

**КАМ'ЯНЕЦЬ-ПОДІЛЬСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ІВАНА ОГІСНКА**

Ірина Паур

**ОСНОВИ МУЗЕЙНОЇ СПРАВИ:
навчально-методичний посібник**

Кам'янець-Подільський
2025

УДК 378.147:069(075.8)
ББК 74.580.251+79.10я73
П 21

*Рекомендовано до друку Вченою радою Кам'янець-Подільського
національного університету імені Івана Огієнка
(протокол № 6 від 29.05.2025)*

Рецензенти:

- Сергій Копилов**, доктор історичних наук, професор, ректор Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка.
Сергій Виткалов, доктор культурології, професор, професор кафедри івент-індустрій, культурології, музеєзнавства Рівненського державного гуманітарного університету.
Андрій Хоптяр, кандидат історичних наук, учений секретар Кам'янець-Подільського державного історичного музею-зповідника.

Паур І.

Основи музейної справи: навчально-методичний посібник. 2-е вид. доповн. та перероб. Кам'янець-Подільський : Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка, 2025. 232 с.

Навчально-методичний посібник «Основи музейної справи» призначений для здобувачів і викладачів закладів вищої освіти, музейних працівників, а також усіх, хто цікавиться сучасною теорією та практикою музейної діяльності. Посібник укладено з урахуванням чинного законодавства України, досліджень українських та іноземних фахівців у сфері музеєзнавства, методичних рекомендацій провідних музейних установ.

У виданні систематизовано базові поняття музейної справи, охарактеризовано основні функції музею – збереження, дослідження, експонування та популяризація культурної спадщини. Розглянуто напрями наукової, фондової, експозиційної та культурно-освітньої роботи музеїв. Особливу увагу приділено актуальним викликам галузі: цифровізації музейного середовища, розвитку музейної комунікації, новим формам взаємодії з аудиторією.

УДК 378.147:069(075.8)
ББК 74.580.251+79.10я73

ЗМІСТ

Передмова.....	6
Розділ 1. Теорія і практика музейної справи.....	7
1.1. Музейна справа в системі культури.....	7
1.2. Основні функції музеїв.....	9
1.3. Класифікація музеїв.....	11
Питання для самоконтролю.....	16
Тестові завдання.....	17
Список рекомендованої літератури.....	18
Розділ 2. Історія розвитку музейної справи як соціокультурного явища.....	20
2.1. Передумови виникнення та становлення музею як суспільного інституту.....	20
2.2. Розвиток музейної справи у світі в XIX – на початку XXI ст....	24
2.3. Історія розвитку музейної справи в Україні.....	26
Питання для самоконтролю.....	28
Тестові завдання.....	29
Практичне заняття 1. Історія розвитку західноєвропейських музеїв...	30
Практичне заняття 2. Музейна справа в Україні: етапи розвитку.....	32
Список рекомендованої літератури.....	34
Розділ 3. Науково-фондова робота в музеях.....	36
3.1. Фонди музею: поняття та наукова організація.....	36
3.2. Комплектування музейних фондів.....	40
3.3. Облік і наукова документація музейних фондів.....	42
3.4. Зберігання музейних фондів.....	46
Питання для самоконтролю.....	48
Тестові завдання.....	48
Практичне заняття 3. Облік музейних фондів.....	49
Список рекомендованої літератури.....	52
Розділ 4. Експертиза музейних колекцій.....	54
4.1. Джерела комплектування фондів музею.....	54
4.2. Принципи й критерії визначення унікальності пам'яток Музейного фонду України.....	55
4.3. Мистецтвознавча експертиза як інструмент атрибуції культурних цінностей.....	59
4.4. Експертиза пам'яток образотворчого мистецтва.....	61
Питання для самоконтролю.....	64
Тестові завдання.....	64
Список рекомендованої літератури.....	65

Розділ 5. Експозиційна діяльність музеїв.....	67
5.1. Музейна експозиція: поняття, структура, види.....	67
5.2. Методи організації музейної експозиції.....	70
5.3. Експозиційні прийоми.....	72
Питання для самоконтролю.....	75
Тестові завдання.....	75
Практичне заняття 4. Проектування музейної експозиції.....	76
Практичне заняття 5. Візуальна мова музейної експозиції.....	78
Список рекомендованої літератури.....	80
 Розділ 6. Музей як комунікативний простір.....	 83
6.1. Комунікативний простір сучасного музею.....	83
6.2. Особливості музейної комунікації.....	85
6.3. Культура професійного спілкування музейного працівника....	87
6.4. Музей і комунікація із публікою.....	90
Питання для самоконтролю.....	94
Тестові завдання.....	94
Практичне заняття 6. Музейна аудиторія: комунікація, вивчення, взаємодія.....	95
Список рекомендованої літератури.....	98
 Розділ 7. Екскурсійна робота в музеї.....	 100
7.1. Поняття та види музейних екскурсій.....	100
7.2. Функції музейних екскурсій.....	101
7.3. Структура музейної екскурсії.....	103
7.4. Форми мовленнєвої комунікації під час музейної екскурсії.....	104
Питання для самоконтролю.....	106
Тестові завдання.....	106
Практичне заняття 7. Екскурсія як форма музейної комунікації.....	107
Список рекомендованої літератури.....	109
 Тема 8. Музей як освітній простір.....	 111
8.1. Основні поняття музейної педагогіки.....	111
8.2. Музейна педагогіка і STEAM-освіта.....	114
8.3. Культурно-освітня діяльність сучасного музею.....	116
8.4. Форми культурно-освітньої роботи з відвідувачами музею.....	118
Питання для самоконтролю.....	120
Тестові завдання.....	120
Практичне заняття 8. Освітня діяльність музею: теорія і практика.....	121
Список рекомендованої літератури.....	124

Розділ 9. Інновації та інтерактивність у сучасному музейному просторі.....	128
9.1. Інноваційні технології в сучасному музейному просторі.....	128
9.2. Інтерактивні експозиції.....	132
9.3. Інтерактивні форми роботи з музейною аудиторією.....	134
9.4. Основні принципи музейного маркетингу.....	135
Питання для самоконтролю.....	137
Тестові завдання.....	138
Практичне заняття 9. Музейна справа та новітні технології.....	139
Список рекомендованої літератури.....	141
 Методичні рекомендації щодо виконання індивідуального науково-дослідного завдання.....	 143
 Глосарій музейних термінів.....	 148
 Список літератури.....	 168
 Додатки.....	 181
Додаток А. Закон України «Про музей та музейну справу».....	181
Додаток Б. Кодекс музейної етики ІСОМ.....	206
Додаток В. Вимоги щодо заповнення уніфікованого паспорта на музейні предмети (рухомі) які входять до складу державної частини Музейного фонду України.....	222

ПЕРЕДМОВА

Сучасна музейна справа – це не лише збереження і представлення культурної спадщини, а й ефективний інструмент комунікації, освіти, соціального діалогу та інноваційного розвитку. У XXI ст. музеї постають як відкриті, динамічні простори, що активно взаємодіють із суспільством, адаптуються до нових викликів, залучають новітні технології та формують культурну політику.

Навчально-методичний посібник «Основи музейної справи» підготовлений з урахуванням чинного законодавства про музеї, сучасних освітніх стандартів, напрацювань вітчизняних та іноземних фахівців у галузі музеєзнавства, а також результатів наукових досліджень і практичного досвіду у сфері сучасної музейної діяльності. У посібнику відображено актуальні проблеми теорії та практики музейної справи, що становлять інтерес для здобувачів вищої освіти, викладачів і фахівців з історії, культури, археології, мистецтвознавства та менеджменту музейної діяльності.

Структура посібника логічно побудована: від засадничих понять і класифікації музеїв – до аналізу новітніх форм музейної комунікації, інтерактивних технологій, педагогічних підходів та засад музейного маркетингу. Посібник складається з дев'яти тематичних розділів, кожен з яких супроводжено питаннями для самоконтролю, тестовими завданнями, практичними заняттями та списком рекомендованої літератури. Це дозволяє не лише засвоїти теоретичний матеріал, а й сформувати фахові компетентності завдяки застосуванню знань у практичному контексті. Додаткові методичні матеріали, глосарій і нормативно-правові документи роблять видання зручним у користуванні як для здобувачів вищої освіти, так і для викладачів та музейних працівників. Особливу увагу у навчально-методичному посібнику приділено історії музейної справи, фондовій та експозиційній роботі, музейній педагогіці, а також сучасним викликам і можливостям – інноваціям, цифровізації та культурній комунікації. Такий підхід дозволяє сформувати цілісне уявлення про музей як багатофункціональний соціокультурний інститут.

Навчально-методичний посібник «Основи музейної справи» орієнтований на здобувачів вищої освіти, викладачів, музейних працівників, а також усіх, хто цікавиться теорією та практикою музейної справи. Він сприятиме глибшому усвідомленню ролі музею як багатофункціонального соціокультурного інституту в сучасному світі.

Розділ 1. ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА МУЗЕЙНОЇ СПРАВИ

1. *Музейна справа в системі культури.*
2. *Основні функції музеїв.*
3. *Класифікація музеїв.*

Основні поняття теми: культура, музей, музейна справа, музейний предмет, предмет музейного значення, функції музеїв, класифікація музеїв, види музеїв.

1. Музейна справа в системі культури

Культура (лат. – обробка, виховання, освіта) – сукупність матеріальних і духовних цінностей, які створені людством у процесі суспільно-політичної практики та характеризують історично досягнутий рівень розвитку суспільства. Термін «культура» має кілька тлумачень: те, що створено людиною, сукупність результатів людської діяльності; предметні результати людської діяльності (машини, споруди, твори мистецтва, норми моралі, права тощо), а також людські здібності (знання, навички, рівень інтелекту, моральний та естетичний розвиток тощо). Отже, одним із предметів вивчення культури є те, що створено людиною – предметні результати людської діяльності; саме те, що зосереджено в музеях. Тому місце і роль музейної справи надзвичайно важливі.

У системі музеєзнавства історія музейної справи є важливим засобом дослідження, інтерпретації його теорії. Об'єкти музеєзнавства – музей, музейна справа – вивчаються істориками, соціологами, педагогами, мистецтвознавцями, філологами. Сучасне музеєзнавство визначає свій предмет дослідження як коло об'єктивних закономірностей, які відносяться до процесів накопичення та зберігання соціальної інформації, пізнання й передачі знань, традицій, уявлень і емоцій через музейні предмети, до процесів виникнення, розвитку й суспільного функціонування музею, музейної справи. Таким чином, мова йде про складну систему знань, вузлові поняття якої – «музейний предмет» («предмет музейного значення»), «музей», «музейна справа» («музейне будівництво») – складають її взаємопов'язані, послідовно суміщені підсистеми.

У 1974 р. Міжнародна рада музеїв (ICOM) було сформульовано та включено до його Статуту наступне поняття «музей»: *музей – це постійний некомерційний заклад, який знаходиться на службі суспільства і його розвитку й відкритий для людей, він набуває, зберігає, вивчає, популяризує і експонує в освітніх, просвітницьких і розважальних цілях матеріальні свідчення людини й оточуючого її середовища.*

24 серпня 2022 р. на 26-й Генеральній конференції у Празі ICOM затвердила нове визначення музею, яке містить такі поняття, як «інклюзивність», «доступність», «стійкість» і «етика». Зокрема, сьогодні визначення звучить так: ***«Музей – це некомерційна постійнодіюча організація на службі суспільства, яка збирає, зберігає, досліджує, інтерпретує та експонує матеріальну та нематеріальну спадщину. Відкриті для громадськості, доступні та інклюзивні, музеї сприяють різноманітності та сталості світу. Їхня робота й комунікація ґрунтуються на засадах етики і професійності, передбачають залученість громад і пропонують різноманітний досвід для освіти, насолоди, роздумів і обміну знаннями».***

Водночас Стаття 1 Закону України ***«Про музей та музейну справу»*** (1995) визначає:

музей – 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;

музейна справа – спеціальний вид наукової та культурно-освітньої діяльності, що включає комплектування, зберігання, охорону та використання музеями культурних цінностей та об'єктів культурної спадщини України, в тому числі їх консервацію, реставрацію, музеєфікацію, наукове вивчення, експонування та популяризацію;

культурні цінності – предмети матеріального і духовного світу, що мають в уявленні суспільства культурну значущість;

об'єкт культурної спадщини – визначне місце, споруда (витвір), комплекс (ансамбль), їхні частини, пов'язані з ними рухомі предмети, а також території чи водні об'єкти (об'єкти підводної культурної та археологічної спадщини), інші природні, природно-антропогенні або створені людиною об'єкти незалежно від стану збереженості, що донесли до нашого часу цінність з археологічного, естетичного, етнологічного, історичного, архітектурного, мистецького, наукового чи художнього погляду і зберегли свою автентичність;

музейний предмет – культурна цінність, якість або особливі ознаки якої роблять необхідним для суспільства її збереження, вивчення та публічне представлення;

предмет музейного значення – культурна цінність, особливі ознаки якої є підставою для внесення її до Музейного фонду України та набуття статусу музейного предмета з метою збереження, вивчення і публічного представлення.

Музейний предмет необхідно розглядати у єдності належних йому загальних властивостей і конкретних ознак:

➤ *інформативність* характеризує змістову сторону музейного предмета, його здатність бути в якості джерела відомостей про історичні події, культурні, суспільні та природні явища й процеси;

- *атрактивність* характеризує зовнішню сторону предмета, його здатність приваблювати увагу відвідувачів своїми зовнішніми ознаками, зокрема формою, розміром, кольором;
- *експресивність* пов'язана із ціннісним сприйняттям предмета, з його здатністю викликати у людини асоціації й відчуття приналежності до певних подій, явищ і фактів.

Отже, музейний предмет можна охарактеризувати як рухомий об'єкт природи або матеріальний результат людської діяльності, який в силу своєї значимості для музейного використання взято із середовища його перебування і включено до складу музейного зібрання.

Музейний фонд України – сукупність окремих музейних предметів, музейних колекцій, музейних зібрань, які постійно зберігаються на території України, незалежно від їх походження та форм власності, а також музейних предметів і музейних колекцій, які перебувають за межами України і є власністю держави або відповідно до міжнародних договорів підлягають поверненню в Україну.

Національна музейна політика – це сукупність основних напрямів і засад діяльності держави та суспільства в галузі музейної справи. Основними її напрямками є:

- ✓ збереження та державна підтримка Музейного фонду України;
- ✓ повернення в Україну культурних цінностей народу, що перебувають за її межами;
- ✓ забезпечення соціально-економічних, правових і наукових умов для ефективної діяльності музеїв;
- ✓ сприяння формуванню сучасної інфраструктури музейної справи;
- ✓ підтримка і розвиток мережі музеїв;
- ✓ забезпечення підготовки та підвищення фахової кваліфікації музейних кадрів, їх правовий і соціальний захист;
- ✓ бюджетне фінансування (у тому числі на часткових засадах) і пріоритетне матеріально-технічне забезпечення розробки та реалізації державних, регіональних і місцевих програм розвитку музейної справи;
- ✓ забезпечення охорони музеїв;
- ✓ підтримка фундаментальних і прикладних наукових досліджень, пов'язаних із музейною справою;
- ✓ сприяння міжнародному співробітництву в галузі музейної справи.

2. Основні функції музею

Соціальні функції музею. У вітчизняному та зарубіжному музєєзнавстві як основні традиційно виділяють дві функції, що історично склалися та визначають специфіку музейної діяльності, місце і роль музею в суспільстві й культурі – функцію документування і функцію навчання та виховання.

Функція документування передбачає цілеспрямоване відображення в музейному зібранні за допомогою музейних предметів різних фактів, подій, процесів і явищ, які відбуваються в суспільстві й природі. Сутність музейного документування полягає в тому, що музей виявляє і відбирає об'єкти природи та створені людиною предмети, які можуть бути оригінальними свідченнями об'єктивної реальності.

Функція навчання та виховання засновується на інформативних і експресивних властивостях музейного предмета. Вона обумовлена пізнавальними та культурними запитами суспільства і здійснюється у різних формах експозиційної й культурно-освітньої роботи музеїв.

На думку окремих учених, крім цих двох функцій можна назвати ще одну – *функцію організації вільного часу*, що обумовлена суспільними потребами в культурних формах відпочинку й емоційній розрядці.

Таблиця 1.1

Основні функції сучасного музею

Функція музею	Зміст функції
<i>Збиральницька</i>	Формування музейних колекцій шляхом надходжень з експедицій, дарувань, закупівель тощо.
<i>Фондово-облікова</i>	Наукова інвентаризація, облік, паспортизація та систематизація музейних предметів; ведення документації.
<i>Охоронна (консерваційна)</i>	Забезпечення належних умов зберігання музейних предметів, проведення профілактичних і реставраційних робіт.
<i>Науково-дослідницька</i>	Вивчення фондів, контексту колекцій, підготовка публікацій, участь у наукових проєктах і виставках.
<i>Освітня</i>	Проведення екскурсій, лекцій, майстер-класів, реалізація програм музейної педагогіки.
<i>Експозиційно-виставкова</i>	Створення постійних експозицій та тимчасових виставок для представлення колекцій публіці.
<i>Культурно-комунікативна</i>	Організація заходів для міжкультурного діалогу, популяризації спадщини, формування суспільної думки.
<i>Рекреаційна</i>	Забезпечення умов для культурного відпочинку, дозвілля, натхнення, залучення туристичної аудиторії.

До обов'язків музейних працівників належать: збирання, комплектування, вивчення, обробка, зберігання, виставлення для огляду публіки музейних предметів, їх популяризація. У музеях працюють люди багатьох спеціальностей: історики, археологи, мистецтвознавці, реставратори, біологи-консерватори, музейні кліматологи та ін.

3. Класифікація і характеристика музеїв різних типів та профілів

Мережа музеїв в Україні будується на основі усталеної в українському музеєзнавстві їх наукової класифікації та типології.

Класифікація музеїв – це поділ музеїв на групи за однією визначальною чи декількома ознаками. Необхідність класифікації зумовлена розмаїтістю форм музейних установ. До кінця радянського періоду музейної діяльності практикувався розподіл музеїв за «типами, видами і профілями». Сучасна наукова типологія класифікації українських музеїв остаточно склалася наприкінці ХХ – на початку ХХІ ст., вона приведена у відповідність до чинних міжнародних типологій музеїв світу. Відповідно до цієї класифікації, всі українські музеї розрізняються за типами і профілями.

Тип музею визначається його суспільним призначенням, метою діяльності тощо. Сьогодні співіснують і використовуються на практиці різноманітні критерії типології музеїв. Серед них, зокрема: за профілем, за родом діяльності, формою власності, масштабом діяльності, статусом (рангом, категорією).

Профільна класифікація музеїв здійснюється за спеціалізацією музейної колекції, її близькістю до профільної науки чи комплексу наук чи виду мистецтва. Тому при визначенні профілю музею необхідно поставити та відповісти на питання: «Чому присвячено музей?». Профіль музею відповідає хронологічним і територіальним межам, в яких проводиться музеєм документування суспільних явищ. Профіль музею орієнтовано на конкретні, історичні суспільні потреби. Профільна класифікація розподіляє музеї на групи, кожна з яких досліджує свої конкретні наукові проблеми. В середині кожної групи музеї мають свій вузький профіль, спеціалізацію. Таким чином, профільна група існує як система, що включає в себе підсистеми різного рівня.

Музеї можуть бути як національного, так і регіонального, місцевого рівня, відображати всі історичні періоди або певний етап у розвитку суспільства. Музеї різного профілю, різного підпорядкування, що знаходяться на території певної держави *формують музейну мережу* цієї держави.

Однією з найважливіших категорій класифікації є *профіль музею*, тобто спеціалізація (*Схема 1*). Основною ознакою класифікації тут є зв'язок музею з конкретною наукою чи видом мистецтва, технікою, виробництвом і його галузями.

Схема 1.1



В залежності від структури профільної дисципліни основні профільні групи музеїв структуруються на більш вузькі, зокрема (Таблиця 1.2):

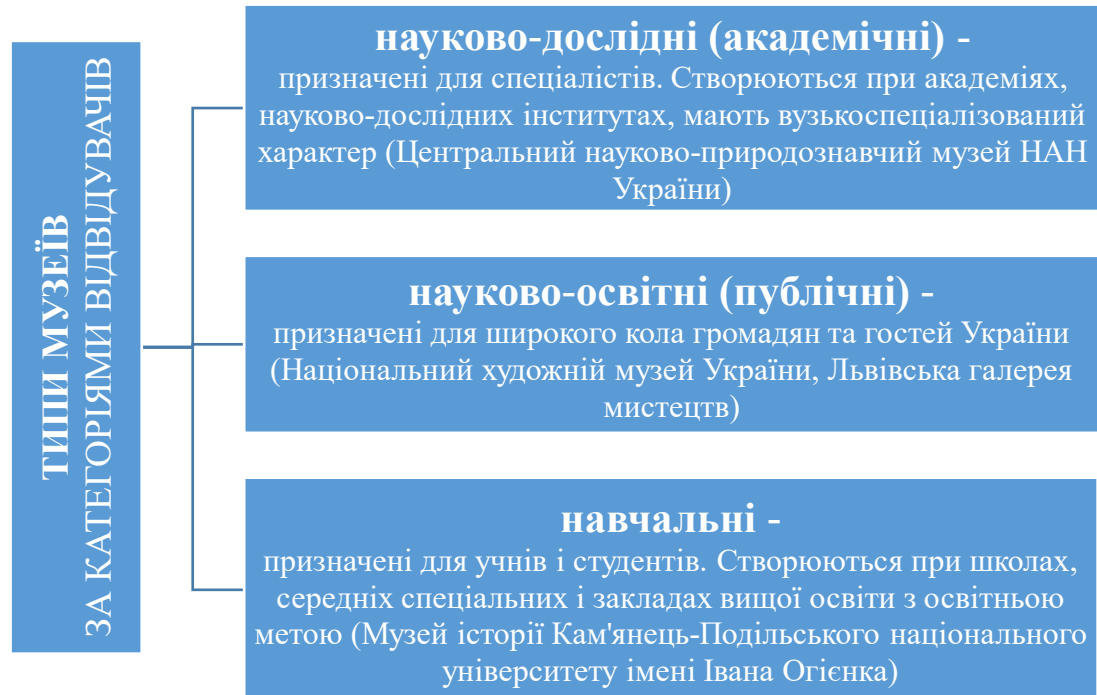
Таблиця 1.2

<i>Художні музеї:</i>	образотворчого мистецтва (широкого профілю галереї); декоративно-прикладного мистецтва; народної художньої творчості, народних мистецьких промислів; палацово-декоративного та паркового мистецтва (Державний історико-культурний заповідник «Качанівка»); художні Монографічні (Панорама «Оборона Севастополя в 1854–1855 рр.»); художні персональні.
<i>Архітектурні музеї:</i>	музеефіковані пам'ятки архітектури та містобудування; народного зодчества (дерев'яної архітектури); архітектурні монографічні.
<i>Мистецтвознавчі музеї:</i>	театрального мистецтва; музичного мистецтва та музичних інструментів; фото- та кіномистецтва; мистецькі персональні.
<i>Історичні музеї:</i>	загальноісторичні музеї (широкого профілю); археологічні музеї; етнографічні музеї; воєнно-історичні музеї; музеї політичної історії; музеї історії

	релігії; історично-побутові музеї, що відтворюють чи зберігають картину побуту різних верств населення; монографічні музеї, присвячені конкретній особі, події; історії окремих установ, закладів, галузей.
Літературні музеї:	літературні широкого профілю; історії книги та книгодрукування; літературні персональні; літературні монографічні (Новгород-Сіверський історико-культурний музей-заповідник «Слово о полку Ігоревім»).
Природничі музеї:	палеонтологічні; антропологічні; біологічні (широкого профілю); ботанічні; зоологічні; мінералогічні; геологічні; географічні й ін.; природничі персональні.
Технічні музеї:	політехнічні; галузеві (авіації, зв'язку, транспорту, космонавтики); технічні персональні; технічні монографічні (зокрема, музеєфіковані пам'ятки техніки).
Галузеві Музеї:	сільськогосподарські; педагогічні; охорони здоров'я; спорту та ін.; галузеві персональні.
Музеї комплексного профілю:	➤ <i>красзнавчі музеї</i>, які сполучають як мінімум історичну і природничо-наукову спеціалізацію, адже їх зібрання документують не лише історію, а й природу краю; ➤ <i>музеї-ансамблі</i>, створені на основі пам'яток архітектури, їх інтер'єрів, території, яка їх оточує та різноманітних споруд.

Поряд із профільною класифікацією використовується й **типологічне ділення музеїв**. Існує типологія за ознакою суспільного призначення музеїв, у відповідності з якою вони діляться на науково-дослідницькі, науково-просвітницькі та навчальні музеї (Схема 2.2).

Типи музеїв за категоріями відвідувачів



За юридичною приналежністю (формою власності) музеї поділяються на типи: державні, муніципальні, відомчі (у т.ч. університетські), громадські (у т.ч. шкільні), корпоративні, церковні, приватні (у т.ч. приватних ЗВО).

Державні музеї – чільна група державних закладів, що підпорядковані Кабінету Міністрів України і здійснюють свою діяльність у руслі загальнодержавної концепції розвитку музейної мережі. Ці музеї мають пряме бюджетне фінансування. У їхніх фондах зосереджені найцінніші скарби та колекції країни.

Муніципальні музеї – основна форма недержавних музеїв, що виконують властиві функції щодо збирання, збереження і презентації колекцій. Муніципальні музеї перебувають в управлінні місцевої адміністрації і фінансуються з місцевих бюджетів.

Відомчі музеї – це музеї різного профілю, що підпорядковуються окремим міністерствам і відомствам. Вони створюються з метою репрезентації історії розвитку певної галузі: транспорту, охорони здоров'я, силових відомств (оборони, внутрішніх справ), НАН тощо.

Громадські музеї – поширений тип закладів, що перебуває під опікою громадських організацій (профспілок, партій тощо).

Корпоративні (виробничі) музеї – структурні підрозділи недержавних установ і підприємств. Музеї історії корпорацій, які з'явилися напередодні їхніх перших ювілеїв, стають в умовах глобалізації невід'ємною частиною іміджу компаній транснаціонального рівня.

Церковні музеї – до 1921 р. становили найчисленнішу групу музеїв нашої країни (у західних областях України церковні музеї існували до 1944 р.). Вони виникли як група музеїв історичного профілю з метою збирання і збереження пам'яток церковної старовини.

Приватні музеї – це установи, що належать приватним особам, створені їхніми зусиллями і підтримуються на їхні кошти. У значній більшості країн світу це найдавніша і найрозповсюдженіша форма музейних установ.

Класифікація музеїв за архітектурно-функціональним ансамблем:

- *замки-музеї* – фортеці: Хотинська, Кам'янець-Подільська, Аккерманська; замки: Луцький, Меджибізький, Олеський;
- *палаци-музеї* – Підгорецький (на Львівщині), гетьмана Кирила Розумовського (у Батурині);
- *музеї-садиби* – Івана Котляревського (Полтава), Івана Миколайчука (с. Чорторія, Чернівецької обл.), Маркіяна Шашкевича (с. Підлисса, Львівської області), Михайла Грушевського (с. Криворівня, Івано-Франківської обл.);
- *будинки-музеї* – Михайла Булгакова (Київ), Лесі Українки (Ялті), музей-оселя родини Івана Франка (Калуш);
- *музеї-квартири* – Олеся Гончара (Київ);
- *музеї-монастирі* – Києво-Печерська, Почаївська, Святогірська лавра, Троїце-Іллінський монастир, Манявський скит;
- *музеї-храми* – Софійський собор, церкви – Вознесіння Господнього (Чортків), святого Миколая (Вінниця) та ін.;
- *музеї-цвинтарі* – Лукянівське та Байкове кладовище (Київ), Личаківський цвинтар (Львів);
- *музеї-підприємства* – Музей-аптека «Під чорним орлом» (Львів), Музей Пошти (Київ, Львів), Музей залізничного транспорту (Київ);
- *музеї-майстерні*: а) *видатних митців* (за профілем відносять до меморіальних): Івана Кавалерідзе (Київ), Івана Георга Пінзеля (Львів); б) *людських ремесел* (за профілем належать до етнографічних): Кузня-музей «Гамора» (с. Лисичеве, Іршавського району), Музей ткацтва (с. Великі Береги, Берегівського району);
- *музеї-кав'ярні (паби, винні підвали*: музей-корчма «Гражда» (Трускавець), «Деца у нотаря» (Ужгород), винні музеї (музеї дегустаційні зали) – найвідоміші в Україні діють у Криму (сmt Масандра, Алупка, сmt Коктебель та ін.) та на Закарпатті (сmt Середнє, Ужгород, Берегове).

Музеї-заповідники – група музеїв комплексного типу просто неба, що володіють особливою цінністю й отримали статус заповідників згідно з постановами урядових органів країни.

Музеї-заповідники за *профілями* поділяються на археологічні, історико-культурні, історико-архітектурні, історико-меморіальні. Вони створюються шляхом музеєфікації винятково цінних територій, ансамблів, комплексів і окремих пам'яток історії, культури чи природи.

Статус заповідника передбачає особливі режими збереження й використання включених у нього територій та об'єктів. До складу великих за площею музеїв-заповідників можуть входити території як цілком чи частково вилучені з господарського використання, так і не вилучені з господарського використання, з різними режимами охорони від найсуворішого заповідного режиму до сучасних поселень з їх традиційними формами життєдіяльності.

Для музеїв-заповідників характерні такі форми культурно-освітньої діяльності, як музейні свята (зокрема, фольклорні, пов'язані зі святкуванням традиційного народного календарного циклу, та музичні), воєнно-історичні реконструкції, майстер-класи народних промислів, екостежки, дитячі археологічні табори тощо.

Найбільші музеї-заповідники України: Національний заповідник «Софія Київська», відкритий у 1934 р. в центрі Києва; національний історико-культурний заповідник на о. Хортиця (Запорізька область), Національний історико-етнографічний заповідник «Переяслав» у Переяславі-Хмельницькому, Кам'янець-Подільський історичний музей-заповідник, Чернігівський архітектурно-історичний заповідник, Історико-археологічний музей-заповідник «Верхній Салтів» у с. Верхньому Салтові Вовчанського району Харківської області та ін.

Зокрема, одним із найбільших заповідників України є *Національний Києво-Печерський історико-культурний заповідник*. На площі 28 га розміщено понад 80 стародавніх споруд, які мають історичну та художню цінність. Серед них такі визначні пам'ятки, як Успенський собор XI ст., церкви – Троїцька Надбрамна і Спаса на Берестові, дзвіниці на дальніх і ближніх печерах XVIII ст., кріпосні мури і вежі XVIII ст., печери, підземні церкви тощо. У заповіднику зібрано унікальні колекції образотворчого та декоративно-ужиткового мистецтва, малярства, гравюри, зразків українського золотарства, гаптування коштовних тканин тощо. До того ж на території заповідника розміщено чотири музеї загальнодержавного значення: Музей історичних коштовностей України, Державний музей українського народного декоративного мистецтва України, Державний музей театального, музичного та кіномистецтва України, Державний музей книги та друкарства України.

Питання для самоконтролю:

1. Культура – це ...
2. Якими загальними властивостями та конкретними ознаками повинен володіти музейний предмет?
3. Назвіть соціальні функції музею.
4. Проаналізуйте типологічний поділ музеїв.
5. Поясніть статус музею-заповідника.

Тестові завдання:

1. **Сукупність матеріальних і духовних цінностей, які створені людством у процесі суспільно-політичної практики і характеризують історично досягнутий рівень розвитку суспільства:**
 - а) культурні цінності;
 - б) культура;
 - в) пам'ятки історії та культури;
 - г) культурна спадщина.
2. **Художні музеї поділяються на (оберіть зайве):**
 - а) образотворчого мистецтва;
 - б) народного мистецтва;
 - в) мистецькі;
 - г) декоративно-прикладного мистецтва.
3. **Визначення музею як постійного некомерційного закладу, який знаходиться на службі суспільства і його розвитку й відкритий для людей, що набуває, зберігає, вивчає, популяризує та експонує в освітніх, просвітницьких і розважальних цілях матеріальні свідчення людини й оточуючого її середовища, сформовано:**
 - а) у ЗУ «Про музей і музейну справу»;
 - б) українськими музеєзнавцями;
 - в) Міжнародною радою музеїв;
 - г) європейськими музеєзнавцями;
4. **За ознакою суспільного призначення виділяють такі типи музеїв (оберіть зайве):**
 - а) науково-дослідницькі;
 - б) науково-просвітницькі;
 - в) наукові музеї;
 - г) навчальні музеї.
5. **Спеціальний вид наукової та культурно-освітньої діяльності, що включає комплектування, зберігання, охорону та використання музеями культурних цінностей та об'єктів культурної спадщини України – це**
 - а) пам'яткознавство;
 - б) музейна справа;
 - в) охорона історико-культурної спадщини;
 - г) експозиційна діяльність.
6. **Закон України «Про музей та музейну справу» ухвалений 29 червня:**
 - а) 1985 р.;
 - б) 1995 р.;
 - в) 2015 р.;
 - г) 2005 р.
7. **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 – це**
 - а) Музейний фонд України;
 - б) скансен;
 - в) заповідник;
 - г) музей.
8. **Яка ознака музейного предмета характеризує його здатність приваблювати увагу відвідувачів своїми зовнішніми ознаками, зокрема формою, розміром, кольором.**
 - а) інформативність;
 - б) унікальність;
 - в) атрактивність;
 - г) експресивність.
9. **За своїм профілем музеї поділяються на (оберіть зайве):**

- 12.Рутинський М.Й., Стецюк О.В. Музеєзнавство: навч. посіб. Київ: Знання, 2008. С. 19–20.
- 13.Салата О.О. Основи музеєзнавства: навч.-метод. посіб. Вінниця: ТОВ «Нілан-ЛТД», 2015. С. 12–54.
- 14.Торяник В.М., Хрідочкін А.В., Джинджоян В.В. Основи музеєзнавства: навч. посіб. Київ: Видавництво «Каравела», 2024. С. 176–215
- 15.Якубовський В.І. Музеєзнавство: навч. посіб. Кам'янець-Подільський: ПП Мошак М.І., 2012. С. 61–68.

Розділ 2

ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ МУЗЕЙНОЇ СПРАВИ ЯК СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ЯВИЩА

1. *Передумови виникнення та становлення музею як суспільного інституту.*
2. *Розвиток музейної справи у світі в XIX – на початку XXI ст.*
3. *Історія розвитку музейної справи в Україні.*

Основні поняття теми: соціокультурний інститут, приватне колекціонування, релікварії, антикварії, галерея, кабінет, кунсткамера, публічні музеї, національні музеї, ICOM.

1. Передумови виникнення та становлення музею як суспільного інституту

Слово «музей» майже на дві тисячі років випередило існування того соціокультурного інституту, який ми знаємо під цією назвою. Музей походить від створеного близько 290 р. до н.е. в єгипетському місті Олександрія Птолемеєм Сотером Мусейона (давньогрецькою храм муз). Він був установою, призначеною для проведення наукових досліджень і забезпечення високого рівня освіти політичної еліти держави Птолемеїв. Прототипом олександрійського Мусейону був створений століттям раніше «храм муз» давньогрецького філософа Платона.

Згідно з визначенням пізньоантичного письменника, географа Страбона, олександрійський Мусейон був частиною комплексу з царських палаців парку. Він складався з екседри (прообразу університетських аудиторій) і великого будинку, де розміщувалась спільна їдальня для вчених, спальні, зали для занять, господарські прибудови. Згодом додалися ботанічний сад, обсерваторія, зоопарк. Важливим структурним елементом Мусейону була бібліотека. В олександрійській бібліотеці збирали і у спеціальних шафках зберігали рукописи. Кількість сувоїв, що була тут, налічувала кілька сотень тисяч. Таким чином, бібліотека виконувала функцію першого музею, а першими музеєфікованими об'єктами були тексти.

Дослідники історії музейної справи виділяють такі періоди еволюції музею як суспільної інституції: *протомузейний* (V тис. до н. е. – XVI ст. н. е.); *ранньомузейний* (XVII – перша половина XIX ст.); *класичний* (друга половина XIX ст. – 1970-ті рр.); *сучасний* (кінець 1970-х рр. – до сьогодення).

Музеї як сховища коштовностей, старожитностей, творів мистецтва й екзотичних речей існують від найдавніших часів, виникнення перших протомузеїв пов'язане з виникненням перших протодержавних класових утворень давніх цивілізацій (світські скарбосховища) та поширенням перших громадських культів (храмові скарбосховища).

Протомузейний період охоплює частину людської історії від зародження суспільної нерівності до появи перших стаціонарних колекцій у ренесансній Європі.

За даними археологів та істориків, найбагатші скарбосховища стародавнього світу існували у палацах фараонів у містах Фівах і Мемфісі (III–I тис. до н.е.), Мікенському (на півдні Греції) та Кносському (на о-ві Крит) палацах (XVI ст. до н.е.), у цитаделях фінікійських міст-держав Бібла, Арвада, Сідона та Тіра (XIV–VII ст. до н.е.), славнозвісними протомузейними скарбницями людської мудрості були: палаци Архівінських оракулів (Китай, XIII–XII ст. до н.е.), бібліотеки Ніневійського палацу (VIII–VII ст. до н.е.) та Вавилонського палацу (II тис. до н.е. – 680-ті роки до н.е., VI–IV ст. до н.е.), Александрійська бібліотека у Єгипті (III–I ст. до н.е.) та ін.

В *античній Греції*, за традицією, у храмах розташовувалися статуї, картини та інші твори мистецтва, присвячені богам або музам. Пізніше, в *античному Римі*, до цього додалися картини та скульптури, розташовані в міських садах, римських лазнях і театрах. Гостям на віллах багатих і знатних людей того часу показували твори мистецтва, захоплені під час війн. Відомими римськими колекціонерами були Варрес, Сулла, Сервілій, Красс, Лукулл, Помпей, Цезар та інші можновладці. Римський імператор Адріан наказав виготовити копії скульптур та інших творів мистецтва, які справили на нього враження в Греції і Єгипті. Вілла Адріана, прикрашена копіями єгипетських раритетів, стала прообразом сучасного музею.

За часів *європейського Середньовіччя* функції, що умовно можна вважати музейними, виконували храми та монастирі. Щоправда, «музеефікувалися» у них специфічні предмети: мощі або їхні частинки, які зберігалися у т.зв. *релікваріях* – скриньках-дароносицях, виготовлених із дорогоцінних металів. У різницях церков і соборів зосереджувалися також вотивні предмети і різного роду реліквії. Інколи їх виставляли для публічного спостереження: під час релігійних свят або для палігримів, які діставались здалеку, аби мати можливість побачити ту чи іншу святиню.

Утім, накопичення подібних предметів у культових установах не може вважатися власне музейницькою діяльністю, як і накопичення коштовних рідкісних предметів і творів мистецтва, що зосереджуються в палацах світських правителів, зокрема римського та візантійського імператорів, королів, князів й іншої знаті, яка в статусному середньовічному суспільстві могла завоювати їх як військові трофеї, купити у ремісників і ювелірів або отримати як дарунок. Оскільки частину цих предметів використовували в побуті або на війні, немає підстав говорити про їх колекціонування у сучасному сенсі слова.

