

УДК 069.6(100)

DOI <https://doi.org/10.24919/2308-4863/57-1-5>

Світлана ГАВРИЛЮК,

orcid.org/0000-0002-5142-7464

*доктор історичних наук, професор,
завідувач кафедри музеєзнавства, пам'яткознавства та інформаційно-аналітичної діяльності
Волинського національного університету імені Лесі Українки
(Луцьк, Україна) romir1991@ukr.net*

Валентина НАДОЛЬСЬКА,

orcid.org/0000-0002-9621-0074

*кандидат історичних наук,
доцент кафедри музеєзнавства, пам'яткознавства та інформаційно-аналітичної діяльності
Волинського національного університету імені Лесі Українки
(Луцьк, Україна) nadolsk65@gmail.com*

ТРАНСФОРМАЦІЯ МУЗЕЙНОГО СВІТУ У XXI СТ.: МІЖНАРОДНИЙ ТА УКРАЇНСЬКИЙ ДОСВІД

Метою дослідження є аналіз процесів трансформації діяльності музеїв світу, України зокрема, у перші десятиріччя XXI ст., висвітлення їх ролі і місця у новітньому соціокультурному просторі. Основні тенденції розвитку музейної справи розглядаються у статті на основі інституційного, комунікаційного, комплексного підходів, сукупності загальнонаукових та спеціальних методів. Наукова новизна дослідження полягає у спробі виокремлення та комплексного аналізу новітніх форм роботи зарубіжних і вітчизняних музеїв з різновіковою аудиторією, які засвідчують переосмислення концепції музею, зростання соціального впливу музеїв в інтеграційних процесах розвитку суспільства. Як висновок у статті наголошується, що у досліджуваній період змінилися пріоритети у виконанні музеями їх базових функцій. У сучасному музейному світі однією з головних визнається діяльність з актуалізації історико-культурного ландшафту, налагодження різновекторної взаємодії із відвідувачами та врахування їх потреб. Завдяки практикам музейної інклюзії формується музейний простір без бар'єрів. Зростає вага музеїв у процесах соціальної адаптації та культурної ідентифікації, відбувається їх переорієнтація на запити місцевих спільнот і груп, які їх складають. Широке використання музеями новітніх інформаційних технологій забезпечує поширення інформації про фонди і колекції, комунікацію з інтернет-аудиторією. Сучасні музеї стають простором інтерактивних технологій, креативних інновацій. Застосування рекреаційного і розважального компоненту, впровадження ринкових механізмів у музейний менеджмент і маркетинг дозволяє зарубіжним музеям конкурувати на ринку культурних послуг. Звернуто увагу на новітні музейні практики в Україні; причини повільного розвитку вітчизняної музейної галузі: застаріле законодавство, обмежене фінансування, відсутність змінних та інтерактивних експозицій, тематичних і якісних експонатів, інерційне використання традиційних форм роботи з відвідувачами.

Ключові слова: музей, трансформація, музейний світ, музейний менеджмент і маркетинг, музейна аудиторія, музейні практики, музейна інклюзія.

Svitlana HAVRYLIUK,*orcid.org/0000-0002-5142-7464**Doctor of Historical Sciences, Professor;**Head of the Department of Museum and Monument Studies, and Information-Analytical Activities**Lesya Ukrainka Volyn National University**(Lutsk, Ukraine) romir1991@ukr.net***Valentyna NADOLSKA,***orcid.org/0000-0002-9621-0074**Candidate of Historical Sciences,**Associate Professor at the Department of Museum and Monument Studies,**and Information-Analytical Activities**Lesya Ukrainka Volyn National University**(Lutsk, Ukraine) nadolsk65@gmail.com*

TRANSFORMATION OF THE MUSEUM WORLD IN THE XXI CENTURY: INTERNATIONAL AND UKRAINIAN EXPERIENCE

The purpose of the article is to analyze the processes of transformation of the world museums' activities, Ukraine, in the first decades of the 21st century, highlighting their role and place in the latest socio-cultural space. The authors of the paper view the main trends in the development of the museum business based on institutional, communicative, and complex approaches, as well as a set of general scientific and specific methods. The novelty of the research means to single out and comprehensively analyze the latest forms of work of foreign and domestic museums with different age categories, which testify to the rethinking of the concept of the museum, the growth of the social influence of museums in the integration processes of the society development. As a result, the paper points out that the priorities in the performance of the museums' main functions have changed during the research period. In the modern museum world, such activities as updating historical and cultural landscapes and establishing multi-vector interaction with visitors, and their needs, are considered the main ones. A museum space without barriers is being formed thanks to the practices of museum inclusion. The importance of museums in social adaptation and cultural identification is increasing, and their reorientation to the demands of local communities and groups that make them up is taking place. Wide use of the latest information technologies by museums ensures the dissemination of information about funds and collections and communication with the Internet audience. Modern museums are becoming a space of interactive technologies and creative innovations. Using a recreational and entertainment component and implementing market mechanisms in museum management and marketing allow foreign museums to compete in the market of cultural services. The article draws attention to the latest museum practices in Ukraine and the reasons for the slow development of the domestic museum industry: outdated legislation, limited funding, lack of changing and interactive expositions, thematic and high-quality exhibits, and inertial use of traditional forms of work with visitors.

