативи, що виходять за межі стін музею, залучаючи відвідувачів до творчої взаємодії через мережу. У період локдауну набули популярності флешмоби і челенджі, започатковані музеями у соцмережах, які стимулювали креативність аудиторії на основі музейних колекцій. Яскравим є приклад кампанії #GettyMuseumChallenge від музею Дж. Пола Гетті (Лос-Анджелес, США), що запропонував людям удома відтворювати відомі твори мистецтва з підручних матеріалів та ділитися фотографіями результатів онлайн (додаток Б) [77]. Цей виклик перетворився на глобальний феномен: за кілька місяців було створено понад 100 тис. користувацьких інтерпретацій картин. Подібні проекти не лише розважили аудиторію під час ізоляції, але й залучили нових шанувальників мистецтва, перетворивши відвідувачів на співтворців контенту.

Аналогічну кампанію #MetTwinning провів Метрополітен-музей у Нью-Йорку, заохочуючи публіку відтворювати роботи з колекції та викладати їх у соцмережах. Дана кампанія істотно підвищила онлайн-охоплення музею [102].

Окремо слід згадати ультрасучасний Museum of the Future (Музей майбутнього, Дубай), відкритий у 2022 р., який є яскравим прикладом впровадження найновіших імерсійних технологій. Тут кожна зала – це симуляція майбутніх технологій у сфері охорони здоров'я, космічних досліджень, штучного інтелекту. Відвідувачі мають можливість не лише спостерігати, а й тестувати інноваційні пристрої, працювати з алгоритмами, взаємодіяти зі штучним інтелектом. Експозиції побудовані як інтерактивні «подорожі»: гості можуть сісти в симулятор космічного шатлу і «відвідати» орбітальну космічну станцію з видом на галактику або завітати до футуристичного центру здоров'я, де штучний інтелект сканує та допомагає

«збалансувати» емоції. Для дітей є майданчик, де можна скласти власних роботів, а дорослі можуть побачити візії того, як виглядатиме Дубай у 2071 р. Цей музей став найбільш яскравим прикладом інтеграції технологій у музейному просторі. Він демонструє, як повне занурення з використанням VR/AR здатне привабити широку публіку та перетворити відвідування музею на досвід, схожий на науково-фантастичну пригоду [91].

Отже, роль музею як важливого соціокультурного інституту під впливом новітніх технологій та зростанням потреб аудиторії у доступності, інтерактивності та персоналізації досвіду зазнає суттєвих змін. Це вимагає оновлення підходів до роботи з відвідувачами. Нині провідні музеї світу активно використовують інтерактивні методики для підвищення якості контакту з публікою. Вони розраховані на різні аудиторії (дітей, молодь, дорослих), проте об'єднані спільною ідеєю – активізувати відвідувача, викликати у нього емоційний відгук і заохотити до самостійного дослідження культури. Досвід останніх років засвідчує, що інтерактивність у музейному просторі сприяє більш глибокій залученості відвідувачів, адже вони довше затримуються біля експонатів, краще запам'ятовують інформацію та частіше діляться враженнями, повертаючись знову. Для українських музеїв, що прагнуть модернізувати свою роботу, вивчення цих світових практик є надзвичайно цінним, адже інтерактивність стає новим стандартом ефективної комунікації з аудиторією у XXI столітті.

2.2. Використання новітніх інформаційно-комунікативних технологій

Одним із ключових аспектів інноваційної музейної діяльності є широке використання новітніх інформаційно-комунікативних технологій (далі – ІКТ), які кардинально змінили музейний простір. Як зазначає М. Шумарова, «нині немає жодного напрямку роботи в музеї, де б новітні технології не було впроваджено: соціальні медіа, мобільні додатки, доповнена і віртуальна реальність, аудіо- та віртуальні гіді тощо» [72, с. 82].

Залучення ІКТ суттєво змінює взаємодію музею з відвідувачами, розширюючи доступ до контенту, поєднуючи фізичний та цифровий досвід, а також допомагаючи у візуалізації складних понять і процесів. Якщо інтерактивні методики часто передбачають безпосередню фізичну або соціальну активність відвідувачів, то ІКТ забезпечують технологічну інфраструктуру для дистанційної взаємодії, мультимедійного представлення колекцій та розширення аудиторії далеко за межі стін музею.

Сучасні технології відкривають широкі можливості для організації віртуальних інтерактивних презентацій та виставок, зокрема в онлайн-режимі. Завдяки цьому стає можливою демонстрація музейних об'єктів за допомогою будь-якого комп'ютера з доступом до Інтернету.

Розвиток цифрових технологій сприяв створенню віртуальних турів та онлайн-виставок. Це дає можливість побачити, як виглядає музей зсередини, які експонати в ньому представлені, оглянути панорамні знімки з прикладеною детальною інформацією про об'єкти і колекції [56, с. 76].

Серед найуспішніших прикладів – віртуальний тур Лувром (Paris Louvre Museum), доступний через офіційний сайт музею. Цей онлайн-продукт дозволяє користувачам у будь-якому куточку світу здійснити інтерактивну подорож найвідомішими залами музею, використовуючи панорамну навігацію та супровідні пояснення [84].

Сьогодні музеї прагнуть стати мультимедійними хабами. Онлайн-користувач отримує можливість не лише споглядати оцифровані експонати, а й здобувати комплексний досвід. Це включає прослуховування аудіоматеріалів, перегляд відео та навчання. Таким чином, взаємодія з музеєм у цифровому середовищі наближається до реального відвідування.

Прикладами вдалого упровадження ІКТ є Британський музей у Лондоні (British Museum), який пропонує унікальну платформу Museum of the World (створену спільно з Google Cultural Institute). Вона дозволяє досліджувати глобальну історію через інтерактивну мапу і тематичні добірки експонатів. Цифрова колекція музею охоплює понад 4 млн об'єктів із зображеннями

високої якості, описами, контекстуальними зв'язками та посиланнями на академічні джерела [75].

Музей Ван Гога в Амстердамі (Van Gogh Museum) активно використовує мобільні застосунки та віртуальні виставки для популяризації творчості художника. На YouTube публікуються віртуальні тури – наприклад, огляд виставки «Van Gogh in Auvers» у 4K [104]. Це дозволяє зануритися в експозицію з коментарями кураторів, навіть якщо ви не можете бути фізично в музеї.

Вагомим трендом стало упровадження музейних колекцій у популярні цифрові платформи та ігри. Під час пандемії Метрополітен-музей і Музей Гетті інтегрували свої колекції у гру Animal Crossing: New Horizons. Користувачі отримали можливість переносити цифрові зображення артефактів у гру, створювати імпровізовані музеї, демонструвати шедеври друзям-онлайн [92]. Такий креативний підхід дозволив музеям охопити нову, переважно молодіжну, аудиторію. Як зазначив директор цифрового відділу Метрополітену, музей тепер конкурує за увагу не лише з іншими музеями, а й із платформами на кшталт Netflix чи відеоіграми [82].

Іншим прикладом є мобільний додаток «Replica», який поєднує експозицію Метрополітену з грою Roblox. Відвідувачі можуть сканувати експонати в музеї, а потім бачити їх у віртуальному просторі гри як тривимірні об'єкти. Поєднання фізичного та цифрового досвіду орієнтоване насамперед на дітей і молодь і перетворює огляд експозиції на інтерактивну пригоду [89]. Подібні проєкти відображають прагнення музеїв говорити мовою покоління, що виросло на цифрових розвагах.

Окрему роль у використанні ІКТ відіграють соціальні мережі. Якщо раніше вони були другорядним інструментом маркетингу, то нині стали основним каналом комунікації. В останні роки провідні музеї світу істотно збільшили свою онлайн-аудиторію та змінили контент-стратегії: замість анонсів подій з'являються прямі ефіри, відеоісторії, інтерактивні кампанії тощо. Такі платформи, як Facebook, Instagram, TikTok, YouTube дозволяють:

- розширювати аудиторію та залучати нових відвідувачів;
- підтримувати постійний діалог із відвідувачами;
- створювати онлайн-експозиції, віртуальні тури;
- проводити прямі ефіри;
- формувати імідж музею як інноваційного культурного центру.

За допомогою популярних соціальних мереж можна залучити молодь до пізнання культурних та історичних надбань країни та світу, сприяти навчанню та здобуттю освіти, збільшити інтерес до музею. Як стверджують С. Гаврилук та В. Надольська, «розробка і поширення онлайн-контенту, використання соціальних мереж, вміння працювати з онлайн-каналами є запорукою ефективної комунікації культурних інституцій у віртуальному світі» [12, с. 330].

Хештеги – ще один важливий інструмент, який дає змогу систематизувати контент, підвищити видимість матеріалів, залучити нових відвідувачів. Їх застосування сприяє формуванню ефективного зворотного зв'язку, адаптації контенту до очікувань аудиторії, популяризації нематеріальної спадщини.

У соціальних мережах музеї активно використовують хештеги для поширення аудіокоментарів до експонатів, відеорозповідей, стилізованих відео-історій, інтерактивних ігрових додатків тощо. Такі цифрові рішення орієнтовані насамперед на молодіжну аудиторію, враховуючи її особливе сприйняття візуального контенту та інтерактивних форматів подачі інформації [12, с. 328]. Наприклад, Музей сучасного мистецтва (MoMA) перетворився на одного з провідних світових лідерів у цифровій комунікації, охоплюючи понад 30 млн користувачів на онлайн-платформах, включно з веб-сайтом, YouTube, Instagram, Twitter, TikTok і програмами дистанційного навчання. Такий підхід дозволив закладу не лише розширити аудиторію за межами фізичного простору музею, а й вибудувати сталі форми культурної взаємодії з різновіковими та мультикультурними користувачами у глобальному цифровому середовищі. Завдяки системній роботі у соціальних

мережах MoMA інтегрує освітні, пізнавальні та мистецькі практики у доступний медіаформат, що сприяє формуванню нових моделей комунікації між музеєм та відвідувачем [85].

Окрім промоції та комунікації, ІКТ слугують і науковим цілям. У 2024 р. Державний музей Амстердама (Рейксмузеум), відомий інноваційними цифровими проєктами, запустив нову онлайн-платформу Collection Online, що інтегрує кілька баз даних і дозволяє кожному користувачеві стати своєрідним куратором. На сайті можна не лише переглядати 800 тис. оцифрованих творів та архівних матеріалів, а й створювати власні колекції вподобаних об'єктів, порівнювати їх між собою та ділитися такими добірками з іншими.