Із XVI ст. (в Італії з кінця XV ст.) розпочинається **європейський ранньомузейний період**. Епоха Відродження відкрила нові перспективи для розвитку колекційної та музейної діяльності, зокрема в переосмисленні античної спадщини. Зародження музею як соціокультурного інституту та утвердження музейної експозиції як засобу демонстрації цінностей датують

другою половиною XVI ст. і пов'язують із родиною італійських колекціонерів Медічі. Як відомо, у 1559 р. Козімо I Медічі вирішує всі колекції перенести з вілли у спеціально збудоване приміщення Галерею Уффіці, архітектурний проєкт якої виконали на замовлення Дж. Вазарі, Б. Бунтует та А. Паріджі. А у 1570 р. галерея стає публічним мистецьким простором. Саме публічність стала невід'ємною складовою функціонування експозиційного середовища музею. Галерея Уффіці являла собою довгий і добре освітлений коридор, переважно природним способом за рахунок високих вікон, що дозволяло добре роздивитися деталі картини. Музейна експозиція передбачала хаотичне розміщення картин та організовувалася за принципом «експозиційної декоративності». Стіни повністю завішувалися картинами, що були різними за своєю тематикою та походженням. Такі висновки дозволяє зробити нам аналіз картини німецького художника Йоганна Зоффані «Трибуна галереї Уффіці», що написана протягом 1772–1778 рр. і сьогодні зберігається у експозиції Королівського зібрання замку Віндзор. Так, термін «музей» став синонімом до терміна «колекція». Перший письмово зафіксований випадок його вживання – 1492 р., коли в описі майна Лоренцо Медічі колекцію рукописів і гем названо музеєм.

У країнах Західної Європи з'являються протомузеї в яких зберігалися колекції зразків тваринного і рослинного світу, мінерали, геодезичні та астрономічні інструменти. У багатоманітності термінів, якими тогочасні колекціонери називали приміщення, де вони експонували свої зібрання, найбільш розповсюдженим були «галерея» і «кабінет». *Галерея* являла собою зал подовженої форми, одну зі сторін якого перерізував суцільний ряд великих вікон, а інший – експозиції. *Кабінетом* називали приміщення значно менших розмірів де зберігалися різного роду рідкісні речі, природничо-наукові зразки і твори мистецтва невеликого формату.

Колекціонування стає популярною роботою, складовою високого аристократичного смаку й освіченості. Міжнародної слави зажили колекції пам'яток античного мистецтва (*антикварії*) у Флоренції (Лоренцо Медічі, XV ст.), в Дрездені (Августа Саксонського), Римі (Ватиканські зібрання) та ін. Невід'ємною ознакою придворного життя стало облаштування палацових ранньомузейних зібрань – *мюнц-кабінетів* (домузейна форма зберігання й експонування колекцій монет і медалей, а також назва місця їх зберігання) та *кунсткамер* (домузейна форма зберігання й експонування колекцій і рідкісних речей), у яких зосереджувалися історико-художні, природничо-наукові й етнографічні дивовижі й раритетні предмети. У 1523 р. за сприяння венеціанської сім'ї Доменіко та Джованні Грімані засновано перший у Європі публічний археологічний музей у закритому приміщенні. У 1539 р. італійський гуманіст П. Джовіо використав термін «музей» для позначення власної збірки портретів видатних осіб, що демонструвалася на його віллі в Комо.

У другій половині XVI ст. терміном музей щоразу частіше називали приміщення (кабінети), де зберігали колекції, причому не всі приміщення, а

тільки ті, де – за визначенням італійських природознавців, – на основі певної колекції проходила творча інтелектуальна робота з дослідження та інтерпретації навколишнього світу.

Перше наукове Товариство із вивчення старожитностей було засноване в Англії у XVI ст., тоді ж британські науковці вперше винесли на громадське обговорення ідею доцільності створення і комплектування суспільних музеїв-зібрань національної і світової історико-культурної спадщини. Цей громадський рух дав поштовх до розвитку музейної практики та теорії наукового музеєзнавства.

Інтенсивний розвиток наукової класифікації в XVII ст. і географічні відкриття кардинально змінили зміст музейних колекцій та розширили їхню тематику. В Англії, Голландії, Фландрії виникає цікавий тип антикварної крамниці-музею, призначеної передусім для цінителів старовини й мистецтва. Створюється система *кунсткамер* (дослівно з німецької – кабінети рідкісних речей), чії зібрання нерідко формувалися на основі раритетних або екзотичних предметів зоологічного, етнографічного та медичного походження.

Теоретичне підґрунтя розвитку музейної справи заклали праці видатних європейських музеєзнавців та практика поширення музеїв у сусідніх країнах Західної і Центральної Європи. Західні дослідники першим теоретико-методологічним трактатом з музеєзнавства вважають книгу *Й. Майора* «Ні до чого не зобов'язуючі загальні роздуми про художні і природничо-наукові зібрання» (Кіль, 1674).

У XVII–XVIII ст. визначено вимоги відкриття музеїв для загального перегляду відвідувачів. У 1661 р. університет та Рада м. Базель викупили збірку Б. Амербаха, яку невдовзі зробили доступною для людей. У 1683 р. при Оксфордському університеті відкрито музей Ешмола. Це стало яскравим свідченням переходу від кунсткамери до музею. Саме тоді вперше термін музей застосовано до закладу, що за своєю функцією наближався до сучасного розуміння цього поняття. Процес відкриття музеїв для широкого загалу набуває більш масового характеру. Цей процес відзначається трансформацією мистецьких галерей та кунсткамер на музеї. Типовим прикладом цих процесів є *Британський музей (1753)* – один із перших класичних музеїв. На думку К. Хадсона, впродовж тривалого часу (приблизно перші сто років свого існування) цей музей мав більше подібних ознак із кунсткамерою, ніж із музеєм у сучасному розумінні. Крім того, публічність Британського музею була умовною, а вхід до нього було обмежено.

Авторитетними державними музеями у цей час були: Колекція мистецтва Медічі (1739), колекція мистецтва Ватикану (1769), національний Музей Науки в Мадриді (1771), Королівська Колекція Відня (1770), Королівська Колекція Дрездена (1770), Ермітаж у Санкт-Петербурзі (1760) та ін.

2. Розвиток музейної справи у світі в XIX – на початку XXI ст.

По закінченні наполеонівських війн (1815) у Європі склалася нова геополітична реальність, що характеризувалась прискоренням формування політичних націй в Італії, Німеччині, Іспанії. Завершувався цей процес у США і Канаді. І тут музей як інститут соціальної пам'яті виявився абсолютно незамінним. Популяризація минулого засобами мистецтва – літератури, музики, живопису – сприяла наступному кроку в еволюції музеїв: *вони стають загальнодоступними.*

З'являються національні музеї: Національна галерея в Лондоні (1824), Національна галерея Канади (1880), Національна галерея Вікторії (Австралія) (1861), Національна галерея Умбрії (Італія) (1863), Національний музей у Кракові (Польща) (1979) та ін.

Процес збільшення кількості музеїв активно проходив у США. Зокрема, у 1870 р. було засновано музей *Метрополітен* – найбільший художній музей США і один із найбільших художніх музеїв світу, а також засновано *Бостонський художній музей*. Згодом художні музеї відкривалися в різних штатах. Майже кожного року з'являвся художній музей, а то й кілька одночасно: художній музей у Філадельфії (1876), у Сент-Луїсі і Чикаго (1879), художній музей у Цинциннаті (1881), у Детройті та Індіанополісі (1883), у Міннеаполісі (1889), у Денвері (1893), у Сан-Франциско (1894).

Після завершення Першої світової війни процес створення музеїв тривав доволі інтенсивно. У 20-30-х рр. XX ст. виникли такі художні музеї: Музей Нортон Саймона (на момент заснування у 1922 р. – Інститут мистецтва Пасадени), Музей витончених мистецтв у Хьюстоні (1924), Музей сучасного мистецтва (МОМА) у Нью-Йорку (1929), Музей американського мистецтва Вітні (1930), Художній музей Нельсона-Аткінс у Канзас-сіті (1933), Зібрання Фріка у Нью-Йорку (1935). Напередодні Другої світової війни було засновано Національну картинну галерею у Вашингтоні (1937).

Після Другої світової війни створено нові художні музеї, що спеціалізуються переважно на колекціонуванні сучасного мистецтва, поширюється нова практика поповнення музейних фондів. Особливістю цього періоду в існуванні енциклопедичних і художніх музеїв стало відкриття нових відділів у багатьох із них, таких як відділи фотографії, дизайну, культурних артефактів доколумбової Америки й Океанії, феміністичного мистецтва. Музеефікації підлягають навіть сучасні побутові практики. З'являються перші екомuzeї (термін запропоновано 1971 р. Ю. де Варіном під час створення Музею людини і промисловості в Ле Крезе у Франції).

У другій половині XX ст. змінюється погляд на соціальну місію музею. У нових геополітичних реаліях на перший план виходить роль музею у формуванні культурної ідентичності людини у поєднанні з вихованням культурної толерантності до носіїв відмінних ідентичностей. Діяльність музею розглядається не лише в світлі його традиційних функцій, музей стає активним суб'єктом сучасного, контемпорального життя суспільства. Нині

музеї часто є культурними, освітніми і рекреаційними центрами, а їхня експозиційна політика стає більш мобільною.

У 1946 р. у Парижі засновано *Міжнародну раду музеїв* (International Council of Museums), більш відому за англомовною аббревіатурою ICOM (далі – ІКОМ) яка має офіційні відносини з ЮНЕСКО та консультативний статус в Економічній та соціальній раді ООН. *ІКОМ* – це міжнародне об'єднання музеїв та професійних музейних працівників, які займаються збереженням, охороною та популяризацією матеріальної і нематеріальної світової природничої і культурної спадщини. Вона визначила за мету організацію співпраці і взаємодопомоги між музеями й музейними фахівцями всього світу, розроблення й технічне забезпечення програм у галузі розвитку музейної справи та її терміносистеми, а з 1948 р. почала видавати журнал «Museum», що аналізує актуальні проблеми музейництва. Більше ніж 35 000 членів ІКОМ в 172 країнах беруть участь у заходах національних, регіональних та міжнародних організацій: семінари, публікації, тренінги, спільні програми, та промоція музеїв у *Міжнародний день музеїв (18 травня)*. Члени ІКОМ беруть участь в діяльності 117 Національних комітетів та 30 Міжнародних комітетів, кожен з яких має свою спеціалізацію та займається окремим напрямком музейної діяльності.

Друга половина ХІХ ст. – 1970-ті рр. як **класичний період** розвитку музейної справи визначався: музейним бумом – прагнення облаштовувати музеї оволоділо помислами освічених людей у всіх країнах світу; глобальним поширенням музейної практики; розвитком уніфікованої музейної теорії й методики музеєфікації та експозиційної роботи; галузево-профільним розшаруванням музеїв на десятки окремих типів, видів і підвидів; створенням перших національних і міжнародних музейних асоціацій; визнанням ООН і ЮНЕСКО значущості ролі музеїв у житті суспільства й зростання ролі їхніх соціальних та комунікативних функцій.

Кінець ХХ ст. – до сьогодні характеризується як **сучасний період** розвитку музейної справи, що ознаменувався тенденцією переходу до концепції т.зв. нової музеології й відходу у музейній практиці від класичних догм облаштування камеральних музеїв до популярної в наші дні практики «м'якої» і часткової музеєфікації в автентичному середовищі, заснування мережі середовищних музеїв-заповідників та екомuzeїв, міст-музеїв, інноваційних ідей часткової музеєфікації (консервації) місць постійного проживання людини (та заповідання всіх репрезентативних ділянок природи), розвитку розважально-анімаційних та віртуальних музеїв тощо.

У 2019 р. темою Генеральної конференції ICOM в Кіото стала – «Музеї як культурні хаби: майбутнє традицій». На сторінках журналу «PROSTIR. MUSEUM» з цього приводу писали: «Ми всі живемо в час, коли суспільна роль музеїв змінюється. Будучи достатньо статичними інституціями, вони переосмислюють свою місію і завдання, додають в роботу більше інтерактиву, зосереджуються на аудиторії, орієнтуючись на громаду, стаючи більш гнучкими, адаптованими та мобільними. Частина музеїв вже давно є

культурними центрами, які функціонують як платформи, де творчість поєднується зі знаннями, а відвідувачі можуть так само творити, ділитися та взаємодіяти».

3. Історія розвитку музейної справи в Україні

У становленні мережі музеїв України можна виокремити *три періоди*: перший, від доби середньовіччя до 1917 р., другий, 1917 – 1991 рр., третій, 1991 р. – до сьогодні, кожен з яких характеризувався своїми завданнями та виконанням відповідних функцій.

Перш ніж з'явився музей, завдання залучення нових поколінь до спадщини минулого виконували різноманітні *домuzeйні форми нагромадження і використання культурних цінностей*. За часів Київської Русі у церквах і монастирях зберігалися військові реліквії, князівські речі, окремі мистецькі предмети, ікони, книги, рукописи, що можна розцінювати як першопочатки власне музейної справи. Церкви та монастирські ризниці залишаються впродовж усього Середньовіччя та нового часу осередками зберігання пам'яток живопису, мистецьких творів, стародруків, надійними сховищами «різноманітних дорогоцінностей зі всіх царин людської творчості».

Музеї в Україні почали створюватися в першій половині XIX ст. Тоді було відкрито кілька музеїв різних профілів: Миколаївський (1806), Феодосійський (1811), Одеський (1825), Керченський (1826), Музей старожитностей Катеринославської губернії (1849). Основні фонди цих музеїв становили матеріали археологічних розкопок.

У першій половині XIX ст. в Україні виникають *університетські музеї*. У 1807 р. при Харківському університеті завдяки зусиллям громадського діяча В. Каразіна відкрито кілька музеїв – археологічний, зоологічний, мінералогічний, образотворчих мистецтв. У 1834–1837 рр. при Київському університеті завдяки його першому ректорові М. Максимовичу було створено музеї: старожитностей, нумізматичний, образотворчих мистецтв, зоологічний та ін.

Розвиток музейної справи в Україні активізувався у другій половині XIX – на початку XX ст. Тоді було відкрито низку історичних та природничих музеїв: Херсонський музей старожитностей (1890), Музей Подільського церковного історико-археологічного товариства (1890), Херсонський археологічний музей (1893), Львівський історичний музей (1893), у Чернігові – Музей Архівної комісії (1897) та Музей українських старожитностей В. Тарновського (1902). Серед інших українських музеїв одним із найбільших був Полтавський природничий музей (1891), Музей Чорноморського флоту (1869) та Музей героїчної оборони і визволення міста (1905) у Севастополі.

На базі приватних колекцій творів мистецтва в Україні наприкінці XIX – на початку XX ст. організовано ряд *художніх музеїв*: у Харкові – перший в

Україні Міський художній музей (1886), Одесі – Міський музей красних мистецтв (1899), Феодосії – Картинну галерею творів І. Айвазовського, ним засновану (1880). Художні галереї були відкриті у Миколаєві й Катеринославі. До 1917 р. було 35 музеїв, які належали різним відомствам, установам та приватним особам.

Після придушення національно-визвольних змагань і встановлення Більшовицького режиму всі музеї на території України було націоналізовано, до них передано конфісковані приватні збірки, майно церков і монастирів. Значна їх частина була зруйнована, збірки вивезено в інші країни, збитки історико-культурної спадщини України того часу ще ніхто не досліджував. У 1930-х роках вольовим рішенням партійних органів було здійснено реорганізацію музейних закладів із метою перетворення їх на ідеологічні установи, основним завданням яких була популяризація ідей комуністичної партії, переваг соціалістичного ладу. З експозицій усувались українознавчі та краєзнавчі матеріали, значну кількість фахівців музейної справи було репресовано.

Під час Другої світової війни (1939–1945) музейні зібрання зазнали значних втрат у ході евакуації і внаслідок вивезення колекцій до Німеччини, фашистами було зруйновано та розграбовано десятки музеїв України. Особливо потерпіли історичні й художні музеї.

З 1960-х років формується мережа етнографічних музеїв, у тому числі народної архітектури та побуту, музеїв-заповідників. 60-70-ті рр. XX ст. – це період піднесення музейного будівництва в радянській Україні.

Із здобуттям Україною незалежності розпочався новий етап в історії музейництва. У процесі реорганізації майже зникли музейні заклади, присвячені історії більшовицької партії, жовтневій революції. Натомість стали створюватися музеї історії Української революції (1917–1921), українського національного руху, присвячені видатним українським діячам, історії книги і друкування, народних промислів тощо.

На сьогодні в Україні працюють 49 національних музейних закладів, 576 державних та комунальних музеїв, 122 музеї – на правах філіалів та 801 – на правах відокремлених підрозділів, у яких зберігається 11,6 млн експонатів основного фонду, у т. ч. 11,2 млн або 96,9 %, належать до державної частини Музейного фонду України. Діюча нормативно-правова база України виражена у законах та підзаконних актах забезпечує різноманітні аспекти функціонування музейних установ як соціокультурних інститутів.

Сьогодні музеї відіграють важливу роль у збереженні та популяризації культурної спадщини України. Ось деякі аспекти, які вказують на цю роль:

1. *Збереження і зберігання:* Музеї є основними установами для збереження та зберігання культурної спадщини. Вони виконують важливу функцію збереження артефактів, предметів, документів, художніх творів та інших цінних матеріалів, що представляють історію, мистецтво та культуру України. Це дозволяє майбутнім поколінням миттєво відчувати та вивчати своє минуле.

2. *Експозиції та виставки*: Музеї створюють експозиції та виставки, де культурна спадщина України представлена широкій аудиторії. Це дає змогу відвідувачам пізнати історію, традиції, мистецтво та культурні цінності країни. Експозиції музеїв можуть бути тематичними, регіональними або хронологічними, дозволяючи глибше розуміти багатство культури України.

3. *Освіта та дослідження*: Музеї грають важливу роль у освіті та дослідженнях. Вони проводять педагогічні програми, лекції, майстер-класи та екскурсії, спрямовані на розширення знань та розвиток аналітичного мислення. Музейні колекції надають можливість для наукових досліджень, археологічних розкопок та архівних досліджень, що сприяють збагаченню знань про минуле України.

4. *Популяризація культури*: Музеї є платформою для популяризації культури України. Вони організовують тематичні виставки, фестивалі, концерти, літературні заходи та інші культурні події, що привертають увагу відвідувачів та впливають на розуміння та ціннісне ставлення до культурної спадщини.

5. *Розвиток туризму*: Музеї сприяють розвитку туризму, привертаючи відвідувачів з усього світу. Культурні об'єкти та історичні місця, які представлені у музеях, стають привабливими туристичними об'єктами. Це сприяє економічному зростанню та підтримці музейної справи в країні.

Запорукою подальшого розвитку та модернізації музейної справи в Україні має стати державна підтримка музеїв, з одного боку, та консолідація музейного співробітництва, запровадження нових інформаційних технологій і розширення традиційних форм роботи – з іншого. Музеєзнавці вважають, що українським музеям сьогодні не вистачає присутності в інтернеті та звичайної промоції – в еру інформаційних технологій комунікаційний потенціал музею обумовлює його позиції в «боротьбі» за відвідувача, а наявність власного сайту в інтернеті, присутність у соціальних мережах можуть значною мірою допомогти музею отримати свого відданого глядача. Великим здобутком європейських музеїв є те, що у них чітко вироблено методологію, як залучити відвідувачів, вони розробляють програму співпраці з молоддю, взаємодії зі школою тощо.

Питання для самоконтролю:

1. Назвіть основні етапи генези та еволюції музею.
2. Релікварії – це ...
3. Чи заслужено Італію вважають батьківщиною колекціонування?
4. Проаналізуйте основні тенденції розвитку музейної справи в Україні.
5. Порівняйте шляхи інтеграції європейських та українських музеїв у сучасне суспільство.

Тестові завдання:

- 1 **Міжнародний день музеїв щорічно відмічається:**
а) 18 травня; в) 18 березня;
б) 18 квітня; г) 18 червня.
- 2 **Процес становлення музею як соціокультурного інституту починається в епоху:**
а) Середньовіччя; в) Просвітництва;
б) Відродження; г) Античності.
- 3 **Міжнародне об'єднання музеїв та професійних музейних працівників, які займаються збереженням, охороною та популяризацією світової природничої і культурної спадщини:**
а) ICOM; в) UNESCO;
б) ICOMOS; г) ICCROM.
- 4 **Перший англійський музей, створений з метою науково-освітньої діяльності у 1683 р. в Оксфордському університеті, отримав назву:**
а) Музей Трейдескантив; в) Музей Ашмола;
б) Кабінет мистецтв Вільгельма V; г) Музей Нортон Саймона.
- 5 **Гасло: «Колекції, які служили задоволенню не багатьох, повинні стати доступними всім», проголошували у період:**
а) Античності; в) Відродження;
б) Просвітництва; г) Середньовіччя.
- 6 **Яку назву мала колекція творів античного мистецтва у період Відродження?**
а) антикварії; в) кабінет;
б) мусейон; г) студіоло.
- 7 **Слово «музей» із давньогрецької означає:**
а) колекціонування; в) мусейон;
б) місце, присвячене музам; г) скарбниця старожитностей.
- 8 **Кам'янець-Подільський державний історичний музей-заповідник було створено:**
а) 1928 р.; в) 1890 р.;
б) 1935 р.; г) 1937 р.
- 9 **Коли в Україні з'являються музеї різних профілів і напрямів, а теорія й методика музеєзнавства стають предметом спеціального дослідження?**
а) п.п. XX ст.; в) XXI ст.;
б) д.п. XX ст.; г) д.п. XIX ст.
- 10 **Музеї як публічні заклади на території України з'являються:**
а) п.п. XX ст.; в) XIX ст.;
б) XVIII ст.; г) д.п. XX ст.

Практичне заняття 1

ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ ЗАХІДНОЄВРОПЕЙСЬКИХ МУЗЕЇВ

План

1. *Передумови появи музеїв. Антична доба.*
2. *Колекціонування доби Середньовіччя та виникнення перших музеїв.*
3. *Кабінети і галереї епохи Відродження.*
4. *Колекціонування та перші публічні музеї епохи Просвітництва.*
5. *Музейна справа у XIX – в першій половині XX ст.*
6. *Розвиток музейництва в другій половині XX ст. – на початку XXI ст.*

Практичне завдання: Підготувати презентацію на тему: *«Музейні зібрання Європи»* обравши один із запропонованих європейських музеїв:

- Великобританія: Тейт Модерн, Національна галерея у Лондоні;
- Франція: Музей д'Орсе, Музей Лувр у Парижі;
- Іспанія: Національний музей Прадо та Музей королеви Софії у Мадриді;
- Нідерланди: Мауріцхейс в Гаазі, Державний музей, Музей Ван Гога в Амстердамі;
- Австрія: Художньо-історичний музей у Відні;
- Італія: Галерея Академії, Галерея Уффіці у Флоренції, Музеї Ватикану у Римі;
- Німеччина: Пергамський музей у Берліні, Дрезденська картинна галерея;
- Греція: Музей Акрополя в Афінах, Археологічний музей Іракліону.

Методичні рекомендації до виконання практичного завдання

Тема: Музейні зібрання Європи

Мета завдання:

- ✓ ознайомити студентів з найвизначнішими музеями Європи;
- ✓ проаналізувати структуру, зміст і значення музейних колекцій у загальноєвропейському культурному контексті;
- ✓ сформувати навички дослідження та репрезентації культурної спадщини;
- ✓ поглибити розуміння ролі музеїв у збереженні, інтерпретації та популяризації історико-культурних цінностей.

Зміст завдання: здобувач вищої освіти обирає один музей з рекомендованого переліку і готує структуровану презентацію (8–12 слайдів) із висвітленням таких аспектів:

1. Загальна характеристика музею:

- ✓ Назва музею мовою оригіналу й українською;
- ✓ Країна, місто, дата заснування;
- ✓ Статус (національний, королівський, тематичний тощо);
- ✓ Архітектура, розташування, особливості будівлі.

2. Історія створення та розвитку:

- ✓ Засновники, етапи формування;
- ✓ Значущі періоди в історії (реорганізації, війни, розширення колекцій);
- ✓ Участь у міжнародних ініціативах та партнерствах.

3. Характеристика зібрання:

- ✓ Профіль колекції (мистецтво, археологія, історія, наука тощо);
- ✓ Основні групи експонатів (шедеври, унікальні предмети);
- ✓ Джерела надходжень (дарування, закупівлі, експедиції, конфіскації).

4. Експозиційна та виставкова діяльність:

- ✓ Постійна експозиція: тематика, побудова, мультимедійні рішення;
- ✓ Тимчасові виставки, гастролі колекцій;
- ✓ Інновації в дизайні, віртуальні тури.

5. Освітня й наукова діяльність:

- ✓ Програми для дітей, молоді, туристів;
- ✓ Лекції, симпозіуми, публікації;
- ✓ Онлайн-платформи, відкритий доступ до колекцій.

6. Музей у сучасному соціокультурному просторі:

- ✓ Популярність, вплив, позиціонування;
- ✓ Зв'язки з громадськістю, маркетинг;
- ✓ Роль у формуванні європейської ідентичності.

Технічні вимоги до презентації:

- Кількість слайдів: 8-12;
- Чітка структура з підзаголовками;
- Текстові блоки – короткі, по суті;
- Обов'язково: ілюстрації (фото, плани, експонати);
- Наприкінці – слайд з джерелами інформації (офіційні сайти, каталоги, наукові публікації).

Завдання для самостійної роботи:

1. Охарактеризуйте роль приватного колекціонування в розвитку музейництва.
2. Проаналізуйте особливості музеїв США: Музей сучасного мистецтва Сан-Франциско, Метрополітен-музей у Нью-Йорку, Центр Гетті у Лос-Анджелесі, Національна художня галерея у Вашингтоні, округ Колумбія
3. Порівняйте сучасний стан музейної справи у Європі та США.

Практичне заняття 2 ІСТОРІЯ СТАНОВЛЕННЯ МУЗЕЙНОЇ СПРАВИ В УКРАЇНІ

План

1. Становлення музейництва в Україні.
2. Приватні колекції та музеї.
3. Університетські музеї в другій половині XIX ст. як зразок профільних музеїв.
4. Розвиток музейної справи України у XX ст.
5. Сучасна українська музеологія.

Практичне завдання. Підготувати презентацію на тему: *«Найзначніші вітчизняні музейні зібрання»*, обравши один із запропонованих музеїв:

1. Вінницький обласний художній музей;
2. Галерея мистецтв Кам'янець-Подільського державного історичного музею-заповідника;
3. Львівська національна галерея мистецтв;
4. Музей волинської ікони (Луцьк);
5. Музей етнографії та художнього промислу Інституту народознавства НАН України (Львів);
6. Музей історичних коштовностей України (Київ);
7. Музей мистецтв імені Богдана та Варвари Ханенків (Київ);
8. Національна картинна галерея імені І. Айвазовського (Феодосія);
9. Національний музей «Київська картинна галерея»;
10. Національний музей історії України (Київ);
11. Національний музей українського народного декоративного мистецтва (Київ);
12. Національний художній музей України (Київ);
13. Одеський музей західного і східного мистецтва;
14. Одеський муніципальний музей особистих колекцій імені А. Блещунова;
15. Одеський художній музей;
16. Сумський обласний художній музей імені Н. Онацького;
17. Харківський художній музей.

Методичні рекомендації до виконання практичного завдання

Тема: Найзначніші вітчизняні музейні зібрання

Мета завдання:

- ознайомитися з провідними музеями України;
- вивчити особливості формування та структури їхніх колекцій;
- розвинути навички пошуку, відбору та презентації культурно-історичної інформації.

Зміст завдання: Здобувач має обрати один музей зі списку рекомендованих та підготувати презентацію (PowerPoint / Google Slides / Canva) на 8–12 слайдів, у якій висвітлити:

1. Загальні відомості про музей:

- ✓ Повна назва, місцезнаходження;
- ✓ Рік заснування;
- ✓ Статус (національний, обласний, меморіальний тощо);
- ✓ Засновники / ініціатори створення.

2. Історія становлення музею:

- ✓ Основні етапи розвитку;
- ✓ Значущі події у його історії;
- ✓ Зміни у статусі чи структурі.

3. Характеристика музейного зібрання:

- ✓ Тематичний профіль колекції;
- ✓ Кількість одиниць зберігання;
- ✓ Найвідоміші експонати або групи експонатів;
- ✓ Джерела комплектування (дарування, археологічні розкопки, експедиції тощо).

4. Особливості експозиції та виставкової діяльності:

- ✓ Основні експозиційні зали;
- ✓ Постійні та тимчасові виставки;
- ✓ Сучасні засоби презентації (мультимедіа, інклюзія, цифрові тури тощо).

5. Освітня та культурно-просвітницька діяльність:

- ✓ Робота з відвідувачами, школами, громадами;
- ✓ Музейна педагогіка, лекції, квести, інтерактивні програми.

6. Актуальні виклики та перспективи:

- ✓ Проблеми фінансування, реставрації, охорони;
- ✓ Модернізація, діджиталізація, участь у грантах чи міжнародних програмах.

Технічні вимоги:

- ✓ Обсяг: 8-12 слайдів;
- ✓ Чітка структура та логіка викладу;
- ✓ Текст оформлений лаконічно, без надлишку інформації;
- ✓ Ілюстративний матеріал (фотографії експозицій, експонатів, фасаду музею тощо);
- ✓ Бажано використовувати цитати з офіційних джерел (вказати посилання в кінці презентації);
- ✓ Останній слайд – «Джерела» (не менше 3-х надійних джерел: офіційні сайти музеїв, наукові публікації, культурні портали).

Завдання для самостійної роботи:

1. Охарактеризуйте розвиток концепції меценатства в Україні.
2. Проаналізуйте основні засади сучасної національної музейної політики України.

Список рекомендованої літератури:

1. Бондарець О. Музеї: збереження спадщини, осмислення минулого, формування ідентичності. *Наукові записки НаУКМА*. Історія та теорія культури. 2021. Т. 4. С.106–112.
2. Вайдахер Ф. Загальна музеологія: навч. посіб. [пер. з нім. В. Лозицький, О. Лянг, Х. Назаркевич]. Львів : Літопис, 2005. С. 36–86.
3. Виноградова О.В., Дарчук В.Г. Основи музеєзнавства: навч. посіб. Львів: «Магнолія 2006», 2025. С. 59–93.
4. Вступ до музеєзнавства і пам'яткознавства : навч. посіб. / за наук.ред. О.М. Гончарової, С.Ж. Пустовалова. Київ : Видавництво «Ліра-К», 2019. С. 66–74, 74–82.
5. Гайдай О.М. Музеєзнавство: навч. посіб. Миколаїв: Видавництво ЧНУ ім. Петра Могили, 2021. С. 73–81.
6. Гончарова О. М. «Картинні галереї» Давньої Греції як художні протомузеї. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2014. № 3. С. 57–63.
7. Дворкін І. Національні музеї в Україні на початку ХХ століття. *Культурологічний альманах*. 2023. № 1. С. 25–30.
8. Калібовець С.М. Музей як феномен соціальної пам'яті. *Література та культура Полісся*. 2020. Вип. 99. Серія: Історичні науки. № 13. С. 153–165.
9. 50+віртуальних екскурсій музеями світу та України. *Освіта нова*: вебсайт. <https://osvitanova.com.ua/posts/3833-150-virtualnykh-ekskursii-muzeiamy-svitu-i-ukrainy> (дата звернення: 24.03.2025).
10. Кодекс музейної етики ICOM: Український національний комітет Міжнародної ради музеїв. URL: <http://www.icom.in.ua/kodeks-muzejinoj-etiki/> (дата звернення: 03.04.2025).
11. Маньковська Р. Музеї України у суспільно-історичних викликах ХХ – початку ХХІ ст. Львів : Простір-М, 2016. 408 с.
12. Маньковська Р. Музейні інтеракції в соціокультурній динаміці українського суспільства 1985–1991 рр. *Україна ХХ ст.: культура, ідеологія, політика*: зб. статей / гол.ред. В. Смолій. 2023. Київ: Ін-т історії України НАН України. Вип. 27. С. 116–132.
13. Маньковська Р. Музеологія як наукова галузь: сучасний дискус та проблема теоретичного інтегрування. *Красзнавство*. 2009. № 3-4. С. 136–144.
14. Маньковська Р.В. Музейництво в Україні. Київ: НАН України, Ін-т історії України, 2000. 140 с.
15. Марченко І.Я. Історія запровадження штучного освітлення в музейній практиці першої третини ХХ ст. на практиці Ермітажу. *Музеї та реставрація у контексті збереження культурної спадщини*: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ 2016 / редкол.: В.Г. Чернець (голова) та ін. Київ : НАКККиМ, Видавець Олег Філюк, 2016. С. 45–49.

16. Мокроусов А.І. Розвиток музейної та пам'яткоохоронної діяльності на Сумщині в першій третині ХХ століття. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського*. Серія: Історичні науки. 2019. Т. 30 (69). № 4. С. 45–50.
17. 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.
18. Музейний портал: веб-сайт. URL: <https://museum-portal.com/ua/museum/deutsches-museum> (дата звернення: 24.03.2025).
19. Омельченко Ю.А. Джерела вітчизняного музейництва. *Культурологічні студії*. Київ, 1996. Вип. 1. С. 147–162.
20. Платонов Б.О. Колекціонування культурних цінностей: курс лекцій. Київ : НАКККиМ, 2016. 109 с.
21. Руденко С.Б. Музейна пам'ятка: соціокультурна сутність та місце в системі історико-культурних цінностей: монографія. Київ : НАКККиМ, 2012. 120 с.
22. Рутинський М.Й., Стецюк О.В. Музеєзнавство: навч. посіб. Київ: Знання, 2008. С. 19–27.
23. Салата О.О. Основи музеєзнавства: навч.-метод. посіб. Вінниця: ТОВ «Нілан-ЛТД», 2015. С. 12–54.
24. Степанов О.Є. В музеях світу. Київ : Артанія Нова, 2004. 72 с.
25. Сурмач О.І. Музей як соціокультурне явище сучасного суспільства. *Гілея: науковий вісник*. 2015. Вип. 95. С. 136–140.
26. Терський С., Савченко О. Історія музейної справи та охорони культурної спадщини в Україні: навч. посіб. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2020. 242 с.
27. Торяник В.М., Хрідочкін А.В., Джинджоян В.В. Основи музеєзнавства: навч. посіб. Київ: Видавництво «Каравела», 2024. С. 11-15, 176–215
28. Україна. 101 найкращий музей / Авт.-укл. Д.В. Антонюк. Харків : Веста, 2011. 64 с.
29. Федорова Л.Д. З історії пам'яткоохоронної та музейної справи у Наддніпрянській Україні, 1870-1910-і рр. Київ: Інститут історії України НАН України, 2013. 373 с.
30. Хахула Л., Ільницький В. Сучасні українські музейні наративи як чинники детравматизації пам'яті про тоталітаризм ХХ ст. *Проблеми гуманітарних наук*. Серія: Історія. 2020. Вип. 4 (46). DOI: <https://doi.org/10.24919/2312-2595.4/46.215328>
31. Червінська І., Червінський А. Музей як соціокультурний інститут та освітній центр духовного розвитку суспільства. *Acta Paedagogika. Volynienses*. 2021. № 5. С. 131–136. DOI <https://doi.org/10.32782/apv/2021.5.20>
32. Якубовський В.І. Музеєзнавство: навч. посіб. Кам'янець-Подільський: ПП Мошак М.І., 2012. С. 61–68.

Розділ 3 НАУКОВО-ФОНДОВА РОБОТА В МУЗЕЯХ

План

1. *Фонди музею: поняття та наукова організація.*
2. *Комплектування музейних фондів.*
3. *Облік і наукова документація музейних фондів.*
4. *Зберігання музейних фондів.*

Основні поняття теми: Музейний фонд України, основний та науково-допоміжний фонд музею, комплектування, облік та збереження фондів, консерваційні та реставраційні роботи.

1. Фонди музею: поняття та наукова організація

Усі музейні предмети, колекції та збірки становлять **Музейний фонд України** – сукупність рухомих пам'яток природи, матеріальної і духовної культури, що мають художнє, історичне, етнографічне та наукове значення, незалежно від їх виду, місця створення і форм власності, та зберігаються на території України, а також нерухомих пам'яток, які знаходяться в музеях України й обліковані в порядку, визначеному законом.

До Музейного фонду України можуть належати також пам'ятки, розташовані за межами України і відповідно до міжнародних договорів підлягають поверненню в Україну.

У Музейному фонді України є державна і недержавна частини:

➤ до *державної частини* Музейного фонду належать предмети, що перебувають у державній формі власності та зберігаються у державних музеях;

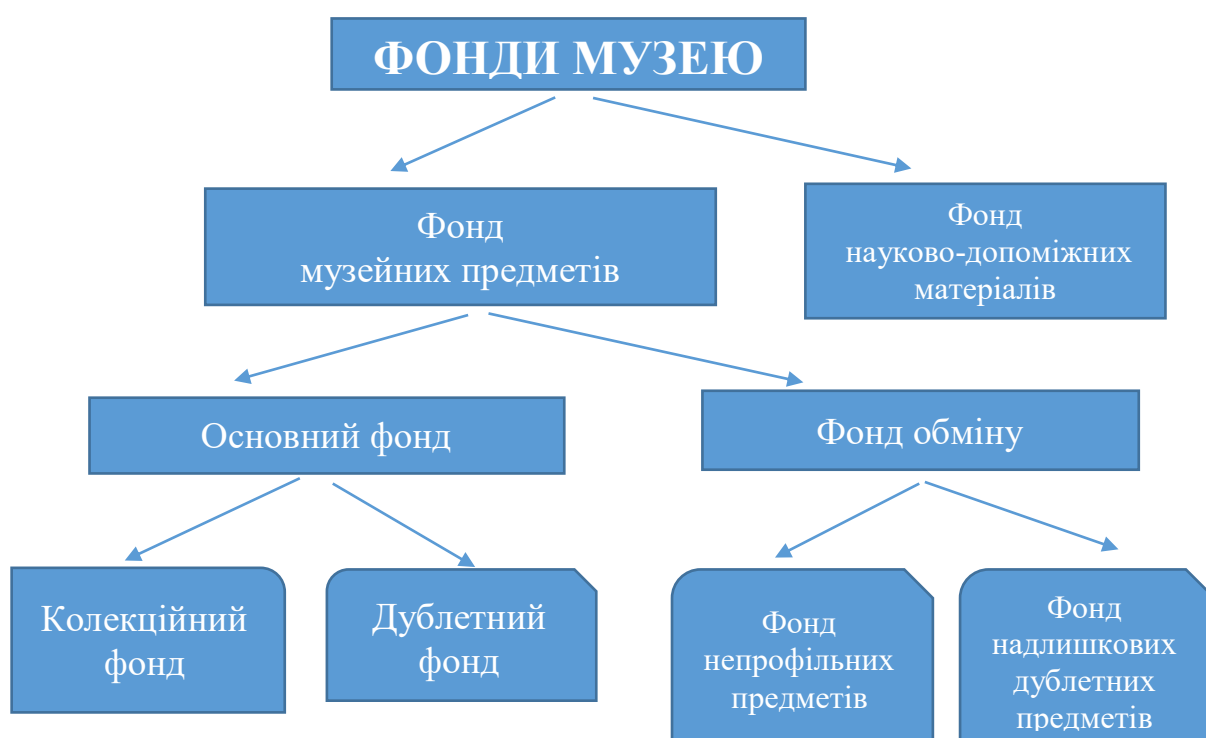
➤ до *недержавної частини* – музейні предмети, що перебувають у приватній формі власності та не підлягають до внесення до державної частини Музейного фонду (музейні предмети та культурні цінності, що є власністю громадян, об'єднань громадян та релігійних організацій).