Key words: *museum, transformation, museum world, museum management and marketing, museum audience, museum practices, museum inclusion.*

Постановка проблеми. Динамічні зміни у сучасному світі постійно породжують нові вимоги до функціонування музейних закладів. Аби залишатися вагомим складником культурного простору суспільства, реалізовувати покладені на них функції осередків збереження й популяризації культурної спадщини, музеї світу гнучко реагують на виклики часу. Транслюючи культурні цінності, музеї застосовують новітні технології і практики роботи з аудиторією, популяризації власного продукту. Відбувається трансформація змісту і форм їх діяльності через запровадження інтерактивних музейних програм, застосування рекреаційного і розважального компоненту, впровадження ринкових механізмів у музейний менеджмент і маркетинг. Сучасні музеї позиціонують себе центрами комунікації, носіями культурної інформації та креативних інновацій. Потреба аналізу міжнародного

та українського досвіду трансформації музейного світу у XXI ст. актуалізують тему дослідження.

Аналіз досліджень з теми. Означена тема знайшла певне висвітлення у науковій літературі. Окремі її аспекти піднімаються у працях Є. Буцикіної (Буцикіна, 2020), С. Гаврилюк (Гаврилюк, 2021), Р. Маньковської (Маньковська, 2013; 2016), В. Надольської (Надольська, 2022), Н. Панас (Панас, 2016), ін. Низка статей торкаються питань музейної комунікації, особливостей роботи установ з різними категоріями відвідувачів, ролі інноваційних технологій у музейній справі (Аартс, 2009; Андрощук, 2020; Ключко, 2018; Мюллер-Штратен, 2006; Хінц, 2022). Разом з тим тема міжнародного та українського досвіду трансформації музейного світу у XXI ст. комплексно не висвітлювалася, а тому й надалі потребує ґрунтовного вивчення.

Мета статті – проаналізувати процеси трансформації діяльності і функцій музеїв світу у XXI ст., висвітлити їх роль і місце у новітньому соціокультурному просторі. Реалізація поставленої мети передбачає вирішення таких завдань, як дослідження провідних тенденцій розвитку музеїв у контексті динамічних змін останнього двадцятиліття; з'ясування напрацювань музейних закладів у реалізації освітніх, наукових, дозвілєвих програм; узагальнення світового досвіду і виокремлення можливостей застосування міжнародних музейних практик в сучасних українських реаліях.

Виклад основного матеріалу. У розвитку соціуму XXI ст. чітко окреслюється домінування культури споживання, що призводить до зміни системи цінностей, інтересів та поведінки людини. Особливо виразно це виявляється в культурному просторі світу, де музейне середовище розглядається не лише як місце зберігання та вивчення предметів, що документують процеси змін природи і суспільства, а й як простір розваг і відпочинку, набуття міжкультурних компетенцій, взаємодії, участі та залучення. Нові реалії виявляють і зміну парадигми поведінки відвідувачів у музеї. Перед викликами XXI ст. музеї змінюють традиційну модель установи культури на ресурс її розвитку, інститут внутрішньокультурної рефлексії.

Поступово розширюється роль музеїв, змінюється їх місія, функції і форми діяльності. Міжнародна рада музеїв (ICOM) визначила музей як неприбуткову постійно діючу інституцію, яка служить суспільству та його розвитку і для цього збирає, зберігає, досліджує, популяризує та експонує матеріальну і нематеріальну спадщину людства, а також об'єкти довкілля з метою вивчення, навчання та для естетичного задоволення (Аартс, 2009: 17). Однак у XXI ст. інтерпретація цієї соціально-культурної інституції та її функцій розширюється. Традиційне розуміння дефініції «музей» відходить у минуле. Такі поняття як «сховище», «науково-дослідницький центр» перестають приваблювати та відповідати потребам суспільства.

Канадський музеолог Дункан Камерон у своїй роботі «Музей: храм чи форум?» стверджував, що «музей – це культурний інститут сьогодення, і хоча його завданням є зберігати пам'ять про минуле, він має бути невід'ємною частиною сьогодення культурної ситуації. І це – сьогоденній виклик для музеїв Європи» (Ключко, 2018: 276). Член правління Європейського Музейного форуму (ЄМФ) Міхаїл Гнедовській важливою функцією музеїв вважає «не тільки зберігати пам'ять, але й пояснювати спадок наступним поколінням. Кожна

нова епоха, нове покоління вимагає іншого підходу, більш інноваційного до інтерпретації колекцій. Застаріла експозиція є морально застарілою. Зникає таке поняття як постійна експозиція...» (Digital museum trends, 2020). Музейні осередки світу трансформуються в сучасний, інноваційний та творчий простір, орієнтовану на публіку інституцію, ефективно інтегровану в урбаністичну та соціальну індустрію.

Особливостями новітнього розвитку музейної галузі є розширення кола об'єктів матеріальної і нематеріальної спадщини, трансформація класичної моделі музею, поява нових видів музейних закладів, розвиток «нової музеології», а також упровадження системного менеджменту і маркетингу. Перед музейними фахівцями постали питання щодо вміння оперативно вирішувати інтеграційні та комунікативні завдання, постійної готовності до змін, інноваційної активності, пошуку нетрадиційних практик вирішення завдань збереження, презентації та інтерпретації музейних колекцій. Критеріями, за якими музейну інституцію визначають найкращою, є те, наскільки музей відкриває перспективу для розвитку музейної галузі загалом та наскільки він ефективно служить суспільству. Найпопулярнішими музеями світу фахівці вважають Британський музей у Лондоні, Музей мистецтва Метрополітен та Музей Соломона Гугенгайма у Нью-Йорку, Національну галерею мистецтв у Вашингтоні (США), Лувр, Музей д'Орсе (Париж, Франція), Музей Оскара Німейєра (Нітерой, Бразилія), Королівський музей Онтаріо (Торонто, Канада), Музеї Ватикану, Рейксмузей (Амстердам, Нідерланди), ін. (12 найкращих онлайн-музеїв, 2019).