Цікавою є функція віртуальна Галерея слави: користувач у режимі 360° оглядає знамениту Галерею почесних полотен, де традиційно експонуються шедеври Рембрандта і Вермеєра, і має змогу «вивісити» на стінах свою персональну підбірку картин, наче справжній куратор. Ще один інструмент – AI-асистент «Art Explorer», який ставить відвідувачу несподівані запитання (про його настрої, вподобання тощо) і на основі відповідей пропонує добірку несподіваних рекомендацій з музейної колекції. Такий ігровий AI-підхід заохочує відкривати для себе нові експонати тим самим розширюючи горизонт сприйняття мистецтва. Рейксмузеум підкреслює, що в музейному світі ще не було настільки комплексного поєднання відкритих даних, штучного інтелекту та візуально привабливого інтерфейсу на одному ресурсі [93]. Цей проєкт відображає більш загальну тенденцію до персоналізації музейного досвіду за допомогою технологій: відвідувач (навіть в онлайні) хоче отримати контент, адаптований під його інтереси, і сучасні ІКТ це забезпечують.

Досвід останніх років показує, що онлайн-формати стали невід'ємною частиною музейної діяльності. Віртуальні тури, цифрові колекції, соціальні медіа, дистанційні курси, інтеграція AR/VR тощо формують нову модель «музею майбутнього». Віртуальні тури дозволяють охопити глобальну

аудиторію і відвідати музеї від Парижу до Нью-Йорка зі свого екрану. Цифрові колекції роблять мистецтво доступним цілодобово, а їх поповнення та оновлення стали пріоритетом. Музеї активно освоюють соцмережі, щоб говорити мовою різних поколінь і спільнот. Освітні онлайн-програми та курси дають можливість навчатися у провідних кураторів світу незалежно від місця проживання. А найсміливіші експерименти, такі як, AR/VR-додатки, ігрові інтеграції та цифрові виставки стирають межу між реальним і віртуальним мистецьким досвідом.

Підсумовуючи, зазначимо, що ІКТ є невід'ємною частиною сучасної музейної діяльності. Вони не замінюють фізичний музей, а підсилюють його, розширюючи аудиторію, збагачуючи взаємодію та забезпечуючи гнучку й інноваційну форму доступу до культури. Пандемія COVID-19 стимулювала музейну сферу до швидкого освоєння цих технологій, і більшість установ змогли не лише втримати свою публіку, а й вийти на якісно новий рівень охоплення. Провідні музеї світу показали приклад, як можна бути гнучкими та креативними. У контексті українських музеїв запозичення і адаптація таких новітніх практик може суттєво сприяти їх модернізації та інтеграції у світовий культурний простір. До таких належать: віртуальні 3D-тури, 360° відеоекскурсії, мобільні застосунки з AR-функціоналом, гейміфіковані екскурсії, партисипативні музейні практики тощо. Зважаючи на наявність окремих ініціатив у музеях України, впровадження зазначених форматів є не лише можливим, але й доцільним у контексті цифрової трансформації. Названі підходи можуть стати ефективними інструментами залучення нової аудиторії, підвищення якості музейної комунікації та посилення культурно-освітньої функції музеїв.

РОЗДІЛ 3

ТРАНСФОРМАЦІЯ ФОРМ РОБОТИ З ВІДВІДУВАЧАМИ У МУЗЕЯХ УКРАЇНИ

3.1. Новації в організації традиційних форм роботи з різновіковою музейною аудиторією

Сучасний розвиток музейної справи в Україні характеризується суттєвою трансформацією форм роботи з відвідувачами. Музеї переглядають весь спектр традиційних форм, активно модернізують їх та впроваджують нові підходи, що відповідають актуальним соціокультурним тенденціям і запитам аудиторії. Упровадження музейних інновацій спрямоване на те, щоб перетворити відвідування музею на захопливий, емоційно насичений і пізнавальний досвід.

Такі аспекти музейної діяльності, як використання інноваційних мультимедійних технологій для створення експозицій, створення віртуальних музеїв і виставок, розробка гейміфікованих виставок, застосування нестандартних і креативних підходів у науково-освітній діяльності, використання соціальних медіа, мобільних додатків і веб-платформ тощо, спрямовані на модернізацію та адаптацію діяльності українських музеїв до сучасних умов [57].

У сучасних дослідженнях із музейної соціології активно вивчаються запити аудиторій різного віку з метою адаптації контенту до їхніх потреб. Музейні фахівці звертають увагу на мотиви та потреби відвідування установи, тематику зацікавленості музейною інформацією, вплив музею на формування світогляду, попит на увесь спектр музейних продуктів та ін. Дослідження з музейної соціології сприяють оновленню та вдосконаленню музейних експозицій, запровадженню технічних новацій та інтерактивних форм діалогу з відвідувачами, розширенню музейної аудиторії. Як зауважує В. Банах, музеї прагнуть орієнтуватися не лише на так званих «людей

музейного типу», а передусім на людей різної вікової категорії: родини, молодь, осіб поважного віку [11, с. 45].

За А. Кудрявцевою, інноваційна діяльність у музейній сфері сьогодні є обов'язковою умовою ефективного розвитку екскурсійної роботи [25]. Практично кожен музей веде пошук нових форм, орієнтуючись на вік, рівень підготовки та інтереси екскурсантів. При їх розробці враховують існуючі і доступні музею ресурси і технології, рівень підготовки екскурсантів, їхні інтереси, вивчають їхні запити і потреби, забезпечуючи зворотний зв'язок «музей – відвідувач», а також диференційовано підходять до організації, змісту, методики підготовки і проведення екскурсій для різних вікових і соціальних груп.

Учена зауважує, що «в умовах вільного ринку і обмеженої державної підтримки (або навіть повної її відсутності) проблема залучення відвідувачів більш актуальна для малих і середніх музеїв, хоча навіть найбільші музейні центри ведуть постійний пошук нових форм роботи з відвідувачами і розробляють стратегії розвитку музею» [21].

Як стверджує Т. Курченко, «у практичній культурно-освітній діяльності західних музеїв поряд з традиційними лекціями, екскурсіями, консультаціями, музейними гуртками, студіями, клубами, вже давно широкого вжитку набули музейні свята, рольові ігри, різні форми роботи з дітьми з обмеженими можливостями та спеціальними потребами тощо» [26]. Практичні напрацювання українських музеїв, починаючи з 1990-х рр., дали змогу внести елементи інтерактиву в традиційні форми роботи з аудиторією (наприклад, під час інтерактивної екскурсії «малюємо, складаємо пазли, розв'язуємо цікаві завдання...»), широкого вжитку набули майстер-класи, уроки живопису або музейні пленери, квести та театралізовані квести, інтелектуальні турніри, воркшопи, музейні фестивалі, кінопокази, інтерактив з фолловерами (конкурси та ін.) тощо. Для дитячої аудиторії, окрім популярних інтерактивних екскурсій та квестів, пропонують практичні

семінари, майстерні та курси (на канікулах), програми на день народження, спеціальні заходи (наприклад, ніч мистецтва для дітей).

Отож, традиційні музейні екскурсії, лекції та інші форми поступово еволюціонують під впливом інноваційних методик і технологічного прогресу. Креативність, залучення аудиторії, адаптація до різних соціальних груп стає пріоритетом.

Музейні фахівці диференціюють програми з урахуванням віку та інтересів відвідувачів, оновлюють зміст та форму подачі матеріалу. Екскурсії стають все більш динамічними, емоційно насиченими та орієнтованими на взаємодію. Екскурсоводи дедалі частіше застосовують сторітелінг, театралізацію, інтерактивні вправи, міні-ігри та елементи майстер-класу. Учасники екскурсій переходять від ролі пасивного слухача до активного учасника, залучаються до обговорення, мають можливість ставити запитання.

В останні роки активно поширюється формат квестів, тематичних маршрутів, які розкривають історію експозиції через завдання. У деяких музеях екскурсії будуються навколо художнього образу або персонажа, що «веде» групу крізь простір, дозволяючи аудиторії глибше емоційно пережити побачене. Такі формати значно посилюють освітній ефект і сприяють формуванню сталого інтересу до культурної спадщини.

У традиційну екскурсію все частіше впроваджують ігрові та театралізовані елементи, що дозволяють учасникам торкатися до окремих об'єктів, щоб зробити досвід більш чуттєвим і цікавим. Наприклад, у Львівському музеї історії релігії запроваджено програму «Родинний день у музеї» – це сімейна інтерактивна екскурсія, яку проводять екскурсоводи в історичних костюмах. Відвідувачі (батьки з дітьми) не просто слухають розповідь, а взаємодіють з героями екскурсії через гру, дізнаючись цікаві факти та легенди, пов'язані з оригінальними експонатами. Такий підхід урізноманітнює традиційну екскурсію та робить її привабливою для різних поколінь відвідувачів [2].

Сьогодні багато музеїв використовують в експозиціях мультимедійні елементи, котрі виконують різноманітні функції: «від пояснень або заміни необхідних експонатів, відсутніх в музеї, до занурення глядача у потрібний емоційний стан, залучення його до взаємодії з простором музею та з експонатами» [64, с. 1]. Завдяки цьому сучасний музейний досвід кардинально змінюється. Використання інноваційних мультимедійних технологій дозволяє створювати інтерактивні експозиції, де відвідувачі є не лише пасивними спостерігачами, але й активними учасниками.

Особливої актуальності набуває інтеграція технології доповненої реальності у культурно-освітній процес, оскільки сприяє зростанню інтересу серед учнівської та студентської аудиторії, а також покращує засвоєння інформації завдяки її візуальній різноманітності й інтерактивності. Показовим прикладом є проєкт «Доповнена реальність», реалізований Літературно-меморіальним музеєм Панаса Мирного в Полтаві (2019 р.). Названий проєкт «оживляє» учасників І-го з'їзду української інтелігенції за допомогою цифрової анімації, яка накладається на фізичне зображення в реальному часі через планшет або смартфон. Маркером для AR-взаємодії виступає картина «В колі друзів», створена на основі спогадів Михайла Рудченка – сина Панаса Мирного та першого директора музею. На ній зображені такі видатні діячі, як Леся Українка, Олена Пчілка, Михайло Коцюбинський, Микола Лисенко, Христя Алчевська, Гнат Хоткевич та інші учасники пам'ятної зустрічі 1903 р., що відбулася у садибі Панаса Мирного з нагоди відкриття пам'ятника Івану Котляревському.

Основною метою проєкту є формування національної ідентичності та шанобливого ставлення до культурної спадщини через емоційне занурення в історичний контекст. Активувавши AR-контент, відвідувачі стають свідками подій початку ХХ ст.: чують уривок із вірша Панаса Мирного, присвяченого І. П. Котляревському, та усвідомлюють важливість збереження пам'яті про корифеїв української літератури. Хоч візуальна стилістика графіки залишається досить простою, вона дає змогу детально роздивитися обличчя,

вбрання історичних постатей та предмети інтер'єру, що сприяє більш глибокому зануренню в атмосферу тієї епохи [67].