Рекомендовані для вивчення поняття:

- **фонди музею** – науково організована сукупність предметів і матеріалів, прийнятих музеєм на постійне зберігання;
- **основний фонд** – пам'ятки історії і культури, а також об'єкти природи, вилучені із середовища побутування в зв'язку з їхньою здатністю документувати природні процеси та явища;
- **науково-допоміжний фонд** – сукупність науково-допоміжних матеріалів (діорами, копії, макети, моделі, муляжі, репродукції, наукові реконструкції, схеми, таблиці, плани, графіки), які не мають властивостей музейних предметів, однак допомагають їх вивчати і експонувати;

- **колекційний фонд** – частина основного фонду, що включає як і ті музейні предмети, які є унікальними і є в музеї в єдиному екземплярі, так і такі предмети, що є типовими;
- **дублетний фонд** – частина основного фонду, що складається здебільшого із типових музейних предметів;
- **обмінний фонд** – зібрання музейних предметів, які підлягають міжмузейному обміну;
- **фонд непрофільних предметів** – зібрання музейних предметів, які є непрофільними для того чи іншого музею;
- **фонд надлишкових дублетних предметів** – зібрання музейних предметів, які містяться в музеї у кількості два, три, чотири однотипних предмети.

Схема 3.1



Музейні предмети за категоріями поділяють: 1) речові; 2) писемні; 3) нумізматичні; 4) художні; 5) природничо-історичні; 6) науково-технічні; 7) меморіальні. До кожної категорії належать різноманітні види оригінальних пам'яток.

Таблиця 3.1

Різновиди музейних предметів

1	<i>Речові пам'ятки:</i>	знаряддя праці, інструменти, зброя, одяг, прикраси, предмети побуту різних груп і часів.
2	<i>Писемні пам'ятки:</i>	рукописи, документи, першодруки книг, журналів, газет, листівок, прокламацій, афіш тощо.
3	<i>Нумізматичні колекції:</i>	збірки монет, медалей, жетонів і різних значків.
4	<i>Художні пам'ятки:</i>	оригінальні твори живопису, графіки, скульптури, ужиткового мистецтва, різноманітні види народної творчості – різьблення по дереву, кістці, каменю, художні вишивки.
5	<i>Природничо-історичні пам'ятки:</i>	зразки мінералів, ґрунтів, колекції рослин, опудала звірів, вологі й сухі зоологічні препарати.
6	<i>Науково-технічні пам'ятки:</i>	зразки технічних об'єктів (інструментів, машин, деталей устаткування тощо), а також документація про винаходи.
7	<i>Меморіальні пам'ятки:</i>	найрізноманітніші й найчисленніші предмети, які комплектують за принципом зв'язку з тією або іншою видатною особою та використовують у меморіальних, історичних, художніх, краєзнавчих та інших музеях.

Таблиця 3.2

Систематизація музейних предметів, які належать до основного фонду музею, залежно від профілю музею

Профіль (вид) музею	Характеристика предметів основного фонду музею
1. ХУДОЖНІ МУЗЕЇ ТА КАРТИННІ ГАЛЕРЕЇ	<i>Твори мистецтва</i>
Групи зберігання. Живопис: монументальний (мозаїка, фреска, настінний розпис у спосіб різних технік), станковий (іконопис, світський живопис), графіка (малюнок, гравюра, плакат); декоративний розпис; скульптура (кругла і плоска); вироби народних художніх промислів: килимарство, ткацтво, вишивка, натиканка, скло, метал, кераміка, порцеляна, фаянс, різьблення тощо; інші музейні предмети, що не належать до жодної із вищезазначених груп.	

2. МУЗЕЇ ТА ВІДДІЛИ ІСТОРИЧНОГО ПРОФІЛЮ	<i>Предмети, які документують: історію та розвиток суспільства і пов'язані з важливими подіями в історії України, інших країн; розвиток держави, історію національно-визвольних, змагань, рухів за збереження миру; розвиток науки і техніки, культури та побуту народів; життя і діяльність політичних, державних, військових діячів, діячів науки, мистецтва, народних героїв, учасників історичних подій тощо.</i>
Групи зберігання. Предмети археології; предмети нумізматики (фалеристики, боністики, сфрагістики, медальєрики) та філателії; меморіальні предмети; твори мистецтв; архівні документи; писемні джерела; фономатеріали; фотоматеріали; кіно- та відеоматеріали; інші музейні предмети, що не належать до жодної із вищезазначених груп.	
3. МУЗЕЇ ТА ВІДДІЛИ МИСТЕЦЬКОГО (театральні, музичні, музеї кіно тощо) і ЛІТЕРАТУРНОГО ПРОФІЛІВ	<i>Предмети, які документують розвиток музичного та театрального мистецтва, кіномистецтва та літератури, інших видів мистецтва, характеризують діяльність творчих колективів та особистостей, епоху, в яку вони жили.</i>
Групи зберігання. Меморіальні предмети; предмети побуту, які характеризують епоху, пов'язані з історією розвитку мистецтва, в тому числі музичні інструменти, театральні костюми тощо; твори мистецтва, в тому числі вироби народних художніх промислів (ескізи та макети декорацій, ескізи театральних костюмів, ілюстрації до літературних творів тощо); писемні джерела; фономатеріали; фотоматеріали; кіно- та відеоматеріали; інші музейні предмети, що не належать до жодної із вищезазначених груп.	
4. МЕМОРІАЛЬНІ МУЗЕЇ ТА ВІДДІЛИ (в тому числі меморіальні кімнати)	<i>Предмети, які належали видатній особі, її оточенню, відтворюють середовище, в якому жила та творила особа, створені видатною особою, а також предмети, присвячені визначній історичній події.</i>
Групи зберігання. Меморіальні предмети; твори мистецтв; писемні джерела; архівні документи; фономатеріали; фотоматеріали; кіно- та відеоматеріали; інші предмети, що не належать до жодної із вищезазначених груп.	
5. НАУКОВО-ТЕХНІЧНІ МУЗЕЇ ТА ВІДДІЛИ	<i>Музейні предмети, що відображають еволюцію науки і техніки, життя та діяльність вчених, винахідників, видатних</i>

	<i>дослідників, а також стосуються прикладних і точних наук і технологій.</i>
Групи зберігання. Машини, механізми, прилади тощо; твори мистецтва; писемні джерела; фономатеріали; фотоматеріали; кіно- та відеоматеріали; інші музейні предмети, що не належать до жодної із вищезазначених груп.	
6. ПРИРОДНИЧІ МУЗЕЇ	<i>Предмети, які відображають природу та історію розвитку природничих дисциплін</i>
Групи зберігання. Зразки природи, оброблені та законсервовані для тривалого зберігання; унікальні об'єкти живої та неживої природи, метеорити, кристали незвичайної форми тощо; предмети археології, геології, палеонтології, мінералогії, ґрунтознавства, ботаніки, антропології, зоології та інші природничі матеріали; зразки техніки препарування та наукової таксидермії; біогрупи і ландшафтні діорами, що науково точно відтворюють вигляд природничих ділянок і засновані на оригінальних, науково оброблених матеріалах; писемні джерела; твори мистецтв; фото-, фоно-, кіно-, відеоматеріали; інші предмети, зібрані видатними природознавцями, що мають наукове, меморіальне значення або пов'язані з перетворенням природи людиною, збагаченням флори і фауни, виведенням нових культур, сортів рослин, порід тварин тощо.	

2. Комплектування фондів музею

Комплектування музейних фондів – цілеспрямований, планомірний процес, який спирається на методологічні принципи профільних дисциплін і музеєзнавства, виявлення і збору предметів музейного значення для формування та поповнення музейних збірок. Відібрані із середовища побутування об'єкти реальної дійсності перетворюються на музейні предмети, тобто на джерела інформації, тому комплектування фондів можна розглядати як спосіб здійснення музеєм своєї соціальної функції документування процесів і явищ, які відбуваються в суспільстві та природі.

Комплектування фондів – процес виявлення предметів музейного значення для формування і поповнення музейних колекцій. Поповненню фондів музею будь-якого профілю має передувати **наукова концепція комплектування фондів**, яка включає мету комплектування, основні завдання, терміни (короткострокова, довгострокова) тощо.

За цілями та науковою концепцією процес комплектування музейних фондів розрізняють:

✓ **Систематичне** – поповнення музейних колекцій однотипними музейними предметами і спрямоване на оновлення систематичних колекцій.

✓ **Тематичне** – збирання різнотипних предметів музейного значення, які відбивають чи висвітлюють якусь одну конкретну тему.

✓ *Комплексне комплектування* – об’єднує збирання як однотипних, так і різнотипних музейних предметів і найчастіше застосовується у невеликих краєзнавчих музеях.

Таблиця 3.3

Способи та шляхи комплектування фондів

Збирання	спосіб комплектування фондів переважно музеїв історичного, археологічного, етнографічного профілів (вилучення музейних предметів) шляхом польових досліджень та археологічних розкопок, етнографічних розвідок тощо.
Обмін	передача музейного предмета в обмін на інший предмет (обмін має бути рівноцінним з обов’язковим врахування культурної цінності музейного предмета).
Купівля	спосіб комплектування фондів, який передбачає використання бюджетних коштів з укладанням двостороннього договору купівлі-продажу, внаслідок чого предмет, який має високу історико-культурну цінність, переходить у власність музею.
Дарунок	комплектування фондів, що передбачає передачу музейного предмета у власність музею на безоплатній основі. Такий спосіб поповнення фондів повинен супроводжуватися складанням акту дарування, в якому має бути чітко зазначено прізвище, ім’я, по батькові дарувальника; опис (підтвердження, що особа є єдиним правомірним власником предмета, що передається; місце, дата, підпис тощо).
Заповіт	безкоштовне передання у формі одностороннього або договірної розпорядження на випадок смерті окремого права власності третій особі, яку не вважають спадкоємцем.
<i>Передача музейних предметів внаслідок вилучення під час незаконного переміщення культурних цінностей через державний кордон України.</i>	

Основні критерії відбору предметів музейного значення до музейного зібрання:

Експресивність – здатність музейного предмета викликати певні почуття (захоплення, подив тощо).

Репрезентативність – здатність музейного предмета серед інших однотипних якнайповніше відтворити явище, середовище чи епоху.

Атрактивність – здатність музейного предмета привертати до себе увагу за рахунок особливих якостей чи зовнішніх характеристик.

Інформативність – здатність відображати чи втілювати процеси, що відбуваються у природі.

Автентичність – справжність, оригінальність музейного предмета.

3. Облік і наукова документація музейних фондів

Облік і зберігання музейних предметів на законодавчому рівні здійснюється на основі «*Інструкції з організації обліку музейних предметів*» (Наказ № 580 Міністерства культури України від 21.07.2016 р.). Керуючись цим документом, кожен музей розробляє власну інструкцію з обліку музейних предметів, враховуючи профіль та пріоритетні напрямки його діяльності.

Облік музейних фондів – напрям науково-фондової роботи, який закріплює певний юридичний статус (приналежність до всесвітнього та національного надбання, певної форми власності, конкретної установи) за відібраними предметами, забезпечує юридичну охорону музейних зібрань і прав музею на отримання в результаті вивчення музейних предметів і колекцій наукових даних про них.

Виділяють **три основні етапи** обліку музейних предметів:

перший етап або первинна реєстрація полягає у складанні акту прийому музейного предмета на постійне зберігання та реєстрації у книзі надходжень основного або науково-допоміжного фондів;

другий етап – реєстрація предметів у інвентарній книзі;

третій етап – реєстрація у спеціальній інвентарній книзі предметів, що містять дорогоцінні метали і коштовне каміння.

Облік музейних предметів супроводжується заповненням фондово-облікової документації в рукописній, друкованій та електронній формах. Заповнення книг обліку у рукописній формі є обов'язковим.

Ведення Книги обліку у рукописній формі передбачає:

- до початку заповнення її сторінки нумеруються та прошнуровуються, завіряються підписами директора і головного зберігача музею, керівника відповідного структурного підрозділу, уповноваженого органу управління музею;

- обсяг тому відповідної книги обліку становить не менше 100 і не більш 300 аркушів;

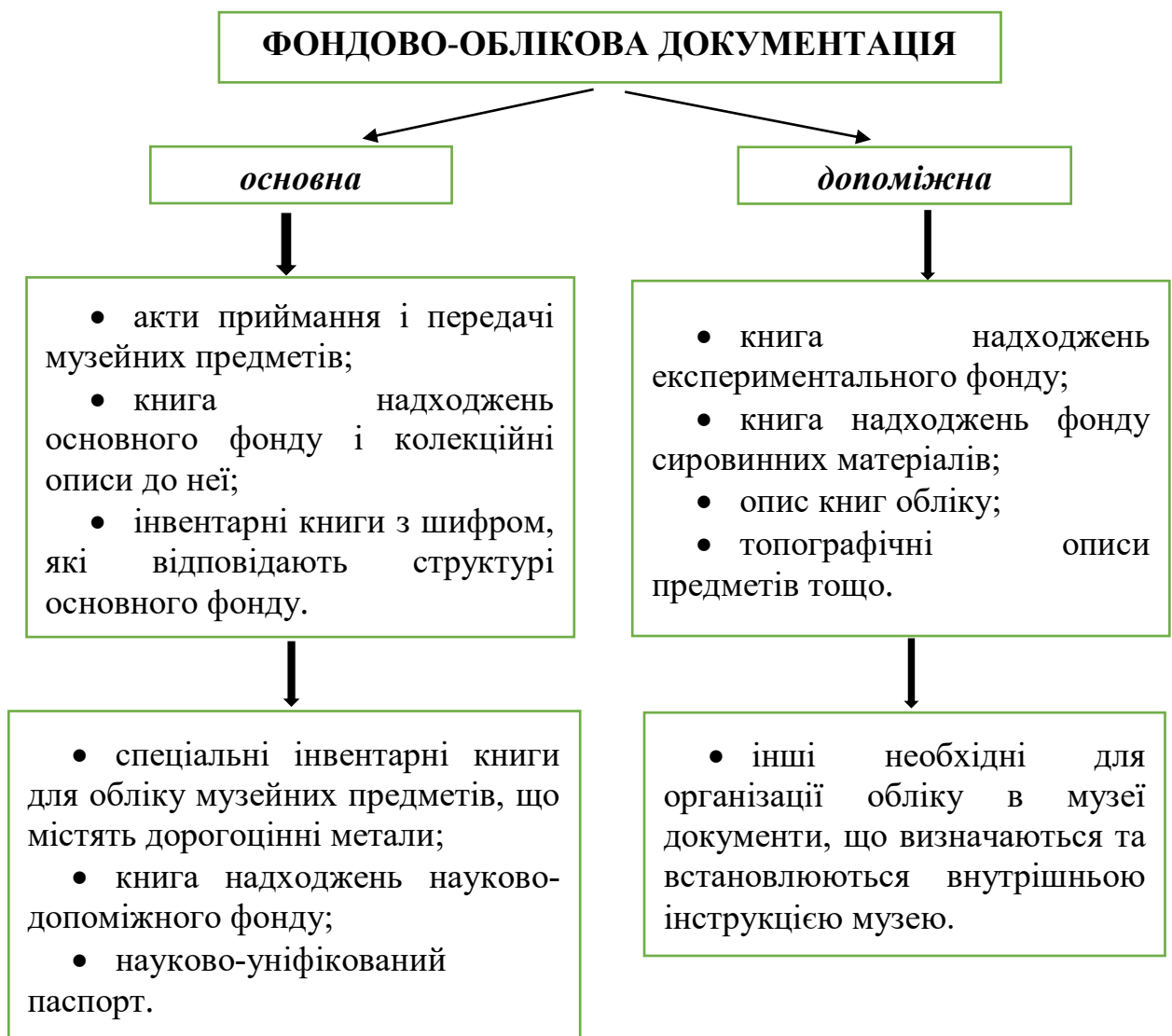
- на титульному аркуші зазначаються повна та скорочена назви відповідної книги обліку її номер та кількість прошнурованих аркушів, прізвища та ініціали осіб, які завірили відповідну рукописну книгу обліку.

У сучасній практиці управління музейними фондами використовується електронний облік музейних предметів та колекцій. Порядок ведення науково-фондової документації в електронній формі встановлюється внутрішньою інструкцією музею та передбачає:

- ідентичність електронних версій відповідних книг обліку їх оригіналам;
- регулярність перенесення електронної інформації на паперові носії;
- засвідчення кожної роздрукованої сторінки підписами головного зберігача та/або керівника відділу обліку;

- формування тому відповідної книги обліку обсягом не менше 100 і не більш як 300 аркушів.

Схема 3.2



Етапи обліку музейних колекцій:

а) *реєстрація*, коли рішення про прийняття предмету у музей приймається колегіально на засіданні фондово-закупівельної комісії із складанням протоколу; на основі протоколу складається акт прийому експонатів. Упродовж місяця після засідання фондово-закупівельної комісії всі куплені предмети повинні бути вписані у книгу надходжень. Акти та книги вступу – юридичні документи вічного зберігання. Кожному предмету надається шифр – порядковий номер вступу із аббревіатурою музею. В книзі вступу обов’язково вказується шифр, номер, назва речі, опис, розміри, матеріал, стан збереження, джерело надходження і дата, якщо закуплений – вартість.

б) після первинної реєстрації у книзі вступу музейні предмети проходять *наукову інвентаризацію*. Запис відбувається на підставі попередньо складеного інвентарного паспорта (інвентарної картки). Уніфікований паспорт експоната містить 47 ознак (№ паспорта, відомство, музей, відділ,

№ за книгами надходжень та інвентарною, дата, спосіб й джерело надходження, документи, класифікація, типологія, датування, назва, матеріал, техніка, розміри, короткий опис, стан збереження).

На цьому етапі відбувається атрибуція музейного предмета, тобто виявлення основних ознак, які визначають його назву, призначення, матеріал, розміри, техніку виконання, авторство, датування, географію створення і побутування. У процесі атрибуції розшифровуються написи, клейма, марки, відбувається пошук аналогів;

в) всі музейні *предмети, які містять коштовні метали і камені, записуються у спеціальній книзі, зберігаються в сейфах під сигналізацією. Підставою для занесення цих предметів у спецкниги є Акт ювелірної експертизи (здійснюють спеціалісти Інспекції пробірного нагляду), який включає дані про вагу, пробу, лігатуру, чистоту, назву каменя (вага у каратах), що записується в інвентарну книгу. Коштовні речі мають три реєстраційні №: по Книзі надходжень, по групі, по спецкнизі;*

г) правила *нанесення облікових номерів (шифру), що складається із аббревіатурм музею; облікового номеру предмета згідно з його реєстрацією в книзі надходжень разом із шифром цієї книги; облікового номера предмета згідно з його реєстрацією в інвентарній книзі разом зі скороченим шифром цієї книги; облікового номера предмета згідно з його реєстрацією у спеціальній інвентарній книзі разом із шифром цієї книги.*

Порядок присвоєння шифру та маркування предметів (місце, колір, спосіб маркування відповідно до категорії предметів) визначається внутрішньою інструкцією музею за погодженням із реставраторами музею (за наявності) або Національного науково-дослідного реставраційного центру України. Шифр предмета заноситься до граф «Примітки» книги надходжень та інвентарної книги.

Маркування предметів здійснюється ручним, механічним або електронним способами без шкоди їх зовнішньому вигляду і стану збереження. У разі неможливості нанесення шифру на предмет його наносять на раму, футляр, паспарту, конверт тощо або на етикетку (бирку або ярлик) (далі – етикетка) із цупкого картону, яка прикріплюється до предмета за допомогою суворої нитки (на ікони з металу, хрести, мініатюри, дрібні предмети: сережки, гудзики тощо). Для предметів із тканин етикетки виготовляються зі світлої цупкої тканини (коленкор, полотно), шифр наноситься на етикетку тушшю.

На *великі предмети* (картини в підрамниках, меблі тощо), на предмети, що виготовлені з цупкого непрозорого паперу, ставиться спеціально виготовлений штамп на зворотному боці предмета в правому або лівому куті знизу, на якому зазначається найменування музею та передбачається місце для шифру.

Шифр наносять на:

➤ *картини* – олійною фарбою на верхню або нижню планку підрамника у лівому куті на зворотному боці. На картини без підрамників – на крайку полотна на зворотному боці картини знизу в лівому куті. На великі картини шифр наноситься у двох місцях на зворотному боці картини: зверху та знизу зліва.

➤ *гравюри і малюнки на тонкому прозорому або старому папері* – тільки на окантування або монтування. На двобічні малюнки шифр наноситься на той бік аркуша, який при експонуванні перекритий кінцем паспарту, а якщо композиція малюнка цього не дозволяє – на монтування. Допускається використання штампа.

➤ *акварелі, гравюри, плакати, малюнки, виготовлені із цупкого непрозорого паперу* – графітним олівцем. Не дозволяється використання кольорових або хімічних олівців, чорнила, туші та кулькової ручки.

➤ *малюнки у рамах, паспарту або з окантуванням* – на рамах, паспарту та окантуванні. У разі особливо складного монтування або якщо розкантування може призвести до пошкодження предмета (наприклад, пастелі), шифр наноситься на окантування предмета.

➤ *альбоми з малюнками або фотографіями* – на зворотний бік титульного аркуша. На зворотному боці кожного аркуша альбому зліва або справа знизу проставляється штамп музею.

➤ *ікони* – світлою фарбою (наприклад, білою або блакитною) на торець або на зворотний бік предмета. На двобічні ікони шифр наносять на торці ікони.

➤ *скульптуру* – зворотному боці у лівому нижньому куті плінта емалевою або олійною фарбою. На скульптуру невеликого розміру шифр наноситься на піддон. На скульптуру великих розмірів, на рельєфах, прикріплених до стіни, шифр наноситься на неекспозиційні торці у декількох місцях з різних боків.

Каталогізація. Науково-довідковий апарат потрібний у музеях для систематизації колекцій, підготовки пам'яток до експонування, для використання їх у науковій та освітній роботі. Як база пошуку інформації про музейні предмети він включає акти і книги надходжень, протоколи фондово-закупівельної комісії, пояснюючі записки про предмет, картотеки, каталоги, інвентарні книги, путівники.

Картотеки музеїв поділяються на такі групи:

➤ *облікова*, що містить інформацію про музейні предмети в порядку реєстрації їх у книгах надходжень;

➤ *інвентарна*, яка містить інформацію про музейні предмети в порядку їх реєстрації в інвентарних книгах і спеціальних інвентарних книгах;

➤ *топографічна*, яка містить інформацію про поточне місце зберігання музейних предметів;

➤ *картотека збереженості*, яка містить інформацію про фізичний стан кожного музейного предмета на момент надходження його до музею, відомості про реставрацію, консервацію та профілактику, інші події, що

впливають на фізичний стан музейного предмета (покращують або погіршують);

➤ *систематична*, яка може бути іменною, предметною, хронологічною, складатися з історичних періодів, географічних районів, промислових виробництв, археологічних груп тощо;

➤ *інші групи*, що не належать до жодної із вищезазначених груп.

Ведення картотек може здійснюватися в рукописній, друкованій та електронній формах.

4. Зберігання музейних фондів

Музейні фонди – колекції, що знаходяться в сховищах, експозиціях або на виставках музею. Збірки цих різноманітних предметів потребують певних умов і системи зберігання: забезпечення потрібного режиму в фондах, створення відповідних умов для збереження різних категорій пам'яток від псування або розкрадання, нагляду за станом музейних колекцій, консервації їх та реставрації.

Усі предмети підлягають природному старінню. Проте якщо ослабити дію на них несприятливих факторів, то цей процес можна уповільнити. Саме з цією метою в музеї встановлюється певний **температуро-вологісний та світловий режими зберігання**, заходи з охорони від забруднення повітря, попередження аварій, пожеж, крадіжок. Щоб створити максимально оптимальні умови зберігання музейних предметів, слід знати допустимі значення температури повітря та вологості, за яких не відбуватимуться істотні зміни предметів, які зберігаються. Такими вважаються: температура повітря +15-24°C та відносна вологість 40-60%, проте потрібно врахувати, що межа діапазону відносної вологості повітря менше ніж 40% призводить до зневоднення матеріалу та його пересихання, а верхня межа – 65% є сприятливою для розвитку бактерій та мікроорганізмів.

Особливості зберігання музейних предметів в експозиції

1. Повітря у приміщенні підтримують сухим і чистим.
2. З метою захисту від шкідливих прямих сонячних променів, які руйнують насамперед матеріали органічного походження (тканину, дерево, папір, шкіру тощо) в експозиційних залах і фондових приміщеннях, вікна забілюють крейдою, обладнують їх шторами, використовують матові абажури на освітлювальних приладах тощо.
3. Температурний і вологісний режим – важливий чинник зберігання колекції у музейних приміщеннях:
 - ✓ висока температура особливо небажана для паперових документів, виробів із дерева, воску, парафіну, тканин, для одягу, килимів тощо;
 - ✓ низька температура згубна для олов'яних виробів, скульптури тощо.
 Нормальною для музейних приміщень є температура повітря в межах від +12

до +18 °С, а відносна вологість – від 55 до 70% при добових коливаннях не більше за 5%;

✓ температуру і вологість у музейних приміщеннях вимірюють термометрами, гігрометрами, гігрографами або психрометрами, які розміщують, як правило, біля входу у зали;

✓ двічі на добу показання цих приладів заносять у спеціальний Журнал реєстрації умов зберігання;

✓ Ступінь сухості повітря у приміщенні регулюють.

Для творів станкового живопису шкідливі:

✓ *підвищена вологість* (спричиняє розширення дерева, набухання волокон полотна, окислення металів, пожовтіння олії, появу плісняви, псує лаки),

✓ *надмірна сухість* (утворюються тріщини у дереві, обсипаються ґрунт і фарби),

✓ *яскраве світло* (вицвітають органічні фарби, змінюються мінеральні), пил, кіптява (вони забруднюють пам'ятки),

✓ *комахи та інші шкідники*, які руйнують дерево, папір, шкіру та інші матеріали.

Правильне зберігання станкового живопису передбачає:

✓ підтримання в приміщеннях температури від +10 до +18°С взимку та від +15 до +25°С – влітку і вологості 55-65%.

✓ акварель, пастель, графіку зберігають і експонують лише застисненими.

✓ вироби з тканин зберігають у затемнених приміщеннях при постійній температурі (+15 – +18°С) і вологості (55-65%).

✓ двічі на рік одяг просушують і чистять на повітрі.

✓ плісняву знищують, витримуючи під прямими сонячними променями впродовж 10–40 хв.

Реставрація та консервація музейних предметів

Згідно із Законом України «Про музеї та музейну справу» (стаття 24) консервацію і реставрацію пам'яток Музейного фонду України можуть виконувати лише спеціалізовані установи Міністерства культури України, реставраційні відділи музеїв, спеціалізовані підприємства, організації та окремі реставратори, що мають відповідний дозвіл Міністерства культури України. Держава сприяє підготовці кадрів реставраторів, розвитку мережі спеціалізованих реставраційних закладів.

Предмети нерідко мають втрати, пізніші втручання, а також пошкодження, внаслідок яких вони цілком або частково втрачають свій первісний вигляд або стан. Тим самим знижується їхня музейна цінність. У цих випадках здійснюється реставрація предметів, тобто усуваються спотворення, викликані природним старінням, завданими пошкодженнями або навмисними змінами. Питання про доцільність, можливості, засоби та методи консервації та реставрації вирішують спеціальні комісії або реставраційні

ради, їхній висновок фіксується у протоколі, а етапи і результати практичної роботи з предметом реставратори відображають у спеціальному документі.

Питання для самоконтролю

1. Дайте визначення терміну «фонди музею».
2. Охарактеризуйте Музейний фонд України та його складові.
3. Які шляхи комплектування фондів вам відомі?
4. Поясніть значення поняття «експресивність музейного предмета».
5. Охарактеризуйте особливості зберігання музейних предметів в експозиції.

Тестові завдання:

- 1 ***Відповідальність за організацію фондової роботи покладена на:***
 - а) директора музею;
 - б) головного зберігача;
 - в) завідувача музею;
 - г) всіх працівників музею.
- 2 ***Сукупність (комплекс) музейних предметів у складі основного музейного фонду, об'єднаних за однією або кількома спільними ознаками, що має наукове значення як єдине ціле – це***
 - а) музейна виставка ;
 - б) музейна колекція;
 - в) музейна експозиція;
 - г) музейне зібрання.
- 3 ***Документ, який фіксує всі етапи обліку та наукової атрибуції, інформацію про реставрацію, публікацію і використання музейного предмета впродовж всього часу його знаходження у музеї називають:***
 - а) тематико-експозиційний план;
 - б) науково уніфікований паспорт;
 - в) книга вступу;
 - г) інвентарна картка.
- 4 ***Музейні картотеки бувають (оберіть зайве):***
 - а) локальні;
 - б) зведені;
 - в) центральні;
 - г) топографічні.
- 5 ***Що означає термін «автентична річ»?***
 - а) експонат приватної збірки;
 - б) музейний предмет, виставлений за правом оригінальності;
 - в) фондові, призначені для наукових досліджень лише фахівцями музейні предмети;
 - г) виставкові експонати, які не були жодного разу реставровані.
- 6 ***Обліковий номер (шифр) на музейний предмет як правило наносять:***
 - а) тушшю;
 - б) кульковою ручкою;
 - в) олівцем;
 - г) маркером.
- 7 ***Процес, пов'язаний із вилученням предмета з повсякденного контексту і залученням його до нової, штучно створеної музеєм системи:***

характеризують природні умови, мають меморіальне значення; унікальні, мистецькі або такі, що мають будь-які інші прикметні особливості, відносять до основного фонду. Фотокопії та фотовідбитки масового виготовлення, які за своїм змістом не мають значення пам'ятників, складають фонд науково-допоміжних матеріалів;

➤ книги рукописні, стародруки, з автографами, рідкісні видання; твори художньої літератури з помітками, поправками і автографами письменників, оригінальними ілюстраціями до художніх творів, відносяться до основного фонду. Дублетні примірники друкованих матеріалів масового випуску (книг, брошур, буклетів тощо) відносяться до фонду науково-допоміжних матеріалів або до бібліотечного фонду музею;

➤ оригінальні картографічні і документальні матеріали, які мають історичне значення, відносяться до важливих історичних подій, характеризують життя, діяльність і творчість видатних осіб, зразки рідкісних і унікальних документів; документи особи, якій присвячено музей, розділ музейної експозиції чи окремої теми. Меморіальні збірки не підлягають розділенню на основний фонд і фонд науково-допоміжних матеріалів.

До науково-допоміжного фонду відносяться: діаграми, схеми, карти, креслення, які виготовляються для потреб експозиції, копії документів, дублетні примірники друкованих матеріалів масового випуску (плакати, афіші, листівки і т. д.), оригінальні документи в загрозово поганому стані збереження.

Таблиця 1

КНИГА N____ НАДХОДЖЕНЬ ОСНОВНОГО ФОНДУ

Обліковий номер	Дата реєстрації	Назва, автор, стислий опис предмета	Кількість од.зб.	Матеріал, розміри	Проба і маса дороговцінних металів, маса дороговцінного каміння	Стан збереженості	Вартість	Джерело і спосіб надходження, реквізити акта приймання та інших документів	Облікові номери за інвентарними книгами	Примітки
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11

У графі 1 вказуємо обліковий номер (порядковий номер запису у Книгу надходжень).

У графі 2 – дату реєстрації предмета (дата запису у Книгу надходжень).

У графі 3 – назву, автора, стислий опис предмета (назва предмета розпочинається з предметного слова, наприклад «скриня дерев'яна»; стислий опис предмета має містити інформацію про дату і місце створення (за наявності) або виявлення, техніку виготовлення, інші характерні особливості, достатні для ідентифікації предмета, а також

опис візуальних характеристик предмета (наявність клейм, марок, підписів в ньому тощо).

У графі 4 – кількість одиниць зберігання (зазначаються кількість одиниць зберігання, зареєстрованих під одним обліковим номером (наприклад, кількість предметів у сервізі, меблевому гарнітурі тощо)).

У графі 5 – матеріал, розміри.

У графі 6 – пробу і маса дорогоцінних металів, маса дорогоцінного каміння.

У графі 7 – стан збереженості (добрий (без пошкоджень), задовільний, незадовільний).

У графі 8 – вартість (оціночна та страхова вартість предмета у разі її визначення).

У графі 9 – джерело і спосіб надходження, реквізити акта приймання-передавання та інших документів (джерело надходжень: музей, галерея, органи доходів і зборів, інші фізичні та юридичні особи; спосіб надходження: закупівля, дарування, спадщина, обмін, експедиція, передавання тощо; реквізити акта приймання-передавання та інших документів: відповідного договору, заповіту, рішення суду, розрахункових та інших документів, що є підставою для прийняття предмета до фонду музею).

У графі 10 – облікові номери за інвентарними книгами (зазначаються облікові номери предмета, за якими він зареєстрований у інвентарній книзі та спеціальній інвентарній книзі).

У графі 11 – примітки (зазначається додаткова інформація (за потреби), зокрема дані про рух предмета, зміну його атрибуції та реквізитів документів, які є підставою для її зміни, тощо).

Сторінки «Книги надходжень» мають бути обов'язково пронумерованими, а на останньому листі вказується кількість сторінок і ставиться печатка музею. Одночасно із записом у «Книгу надходжень» заповнюється інвентарна картка, а на кожний музейний предмет наноситься інвентарний номер (він відповідає порядковому номеру в книзі) та скорочення найменування музею.

Практичне завдання 2. Заповнити науково уніфікований паспорт на музейний предмет за визначеним зразком (*Додаток В*).

Методичні рекомендації. Науково уніфікований паспорт впроваджений з метою вдосконалення системи обліку, обробки та використання інформації про музейні предмети. Заповнення полів здійснюється українською мовою. У разі потреби вживання словоскорочень слід використовувати загальноприйняті в українській мові форми. Паспорт заповнюється від руки чітким каліграфічним почерком або набирається на комп'ютері. Слід уникати повторення інформації про музейний предмет, яка є у різних полях.

Завдання для самостійної роботи:

1. Порівняйте особливості зберігання музейних зібрань у фондах та експозиції.
2. Охарактеризуйте етапи консервації та реставрації музейних зібрань.

Список рекомендованої літератури:

1. Вимоги щодо заповнення науково уніфікованого паспорта на музейні предмети (рухомі), які входять до складу державної частини Музейного фонду України (Додаток 1 до п. 3.3 Порядку занесення унікальних пам'яток Музейного фонду України до державного реєстру національного культурного надбання). URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0144-02> (дата звернення: 04.03.2025).
2. Виноградова О.В., Дарчук В.Г. Основи музеєзнавства: навч. посіб. Львів: «Магнолія 2006», 2025. С. 94–114.
3. Вступ до музеєзнавства і пам'яткознавства : навч.посіб. / за наук. ред. О.М. Гончарової, С.Ж. Пустовалова. Київ : Видавництво «Ліра-К», 2019. С. 125–136.
4. Гайдай О.М. Музеєзнавство: навч. посіб. Миколаїв: Видавництво ЧНУ ім. Петра Могили, 2021. С. 32–46.
5. Коркач С.О. Практичний аспект науково-дослідної роботи Музею заповіді Тараса Шевченка. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського*. Серія: Історичні науки. 2022. Т. 33 (72). № 2. С. 105–110.
6. Митківська Т.І. Біологічна безпека музейних колекцій. *Музеї та реставрація у контексті збереження культурної спадщини*: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ 2016 / редкол.: В.Г. Чернець (голова) та ін. Київ : НАКККиМ, Видавець Олег Філюк, 2016. С. 87–91.
7. Музеї та реставрація у контексті збереження культурної спадщини: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 2016 / редкол.: В. Чернець (голова) та ін. Київ : НАКККиМ, 2016. 240 с.
8. Музейний фонд України: вебсайт. URL: <https://museum.mcsc.gov.ua/collections> (дата звернення: 23.04.2025).
9. Овчарова О., Яушева-Омельянчик Р., Сургай Л. Словник-довідник музейного працівника. Київ: Видавництво «КІЙ», 2013. 460 с.
10. Положення про музейний фонд України від 20 липня 2000 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1147-2000-%D0%BF#Text> (дата звернення: 25.03.2025).
11. Про затвердження Інструкції з організації обліку музейних предметів : Наказ Міністерства культури України від 21 липня 2016 р. № 580. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1129-16> (дата звернення: 25.03.2025).

12. Про затвердження Інструкції з організації обліку музейних предметів : Наказ Міністерства культури України від 21 липня 2016 р. № 580. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1129-16> (дата звернення: 25.03.2025).
13. Про затвердження Порядку занесення унікальних пам'яток Музейного фонду України до Державного реєстру національного культурного надбання : Наказ Міністерства культури і мистецтв України від 25 жовтня 2001 р. № 653: URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0144-02#Text> (дата звернення: 26.02.2025).
14. Про музеї та музейну справу: Закон України від 29 червня 1995 р. № 249/95-ВР. *Відомості Верховної Ради України*. 1995. № 25. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/249/95-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 03.02.2025).
15. Про музеї та музейну справу: Закон України від 29 червня 1995 р. № 249/95-ВР. *Відомості Верховної Ради України*. 1995. № 25. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/249/95-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 03.02.2025).
16. Пушкар Н., Корецька О. Науковий опис предметів документального фонду: книг, документів, фото (відбитків і негативів). (Методичні рекомендації). *Волинський музейний вісник* : наук. зб. Вип. 6 / упоряд. А. Силук. Луцьк : МП «Пульс», 2014. С. 255–276.
17. Рутинський М.Й., Стецюк О.В. Музеєзнавство: навч. посіб. Київ: Знання, 2008. С. 86–96.
18. Рябчикова Ф.Д. Формування та еволюція поняття музейний фонд держави. *Краєзнавство*. 2016. № 1-2. С. 195–211.
19. Салата О.О. Основи музеєзнавства: навч.-метод. посіб. Вінниця: ТОВ «Нілан-ЛТД», 2015. С. 87–94.
20. Торяник В.М., Хрідочкін А.В., Джинджоян В.В. Основи музеєзнавства: навч. посіб. Київ: Видавництво «Каравела», 2024. С. 24–72.
21. Хмелевська А.В., Стрижова В.Г., Капучак І.О. Організація обліку в музейних установах. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2009. № 6. Т. 1. С. 191–196.
22. Хорунжак Н.М., Сисюк С.В. Основні засоби та музейні фонди: особливості обліку і контролю в державному секторі. *Економічні науки*. 2020. Вип. 33. С. 132–145.
23. Юхимчук М. Організація фондової роботи у Волинському краєзнавчому музеї (1991-2021). *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Історія*. 2023. Вип. 1 (48). С. 33–39.
24. Якубовський В.І. Музеєзнавство. навч. посіб. Кам'янець-Подільський: ПП Мошак М.І., 2012. С. 78–115.

Розділ 4

ЕКСПЕРТИЗА МУЗЕЙНИХ КОЛЕКЦІЙ

1. Джерела комплектування фондів музею.
2. Принципи й критерії визначення унікальності пам'яток Музейного фонду України.
3. Мистецтвознавча експертиза як інструмент атрибуції культурних цінностей.
4. Експертиза пам'яток образотворчого мистецтва.

Основні поняття теми: наукова атрибуція, критерії експертизи, класифікація пам'яток, унікальні пам'ятки, мистецтвознавча експертиза, експертний висновок, методи експертизи.

1. Джерела комплектування фонду музею

Джерелами комплектування фонду музею є культурні цінності, що:

- обернені в установленому порядку в дохід держави;
- перебувають у власності юридичних та фізичних осіб, у тому числі державні нагороди і документи, що посвідчують нагородження ними, а також на реалізації на підприємствах торгівлі та аукціонах в Україні і за кордоном тощо;
- виявлені в результаті роботи тематичних, етнографічних, археологічних, природничо-наукових та інших експедицій;
- інші джерела, не заборонені законодавством України.