Зарубіжні музеї намагаються відповідати запитам суспільства, прагнуть дивувати та захоплювати аудиторію. У той час як в Україні є ще чимало музеїв, що вступають у конфлікт з орієнтованим на майбутнє баченням молодого покоління. 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. Екс-керівник міжнародного відділу музею Литви переконана, що все залежить від способу, яким музей демонструє свій потенціал: за допомогою виставок, інноваційних технологій, освітніх програм, залучення до співпраці місцевих громад (Роль музеїв, 2010). Все залежить від уміння стратегічно мислити, впроваджувати цікаві управлінські рішення, усвідомлювати мету

та функції музею. Адже музей сьогодні – це простір для творчості та експериментів, який вимагає втілення найсмівливіших креативних проєктів та ідей, реалізувати які дають змогу наявні у XXI ст. інноваційні можливості.

Однією з визначальних тенденцій розвитку музеїв стала креативність – потужний інструмент, застосування якого засвідчує ефективне реагування на мінливі реалії XXI ст. Музеї світу радикально оновлюють принципи роботи, музейну політику та вкорінені практики. Зокрема, музеї активно впроваджують інтерактивні технології, розвивають комунікативну функцію, інтерпретують нематеріальну культурну спадщину. Музеї XXI ст. стали культурними хабами, які функціонують як платформи, де творчість поєднуються зі знаннями, і відвідувачі також можуть спільно творити, ділитися досвідом та взаємодіяти. Найважливіше в сучасному музеї для відвідувача – бути не просто слухачем і спостерігачем, а активною дійовою особою у творчому пізнанні (Музеї майбутнього).

Музейні інституції шукають інноваційні шляхи вирішення соціальних проблем і конфліктів (Хінц, 2022). На місцевому рівні музеї все більше приділяють увагу глобальним проблемам. Особливої гостроти набувають теми, які жодна країна не може ігнорувати – напруженості між націями, політичними партіями та субкультурними групами, питання приналежності до певного класу, раси, статі та прав і свобод особистості; захисту навколишнього середовища, ін. Прикладом такої реакції музейного світу на гострі проблеми сьогодення є відкриття 23 серпня 2007 р. Міжнародного музею рабства у Ліверпулі. Свою діяльність музей здійснює, висвітлюючи в історичному та соціокультурному контексті проблеми рабства від XVIII ст. до сьогодення. Установа співпрацює з Національним музеєм Ліверпуля, Ліверпульською міською радою, Ліверпульською культурною радою. Музей ставить мету вшанування пам'яті загиблих африканців, які сприяли розвитку Британії, має нагадувати, що трансатлантична работоргівля сприяла появі расизму, дискримінації та експлуатації, обґрунтовувати важливість звільнення від рабства та утвердження демократії, щоб подібне ніколи не трапилося в майбутньому (Роль музеїв, 2010). У цьому полягає головне призначення музею як інституції, яка сприяє формуванню балансу між минулим і майбутнім, збереження пам'яті. Варто підкреслити, що беручи участь у формуванні духовної культури людини і суспільства, музеї стають своєрідними «агентами» громадянського суспільства, а не лише місцями збереження старовини.

Зарубіжні музейні установи використовують новітні форми для актуалізації історичної пам'яті та формування національної ідентичності. При цьому значна увага відводиться подіям XX ст. Зокрема, відкрито низку музеїв Голокосту, з метою висвітлення трагічної долі євреїв оновлюються експозиції військових музеїв. Об'єктом музейного експонування стали злочини комуністичної влади (Музей терору, Угорщина; Меморіальний музей жертв комунізму, Румунія; Музей Штازی, Німеччина) (Роль музеїв, 2010). Кожен з таких музеїв не лише інтерпретує відповідні події, але й створює простір для особистих роздумів відвідувачів.

Музеї світу активно оновлюють наукову й освітню складові діяльності. Так, Грузія має розгалужену мережу музеїв, які орієнтовані не лише на збереження історичної пам'яті, а й на фундаментальні дослідження, що сприяють безперервному навчанню та комунікації із вмотивованою аудиторією (Музейний хештег-маркетинг, 2019). У Музеї мистецтв (Muzeum Sztuki, Варшава, Республіка Польща) діє науково-дослідний центр, що займається організацією лекторіїв, дискусій, кінопоказів, які супроводжують виставки. У музейному закладі функціонує окремий департамент освіти, який проводить наукові конференції та своїми заходами пропагує освітню складову в музейній діяльності (Музейний хештег-маркетинг, 2019). Музей сучасного мистецтва в Стокгольмі (Moderna Museet) діє як відкритий майданчик для освітніх, наукових подій, громадських зустрічей, кінопоказів та концертів.