Традиційні лекції в музеях також набули нових рис. Сьогодні лекційні заняття часто проводять у формі діалогу з аудиторією, з використанням мультимедійних презентацій, відео- та аудіоматеріалів. Багато музеїв організовують цикли науково-популярних лекцій для широкого загалу, запрошують спеціалістів та очевидців, що робить такі заходи живими та актуальними. Окрім того, в останні роки поширилась практика онлайн-лекцій. Наприклад, Національний науково-природничий музей НАН України (м. Київ) окрім звичайних екскурсій запровадив для відвідувачів окремі науково-популярні програми, зокрема інтерактивні програми, лекції та навіть вебінари (онлайн-лекції), які можна відвідати дистанційно [48].

Показовим прикладом є проєкт «Бесіди про мистецтво» Музею сучасного мистецтва України – серія онлайн-лекцій, присвячених різним етапам і напрямам в історії українського та світового мистецтва [3]. У межах проєкту відбуваються зустрічі на теми: «Романтизм початку XIX ст. – емоція, драма, таємниця...», «Пейзаж в імпресіонізмі. Гармонійна чарівність і природність», «Імпресіонізм без пленеру. Миттєвості сучасного життя», «Художниці в імпресіонізмі: жіночий погляд», «Українські художники першої половини XIX ст.» тощо. Формат лекцій передбачає інтерактивне спілкування між лектором і слухачами, що сприяє осмисленню мистецтва не лише як історичного явища, а як живого процесу комунікації. Участь у таких заходах можлива дистанційно, що дозволяє залучити широку аудиторію з різних регіонів України та за її межами. Проєкт «Бесіди про мистецтво» демонструє, яким чином цифрові технології розширюють межі музейної освіти та створюють нові можливості для культурного діалогу між музеєм і суспільством.

Таким чином, музейні лекції стали доступними для більш широкої аудиторії, у тому числі тих, хто не може фізично відвідати музей, що є важливою інновацією останніх років.

Дієвим інструментом зацікавлення потенційних відвідувачів стало створення нетипових, ексклюзивних та оригінального напрямку музеїв. Яскравий приклад – Музей сучасного українського мистецтва Корсаків у Луцьку з мистецьким проєктом «Космогонія», що поєднує філософію, мистецтво і технологію. На сьогодні – це найбільша картина у світі, площею понад 2 000 м, яку створювали два роки, та глибоке занурення у світ роздумів про добро і зло, людину і Всесвіт. Автором ідеї та куратором артпроєкту є Віктор Корсак. Створив картину художник та скульптор Петро Антип. Презентація художнього твору відбулася 28 вересня 2024 р. Найбільша картина розмістилася в окремій залі Музею сучасного українського мистецтва Корсаків (додаток В) [33].

Попри значні позитивні зміни, науковці (зокрема С. Гаврилюк і В. Надольська) стверджують, що багато музеїв України досі не відповідають очікуванням молодшої аудиторії [11, с. 43]. Як зазначають дослідниці, «незважаючи на появу сміливих проєктів, відвідуваність вітчизняних музеїв відстає від інших європейських країн. Основними причинами повільного розвитку музейної галузі є не лише застаріле законодавство, обмежене фінансування, відсутність змінних та інтерактивних експозицій, тематичних і якісних експонатів» [11, с. 43]. Одним із проблемних аспектів є повільне реагування на запити відвідувачів. У сучасному музеї відвідувач повинен бути «не просто слухачем і спостерігачем, а активною дійовою особою у творчому пізнанні» [11, с. 43].

Отже, новації в організації традиційних форм роботи з різновіковою музейною аудиторією зумовили глибоку трансформацію самої сутності музейної комунікації. Традиційні лекції та екскурсії набувають нових форм завдяки використанню мультимедійних технологій, інтерактивних і театралізованих елементів, квестів, майстер-класів, освітніх воркшопів віртуальної і доповненої реальності. Застосування таких рішень, як цифрова анімація, AR-контент, відеоінсталяції, сенсорні панелі та мобільні додатки,

дозволяє зробити музейний простір більш динамічним, залучаючи відвідувачів до активної взаємодії з експозицією.

Водночас акцент зміщується з пасивного сприйняття до участі та співтворення: екскурсії будуються на основі сторітелінгу, рольових ігор, художніх образів чи персонажів, які спрямовують відвідувачів у процесі ознайомлення з експозицією, забезпечуючи послідовне розкриття змісту виставки та підсилюючи емоційне залучення аудиторії. Велику роль відіграють онлайн-лекції, вебінари та віртуальні формати, які забезпечують безперервність культурно-освітнього процесу, розширюють межі доступності музейного контенту.

3.2. Відвідувач як активний учасник музейної комунікації

Сучасні музеї дедалі більше змінюють підхід до комунікації з аудиторією. Вже зараз можна говорити про появу нового виду взаємодії музеїв з відвідувачами, сутністю якого є інтерактивність. Музеї прагнуть залучати відвідувачів до активної участі у пізнавальному процесі. Інтерактивність стала базовим принципом музейної діяльності, метою якої є перетворити передачу знань на двосторонній діалог з аудиторією. Протевагою цьому залишаються традиційні методи – переважно одноманітні екскурсії без зворотного зв'язку між музейними працівниками та публікою, де відвідувачі виступають пасивними слухачами. Натомість нині їм пропонують діяти, творити, експериментувати, стаючи співучасниками музейного дійства. На думку В. Банаха, поняття музейної «інтерактивності» стосується насамперед науково-освітньої галузі діяльності музею [2].

Увагу сучасного відвідувача привертають інформаційно-розважальні заходи з використанням новітніх технологій: цифрові демонстрації об'єктів, сенсорні пристрої, аудіогіди тощо. Високий рівень технологічності експонатів не лише сприяє активній взаємодії з ними, а й змінює загальне сприйняття музейного простору, який стає суцільним цифровим середовищем [34, с. 15].

У цьому контексті важливим є розуміння музею як платформи для діалогу, творчості та самовираження. Музейна комунікація виходить за межі одностороннього інформування, натомість формується як процес співтворення, де важливі як зміст експозиції, так і досвід взаємодії з нею.

В українських музеях впроваджуються різноманітні інтерактивні форми роботи, які перетворюють комунікацію «музей–публіка» на живу взаємодію. Вони дають змогу активізувати музейну комунікацію, перетворюючи відвідувачів на активних учасників, розвивають критичне мислення, командну роботу та креативність, сприяючи більш глибокому залученню аудиторії. У своїй діяльності сучасні музеї послуговуються різними інтерактивними формами роботи. Серед популярних форм: музейні свята, майстер-класи, квести, інтелектуальні турніри, воркшопи, музейні фестивалі, кінопокази, конкурси, тематичні вечори, музейні акції, проєкти, відео-арт, інсталяція тощо [45, с. 274].

Так, щороку, до Всесвітнього дня музеїв, який відзначають 18 травня, музеї всього світу проводять акцію «Ніч музеїв» та відкривають свої двері для відвідувачів вночі. У цей день установи організовують спеціальні вечірні та нічні програми, щоб залучити більше відвідувачів та представити свої колекції у незвичному форматі. Музеї пропонують різноманітні заходи, такі як: вечірні та нічні екскурсії, тематичні виставки, майстер-класи, квести, концерти, інтерактивні програми тощо. Кожного року у багатьох містах України відбуваються різноманітні заходи до Міжнародного дня музеїв.

До інтерактивних форм належить і гейміфікація. Упровадження ігрових елементів – один із найефективніших засобів активізації відвідувачів. У деяких музеях проводять спеціальні «музейні ігри», в ході яких учасники отримують певні ролі або завдання. Такі ігрові формати дозволяють відвідувачам відчувати себе не сторонніми спостерігачами, а безпосередніми учасниками музейного життя.

Використання гейміфікації у музейній діяльності, зокрема квестів, інтерактивних вікторин, настільних ігор тощо, є потужним інструментом

залучення відвідувачів різного віку. Показовим прикладом інноваційного підходу до інтерактивної взаємодії з аудиторією є благодійний вечір давньогрецьких настільних ігор, організований в Одеському археологічному музеї. Метою заходу став збір коштів на реставрацію музейної зали, пошкодженої внаслідок ракетного удару по історичному центру міста у 2023 р. Ігрова подія поєднала історико-культурну реконструкцію та освітній компонент: співробітники музею спільно зі студентами-археологами провели дослідження античних джерел з метою відтворення правил давньогрецьких настільних ігор, зокрема кості (астрагалів), для гри в які використовувалися таранні кістки овець, а також ігор з гральними фішками.

У межах підготовки до заходу студенти виготовили зразки глиняних гральних фішок за аналогією до автентичних артефактів. Один із музейних експонатів – римські гральні фішки зі скла, знайдені на острові Зміїний, слугував історичною основою для реконструкції. Водночас у колекції музею представлено давньогрецький посуд із сюжетними сценами, де фігурують герої грецької міфології, зокрема Ахіллес та Аякс, які грають у настільні ігри [14]. Таким чином, подібні ініціативи не лише розширюють функціональність музею як культурно-освітнього осередку, але й створюють умови для емоційного занурення в історичний контекст, формуючи тісний зв'язок між відвідувачем і культурною спадщиною.

Як зауважує В. Надольська, «за допомогою гри музей перетворюється у простір, в якому відвідувачі можуть вивчати артефакти, встановлювати з ними зв'язки як з частиною власного повсякденного життя» [45, с. 274]. Це формує новий рівень комунікації з відвідувачами та сприяє повторним відвідуванням музею.

Проте, на думку О. Зайченко, в українському музейному середовищі впровадження гейміфікації перебуває на початковому етапі. Учена стверджує, що «на відміну від європейського, в пострадянському просторі гейміфікацію дуже часто пов'язують зі сферою бізнесу та часто помилково вважають лише методом бізнес-тренінгів, засобом підвищення мотивації

співробітників тощо, тим самим обмежуючи та збіднюючи її потенціал» [17, с. 87].