Виявлені культурні цінності підлягають експертизі з метою визначення їх історико-культурного та мистецького значення для вирішення питання щодо їх включення до фондів музею. Експертиза проводиться фондово-закупівельною комісією музею на підставі *наукової атрибуції*, основними критеріями якої є встановлення:

- ✓ авторства, теми, сюжету, стилістичних особливостей, інформативності (для творів образотворчого мистецтва, архівних документів);
- ✓ часу, місця створення та побутування (за можливості);
- ✓ видової належності (для природничих колекцій);
- ✓ матеріалу і способу виготовлення (ручний, механічний, лиття, кування, карбування, живопис, рукопис, друк тощо);
- ✓ розміру, кольору, форми, улаштування;
- ✓ маси дорогоцінних металів і дорогоцінного каміння;
- ✓ соціальної та етнічної приналежності;
- ✓ належності конкретній особі (меморіальність);
- ✓ типологічних ознак шляхом зіставлення з аналогіями;
- ✓ стану збереження.

Експертний висновок оформляється в письмовій формі та підписується усіма особами, які проводили експертизу. Експертиза культурних цінностей, обернених в установленому порядку в дохід держави, проводиться відповідно до Порядку проведення державної експертизи культурних цінностей, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 26 серпня 2003 року № 1343, державними установами, закладами культури, іншими організаціями, визначеними наказом Міністерства культури України від 11 вересня 2014 року № 744 «Про затвердження Переліку державних установ, закладів культури, інших організацій, яким надається право проведення державної експертизи культурних цінностей», зареєстрованим у Міністерстві юстиції України 25 вересня 2014 року за № 1168/25945.

2. Принципи й критерії визначення унікальності пам'яток Музейного фонду України

Зарахування пам'яток Музейного фонду України до Державного реєстру здійснюється Міністерством культури і мистецтв України на підставі рішення експертно-фондової комісії, яка розглядає переліки унікальних пам'яток Музейного фонду та експертні висновки, що підтверджують їх виняткову цінність. Експертиза цінності проводиться експертами, фахівцями і затверджується рішеннями фондово-закупівельних комісій музеїв із залученням, у разі потреби, фахівців інших профільних організацій.

Експертиза цінності пам'яток проводиться за **принципами**, а саме:

- *об'єктивності* – коли в основу оцінки беруться об'єктивно існуючі фактори значущості пам'яток, їх фондоутворювачів (фізичних або юридичних осіб) у суспільно-політичному, соціально-економічному житті, значення пам'яток для загального розвитку національної та світової культури, їх занесення до фондово-облікової документації, оригінальність, час і місце створення, соціальне середовище, наявність в інших пам'ятках інформації, що міститься в них, кількість подібних;

- *історизму* – що передбачає вивчення відомостей про зміст пам'яток, їх авторів, фондоутворювачів, зважаючи на конкретні історичні особливості часу їх виникнення і побутування;

- *всебічності і комплексності* – який полягає у вивченні відомостей про пам'ятки, їх авторів, фондоутворювачів не ізольовано, а у складі певних колекцій і комплексів, з урахуванням їх місця серед інших пам'яток.

Основні критерії експертизи цінності пам'яток:

- ✓ *походження* – визначення ролі та значення пам'яток, їх авторів, фондоутворювачів як джерела інформації, значущості подій, явищ, які знайшли відображення у пам'ятках, їх зв'язок з історичними подіями, певним історичним середовищем, видатними особами, часом і місцем створення, побутуванням і знаходженням;

✓ *зміст* – установлення значення інформації, що міститься в музейних предметах, виявлення основних ознак, що визначають назву, авторство, хронологію і географію створення та побутування, матеріал і техніку виготовлення, меморіальність, повторюваність в інших пам'ятках;

✓ *наукова цінність* – значення пам'ятки як джерела історико-культурної, природничо-наукової та будь-якої іншої інформації при вирішенні науково-дослідних завдань музею;

✓ *художня цінність* – урахування значущості пам'яток, яка встановлюється в процесі виявлення їх художніх особливостей, рівня художньої якості (особливості стилю, композиції, колориту, оригінальності, техніки виготовлення, загальної майстерності виконання);

✓ *зовнішня особливість* – урахування оригінальності, наявності чи відсутності написів, підписів, марок, клейм, художніх, палеографічних та інших особливостей пам'яток, їх фізичного стану – ступеня збереження, пошкоджень, втрат.

Критерії зарахування пам'яток Музейного фонду України до унікальних повинні застосовуватись комплексно.

При цьому слід додержуватись загальноприйнятої класифікації пам'яток за типами (джерелами) – речові, письмові, образотворчі, кіно- (відео-), фото-, фонопам'ятки.

До *речових пам'яток* належать виготовлені людиною предмети, що мають певну утилітарність. Розподіляються вони на види: за матеріалом – дерево, скло, кераміка, тканини, шкіра, ріг, кістка, метал, каміння, у т.ч. коштовне; за функціональним призначенням – зброя, нумізматики, боністика, фалеристика, сфрагістика, геральдика; археологічні, природничі, меморіальні пам'ятки, пов'язані з найважливішими видатними подіями або особистостями.

До *письмових пам'яток* належать предмети, що містять інформацію, зафіксовану за допомогою знаків письма (літер, шифрів та інших символів). Розподіляються вони на види: рукописні та друковані (рукописи, рукописні книги, стародруки, рідкісні видання усіх видів, документи, автографи та інші).

До *образотворчих пам'яток* належать предмети, що містять інформацію, зафіксовану засобами наочних образів, – це твори образотворчого мистецтва: станковий та монументальний живопис, кругла і плоска скульптура, станкова та ілюстративна графіка (малюнок, гравюра, плакат); декоративно-прикладного мистецтва – художнє ткацтво, художнє килимарство, художня вишивка, художня набійка, художнє скло, художній метал, художня порцеляна, художній фаянс, художнє різьблення, декоративний розпис та ін.

До *кіно- та відеопам'яток* належать матеріали, що мають художнє, меморіальне або документальне значення; вони фіксують інформацію у вигляді динамічних зображень за допомогою технічних засобів.

До *фотопам'яток* належать предмети, які фіксують інформацію за допомогою фотографічної техніки.

До *фонопам'яток* належать матеріали, що мають художнє, меморіальне або документальне значення, на яких за допомогою спеціальних технічних засобів зафіксована звукова інформація.

В окремих випадках музейний предмет можна віднести до кількох типів (джерел) одночасно. У цьому разі вони записуються послідовно, через кому, причому першим записується тип (джерело), який прийнято в музеї.

Таблиця 4.1

**Унікальні пам'ятки, що можуть належати до Державного реєстру
Музейного фонду України**

<i>Археологічні пам'ятки</i>	Визначні пам'ятки археології, що характеризують певні етапи історичного розвитку нашої держави. Наявність паспортних даних (назва експедиції, місце знахідки, датування, кількість, назва, розміри, стан збереження, стислий опис предметів, зв'язок з видатними особами та подіями). Відсутність або дуже обмежена кількість аналогічних пам'яток у зібраннях інших музеїв. Ступінь інформативності та комплектності (належність до закритих комплексів – житла, поховання, скарбу, що дає змогу точно атрибутувати і зробити пам'ятку еталоном для порівняння). Пам'ятки археології, що являють собою високохудожні зразки давнього мистецтва (допускаються фрагменти).
<i>Нумізматичні пам'ятки</i>	Ступінь рідкості, яка зазначається у спеціальній літературі. Пам'ятки, які мають виняткове значення для історії України, як-от: златники і срібляники, «монетні гривни» XI–XIV ст., «єфимки з ознакою», монети червоної Русі та ін. Скарби як єдиний комплекс. Пам'ятки іноземного надходження, що утворилися на території інших держав та з різних причин опинилися на території України та стали невід'ємною частиною її історико-культурної спадщини.
<i>Холодна та вогнепальна зброя</i>	Усі зразки зброї XIV–XVIII ст. Зразки зброї XIX–XXI ст.: високохудожньо оздоблені; штучні; виготовлені в центрах зброярського виробництва та збереглися в поодиноких екземплярах.

<i>Природничі пам'ятки</i>	Рідкісні зразки і колекції геології, палеонтології, мінералогії, ботаніки, антропології, зоології.
<i>Письмові пам'ятки</i>	Документальні комплекси, що утворилися в різні історичні періоди сучасної України в діяльності органів виконавчої влади і місцевого самоврядування, громадських і релігійних організацій, установ і підприємств усіх форм власності, окремих осіб.
<i>Пам'ятки образотворчого мистецтва</i>	Усі твори образотворчого мистецтва, хронологічні рамки яких включають кінець XVI ст. Авторські твори XVII–XVIII ст., а також ті, що характеризують окремі регіональні школи. Ікони XVII–XVIII ст., які мають одну або кілька ознак: авторство, датування, належність до конкретного мистецького осередку, унікальність з точки зору іконографії, висока якість. Твори XIX–XX ст.: класиків українського мистецтва; іноземних майстрів зі світовим ім'ям; високоякісні твори маловідомих і невідомих авторів.
<i>Пам'ятки декоративно-ужиткового мистецтва</i>	Високохудожні оригінальні вироби декоративно-ужиткового мистецтва України XIV–XVII ст. Високохудожні етнографічно визначені пам'ятки народного мистецтва України XVIII–XXI ст. Високохудожні авторські твори народних майстрів України. Високохудожні вироби провідних промислових підприємств України XVIII–XXI ст. Високохудожні авторські твори провідних художників декоративно-прикладного мистецтва України XX–XXI ст. Високохудожні оригінальні вироби декоративно-ужиткового мистецтва зарубіжних країн (іноземного походження).
<i>Меморіальні пам'ятки</i>	Пам'ятки, пов'язані з видатною історичною подією чи особою.
<i>Фото-, кіно- (відео-), фонопам'ятки</i>	Пам'ятки, що мають виняткове художнє, меморіальне або документальне значення і відображають суспільно-політичне, економічне та культурне життя України з 50-х років XIX ст. до нашого часу.

Основними критеріями зарахування *документальних пам'яток* до унікальних документальних пам'яток є: час створення, давність документів; авторство документів і значення фондоутворювачів; оригінальність, юридична сила документів; цінність інформації, що міститься в документах; наявність художніх, палеографічних особливостей документів (авторський

підпис, начерки, позначки на полях, у тексті), їх оздоблення; місце (країна, друкарня тощо) та історичні умови виникнення документів.

Зокрема, до унікальних документальних пам'яток можна зарахувати:

а) документи суто українського походження часів Київської Русі (X–XII ст.), Галицько-Волинського та інших князівств, які виникли на теренах колишньої Київської Русі (XII–XIV ст.), Гетьманщини (XVII–XVIII ст.), Запорізької Січі (XVI–XVIII ст.), Центральної Ради і Директорії Української Народної Республіки (1918–1919 рр.), Карпатської України (1938–1939 рр.), Української Радянської Соціалістичної Республіки (1919–1991 рр.), Незалежної України (з 24 серпня 1991 р.), документи провідних діячів цих періодів;

б) документи діяльності представників влади інших держав, до складу яких з кінця XIV до середини 40-х рр. у XX ст. входили українські землі (комплекси й окремі документи адміністративно-військових, судово-поліцейських органів і установ, інших організацій Польсько-Литовської держави, Кримського ханства й Турецької імперії, Московського царства, Російської імперії, Тимчасового уряду Росії, білогвардійських адміністрацій, Австро-Угорщини, Польщі, Румунії, Угорщини, Чехословаччини, а також фондів особового походження);

в) документи окупаційних установ Німеччини (1941–1944 рр.) і створених ними органів місцевого самоврядування.

Документи українського походження, що утворилися за межами України в діяльності української політичної і трудової еміграції, зокрема еміграційних урядів УНР, ЗУНР, українських політичних партій і об'єднань, культурно-освітніх і наукових установ, громадських організацій та окремих осіб, які повернулися на Батьківщину в порядку реституції.

Документи іноземного походження, що утворилися на теренах інших держав, з різних причин (війни, революції таке інше) опинилися на території України, стали складовою і невід'ємною частиною історико-культурної спадщини її народу.

3. Мистецтвознавча експертиза як інструмент атрибуції культурних цінностей

Мистецтвознавча експертиза – одна з важливих складових у системі експертних досліджень та судових експертиз. Це комплекс заходів, спрямований на виявлення відповідності твору мистецтва тій інформації, яка надається зацікавленими в експертизі особами, а також виявленню нових, досі невідомих даних про об'єкт. Закон України «Про вивезення, ввезення та повернення культурних цінностей» дає дуже широкий перелік предметів, які можуть належати до культурних цінностей і стати об'єктами експертизи (Закон України, 1999).

У «Інструкції про призначення та проведення судових експертиз та експертних досліджень», затвердженій Наказом Міністерства юстиції України, коло об'єктів мистецтвознавчої експертизи визначено як предмети антикваріату та твори мистецтва, а саме: монументальний та станковий живопис, графіка, декоративно-ужиткове мистецтво, пам'ятки архітектури, скульптури, дрібна пластика, музичні інструменти, нотна література; друкована продукція, аудіо- та відео записи, фотографія (Наказ Міністерства юстиції України, 1998). Згідно положень вище згаданої Інструкції до головних завдань мистецтвознавчої експертизи належать:

- проведення атрибуції твору (встановлення автора твору, періоду створення роботи, приналежність до певної школи тощо);
- визначення художнього рівня, історичного значення, культурної цінності та стану твору;
- визначення оціночної або страхової вартості твору;
- визначення відповідності продукції вимогам законодавства про захист суспільної моралі.

Один з провідних американський експертів **Джерард ван Вайєнберг** (Gerard van Wayenbergh) чітко і стисло окреслив основні складові мистецтвознавчої експертизи, яка має на меті належну атрибуцію мистецького твору:

- дослідження походження – вивчення задокументованої історії власності на твір мистецтва від останнього власника аж до його створення, яке включає пошук і аналіз рахунків-фактур, каталогів виставок, товарних чеків та будь-яких інших документів, які можуть ліквідувати прогалини в цій історії;
- стилістичний аналіз – аналіз стилю, композиції, техніки, сюжету на відповідність манері вже відомих, верифікованих робіт художника задля виявлення схожості чи, навпаки, відхилень;
- дослідження матеріалів та техніки – їхня перевірка на відповідність характерним художнім прийомам заявленого автора або певному періоду;
- вивчення іконографічних та символічних елементів – символів, мотивів, характерної візуальної мови, які відповідають роботам певного художника або тому часу, у який мав бути створений твір мистецтва; виявлені аномалії або невідповідності є тривожними сигналами;
- науковий, або технологічний, аналіз – застосування передових наукових методів рентгенографії, спектроскопії, аналізу пігментів тощо, які дозволяють виявити приховані деталі, зміни, пошкодження чи невідповідності;
- перевірка усієї наявної документації – сертифікатів автентичності, листів, висновків експертів і їхньої достовірності;
- порівняння роботи з каталогами-резоне, які є повними списками усіх відомих верифікованих робіт художника;
- історичні та контекстуальні дослідження задля розуміння контексту, в якому було створено твір мистецтва (біографія художника, його оточення, притаманні художні практики і звичаї того часу);

- оцінка стану роботи, пошук ознак старіння, реставрації і їхньої відповідності заявленому віку предмета мистецтва;
- проведення у разі потреби консультацій з іншими визнаними фахівцями в цій галузі для збору додаткових думок і досвіду;
- забезпечення відповідності процесу автентифікації юридичним та етичним стандартам, виявлення та вирішення потенційних проблем, пов'язаних із авторським правом або походженням досліджуваної роботи.

4. Експертиза пам'яток образотворчого мистецтва

Експертиза творів образотворчого мистецтва є важливим та актуальним питанням сьогодення. Сучасні музеї потребують ґрунтовного вивчення своїх колекцій із метою збереження культурної спадщини України. Дослідження творів образотворчого мистецтва є важливим не тільки для художніх музеїв, а й історичних та краєзнавчих.

У сучасному музеєзнавстві є важливим проведення фахової експертизи на твори живопису, іконопису, графіки та скульптури із визначенням:

- мистецтвознавчого аналізу творів образотворчого мистецтва, їхніх технологічних особливостей;
- проведенням належної атрибуції пам'яток і вмінням визначати їх культурну та мистецьку цінність;
- оперувати із законодавчою базою під час проведення державної та приватної експертизи й складати експертний висновок щодо дослідження творів образотворчого мистецтва із розпізнаванням підробок та оригіналу.

Після комплексних досліджень окреслюється мистецька, історична та культурна цінність. Результатом проведення фахової експертизи є **укладання експертного висновку**. Його обов'язковими критеріями є:

- ✓ встановлення часу та місця створення, побутування твору, причетності до історичної події;
- ✓ визначення авторства, власника, школи створення, мистецького осередку;
- ✓ визначення матеріалу, техніки та розмірів, зазначення стану збереження та наслідків реставрації;
- ✓ необхідно розмістити зображення твору та представити його у порівняльному аналізі з іншими творами;
- ✓ встановлення оригінальності твору (визначення, чи не є він підробкою);
- ✓ вивчення усіх надписів, підписів, встановлення достовірності авторських підписів на творах мистецтва, при наявності клейм – розшифрування усіх знаків.

Головними методами проведення експертизи творів образотворчого мистецтва та ікони є візуальний, порівняльний, документальний та техніко-технологічний (Таблиця 4.2).

Таблиця 4.2

Методи проведення експертизи творів образотворчого мистецтва

Методи проведення експертизи	Методи дослідження	
Візуальний	Візуальний	визначення виду і жанру пам'ятки, розкриття сюжету, форми, змісту та символіки, матеріалу і техніки виконання, фіксування розмірів, дати, стану збереження та пошкоджень тощо;
	Візуально-просопографічний	просопографічне «зчитування» інформації про зображену людину, особливості її зовнішності та характеру, вивчення біографії портретованого й описів сучасників із застосуванням знань таких наук, як геральдика, символіка, фалеристика, медальєрика та інших спеціальних дисциплін;
	Утилітарний (структурно-функціональний)	дозволяє визначити за попередніми розвідками (стилістичні, іконографічні, композиційні особливості твору) його функціональне призначення: світське, культове, побутове та ін.
Аналітичні методи дослідження творів мистецтва	Порівняльний	передбачає вивчення широкого спектра іконографічного матеріалу (наприклад, при встановленні портретованої особи експерт проводить порівняльний аналіз з іншими зображеннями цієї особи, може застосовувати ікони-портрети, гравюри, мініатюри, монументальний розпис, скульптури, книжкову графіку, тобто різного роду джерела, що містять портретні зображення);
	Трасологічний	передбачає деталізоване порівняння фактури, особливостей написання (створення) деталей, композиційних, стилістичних особливостей мистецького твору;
	Історіографічний (документальний)	передбачає вивчення літописів, оповідань, щоденників, листів, бібліографічного матеріалу, що є важливим для встановлення власників твору, його побутування, історії та місця створення, авторства, датування.
Техніко-технологічні методи	передбачають визначення відомостей про матеріали та техніку виконання творів завдяки технічним заходам, яке дозволяє ретельно провести дослідження ґрунту, полотна, фарбового шару та визначити оригінальність твору, мистецьку школу, датування та авторство.	
	Методи, які не потребують вилучення проби («неруйнівні»):	
	УФ-промені	дозволяють виявити погаслі написи, окремі датуючі пігменти (наприклад, цинкове білило); отримати інформацію про глибину залягання підпису (під лаком, між лаковими прошарками, поверх лаку, по втратах, по реставрації);

	Дослідження в ІЧ-діапазоні випромінювання	дає можливість побачити нижні прошарки живопису (композиційні зміни або перемальовки); розпізнати під прошарком фарби, підготовчий малюнок і масштабну сітку при її наявності; виявити потьмянілі написи та підписи; визначити поверхові й глибинні реставраційні втручання;
	Рентгенографічний аналіз дослідження	дає можливість визначити стан збереження твору (втрати, реставраційні втручання, ознаки переводу на нову основу); побачити нижнє зображення, а також поправки та зміни композиції; виявити деякі зміни матеріалів; побачити індивідуальні авторські прийоми нанесення ґрунту (в окремих випадках).
Методи, пов'язані з вилученням проби «руйнівні» («лабораторні»)		
вимагають вилучення проби, застосовуються для вивчення структури твору, а також для визначення якісного або кількісного складу матеріалів, які його утворюють, коли можна взяти для дослідження мікроскопічну кількість речовини. У цьому випадку використовують доступні засоби фізичного, фізико-хімічного чи мікрохімічного аналізу. На допомогу їм залучаються такі природні науки, як мінералогія, геологія, біологія, а також відомості з різних областей техніки і художніх ремесел. Результати фізико-хімічного аналізу несуть інформацію про час створення твору; певні відомості про індивідуальні технічні прийоми автора.		

Експертиза *творів живопису* передбачає знання історії мистецтва, основні етапи його розвитку, пов'язані із формуванням художніх шкіл, виникненням нових жанрів, стилістичними пошуками, застосуванням різноманітних технік і матеріалів: акварелі, гуаші, олійного живопису, темпері; технологічних особливостей творів живопису: основи, ґрунтів, пігментів, фарби, видів живописних технік, зокрема, живопису олійними фарбами на полотні.

Базою знань для експерта творів живопису є визначення видів та жанрів: портрета, натюрморту, пейзажу, марини, анімалістичного, релігійного тощо та їх особливості в різні історичні часи за типологічним і функціональним призначенням. Так, наприклад, визначення типу портрета розподіляється на парадний, камерний, парний, дитячий; парсуни та сарматський живопис. Розмір та зміст живописного твору визначає видовий розподіл на монументально-декоративний, театральний-декоративний та станковий живопис.

Окрім визначення виду та жанру живописних творів, *важливим є розкриття* сюжету, змісту і символіки, проведення аналізу художніх та стилістичних особливостей, визначення матеріалу і техніки виконання, фіксування розмірів, наявності написів, авторського підпису, дати, рівня пошкоджень. При необхідності додаткових розвідок проводять техніко-технологічні дослідження з метою виявлення пізніших живописних нашарувань, слідів попередньої реставрації. Головною метою проведення атрибуції твору живопису є визначення школи, часу створення, доведення

авторства тощо. Ознакою вдалої експертизи є визначення живописного стилю твору, що є запорукою вірної атрибуції: чи то доба Відродження, бароко, ренесанс, романтизм, класицизм, модерн, імпресіонізм, течії авангарду: кубізм, футуризм, сюрреалізм, конструктивізм та ін.

Питання для самоконтролю:

1. Яку інформацію надає візуально-просопографічний метод дослідження?
2. Назвіть основні критерії визначення автентичності творів мистецтва.
3. Проаналізуйте значення при вивченні творів мистецтва трасологічної експертизи.
4. Розкрийте суть рентгенограми як методу дослідження творів образотворчого мистецтва.
5. Назвіть основні складові проведення експертизи живописного твору.

Тестові завдання:

- 1 ***Який принцип експертизи цінності пам'яток передбачає вивчення відомостей про зміст пам'яток, їх авторів, фондоутворювачів, зважаючи на конкретні історичні особливості часу їх виникнення та побутування:***

а) історизму;	в) всебічності;
б) об'єктивності;	г) комплексності.
- 2 ***Основними критеріями експертизи цінності пам'яток є (оберіть зайве):***

а) походження;	в) художня цінність;
б) зміст;	г) вартість (у грн.).
- 3 ***Виготовлені людиною предмети, що мають певну утилітарність належать до пам'яток:***

а) фонопам'яток;	в) письмових;
б) речових;	г) відеопам'яток.
- 4 ***Предмети, що містять інформацію, зафіксовану засобами зримих образів належать до пам'яток:***

а) образотворчих;	в) відеопам'яток;
б) фотопам'яток;	г) кінопам'яток.
- 5 ***До Державного реєстру унікальних фото-, кіно-, фонопам'яток Музейного фонду України можуть належати пам'ятки:***

а) 50-х рр. XIX ст. ;	в) п.п. XIX ст.;
б) 50-х рр. XX ст.;	г) п.п. XX ст.
- 6 ***Головними методами проведення експертизи творів образотворчого мистецтва та ікони є (оберіть зайве):***

а) візуальний;	в) документальний;
б) порівняльний;	г) історичний.

- 7 **Визначення виду та жанру пам'ятки, розкриття сюжету, форми, змісту і символіки, матеріалу і техніки виконання, фіксування розмірів, дати, стану збереження та пошкоджень тощо це метод експертизи:**
 а) візуальний; в) утилітарний;
 б) просопографічний; г) трасологічний.
- 8 **Техніко-технологічні методи дослідження пам'ятки, які не потребують вилучення проби («неруйнівні») це:**
 а) фізичний аналіз; в) хімічний аналіз;
 б) УФ-промені; г) трасологічний аналіз.
- 9 **Аналітичний метод дослідження творів мистецтва, що передбачає вивчення широкого спектра іконографічного матеріалу:**
 а) порівняльний; в) історіографічний;
 б) трасологічний; г) порівняльний.
- 10 **Результатом проведення фахової експертизи творів образотворчого мистецтва є укладання експертного висновку. Обов'язковими критеріями якого є визначення (оберіть зайве):**
 а) авторства; в) школи створення;
 б) власника; г) цінність інформації.

Список рекомендованої літератури:

1. Вступ до музеєзнавства і пам'яткознавства : навч. посіб. / за наук. ред. О.М. Гончарової, С.Ж. Пустовалова. Київ : Видавництво «Ліра-К», 2019. С. 330–488.
2. Дмитренко А. Атрибуція: суть, нормативно-правова база, місце в системі музейної роботи та мистецького ринку: матеріали для самостійної роботи: методичні рекомендації для здобувачів вищої освіти спеціальності 027 Музеєзнавство, пам'яткознавство. Луцьк, 2023. 56 с.
3. Забоцький В. Мистецтвознача експертиза як інструмент атрибуції культурних цінностей. *Fine Art and Culture Studies*. 2024. № 3. С. 157–164.
4. Карпов В., Денисюк Ж. Формування мистецьких колекцій: визначення оціночної вартості музейних предметів: навч. посіб. Київ: НАКККиМ, 2020. 112 с.
5. Положення про музейний фонд України від 20 липня 2000 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1147-2000-%D0%BF#Text> (дата звернення: 25.03.2025).
6. Про затвердження Інструкції з організації обліку музейних предметів : Наказ Міністерства культури України від 21 липня 2016 р. № 580. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1129-16> (дата звернення: 25.03.2025).
7. Про затвердження Порядку занесення унікальних пам'яток Музейного фонду України до Державного реєстру національного культурного

надбання : Наказ Міністерства культури і мистецтв України від 25 жовтня 2001 р. № 653: URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0144-02#Text> (дата звернення: 26.02.2025).

8. Про музеї та музейну справу: Закон України від 29 червня 1995 р. № 249/95-ВР. *Відомості Верховної Ради України*. 1995. № 25. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/249/95-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 03.02.2025).
9. Шман С.Ю. Музейні колекції як джерельна база експертних досліджень. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2023. № 1. С. 169–173.

Розділ 5

ЕКСПОЗИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ МУЗЕЇВ

1. *Музейні експозиції: поняття, структура, види.*
2. *Методи організації музейної експозиції.*
3. *Експозиційні прийоми.*

Основні поняття теми: музейна експозиція, виставки, експонат, експозит, експлікації, етикетаж, експозиційні методи та прийоми, експозиційне обладнання.

1. Музейна експозиція: поняття, структура, види

Експозиційна діяльність музею є не просто однією з основних – вона акумулює в собі усі інші види його діяльності. Результатом є музейна експозиція, яку можна вважати квінтесенцією зберігання, консервації, реставрації, науково-дослідної та інших видів музейної діяльності, що через неї стають доступними широкому загалу відвідувачів.

Як відомо, слово «експозиція» походить від латинського дієслова *expono* (виставляти на показ, розкладати) і похідного від нього іменника *expositio* – виклад, опис. На перших етапах розвитку музейної справи терміни «експозиція» і «виставка» вживалися як рівнозначні, адже слово «*exposition*» у перекладі означає «виставка». Тільки нещодавно термін «експозиція» став означати порівняно постійний, а «виставка» – тимчасовий публічний показ музейної спадщини. Сучасна музеєзнавча наука розглядає експозицію як цілісну предметно-просторову систему, в яку закладено певну концепцію (зміст). У музейній справі термін «експозиція» означає систематизоване розміщення предметів музейного зібрання (колекції). Аналіз традиційних підходів до трактування поняття музейної експозиції наведено в *Таблиці*

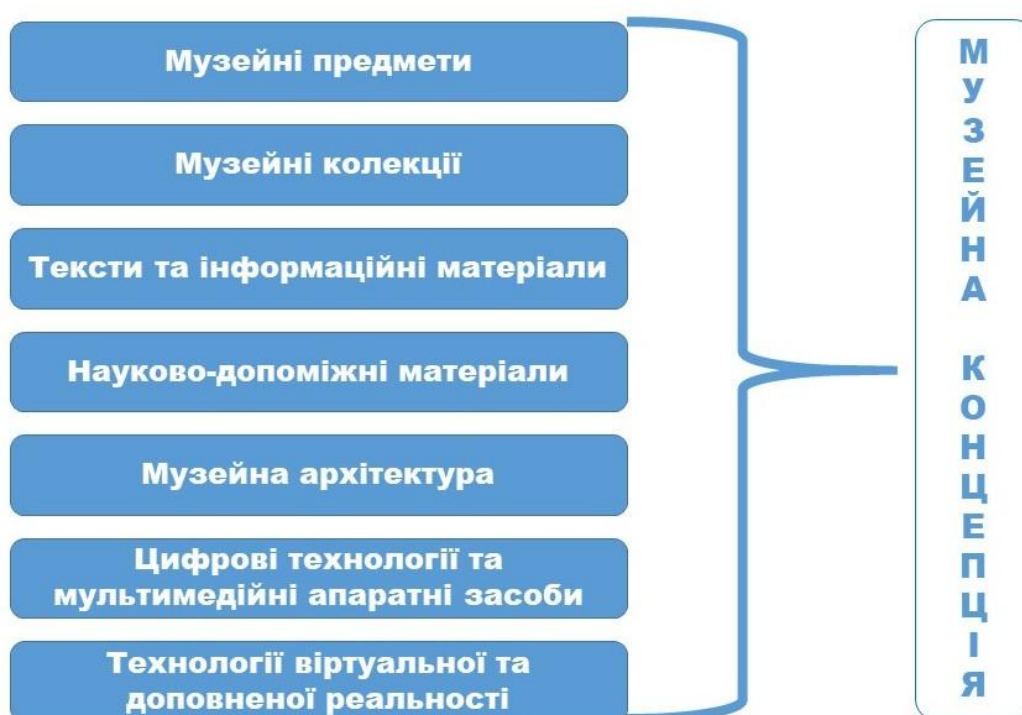
Таблиця 5.1

Рік	Поняття «музейна експозиція»	Автор
1920	Система, в основі створення якої лежить певний «вихідний мотив»	Ф.І. Шміт
1943	Приведення музейної колекції до вигляду, що придатний для огляду. Завершальний результат будь-якої практичної діяльності музею.	А.М. Ефрос
1964	Сукупність музейних предметів, підібраних за певною системою для огляду.	А.І. Михайловська
1988	Основна форма музейної комунікації, освітні та виховні цілі якої здійснюються за допомогою демонстрації музейних предметів, організованих,	А.М. Разгон

	пояснених і розміщених відповідно до розробленої музеєм наукової концепції і сучасних принципів архітектурно-художніх рішень.	
2004	Інтерпретаційна презентація певних станів речей за допомогою автентичних речових свідчень.	Ф. Вайдахер
2013	Основна форма презентації музеєм історико-культурної спадщини у вигляді штучно створеної предметно-просторової структури. Включає архітектуру, музейні предмети та їх колекції, відтворення музейних предметів (об'єктів), науково-допоміжні матеріали, спеціально створені твори експозиційного мистецтва, тексти, інформаційні технології тощо	Ю.М. Ключко
2022	Штучно створена предметно-просторова система, що відзначається поліструктурністю елементів та об'єднує в собі архітектуру, музейні предмети, колекції, науково-допоміжні матеріали, тексти, цифрові ресурси, що організовані відповідно до ідеї чи концепції просторової організації експозиційного середовища.	Т.О. Бегаль

Схема 5.1

Структура музейної експозиції



Метою музейної експозиції традиційно вважається ознайомлення відвідувачів із предметами музейного зібрання. У музеєзнавчій літературі поряд з терміном «експонат» використовують термін «експозит» (лат. «expositum est» – є виставленим). Щодо доцільності використання того чи іншого терміна в колі українських музеєзнавців тривають дискусії. На їх думку, експонат – це будь який предмет, виставлений для огляду, а експозит – структурна одиниця конкретної експозиції.

Музейні експозиції заведено поділяти на *постійні (стаціонарні) і тимчасові*. Тимчасові експозиції називаються **виставками**, що бувають як стаціонарними, так і пересувними. Їх тимчасовий характер залежить від складу експонатів. На виставках часто демонструють предмети з інших музеїв і приватних колекцій, а також предмети, які не можуть довго знаходитися за межами фондосховищ, – акварелі, письмові джерела, унікальні речі. Отже, **музейна виставка – це процес розміщення предметів показу у середовищі музею на не тривалий час та в обмеженому просторі відповідно до певного ідейного задуму**.

Ф. Вайдагер виділяє основні властивості музейних виставок, що дозволяють нам простежити їх відмінність від музейної експозиції:

- ✓ музейні виставки динамічні, на відміну від більш статичних експозицій, однак орієнтовані на концепцію, як і експозиція;
- ✓ музейні виставки використовують більше допоміжних об'єктів – копії предметів, таблиці, ілюстрації, діорами;
- ✓ мають більше свободи щодо тематики та оформлення, ніж постійні музейні експозиції;
- ✓ музейні виставки обмежені у просторі і часі;
- ✓ вони розширюють культурно-освітню роботу музеїв, оскільки зосереджуються на тих ідеях і питаннях, які, в силу загальної концепції експозиції, не можуть бути висвітлені детально;
- ✓ доповнюють постійну експозицію.

На сучасному етапі розвитку суспільства у музейній практиці склалися три основні **типи музейних виставок**:

- 1) *тематичні виставки* – в основі яких лежить певний сюжет;
- 2) *фондові виставки* – знайомлять відвідувачів з маловідомими і малодоступними колекціями;
- 3) *звітні виставки* – створюють за результатами реставраційних робіт, за підсумками комплектування фондів, так звані виставки нових надходжень.

Створення виставок є складовою частиною експозиційної роботи музеїв. Виставки підвищують доступність і суспільну значущість музейних фондів, вводять у науковий і культурний обіг пам'ятки, що знаходяться в приватних зібраннях, сприяють відпрацюванню і вдосконаленню методів експозиційної і культурно-освітньої роботи музею, розширюють географію його діяльності. У наш час активно розвивається міжнародний обмін виставками, що сприяє взаємозбагаченню різних культур.

2. Методи організації музейної експозиції

Основними методами організації музейної експозиції вважаються *систематичний, ансамблевий, ландшафтний, тематичний* (комплексно-тематичний або предметно-тематичний) методи з використанням хронологічного, географічного, галузевого, етнокультурного, стильового, предметно-типологічного принципів організації музейної експозиції.

Таблиця 5.2

Методи організації музейної експозиції

<i>Систематичний (колекційний) метод</i>	полягає у відборі для експонування однорідних предметів у відповідності до класифікаційної системи, прийнятій у певній науці або сфері діяльності (основною структурною одиницею систематичної музейної експозиції є системний (типологічний) ряд: предмети, безпосередньо схожі між собою (формою, розміром), так і предмети, пов'язані між собою низкою ознак (технологією виготовлення, призначенням, часом створення, спільним авторством, наприклад, творів мистецтва, тощо).
<i>Ансамблевий метод</i>	відтворює історико-культурну обстановку існування музейних предметів на основі збереженого або реконструйованого автентичного середовища (здебільшого антропогенного походження: поселення, палаци, парки, будинки, культові споруди тощо).
<i>Ландшафтний метод</i>	ґрунтується на принципі збереження або реконструкції зв'язків природних компонентів (структурною одиницею ландшафтних музейних експозицій є експозиційний комплекс як біогрупа).
<i>Тематичний або комплексно- тематичний метод</i>	породжує тематичну експозицію, що за допомогою експозиційних матеріалів розкриває певну тему або сюжет (структурною одиницею є тематико-експозиційний комплекс, який складається з предметів різних типів і вони у своїй сукупності візуалізують певну концепцію.
<i>Метод фокусування</i>	здебільшого застосовують при організації експозиції в художніх музеях з метою акцентування в музейній експозиції на неповторному художньому значенні твору мистецтва або речі як музейному предметі, створення умов для поглибленого переживання від сприйняття з метою формування естетичного смаку глядача.

Образний або музейно-образний метод	при створенні такого типу музейної експозиції значна питома вага припадає на художню складову (структурною одиницею музейно-образної експозиції є експозиційно-художній комплекс – окремий предмет є елементом загальної форми, якою може бути не тільки музейна експозиція, але й музей у цілому.
Художньо-міфологічний метод	поєднання автентичного музейного предмета із декоративним оформленням, особливу роль в якому відіграють метафоричні скульптурні конструкції як вітрини.

Таблиця 5.3

Етапи створення музейної експозиції

I Проектування експозиції:	<i>розробка наукової концепції</i> (визначаються її ідея, мета, яку ця експозиція переслідує, цільова аудиторія та складається її профіль);
	<i>розробка художньої концепції</i> (вирішення питання художньої ідеї, просторової і колористичної моделі експозиції, врахування особливостей приміщення (його розміри, геометрію, фактуру та колір стін, розташування та розмір вікон тощо);
	<i>технічний аспект проектування</i> (визначення експозиційного устаткування та технічних засобів освітлення експозиційного приміщення, ороакустичного супроводу, протипожежного захисту тощо.
II Розробка тематико-експозиційного плану	надається опис експозиції, визначається її мета та завдання, характеризуються її зміст, теми, підтеми, розділи, а також визначаються музейні комплекси, групи пам'яток та експонати з інвентарними відомостями про них і дані про їхнє місцезнаходження в експозиції. Завершується тематично-експозиційний план примітками, що містять додаткові відомості та пояснення.
III Підбір експонатів із фондосховища	принципами підбору музейних предметів для експонування є репрезентативність і атракційність. Якщо предмети є в кількох екземплярах, для експозиції обирається той, який має кращі візуальні характеристики
IV Складання пояснювальних текстів:	<i>експлікації</i> – тексти, які містять основні характеристики та пояснення пам'яток, представлених у залах експозиції. Вони вкладаються у рамки та вивішуються на початку кожного експозиційного залу чи тематичної групи пам'яток;

	<i>етикетаж</i> – стислі підписи під кожним експонатом та над кожним стендом. Виділяють етикетаж: • анотаційний (підписи до експонатів із зазначенням їх назви, часу створення чи появи, автора, матеріалу, походження тощо); • номенклатурний (заголовки стендів, назви розділів і тем); • орієнтувальний (покажчики порядку огляду експонатів, таблиці й маршрути залів).
V Монтаж та компонування стендів	під час монтажу та компанування експозиційних стендів і тематичних розділів враховують їх масштабні співвідношення, колористичну гаму, уразливість експонатів до температурних коливань, дії прямого сонячного світла, для захисту від яких використовують спеціальні технічні засоби.
VI Відкриття експозиції	PR-менеджери та дизайнери займаються підготовкою необхідних матеріалів для реклами експозиції чи виставки та її святкового відкриття та оповіщення про відкриття виставки в засобах масової інформації. Зазвичай відкриття нових чи оновлених музейних експозицій називають <i>вернісажами</i> .
VII Фіксування експозиції	вивчення сприйняття експозиції відвідувачами.