Позитивний результат у музейній діяльності має переорієнтація на запити місцевих громад та груп, які їх складають. Так за останні роки збільшилася кількість спільних проєктів, організованих музеями у співпраці з етнічними меншинами, корінними народами та їх місцевими організаціями. Музей вуличної культури в Далласі (штат Техас, США) створює виставки, призначені для підтримки вразливих категорій місцевих жителів; реалізує проєкти для залучення громадськості до діалогу з бездомними людьми, для боротьби зі стигматизацією.

Музеї світу відіграють активну роль у мирному розгляді травматичних історій за допомогою посередництва та різних точок зору. Прийняття спільної історії є першим кроком для формування уявлення про спільне майбутнє під прапором примирення. Наприклад, у 2020 р. Оксфордський музей відкрив виставку «Незвичайні шпилі» (Queering Spires), щоб звернути увагу на «приховану історію» ЛГБТКІА+ спільноти Оксфорда (New research shows, 2021). Виставка відбувалася

у той час, коли повідомлялося, що злочини на ґрунті ненависті у Британії та Уельсі подвоїлися. Музей демонструє, що перед обличчям ненависті та невігластва знання та розуміння є найкращою зброєю.

Вдаючись до використання іноді жорстких форм впливу на свідомість відвідувачів та зазначаючи з цього приводу критики, музеї продовжують бути містком порозуміння. У 2017 р. Смітсонівський національний музей історії та культури афроамериканців у Вашингтоні отримав чимало негативних відгуків тих відвідувачів, які не сприйняли один з експонатів. Петля – символ кількох інцидентів на ґрунті ненависті, які сталися після виборів 2016 р. (загалом зафіксовано 1300 випадків ненависті). Привернення у такий спосіб уваги до «екстремального насильства щодо афроамериканців, до насильства білих над чорними – шокуючий засіб музейного впливу на аудиторію, який породжує рефлексію та переоцінку подій» (Digital museum trends, 2020).

Активна взаємодія із музейною аудиторією актуалізує питання її наукового вивчення. Спеціальні дослідження з музейної соціології, які здійснюють сучасні музеї, спрямовані на виявлення особливостей запитів різновікових груп відвідувачів. 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. Музеї прагнуть залучити до комунікації не лише «людей музейного типу», але в першу чергу орієнтуються на громаду, осіб різної вікової категорії – на родини з дітьми, молодь, осіб поважного віку. Наприклад, скандинавські музеї орієнтовані на сім'ї з дітьми, що відображає загальну державну політику соціальної й освітньої підтримки батьків та дітей. Сім'ї і діти є однією з найбільших цільових аудиторій й у більшості зарубіжних музеїв, що підтверджується наявністю різноматематичних програм, майстер-класів та інноваційних технологій для дітей, функціонуванням музейних дитячих куточків – простору для мистецтва і творчості.

Однією з провідних тенденцій розвитку музеїв у XXI ст. є надання рівного доступу до них усім категоріям населення, у тому числі людям з особливими потребами. Адже інклюзія – це процес збільшення рівня участі у соціальному житті усіх

громадян. У музейній справі такий процес передбачає розробку і застосування тих конкретних рішень, які дозволять мало мобільним громадянам рівноправно брати участь в огляді експозицій, виставок, різноманітних заходах, які проводить музей. Яскравим прикладом упровадження таких практик є діяльність Регіонального музею у містечку Стальова Воля (Республіка Польща). Він обладнаний з урахуванням потреб відвідувачів з інвалідністю Тут наявні підйомники, звукові маячки, тифлографіка, що дає змогу незрячим на дотик сприймати графічні зображення, а також путівники і презентаційні матеріали шрифтом Брайля.

Практики інклюзії та доступності поширені також у музеях країн Північної Європи. Художній музей Атенеум (Гельсінкі, Фінляндія) пропонує тури мовою жестів, послуги для людей із вадами зору й слуху, можливість проведення майстер-класів для відвідувачів із особливими потребами (The 75 Best Virtual Museum, 2022). Музейним простором без бар'єрів є Музей сучасного мистецтва Кіасма (Гельсінкі, Фінляндія). Тут створені відповідні умови для людей з особливими потребами: відсутність сходів при вході, наявність ліфту, оренда візків та ходунків на колесах, ліхтарики та збільшувальні кільця, вільний вхід із собаками, які асистують незрячим і глухим. У Музеї сучасного мистецтва Кіасма для людей із вадами зору доступні гіді, рельєфне зображення та шрифт Брайля, можливість вивчати на дотик окремі об'єкти експозиції (Музейні монстрики). Гідний вивчення і впровадження щодо інклюзивності досвід музею мистецтв Метрополітен. Зокрема, веб-сторінка музею присвячена освітнім програмам для людей з інвалідністю; для людей із порушеннями зору пропонуються майстер-класи з малювання із використанням спеціальних матеріалів, що залишають тактильний слід. Також є аудіогіді, адаптовані для людей із складнощами мовного розвитку, тощо (The 75 Best Virtual Museum, 2022).

В Україні практика залучення людей з особливими потребами до осягнення мистецтва також набуває застосування. Наприклад, у Національному музеї Тараса Шевченка започатковано програму для людей з інвалідністю «Музеї без бар'єрів: від теорії до практики» (Національний музей Тараса Шевченка, 2014). У рамках програми створено інклюзивний музейний простір, де проводяться виставкові проекти, арт-терапевтичні програми, спрямовані на соціальну адаптацію людей, майстер-класи й екскурсії для дітей та дорослих з інвалідністю. Одеський художній музей у 2021 р.