Найчастіше елементи гейміфікації використовують при впровадженні музейних квестів або театралізованих екскурсій. Наприклад, у креативному Музейному просторі «Окольний замок» в Луцьку активно розробляють тематичні квести, які поглиблюють знання відвідувачів про минуле міста. Музейний простір є сучасною історичною частиною оборонних фортифікацій Луцька XIV–XVII ст. Територія давніх підземель налічує 18 кімнат, 4 коридори, Вежу XVI–XVII ст., атмосферні внутрішній та зовнішній дворики. Своєю появою у вимірі культурного простору, Окольний замок оприявнив поле для певного коригування стереотипних рефлексій у відвідувачів вікової категорії 35 років і більше. Йдеться про підвищення рівня самоцінності в екскурсантів дорослого віку, а головне – цілеспрямоване формування у школярів та студентства сприйняття минулого Луцька як міста, яке до кінця XVIII ст. розвивалося у питомо європейських вимірах функціонування тут міського права, релігійного вільнодумства й цехового ремесла. Симбіоз старовини й найновіших наукових досягнень у музейному просторі покликаний формувати сталий інтерес до історії та культури рідних теренів» [42].

Окрім квестів та екскурсій, в Окольному замку представлена послуга VR, де гості можуть поринути у середньовічний світ. В одному з режимів гри, учасник опиняється у вежі замку, захищаючи його від нападників. Він стає стрільцем з лука, і його завдання – відбивати хвилі ворогів, що підходять, стріляючи з лука через спеціальну VR-систему. Із використанням технології віртуальної реальності гравець повністю занурюється в атмосферу, відчуючи реальність ворожих атак і необхідність швидкої реакції. Враження додаються зоровими та звуковими ефектами, що створюють відчуття реальної битви. Таке поєднання розваги та історії робить гру популярною серед відвідувачів [42].

Інтерактивною формою є проведення в музеях майстер-класів, під час яких відвідувачі навчаються певним навичкам або власноруч створюють предмети, пов'язані з тематикою музею. Це можуть бути як художні майстер-класи (малювання, ліплення, писанкарство), так й історико-етнографічні заняття (ремесла, кулінарія за старовинними рецептами тощо).

Наприклад, у Музеї історії сільського господарства Волині-скансені, що знаходиться за 12 кілометрів від Луцька, регулярно проводяться інтерактивні заходи для різних категорій відвідувачів: тематичні екскурсії просто неба, майстер-класи з писанкарства, а також практичні заняття з традиційних ремесел – випікання хліба, приготування національних страв, плетіння із соломи тощо [32]. Відвідувачі власноруч беруть участь у цих процесах, що не лише дає їм нові знання і вміння, а й створює емоційний зв'язок із культурною спадщиною.

Слід зазначити, що майстер-класи все частіше поєднують з елементами театралізації, музичним супроводом або історичним контекстом, що створює синергію навчання, розваги та емоційної залученості.

Інтерактивність охоплює і сенсорні практики. Принцип «доторкнися і відчуй» реалізується через тактильні копії експонатів, інсталяції, сенсорні кімнати з ароматами й звуками. Це особливо цінно для дітей і людей з порушенням зору. Наприклад, у практиці українських музеїв використовують спеціальні тактильні копії скульптур чи археологічних артефактів для незрячих відвідувачів, інтерактивні сенсорні кімнати для дітей, де можна вдихнути аромати історичних епох або слухати звуки природи. Такі елементи дозволяють людині глибше зануритися в тему і відчувати власну причетність до історії та культури [2].

Показовим прикладом реалізації інклюзивних сенсорних практик є діяльність Національного музею мистецтв імені Богдана та Варвари Ханенків у Києві, який послідовно розвиває напрям доступності та інклюзії у музейній роботі. Весною 2022 р. при музеї було відкрито Музейний двір – повністю доступний та інклюзивний простір, де проводяться майстер-класи для дітей і

дорослих, воркшопи, концерти, вистави. Для незрячих та слабкозорих відвідувачів музей створив низку тактильних матеріалів: копії з кераміки, пластикові альбоми, що містять тактильні зображення предметів із колекції, а також спеціальні тактильні мапи, які допомагають зорієнтуватися у просторі музею [44].

Сенсорна взаємодія – це не лише форма інклюзії, а й інструмент поглиблення сприйняття, особливо в епоху перевантаження візуальним контентом. Вона формує більш стійке емоційне враження, яке зберігається в пам'яті надовго.

Таким чином, сучасний відвідувач поступово перетворюється з пасивного спостерігача на активного учасника музейного процесу. Інтерактивність стала ключовою складовою діяльності музеїв. Вона забезпечує двосторонню комунікацію між музеєм і публікою, формуючи нову якість сприйняття через емоційне залучення, дію, експеримент і співтворення.

Різноманітні інтерактивні формати, такі як музейні ігри, квести, VR-програми, сенсорні практики, тематичні акції тощо, змінюють уявлення відвідувачів про музей. Вони сприяють розвитку критичного мислення, креативності, командної взаємодії, а також зміцненню емоційного зв'язку між людиною та культурною спадщиною. Особливого значення набуває гейміфікація, яка відкриває нові шляхи залучення різновікової аудиторії та формує позитивне ставлення до відвідування музеїв як до захопливої події.

3.3. Використання ІТ-технологій у культурно-освітній діяльності музеїв

Культурно-освітня діяльність є однією з основних соціальних функцій музею. За визначенням Є. Ковальчук, «це один із видів музейної діяльності, який здійснюється в процесі безпосереднього контакту із музейною аудиторією як в самому музеї, так і поза його межами. У процесі культурно-

освітньої діяльності реалізуються такі соціальні функції музею як освіти, виховання, організації вільного часу» [23].

Стрімкий розвиток цифрових технологій істотно вплинув на роботу вітчизняних музеїв з відвідувачами. Вони не лише модернізують експозиційний простір, а й дозволяють створювати нові формати взаємодії з аудиторією – інтерактивні, мультимедійні, дистанційні. Нині ІТ-технології застосовують майже в усіх аспектах культурно-освітньої діяльності музею – від презентації експозицій у залах до дистанційної взаємодії з аудиторією в інтернет-просторі. Українські музеї активно освоюють ці інструменти, що особливо прискорилося в останні роки у зв'язку з пандемією COVID-19 та загальною діджиталізацією культури.

Використання таких ІТ-технологій, як мультимедійні системи, віртуальна і доповнена реальність, сенсорні панелі тощо, дозволяє відвідувачам не просто спостерігати за експонатами, а занурюватися в пізнавальний процес. Інтерактивність і візуалізація сприяють емоційному контакту, підвищенню інтересу та кращому запам'ятовуванню інформації.

Використання ІТ-технологій також відкриває нові можливості для партнерства музеїв з освітніми установами. Створення віртуальних лабораторій, проведення спільних онлайн-заходів і курсів, обмін даними сприяють поширенню наукових знань і розширюють доступ до них [4, с. 8].

Українські музеї активно освоюють онлайн-інструменти, які дозволяють подолати бар'єри фізичної присутності: веб-платформи, відеоекскурсії, дистанційні майстер-класи, вебінари тощо. Цифрові рішення розширюють межі традиційного музейного простору, перетворюючи його на платформу для дистанційного навчання, що дозволяє залучати нові категорії відвідувачів, які раніше не мали доступу до культурних об'єктів.

Важливим напрямом використання ІТ-технологій у культурно-освітній діяльності є активна присутність музеїв у соціальних мережах. Такі платформи, як Facebook, Instagram, YouTube, TikTok та інші, перетворилися на повноцінні канали культурної комунікації, освіти й інтерактивного

навчання. Соціальні медіа виконують подвійну функцію – інформаційну (донесення новин, анонсів, звітів про події) та освітню, що полягає у формуванні інтересу до історії, культури і мистецтва шляхом доступних візуальних форматів.

Показовим прикладом успішної інтеграції ІТ та комунікаційних технологій в освітню діяльність є Національний художній музей України. Після ребрендингу 2018 р. музей повністю оновив свою візуальну і комунікаційну стратегію, зробивши акцент на сторітелінгу, сучасному дизайні та інтерактивному спілкуванні з відвідувачами. У своєму офіційному акаунті в Instagram музей публікує короткі, емоційно насичені історії про українських художників, мистецькі напрями, окремі експонати та події з історії мистецтва, уникаючи надмірно офіційного тону [49]. Такий підхід спрямований на формування зацікавленості серед різних вікових і соціальних груп.

Мовна стратегія музею у соціальних мережах побудована на доступності та залученні: публікації подаються зрозумілою, інколи розмовною, проте змістовною мовою, із застосуванням візуальних цитат, коротких відео та дотепних заголовків. У такий спосіб музей не лише популяризує мистецькі знання, а й формує позитивний імідж українського мистецтва як сучасного, живого й актуального культурного феномена.

Не менш активну культурно-освітню діяльність у цифровому середовищі здійснює Національний музей мистецтв імені Богдана та Варвари Ханенків [44]. У соціальних мережах музей представляє найвизначніші твори зі зібрання світового мистецтва в Україні, здійснює тематичні публікації про визначні дати, інформує про авторські екскурсії, дні відкритих дверей та освітні проєкти. Особливе місце посідають пости, присвячені науковій діяльності музею та історії його становлення. Таким чином, соціальні мережі стають не просто інструментом популяризації, а повноцінним елементом культурно-освітньої діяльності музею.

Загалом, аналіз практик провідних українських музеїв дає підстави стверджувати, що інтеграція соціальних медіа у культурно-освітню діяльність музеїв є закономірним етапом цифрової трансформації музейної сфери. Цей процес сприяє розширенню аудиторії, формуванню нових освітніх форматів та розвитку музею як відкритої комунікаційної платформи.

Слід зазначити, що пандемія COVID-19 стала каталізатором цифрової трансформації у музейному секторі. Музеї світу та України вдало дистанційно розширюють цифровізацію своїх колекцій та виставляють їх в загальний доступ онлайн, надають вільний доступ до бібліотек, освітніх програм, беруть участь в онлайн флешмобах, упроваджують нові форми роботи, активно ведуть соцмережі. Також музеї не забули і про свою найменшу аудиторію, оскільки під час карантину музеї, дитячі музеї й асоціації дитячих музеїв як у світі, так і в Україні, активізувалися щодо роботи онлайн з дітьми. Упродовж карантину українськими музеями реалізовано цікаві освітні програми для дітей, використано досвід закордонних музейних установ [1].

Одним із ключових аспектів інновацій у музейній справі є збереження культурної спадщини за допомогою цифрових технологій. Створення 3D-моделей експонатів, електронних архівів та баз даних дозволяє зберегти інформацію про об'єкти навіть у разі їх фізичного пошкодження, інструменти не лише покращують умови зберігання, але й забезпечують доступність експонатів для дослідників і широкої громадськості. Завдяки цифровим технологіям музеї мають можливість інтегрувати свої колекції у глобальний інформаційний простір, створюючи умови для міжнародної співпраці та обміну знаннями [4, с. 7].