3. Експозиційні прийоми

Експозиційні прийоми – це способи розміщення музейних предметів в експозиційному просторі, що поєднують принцип наукової репрезентативності із дизайнерськими рішеннями та мають враховувати особливості зорового сприйняття.

Виділяють такі експозиційні прийоми:

➤ виявлення логічних, образно-естетичних та сприйняттєвовізуальних зв'язків між предметами;

➤ для акцентування на важливому експонаті найчастіше використовуються маніпуляції з просторовим розміщенням:

розрідженість експонатів навколо нього і створення ділянок порожнього простору;

принцип градації (наприклад, при експонуванні творів живопису – оточення найбільш важливого для музейної колекції твору експонатами меншого формату);

розміщення експонатів за *принципом симетрії*, де як «вісь» експонується найбільш важливий твір;

виділення експозиційних центрів із експонатів, що мають максимальне сутнісне й образне навантаження;

➤ колористичні рішення при експонуванні: подібності або, навпаки, контрасту площини (стіни, драпірування) та експоната;

➤ експонування на невеликій площі однотипних предметів (наприклад, нумізматичних або археологічних колекцій) у вітринах;

➤ використання допоміжних технічних засобів і меблів (вітрин);

➤ створення модифікованого внутрішнього простору виставкового приміщення: ніш, вигоронок, подіумів, світлових ліхтарів тощо;

➤ розташування експонатів у вигляді **експозиційних поясів**: нижнього (90–120 см над рівнем підлоги), середнього (120–270 см над підлогою), верхнього (призначений для картин, панно тощо). Розташування експонатів, які вимагають розгляду з близької відстані, у межах найзручнішого для огляду експозиційного поясу – на рівні від 70–80 см (нижня межа) до 200–220 см (верхня межа) від підлоги;

➤ виділення першого і другого планів, а також створення схованого плану експозиції в турнікетах, касетних стендах тощо;

➤ застосування дзеркал, луп, обертових подіумів та інших технічних засобів;

➤ проєктні схеми побудови музейних експозицій:

лінійна схема (або, як ще її називають, ковдрова), згідно з якою музейні експонати розміщуються за певною послідовністю у вигляді горизонтальних рядів на стінах і стендах залів та галерей – т.зв. експозиційних поясів;

комплексна схема (сюжетно-образна) – ансамблеве відтворення середовища згідно з тематикою експозиції.

➤ експозиційний ряд у художніх музеях традиційно вибудовується за *історико-хронологічним й історико-монографічним принципами*.

Експозиційні прийоми часто залежать від музейних предметів, які експонуються, зокрема **прийомами експонування скульптури** будуть такі:

- основним прийомом експонування круглої скульптури є центрально-осьове розміщення в просторі, що дозволяє оглянути її з усіх боків;
- скульптуру часто розміщують у нішах;
- у залах із купольним перекриттям по центру зазвичай експонуються монументальні та найбільш відомі скульптури;
- скульптурні рельєфи розміщують на глухих поверхнях стін, дрібну пластику – на окремих підставках.

Схема 5.2

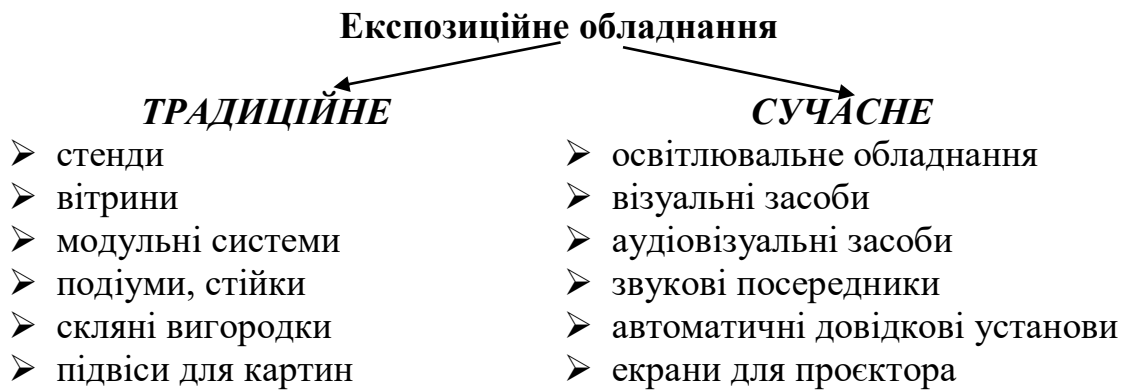


Схема 5.3

Сучасні тенденції розвитку дизайну експозиції



Важливими якостями експонованих музейних предметів є привабливість і магнетизм:

➤ **привабливість експонату** є стовідсотковою, якщо біля нього зупиняється кожен відвідувач музею;

➤ **магнетизм** пов'язаний із тривалістю оглядання експонату. В середньому відвідувач затримується біля експоната на 9-12 секунд, з читанням тексту – до 90 секунд.

На привабливість і магнетизм експоната впливають такі фактори:

- ✓ рухомість – перебування експоната в русі підсилює його магнетизм;
- ✓ розмір – що більші розміри експоната, то сильніший його магнетизм;

- ✓ інтерактивність – магнетизм підсилюється можливістю активної участі відвідувача;
- ✓ музейна втома, близькість експоната до виходу зменшує його магнетизм і привабливість;
- ✓ насиченість експозиції, конкуруючі візуальні подразники зменшують магнетизм і привабливість експоната.

Питання для самоконтролю:

1. Визначте традиційні методи організації музейної експозиції?
2. Назвіть етапи створення музейної експозиції.
3. Охарактеризуйте основні експозиційні прийоми.
4. Що таке тематико-експозиційний план?
5. У чому полягає сутність художнього оформлення експозиції?

Тестові завдання:

- 1 **Метод організації музейної експозиції, що відтворює історико-культурну обстановку існування музейних предметів на основі збереженого або реконструйованого автентичного середовища:**
 - а) систематичний;
 - б) ансамблевий;
 - в) ландшафтний;
 - г) тематичний.
- 2 **Пам'ятки виставлені для загального огляду як структурна частина експозиції:**
 - а) експонат;
 - б) музейний предмет;
 - в) експозит;
 - г) пам'ятка.
- 3 **Підписи до експонатів із зазначенням їх назви, часу створення чи появи, автора, матеріалу, походження тощо – це етикетаж:**
 - а) анотаційний;
 - б) номенклатурний;
 - в) орієнтувальний;
 - г) супровідний.
- 4 **На сучасному етапі розвитку суспільства в музейній практиці склалися три основні типи музейних виставок (Оберіть зайве):**
 - а) тематичні;
 - б) фондові;
 - в) тимчасові;
 - г) звітні.
- 5 **Схема побудови музейної експозиції згідно з якою музейні експонати розміщуються у вигляді експозиційних поясів:**
 - а) комплексна;
 - б) лінійна;
 - в) сюжетно-образна;
 - г) історико-хронологічна.
- 6 **Оточення найбільш важливого для музейної колекції твору експонатами меншого формату – це прийом**
 - а) градації;
 - б) розрідженості;
 - в) симетрії;
 - г) виділення експозиційних центрів.

- 7 **Найзручнішим для огляду експозиції є експозиційний пояс ... над рівнем підлоги:**
 а) 90–120 см; в) 70–200 см;
 б) 120–270 см; г) 80–270 см.
- 8 **Які ознаки доброї експозиції визначив В. Джонсон? (оберіть зайве):**
 а) вона добре надається для оглядання;
 б) вона добре виглядає;
 в) вона добре розрекламована іноземними туристами;
 г) вона безпечна і забезпечена.
- 9 **Фактор, який погано впливає на привабливість і магнетизм експоната:**
 а) інтерактивність; в) розмір;
 б) рухомість; г) насиченість експозиції.
- 10 **До традиційного експозиційного обладнання НЕ належать:**
 а) стенди; в) модульні системи;
 б) подіуми; г) візуальні засоби.

Практичне заняття 4 ПРОЄКТУВАННЯ МУЗЕЙНОЇ ЕКСПОЗИЦІЇ

План

1. *Проектування архітектурних форм музеїв.*
2. *Експозиція як ключовий напрямок роботи музею.*
3. *Наукове проектування експозиції.*
4. *Побудова тематико-експозиційного комплексу.*
5. *Художнє проектування експозиції.*
6. *Освітлення і колір в експозиції.*
7. *Експозиційні меблі.*

Практичне завдання. Скласти за визначеним зразком Тематико-експозиційний план експозиції (тема на вибір здобувача).

Методичні рекомендації. У практиці української музейної справи історично склалися уніфіковані вимоги щодо побудови тематично-експозиційних планів. Такий план оформляється як таблиця й повинен мати такі обов'язкові розділи: зміст експозиції (подається вступне обґрунтування та перелік назв розділів, тем і підтем спроектованої експозиції); перелік експонатів (входять назви експонатів й інвентарні відомості про них); місцезнаходження експонатів в експозиції (подається «прив'язка» індивідуальних шифрів експонатів до загальної нумерації експозиційних залів і стендів); примітки (додаткові відомості та пояснення). Загалом тематико-експозиційний план містить вичерпний опис майбутньої експозиції із зазначенням її мети, завдань, послідовним переліком тем, підтем, комплексів і груп пам'яток, каталожним переліком затверджених експонатів.

Таблиця 1

ТЕМАТИКО-ЕКСПОЗИЦІЙНИЙ ПЛАН

(назва експозиції)

Тематична структура експозиції	Номер експонатів по порядку	Назви і зміст експонатів	Тип експоната	Кількість експонатів	Розмір експоната	Місце в експозиції	Місце зберігання або джерело надходження	Примітки
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Підтема 1								

У графі 1 зазначається назва розділів, тем і параграфів.

У графі 2 – порядкова нумерація.

У графі 3 – повна та чітка назва експоната, час побутування (датування), провідні тексти з обов'язковим зазначенням джерела.

У графі 4 – зазначається вид та справжність експоната (вид: фото, документ, річ, плакат, малюнок тощо; справжність: оригінал, ксерокопія, муляж, фотокопія).

У графі 5 – кількість однотипних експонатів.

У графі 6 – розмір експоната в послідовності: висота, ширина, довжина, діаметр.

У графі 7 – зазначається місце знаходження експоната в майбутній експозиції: вітрина, стенд, шафа, стіна, підлога, подіум, полиця.

У графі 8 – зазначається обліковий номер експоната за реєстрацією у книзі надходжень, за інвентарною книгою, спеціальною інвентарною книгою, його місцезнаходження (обов'язково): шафа, полиця, папка, коробка, альбом.

У графі 9 зазначається готовність експоната до експонування: експонат необхідно реставрувати (склеїти, почистити, заштопати, пофарбувати, прибрати іржу).

Практичне заняття 5 ВІЗУАЛЬНА МОВА МУЗЕЙНОЇ ЕКСПОЗИЦІЇ

1. *Експозиційний показ пам'яток мистецтва.*
2. *Техніка показу експонатів створених музеєм.*
3. *Текст у музейній експозиції.*
4. *Інтерактивні музейні експозиції.*
5. *Музейні виставки.*

Практичне завдання: Проаналізуйте тексти в експозиції музею, який Ви нещодавно відвідали, щодо прочитуваності, оформлення, стилю викладу, використовуючи «Практичні рекомендації нідерландських фахівців щодо текстів в експозиції». Наведіть приклади об'єктивних і суб'єктивних текстів у музейній експозиції.

Методичні рекомендації. Практичні рекомендації нідерландських фахівців щодо текстів в експозиції:

Структура. Вступний текст розповідає про мету та зміст експозиції (часто експозиція складається з різних тематичних частин). Тематичний текст додатково пояснює відвідувачеві зміст окремих тем. Використовують також пояснювальні тексти про експонат (етикетаж). Ці тексти можуть бути короткі, із зазначенням лише назви, експонату, прізвища художника та року створення артефакту.

Стиль викладу музейних текстів. Стиль текстів в експозиції залежить, передусім, від задуму авторів експозиції, від мети, концепції самої експозиції. В одних випадках будуть доцільними нейтральні об'єктивні тексти, в інших – провокаційні чи суб'єктивні, коли музейні працівники подають у текстах свої особисті враження, і це може заінтригувати відвідувачів, спонукати уважніше придивитися до експоната, по-іншому осмислити відомі речі. Використання того чи іншого стилю музейного тексту вимагає ґрунтовного осмислення й обговорення командою творців експозиції. Корисно також послухати думку і відвідувачів музею.

Приклади кількох різних стилів:

- нейтральні об'єктивні тексти;
- суб'єктивні тексти, в яких відчутна особиста думка автора;
- тексти про певних осіб з використанням цитат;
- поетичні, гумористичні тексти;
- тексти, які не відповідають на запитання, а викликають їх;
- провокаційні або інтригуючі тексти, які стимулюють реакцію;
- спеціальні тексти для дітей: прості та розповідні.

У будь-якому разі важливо скласти текст, який легко прочитується. Речення не мають бути надто довгими: тексти, перенасичені складними реченнями, важко читати. Сам текст має містити не більше ніж 200-250 слів. Якщо у ньому використовуються спеціальні терміни, їх треба пояснювати.

Форма та оформлення. Традиційно тексти до експонату розміщуються біля нього або під ним. Переважно це не зумовлює проблем, однак часом тінь від рами картини якраз закриває текст і його не дуже добре видно. Є й інші чинники, що впливають на те, чи легко читається текст:

- *розмір літер і шрифт.* Що менше світла, то більший має бути розмір шрифту;
- *колір текстів.* Більшість людей вважають, що чорні літери на білому тлі легше читаються, ніж білі літери на чорному тлі. Можна використовувати різні комбінації кольорів, однак треба враховувати хворих на дальтонізм. Вони не розрізняють кольорів, зокрема, не бачать різниці між червоним та зеленим;
- *використання абзаців.* Відвідувачі, радше, пропустять довгий суцільний текст, але читатимуть коротший текст, розбитий на абзаци;
- *дуже корисно ділити довгий текст* на частини з окремими заголовками, розбивати його на прості для сприйняття теми;
- *колонка тексту не має бути занадто широка.* Приблизно 45 знаків (без пробілів) на рядок вважається ідеальним;
- *вирівнювання текстів по правому та/або лівому краю.* Вирівнювання за шириною приводить до утворення між словами інтервалів різної ширини, що усувається за допомогою переносів. Однак у музейних текстах варто уникати переносів. Можна подати тексти у різному форматі: один текст з вирівнюванням за шириною, другий текст з нерівним правим краєм і запитати відвідувачів, які тексти легше читаються?

Приклади різних стилів викладу текстів в експозиції музею щодо прочитуваності текстів, які використали під час дослідження нідерландські музеї. Відвідувачам запропонували:

- а) об'єктивний опис зображення;
- б) суб'єктивний опис зображення;
- б) об'єктивний текст, який не описує зображення;
- г) суб'єктивний текст, який не описує зображення.

Експонат: Вид на Амстердам з висоти пташиного польоту намалював Корнеліс Антоніс 1538 р.

А. Об'єктивний опис зображення:

Найстаріший відомий план Амстердама передає вигляд цього міста з висоти. Ми бачимо порт, будинки, річку Амстель та площу Дам. План намальовано з північної точки у напрямку на південь.

Б. Суб'єктивний опис зображення:

Найстаріший відомий план передає особливий погляд на місто. Щоб створити свою картину, Антоніс, напевно, підіймався на всі вежі міста. Художник обрав нестандартний напрям: з півночі на південь. У такий спосіб більша увага припадає на активну діяльність у порту, ніж на південну частину міста тощо.

В. Об'єктивний текст, який не описує зображення:

У XVI ст. якісні плани міст були рідкістю. Художник мав знати тригонометрію та вміти вимірювати відстані. Щоб вимірювати відстані, треба

було підійматися на міські вежі. Ця картина є комбінацією плану та вигляду міста тощо.

Г. Суб'єктивний текст, який не описує зображення:

Сьогодні створити точний план міста неважко. З гелікоптера видно, який внизу відкривається краєвид. Однак якими засобами міг користуватися художник XVI ст.? Напевно, Антоніс поєднував звичайні та тригонометричні вимірювання, враховуючи відстані між різними вежами тощо.

Більшість відвідувачів обрали тексти, що не описують зображення!

Завдання для самостійної роботи: Уявіть собі, що Ви успадкували (або заснували) музей. Яким він є? Яким є експозиційний склад? Складіть план-проект введення до його простору атрактивних засобів та підвищення його відвідуваності. Підготуйте означений план у вигляді презентації.

Список рекомендованої літератури:

1. Барановська Н. Експозиційна робота у діяльності музею. *Historical and Cultural Studies*. Vol. 2. No. 1. 2015. S. 13–17.
2. Бегаль Т.О. Музейна експозиція: проблеми інтерпретації поняття у культурологічних дослідженнях. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку*. 2020. Вип. 35. С. 190–195.
3. Бегаль Т.О. Музейна експозиція: шляхи розвитку та розширення. *Гуманітарний корпус* : зб. наук. ст. з актуальних проблем філософії, культурології, психології, педагогіки та історії : [за матеріалами III Міжнар. наук.-практ. конф. «Наукові пошуки: актуальні дослідження, теорія та практика», м. Київ, 5 черв. 2020 р.]. Київ, 2020. Вип. 34, т. 1. С. 18–20.
4. Бегаль Т.О. Становлення та розвиток музейної експозиції: історико-культурний підхід. *Культура і мистецтво у сучасному світі*. 2020. Вип. 21. С. 23–33.
5. Бегаль Т. О. Музейна експозиція: культурна ретроспектива. *Культура та мистецтво: сучасні тенденції та перспективи* : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф., м. Одеса, 4 черв. 2020 р. Одеса : Міжнар. гуманітар. ун-т, 2020. С. 16–19.
6. Бегаль Т.О. Генеза експозиційного середовища музею: від витоків до сучасності: монографія. Київ: Видавничий центр КНУКіМ, 2022. 200 с.
7. Березнюк Т.О. Музейна експозиція: соціокультурна сутність. *Удосконалення інформаційно-ресурсного забезпечення освіти і науки в умовах євроінтеграції* : тези доп. XXI Міжнар. наук.практ. конф., 21–23 берез. 2019 р. Біла Церква, 2019. С. 19–20.
8. Березнюк Т. О. Предметно-експозиційний простір музею як об'єкт культурної рефлексії. *Другий Всеукраїнський Музейний Форум* : матеріали наук.-практ. конф. Переяслав-Хмельницький, 2019. С. 20–23.
9. Березнюк Т. Особливості та специфіка побудови інтерактивних музейних експозицій. *Вісник Київського національного університету культури і*

- мистецтв.* Серія: Музеєзнавство та пам'яткознавство. Вип. 1, 2018. С. 48–53.
10. Брижаченко Н.С. Класифікація музейно-експозиційних просторів, організованих за допомогою використання інтерактивних технологій. *Вісник ХДАДМ*. 2013. № 3. С. 62–67.
 11. Вайдахер Ф. Загальна музеологія: посіб. / переклад з нім. В. Лозинський та ін. Львів : Літопис, 2005. С. 274–323.
 12. Велика Л. П. Роль образної побудови експозиції у системі музейної комунікації (аспект розбудови української школи музеєтворення) : дис... канд. мистецтвознавства : 17.00.08 / Харків. держ. акад. культури. Харків, 2000. 197 с.
 13. Вербицька П.В., Пасічник Р.Е. Музей як комунікативний та освітній простір: навч. посіб. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2017. С. 67–90.
 14. Вступ до музеєзнавства і пам'яткознавства : навч. посіб. / за наук. ред. О.М. Гончарової, С.Ж. Пустовалова. Київ : Видавництво «Ліра-К», 2019. С. 136–154.
 15. Гайдай О.М. Музеєзнавство: навч. посіб. Миколаїв: Видавництво ЧНУ ім. Петра Могили, 2021. С. 47–57.
 16. Гладун О.Д. До проблеми формування експозиційного простору (з досвіду Черкаського обласного художнього музею). *Музеї та реставрація у контексті збереження культурної спадщини*: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., м.Київ 2016 / редкол.: В.Г. Чернець (голова) та ін. Київ: НАКККіМ, Видавець Олег Філюк, 2016. С. 71–72.
 17. Ковальчук А.М. Експозиційна діяльність як сегмент музейної роботи. *Музейна справа на Поділлі: історія та сучасність*: зб.наук.пр. за підсумками всеукр.наук. практ. конф., м. Кам'янець-Подільський, 15 травня 2015 р. / редкол.: В.С. Травінський (голова), Л.В. Баженов, О.М. Завальнюк. Кам'янець-Подільський: ПП «Медобори-2006», 2015. С. 82–85.
 18. Кононюк О.В. Одноденні виставки в контексті експозиційної роботи музею. *Збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції, присвяченої 120-й річниці заснування Кам'янець-Подільського державного історичного музею-заповідника* / редкол.: Л.П. Станіславська (відп.ред. та ін.). Кам'янець-Подільський: ПП «Медобори-2006», 2010. С. 175–178.
 19. Рутинський М.Й., Стецюк О.В. Музеєзнавство: навч. посіб. Київ: Знання, 2008. С. 96–108.
 20. Салата О.О. Основи музеєзнавства: навч.-методич. посіб. Вінниця: ТОВ «Нілан-ЛТД», 2015. С. 94–101.
 21. Смирний Д. Дизайн музейної експозиції. *Мистецтвознавство України*. 2009. Вип. 10. С. 186–193.

22. Сошніков А. Моделювання експозиційного образу. *Вісник Харківського національного педагогічного університету імені Г.С. Сковороди. Філософія*. 2016. Вип. 47(2). С. 3–8.
23. Тітінюк Ю.О. Методика художнього формування сучасної музейної експозиції. *Комунікаційний підхід у музейній справі як відповідь на потреби соціуму*: зб. матер. наук. конф. Харків : Майдан, 2011. С. 19–29.
24. Торяник В.М., Хрідочкін А.В., Джинджоян В.В. Основи музеєзнавства: навч. посіб. Київ: Видавництво «Каравела», 2024. С. 73–109.
25. Яковець І.О. Музейна експозиція: основні поняття та методи побудови. *Вісник ХДАДМ*. № 1. 2011. С. 147–150.
26. Яковець І.О. Сучасний художній музей як мистецький патерн: сутність, функціонування, розвиток: дис. ... д-ра мистецтвознав.: 26.00.01 / Нац. акад. керівних кадрів культури і мистецтв. Київ: [б.в.], 2018. С. 215–272.
27. Ursu N., Hutsul I., Paur I., Pidhurnyi I. & Takirov T. Neuro Art as an Incorporation of the Conscious and the Unconscious in the Modern Exposition of Art Objects. *BRAIN. Broad Research in Artificial Intelligence and Neuroscience*. 2022. № 13(3). P. 277–287.

Розділ 6

МУЗЕЙ ЯК КОМУНІКАТИВНИЙ ПРОСТІР

1. *Комунікаційний простір сучасного музею.*
2. *Особливості музейної комунікації.*
3. *Культура професійного спілкування музейного працівника.*
4. *Музей і комунікація із публікою.*

Основні поняття теми: музейна публіка, аудиторія, цільові групи, анкетування, спостереження, фокус-група.

1. Комунікативний простір сучасного музею

До середини ХХ ст. головною функцією музею було зберігання й експонування культурних і природних цінностей. Інтенсивний розвиток музейної комунікації відбувається у період «музейного буму» 1960–70-х рр. зумовленого науково-технічними відкриттями (комп'ютера, освоєння космосу), що відобразилося в активізації музейного простору. Популярність музею викликала потребу оновлення традиційних експозицій, активізацію виставкової діяльності. Потужний приплив відвідувачів зумовив пошук нових форм комунікації з ними, серед яких – ефективність комунікації, рівноправність її суб'єктів, диференційований підхід до аудиторії, співвідношення візуальної і вербальної інформації у повідомленні, їхню роль у сприйнятті музейного предмета тощо.

Розвиток комунікативної теорії у музеєзнавстві здійснив канадський учений **Д. Камерон** (1968). На його думку, особливістю музею, що відрізняє його від інших комунікативних систем, є візуальні та просторові особливості комунікації, що відображає спілкування відвідувача із реальними предметами. Умовами такого спілкування є здатність відвідувача розуміти мову предметів і здатність авторів експозиції за допомогою музеалій вибудовувати особливі невербальні просторові висловлювання. Відповідно до теорії Д. Камерона відвідувач стає не об'єктом, а суб'єктом, повноправним учасником процесу комунікації в музейному просторі.

Сутність поняття «музейна комунікація» розкрита у фундаментальному видані ІСОМу **«Ключові поняття музеології»** (2010). Відповідно до визначення авторів: **«комунікація у музейному просторі** покликана представити результати дослідження, здійсненні в колекціях (каталоги, статті, конференції, експозиції), а також забезпечити інформацію про предмет у колекції (постійна експозиція і пов'язана з нею інформація)». **Метою** музейної комунікації визначено передачу відвідувачам інформації (здійснення трансмісії) про предмети в колекціях у результаті їх дослідження. Комунікаційний простір має дві складові: зовнішню та внутрішню.

Зовнішній комунікаційний простір музею не обмежений територіально та має можливість потенційного розширення (рис. 1). У цьому умовно «відкритому» просторі відбувається інтеграція інформативних ресурсів музею в конкретне суспільство та світове співтовариство. Саме в цьому просторі відбувається трансформація трансльованого музеєм культурного дискурсу в бренд, який музей демонструє на культурному ринку як цінний товар і сукупність послуг.

У зовнішньому комунікаційному просторі музею здійснюються його горизонтальні та вертикальні комунікації – прямі зв'язки з суспільством. Саме в цьому просторі музей позиціонує себе як культурний, соціальний і освітній інститут. Комунікаційні зв'язки, які розгортаються у зовнішньому комунікаційному просторі, можна умовно диференціювати як «функціональні», що включають такі складові:

- **«ієрархічні» відносини**, які розширюють комунікаційний простір музею включенням в нього частини адміністративного простору, де відбувається вертикальна комунікація;
- **«партнерські» відносини**, які характеризуються горизонтальною комунікацією, що включає комунікаційні зв'язки з науковим співтовариством, соціальними і освітніми інститутами, творчими спілками, музеями та музейними об'єднаннями, а також громадськими організаціями і приватними особами;
- **«ринкові» відносини**, в яких музей виступає і суб'єктом, і об'єктом ринка, будучи виробником товарів і послуг, і покупцем;
- **«інформативні» відносини**, які здійснюються через особливі канали комунікації, де відбувається самопрезентація музею, такі як періодичні музейні видання та музейний сайт.

Внутрішня комунікація пов'язана з реалізацією комунікаційного процесу підготовки музейного простору (вивчення предмета музейного значення, його залучення в музейне зібрання, представлення його інформаційного потенціалу, включення в експозиційний простір, попередня розробка освітніх програм тощо).

Внутрішній комунікаційний простір обмежений територіально – це територія музею або музейного об'єднання (виняток становить виїзна виставка або експозиція, коли внутрішній комунікаційний простір механічно інтегрується в зовнішній). До комунікаційних зв'язків у внутрішньому комунікаційному просторі відносяться всі види міжособистісної комунікації між співробітниками або ж співробітниками і відвідувачами поза музейної експозиції і всі види комунікації відвідувача і співробітників з культурним дискурсом. Моделювання культурного дискурсу відбувається в рамках внутрішнього комунікаційного простору музею, в тій його області, яку ми визначаємо як «комунікативне поле музейної експозиції».

До структури **комунікативного поля експозиції** ми відносимо не тільки безпосередньо способи організації інформації у внутрішньому музейному просторі, але і зовнішній інформаційний контекст, в який поміщена

експозиція. До комунікативного поля музейної експозиції входять наступні складові: сама будівля музею; природний або міський ландшафт, так як музей завжди перебуває в певному просторово-інформаційному контексті і в той же час виступає його інформаційним центром, тому що об'єднує всі джерела інформації, що знаходяться в його межах; інтер'єр музею, який разом з архітектурою будівлі створює закінчений образ експозиції; музейні предмети. Перелічені структурні компоненти комунікативного поля музейної експозиції детермінуються як елементи особливої «музейної» мови, за допомогою якої здійснюються невербальні процеси музейної комунікації.

2. Особливості музейної комунікації

Поняття музейної комунікації, на думку дослідників, відображається у системі PRC (зберігання, дослідження, комунікація), що залучає до поняття комунікації виставкову, видавничу та освітню функції діяльності музею.

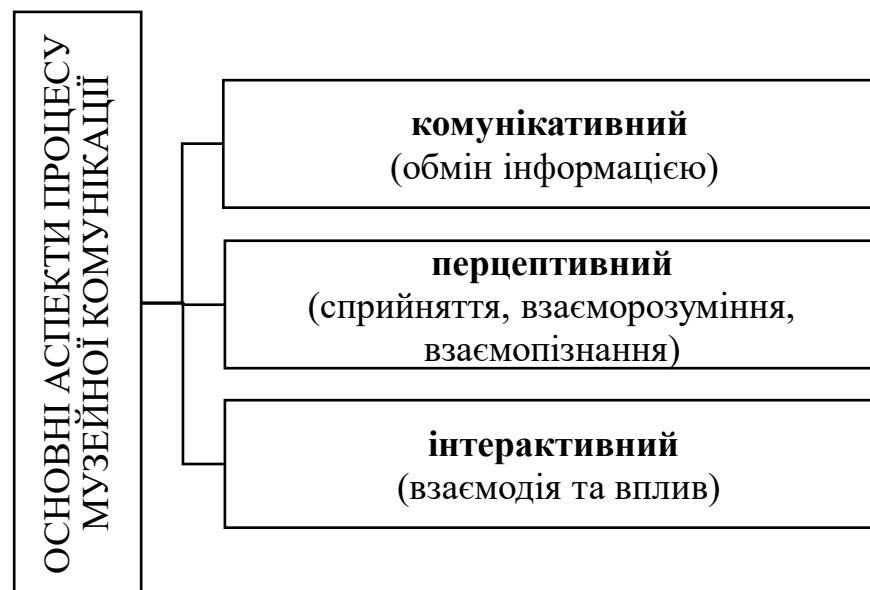
Структурні компоненти музейної комунікації:

- музейний (експозиції, основні (фонди, бібліотека, архів та ін.) й допоміжні приміщення, присадибна територія музею) та позамузейний простір;
- експозиційна діяльність – формує предметно-просторове середовище музею, що реалізує комунікативну стратегію музею;
- трансляція культурної спадщини працівниками музею публіці;
- використання *традиційних* (картки із запитаннями до експозиції, із творчими завданнями тощо), *інформаційних* (сенсорні інформаційні кіоски – апаратно-програмні комплекси, що реагують на дотик людини), *інформаційно-освітніх мультимедійних центрів, навчальних гідів-путівників* тощо;
- прагнення до комунікації усіх її учасників;
- цілісна система вивчення музейної аудиторії (спостереження, опитування, тестування тощо).

Основні технології комунікативного впливу:

- ✓ *переконання* – цілеспрямований вплив комунікатора на комуніканта з метою зміни його думок та поведінки;
- ✓ *наслідування* – копіювання комунікантом зовнішнього світу і поведінки комунікатора (лідера думок);
- ✓ *рефлексивне управління* – сукупність взаємопов'язаних комунікативних дій суб'єкта для керівництва діяльністю комуніканта з метою нав'язування певної поведінки.

Основні аспекти процесу музейної комунікації



Комунікативні аспекти спілкування. Процес музейної комунікації, змістом якого є організація контакту музейних працівників із аудиторією, може бути:

- безпосереднім чи опосередкованим (через експозицію);
- монологічним чи діалогічним.

Комунікативні аспекти спілкування передбачають:

- активний обмін інформацією під час спілкування, що передбачає сприйняття та осмислення інформації;
- взаємне інформування суб'єктів спілкування;
- активність суб'єктів у діалоговій взаємодії;
- налагодження спільної діяльності.

Ефективність роботи з музейною аудиторією залежить від обізнаності музейних працівників із закономірностями комунікативного процесу, особливостями сприйняття та засвоєння музейної інформації різними категоріями відвідувачів.

Причинами комунікативних бар'єрів можуть бути відмінності у цінностях, уявленнях, світогляді, індивідуальні та психологічні особливості. Дослідники розрізняють такі *види перешкод*:

- фонетичні (іноземна мова, акцент, швидкість мовлення тощо);
- семантичні (смилова невідповідність, нерозуміння на рівні змісту повідомлення);
- стилістичні (стиль викладу);

- логічні (відсутність логічності, послідовності, впорядкованості викладу інформації).

3. Культура професійного спілкування музейного працівника

Дослідники формулюють поняття «людські ресурси музею» щодо членів правління музейних рад, директора, працівників і волонтерів.

Відповідно до Постанови КМ України від 22 січня 2005 р. № 82 «Про реалізацію окремих положень частини другої статті 28 Закону України «Про музей та музейну справу» подано перелік посад працівників державних і комунальних музеїв, які проводять культурно-освітню та науково-дослідну діяльність, пов'язану з комплектуванням музейних зібрань, експозиційною, фондовою, видавничою, реставраційною, пам'яткоохоронною роботою: генеральний директор, директор (завідуючий) музею (філією), їх заступники; начальник (завідуючий) відділу (сектором) з основних видів діяльності, реставрації, їх заступники; учений секретар; завідуючий: виставкою, реставраційною майстернею, науково-дослідною лабораторією; головні: зберігач фондів, художник-реставратор, художник, архітектор; головний науковий співробітник; провідний науковий співробітник; старший науковий співробітник; науковий співробітник; молодший науковий співробітник; провідні: художник, редактор, лектор (екскурсовод), гід-перекладач, зберігач фондів; художник-реставратор, художник, редактор, лектор (екскурсовод), організатор екскурсій, гід-перекладач, зберігач фондів усіх категорій; реставратор; старший музейний наглядач; музейний доглядач.

У дослідженні **Н. Котлера** зазначено, що сьогодні у музеях світу сформовано такий перелік музейних професій:

- *Зберігач* – перша специфічно музейна професія, він відповідав за виконання всіх завдань, безпосередньо пов'язаних з предметами в колекції (зберігання, дослідження і комунікацію);
- *Музеолог* – дослідник теорії та критичного осмислення музейної сфери (можуть працювати в університеті або інших дослідницьких центрах);
- *Музеограф* – володіють особливими технічними навичками, є експертами щодо всіх напрямів музейної діяльності (зберігання, дослідження, комунікація) та складаючи відповідні стандарти та специфіку, вони можуть керувати інформацією, яка пов'язана із всією історією музею.
- *Експозиціонер* – людина із усіма навичками необхідними для створення виставок у музейному або позамузейному просторі;
- *Дизайнер експозиції* – за допомогою техніки здійснює облаштування простору експозиції та є кваліфікованим у питаннях організації самої експозиції;
- *Куратор виставки або експозиції* – створює науковий проєкт експозиції/виставки та керує його виконанням.

Комунікативну функцію музею реалізують працівники пов'язані з відділом освіти та відділом зв'язків із громадськістю: *екскурсовод, гід-перекладач або лектор; аніматор* – особа відповідальна за семінари, майстер-класи або інші пізнавальні процеси; *координатор культурних проєктів* – медіатор, посередник між колекціями та публікою, головною метою яких є інтерпретація колекцій і утримування у публіки інтересу до неї, а не систематичне навчання відвідувачів відповідно до встановленого заздалегідь обсягу та змісту інформації.

Професійний розвиток музейного фахівця. У «Кодексі музейної етики ICOM» (Додаток Б) визначено, що працівники музейної сфери повинні дотримуватися загальноприйнятих стандартів і норм, захищати честь і гідність своєї професії. Вони повинні убезпечувати відвідувачів від проявів протиправної або неетичної поведінки персоналу, використовувати кожен слушний нагоду для інформування та просвіти громадськості щодо цілей, завдань і прагнень представників музейної сфери задля кращого розуміння аудиторією внеску музеїв у розвиток суспільства.

У кодексі зазначено вимоги до професійної поведінки музейного працівника:

1. *Обізнаність із відповідним законодавством.* Усі працівники музейної сфери повинні бути добре обізнаними з відповідними нормами міжнародного, національного і місцевого законодавства та умовами свого працевлаштування. Вони повинні уникати ситуацій в яких їхня поведінка могла би тлумачитися як негідна.

2. *Професійна відповідальність.* Працівники музейної сфери зобов'язані дотримуватися політики і правил внутрішнього розпорядку установи, в якій вони працюють. Однак вони можуть належним чином протистояти діям, які виглядають як такі, що шкодять музею, іміджу музейної професії або не відповідають нормам музейної етики.

3. *Професійна поведінка.* Лояльне ставлення до колег і до свого музею є важливою професійною нормою поведінки, що повинна базуватися на відданості фундаментальним принципам етики та стосуються музейної професії загалом. Ці принципи повинні відповідати положенням Кодексу музейної етики ICOM і враховувати будь-які інші кодекси або документи, які мають відношення до музейної справи.

4. *Академічні та наукові обов'язки.* Працівники музейної сфери повинні сприяти дослідженню, збереженню та використанню інформації, що міститься у колекціях. Тому вони мають утримуватись від будь-яких дій або обставин, які могли би призвести до втрати такої інформації академічного або наукового характеру.

5. *Незаконна торгівля.* Працівники музейної сфери не повинні безпосередньо чи опосередковано підтримувати незаконний обіг або торгівлю природними чи культурними цінностями.

6. *Конфіденційність.* Працівники музейної сфери повинні захищати конфіденційну інформацію, отриману під час своєї роботи. Крім того, інформація про предмети, які надходять до музею для ідентифікації, вважається конфіденційною і не повинна оприлюднюватися або передаватися до будь-якої іншої установи чи то до особи без спеціального дозволу власника на те.

7. *Безпека музею та його колекцій.* Інформація про заходи і засоби безпеки музею або приватних колекцій і місць їх розміщення, що відвідуються впродовж виконання офіційних обов'язків, повинна зберігатися музейним персоналом у суворій конфіденційності.

8. *Виняток із обов'язку зберігати конфіденційність.* Обов'язок зберігати конфіденційність підпорядковується законному обов'язку допомагати поліції або іншим компетентним органам у розслідуванні випадків ймовірно викраденого, незаконно придбаного або нелегально переміщеного майна.

9. *Особиста незалежність.* У той час, як працівники музейної сфери мають право на особисту незалежність, вони повинні усвідомлювати, що їхній приватний бізнес чи професійні інтереси не можуть бути повністю відокремлені від установи, в якій вони працюють.

10. *Професійні відносини.* Працівники музейної сфери вступають у робочі відносини з багатьма іншими особами як у музеї, де вони працюють, так і поза його межами. Очікується, що вони виконуватимуть свої обов'язки ефективно та висококваліфіковано.

11. *Професійні консультації.* Професійна відповідальність вимагає звертатися за консультаціями до колег у музеї чи поза його межами, якщо інформація в музеї є недостатньою для забезпечення прийняття обґрунтованого рішення.