презентував проєкт «Доступний музей на слух і на дотик», до якого увійшли 3D-скульптури, об'ємні картини, аудіогіди та описи картин мовою жестів (Як Одеський художній музей, 2021). У музеї «Чигирин» реалізується проєкт «Історія на дотик: Чигиринська фортеця», що дозволило встановити тактильну модель Чигиринської фортеці 1678 р., промаркувати маршрут для слабо зрячих, надрукувати буклет «Чигиринська фортеця» шрифтом Брайля та книгу «Історія на дотик: Чигиринщина. Путівник» в універсальному дизайні (Заповідник «Чигирин», 2020).

Музеї світу здійснюють ребрендинг, реалізують міждисциплінарні та міжмузейні проєкти, застосовують креативні підходи до адаптації освітніх програм в онлайн-форматі, значно збільшують кількість контенту для дитячої та підліткової аудиторії. Наприклад, Британський музей активно веде роботу з громадськими та благодійними організаціями. Їхні проєкти включають роботу зі школами, студентською молоддю, творчі мистецькі партнерства тощо.

Музеї світу постійно шукають інтерактивні форми комунікації, які сприяють зростанню їх популярності та творчому розвитку відвідувачів. Серед них – проєкти новаторського характеру, які вже є популярними у світі (акції «Ніч музеїв», «День неспішного мистецтва», «Запитай куратора», «Музейне селфі», музейні фестивалі та ін.). Метою міжнародної музейної акції «Запитай куратора» є створення майданчику для зацікавленого діалогу між музеями та відвідувачами. Серед українських музеїв до акції у 2020 р. долучився Національний музей мистецтв імені Богдана та Варвари Ханенків. Акція День неспішного мистецтва (Slow Art Day) допомагає усім зацікавленим більш уважно поглянути на музейні предмети – відвідавши один з музеїв країни за одну годину оглянути лише п'ять експонатів. Українські музеї Києва, Херсона, Львова, Житомира, Полтави та менших міст більш активно долучаються до проєкту «Ніч музеїв». Ініційована Міжнародною радою музеїв ця щорічна акція у Міжнародний день музеїв (18 травня) приваблює сотні тисяч учасників та відвідувачів.

Виразною тенденцією розвитку музейного світу на початку ХХІ ст. є подальше зростання мережі спеціальних музеїв для дітей. Такі музеї функціонують у більшості країн, зокрема у США, Швеції (Дитячий музей Юнібакен), Польщі (Науковий центр Коперника), Австрії (Зум), Нідерландах (Немо), Фінляндії (Еврика), Великій Британії (Лондонський музей науки) та ін. (Гаврилюк, 2021: 7). Головним для таких установ є

можливість навчання та виховання дітей у безпосередньому контакті з предметним світом, орієнтованість на прояв активності та творчості відвідувачів. Унікальні концепції знайомства дітей з мистецтвом розроблено у музеях Німеччини, які впроваджують дитячі програми, екскурсії, спеціальні заходи. Серед них – «Ніч мистецтва для дітей», розважальні квести в супроводі екскурсовода. Інформація про діяльність дитячих музеїв широко представлена у соціальних мережах. Відстежити її можна, зокрема, за допомогою хештегу #ChildrensMuseumsatHome (Музейний хештег-маркетинг, 2019).

Музеї у своїй діяльності широко застосовують новітні цифрові технології. Активне розгортання в останні десятиріччя музейного сайтобудівництва, представлення музеїв за допомогою віртуальних експозицій, екскурсій/турів, промоція музеїв у соціальних мережах та ін. відкривають широкі можливості для комунікації музею з відвідувачами. Оцифрування музейних предметів, створення електронних баз даних про музейні збірки і колекції є важливим й для впровадження електронного обліку фондів. Застосування інтерактивних технологій дозволяє оптимально використовувати музейні площі, надавати співробітникам і дослідникам доступ до архівів та колекцій, які неможливо розташувати в залах (Маньковська, 2016: 192–193).

Розвиток музеїв значною мірою залежить від фінансування. Більшість музеїв США фінансуються приватними особами та корпораціями. У Великій Британії всі музеї фінансуються державою. Уряд Швеції у 2015 р. запровадив безкоштовний вхід до державних музеїв, обґрунтовуючи це тим, що «рівний доступ до спільної культурної спадщини має бути представлений як демократичне право, і важливо, щоби якомога більше людей відчували, що музеї існують також і для них» (The 75 Best Virtual Museum, 2022). Підтримка уряду, сприятливе законодавче поле, преференції та спонсорська допомога служать важливим підґрунтям подальшого зростання ролі музеїв у суспільному розвитку. В Україні більшість музеїв працюють в умовах обмежених коштів. Проте світова музейна практика сформувала позитивний досвід залучення спонсорів, небайдужої громадськості до підтримки музейних закладів, створення опікунських рад, до складу яких входять бізнесмени, підприємці, меценати, авторитетні діячі культури (Маньковська, 2013: 79).

Окрім фінансування, у музейній галузі України існує чимало інших проблемних аспектів розвитку. Для значної частини вітчизняних музеїв

характерні моральна застарілість експозицій, неактуальність представлених у них предметів, неефективність популяризації колекцій, повільне реагування на запити відвідувачів. Музеї зберігають фонди для примарних «майбутніх поколінь», значна їх частина перебуває у запасниках і не може бути актуалізована для відвідувачів. Особливо повільно трансформують свою діяльність обласні, комунальні музеї.