Окрім того, ІТ-технології сприяють формуванню цифрової музейної культури, яка орієнтована на взаємодію, емоційну реакцію, рефлексію. Вони сприяють не лише передачі знань, а й формуванню нових ціннісних орієнтирів, естетичних смаків і критичного мислення відвідувачів [9, с. 23].

Нові комп'ютерні технології дають можливість розширювати межі музейного простору, підвищуючи можливості музейної експозиції, створюючи емоційну атмосферу тимчасового занурення, здатну зацікавити сучасного відвідувача. Завдяки комп'ютерному моделюванню можливе створення нових типів музеїв – пізнавальних, динамічних, інтерактивних. Яскравий приклад – музей науки і техніки «Експериментаніум» у Києві, де експозиція побудована за принципом «доторкнися – і дізнаєшся»: кожен експонат взаємодіє з відвідувачем, дозволяючи через гру і дослід зануритися в наукові явища, фізичні закони та технологічні процеси. Завдяки мультимедійним панелям, інтерактивним симуляторам і світловим ефектам вдається досягти емоційного залучення аудиторії, що перетворює візит у захоплюючу пригоду та активний освітній процес (додаток Г) [16].

Віртуальні тури, онлайн-галереї, VR-виставки дають змогу залучити нову аудиторію. У період пандемії кількість віртуальних відвідувань зросла в рази. Приклади успішних реалізацій – 3D-тур Дніпровського художнього музею, віртуальна екскурсія Музею грошей НБУ. Наприклад, ще у 2019 р. Дніпровський художній музей спільно з Google Ukraine створив повноцінний 3D-тур експозицією, доступний на сайті музею. Музей грошей НБУ (Київ) з 2021 р. також запустив віртуальну екскурсію з гідом – під час онлайн-сеансу відвідувачі можуть оглядати інтер'єри будівлі та понад 3,5 тис. експонатів, серед яких раритетні монети і злитки, причому 180 експонатів оцифровано у форматі 3D [43].

Особливе місце серед сучасних практик посідає віртуальна екскурсія Національного музею «Чорнобиль», розроблена режисером Валерієм Коршуновим. Це перша віртуальна екскурсія для VR-шоломів на основі оцифрованих експонатів. Вона дає змогу відвідувачам здійснити віртуальну подорож до Чорнобильської зони відчуження, емоційно відтворюючи атмосферу днів трагедії. Завдяки цій екскурсії користувачі можуть розглянути експонати у віртуальному форматі та почути їхні історії. Проєкт включає різноманітний контент: від експонатів діючої експозиції до

унікальних об'єктів архівних фондів: документів, фотографій, мап радіації та інших матеріалів, які раніше не були доступні широкому загалу.

Важливо, що завдяки віртуальній реальності можна «відвідати» Чорнобильську зону просто з музею, навіть за умов воєнного стану. Це робить проєкт надзвичайно актуальним для сучасної України, адже забезпечує збереження пам'яті про катастрофу та доступність культурної спадщини у безпечний спосіб.

Проєкт Chornobyl X, реалізований Європейським інститутом Чорнобиля за підтримки Українського культурного фонду, створений для того, щоб підкреслити історичну значущість Чорнобиля як складової української ідентичності та світової культурної пам'яті (додаток Д) [68].

Складовою музейної роботи стають цифрові технології і мультимедіа. Як зазначає Ж. Денисюк, «використання таких технологій в експозиційному просторі музею дозволяє реалізовувати як освітню, так і комунікативну функції музеїв» [15, с. 67]. Цифрові технології використовуються і для створення додаткового інформаційного, освітнього й іміджевого контенту. Комунікативний аспект передбачає рівень використання цифрових технологій в інформаційному обміні між музейною експозицією і глядачем.

Отож, можемо виокремити кілька основних напрямів упровадження ІТ-технологій у культурно-освітню діяльність українських музеїв. Серед них:

1. Мультимедійні експозиції та інтерактивне обладнання. У сучасних музейних залах все частіше поряд із традиційними експонатами можна побачити мультимедійні екрани, інформаційні кіоски, проєктори та аудіосистеми. Цифрове обладнання виконує допоміжну роль. Наприклад, цифрові етикетки поруч із експонатами надають додаткову інформацію декількома мовами, а звукозаписи і відео створюють ефект присутності в іншій епосі. У деяких випадках сам цифровий контент стає частиною експозиції: спеціально створені аудіо-відеопрограми чи інсталяції дозволяють відвідувачу відчувати себе в «іншій реальності», доповнюючи або навіть замінюючи реальні об'єкти [2]. Наприклад, перший в Україні

інноваційний історичний музей «Становлення української нації» (м. Київ) відомий своєю високотехнологічною експозицією. В музеї представлено близько 100 реалістичних 3D-фігур видатних українців різних епох, виготовлених за новітніми технологіями, причому деякі з цих фігур мають анімацію (можуть підморгувати чи посміхатися). Кожна історична сцена супроводжується інтерактивним аудіо- та відеоконтентом зі спецефектами (звуковими, світловими, навіть запаховими), що повністю занурює відвідувача в атмосферу відповідної доби. Для зручності гостей медіагід музею доступний вісьмома мовами, що розширює доступність інформації для різних відвідувачів [38]. Цей музей є яскравим прикладом того, як сучасні технології поєднуються з історичним наративом, роблячи навчальний процес у музеї захопливим і незабутнім.

2. Діджиталізація дозволила музеям вийти за межі своїх фізичних стін і залучати аудиторію через інтернет. Багато українських музеїв створили віртуальні тури залами, панорамні 3D-екскурсії та цифрові галереї експонатів. Цей тренд особливо посилювався під час пандемії 2020–2021 рр., коли заклади були вимушені шукати альтернативні шляхи взаємодії з публікою. Завдяки впровадженню VR-виставок, онлайн-турів і дистанційних заходів, відвідуваність деяких українських музеїв у цифровому просторі з 2020 по 2022 рік зросла у 9 разів; в окремих закладах до 90% всіх візитів складала саме онлайн-гості. Це вражаючі показники, які свідчать про формування нової культури «віртуального музейництва» [29].

Окрім того, в Україні реалізовано державні проєкти зі створення цифрових турів музеями просто неба та пам'ятками. Наприклад, за підтримки Міністерства культури та Google Arts & Culture створено платформу «Автентична Україна», де зібрано віртуальні 3D-тури скансенами (музеями народної архітектури та побуту) у різних регіонах країни [69]. Користувач може «мандрувати» територією цих музеїв, заходити всередину старовинних хат, слухати коментарі про експонати та історії, пов'язані з ними [43].

Подібні онлайн-пропозиції розширюють аудиторію музеїв, даючи змогу людям з інших міст і країн ознайомитися з українською культурною спадщиною дистанційно. Важливо, що багато з цих напрацювань продовжують використовуватися і після відкриття музеїв – віртуальні екскурсії стали додатком до традиційних форм роботи.

3. Не менш значимим напрямом є внутрішня цифровізація – створення електронних облікових систем та онлайн-каталогів колекцій. Музеї України поступово переводять фонди в цифровий формат, що полегшує облік експонатів і відкриває їх для публіки через інтернет. Яскравим прикладом є Волинський краєзнавчий музей, де в останні роки активно оцифровують музейні предмети. У результаті відвідувачі отримують доступ до онлайн-версій експонатів. Можна буде оглянути в цифровому вигляді ті артефакти, які зазвичай недоступні у постійній експозиції через обмежені площі або стан збереженості. Цифровізація дозволить аудиторії ознайомитися зі значно більшою кількістю об'єктів спадщини, ніж представлено у залах, і поглибити освітню місію музею [43].

Оцифровані колекції нерідко публікують на веб-сайтах музеїв або спеціальних платформах, що є важливою частиною відкритих даних у культурній сфері. Також українські музеї імплементують міжнародні стандарти музейної інформації та системи управління колекціями (такі як CDWA, SPECTRUM, LIDO тощо) для інтеграції своїх баз даних у світові ресурси [2]. Ці кроки сприяють збереженню фондів у цифровому форматі і роблять музейні зібрання доступнішими для дослідників і широкої аудиторії.

У 2013 р. у віртуальній арт-галереї Google Art Project з'явилися колекції двох українських музеїв – Національного заповідника «Софія Київська» і Національного центру народної культури «Музей Івана Гончара». На сьогодні у межах проєкту Google Arts & Culture в інтерактивній галереї «Ukraine is Here» представлені 17 українських музеїв та культурних інституцій. До цього цифрового простору увійшли такі заклади, як Національний художній музей України (Київ), Національний музей історії

України (Київ), Музей театру, музики та кіно України (Київ), Національний центр народної культури «Музей Івана Гончара» (Київ), Львівський історичний музей, Museum of Modern Art of Ukraine (Київ) та інші установи [69].

Застосування ІТ-технологій докорінно змінює формат комунікації музею з відвідувачами. Мультимедійні та інтерактивні технології в експозиції роблять відвідини більш привабливими й інформативними, особливо для молодого покоління, що звикло до цифрового середовища. Віртуальні тури, онлайн-виставки і соціальні мережі дозволяють музеям залишатися на зв'язку зі своєю аудиторією за будь-яких обставин, розширюючи географію відвідувачів. Оцифрування колекцій і створення цифрового контенту, у свою чергу, інтегрують українські музеї у глобальний культурно-інформаційний простір.

Таким чином, інноваційні технології в музейній справі суттєво покращують взаємодію з відвідувачами, а також відкривають нові можливості для розваг та освіти. Крім того, вони забезпечують більш широкий доступ населення до культурних цінностей. Слід відзначити, що роль музейних інновацій впливає не лише на розвиток самих установ, а й поширюється на суспільство загалом.

Упровадження ІТ-технологій в культурно-освітню діяльність не лише модернізує музейну інфраструктуру, а й підсилює освітню і комунікативну функції музеїв України в сучасну епоху цифрової культури.

ВИСНОВКИ

Зібраний, систематизований і проаналізований у магістерській роботі матеріал дозволив розкрити теоретичні засади та охарактеризувати практичні складові трансформації музейної діяльності з відвідувачами в умовах цифровізації та глобалізації.

Теоретико-методологічну основу дослідження інноваційних форм роботи з музейною аудиторією склали базові поняття і категорії музеєзнавства як науки – «музей», «музейна діяльність», «музейна комунікація», «інновації», «інтерактивність» та ін.

Аналіз еволюції змісту поняття «музей» у документах міжнародних організацій (1970-ті – 2022 рр.) засвідчив, що його новітнє визначення ICOM (2022 р.) умістило сучасне бачення сутності музею як важливої соціокультурної інституції, орієнтованої на інклюзивність, етичність, сталий розвиток і взаємодію з громадами, та є важливим орієнтиром для впровадження інновацій у музейну практику. Правове тлумачення музею у національному законодавстві (Закон України «Про музеї та музейну справу») забезпечує нормативну базу для реалізації основних форм його діяльності.