Патрік Дж. Бойлан у праці *«Революція в управлінні музеями потребує революції в освіті і навчанні музейним професіям»* зазначив основні сфери, в яких музейні фахівці мають демонструвати загальні здатності:

➤ *комунікації:* міжкультурні зв'язки; усні, письмові та невербальні комунікації; термінологія/словник термінів;

➤ *довкілля та його вплив:* етика охорони довкілля; перевірка діяльності з охорони довкілля; охорона довкілля; практика розвитку та її підтримка;

➤ *методи оцінювання:* аналіз даних; дизайн проєкту; цілі; методи звітності;

➤ *фінансове управління:* елементарне обчислення; методи базового аналізу, моніторингу і звітності;

➤ *інформаційні технології:* електронна пошта; комп'ютерні сайти; мультимедійні формати; управління базами даних;

➤ *взаємовідносини між працівниками:* співпраця і робота в одній програмі; політичні преференції;

➤ *музей і суспільство:* відповідальність; етнічна, расова, культурна та інтелектуальна багатоманітність; знання місцевих, національних,

регіональних, міжнародних ресурсів і умов; пропаганда миру та взаєморозуміння між народами; довіра громадськості;

➤ *характер роботи*: політика і практика управління та менеджменту; встановлення зв'язків з іншими організаціями та врахування їхніх інтересів; міждисциплінарне оточення; підтримка послуг та продукції на достатньому рівні якості;

➤ *професіоналізм*: внесок у свою професію; продовження професійної освіти; етика та цінності професії;

➤ *кадри*: специфіка для кожного музею і культури; відповідність дисципліні і виду занять;

➤ *особливості особистості*: інтелектуальна допитливість; ініціатива, самомотивація, самооцінка, гнучкість; здатність до лідерства; організація музейних асоціацій (місцевих, регіональних, національних, міжнародних); самоуправління своєю кар'єрою; утвердження стандартів; визнання та утвердження різноманітності у всіх процесах; визнання досконалості; розуміння музеїв та їхніх цілей, власної ролі у певному закладі;

➤ *управління проєктами*: висунення і перегляд проєктів; міждисциплінарне середовище; планування і організація; утвердження пріоритетів; вирішення проблем; управління ресурсами (їх застосування та оцінювання); робота команди; дослідження;

➤ *здатність до пошуку і набуття нової інформації, використання здобутих знань для виконання завдань*: критичність мислення; методологія; інтелектуальні ресурси; літературні та інформаційні джерела (враховуючи бібліографію, довідники та вказівники); професійні асоціації (міжнародні, національні, регіональні та локальні).

4. Музей і комунікація із публікою

На думку австрійського музеолога **Ф. Вайдахера** музейна комунікація відбувається через експонування та інтерпретацію автентичних пам'яток, а її головним змістом є доступ суспільства до музейних збірок, збережених і досліджених музейниками. Відвідувач вступає в контакт з музеєм, коли оглядає експозицію, спілкується із співробітниками, цікавиться музейними виданнями і бере участь у заходах музею, вбираючи інформацію для власних потреб (пізнавального, естетичного, освітньо-виховного розвитку тощо). У свою чергу зворотній шлях інформації простежується через вивчення мотивації звернення до музею, інформаційного та емоційного впливу музейної збірки на відвідувача, спостереження за кількістю та частотою його відвідувань тощо. Комунікацію між музеєм і відвідувачем можна розділити на безпосередню та опосередковану. Важливо врахувати, і на цьому наголошував польський музеолог З. Странський, що музейна комунікація буде дієвою лише тоді, коли суспільство матиме широкий доступ до музейних колекцій та засвоїть їх.

Щоб глядачі всебічно опанували музейні збірки, а експозиційна робота була ефективною, музейникам необхідно глибоко досліджувати свою аудиторію, її базові знання, навички, вікові особливості, уподобання тощо. Виділяють **три категорії відвідувачів**:

- *дослідники*, які у своїй роботі використовують музейні фонди та бібліотеку;
- *навчально-освітня аудиторія*, зацікавлена специфічною інформацією для пізнавально-освітніх цілей;
- *відвідувачі*, для яких музей є формою відпочинку.

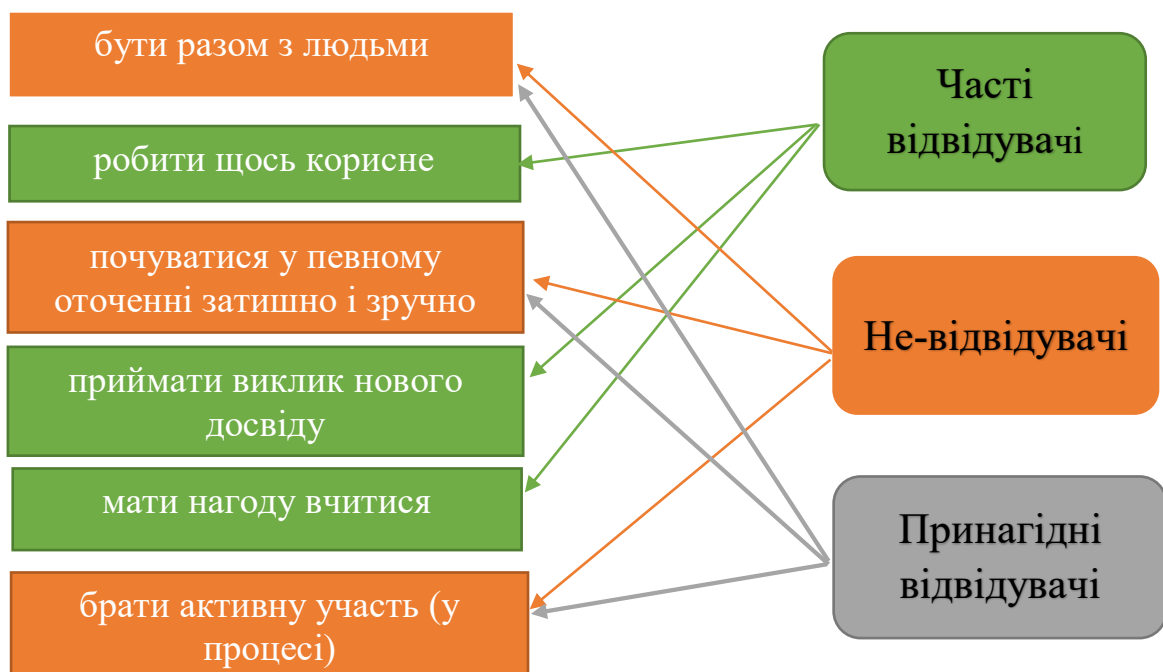
Поняття «**музейна публіка**» охоплює фактичних і потенційних відвідувачів музею. Ф. Вайдахера у плануванні музейної комунікації пропонував враховувати такі ознаки потенційних відвідувачів:

- вік (діти, молодь, дорослі);
- рівень освіти (середня, вища);
- національність (місцеві мешканці, іноземці);
- зацікавлення та мотивація (відвідувачі з метою відпочинку чи освіти, туристи, знавці, колекціонери, спеціальні групи, випадкові відвідувачі).

У своїй праці він наводить результати досліджень психографічних властивостей населення, згідно з якими для людини надзвичайно важливу роль відіграють цінності, інтереси, усвідомлення та зацікавлення.

Схема 6.2

Мотиви відвідування музею різними категоріями відвідувачів



Часті відвідувачі приходять до музею не менше трьох разів на рік. Для них важливими є усі шість атрибутів, проте пріоритетного значення набувають пункти 2, 4 і 5.

Не-відвідувачі оцінюють найвище пункти 1,3,6, які для частих відвідувачів не є надто важливими. Не-відвідувачі не відчують потреби у відвідуванні музеїв, бо у дитинстві їхня соціалізація не була зорієнтована на цей аспект. Вони сприймають музеї як формальні, непривабливі місця, які для них недоступні, бо вони, зазвичай, не навчилися читати «музейний код».

Принадні відвідувачі приходять до музею раз або двічі на рік. У дитинстві їх соціалізували до активної участі, задоволення та соціальної інтеракції. Дорослими вони займаються активним відпочинком: подорожують, займаються різними видами спорту, музикують тощо. Для них., як і для не-відвідувачів, важливі атрибути 1,3,6. Хоча вони не дуже комфортно почувають себе в музеї, проте вони готові до спорадичних відвідин у супроводі друзів, рідних, колег.

Цільова групи музейної аудиторії – це група людей об'єднана за характерними ознаками.

Музей Вікторії і Альберта в Лондоні розрізняє сім груп відвідувачів, враховуючи як вік, рівень освіти, місце проживання, так і кількісний склад екскурсантів (Таблиця 6.2).

Таблиця 6.2

Цільові групи музейної аудиторії Музею Вікторії і Альберта	
<i>індивідуальний місцевий відвідувач</i>	✓ часто відвідує музей, щоб побачити нову тимчасову виставку; ✓ зазвичай його відвідини короткочасні; ✓ такий відвідувач може запросити зі собою гостей; ✓ може прийти на спеціальні заходи.
<i>внутрішній турист</i>	✓ відвідує музей заради спеціальної виставки або з метою огляду відомих експонатів; ✓ зазвичай не має багато часу, надає перевагу путівникам по відомих експонатах; ✓ може взяти участь у звичайній екскурсії.
<i>іноземний турист</i>	✓ не знає місцевої культури та мови; ✓ зазвичай не має багато часу, бо хоче відвідати й інші видатні місця у місті; ✓ завітав до музею, щоб побачити відомі експонати, напевно захоче скористатися путівником; ✓ мабуть, втомлений і хотів би посидіти і відпочити; ✓ хоче придбати сувеніри або листівки у музейній крамниці.

<i>сім'ї з дітьми</i>	✓ приходять групами від 2 до 6 осіб; ✓ у групі різні вікові категорії, від маленьких дітей, до дорослих; ✓ приходять у вихідні задля відпочинку; ✓ поєднують відпочинок з цікавими заходами, виставками та можливістю щось пізнати. Дорослі хочуть, щоб діти чогось навчилися; ✓ важливо, щоб був ресторан, музейна крамничка; ✓ дорослим подобається отримувати допоміжні матеріали, щоб пояснювати експозицію дітям; ✓ вік дітей однієї сім'ї коливається від 2 до 13 років.
<i>відвідувачі з інвалідністю</i>	✓ відвідувачі на інвалідних візках потребують спеціальних умов: окремий вхід, пристосовані туалети, спеціальні маршрути; відповідна висота розміщення експонатів; ✓ для відвідувачів з вадами зору – добре освітлення, для незрячих варто передбачити можливість доторкнутися руками до окремих експонатів.
<i>шкільні групи</i>	✓ школярі відвідують музей групами; ✓ вчителі часто відвідують музей зі своїм класом, щоб обговорити тему експозиції, яка відповідає темі шкільної програми; ✓ рівень підготовки шкільних груп різний, залежно від віку чи характеру навчання; ✓ рішення про відвідини музею залежить від вчителів. Зазвичай діти не дуже зацікавлені у відвідуванні музею (їм нудно), особливо діти віком від 13 до 17 років; ✓ вчителі самі не дуже добре знають музей і раді допомозі у вигляді екскурсії або путівника.
<i>студенти університетів</i>	✓ можуть відвідувати групами, однак також можуть мати особисті завдання на відвідини музею; ✓ приходять заради спеціальної теми або дослідження певного історичного періоду; ✓ рівень знань різний, залежно від типу освіти.

Важливим інструментом музейної роботи з громадськістю є вивчення музейної аудиторії (публіки). Форми вивчення музейної аудиторії:

Книга відгуків/вражень – книга, у якій відвідувачі музею записують свої враження, пропозиції та зауваження.

Анкета – упорядкований за змістом і формою набір питань та висловлювань, які вміщені на одному чи кількох аркушах паперу, для отримання інформації шляхом опитування респондентів.

Питання для самоконтролю:

1. Проаналізуйте стандарти професіолізму музейних фахівців розроблених ІКОМ.
2. Назвіть професійні компетентності музейного фахівця відповідно до сучасних вимог.
3. Обґрунтуйте твердження: музейна публіка – це фактичні і потенційні відвідувачі.
4. Охарактеризуйте мотивації відвідування, спираючись на власні спостереження.
5. Чи погоджуєтесь Ви з твердженням: «Цільова аудиторія музею залежить від змісту музейного зібрання»?

Тестові завдання:

- 1 ***Які ознаки потенційних відвідувачів слід враховувати під час планування музейної комунікації, на думку Ф. Вайдахера? (оберіть зайве):***

а) вік;	в) національність;
б) рівень освіти;	г) гендерна належність.
- 2 ***Процес спілкування та передачі інформації, який відбувається в музеї та поза музеєм музейними засобами:***

а) комунікація;	в) виставка;
б) екскурсія;	г) навчання.
- 3 ***Часті відвідувачі музею – це ті, що відвідують музей:***

а) щонайменше п'ять разів на рік;	в) двічі на рік;
б) більш ніж десять разів на рік;	г) не менше ніж три рази на рік.
- 4 ***Які мотиваційні атрибути НЕ покладено в основу вибору не-відвідувачів?***

а) бути разом з людьми;	в) почуватися в оточенні затишно;
б) брати активну участь у процесі;	г) мати нагоду вчитися.
- 5 ***Особа, яка часто відвідує музей, щоб побачити нову тимчасову виставку:***

а) внутрішній турист;	в) індивідуальний місцевий відвідувач;
б) іноземний турист;	г) фахівець.
- 6 ***Для студентів університетів зазвичай характерні такі дії в музеї:***

а) рівень знань різний, залежно від типу освіти;	в) приходять у вихідні задля відпочинку;
б) потребують спеціальних вигод: окремий вхід тощо;	г) важливо щоб була музейна крамничка.

- 7 *Поняття «музейна комунікація» увів до наукового обігу у 1968 р. канадський учений-музеолог:*
- | | |
|------------------|-------------------|
| а) Ф. Вайдахер ; | в) Д. Камерон; |
| б) Д. Колб; | г) П. Дж. Бойлан. |
- 8 *Упорядкований за змістом і формою набір питань та висловлювань, які вміщені на одному чи кількох аркушах паперу, для отримання інформації за допомогою опитування респондентів:*
- | | |
|--------------------|----------------|
| а) книга відгуків; | в) інструкція; |
| б) анкета; | г) положення. |
- 9 *Метод збирання інформації найрізноманітніших тематик, групове інтерв'ю, спрямоване на виявлення в учасників їхнього суб'єктивного сприйняття будь-яких предметів чи явищ реальності під час дискусії:*
- | | |
|---------------------|-------------------------|
| а) квотатний метод; | в) метод «фокус-група»; |
| б) панельний метод; | г) статистичний метод. |
- 10 *До основних аспектів процесу музейної комунікації НЕ належить:*
- | | |
|--------------------|-------------------|
| а) комунікативний; | в) інтерактивний; |
| б) перцептивний; | г) інформаційний. |

Практичне заняття 6

МУЗЕЙНА АУДИТОРІЯ: КОМУНІКАЦІЯ, ВИВЧЕННЯ, ВЗАЄМОДІЯ

План

1. Відвідувачі у музеї: загальна характеристика музейної публіки.
2. Мотивації відвідування музею.
3. Цільові групи музейної аудиторії.
4. Форми вивчення музейної аудиторії.

Практичне завдання. Заповніть запропоновану анкету та за допомогою методу «фокус-група» (на основі сприйняття експозиції студентами Вашої групи) оцініть відвідану музейну експозицію.

Методичні рекомендації. Ефективним методом швидкого отримання правдивої інформації про найрізноманітніші предмети або явища навколишнього світу є фокус-група.

Фокус-група – це метод збирання інформації найрізноманітніших тематик, сфокусоване групове інтерв'ю, спрямоване на виявлення в учасників їхнього суб'єктивного сприйняття будь-яких предметів чи явищ реальності під час дискусії.

Музеї залучають групи відвідувачів до створення або оцінювання експозицій за такою схемою:

1. На співбесіду запрошують шість-вісім осіб.

2. Для оцінювання виставки необхідно запросити тих осіб, які бачили експозицію.
3. Відвідувач отримує перелік пунктів, на які він має звернути увагу.
4. На співбесіду запрошують особу з досвідом модератора. Для об'єктивного обговорення виставки небажано вибирати ведучого з-поміж музейного персоналу.
5. Необхідно заздалегідь обговорити питання, які зумовлюють особливе зацікавлення.
6. Співбесіда має тривати півтори-дві години. Обов'язково згодом варто зробити звіт про співбесіду, або записати її на відеокамеру чи на диктофон.
7. Важливо, щоб всі почували себе комфортно та легко могли ділитися думками. Дуже важливо звертати увагу на невербальні сигнали: в групі завжди є особи, які багато говорять, і такі, хто трохи соромиться.
8. Невелика дискусія може позитивно вплинути на співбесіду, однак головне, що учасники дають свою оцінку експозиції. Надто гарячі дискусії варто дипломатично зупиняти.

ЗРАЗОК МУЗЕЙНОЇ АНКЕТИ

Особисті дані:

-  Стать
-  Вік
-  Місце проживання
-  Скільки осіб відвідали музей разом з Вами?
-  Яка причина Ваших відвідин музею (Особлива експозиція, заради естетичного задоволення, інша причина)?....

Запитання про музей

-  Чи задоволені Ви прийомом у музеї? (Так, дуже, посередньо, не зовсім).
-  Як Ви оцінюєте музей? Дайте оцінку в балах від 1 до 10.
-  Що Ви думаєте про маршрут експозицією та вказівники в музеї? (Все можна легко знайти; мені було важко слідувати за маршрутом; дуже важко було зорієнтуватися).
-  Чи Ваші відвідини музею залишають у Вас приємні спогади? (Так; ні; ще не знаю).
-  Що було для Вас найнесподіванішим?
-  Чи музей надає достатньо інформації про експонати? (Так, дуже добре; достатньо інформації; я не знаю; ні, мало інформації).
-  Який, на Вашу думку, рівень якості подання інформації?
-  Чи задовольнив Вас асортимент музейної крамниці? Чи Вам чогось бракувало?
-  Якщо Ви хочете отримувати наші новини, то вкажіть Ваше ім'я та прізвище, адресу та електронну пошту.

Сценарій фокус-групи для здобувачів вищої освіти

Тема: Сприйняття музею студентською аудиторією: досвід, інтереси, очікування

Ціль: Дослідити, як студенти сприймають музей, що їх приваблює або відштовхує, які формати взаємодії є актуальними для молоді.

Тривалість: 60-75 хв

Кількість учасників: 6-10 студентів

Формат: модератор + асистент, аудіозапис, згода

1. Вступ (10 хв)

Модератор: Представлення.

Розповідь про мету обговорення: дослідити думки молоді про музей, щоб зробити його цікавішим саме для вас.

Умови: добровільність, конфіденційність, можна жартувати :)

Знайомство: «Скажіть, будь ласка, ваше ім'я, спеціальність і як часто ви відвідуєте музеї – за бажанням чи «з примусу»?»

2. Основна частина (50–60 хв)

Блок 1. Загальне ставлення до музеїв

Чи ви зазвичай ходите в музеї? З якої нагоди?

Чи є для вас музей актуальним місцем відпочинку чи розвитку?

Що змінює ваш настрій – нудно/цікаво, «не для мене» чи навпаки?

Блок 2. Досвід відвідування нашого музею

Чи були ви в нашому музеї? Які враження залишилися?

Що сподобалося? Що було незрозумілим / зайвим / «старомодним»?

Які експозиції/події зацікавили б вас?

Блок 3. Формати, сервіси, цифровізація

Як ви зазвичай отримуєте культурну інформацію (Instagram, TikTok, Telegram)?

Чи цікаві вам мультимедійні / інтерактивні формати?

Що вам потрібно, щоб музей став «простором для студентів» – free-wifi, креативні зони, кав'ярня, події?

Блок 4. Події та залучення

Чи відвідували ви заходи музею – лекції, майстерки, виставки, концерти?

Який формат вас би мотивував прийти? (наприклад: ніч у музеї, колаб з креативниками, події на свіжому повітрі, сторітелінг)

Чи зацікавили б вас стажування / волонтерство / проєкти в музеї?

Блок 5. Ідеї

Як можна зробити музей привабливішим для молоді?

Яку тему/експозицію ви б створили спеціально «для себе»?

Що обов'язково має бути в музеї, щоб ви захотіли повернутись?

3. Завершення (5 хв)

Подяка за участь.

Пропозиція залишити побажання в письмовій формі.

Запрошення на подальшу співпрацю.

Шаблон звіту за результатами фокус-групи

1. Вступ:

- Дата та місце проведення
- Коротка мета дослідження
- Хто був модератором
- Характеристика групи (вік, стать, тип аудиторії)

2. Основні результати:

- Частота відвідувань, мотивація
- Враження та проблемні точки
- Побажання до інфраструктури
- Потреби в освітніх програмах
- Унікальні ідеї учасників

3. Висновки та рекомендації:

- Загальні тенденції
- Пропозиції щодо покращення
- Сегментація аудиторії за інтересами

4. Додатки:

- Фрагменти цитат
- Таблиці або діаграми (за потреби)

Завдання для самостійної роботи:

1. Обґрунтуйте переваги та недоліки анкетування музейних відвідувачів.
2. Проаналізуйте «Книгу відгуків» як спосіб моніторингу вражень від музею.

Список рекомендованої літератури:

1. Вайдахер Ф. Загальна музеологія: посіб. / переклад з нім. В. Лозинський та ін. Львів : Літопис, 2005. С. 121–141.
2. Вербицька П.В., Пасічник Р.Е. Музей як комунікативний та освітній простір: навч. посіб. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2017. С. 125–132.
3. Гірний О. Експозиційний простір у художніх музеях як місце комунікативних та дискурсивних контактів. *Українська академія мистецтва*: зб. наук. праць. 2024. № 35. С. 17–26.
4. Гірний О.О. Художній музей як простір соціокультурної комунікації. *Scientific practice: modern and classical research methods*: III Міжнар. наук.-практ. конф. Бостон, США, 16 вересня 2022. С. 166–167.
5. Денисюк Ж.З. Музейна комунікація в умовах цифровізації. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. 2021. № 3. С. 64–70.

6. Ідема Й. Як ходити до музею: поради для справді результативного візиту / пер. з англ. О. Якименко. Харків : Ранок, Фабула, 2019. 132 с.
7. Ковальова Н., Левченко В. Сучасний музей як комунікативний простір: концепція радикальної музеології Клер Бішоп. *Докса: зб.наук.пр. з філософії та філології*. Одеса: Акваторія. 2023. Вип. 2 (40): Креативні технології та сучасна картина світу. С. 56–64.
8. Кодекс музейної етики ICOM : Український національний комітет Міжнародної ради музеїв. URL: <http://www.icom.in.ua/kodeks-muzejinoj-etiki/> (дата звернення: 16.02.2025).
9. Кушнір В. Інтерактивність, інклюзія та партисипація як магістральні лінії інноваційних практик музейної роботи. *Народознавчі зошити*. 2022. № 1 (163). С. 16–30.
10. Маньковська Р. Сучасні музейні комунікації та перспективи їх розвитку. *Краєзнавство*. 2013. № 3. С. 75–84.
11. Передерій І., Білан Н. Сучасна музейна комунікація в Україні та світі: стан і перспективи розвитку. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. 2018. № 2. С. 72–79.
12. Руденко С.Б. Музей як засіб розв'язання соціально-комунікаційних проблем. *Культура і сучасність*. 2018. № 2. С. 22–27.
13. Сотніков А.О., Іващенко О.В. Створення комфортного середовища як основи ефективності музейної комунікації. *Культурологічна думка*. 2021. № 19. С. 125–134.
14. Соціологія музею: презентація на тлі простору і часу / Н. Карпов (керівник авторського колективу). Київ : НАКККиМ, видавець Олег Філюк, 2016. 168 с.
15. Сошнікова О.М. Предметно-експозиційний простір як провідна форма музейної комунікації. *VI Луньовські читання Сучасна музейна експозиція: вимоги часу та нові можливості (до 60-річчя заснування Пархомівського художнього музею імені А.Ф. Луньова)*. Матер. наук.-практичного семінару 27 березня 2015. Харків: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2016. С. 60–69.
16. Сошніков А. Комфорт як базова основа музейної комунікації. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв*. Серія: Музеєзнавство та Пам'яткознавство. 2020. Т. 3. № 2. С. 161–171.
17. Тюска В., Казначеева Л. Музейний простір у сучасних реаліях вітчизняної культури. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2022. Вип. 58. Т. 2. С. 138–143.
18. Удовиченко І. Експонат як суб'єкт музейної комунікації. *Музейна педагогіка в науковій освіті: зб. тез доп. уч. II Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Київ, 26 листопада 2020 р.) / за наук. ред. С. О. Довгого*. Київ: Національний центр «Мала академія наук України», 2020. С. 104–109.
19. Яковець І.О. Комунікаційний простір сучасного музею як одна з основних категорій теорії музейної комунікації. *Вісник ХДАДМ*. 2014. № 4-5. С. 129–133.

Розділ 7

ЕКСКУРСІЙНА РОБОТА У МУЗЕЇ

1. *Поняття та види музейних екскурсій.*
2. *Функції музейної екскурсії.*
3. *Структура музейної екскурсії.*
4. *Форми мовленнєвої комунікації під час музейної екскурсії.*

Основні поняття: екскурсія, музейна екскурсія, функції музейної екскурсії, екскурсійна теорія, «портфель» екскурсовода, майстерність екскурсовода, показ, розповідь.

1. Поняття та види музейних екскурсій

Музейну екскурсію можна визначити як опосередкований музейними предметами процес наочного пізнання об'єктивної дійсності, який здійснюється за допомогою екскурсовода або технічних засобів надання екскурсійної інформації.

Особливості музейної екскурсії:

- вона обмежена лише музейним простором (переміщення екскурсантів здійснюється залами музею або територією музейного комплексу);
- музейна екскурсія є стислою у часі і зазвичай триває менше, аніж інші види екскурсій;
- тематика музейних екскурсій визначається експозицією музею та прив'язана до неї (експозиція є основою для розробки музейної екскурсії);
- особливістю аудиторії музейної екскурсії є її ситуативний і короткотерміновий характер існування (аудиторія складається з різних, часто мало знайомих, а то і зовсім незнайомих людей, які перебувають разом упродовж короткого відрізка часу).

Основні **методи підготовки та проведення екскурсій** є спільними для музейних та позамузейних екскурсій (міських, заміських), однак музейні екскурсії мають певні особливості:

- сприйняття музейних об'єктів відбувається, переважно, не у природному середовищі, а у спеціально облаштованих приміщеннях;
- більша комунікативність музейних об'єктів завдяки супроводжувальним і допоміжним музейним текстам;
- щільність музейних об'єктів на компактному маршруті;
- незалежність від погодних умов;
- відсутність зовнішніх відволікаючих шумів.

Таблиця 7.1

Класифікація музейних екскурсій

За метою:	➤ навчальна; ➤ загальноосвітня; ➤ культурно-просвітницька.
За змістом:	➤ оглядова; ➤ тематична; ➤ ознайомча.
За складом учасників:	➤ групові (сімейні, дитячі, для учнів, фахових груп, для внутрішніх або зовнішніх туристів тощо); ➤ індивідуальні.
За місцем проведення:	➤ музейна; ➤ комплексна (включає музейну територію (сад, парк тощо).
За тривалістю:	➤ від 45 хв до 3 год
За формою проведення:	➤ «живі» або класичні (безпосередня комунікація між екскурсоводом і екскурсантом); ➤ опосередковані технічними носіями музейної інформації (аудіо- та відеоекскурсії з мультимедійними засобами), віртуальні музейні екскурсії.

2. Функції музейної екскурсії

До основних функцій музейної екскурсії відносимо:

- *науково-інформативна* – поширення наукових знань по конкретній темі;
- *просвітницька* – розширення світогляду;
- *виховна* – реалізується у формуванні світогляду, переконань, почуттів, інтересів, способу та стилю мислення, що проявляється в різних видах подальшої діяльності учасників екскурсії;

- *гуманістична* – формування в екскурсантів свідомого погляду на громадське життя в його історичному розвитку та сучасному світі, збудити інтерес до розуміння зв'язку людського життя з природним середовищем, дати можливість придивитися до творчої діяльності людини в різних напрямках, формувати щирий патріотизм – пізнавати свій рідний край, додивлятися до

життя народу, до старовини рідного краю, що запалює бажання пізнати інші краї, народи, культури;

➤ *розвивальна* – розвиток здібностей, які забезпечують повноцінне сприйняття музейних пам'яток.

Також музеєзнавці доповнюють цей список *контактовстановлюючою функцією*, що реалізується на початку музейної екскурсії. Екскурсовод повинен представитися групі екскурсантів, а також може повідомити інформацію організаційного характеру. Отримання подібної інформації допоможе знайти оптимальніші засоби встановлення контакту, підвищення ефективності лекції, формування позитивного іміджу самого екскурсовода.

Функція введення у монологічний дискурс полягає у тому, що екскурсовод стисло характеризує завдання, що стоять перед ним, мету, якої він прагне досягти наприкінці екскурсії.

Інформативно-ілюстративна функція є головною в музейній екскурсії. Це повідомлення різноманітного, визначеного заздалегідь матеріалу (залежно від характеру лекції: оглядової, тематичної або ознайомчої).

Функція підтримання уваги та інтересу пов'язана із природними спадами уваги, перший поріг якої психологи зазвичай визначають 25-30-ма хвилинами від початку лекції (не тільки екскурсійної). Під час короткотривалої екскурсії можна розраховувати встигнути викласти матеріал у цьому інтервалі та не звертатися до прийомів підвищення інтересу. В іншому випадку екскурсовод має володіти арсеналом певних прийомів активізації уваги.

Аргументативна функція знаходить своє місце при відповіді на питання, які виникають у екскурсантів під час лекції. Зазвичай це уточнюючі запитання, через що відповідь на них перебуває в межах того ж дискурсу, що й основна інформація.

Функція узагальнення реалізується наприкінці екскурсії при підведенні підсумку прослуханого матеріалу. Прикінцеві положення зазвичай також містять побажання зустрітися з екскурсантами знову в цьому ж музеї.

Для екскурсій у художніх музеях особливо важливою є *експресивно-образна функція*. Експресивна складова даного виду екскурсій зумовлюється специфікою самого об'єкта – художнім твором. Художній образ орієнтований на появу у глядача естетичної реакції – емоційного захоплення не тільки змістом, але й формою: колористичним або пластичним рішенням, композицією, індивідуальними прийомами передачі реальної дійсності або, навпаки, суб'єктивного самовираження митця тощо. Екскурсовод мусить посилити враження, що викликається художнім твором, або прояснити зміст зображення та віртуозність техніки виконання (зазвичай останнє потрібне в музеях сучасного мистецтва, зібрання яких наповнені картинами і скульптурою нефігуративного мистецтва).

Інтерпретативна функція – у музеях сучасного мистецтва екскурсовод, зважаючи на специфіку творів нефігуративного мистецтва – абстракціонізм, кубізм, сюрреалізм та ін., – намагається розтлумачити зміст зображеного на

картині. Тому для проведення екскурсійних лекцій у художніх музеях екскурсовод зобов'язаний мати професійну підготовку в галузі мистецтва.

3. Структура музейної екскурсії

Кожна екскурсія має складатися з трьох частин: вступної бесіди, основної частини та завершальної бесіди.

Вступна бесіда дозволяє встановити контакт з групою, з'ясувати для себе склад аудиторії; екскурсанти отримують коротку інформацію про екскурсовода (ім'я, прізвище, посада), музей, тривалість та порядок проведення екскурсії. У вступній бесіді важливий не обсяг представленої інформації, а вміння екскурсовода викликати до себе симпатію людей. Цьому сприяє його приязність, доброзичливість, невимушеність у взаєминах з аудиторією, готовність враховувати її інтереси та побажання. Встановлені під час вступної бесіди контакти необхідно зберігати й підтримувати упродовж усієї екскурсії.

Основна частина. У кожному експозиційному залі необхідно виділити центральний експонат, який виконуватиме роль кульмінації розповіді. Загострення уваги на окремих об'єктах сприятиме їх кращому запам'ятовуванню та пожвавленню атмосфери. Спостерігати за реакцією групи, пам'ятати про можливість виникнення музейної втоми, для активізації уваги звертатися до групи із запитаннями.

Завершальна бесіда традиційно складається з відповідей на запитання, екскурсоводові потрібно стисло узагальнити зміст екскурсії. Зосередивши увагу екскурсантів на головному, варто поцікавитися їхніми враженнями від щойно побаченого та почутого, намагатися закріпити в них позитивні емоції, з якими людина повинна залишити музей.

Відповіді на запитання поділяються на чотири групи:

- 1) запитання екскурсовода, на які відповідають екскурсанти;
- 2) питання екскурсовода, поставлені під час розповіді, на які відповідає сам екскурсовод;
- 3) риторичні питання, які ставляться для активізації уваги екскурсантів;
- 4) питання до теми, що задають учасники екскурсій екскурсоводу.

Головне правило роботи з такими запитаннями: не слід переривати розповідь і давати негайну відповідь на них, не потрібно також відповідати на питання після завершення кожної з підтем. Це розсіює увагу та відволікає аудиторію від сприйняття змісту теми, оскільки не всіх у групі хвилюють саме ці питання. Саме тому екскурсоводу слід відповідати на запитання не під час екскурсії, а після її закінчення. Зміст відповідей не повинен бути дискусійним, тобто викликати у екскурсантів бажання посперечатися, продовжити тему, порушену в питанні, а повинен сприяти порозумінню, виявляти повагу до різних поглядів.

Таблиця 7.2

Основні принципи екскурсії

<i>Назва принципу</i>	<i>Характеристика принципу</i>
<i>Принцип науковості (достовірності)</i>	екскурсійна інформація викладається відповідно до певного розділу сучасної науки, факти події, теоретичні положення подаються в науковому трактуванні;
<i>Принцип ідейності</i>	об'єктивний підхід до змісту фактичного матеріалу при підготовці екскурсії і впевненість екскурсовода в тому що він викладає;
<i>Принцип зв'язку теорії з життям</i>	актуальність екскурсійної інформації;
<i>Переконливість і дохідливість</i>	викладення екскурсійного матеріалу на доступному для аудиторії рівні.

4. Форми мовленнєвої комунікації під час музейної екскурсії

При проведенні «живої» екскурсійної лекції в музеї можуть бути використані такі *риторичні прийоми*: екскурсійної довідки, опису, характеристики, пояснення, коментування, цитування, художньої оповіді, прийом співучасті, прийом персоніфікації.

Музейна екскурсія класичного типу з точки зору мовленнєвої комунікації відбувається переважно у формі монологу. До *основних властивостей монологічного мовлення* відносяться:

- односторонній і безперервний характер висловлювань;
- довільність;
- розгорнутість;
- логічна послідовність викладу;
- зумовленість змісту орієнтацією на слухача;
- попереднє обдумування, зміст монологу, як правило, заздалегідь планується, проробляється композиційне рішення, підбираються засоби вербального уквітчання (порівняння, епітети, метафори).

Види монологу:

✓ *Монолог-опис* – констатуючий тип монологічного висловлювання, в якому стверджується наявність або відсутність будь-яких ознак в об'єкті, описуються предмети, вказується їх просторове розміщення, перераховуються їх якості та ознаки;

✓ **Монолог-розповідь** – динамічний тип монологічного висловлювання, в якому розповідається про розвиток подій, дій чи станів. При цьому предмет монологу сприймається у процесі його розвитку та зміни в хронологічній послідовності. Різновидами монологу-розповіді є монолог-оповідь і монолог-повідомлення. *Монолог-оповідь* надає подіям, які описуються, суб'єктивно-особистого характеру. *Монолог-повідомлення*, є відносно коротким викладом фактів чи подій реальної дійсності у стислій, інформативній формі.

✓ **Монолог-міркування**, який спирається на умовиводи, при цьому об'єктом роздуму є певна проблема. Різновидом монологу-міркування є *монолог-переконання*, мета якого – переконати слухачів, сформулювати у них певні мотиви, погляди або спонукати до певних дій.

Основним видом монологу у випадку класичної музейної екскурсії є монолог-опис, тобто сукупність висловлювань, в яких дещо стверджується або заперечується стосовно об'єкта, вказується на просторове розміщення картин або скульптур, описуються їхні якості та ознаки. Може застосовуватися й монолог-розповідь, в якому інформація про твір мистецтва або творчість митця подається в процесі її розвитку та змін у хронологічній послідовності.

Мова екскурсовода повинна відповідати певним критеріям:

- ✓ *ясність, чіткість* – доступність, дохідливість мови для аудиторії;
- ✓ *точність* – узгодження змісту висловлювань з думками екскурсовода, метою і темою екскурсії;
- ✓ *чистота мови* – логічно виправдане використання екскурсоводом мовних засобів.

На практиці можна виявити такі **особливості екскурсійної розповіді в музеї:**

1) *підпорядкування розповіді показу*. Зміст розповіді підпорядковано завданню спостереження об'єктів. Розповідь супроводжує показ об'єктів, доповнює та пояснює те, що бачать екскурсанти, спрямовує на зорове відтворення картини, яка за задумом авторів екскурсії повинна виникнути перед уявним поглядом екскурсантів;

2) *використання в розповіді зорових доказів*. Особливість розповіді полягає у тому, що в ній відсутні усні докази. Їхню роль виконує зоровий ряд. Екскурсовод так будує показ, щоб «заговорив» сам експонат, щоб екскурсанти побачили те, про що він розповідає;

3) *адресність розповіді*, тобто прив'язка розповіді до спостережуваних екскурсантами експонатів;

4) *конкретність екскурсійної розповіді*. Конкретність – це не тільки формулювання теми, але й самі по собі наведені факти, їх тлумачення. Неправильно розглядати конкретність у розповіді екскурсовода як велику кількість фактичного матеріалу (фактів, прикладів, дат, цифр, прізвищ);

5) *ствердне подання розповіді*. Екскурсовод із максимальною переконливістю повинен стверджувати, що подія відбувалася саме так, саме на цьому місці, що його учасниками були названі ним особи, а не хто-небудь інший.

Розповідь не повинна включати ноток повчальності, моралізаторства, агресивного тиску. Під час проведення екскурсії важливо уникати невинуватених емоцій, надмірного пафосу, крикливості, слід ґрунтуватися на тому, що основним джерелом вражень в екскурсантів слугує сам матеріал, його глибина, факти, що можуть схвилювати.

Запитання для самоконтролю:

1. Розкрийте основні види музейних екскурсій.
2. Охарактеризуйте роль екскурсії для різних груп відвідувачів музеїв.
3. Визначте соціальні функції екскурсії в музеях.
4. Які форми мовленнєвої комунікації під час «живої» (класичної) музейної екскурсії?
5. Проаналізуйте сучасний стан екскурсійної справи в Україні.

Тестові завдання:

- 1 ***Відповідно до мети музейні екскурсії бувають (оберіть зайве):***

а) навчальні;	в) культурно-просвітні;
б) загальноосвітні;	г) тематичні.
- 2 ***Формування в екскурсантів свідомого погляду на громадське життя в його історичному розвитку та сучасному світі – це функція музейної екскурсії:***

а) гуманістична;	в) просвітницька;
б) виховна;	г) розвивальна.
- 3 ***Структура екскурсії містить такі частини:***

а) пролог, кульмінація, заключна	в) вступ, бесіда, епілог;
бесіда;	г) вступна бесіда, основна
б) вступ, основна частина, епілог;	частина, завершальна бесіда.
- 4 ***До особливостей екскурсійної розповіді в музеї відносять (оберіть зайве):***

а) адресність;	в) ствердне подання;
б) конкретність;	г) інформативність.
- 5 ***В об'єктивному підході до змісту фактичного матеріалу при підготовці екскурсії та вневненість екскурсовода в тому, що він викладає полягає принцип:***

а) науковості;	в) ідейності;
б) достовірності;	г) переконливості.
- 6 ***Щільність об'єктів показу на компактному маршруті є особливістю:***

а) транспортної екскурсії;	в) експрес-екскурсії;
б) пішохідної екскурсії по місту;	г) музейної екскурсії.