Перед урядом країни та музейними фахівцями стоїть нагальне питання формування нового бачення розвитку галузі та вироблення відповідної політики. Зокрема, вироблення стратегії сталого розвитку галузі, оцифрування колекцій та впровадження електронного обліку музейних предметів, розробка програм для людей з особливими потребами, налагодження взаємодії з аудиторією, організація виставкових, просвітницьких проєктів у музеях для дітей та дорослих, залучення громад, організацій та бізнесу до музейної діяльності. Базуючись на зарубіжному досвіді, музеї України мають переосмислити свою роль і функції, виробити цілі, пріоритети та принципи діяльності, створити нові моделі комунікації (Сучасні тенденції, 2018). Правильно вибудована місія музею, нестандартні форми представлення музейних предметів в експозиціях і на виставках, використання інтерактивних методик сприятиме успішному розвитку музеїв України. Американський експерт із музейної справи, співавтор книги «Креативність в музейній практиці» Лінда Норріс вважає, що саме креативна практика, а також залучення молоді допоможуть музеям вдосконалюватися і ставати більш змістовними і значущими для суспільства (Роль музеїв, 2010).

Незважаючи на проблемні аспекти розвитку музейної галузі, в Україні з'явилися та функці-

онують потужні, сучасні музейні осередки. До таких закладів відносяться, наприклад, відкритий у 2007 р. у Києві Національний культурно-мистецький та музейний комплекс «Мистецький арсенал», Національний художній музей України. Ці осередки руйнують стереотипи про музей як нудне місце (музеї позиціонують себе як простір «розумних розваг»), створивши платформу для обміну досвідом із колегами, знайомства із партнерами зі сфери позашкільної освіти, альтернативного навчання, нових відкриттів та позитивних емоцій для дітей та дорослих.

Висновки. Отже, можемо констатувати, що упродовж XXI ст. діяльність музеїв світу набула нових змісту і форм. З урахуванням викликів часу та запитів відвідувачів змінюються технології актуалізації колекцій, практики музейної комунікації. Провідними тенденціями розвитку галузі стали: трансформація класичної моделі музею, розширення ролі та основних функцій діяльності музейних закладів, поява нових видів музеїв, орієнтованість на аудиторію та надання можливостей для рівного доступу до музейних експозицій різним категоріям відвідувачів, використання інтерактивних форм та методів діяльності для розширення аудиторії тощо. Музейні установи активно впроваджують інформаційно-комунікаційні технології, стаючи конкурентноспроможними суб'єктами розвитку соціокультурного простору, організації дозвілля. Музеї переживають якісні зміни та оновлення, поступово перетворюються на провідні культурні центри із чітко окресленими перспективами. Попри існуючі у галузі проблеми, вітчизняні музеї вивчають і щораз активніше використовують позитивні зарубіжні практики. Загалом прослідковується якісна динаміка розвитку музейної справи світу й України зокрема.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аартс Г. Що таке музей? *Музей: менеджмент і освітня діяльність*. Львів : Літопис, 2009. С. 16–22.
2. Андрощук Г. COVID-19 і музеї: економічний вплив, цифровізація, комунікація, безпека. *Юридична газета online*. 2020. 22 червня. URL: <https://cutt.ly/SnTy8sG> (дата звернення: 29.10.2022).
3. Буцикіна Є. Музеї після локдауну: відкриваючи нові напрямки руху. *Korydor*. Журнал про сучасну культуру. 2020. 6 серпня. URL: <http://www.korydor.in.ua/ua/opinions/museums-after-lock-down.htm> (дата звернення: 23.11.2022).
4. Гаврилюк С. Провідні тенденції розвитку музеїв світу у XXI ст. *Волинський музейний вісник*: Наук. зб.: Вип. 11. Луцьк : ПП «Волинська друкарня», 2021. С. 5–8.
5. 12 найкращих онлайн-музеїв світу. 2019. URL: <https://learning.ua/blog/201904/12-naikrashchykh-onlain-muzeiv-svitu/> (дата звернення: 17.11.2022).
6. Заповідник «Чигирин»: підсумки 2020. URL: <http://prostir.museum.ua/post/43201> (дата звернення: 11.11.2022).
7. Ключко Ю. М. Креативність як складова розвитку музейної комунікації. *Міжнародні відносини: теоретико-практичні аспекти*, 2018. (1). С. 276–284.
8. Маньковська Р. В. Музеї України у суспільно-історичних викликах XX – початку XXI століть. Львів : Простір-М, 2016. 408 с.
9. Маньковська Р. В. Сучасні музейні комунікації та перспективи їх розвитку. *Красназнавство*. 2013. Вип. 3. С. 75–84.
10. Музеї майбутнього: сім арт-інституцій, у яких є чого повчитися. URL: <https://www.culturepartnership.eu/ua/article/museums-of-the-future> (дата звернення: 19.10.2022).