Основу сучасної взаємодії музей – відвідувач складає музейна комунікація, що трансформується із засобу односторонньої трансляції знань на діалогову, інтерактивну та інклюзивну модель співпраці з різновіковою аудиторією. Процеси спілкування відвідувачів із музейними предметами у XXI ст. різнобічно по'язані із музейними інноваціями як у широкому (стратегічна переорієнтація ролі музею), так і у вузькому (технологічні нововведення) розумінні. Провідна стратегія залучення сучасного відвідувача до музейного простору передбачає тісний взаємозв'язок між інноваційністю та інтерактивністю.

Історіографічний аналіз проблеми засвідчує, що запровадження в музейну практику інноваційних форм діяльності з відвідувачами знайшло

своє відображення у різноплановій за проблематикою, рівнем узагальнення та формою літературі. На основі вивчення наукового доробку українських і зарубіжних дослідників виокремлено три ключові вектори досліджень:

- 1) процеси і форми запровадження інноваційних технологій у музейну практику;
- 2) еволюція музейної комунікації та особливості роботи установ з різними категоріями відвідувачів;
- 3) упровадження інтерактивних практик у музеях.

Дослідження українських науковців фіксують поступовий перехід музеїв від традиційної моделі експозиційної роботи до інтерактивної, партисипативної і технологічно збагаченої форми взаємодії з аудиторією. Водночас українські вчені звертають увагу на існуючі труднощі, зокрема, обмежене фінансування та недостатню розвиненість цифрової інфраструктури.

Проаналізовані новітні дослідження свідчать про відсутність у вітчизняній історіографії спеціального узагальнюючого дослідження з теми. Тому використання компаративного підходу та аналіз змін у музейній взаємодії з відвідувачами в останні десятиріччя дозволить заповнити існуючу прогалину.

Джерельна база є достатньою для написання дослідження з означеної теми. Для написання магістерської роботи було залучено документи міжнародних організацій (ЮНЕСКО, ІКОМ), професійних музейних об'єднань, вітчизняні нормативно-правові акти, матеріали офіційних сайтів музеїв та музейних порталів, публікації періодичних видань, що дозволило наповнити наукову роботу конкретними фактами, дало можливість розкрити якісні зрушення у музейній діяльності з відвідувачами на рубежі XX–XXI ст.

Аналіз зарубіжного досвіду інтерактивної взаємодії з аудиторією засвідчив глобальну тенденцію до переорієнтації музею на активну участь відвідувача. Серед основних інноваційних практик можна виокремити такі, як: імерсивні технології (віртуальна (VR), доповнена (AR), змішана (MR)

реальність), гейміфікація, інтерактивні освітні практики, соціальні онлайн-кампанії. Вони сприяють індивідуалізації музейного досвіду та розширенню меж музейної комунікації.

Вивчення використання ІКТ у музеях світу дозволяє зробити висновок про їх ключову роль у трансформації музейного простору. Віртуальні тури, мультимедійні платформи, цифрові колекції, освітні онлайн-програми перетворюють музеї на культурні хаби нового типу, що охоплюють широку аудиторію, формують інклюзивне середовище та забезпечують сталість комунікації поза фізичними межами закладу.

Аналіз новітніх українських музейних практик засвідчує, що традиційні форми музейної роботи зазнали суттєвих змін під впливом світових суспільних тенденцій, цифрових технологій і нових запитів аудиторії. Екскурсії, лекції та інші традиційні форми роботи набувають інтерактивного, креативного та адаптивного характеру. Вони збагачуються мультимедійним контентом, гейміфікованими елементами, театралізованими прийомами і враховують вікові, соціальні та психологічні особливості відвідувачів. Зміщується акцент з одностороннього подання інформації до активного залучення аудиторії у пізнавальний процес.

Визначено, що у результаті трансформацій, які відбуваються в музеях України, спостерігається чітке зміщення акцентів від традиційної монологічної моделі комунікації до діалогічної, орієнтованої на активне залучення відвідувача. Інтерактивність стала ключовим принципом сучасної музейної діяльності, коли відвідувач вже не є пасивним спостерігачем, а повноправним учасником музейного процесу. Інтерактивні екскурсії, ігрові формати, майстер-класи, VR-досвід, квести, театралізація тощо створюють новий рівень комунікації, де пізнання відбувається через дію, емоцію, експеримент. Актуальність упровадження таких форм взаємодії в усіх типах музеїв України орієнтована на стале зростання та відповідь на виклики сучасності.

На зміну змісту, форм і каналів культурно-освітньої діяльності українських музеїв суттєво вплинули ІТ-технології. Екскурсії, лекції та виставкові форми роботи доповнено мультимедійними матеріалами, відео-презентаціями, що підвищує їхню емоційну залученість і ефективність. Особливо активним є розвиток родинних програм, онлайн-заходів та VR-екскурсій, які відкривають нові горизонти доступності музейного контенту.

Оцифрування фондів, створення 3D-турів, участь у міжнародних ініціативах (зокрема Google Arts & Culture) засвідчують прагнення українських музеїв інтегруватися у глобальний культурно-інформаційний простір. Це не лише підвищує відкритість і престиж закладів, а й створює умови для міжнародної співпраці.

Підсумовуючи, зазначимо, що використання ІТ-технологій перетворилося з технічного нововведення на потужний інструмент модернізації музейної галузі. Вони формують нову музейну культуру – динамічну, відкриту, орієнтовану на взаємодію та інклюзію. Успішне впровадження цифрових практик в українських музеях свідчить про їхній високий адаптаційний потенціал та актуалізує необхідність державної підтримки, підготовки фахівців нового типу та забезпечення стійкого розвитку культурної галузі в умовах цифрової трансформації суспільства.

Сучасний музей розвивається як динамічна інституція, яка поєднує збереження культурної спадщини з активною комунікацією, творчим підходом і технологічною гнучкістю. Такий синтез традиційних та інноваційних практик забезпечує музею здатність відповідати на запити сьогодення та залишатися актуальним для суспільства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андрощук Г. COVID-19 і музеї: економічний вплив, цифровізація, комунікація, безпека. *Юридична газета online*. 2020. URL: <https://yur-gazeta.com/publications/practice/inshe/covid19-i-muzeyi-ekonomichniy-vpliv-cifrovizaciya-komunikaciya-bezpeka.html> (дата звернення: 12.07.2025).
2. Банах В. М. Музейні інновації та інтерактивність у теорії та практиці музейної справи. *Historical and cultural studies*. 2016. Т. 3. Вип. 1. С. 1–5.
3. Бесіди про мистецтво / Музей сучасного мистецтва України. URL: <https://modern-museum.org.ua/nashi-proekty/besidy-pro-mystetstvo/> (дата звернення: 10.10.2025).
4. Бишевич О. Впровадження інформаційних технологій у музейну діяльність. *Актуальні питання музеєзнавства, пам'яткознавства: Збірник тез доповідей за матеріалами II Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції*. Мукачево: Вид-во МДУ, 2025. С. 7–8.
5. Буцикіна Є. Музеї після локдауну: відкриваючи нові напрямки руху. *Korydor*. URL: <https://surl.lu/mjrakb> (дата звернення: 12.07.2025).
6. Белікова М. В. Запровадження інноваційних технологій в музеях України. *Наукові праці історичного факультету Запорізького національного університету*. 2015. Вип. 43. С. 326–330.
7. 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 міжнародної науково-практичної конференції*. Житомир: Вид-во ЖФ КІБІТ, 2013. С. 149–151.
8. Вербицька П. В. Музейна комунікація в умовах викликів глобалізації. *Historical and cultural studies*. 2016. Vol. 3, Num. 1. С. 21–24.
9. Вербицька П. В. Сучасна парадигма музейної комунікації. *Historical and Cultural Studies*. Вип. 3. № 1. С. 21–24.

10. Вихор О. Інтерактивний музей для кожного. *Музейний простір*. 2012. № 6. С. 50–51.
11. Гаврилюк С. В., Надольська В. В. Трансформація музейного світу у ХХІ ст.: міжнародний та український досвід. *Актуальні питання гуманітарних наук: міжвузівський збірник наукових праць молодих учених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка*. 2022. Вип. 57. Том 1. С. 41–49.
12. Гаврилюк С., Надольська В. Музеї світу: Комунікаційні стратегії та формування іміджу. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку*. 2024. Вип. 48. С. 327–333.
13. Гордієнко Т. Музеї йдуть у соцмережі. Це мода чи необхідність? *Mediasapiens*. 2019. URL: <https://ms.detector.media/sotsmerezhi/post/22836/2019-05-07-muzei-ydut-u-sotsmerezhi-tse-moda-chy-neobkhidnist/> (дата звернення: 10.10.2025).
14. Грали як у Давній Греції: в Одесі провели вечір настільних ігор на підтримку музею. *Район культура*. 2025. URL: <https://kultura.rayon.in.ua/news/809292-grali-yak-u-davniy-gretsii-v-odesi-proveli-vechir-nastilnikh-igor-na-pidtrimku-muzeyu> (дата звернення: 10.10.2025).
15. Денисюк Ж. З. Музейна комунікація в умовах цифровізації. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. 2021. № 3. С. 64–70.
16. Експериментаніум: музей науки і техніки. URL: <https://experymentarium.com.ua/> (дата звернення: 10.10.2025).
17. Зайченко О. Гейміфікація музейного простору в аспекті типології поведінки музейного відвідувача. *Місто: історія, культура, суспільство*. 2017. Вип. 1(2). С. 87–98.
18. Карпенко Ю., Пащенко Ю. Інтерактивні музеї в умовах розвитку інформаційного суспільства. *Актуальні питання розвитку економіки, харчових технологій та товарознавства: тези доповідей ХЛІІ Міжнародної наукової студентської конференції за підсумками науково-дослідних робіт*

студентів за 2018 рік (м. Полтава, 26–27 березня 2019 р.). Полтава: ПУЕТ, 2019. Ч. 1. С. 38–40.

19. Качковська Я. Розвиток концепції цифрових музеїв: історіографічний огляд. *Культурологічний альманах*. 2024. Вип. 1 (9). С. 101–106.

20. Ключко Ю. М. Проблеми розвитку інтерактивних музейних технологій. *XI культурологічні читання пам'яті В. Подкопаєва*: збірник матеріалів міжнар. наук. конф. Київ: НАКККиМ, 2013. С. 166–169.