- 7 *Коли (в який момент) екскурсовод має відповідати на запитання екскурсантів на тему екскурсії:*
 а) одразу відповідати на запитання; в) після закінчення екскурсії;
 б) після завершення кожної з г) коли вважатиме за потрібне.
 підтем;
- 8 *Музейна екскурсія класичного типу з точки зору мовленнєвої комунікації відбувається переважно у формі:*
 а) монологу; в) розповіді;
 б) діалогу; г) дискусії.
- 9 *Динамічний тип монологічного висловлювання, в якому розповідається про розвиток подій, дій чи станів – це монолог-...*
 а) опис; в) міркування;
 б) розповідь; г) переконання.
- 10 *Мова екскурсовода повинна відповідати критеріям (Оберіть зайве):*
 а) ясності; в) точності;
 б) чіткості; г) емоційності.

Практичне заняття 7 ЕКСКУРСІЯ – ФОРМА МУЗЕЙНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

План

1. *Теоретичні основи музейної екскурсії.*
2. *Майстерність екскурсовода.*
3. *Комунікаційні аспекти музейних екскурсій.*
4. *Практичні рекомендації екскурсоводу щодо роботи з музейною аудиторією.*

Практичне завдання. Розробити технологічну карту екскурсії (на вибір студента) за зразком (Таблиця 7.1).

Методичні рекомендації. Технологічна карта екскурсії повинна максимально відображати реальну екскурсію. Робота над текстом дозволяє екскурсоводу чітко продумати матеріал для розповіді, відібрати найголовніше, намітити логічний хід викладання матеріалу, більш точно узагальнити його, сформулювати висновки. Працюючи над текстом, екскурсовод закріплює знання з теми, творчі знахідки.

На титульному аркуші вказується назва теми екскурсії; тривалість; вид екскурсії (пішохідна, автобусна, теплохідна, комбінована, музейна, виробнича); прізвище, ім'я, по батькові, посада, кваліфікація укладача технологічної карти; тематичний напрям екскурсії (в залежності від профілю музею: художній, історичний, мистецький, меморіальний тощо), дата написання та затвердження екскурсії.

Таблиця 7.1

ТЕХНОЛОГІЧНА КАРТА ЕКСКУРСІЇ

Назва екскурсії _____
 Тривалість _____
 На базі музейної експозиції _____
 Автор-розробник (прізвище, ім'я, по-батькові) _____
 Тематичний напрямок екскурсії _____

«__» _____ 202__ р.

_____ (підпис)

_____ (прізвище та ініціали)

<i>Етапи переміщення</i>	<i>Місце зупинки</i>	<i>Об'єкт показу</i>	<i>Тривалість огляду</i>	<i>Основний зміст інформації</i>	<i>Методичні вказівки</i>
1	2	3	4	5	6

У графі 1 зазначаються етапи переміщення музеєм.

У графі 2 вказується місце зупинки біля експонатів чи об'єктів екскурсії.

У графі 3 дають перелік експонатів, які демонструють групі на даній зупинці.

У графі 4 фіксується час, необхідний для розповіді.

У графі 5 подається план і розкривається основний зміст екскурсії. Матеріал викладається в тезисній формі і має відображати основні події та факти, які розкриваються на конкретних експонатах та об'єктах. Тут даються тези виступу, висновки, узагальнення та закінчення.

У графі «Методичні вказівки» визначається, як слід показати і пояснити матеріал, які методичні прийоми використовуються при демонстрації експонатів чи об'єктів, які документи, цифри, мемуари, художні тексти, ілюстрації, як зробити логічний перехід до наступного об'єкта, до наступної зупинки на маршруті екскурсії, як і коли використовувати технічні засоби.

У тематичній музейній екскурсії оглядають 2-3, рідше 4 зали й у кожному з них 40-50 експонатів, в оглядовій 10-12 залів, але тільки 5-10 експонатів. Маршрут у музеї не має тривалих пауз, оскільки насиченість експозиції матеріалом на «компактному» маршруті – одна з особливостей екскурсії в музеї.

Музейні екскурсії проводяться диференційовано, з обліком вікових, освітніх, професійних особливостей екскурсійних груп. Наприклад, з огляду на вік екскурсантів розробляються екскурсії різної тривалості: для школярів 4-5-х класів – 45-50 хв., для 8-11-х – до 1 год 30 хв, для дорослих – 2 год.

Завдання для самостійної роботи:

1. Майстерність екскурсовода: актуальні вимоги і виклики.
2. Інтерактивна екскурсія: методика підготовки та проведення.

Список рекомендованої літератури:

1. Вербицька П.В., Пасічник Р.Е. Музей як комунікативний та освітній простір: навч. посіб. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2017. С. 195–214.
2. Вітрик І.С. «Індивідуальні» екскурсії в музеї. *Музейна педагогіка – проблеми, сьогодення, перспективи*: матер. V наук-практ. конф. (Київ, 28–29 вересня 2017 р.) / Національний Києво-Печерський історико-культурний заповідник. Київ, 2017. С. 19–21.
3. Вступ до музеєзнавства і пам'яткознавства : навч. посіб. / за наук. ред. О.М. Гончарової, С.Ж. Пустовалова. Київ : Видавництво «Ліра-К», 2019. С. 155–164.
4. Гайдай О.М. Музеєзнавство: навч. посіб. Миколаїв: Видавництво ЧНУ ім. Петра Могили, 2021. С. 57–65.
5. Галасюк С.С., Нездоймінов С.Г. Організація туристичних подорожей та екскурсійної діяльності: навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2019. С. 89–95.
6. Гончарова О.М. Деякі особливості екскурсійної лекції в художніх музеях. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку*. Наукові записки Рівненського державного гуманітарного університету. Вип. 19. 2013. Т. 2. С. 263–268.
7. Лисакова І.В. Екскурсійно-художня програма як форма діяльності музею. *Музейна педагогіка – проблеми, сьогодення, перспективи*: матер. V наук-практ. конф. (Київ, 28–29 вересня 2017 р.) / Національний Києво-Печерський історико-культурний заповідник. Київ, 2017. С. 52–54.
8. Методичні рекомендації щодо створення інтерактивних екскурсій / уклад. С.П. Поплавська. Біла Церква, 2021. 12 с.
9. Нездоймінов С.Г. Організація екскурсійних послуг: навч.-метод. посіб. Одеса: Астропринт, 2011. С. 18–21.
10. Огієнко Д. Тематичні екскурсії до музею у професійній підготовці майбутніх педагогів. *Вісник Національного університету «Чернігівський колегіум» імені Т.Г. Шевченка*. 2024. Т. 182. № 26. С. 179–183.
11. Олійник В. Музейна справа як напрям екскурсійної діяльності. *Економіка та суспільство*. [Електронний журнал]. 2025. Вип. 73. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-73-134>
12. Олійник В.Д. Музеєзнавство та організація екскурсійної діяльності: навч. посіб. [Електронне видання]. Одеса, 2024. 141 с.
13. Організація екскурсійної діяльності: навч. посіб. / уклад. Л.А. Слатвінська. Умань: Візаві, 2022. 205 с.
14. Поколотна М.М. Організація екскурсійної діяльності: підруч. Харків: ХНХМГ ім. О.М. Бекетова, 2017. С. 32–42.
15. Пушкар І. Інтерактивна екскурсія як основа музейної комунікації в музеях закладів загальної середньої освіти. *Музейна педагогіка в науковій освіті*: зб. тез доп. уч. II Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Київ, 26 листопада

- 2020 р.) / за наук. ред. С. О. Довгого. Київ : Національний центр «Мала академія наук України», 2020. С. 73–77.
16. Рутинський М.Й., Стецюк О.В. Музеєзнавство: навч. посіб. Київ: Знання, 2008. С. 286–325.
 17. Савренко В. Практичне музеєзнавство: навч. посіб. Дніпро: Ліра, 2023. 116 с.
 18. Салата О.О. Основи музеєзнавства: навч.-метод.посіб. Вінниця: ТОВ «Нілан-ЛТД», 2015. С. 101–107.
 19. Торяник В.М., Хрідочкін А.В., Джинджоян В.В. Основи музеєзнавства: навч. посіб. Київ: Видавництво «Каравела», 2024. С. 109–148.
 20. Якубовський В.І. Музеєзнавство: навч.посіб. Кам'янець-Подільський: ПП Мошак М.І., 2012. С. 130–138.

Розділ 8

МУЗЕЙ ЯК ОСВІТНІЙ ПРОСТІР

1. *Основні поняття музейної педагогіки.*
2. *Музейна педагогіка і STEAM-освіта.*
3. *Культурно-освітня діяльність сучасного музею.*
4. *Форми культурно-освітньої роботи з відвідувачами музею.*

Основні поняття: музейна педагогіка, А. Ліхтварк, методи та прийоми музейної педагогіки, STEAM-освіта, напрямки культурно-освітньої роботи музеїв, форми культурно-освітньої роботи з відвідувачами.

1. Основні поняття музейної педагогіки

На початку XX ст. в Німеччині сформувалося поняття «музейна педагогіка», що використовувалось для позначення напряму музейної діяльності, зорієнтованого на роботу зі школярами. Осмислення музею як особливої освітньої інституції втілювалося в діяльності директора Гамбурзької картинної галереї *Альфреда Ліхтварка*, за ініціативою якого скликано конференцію «Музей як освітній і виховний заклад» (1903), де основною функцією музею проголошена освіта. Учений, описуючи метод «музейних діалогів», особливу роль відводив музейному працівникові (посереднику), який допомагає відвідувачу у спілкуванні з музейним середовищем і розвиває здатність бачити та сприймати музейну експозицію, згодом музеолог назвав «посередників» музейними педагогами.

На початку 1990-х років XX ст. окреслилися нові підходи у роботі з музейними відвідувачами:

- відвідувачів, як пасивних отримувачів інформації або об'єктів виховної дії, перетворити на рівноправних співрозмовників, співучасників;
- музей починають розглядати як засіб розвитку естетичного смаку та творчої уяви та формування ціннісного ставлення до історико-культурної спадщини;
- свої позиції завойовує нова концепція освітньої діяльності про музей як комунікаційну систему. Завдання музею полягають не лише у передаванні інформації про явище чи процес, а в тому, щоб звертатися до внутрішнього світу відвідувача, впливати на його чуттєво-емоційну сферу, діалогічного спілкування музею з аудиторією.

У зв'язку з новим розумінням суті взаємин музею та відвідувача впроваджується поняття «культурно-освітня діяльність», що передбачає набуття освіти в просторі культури. Поняття «освіта» тлумачиться широко та передбачає розвиток розуму й інтелекту людини, його духовних й особистісних якостей, ціннісних уявлень про світ. Теоретичну та методичну основу культурно-освітньої діяльності становить музейна педагогіка, що

створює нові методики й програми роботи з відвідувачами, вивчає вплив на них різних форм музейної комунікації. Сьогодні *музейна педагогіка* – це науково-суспільна спеціальна дисципліна, яка вивчає зміст і принципи, а також методи специфічного для музею процесу виховання та освіти яка аналізує потреби різних соціальних та вікових груп відвідувачів, вивчає особливості сприйняття ними експозиції і виробляє диференційовані методи роботи з ними, різні форми їх обслуговування на експозиційних матеріалах.

У зарубіжній музеєзнавчій літературі для окреслення форм роботи з відвідувачами вживають збірне поняття «музейна програма», що охоплює всі культурно-освітні заходи, які музей організовує як додаткову інтерпретацію фондової збірки. Завдання популяризації через програми полягає в тому, щоб зробити музей цікавим, захопливим, встановити та зміцнити зв'язки з публікою.

Схема 8.1

Відвідувач і музейна педагогіка



У методології музейної педагогіки, як способу пізнання сутності музейно-педагогічного процесу, виокремлено такі *методологічні підходи*: особистісний, діяльнісний, діалогічний, культурологічний, системний, середовищний, компетентісний. Зокрема, *компетенції* розглядаються як здатність особистості вирішувати складні реальні завдання – професійної і соціальної діяльності, самовизначення, світоглядні, комунікативні, особистісні.

Загальнокультурна компетентність у науково-педагогічній літературі розглядається як рівень освіченості, достатній для самоосвіти, самостійних і обґрунтованих суджень щодо явищ у різних сферах культури, діалогу з представниками інших культур.

У структурі загальнокультурної компетентності виокремлюють:

➤ *Когнітивний компонент* відповідає такій формі привласнення продуктів культури як вивчення та розуміння.

➤ *Ціннісно-орієнтаційний* компонент передбачає прилучення до культури шляхом передачі цінностей через переживання у процесі духовного спілкування. У даному випадку культура визначається як система виробництва духовних цінностей, специфічний спосіб мислення, реалізація вищих цінностей.

➤ *Комунікативно-діяльнісний* компонент відповідає операційно спрямованій поведінці й такому способу привласнення продуктів культури, як співтворчість, що закріплено у визначеннях культури як форми поведінки, способи людської діяльності, система збереження і передачі соціального досвіду.

Таблиця 8.1

Базові принципи організації музейного заходу відповідно до ідеї компетентнісного підходу

Принцип	Присвоєння знань та вмінь	Трансляція знань
Суть	Інтеграція сторонньої інформації до структур свідомості	Передача щойно здобутих знань іншим відвідувачам або виконання практичних завдань, створення певного готового продукту в процесі музейної комунікації
Очікування від педагога	Допомогти відвідувачу «пропустити через себе», усвідомити інформацію	Допомогти учневі скористатися знаннями і вміннями
Методи і прийоми музейної педагогіки	Націлені на розвиток мислення, усвідомлення смислів та самоусвідомлення: сократівська бесіда, дебати, ініціалізація, приклад, прийоми народної педагогіки.	Націлені на формування позитивної мотивації та дозволяють відвідувачу виконувати суб'єктивну роль під час музейної комунікації: моделювання ситуації успіху, гра, «занурення», театралізація, гумор, мистецькі прийоми тощо

У музеї розвиток загальнокультурної компетенції реалізується через використання специфічних можливостей та освітнього потенціалу самого закладу і теоретико-методологічних напрацювань музейної педагогіки, а саме активних методів навчання, музейних предметів і музейного середовища, образної мови експозиції, звернення до культурних еталонів.

М. Волчкова визначила освітній потенціал музейного середовища через такі характеристики:

➤ *предметно-емоційне збагачення* обумовлено тим, що музейні предмети доступні для сприйняття та використання у педагогічному процесі: їх легко показати, іноді маніпулювати ними для виникнення тактильного відчуття. Вони різноманітні за фізичними (розмір, форма, колір) та естетичними (краса, гармонійність) показниками, їм притаманна атрактивність (привабливість, унікальність, самоцінність) предметів-оригіналів;

➤ *емоційно-ціннісне збагачення* визначається наявністю у музейному середовищі предметів-оригіналів, яким притаманна історична, меморіальна, естетична, духовна і матеріальна цінність, яка значною мірою впливає на емоційно-чуттєву сферу людини, формування її ціннісного ставлення до дійсності;

➤ *знаково-символічна насиченість* характеризується багатозначністю знакових комплексів – предметних, архітектурних, духовних, здатна стимулювати творчу уяву та фантазію особистості.

Місія музею в освітній сфері являє собою діяльність, яка спрямована на збереження і передачу наступним поколінням культурного досвіду та гуманістичних традицій людства, формування ціннісних, моральних, світоглядних установок, виходячи із принципу толерантності до природного, етнічного, культурного і релігійного різноманіття світу, а також розвиток творчого потенціалу особистості.

2. Музейна педагогіка і STEAM-освіта

Освітній підхід «STEAM-освіта» – це сучасний освітній феномен, який поєднує природничі науки, технології та мистецтво і, за прогнозами фахівців, має стати основою шкільної освіти в майбутньому, оскільки може надати ширші можливості для всебічного розвитку дитини (**S** – science = природничі науки; **T** – technology = техніка, технології; **E** – engineering = інженерія; **A** – arts = мистецтво; **M** – mathematics = математика), скерованої на підтримку творчості та розвиток інноваційних навичок учнів. Ця освіта відображає стрімку еволюцію «суспільства знань», націленого у майбутнє, готового до появи нових професій, пов'язаних із різними технологіями і високотехнологічним виробництвом у взаємодії з природничими науками та мистецтвом як потужним чинником для розвитку креативного мислення (ІТ-фахівці й програмісти, інженери, професіонали у галузі високих технологій, фахівці біо- та нанотехнологій).

STEAM-освіта є унікальним явищем та цінною “знахідкою” для музейних педагогів, вчителів і викладачів, вихователів і методистів. Будь-яка навчальна програма або проєкт, побудований на її базі, передбачає широкий контекст навчання в музеї на основі міждисциплінарного підходу, якому притаманні прикладний характер та інтеграція в єдину дидактичну схему.

Такі проєкти загалом підходять для відвідувачів музеїв будь-якого віку, проте мають особливе значення для учнівської та студентської молоді. Вони можуть, наприклад, передбачати створення на експозиції спеціальних «робочих станцій», креативного ігрового простору, віртуальної реальності, що не лише покращує існуючу навчальну програму з математичних та природничих дисциплін, а й розкриває знання відвідувачів у високотехнологічних галузях навчання. У такому сенсі музейний простір вирізняється не лише зручністю та інтерактивністю, а, у першу чергу, багатофункціональністю, що уможливорює розташування тематичних експозицій з певної галузі знань (наприклад, хімія, фізика, робототехніка, космос тощо), наявності майданчиків для проведення майстер-класів та відеодемонстрацій, наукових театрів, лабіринтів, бібліотек.

Можливості практичного застосування здобутків STEAM-освіти у просторі музею, виходячи з її міждисциплінарних складових:

✓ у *сфері науки* ми можемо захопити увагу молодих відвідувачів практичними реальними прикладами дослідів з фізики, матеріалознавства, демонструючи, скажімо, ефекти гравітації, інерції, квантової механіки, оптики;

✓ у *сфері технологій* музейний простір може проілюструвати стрімкий розвиток високотехнологічних процесів, пов'язаних із робототехнікою, комунікацією, 3D-друком. Розташування таких діючих експонатів на експозиції привертає увагу своєю практичною зорієнтованістю та можливістю занурення у «світ майбутнього»;

✓ у *сфері інженерії* – це унікальна можливість самостійно сконструювати та включити у дію різні механізми й прилади, які мають практичне значення для розвитку промисловості, економії ресурсів, створення нових робочих місць, просування інноваційних технологій;

✓ у *сфері мистецтва* йдеться про естетизацію технічних процесів, коли вибір дизайну створює оптимальні умови для творчого розвитку певного навчального проєкту, а краса, простота, лаконічність, функціональність і зручність предметів привертають увагу відвідувачів, спрямовують їх на пошуки гармонії у навколишньому просторі;

✓ у *сфері математики* – це можливість бачити красу в програмуванні різних роботів, обчислювальних діях, співставленні геометричних фігур задля розвитку логічного мислення, покращення засвоєння навчальної інформації, швидкого прийняття креативних рішень.

STEAM-освіта сьогодні активно спрямована на вивчення науки в неформальному середовищі та застосовується в музейних комплексах зарубіжних країн, таких як Центр науки «Коперник» (Варшава), музей

«Блумфільд» (Єрусалим), науковий центр «Немо» (Амстердам), «Місто науки і техніки» (Париж), «Музей науки» (Осака), «Science gallery» (Дублін), «Космокайша» (Барселона), «Exploratorium» (Сан-Франциско), а також починає упроваджуватися в практиці вітчизняних музеїв (Музей популярної науки і техніки «Експериментаніум» (Київ), «Музей казок» (Київ), «Музей цікавої науки» (Одеса), «WOOM – музей наукових відкриттів» (Харків) тощо.

Одна з головних відмінностей STEAM-освіти полягає в особливій конструкції музейних навчальних занять, які передбачають зосередження уваги не навколо вчителя і музейного педагога, а на вирішенні практичного завдання або проблеми шляхом спроб і помилок, участі у проєктній діяльності для формування відповідних професійних компетенцій.

Методологічні засади цього освітнього напрямку співзвучні з ідеями видатного педагога ХХ ст. **Джона Дьюї**, які у контексті музейно-педагогічної діяльності можна звести до наступних позицій: активний контакт з предметами; загальносуспільний контекст; відкриття та експериментування; активне здобуття нових знань; задоволення від навчання; використання методу проєктів у музеях для дітей та молоді; співпраця, а не конкуренція.

Перебуваючи у просторі музею і працюючи над виконанням поставлених завдань, учні вчать не лише критично мислити й спостерігати, а, перш за все, набувають навичок опрацювання інформації (елементарний аналіз, узагальнення, висновки, порівняння), проведення практичних експериментів, конструювання різноманітних інтерактивних моделей та алгоритмів діяльності. Особливе значення для цього має створення ефективного навчального середовища, яке було б практичним, міждисциплінарним, колаборативним й давало можливість знаходити і культивувати внутрішню мотивацію до навчання.

3. Загальні характеристики культурно-освітньої діяльності сучасного музею

Культурно-освітня діяльність є важливим компонентом музейної комунікації та одним із провідних напрямів музейної роботи. Теоретичну основу культурно-освітньої діяльності становить музейна педагогіка. Поняття «культурно-освітня діяльність» ширше за поняття «музейна педагогіка», оскільки включає все, що стосується організації та проведення багатоаспектної роботи з різноманітною музейною аудиторією. Як соціо-культурний інститут музей завжди був орієнтований на контакти з публікою, але в різні епохи уявлення щодо освітнього призначення музею були пов'язані в першу чергу з особливостями розвитку соціуму в той чи інший період. Досвід розвитку освітньої діяльності музею в ХІХ і першій половині ХХ ст. умовно дозволяє виділити дві групи музеїв: *професійні музеї* – музеї технічного, природничого, етнографічного, історико-краєзнавчого та мистецтвознавчого профілів; *непрофесійні музеї* – педагогічні, шкільні та

дитячі, що займають чільне місце в системі освітніх та соціально-дозвіллевих закладів

Таблиця 8.2

Напрямки роботи з музейними відвідувачами

Напрямок роботи	Зміст	Форми втілення
<i>Інформування</i>	ознайомлення з музеєм, первинне отримання відомостей про музей, склад і зміст його колекції або окремі музейні предмети, про напрями наукової діяльності музею	традиційні форми (консультація, лекція), і новітні (спеціальний інформаційний центр з під'єднанням до Інтернету).
<i>Навчання</i>	засвоєння музейної інформації, що передбачає набуття вмінь і навичок під час музейної комунікації	музейні уроки, майстер-класи, гуртки.
<i>Творчість</i>	розкриття творчого потенціалу відвідувача, музей це місце натхнення, самоутвердження, виникнення нових ідей	студії, творчі лабораторії, фестивалі, майстер-класи, гуртки тощо.
<i>Спілкування</i>	встановлення взаємних ділових або дружніх контактів на основі загальних інтересів, пов'язаних з тематикою музею або змістом його колекцій	клуби, зустрічі тощо.
<i>Відпочинок</i>	організація вільного часу в просторі музею відповідно до бажань та очікувань музейної аудиторії	День відкритих дверей, Ніч у музеї, концерти тощо.

Освітню діяльність сучасного музею слід розглядати у наступних аспектах:

➤ *Пізнавальний* – специфіка пізнання в музейному середовищі полягає у тому, що людина осягає навколишній світ на основі оригіналів, які є відображенням змісту цього світу як за допомогою власного досвіду, так і наукових формул, моральних норм, художніх образів.

➤ *Творчий* – під творчістю розуміється та сукупність предметів психологічного дослідження, в якому ключовими елементами є: обдарованість, фантазія, вигадка, оригінальність, інтуїція, творча уява, натхнення тощо, яку можна розглядати як фактор життєдіяльності, що виконує стимулювальну та інтегративну функції в науковому дослідженні та

художньому процесі, а також у практичній діяльності людини. Особливе місце в цьому процесі займає художнє проєктування, конструювання та оформлення життєвого середовища (дизайн).

➤ *Соціальний* – музей є частиною середовища й активно бере участь у соціалізації людини, залучення до навколишнього світу та суспільства, що відбувається в його середовищі під час передачі чуттєвого досвіду, знань, умінь і цінностей від одного покоління до іншого.

4. Форми культурно-освітньої роботи з відвідувачами

Для дорослої аудиторії:

- *лекція* – послідовний виклад в усній формі теми або її розділу, пов'язаний з профілем музею або з використанням матеріалів музейного зібрання, одна з давніх і традиційних форм культурно-освітньої діяльності;
- *консультація* – надання інформації з питання, що цікавить відвідувача;
- *презентація, вечір пам'яті, концерт* пов'язані з особливими подіями в житті музею або присвячені визначним особистостям;
- *наукова конференція* – форма організації наукової діяльності, за якої дослідники представляють результати наукових пошуків та обговорюють питання, присвячені музейній колекції, історії музейної справи, теоретичним питанням музеєзнавства;
- *кологвіум* – наукові збори, на яких заслуховують й обговорюють доповіді з різних проблемних питань;
- *тренінг* – на відміну від наукових кологвіумів, передбачають виконання практичних вправ, індивідуальну роботу та роботу в малих групах;
- *воркшоп* – навчальний захід (нарівні з семінарами, курсами, майстернями), на якому учасники отримують знання самостійно. Дослівний переклад терміна – «робоча майстерня». Основні відмінності воркшопу від заходів іншого типу – висока інтенсивність групової взаємодії, активність і самостійність учасників, життєвий досвід та особисте переживання.

Для дитячої аудиторії:

- *квест* – аматорське спортивно-інтелектуальне змагання, основою якого є послідовне виконання заздалегідь підготовлених завдань командами або окремими гравцями;
- *майстер-клас* – урок майстра, експерта, під час якого поєднується коротка теоретична частина з індивідуальною роботою, спрямованою на придбання і закріплення практичних знань і навичок;
- *музейний урок* – колективне поглиблене вивчення шкільного матеріалу, що не передбачає перевірку його засвоєння;
- *гурток при музеї* – об'єднання людей за інтересами з метою поглиблення та розширення знань, набуття вмінь, пов'язаних з профілем музею (художній, технічний, краєзнавчий, літературний, військово-історичний тощо);

➤ *студія при музеї* – спрямовує діяльність на естетичний розвиток дітей та дорослих, розкритті їхніх схильностей до художньої творчості;

➤ *творча або наукова лабораторія* в музеї передбачає проведення під керівництвом наукового співробітника експериментальної наукової діяльності у поєднанні з творчою практикою.

Музеї організовують також *конкурси, олімпіади, вікторини* з метою залучити максимальну кількість учасників до ознайомлення з музейними колекціями та музейною роботою, стимулювати їхнє прагнення до набуття знань та вміння самостійно мислити.

Музей є місцем не лише навчання та отримання нових знань, але й місцем *відпочинку, позитивних емоцій і натхнення*. Для задоволення цієї рекреаційної потреби відвідувачів музеї використовують такі культурно-освітні форми:

➤ *театралізована екскурсія* – форма роботи музею із відвідувачем, її проводять співробітники музею, одягнені в костюми певної епохи, використовуючи розмовну та поведінкову стилістику часу;

➤ *Міжнародна акція «Ніч музеїв»* історично пов'язана із Міжнародним днем музеїв (18 травня). Основна мета акції – показати ресурс, можливості, потенціал сучасних музеїв, залучити до музеїв молодь;

➤ *День відкритих дверей* – проводиться музеями відповідно до певного графіку. На час його проведення відвідування є безкоштовним, а працівники демонструють відвідувачам розширену експозицію та в атрактивній формі ознайомлюють із незнайомими широкому загалу аспектами роботи установи;

➤ *ярмарок* – проводиться на прилеглих до музею територіях та/або частково у найпросторіших його приміщеннях. Найчастіше спрямований на продаж естетично якісних предметів ручного виготовлення, частина коштів від якого нараховується на користь музею;

➤ *карнавал* – тематичний захід, приурочений до конкретної події (може бути частиною музейного фестивалю);

➤ *бал* – проводиться відповідно до певної теми або може бути сезонним атрактивним заходом (також може бути частиною програми музейного фестивалю);

➤ *фестиваль* – урочиста дія в музеї з широким колом учасників, яка супроводжується показом і оглядом різних видів мистецтва або робіт, виконаних учасниками студій, гуртків, ансамблів, інших творчих груп і організацій;

➤ *вечорниці* – театралізована форма, учасники якої збираються для спілкування, розваги у поєднанні з якою-небудь спільною прикладною діяльністю (в'язання, вишивання, плетіння тощо).

Питання для самоконтролю:

1. Охарактеризуйте спеціальні музейні програми для дорослої аудиторії.
2. Опишіть особливості музейних програм для сімей з дітьми.
3. Визначіть форми роботи з відвідувачами музею, які найбільше відповідають напряду культурно-освітньої діяльності – навчання.
4. Чому музейні програми, які відбуваються у вечірній чи нічний час, є цікавішими, ніж ті, що відбуваються впродовж робочого дня?
5. Охарактеризуйте особливості музейного фестивалю.

Тестові завдання:

- 1 ***Який термін (збірне поняття) вживають у зарубіжній музеєзнавчій літературі для окреслення форм роботи з відвідувачами:***

а) освітні заходи;	в) педагогічна програми;
б) музейна програма;	г) дозвілєво-культурні заходи.
- 2 ***Назвіть напрями культурно-освітньої діяльності музею, що мають на меті встановлення взаємних ділових або дружніх контактів на основі загальних інтересів, пов'язаних з тематикою музею:***

а) інформування, навчання;	в) спілкування, відпочинок;
б) розвиток творчих засад, відпочинок;	г) презентації, круглі столи, виставки.
- 3 ***Музейний працівник надає інформацію з питання, що цікавить відвідувача:***

а) тренінг;	в) консультація;
б) студія;	г) екскурсія.
- 4 ***Аматорське спортивно-інтелектуальне змагання, основою якого є послідовне виконання заздалегідь підготовлених завдань командами або окремими гравцями – це:***

а) майстер-клас;	в) квест;
б) лекція;	г) лото-гра.
- 5 ***У музеях якого профілю найчастіше відбуваються фестивалі ремесел, фольклорні свята, вечорниці:***

а) природничого;	в) музичного;
б) етнографічного;	г) художнього.
- 6 ***Якій цільовій групі адресована програма «Вихідні в музеї»:***

а) сім'ї з дітьми;	в) внутрішній турист;
б) іноземний турист;	г) індивідуальний відвідувач.
- 7 ***Методи та прийоми музейної педагогіки націлені на усвідомлення смислів та самоусвідомлення (оберіть зайве):***

а) метод дебатів;	в) сократівська бесіда;
б) метод прикладу;	г) «занурення».

- 8 *Проводиться відповідно до певної теми або може бути сезонним атрактивним заходом (також може бути частиною програми музейного фестивалю):*
- | | |
|--------------|---------------|
| а) бал; | в) фестиваль; |
| б) карнавал; | г) вечорниці. |
- 9 *Освітню діяльність сучасного музею слід розглядати в трьох аспектах (Оберіть зайве):*
- | | |
|-------------------|-----------------|
| а) пізнавальному; | в) соціальному; |
| б) творчому; | г) виховному. |
- 10 *Осмилення музею як особливої освітньої інституції втілюється в діяльності:*
- | | |
|------------------|-------------------|
| а) А. Ліхтварка; | в) М. Волочкової; |
| б) Д. Камерона; | г) Ф. Вайдахера. |

Практичне заняття 8 ОСВІТНЯ ДІЯЛЬНІСТЬ МУЗЕЮ: ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА

План

1. *Теорії навчання:*
 - ✓ *Теорія множинних розумових здібностей Говарда Гарднера;*
 - ✓ *Теорія конструктивістського навчання Джорджа Гейна;*
 - ✓ *Теорії стилів навчання Девіда Колба і Берніса Маккарті;*
 - ✓ *«Піраміди» Маслоу і Бейлза.*
2. *Освітні програми в музеї.*
3. *Форми культурно-освітньої роботи з відвідувачами.*
4. *Методи і прийоми музейної педагогіки*

Практичне завдання:

1. Визначити власні домінантні здібності відповідно до характеристики типів Девіда Колба.
2. Описати методіку втілення одного із стилів навчання автора в експозицію відомого Вам музею.

Методичні рекомендації. Як метод Д. Колба можна застосувати у музеї описано в книзі нідерландських авторів *Е. Гохстрат і А. Гейн «Теорія навчання Девіда Колба в музеї: Мрійник, Мислитель, Прагматик, Діяч»* (Гохстрат, 2015). Автори книги адаптували складну теорію Колба до рівня щоденної музейної практики та додали практичні поради музейним працівникам, реставраторам і педагогам щодо розроблення експозицій та програм з урахуванням різних стилів навчання і вподобань.

Нижче подані практичні поради, як враховувати різні навчальні стилі під час побудови експозицій та укладання навчальних програм. Після загального

опису стилю навчання дається пояснення, який спосіб передачі інформації найкраще підходить кожній конкретній групі, а також, у якій музейній атмосфері вони навчаються найкраще.

МРІЙНИК

Характеристика типу. Уважно спостерігає за тим як інші вирішують проблеми. Перед тим як розпочати роботу він уважно придивляється. Мрійник легко уявляє різні ситуації та дивиться на проблему з різних ракурсів. Найкраще навчається якщо має час на роздуми: він спочатку аналізує, потім діє. Часто невпевнений у собі, повільно приймає рішення. Він обережний і не схильний до ризику. Завдяки своїй уяві та фантазії швидко знаходить зв'язок між різними ситуаціями. Любить творити та аналізувати однак потребує для цього час та місце.

Поради щодо змісту інформації та форми подання:

- ✓ інформація має відповідати на питання «**чому так, чому ні?**»: це збуджує уяву й інформація набуває особистого значення;
- ✓ пропонувати якнайбільше поглядів, надаючи додаткову інформацію з різних джерел, зокрема текстів, зображень та звукозапису;
- ✓ подавати суб'єктивні погляди, наприклад за допомогою авторських текстів, які розвивають поетичні почуття та уяву;
- ✓ доповнювати інформацію особистими історіями, що підсилюють зацікавленість через особистісні та міжособистісні аспекти;
- ✓ створювати атмосферу образності;
- ✓ презентацію скеровувати на отримання досвіду через різні органи чуття: зір, слух, нюх, смак і дотик;
- ✓ використовувати презентацію, що збуджує уяву та впливає на почуття;
- ✓ звертати увагу на кольори і текстуру матеріалу.

ДІЯЧ

Характеристика типу: хоче експериментувати та здобувати досвід. Якщо щось розпочинає, то хоче бачити результат, брати участь у всьому і бути частиною групи, йому подобається співпраця з іншими. Швидко береться за справи і намагається залучити інших. Він легко адаптується до нових ситуацій і несподіваних обставин. Часто сам шукає нових навчальних ситуацій, часом невиправдано ризикує. Любить швидкий результат, тому часом втрачає терпеч і діє необдуманно. Не завжди відрізняє важливі справи від другорядних.

Поради щодо змісту інформації та форми подання:

- ✓ інформація має відповідати на запитання: «**Що би могло відбутися, якби...?**», що збуджує фантазію;
- ✓ використовувати короткі тексти, які містять захопливу інформацію й описують реальні життєві проблеми, де люди відіграють головну роль;

- ✓ використовувати різноманітні способи подання інформації: тексти, зображення, аудіо- та відеозаписи, комп'ютерні технології;
- ✓ створити атмосферу образів;
- ✓ будувати презентації на акціях і сенсаціях;
- ✓ використовувати презентації близькі до інтуїтивного сприйняття;
- ✓ спосіб презентації має забезпечити змогу отримати новий досвід.

ПРАГМАТИК

Характеристика типу. Люди цього типу люблять приймати рішення. Вони ставлять завдання й успішно їх виконують. Таких людей більше цікавить практичне вирішення проблеми ніж теорія. Почувається впевнено коли перед ним готовий план дій, маршрут навчання, за яким він крок за кроком досягає результату, однак губиться коли раптово з'являються труднощі. Прагматик більше зосереджений на виконання завдань аніж на людях. Втрачає терпець, коли забагато говорять.

Поради щодо змісту інформації та форми подання:

- ✓ інформація має відповідати на питання: **«Як це працює?»**, містити технічні, практичні, актуальні знання які можна легко застосувати;
- ✓ екскурсовод повинен використовувати додаткову інформацію і давати завдання які допомагають розкрити досвід і знання відвідувача;
- ✓ схеми та моделі мають унаочнювати інформацію і підсилювати її практичне значення;
- ✓ екскурсовод повинен презентувати однозначні ситуації, пропонувати однозначну інформацію;
- ✓ інформацію представляти так, щоб відвідувач зміг зосередитись на специфічних проблемах;
- ✓ створювати атмосферу образності;
- ✓ дбати про ефективне, доцільне і функціональне середовище, зрозумілу структуру експозицій.

МИСЛИТЕЛЬ

Характеристика типу. Любить ставити аналітичні запитання. Уважно спостерігає за тим, що відбувається і намагається формулювати загальні принципи. Сильний бік – логічне мислення, аналіз. Здебільшого дуже пунктуальний і ретельно виконує роботу, однак також прагне мати можливість для творчого опрацювання своїх ідей. Найкраще навчається за допомогою підручників і конкретних пояснень, викладених зрозуміло та логічно. Він дуже рідко просить допомоги в інших. Інколи його ідеї надто теоретичні, їх складно втілити на практиці.

Поради щодо змісту інформації та форми подання:

- ✓ інформація має відповідати на питання **«що це?»** для концептуального розуміння предмета;
- ✓ інформація містить факти й терміни, що передають контекст презентації;

- ✓ інформація містить погляди та оцінки експертів, що забезпечує високий інтелектуальний рівень;
- ✓ наявність додаткової та поглибленої абстрактної й наукової інформації;
- ✓ виявлення взаємозв'язку між об'єктами та частинами виставок, який забезпечує відвідувачеві краще розуміння їхньої структури і змісту;
- ✓ створення атмосфери образності;
- ✓ оформлення презентації, що підкреслює розвиток теми;
- ✓ презентація з логічними взаємозв'язками, які можна виявити;
- ✓ увага до відчуття краси, логіки та довершеності.

Схема 8.1

Цикл навчання Д. Колба (за І. Удовиченко)



Завдання для самостійної роботи:

1. Воркшоп – сучасна форма підвищення професійної майстерності музейних працівників.
2. Сучасні форми культурно-освітньої діяльності музею для молодіжної аудиторії.

Список рекомендованої літератури:

1. Аліксійчук О. Музейна педагогіка як засіб опанування школярами курсу «Мистецтво». *Педагогічний вісник Поділля*. 2021. № 4. С. 12–15.
2. Беззуб Ю.В. Формування соціальної та громадянської компетентностей учнів засобами музейної педагогіки. *Музейна педагогіка – проблеми, сьогодення, перспективи*: матер. V наук-практ. конф. (Київ, 28–29 вересня 2017 р.) / Національний Києво-Печерський історико-культурний заповідник. Київ, 2017. С. 10–12.