11. Музейний хештег-маркетинг в умовах трансмедійного сторітеллінгу. 2019. URL: <http://prostir.museum/ua/post/42373> (дата звернення: 02.10.2022).
12. Музейні монстрики, йога та кінотеатр IMAX. Європейські музеї для всіх. URL: <https://www.culturepartnership.eu/ua/article/european-museums-for-everyone> (дата звернення: 29.10.2022).
13. Мюллер-Штратен К. Маркетинг та PR: 15 смертних гріхів музеїв і як їх потрібно уникати. *Сучасний музей. Між скарбницею та підприємством*. Матеріали Міжнародної конференції 8–10 жовтня 2006 р. в м. Чернівці. Львів : ВНТЛ-Класика, 2008. С. 36–46.
14. Надольська В. Середовищний музей як форма збереження та актуалізації історико-культурного ландшафту. *Волинський музейний вісник*: Наук. зб.: Вип. 12 / упоряд. Є. І. Ковальчук. Луцьк, 2022. С. 25–29.
15. Національний музей Тараса Шевченка відчинив двері для інвалідів. 2014. URL: <https://ukurier.gov.ua/uk/articles/nacionalnij-muzej-tarasa-shevchenka-vidchyniv-dveri/> (дата звернення: 14.11.2022).
16. Панас Н. Б. Музеї XXI століття в умовах глобалізації: нові смисли, виклики та тенденції. *Historical and Cultural Studies*. 2016. Vol 3. Num. 1. P. 93–96.
17. Роль музеїв у культурному та соціально-економічному розвитку країни: зарубіжний досвід. Аналітична записка. 26.01.2010. URL: <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/gumanitarniy-rozvitok/rol-muzeiv-u-kulturnomu-ta-socialno-ekonomichnomu-rozvitku> (дата звернення: 26.10.2022).
18. Сучасні тенденції впровадження музейних інновацій в Україні : оглядова довідка за матеріалами преси, Інтернету та неопублікованими документами за 2016–2018 роки. 2018. URL: https://nlu.org.ua/storage/files/Infocentr/Tematich_oglyadi/2018/vprovadzhennja.pdf (дата звернення: 11.10.2022).
19. Хінц Ганс Мартін. Музей – це інструмент примирення суспільства. *Історична правда*. 2022. 29 листопада. URL: <https://www.istpravda.com.ua/articles/514a3df8d8f1f> (дата звернення: 18.10.2022).
20. Як Одеський художній музей вчиться розмовляти іншою мовою: жестами, символами та образами. 2021. URL: <https://suspilne.media/183071-ak-odeskij-hudoznij-muzej-vcitsa-rozmovlati-insou-movou-zestami-simvolami-taobrazami/> (дата звернення: 02.10.2022).
21. Digital museum trends: 2020. URL: <https://trilcenavarrete.com/2020/08/04/digital-museum-trends-2020/amp/> (дата звернення: 19.10.2022).
22. New research shows more museums are using digitisation for audience engagement. 2021. URL: <https://advisor.museumsandheritage.com/supplier-news/new-research-shows-more-museums-are-using-digitisation-for-audience-engagement/> (дата звернення: 05.11.2022).
23. The 75 Best Virtual Museum Tours Around the World [Art, History, Science, and Technology]. 2022. URL: <https://upgradedpoints.com/travel/best-virtual-museum-tours/> (дата звернення: 02.10.2022).

REFERENCES

1. Aarts H. Shcho take muzei? [What is a museum?]. *Muzei: menedzhment i osvitalia diialnist*. Lviv : Litopys, 2009, pp. 16–22 [in Ukrainian].
2. Androshchuk H. COVID-19 i muzei: ekonomichniy vplyv, tsyfrovizatsiia, komunikatsiia, bezpeka [COVID-19 and museums: economic impact, digitalization, communication, security]. *The Legal Newspaper Online*, 22 chervnia 2020. URL: <https://cutt.ly/SnTy8sG> (application date: 29.10.2022) [in Ukrainian].
3. Butsykina Ye. Muzei pislia lokdaunu: vidkryvaiuchy novi napriamky rukhu [Museums after lockdown: opening up new directions]. *Korydor*: Magazine about modern culture, 6 serpnia 2020. URL: <http://www.korydor.in.ua/ua/opinions/museums-after-lock-down.htm> (application date: 23.11.2022) [in Ukrainian].
4. Havryliuk S. Providni tendentsii rozvytku muzeiv svitu u XXI st. [The leading trends in the development of world museums in the 21st century]. *Volynskiy muzeinyi visnyk*: Nauk. zb. 11. Lutsk : PP «Volynska drukarnia», 2021, pp. 5–8 [in Ukrainian].
5. 12 naikrashchykh onlain-muzeiv svitu. 2019 [The 12 best online museums in the world], 2019. URL: <https://learning.ua/blog/201904/12-naikrashchykh-onlain-muzeiv-svitu/> (application date: 17.11.2022) [in Ukrainian].
6. Zapovidnyk «Chyhyryn»: pidsumky 2020 [«Chyhyryn» Nature Reserve: 2020 results]. URL: <http://prostir.museum/ua/post/43201> (application date: 11.11.2022) [in Ukrainian].
7. Kliuchko Yu. M. Kreatyvnist yak skladova rozvytku muzeinoi komunikatsii [Creativity as a component of the development of museum communication]. *International Relations: Theory and Practical Aspects*, 2018, (1), pp. 276–284 [in Ukrainian].
8. Mankovska R. V. Muzei Ukrainy u suspilno-istorychnykh vyklykakh XX – pochatku XXI stolit [Museums of Ukraine in socio-historical challenges of the 20th and early 21st centuries]. Lviv : Prostir-M, 2016. 408 p. [in Ukrainian].
9. Mankovska R. V. Suchasni muzeini komunikatsii ta perspektyvy yikh rozvytku [Modern museum communications and prospects for their development]. *Local History*, 2013, Vypusk 3, pp. 75–84 [in Ukrainian].
10. Muzei maibutnoho: sim art-instytutstii, u yakykh ye choho povchytysia [Museums of the future: seven art institutions that have a lot to learn]. URL: <https://www.culturepartnership.eu/ua/article/museums-of-the-future> (application date: 19.10.2022) [in Ukrainian].
11. Muzeinyi kheshteh-marketynh v umovakh transmediinoho storitellinhu. 2019 [Museum hashtag marketing in the context of transmedia storytelling], 2019. URL: <http://prostir.museum/ua/post/42373> (application date: 02.10.2022) [in Ukrainian].
12. Muzeini monstryky, yoha ta kinoteatr IMAXh. yevropeiski muzei dlia vsikh [Museums of monsters, yoga ta kinoteatr imax. European museum for all]. URL: <https://www.culturepartnership.eu/ua/article/european-museums-for-everyone> (application date: 29.10.2022) [in Ukrainian].