21. Клівак В. С. Сучасне мистецтво у віртуальній та доповненій реальності. *Український мистецтвознавчий дискурс*. 2022. Вип. 2. С. 20–26.

22. 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.

23. Ковальчук Є. Культурно-освітня діяльність музейних закладів як складова музейної комунікації: за результатами соціологічних досліджень. *Волинський музейний вісник*: наук. зб. Луцьк, 2012. Вип. 4. С. 73–76.

24. Ковальчук Є. Музей у сучасному світі: розробка наукової концепції. *Волинський музейний вісник*: наук зб. Луцьк, 2012. Вип. 3. С. 17–22.

25. Кудрявцева А. М. Тенденції застосування інновацій у музейній справі України. *Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України»* (м. Одеса, 10 квітня 2019 р.) Одеса: ОНЕУ, 2019. С. 835–838. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/kudryavceva.htm (дата звернення: 02.04.2025).

26. Курченко Т. Є. Інноваційні форми культурно-освітньої діяльності музейних установ України у світлі сучасних потреб інформаційного суспільства. *Культурні трансформації в синхронії та діахронії: теорія і практика*: тези доповідей міжнародної наукової конференції 24–27 вересня

2012 р., м. Київ, Україна (до 20-річчя кафедри культурології). Київ: Стародавній світ, 2012. С. 79–81.

27. Кушнір В. Інтерактивність, інклюзія та партисипація як магістральні лінії інноваційних практик музейної роботи. *Народознавчі зошити*. 2022. № 1 (163). С. 16–30. URL: <https://nz.lviv.ua/2022-1-4/>.

28. Лебідь Т. П. Інформаційно-комунікаційна діяльність музеїв Вінниці у збереженні національної ідентичності. *Інформація та соціум*. 2021. Грудень. С. 83–85.

29. Майбутнє вже сьогодні – віртуальні екскурсії та музеї України. *Discover*. URL: <https://discover.ua/inspiration/maybutnye-vzhe-sohodni-virtualni-ekskursiyi-ta-muzeyi-ukrayiny>.

30. Маньковська Р. Музеї України у суспільно-історичних викликах ХХ – початку ХХІ століть. Львів: Простір-М, 2016. 408 с.

31. Маньковська Р. Сучасні музейні комунікації та перспективи їх розвитку. *Краєзнавство*. 2013. № 3. С. 75–84.

32. Масленникова М. Методи залучення відвідувачів до музеїв. *Сучасний досвід Європи та України. Двадцять восьми Сумцовські читання*: збірник матеріалів наукової конференції «Музей у глобальному світі: інновації та збереження традицій», присвяченої 100-річчю від дня смерті М. Ф. Сумцова, 18 жовтня 2022 р. Харківський історичний музей імені М. Ф. Сумцова. Харків: Майдан, 2022. С. 71–78.

33. Мельник Н. В., Єрко І. В., Качаровський Р. Є. Новітні експозиційні можливості Музею сучасного українського мистецтва Корсаків у контексті туристичної привабливості міста Луцька. *Діалог між культурами: цінності, принципи, перспективи*: матеріали міжнародної наукової конференції (м. Острог, 08 листопада 2024 р.). Острог: Вид-во Національного університету «Острозька академія». 2024. С. 117–120.

34. Мелякова О. Тенденції впровадження цифрових технологій в простір сучасного музею. *Науковий дискурс*. The VI International Scientific and

Practical Conference «Human problems and ways to solve them», October 23-25, 2023. Rome, 2023. С. 15–20.

35. Мережа А. Інноваційні форми роботи з відвідувачами та інтерактивність у сучасному музеї. Волинський музейний вісник: Наук. зб.: Вип. 15 / Упр-ня культури, з питань релігій та національностей. Волин. ОДА; Волин. краєзн. музей; кафедра музеєзнавства, пам'яткознавства та інформ.-аналіт. діяльн. ВНУ імені Лесі Українки; упоряд. Є. І. Ковальчук. Луцьк: «Вежа-Друк», 2025. С. 66–70.

36. Мойсейчук І. І., Бережняк Д. О. Інновації в експозиційній діяльності музеїв України. *Сіверщина в історії України: збірник наукових праць*. Київ: Глухів, 2019. Вип. 12. С. 457–459.

37. Морозова О. В., Морозова Т. П. Інноватика сучасних музейних проєктів: вітчизняний та зарубіжний досвід. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку*. 2017. Вип. 25. С. 149–154.

38. Музей «Становлення української нації». URL: <https://www.museumsun.org/> (дата звернення: 16.07.2025).

39. Музей історії сільського господарства Волині – скансен у селі Рокині відзвітував про роботу в 2024 році / Луцька міська рада. URL: <https://www.lutskrada.gov.ua/publications/rokyini> (дата звернення: 16.07.2025).

40. Музейний портал України. URL: <https://museum-portal.com/> (дата звернення: 21.07.2025).

41. Музей мистецтв імені Богдана та Варвари Ханенків: офіційна сторінка в Інстаграм. URL: https://www.instagram.com/khanenko_museum/ (дата звернення: 10.10.2025).

42. Музейний простір «Окольный замок». URL: <https://www.visitlutsk.com/muzejnyj-prostir-okolnyj-zamok/> (дата звернення: 16.07.2025).

43. Музейний простір Волині. URL: <https://surl.lu/bsimfq> (дата звернення: 17.07.2025).

44. Музей мистецтв імені Богдана та Варвари Ханенків. URL: <https://khanenko.museum/uk/inklyuziya> (дата звернення: 10.10.2025).
45. Надольська В. В. Гейміфікація у музейному просторі. *Волинський музей: історія і сучасність*: матеріали VI Всеукраїнської наукової конференції, присвяченої 90-річчю Волинського краєзнавчого музею, м. Луцьк, 14 червня 2019 року. Луцьк, 2019. С. 274–277.
46. Надольська В. В. Інтерактивні музейні технології: «Ніч музеїв». *Волинський музейний вісник*: наук. зб. Вип. 7. Волин. краєзн. музей; каф. документознавства і музейн. справи СНУ ім. Лесі Українки. Луцьк, 2015. С. 227–230.
47. Назарук Л. Інноваційні технології у роботі музейних закладів: історія та сучасні напрямки. *Історіосфера*: матеріали Шістнадцятої наук. конф. викладачів, здобувачів вищ. освіти та молодих учених Південноукраїнського національного педагогічного університету імені К. Д. Ушинського, 2–3 квіт. 2021 р. Одеса, 2021. С. 14–18.
48. Національний науково-природничий музеї НАН України. URL: <https://museumkiev.org/visit.html#:~:text=,%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%86%D1%96%D1%97> (дата звернення: 16.07.2025).
49. Національний художній музей України: офіційна сторінка в Інстаграм. URL: <https://www.instagram.com/namu.museum/> (дата звернення: 10.10.2025).
50. Нове визначення музею ICOM: про що і для кого. *Антиквар*. <https://antikvar.ua/26402-2/> (дата звернення: 07.04.2025).
51. Нове визначення музею затвердила Міжнародна рада музеїв ICOM / Національний музей Революції Гідності. URL: <https://surl.lt/nbyvvu> (дата звернення: 07.04.2025).
52. Онішко Т. В., Семергей Н. В. Сучасні інформаційні технології музейної справи. *I Всеукраїнська науково-практична Інтернет-конференція «Документно-інформаційні комунікації в умовах глобалізації»*. Полтава, 2016, С. 113–118.

53. Панкевич В. Інтерактивність як складова діяльності музеїв. *Актуальні питання музеєзнавства, пам'яткознавства*: збірник тез доповідей за матеріалами II Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції. Мукачєво: Вид-во МДУ, 2025. С. 18–19.

54. Паур І. В. Основи музейної справи: навч.-метод. посібник для організації самостійної роботи здобувачів вищої освіти спеціальності 023 Образотворче мистецтво, декоративне мистецтво, реставрація. Кам'янець-Подільський: Видавець Панькова А. С., 2021. 204 с.

55. 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.

56. 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.

57. Пилипчук А. М. Інноваційні форми роботи з відвідувачами як складова появи «нового» музею. *Актуальні питання музеєзнавства, пам'яткознавства*: збірник тез доповідей за матеріалами II Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції. Мукачєво: Вид-во МДУ, 2025. С. 20–21.

58. Пилипчук А. Музей і відвідувачі: новітні форми комунікації та взаємодії. *Україна у світовому просторі: минуле і сучасність*: зб. мат. IV Всеукр. наук.-практ. конф. студентів та аспірантів (м. Луцьк, 29 квітня 2025 р.); упорядники Н. В. Кінд-Войтюк, Д. Г. Гусак. Луцьк, 2025. С. 55–57.

59. Поливода Д., Оніпко Т. Інноваційні технології в діяльності музейних закладів: закордонний та вітчизняний досвід. *Збірник виступів*. Ч. 3. Полтава, 2020. С. 107–110.

60. Про затвердження Інструкції з організації обліку музейних предметів: наказ Міністерства культури України від 21.07.2016 № 580. URL:

<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1129-16#Text> (дата звернення: 08.04.2025).

61. Про музеї та музейну справу: Закон України від 29 червня 1995 року № 249/95-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/249/95-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 07.04.2025).

62. Салата О. О. Основи музеєзнавства: навчально-методичний посібник. Вінниця: ТОВ «Нілан-ЛТД», 2015. 164 с.

63. Сидорчук Т. Ю., Жовква О. І. Інноваційні методи організації музейного комплексу. *Теорія та практика дизайну*: зб. наук. праць. Архітектура та будівництво. 2023. Вип. 28. С. 63–70.

64. Серов Ю., Кузнецова А. Використання інноваційних технологій у розвитку музеїв. *Information, Communication, Society*. 2024. doi.org/10.13140/RG.2.2.22057.81768.

65. Тобелем Ж.-М. Нова епоха музеїв. Культурні установи перед викликом менеджменту / пер. з французької З. Борисюк, П. Тарашука, С. Тевольде. Київ, 2018. 320 с.

66. Трофименко Т. Інтерактивні методи роботи з відвідувачами як різновид музейної комунікації (із практики Харківського літературного музею). URL: <https://museum.kh.ua/academic/publications.html?n=5> (дата звернення: 08.04.2025).

67. Тютюнник О. Застосування технології доповненої реальності в екскурсійній діяльності музею Панаса Мирного. *Науковий вісник Національного музею історії України*. 2020. Вип. 6. С. 528–536.

68. У Національному музеї «Чорнобиль» представили першу VR-екскурсію. *Суспільне культура*. URL: <https://suspilne.media/culture/605809-v-nacionalnomu-muzei-cornobil-predstavili-persu-vr-ekskursiu/> (дата звернення: 10.10.2025).