13. Miuller-Shtraten K. Marketynh ta RR: 15 smertnykh hrihiv muzeiv i yak yikh potribno unykaty [Marketing and PR: The 15 deadly sins of museums and how to avoid them]. *Suchasnyi muzei. Mizh skarbnytseiu ta pidpriemstvom*. Materialy Mizhnarodnoi konferentsii 8–10 zhovtnia 2006 r. v m. Chernivtsi. Lviv : VNTL-Klasyka, 2008. pp. 36–46 [in Ukrainian].
14. Nadolska V. Seredovyshechni muzei yak forma zberezhennia ta aktualizatsii istoryko-kulturnoho landshaftu [The environmental museum as a form of preservation and actualization of the historical and cultural landscape]. *Volynskyi muzeinyi visnyk*: Nauk. zb. 12 / uporiad. Ye. I. Kovalchuk. Lutsk, 2022. pp. 25–29 [in Ukrainian].
15. Natsionalnyi muzei Tarasa Shevchenka vidchynyv dveri dlia invalidiv. 2014 [The Taras Shevchenko National Museum opened its doors for the disabled], 2014. URL: <https://ukurier.gov.ua/uk/articles/nacionalnij-muzej-tarasa-shevchenka-vid-chyniv-dveri/> (application date: 14.11.2022) [in Ukrainian].
16. Panas N. B. Muzei XXI stolittia v umovakh hlobalizatsii: novi smysly, vyklyky ta tendentsii [XXI century museums in the conditions of globalization: new meanings, challenges and trends]. *Historical and Cultural Studies*. 2016. Vol. 3. Num. 1, pp. 93–96 [in Ukrainian].
17. Rol muzeiv u kulturnomu ta sotsialno-ekonomichnomu rozvytku krainy: zarubizhnyi dosvid. Analychna zapyska. 2010 [The role of museums in the cultural and socio-economic development of the country: foreign experience. Analytical note], 2010. URL: <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/gumanitarniy-rozvitok/rol-muzeiv-u-kulturnomu-ta-socialno-ekonomichnomu-rozvitku> (application date: 26.10.2022) [in Ukrainian].
18. Suchasni tendentsii vprovadzhennia muzeinykh innovatsii v Ukraini : ohliadova dovidka za materialamy presy, Internetu ta neopublikovanymi dokumentamy za 2016–2018 roky. 2018 [Modern trends in the implementation of museum innovations in Ukraine: an overview based on materials from the press, the Internet, and unpublished documents for 2016–2018], 2018. URL: https://nlu.org.ua/storage/files/Infocentr/Tematich_ogliadi/2018/vprovadzhennja.pdf (application date: 11.10.2022) [in Ukrainian].
19. Khints Hans Martin. Muzei – tse instrument prymyrennia suspilstva. Istorychna pravda [The museum is an instrument of social reconciliation]. *Istorychna Pravda*, 29 lystopada 2022. URL: <https://www.istpravda.com.ua/articles/514a3df8d8f1f> (application date: 18.10.2022) [in Ukrainian].
20. Yak Odeskyi khudozhnii muzei vchytisia rozmovliaty inshoiu movoiu: zhestamy, symvolamy ta obrazamy. 2021 [How the Odessa Art Museum learns to speak another language: gestures, symbols and images], 2021. URL: <https://suspilne.media/183071-ak-odeskij-hudoznej-muzej-vcitsa-rozmovlati-insou-movou-zestami-simvolami-ta-obrazami/> (application date: 02.10.2022) [in Ukrainian].
21. Digital museum trends: 2020. URL: <https://trilcenavarrete.com/2020/08/04/digital-museum-trends-2020/amp/> (application date: 19.10.2022) [in English].
22. New research shows more museums are using digitisation for audience engagement. 2021. URL: <https://advisor.museumsandheritage.com/supplier-news/new-research-shows-more-museums-are-using-digitisation-for-audience-engagement/> (application date: 05.11.2022) [in English].
23. The 75 Best Virtual Museum Tours Around the World [Art, History, Science, and Technology]. 2022. URL: <https://upgradedpoints.com/travel/best-virtual-museum-tours/> (application date: 02.10.2022) [in English].