69. Україна поруч. Google Arts & Culture. URL: <https://artsandculture.google.com/project/ukraine> (дата звернення: 24.07.2025).

70. Український національний комітет міжнародної ради музеїв. URL: <http://icom.in.ua/z.php> (дата звернення: 07.04.2025).
71. Харченко О. В. Використання інноваційних Інтернет-технологій, мультимедійних і технічних засобів у культурно-освітній роботі художніх музеїв на початку XXI ст. *Праці Центру пам'яткознавства*. 2015. Вип. 27. С. 117–126.
72. Шумарова М., Виткалов С. Музей у сучасному культурному просторі. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку*. 2022. № 43. С. 81–86.
73. Augmented Reality for Museums and Attractions: 10 Venues Leading the Way. *Tiqets*. URL: <https://www.tiqets.com/venues/blog/augmented-reality-for-museums-and-attractions/#:~:text=The%20app%20added%20gamification%20to,%E2%80%9D> (дата звернення: 21.07.2025).
74. Black G. Transforming Museums in the Twenty-First Century. London: Routledge, 2012. 614 s.
75. British Museum exhibits viewable online thanks to Google partnership. *The Gurdian*. URL: <https://surl.li/psnzpb> (дата звернення: 21.07.2025).
76. British Museum to offer visitors augmented-reality games. *Public Technology*. URL: <https://surl.li/infgzb> (дата звернення: 21.07.2025).
77. Darling D. Standout Social Media Campaign Example #1: J. Paul Getty Museum. *Brogan&Partners*. URL: <https://surl.li/fomxyq> (дата звернення: 12.07.2025).
78. Digital Engagement Strategies for the 21st Century Museum. *ATM Lab*. URL: <https://amt-lab.org/blog/2019/4/digital-engagement-strategies-for-the-21st-century-museum#:~:text=With%20the%20rise%20of%20the,As> (дата звернення: 01.04.2025).
79. Falk J., Dierking L. Learning from Museums: Visitor Experiences and the Making of Meaning. Walnut Creek, CA: AltaMira Press, 2000. URL:

<https://archive.org/details/learningfrommuse0000falk> (дата звернення: 09.04.2025).

80. How Museums Adopted Interactive Art and Gamification to Survive the Pandemic and Reposition for the Future. *DataArt*. URL: <https://surl.li/ltufkm> (дата звернення: 12.07.2025).

81. ICOM. URL: <https://icom.museum/en/> (дата звернення: 07.04.2025).

82. Interactive Art Through Gamification: Museum's New Hope? *Medium*. URL: <https://dfagelson.medium.com/interactive-art-through-gamification-museums-new-hope-6cbbb761b4f7> (дата звернення: 15.07.2025).

83. Lehmannová M. International Council of Museums – The global museum network – International Council of Museums. 2020. URL: https://icom.museum/wp-content/uploads/2020/12/2020_ICOM-Czech-Republic_224-years-ofdefining-the-museum.pdf (дата звернення: 10.04.2025).

84. Louvre. URL: <https://www.louvre.fr/en/online-tours> (дата звернення: 21.07.2025).

85. MoMA The Museum of Modern Art. URL: <https://www.moma.org/> (дата звернення: 21.07.2025).

86. Museum Definition. International Council of Museums. URL: <https://icom.museum/en/resources/standards-guidelines/museum-definition/#:~:text=,%E2%80%9D> (дата звернення: 09.04.2025).

87. Museum Missions. The British Museum. URL: <https://www.britishmuseum.org/visit/family-visits/museum-missions> (дата звернення: 12.07.2025).

88. National Gallery reunites Veronese painting with Italian church for the first time in 200 years in digital exhibition. *The National Gallery*. URL: <https://surl.li/uokxdw> (дата звернення: 12.07.2025).

89. New augmented reality app turns objects at the Metropolitan Museum into digital gaming accessories. *The Art newspaper*. URL: <https://www.theartnewspaper.com/2023/08/01/metropolitan-museum-gaming-roblox-augmented-reality-verizon-replica> (дата звернення: 15.07.2025).

90. New Augmented-Reality Experience Spotlights Human Connection to the Oceans / Smithsonian. URL: <https://surl.li/xpxpmu> (дата звернення: 12.07.2025).

91. New Era of Immersive Experiences: 28 Immersive Art Exhibits and Museums Around the World in 2025. Rustic Pathways. URL: <https://surl.li/gqaleb> (дата звернення: 21.07.2025).

92. Own a Van Gogh in Animal Crossing, with The Met's New Share Tool. URL: <https://www.metmuseum.org/perspectives/animal-crossing-new-horizons-qr-code> (дата звернення: 15.07.2025).

93. Reimagining museums. *The UNESCO Courier*. 2024. № 4. URL: <https://surl.li/juixxe> (дата звернення: 08.04.2025).

94. Rijksmuseum Launches New Online Collection Platform. *Codart*. URL: <https://www.codart.nl/publications/rijksmuseum-launches-new-online-collection-platform/#:~:text=Online%20innovations> (дата звернення: 15.07.2025).

95. Salvador Dalí Museum. URL: <https://thedali.org/exhibit/dali-alive-360/#:~:text=%E2%80%9CI%20was%20mesmerized%20by%20all,%E2%80%9D> (дата звернення: 21.07.2025).

96. Serving Broader Audiences, Museums Engage Communities with Public Space / American Alliance of Museums. URL: <https://surl.li/atqoxi> (дата звернення: 01.04.2025).

97. Simon N. The Participatory Museum. Santa Cruz, CA: *Museum 2.0*. 2010. URL: <https://participatorymuseum.org/read/> (дата звернення: 09.04.2025).

98. Supporting museums: UNESCO report points to options for the future. UNESCO. URL: <https://surl.li/viyvsz> (дата звернення: 09.04.2025).

99. Survey reveals public demand for virtual reality museum experiences / Museums Association. URL: <https://www.museumsassociation.org/museums-journal/news/2025/01/survey-reveals-public-demand-for-virtual-reality-museum-experiences/#> (дата звернення: 21.07.2025).

100. The Digital Leap: Museums Adapting to COVID-19 and Beyond / International council of museums. URL: <https://surl.li/jxpzxxg> (дата звернення: 01.04.2025).

101. The Kremer Collection. URL: <https://thekremercollection.com/museum/> (дата звернення: 17.07.2025).

102. The Metropolitan Museum of Art and Verizon Launch New AR App Experience, Replica. *The Met*. URL: <https://www.metmuseum.org/press-releases/the-met-replica-2023-news> (дата звернення: 21.07.2025).

103. The Metropolitan Museum of Art has gained almost 200,000 social media followers since lockdown began-here's how. *The art newspaper*. URL: <https://surl.li/kikqhx> (дата звернення: 12.07.2025).

104. Van Gogh Museum 4K Virtual Tour: YouTube. URL: <https://surl.li/irlrnu> (дата звернення: 21.07.2025).

ДОДАТКИ

Додаток А

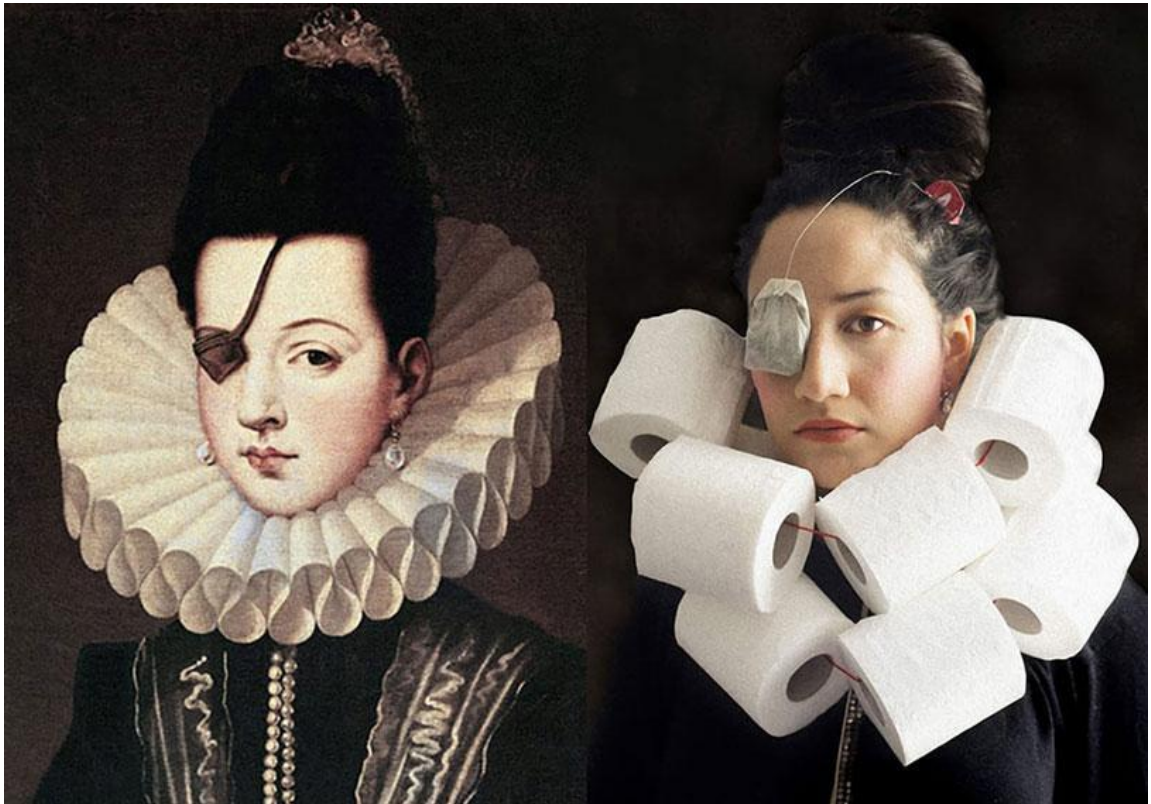


Доповнена реальність «Критична відстань».

Смітсонівський національний музей природознавства (Вашингтон)

Джерело: [76].

Додаток Б



Кампанія у соцмережах #GettyMuseumChallenge
музею Дж. Пола Гетті (Лос-Анджелес, США)

Джерело: [63].

Додаток В

Картина «Космогонія» у Музеї сучасного мистецтва Корсаків (м. Луцьк)

Джерело: [27].

Додаток Г



Експозиція Музею науки і техніки Експериментаніум (м. Київ)

Джерело: [40].

Додаток Д



Віртуальна екскурсія у Національному музеї «Чорнобиль»

Джерело: [40].