3. Васютіна Т. Дидактичні можливості музейної педагогіки та віртуальних екскурсій у навчанні молодших школярів. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2020. Вип. 29. Т. 1. С. 236–242.
4. Вербицька П.В., Пасічник Р.Е. Музей як комунікативний та освітній простір: навч. посіб. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2017. С. 153–182.
5. Вступ до музеєзнавства і пам'яткознавства : навч. посіб. / за наук.ред. О.М. Гончарової, С.Ж. Пустовалова. Київ : Видавництво «Ліра-К», 2019. С. 165–177.
6. Гончарова О.М. Деякі особливості екскурсійної лекції в художніх музеях. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку*. Наукові записки Рівненського державного гуманітарного університету. Вип. 19. 2013. Т. 2. С. 263–268.
7. Гохстрат Е., Гейн А. Теорія навчання Девіда Колба в музеї. Київ: Музейний простір, 2015. 96 с.
8. Караманов О. Дидактичні засоби музейної педагогіки як елемент формування нового освітнього простору. *Освіта та педагогічна наука*. 2021. № 1 (176). С. 3–11.
9. Караманов О. Роль музейної педагогіки в процесі соціалізації особистості. *Вісник Львівського університету*. Серія: педагогічна. 2007. Вип. 22. С. 58–64.
10. Караманов О., Сурмач О., Шукалович А. Музейна педагогіка в системі підготовки бакалаврів: можливості педагогічного коледжу. *Український педагогічний журнал*. 2020. № 1. С. 100–107.
11. Караманов О.В. Взаємодія музею і школи у контексті демократичних освітніх перетворень (досвід України і Польщі). *Шлях освіти*. 2009. № 2. С. 19–23.
12. Караманов О.В. Музейна педагогіка в контексті багатокультурного освітнього середовища в Україні. *Шлях освіти*. 2012. № 2. С. 8–11.
13. Караманов О.В. Музейна педагогіка в навчально-виховному процесі загальноосвітньої школи. *Освіта та педагогічна наука*. 2012. № 3. С. 5–12.
14. Караманов О.В. Музейна педагогіка і STEAM-освіта: нові можливості для інновацій. *Музейна педагогіка – проблеми, сьогодення, перспективи*: матер. V наук-практ. конф. (Київ, 28–29 вересня 2017 р.) / Національний Києво-Печерський історико-культурний заповідник. Київ, 2017. С. 43–45.
15. Караманов О.В. Музей-школа-університет: особливості педагогічної взаємодії в сучасному «суспільстві знань». *Освіта та педагогічна наука*. 2013. № 4. С. 44–50.
16. Маньковська Р. «... Де минуле не розходиться з майбутнім» (До розмови про музейну педагогіку). *Краєзнавство*. 2012. № 1. С. 119–121.
17. Маньковська Р. Музейно-освітній простір України: структура та інновації. *Музейна педагогіка в науковій освіті*: зб. тез доп. уч. II Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Київ, 26 листопада 2020 р.) / за наук. ред. С. О. Довгого. Київ: Національний центр «Мала академія наук України», 2020. С. 150–154.

18. Маньковська Р. Сучасні музейні комунікації та перспективи їх розвитку. *Краєзнавство*. 2013. № 3. С. 75–84.
19. Музейна педагогіка в науковій освіті: збірник матеріалів доповідей учасників Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 19 грудня 2024 р. / за наук. ред. С.О. Довгого. Київ: Національний центр «Мала академія наук України», 2025. 388 с.
20. Невмержицька О. Музейна педагогіка: до визначення поняття. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2023. Вип. 67. Т. 1. С. 381–386.
21. Олексін Ю.П., Якубовська С.С. Використання музейної педагогіки в підготовці вчителів суспільствознавчих дисциплін. *Journal «ScienceRice: Pedagogical Education»*. 2024. № 1 (58). С. 62–65.
22. Паур І.В. Музей історії університету як освітній простір. Проблеми дидактики історії : зб. наук. праць Кам'янець-Подільський : Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка, 2021. Вип. 11. С. 177–182.
23. Поліхун Н., Сліпухіна І., Рудик Г. Програма STEAM освіти в музеї світового мистецтва. *Музейна педагогіка в науковій освіті*: зб. тез доп. уч. II Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Київ, 26 листопада 2020 р.) / за наук. ред. С. О. Довгого. Київ : Національний центр «Мала академія наук України», 2020. С. 65–68.
24. Приборна Н., Приборна А., Жукова Д. Музейна педагогіка у контексті STEAM-освіти. *STEAM-освіта: від теорії до практики*: матер. круглого столу (Київ, 24 березня 2023 року). Київ: Інститут обдарованої дитини НАПН України, 2023. С. 120–126.
25. Реалізація STEM-підходу в освітньому середовищі інтерактивного музею науки: методичні рекомендації / І.А. Сліпухіна, Я.В. Савченко. Київ: Інститут обдарованої дитини НАПН України, 2023. 44 с.
26. Удовиченко І.В. Компетентнісний підхід у музейній педагогіці. *Музейна педагогіка – проблеми, сьогодення, перспективи*: матер. V наук.-практ. конф. (Київ, 28–29 вересня 2017 р.) / Національний Києво-Печерський історико-культурний заповідник. Київ, 2017. С. 111–114.
27. Удовиченко І.В. Музейна педагогіка: теорія і практика: наук.-метод. посіб. Київ: Логос, Національний музей історії України, 2017. 72 с.
28. Філіпчук Н. Становлення музейної педагогіки в Західній Україні. *Мистецька освіта: зміст, технології, менеджмент*. Серія: Педагогічні науки. 2019. № 14. С. 29–49.
29. Філіпчук Н.О. Виховання особистості засобами музейної педагогіки. *Музейна педагогіка – проблеми, сьогодення, перспективи*: матер. V наук.-практ. конф. (Київ, 28–29 вересня 2017 р.) / Національний Києво-Печерський історико-культурний заповідник. Київ, 2017. С. 115–116.
30. Філіпчук Н.О. Музейна педагогіка і виховання нації. *Молодий вчений*. 2018. № 3 (55). С. 137–142.
31. Філіпчук Н.О. Становлення і розвиток педагогічно-просвітницької діяльності музеїв України (кінець XIX – початок XXI століття): дис. ...

- докт. пед. наук: 13.00.01 / Інститут педагогічної освіти дорослих імені Івана Зязюна НАПН України. Київ, 2020. 765 с.
32. Червінська І. Музейна педагогіка як інструмент взаємодії закладів освіти і музеїв у сучасному соціокультурному просторі. *Освітні обрії*. 2019. Т. 49. № 2. С. 16–21.
33. Paur I. Educational Activities in the Museum Space of Universities: European Experience and Ukrainian Practice. Proceedings of the scientific and pedagogical internship (Juli 1 – August 11, 2024). Riga, the Republic of Latvia, Pp. 56–61.

Розділ 9

ІННОВАЦІЇ ТА ІНТЕРАКТИВНІСТЬ У СУЧАСНОМУ МУЗЕЙНОМУ ПРОСТОРІ

План

1. *Інноваційні технології в сучасному музейному просторі.*
2. *Інтерактивні експозиції.*
3. *Інтерактивні форми роботи з музейною аудиторією.*
4. *Основні принципи музейного маркетингу.*

Основні поняття: музеологія, музей, інновації, мультимедійні комп'ютерні системи, інтерактивність, інтерактивна експозиція, музейний маркетинг.

1. Інноваційні технології в сучасному музейному просторі

У сучасній практиці музейної справи доволі часто використовуються поняття «інновації» та «інтерактивність», що охоплюють доволі широкий контекст і відмінні між собою галузі музейної роботи:

- використання мультимедійних технологій та аудіовізуальних засобів у 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 і творчих підходів у науково-освітній діяльності музею, музейному маркетингу тощо.

У *широкому розумінні* поняття музейних інновацій стосується структурних змін у музеї відповідно до плину часу й переосмислення в музейному середовищі місця та ролі музейних інституцій у системі національних, суспільних і культурних взаємин. У *вузькому значенні* музейні інновації – це використання мультимедійних технологій в експозиційному просторі музею з метою підсилення інформативності, комунікативності та атрактивності музейної експозиції, а також використання комп'ютерного програмування з метою вдосконалення обліку та використання музейних фондів.

Поняття музейних «інновацій» у широкому розумінні становлять 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.

Яскравим прикладом подібного інноваційного музейного розвитку стала поява та становлення у середині 1980-х рр. нової музеології. Еволюція поглядів на суспільне призначення музею привела до виникнення нової музейної ідеології – системи уявлень про музей як соціокультурний інститут, здатний виконувати більш активну перетворювальну роль у суспільстві. У результаті суттєвій ревізії були піддані традиційні уявлення про музей. Музей почали сприймати не як сховище музейних предметів і науково-дослідний центр, а перш за все – як інструмент соціальних і культурних перетворень, установу, що слугує конкретним міським та сільським громадам. Такий музей дає своїм відвідувачам змогу не просто отримувати певні абстрактні знання або естетичні враження, а відчувати причетність до історії та самотності своєї власної громади.

«Нова музеологія – набагато більше, аніж рух, покликаний сприяти постійним пошукам нового у музейній справі. Вона мобілізує прихильників радикального перегляду цілей музеології та виступає за глибокі зміни психології та поглядів музейних працівників» – писав у 1985 р. президент Асоціації екомузеїв Квебеку *П'єр Мейран*.

У Квебецькій декларації (1984) відображено основні принципи нової музеології та йшлося, зокрема, про те, що у сучасному світі, який прагне використовувати для свого розвитку всі засоби, музеї повинні вийти за межі традиційних завдань і функцій: ідентифікації, консервації й просвітництва – і перейти до виконання більш широких програм, які дають їм змогу активніше брати участь у житті суспільства й повніше інтегруватися в навколишнє середовище. Аби досягти цього й залучити відвідувачів у свою діяльність, музеї повинні частіше звертатися до принципу міждисциплінарності, до застосування в культурнопросвітницькій діяльності новітніх методів комунікації та сучасних форм роботи з населенням.

Таким чином, інноваційний аспект нової музеології полягав у пріоритетності соціальної місії музеїв над їхніми традиційними функціями (забезпечення належних умов зберігання й експонування колекцій, обслуговування відвідувачів тощо).

Поняття «інновацій» у їх вузькому значенні можна звести до використання інтернет-ресурсів, аудіовізуальних, мультимедійних засобів у експозиційній та фондовій роботі музею. Так, у 2015 р. багато музеїв запустили нову технологію *Beacon* яка допомагає орієнтуватися у великих галереях. Додаток отримує інформацію про те, де ви знаходитесь і, як цифровий екскурсовод, відправляє вам корисну інформацію про автора і його роботи, враховуючи аудіо-, відеоматеріали, статті та огляди. За допомогою *Beacon* можна відправляти картинки та фотографії друзям, через СМС або електронну пошту, опубліковувати в Фейсбуці або Твіттері.

Загалом **цифрові технології** в експозиційному просторі музею використовують у двох взаємопов'язаних аспектах: як *технічну апаратуру та як експонати й музейні предмети*.

У першому випадку інноваційний потенціал технічної апаратури слугує для розкриття сценарію експозиції, а цифрове обладнання виконує допоміжну роль (цифрові етикетки, інформаційні кіоски, звукові ефекти та ін.). У другому випадку цифровому обладнанню або цифровому твору відводиться центральна роль. У цьому контексті мультимедіа в музеї стають самостійним об'єктом мистецтва. Спеціально створені аудіо-, відео- і мультимедійні програми, технічні можливості яких дають змогу відчувати себе в “іншій” реальності, набувають ваги перед відвідувачами поруч із традиційними музейними експонатами.

Мультимедійні комп'ютерні системи можна розглядати, як сучасний рівень подачі інформації відвідувачу. Вони забезпечують швидкий і зручний пошук інформації, можливість одночасної подачі різних типів інформації, показ матеріалів, що ніколи не експонувались. Нові технології, забезпечують «занурення» відвідувача в ідею виставки, пояснюють концепцію експозиції, сприяють знайомству відвідувача не лише із колекціями одного музейного закладу, а й з матеріалами, що зберігаються в інших музеях.

Віртуальні галереї, виставкові зали стали альтернативою для митців, оскільки такі способи ознайомлення глядачів з власною творчістю значно розширюють кордони, зокрема коло глядацької аудиторії.

Розробка комп'ютерної графіки і технологій віртуальної реальності дають можливість музеям викликати певні відчуття у відвідувача. Ці емоції включають високу ступінь взаємодії експонатів і відвідувача, вони є тими зачіпками, котрі підвищують глядацький інтерес і «занурюють» відвідувача в експозицію.

У музеях широко використовується сучасна технологія – *голографія*, об'ємне зображення предметів на фотопластинці (голограмі) за допомогою випромінювання лазера, внаслідок чого відвідувачі можуть ознайомитись з об'ємними зображеннями експонатів, які знаходяться в інших музейних колекціях, створюються виставки голографічних зображень. Значно збагатило комунікаційні можливості музею прийняття інноваційних рішень, застосування *3D-технологій*. Впровадження у музейній галузі інтерактивних проєкцій, 3D-зображень, 3D-сканувань дає можливість відтворити пам'ятку, місце її знаходження, ознайомити відвідувачів музею з соборами, храмами, іншими історичними будівлями, які були пошкоджені чи зруйновані. Інтерактивна проєкція 3D-зображення людини в натуральну величину також стає популярною в музейному просторі.

У *художніх музеях* увага відвідувача повністю зосереджена на предметі, головне, що може знадобитися відвідувачеві (за відсутності екскурсовода) – це додаткова інформація про експонат. Ця інформація може надаватись у вигляді мобільних додатків, або комфортних автоматизованих робочих місць, які містять у наочній формі всю передбачену працівниками музею інформацію про експозицію – для зацікавленого відвідувача, а також більш ігровий пізнавальний контент – для дитячої аудиторії.

Залежно від специфіки музею та яку аудиторію розрахована та чи інша виставка доречно використання видів мультимедійного обладнання. У науково-технічних, пізнавальних музеях, у музейно-інформаційних центрах, використання інтерактивних інсталяцій безпосередньо в експозиції, може бути доречним і захоплюючим для відвідувачів. У музеях, де експонуються твори мистецтва, особливо сучасні, дуже часто автори проєктів використовують відео проєкції, інсталяції, тим чи іншим чином залучають глядача до самого мистецтва.

Музей сьогодні – це простір для творчості та експериментів, який вимагає втілення найсміливіших дизайнерських проєктів та ідей, реалізувати які допомагають інноваційні можливості ексклюзивного мультимедійного устаткування.

Інновації в науково-фондовій музейній роботі – це насамперед оцифрування музейних предметів та створення відповідного програмного забезпечення (стандартів) для обліку музейних фондів. Найвідомішими сьогодні музейними стандартами є:

➤ **CDWA** (*Категорії для творів мистецтва*). Описує інформаційні ресурси баз даних із образотворчого мистецтва, пропонує концептуальний підхід до опису та доступу до творів мистецтва й зображень. Пропонує термінологію, що допомагає поєднати інформацію з різних систем і зробити її доступнішою.

➤ **MIDAS** (*Керівництво та Стандарт даних для інвентаризації пам'ятників*). MIDAS пропонує загальний формат інвентарних описів монументів, а також містить набір «інформаційних схем», які передбачають логічне групування фактів, сукупність яких утворює інформацію, достатню для створення запису про конкретний об'єкт в інвентарному описі MIDAS. Кожна схема охоплює низку «одиниць інформації», що містять основні факти. Словник MIDAS визначає кожну одиницю інформації. Використовується в англійських музеях для збереження електронних записів про археологічні ресурси.

➤ **SPECTRUM** (*Стандарт музейної документації Об'єднаного Королівства*). Цей стандарт для музейної документації та управління колекціями заснований на 21 процедурі, типових для музею, та понятті «одиниця інформації» – даних, необхідних для реалізації кожної процедури.

➤ **LIDO** (*Полегшений стандарт інформації для опису об'єктів*). Виробник: Міжнародний комітет музейної документації CIDOC. Сила LIDO полягає у його здатності підтримувати повний спектр описової інформації про музейні об'єкти. Його можна використати для всіх видів об'єктів, наприклад, мистецтво, архітектура, історія культури, історія техніки, природнича історія.

2. Інтерактивні експозиції

Розвиток технологій сприяв виникненню нових підходів до організації предметно-експозиційного середовища музею. Цифрові технології, що функціонують на основі аналізу даних, мають покликання розширити можливості людства та створити нові моделі та інструменти взаємодії. Застосування цифрових технологій в експозиційній практиці (Схема 9.1) здійснюється в кількох напрямках: *технічне забезпечення або апаратне забезпечення* (інтерактивні столи, екрани, мультимедійні дошки, електронні етикетки, аудіогіди); *створення цифрових об'єктів* (3D моделі предметів, цифрові об'єкти тощо); *формування окремих віртуальних експозиційних просторів*.

Схема 9.1



Найпопулярніші мультимедійні засоби комунікації:

➤ *інтерактивні столи або інтерактивні комплекси* здійснюють свою діяльність на базі спеціального програмного забезпечення, що розроблене з урахуванням інформаційних потреб відвідувачів галерей, музеїв, виставок. Вони дозволяють: розмістити інформацію про експонати, яскраві фото і презентації, доповнюючи їх описом; проводити анкетування та опитування; збирати відгуки відвідувачів про ті чи інші предмети; анонсувати нові події та заходи, розширювати музейну аудиторію. Інтерактивні столи зазвичай мають багатомовний інтерфейс, що дозволяє подавати інформацію кількома мовами. Наприклад, «у Музеї банку Кореї на мультимедійних столах можна пограти в ігри, що стосуються різних аспектів фінансової грамотності: планування власного бюджету, збільшення чи зменшення облікової ставки».

➤ *інформаційні кіоски* – своєрідні «інтерактивні консультанти» з широкими функціональними ресурсами та можливостями. В їх основу

покладено програмне забезпечення або довідково-інтерактивну систему. Інформаційні кіоски являють собою пошукові системи із відомостями про експонати та експозиції. Також вони містять інформацію про систему навігації виставковими залами. Дозволять розмістити рекламу і залучити потенційних партнерів чи спонсорів. У добу активного використання смартфонів та персональних комп'ютерів відвідувач звикає до миттєвого отримання інформації та швидкого задоволення інформаційних послуг. Використання інформаційних кіосків та мультимедійних технологій вирішує проблему «інформаційної самотності» відвідувача при перегляді класичної експозиції.

➤ **мультимедійні дисплеї** являють собою широкоформатні екрани, які ідеально підходять для створення інтерактивного простору. Мультисенсорність екрану дозволяє доторкатися до зображення, прокручувати його, міняти масштаб. Технологія Multi-Touch значно розширює технології роботи з наповненням та контентом, дозволяє працювати у додатку одночасно кільком відвідувачам. Для прикладу, «у Музеї грошей Банку Португалії одна з мультимедійних стін «запрошує» зіграти в інтерактивну гру: використовуючи свій квиток, відвідувачі ловлять віртуальні монети на екрані. Крім цього, зробивши своє фото, на одному із мультимедійних екранів можна сконструювати монету із власним зображенням»

Сьогодні існує безліч музеїв, які не мають фізичного приміщення і наповнення. Завдяки цифровим технологіям вони існують онлайн. Їх експозиції, експонати та виставки представлені у вільному доступі у мережі Інтернет. Серед них:

– **Універсальний музей мистецтв (UMA)** – музей у мережі Інтернет, який розпочав свою роботу у 2017 р. Він здійснює свою діяльність у віртуальній реальності і базується на двох принципах: доступності та інновацій. UMA пропонує виставки про світову історію мистецтв, які не пов'язані з однією головною темою, країною чи регіоном;

– **Міжнародна галерея нових медіа (INMG)** – це онлайн-музей, що спеціалізується на рухомому зображенні та мистецтві на екрані. INMG досліджує актуальні дискусії та теми з історії мистецтва, торкаючись таких питань, як міграція, війна, екологічна активність. Разом із проведенням виставок, галерея публікує великі академічні каталоги, виступає майданчиком для проведення дискусій онлайн.

Розвитку музейного середовища і його виходу за межі фізичної будівлі сприяє створення і використання інтернет-платформ. Найпопулярнішими серед них є **Google Arts & Culture, Europeana, Images for Future, Smart history, Музейний портал** тощо. Це арт-проекти, які дозволяють відвідати кращі музеї світу і в найдрібніших подробицях вивчати найрізноманітніші твори мистецтва. Зокрема в Google Arts & Culture можна переглянути експозиції Музею Орсе (Франція), музею Ван Гога (Нідерланди), Національної галереї Лондона (Великобританія), Метрополітен музею (США) тощо.

3. Інтерактивні форми роботи з музейною аудиторією

Музейна інтерактивність зосереджується в галузі науково-освітньої діяльності музею та пов'язана насамперед із музейною педагогікою й використанням інтерактивно-педагогічного потенціалу музейної екскурсії, уроку, експонату. Першочерговими є використання рольових історичних ігор, тактильний та психологічний потенціал музейних експонатів, можливість «занурення» в історичне чи природне середовище тощо.

***Інтерактивність** – це взаємодія, комунікація, що передбачає двосторонній діалог між учителем та учнями (викладачами і студентами), метою якого є перетворення узагальненої інформації на особистісні знання.*

Інтерактивність є базовим принципом музейно-педагогічної діяльності й акцентує увагу на необхідності створення ефективного дидактичного середовища у музеї. Протевага цьому, як правило, традиційні методи, які становлять переважно одноманітні екскурсії, характерною особливістю яких є відсутність зворотного зв'язку між музейними працівниками й відвідувачами, що перебувають у ролі пасивних слухачів.

Інтерактивність науково-освітньої роботи музею проявляється:

- у диференційованому підході до різних категорій відвідувачів, впровадження в традиційну екскурсію ігрових та театралізованих елементів, можливості для відвідувачів тактильного доступу до експонатів;
- упроваджуються інтерактивні майстер-класи, під час яких учні занурюються у давні часи, набувають навичок давніх способів видобування вогню, виготовлення первісних знарядь праці тощо;
- перевтілення у персонажів минулих часів та випробування себе у різних ролях, професіях, наприклад, сучасних музейних фахівців, можна в музейних іграх;
- у роботі з дітьми застосовують методики – арттерапія, ігрова терапія, аудіотерапія, казкотерапія, які загалом становлять інтегрувальний адаптивний механізм, що дає змогу дитині активно пристосовуватися до навколишнього середовища, сприяє її реабілітації та психічному й духовному розвитку (*музеєстерапія*).

Інтерактивні елементи експозиції та інших форм музейної комунікації дають можливість взаємодіяти з дитиною на символічному рівні та зрозуміти її приховані почуття та переживання. Так, виготовлення писанок, малювання атрактивних музейних експонатів птахів у супроводі аудіозаписів їхніх голосів дає змогу виявляти, усвідомлювати, а також виражати різні позитивні емоційні стани (захоплення, радість, втіха тощо). Відбувається емоційне перемикання з негативних спогадів і переживань, внаслідок чого знімається напруженість психотравматичної ситуації і зникнення хворобливої симптоматики.

Поєднання інновації та інтерактивності у музейному просторі роблять його цікавішим та атракційнішим, особливо серед дитячої аудиторії музейних відвідувачів. Зокрема, у наш час технологій популярним рішенням для залучення молоді до музеїв стала *гейміфікація* – включення ігрових елементів

у музейний досвід. Додаючи ігрові функції, такі як випробування, нагороди та інтерактивні компоненти, музеї та галереї сподіваються надати відвідувачам більш захоплюючий досвід навчання, який спонукає їх залишатися довше та повертатися частіше. Прикладом гейміфікації є весела вікторина, яка пропонується наприкінці відвідування музею. Вікторина не лише перевіряє знання, а й дає відчуття досягнення за допомогою нагород, сертифікатів та значків за правильні відповіді.

Завдяки гейміфікації музеї можуть створювати досвід користувача, що виходить за рамки інших технологій, таких як програми віртуальної реальності. Основні перевагами, які гейміфікація може запропонувати музеям:

✓ **підвищення залучення відвідувачів.** Гейміфікація спонукає відвідувачів брати участь у виставках та взаємодіяти з ними в інтерактивній та ігровій формі. Це викликає почуття задоволення і занурення у людей різного віку, що призводить до незабутніх вражень, які відвідувачі з більшою ймовірністю запам'ятають.

✓ **розпалювання пристрасті до навчання.** Гейміфікація може подати освітній контент у захоплюючій та інтерактивній формі. Включивши гейміфікацію в експонати, музеї можуть покращити навчання відвідувачів та покращити збереження інформації.

✓ **залучення різноманітної аудиторії.** Гейміфікація може допомогти музеям залучити ширшу аудиторію, включаючи молодих відвідувачів та тих, кого традиційні експонати не цікавлять. Він також надає можливості людям із різними стилями навчання взаємодіяти з контентом.

✓ **максимізація часу перебування у музеї.** Гейміфікація може спонукати відвідувачів залишатися в музеї довше, вивчаючи інтерактивні експонати та беручи участь у іграх та змаганнях. Це може призвести до більш значних і незабутніх вражень для відвідувачів.

✓ **поглиблення розуміння музеями відвідувачів.** Використовуючи функції гейміфікації в рамках технологічної платформи, заснованої на визначенні розташування музеї, також можуть збирати цінну інформацію про відвідувачів, таку як рівень участі, рівень залучення та багато іншого. Інформація, отримана з цих даних, може бути використана для інформування майбутніх виставок та оптимізації ефективності роботи музею.

4. Основні принципи музейного маркетингу

Музейний маркетинг (від англ. market – ринок) – це система знань про теорію і практику створення, просування до потенційних споживачів та збуту музейного продукту, а також налагодження комплексу комунікативного діалогу між музеями та суспільством, його окремими інституціями.

Виходячи з цих положень, маркетинг музею повинен реалізуватися у двох стратегічних напрямках:

- презентація і просування музею, усіх форм його суспільної діяльності (некомерційний маркетинг);
- презентація і просування конкретних музейних послуг чи товарів (комерційний маркетинг).

Комерційна складова музейного маркетингу – це система організації і збуту музейного продукту, зорієнтована на задоволення потреб споживачів та отримання прибутку на основі дослідження і прогнозування ринку, вивчення внутрішнього музейного і зовнішнього ринкового, інституційно-суспільного й дозвіллево-культурного середовища, розробки заходів щодо поліпшення музейного продукту, асортименту музейних послуг і товарів, вивчення потреб і культурних запитів відвідувачів, проведення конкурентоздатної цінової політики, формування попиту, стимулювання відвідування, PR і реклами.

Маркетингова стратегія музею – це концепція і план поведінки на ринку з метою поширення інформації про себе, популяризації свого продукту серед громадськості, підтримування й розвитку власного позитивного іміджу, пошуку нових груп потенційних споживачів музейного продукту та загалом заходи зі зміцнення своїх позицій у суспільстві на довготермінову перспективу.

Стратегія маркетингу повинна відповідати на такі запитання:

- ✓ який товар виводиться на ринок, в якому асортименті та за якою ціною;
- ✓ на якого споживача (сегмент ринку) він розрахований;
- ✓ які умови необхідно створити для продажу товару на запланованому рівні;
- ✓ через які канали і в яких обсягах буде організоване просування товару до споживача;
- ✓ яких економічних результатів варто очікувати від реалізації конкретного ринкового проєкту та які витрати для цього потрібні.

Концепція некомерційного маркетингу ґрунтується на теорії зростаючих культурних потреб. Метою некомерційного музейного маркетингу є підвищення соціальної значущості діяльності музейної установи, її місії та суспільної ваги, створення яскравого привабливого образу як скарбниці мистецтв і культурної спадщини. Цей вид маркетингу називають іміджевим (чи престижним). На базі маркетингу цього типу будуються технології і стратегії грошової та проєктної діяльності.

Відмінність некомерційного маркетингу від комерційного полягає у тому, що залучення ресурсів для відтворення діяльності і розвитку музейної установи та реалізації соціально значущих культурних проєктів і програм здійснюється, головним чином, за рахунок залучення зовнішніх ресурсів: бюджетних засобів, грантів благодійних фондів, спонсорської підтримки і приватних пожертвувань. Ефективність некомерційного музейного маркетингу досягається в результаті формування комунікаційного середовища в реальному і віртуальному світах і спирається на розвинену систему ділового партнерства. Складаються системи партнерства, що саморозширюються, а в їхніх рамках створюються умови для розвитку кожного з партнерів.

Музейний маркетинг є точкою перетину «інновацій» та «інтерактивності». Одним із визначальних напрямів музейного маркетингу є передовсім ефективна стратегія залучення відвідувача до музею. Відтак музей повинен бути актуальним, цікавим, відомим, створювати належні умови для проведення вільного часу в контексті сучасних тенденцій «цивілізації дозвілля» тощо. Саме тому в музейному маркетингу органічно взаємодіють з одного боку інноваційні методики (паблік рилейшнз (ПР), пабліситі – техніка успішного формування іміджу, партнерські відносини (друзі музею) та ін.), а з іншого – інтерактивні (створення в музеї рекреаційних зон, зон творчості, ігрового простору, музейного магазину, арт-кафе та ін.).

Зрештою, інновації та інтерактивність музейного маркетингу мають спільний знаменник, означений поняттям «маркетинг інновацій», який може бути інтерпретований як сукупність дій, прийомів, методів, систематична активність суб'єктів економічних відносин щодо розроблення і просування на ринку нових товарів, послуг і технологій для задоволення потреб і запитів споживачів (суспільства) у ефективніший, ніж у конкурентів, спосіб на основі оновлення та підвищення рівня складових потенціалу підприємства, пошуку нових напрямів та засобів його використання з метою отримання прибутку та забезпечення умов тривалого виживання й розвитку на ринку.

Реалізація творчих ідей у маркетингу можлива із впровадженням нестандартного підходу до звичного для відвідувачів та загальноприйнятого графіка і принципу роботи. Згідно з постановою Кабінету Міністрів України від 5 червня 1997 р. № 534 заклади культури можуть надавати такі платні послуги: проведення вистав та музичних постановок, сприяння виступам окремих артистів, проведення концертів, фестивалів, бенефісів, демонстрацій кіно- та відеофільмів, навчання у студіях, ігрових кімнатах для дітей, навчання іноземних мов, швидкого читання, технічної творчості, машинопису, проведення конкурсів, оздоровчих та обрядових заходів, виставок книг і творів мистецтва, надання послуг під час проведення презентацій фірм, банків, організацій, демонстрацій сучасних моделей одягу, виробів підприємств, організація творчих і музичних вечорів, вечорів відпочинку.

Питання для самоконтролю:

1. Розкрийте суть поняття «музейні інновації».
2. Визначте інноваційні засоби побудови музейної експозиції.
3. Які нововведення використовують сьогодні в науково-фондовій музейній роботі?
4. Назвіть інтерактивні форми роботи з музейною аудиторією.
5. Поясніть сутність комерційної та некомерційної концепцій музейного маркетингу.

Тестові завдання:

- 1 **Приклади інтерактивних дій у музеї (Оберіть зайве):**
 а) музеєстерапія; в) майстер-класи;
 б) тактильний доступ до експонатів; д) екскурсія-лекція.
- 2 **Програма, що описує інформаційні ресурси баз даних із образотворчого мистецтва, пропонує концептуальний підхід до опису та доступу до творів мистецтва й зображень:**
 а) CDWA; в) SPECTRUM;
 б) MIDAS; г) LIDO.
- 3 **У Квебецькій декларації, прийнятій 13 жовтня 1984 р., основними завданнями та функціями музею проголошено:**
 а) ідентифікацію; в) просвітництво;
 б) консервацію; г) інноваційність.
- 4 **Міні-мультимедійний центр, який дозволяє взаємодіяти одночасно кільком інтерактивним додаткам та здійснювати процес комунікації одночасно кільком відвідувачам – це інтерактивна...**
 а) панель; в) екран;
 б) стіл; г) фліпчарт.
- 5 **Твори мистецтва можна споглядати, використовуючи міжнародні світові інтернет-портали:**
 а) EUROPEANA; в) SPECTRUM;
 б) MIDAS; г) LIDO.
- 6 **Взаємодія, комунікація, що передбачає двосторонній діалог метою якого є перетворення узагальненої інформації на особистісні знання – це:**
 а) інтерактивність; в) менеджмент;
 б) інновації; г) маркетинг.
- 7 **У 2015 р. музеїв запустили нову технологію, що допомагає орієнтуватися у великих галереях:**
 а) Beacon; в) Europeana;
 б) Lido; г) Midas.
- 8 **Концепцію «нової музеології» проголошував:**
 а) П. Мейран; в) Д. Камерон;
 б) А. Літхварк; г) Ф. Вайдахер.
- 9 **Презентація і просування музею й усіх форм його суспільної діяльності – це маркетинг:**
 а) комерційний; в) інтерактивний;
 б) некомерційний; г) інноваційний.
- 10 **Музейний маркетинг можна вважати точкою перетину (оберіть зайве):**
 а) інновацій; в) інтерактивності;
 б) паблік рилейшнз (ПР); г) менеджменту.

Практичне заняття 9 МУЗЕЙНА СПРАВА ТА НОВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ

План

1. *Новітні технології у музеях.*
2. *Інтерактивні виставки.*
3. *Гейміфікація в музеях та художніх галереях.*
4. *Музей і реклама: основні принципи музейного маркетингу.*

Практичне завдання 1. Розробіть концепцію міні-гри або інтерактивного завдання для відвідувачів художнього музею чи галереї, яка:

- базується на конкретній виставці або творах мистецтва (на вибір);
- включає ігрові елементи (квест, загадки, збір балів, змагання, досягнення тощо);
- враховує вік і потреби цільової аудиторії (наприклад, діти 7–10 років, підлітки, сімейні групи, люди з інвалідністю);
- візуально оформлена – у вигляді ескізу, інтерфейсу, серії ілюстрацій, карток або екранних сторінок.

Структура виконання:

1. Назва гри / формату
2. Цільова аудиторія
3. Локація в експозиції (реальна або уявна)
4. Сюжет / ідея гри
5. Ігрові завдання або механіки
6. Візуальна частина (ескізи, шаблони, прототипи, персонажі, QR-коди тощо)
7. Очікуваний ефект: що отримає гравець/відвідувач?

Форма подачі: презентація (до 10 слайдів).

Практичне завдання 2. Розробити інформаційний буклет виставки (на вибір здобувача).

Методичні рекомендації

1. Змістові вимоги до буклета

Інформаційний буклет повинен включати:

Назву виставки: має бути лаконічною, інформативною, відповідати тематиці.

Інформацію про організаторів: установа/організація, що проводить виставку; автор(-и) проєкту, куратор(-и), наукові консультанти (за потреби).

Анотацію виставки (концепцію): короткий виклад теми, ідеї, мистецької або історичної цінності виставки; пояснення актуальності (500–1000 знаків).

Опис структури експозиції: розділи, тематичні блоки (можна у формі карти, схеми, списку).

Підбір експонатів-«візитівок»: до 5 ключових об'єктів з короткими коментарями, поясненнями.

Візуальні елементи: фото експонатів, логотипи, кольорова гама, що відповідає айденітиці виставки.

Практична інформація для відвідувача: локація, графік роботи, вартість квитків, контакти (сайт, соцмережі).

2. Вимоги до оформлення:

Обсяг: 2–4 сторінки формату А5 або тристорінковий згин (євробуклет).

Мова: зрозуміла, лаконічна, без професійного жаргону.

Шрифт: читабельний, не менше 10 pt.

Стиль: візуально узгоджений з загальним оформленням виставки.

Мова буклета: українська (можливі також англійська, польська тощо – залежно від цільової аудиторії).

3. Технічні аспекти:

Формат для друку: PDF.

Формат для онлайн-поширення: PDF або інтерактивна версія у форматі flipbook.

Друкований наклад: визначається залежно від очікуваної кількості відвідувачів.

4. Рекомендації з роботи над буклетом:

Почати з формулювання концепції виставки.

Уточнити мету, цільову аудиторію, ключові ідеї.

Відібрати найбільш промовисті об'єкти експозиції.

Врахувати їхню візуальну привабливість і смислову вагу.

Використовувати шаблони Canva, Adobe Express, Scribus тощо.

Обов'язково зробити тестове читання.

Залучити стороннього читача для оцінки зрозумілості та привабливості.

Завдання для самостійної роботи:

1. Фірмовий стиль та логотип як невід'ємна складова брендингу музею.
2. Сувенірна крамниця як частина комерційної діяльності музею.

Список рекомендованої літератури:

1. Акімов Д. Основні функції музеїв у контексті маркетингу мистецтва. *Мистецтвознавчі записки*. 2019. № 36. С. 3–8.
2. Бегаль Т.О. Роль інтернет-порталів у віртуалізації музейних експозицій. *Перспективи розвитку сучасної науки та освіти* : матеріали II Міжнар.

- наук.-практ. конф. м. Львів, 15–16 черв. 2020 р. Львів : Львів. наук. форум, 2020. Ч. I. С. 45–46.
3. Бегаль Т.О. Цифрові технології в експозиційному середовищі музею: сучасні тенденції та перспективи розвитку. *Наукова весна 2021. Культура і мистецтво в сучасному світі* : I Всеукр. форум молодих вчених : зб. матеріалів форуму, м. Київ, 28 трав. 2021 р. Київ : Вид. центр КНУКіМ, 2021. С. 70–72.
 4. Бегаль Т.О. Цифрові технології у експозиційному середовищі музею: значення та особливості застосування. *Соціально-гуманітарний вісник* : [за матеріалами Міжнар. наук.-практ. конф. «Сучасні тенденції соціально-гуманітарного розвитку суспільства», 23 верес. 2020 р.]. Харків : Новий курс, 2020. Вип. 35. С. 89–90.
 5. Бойко-Гагарін А.С. Музей, що заробляє. Manual для маркетолога. Київ : Логос, 2020. 200 с.
 6. Гагоорт Г. Менеджмент мистецтва. Підприємницький стиль / Переклад з англ. Б. Шумилович. Львів: Літопис, 2008. 360 с.
 7. Герчанівська П.Е. Цифрова культура в інформаційному суспільстві: антропологічний аспект. *Культура і сучасність: альманах*. 2022. № 2. С. 3–7. DOI: 10.32461/2226-0285.2.2022.270531.
 8. Гололобов С., Антонова Л. Реалізація державної політики цифрового розвитку у сфері музейної справи: виклики та перспективи. *Аспекти публічного управління*. 2023. № 11(3). С. 50–56. DOI: <https://doi.org/10.15421/152335>.
 9. Дечонг В., Дольська О. Цифрова культура та її основні характеристики. *Актуальні проблеми філософії та соціології*. 2023. 41. С. 15–21. DOI: <https://doi.org/10.32782/apfs.v041.2023.3>.
 10. Зайченко О.К. Клієнтоорієнтованість маркетингових комунікацій музею: типові помилки та вдалі приклади. *Музейна педагогіка – проблеми, сьогодення, перспективи*: матер. V наук.-практ. конф. (Київ, 28–29 вересня 2017 р.) / Національний Києво-Печерський історико-культурний заповідник. Київ, 2017. С. 38–42.
 11. Ключко Ю.М. Розвиток музеології в умовах соціально-культурних трансформацій музею у сучасному світі. *Культура і мистецтво у сучасному світі*. 2018. Вип. 19. С. 136–144.
 12. Кожина А. Сучасні тенденції розвитку публічного управління у сфері музейної справи в умовах цифрової трансформації. *Аспекти публічного управління*. 2023. № 11(4). С. 89–96. DOI: <https://doi.org/10.15421/152357>.
 13. Котлер Н. Музейний маркетинг і стратегія: формування місії, залучення публіки, збільшення доходів і ресурсів / Пер. з англ. Т. Олійник, Т. Пирогова, С. Рябчук, Р. Свято. Київ : Стилос, 2010. 528 с.
 14. Кулиняк М. Цифрова культурна спадщина як феномен цифрової культури. *Культурний альманах*. 2022. № 3. С. 218–227. DOI: <https://doi.org/10.31392/cult.alm.2022.3.28>.

15. Музей: менеджмент і освітня діяльність / упоряд. Г. Аартс, З. Мазурик; пер. з нідерланд. М. Ковальчук. Львів : Літопис, 2009. 223 с.
16. Назарук Л. В. 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 квітня 2021 р.) / Південноукр. нац. пед. ун-т ім. К.Д. Ушинського, Рада молодих учених та спеціалістів; [редкол.: Ю. А. Добролюбська (відп. ред.) та ін.]. Одеса : ПНПУ ім. К. Д. Ушинського, 2021. С. 14–18.
17. Орищук В.В. Державна політика цифрового розвитку сфери музейної справи Французької республіки: досвід для України. *Публічне управління та регіональний розвиток*. 2022. № 17. С. 762–784. DOI: 10.34132/pard2022.17.06.
18. Рутинський М.Й., Стецюк О.В. Музеезнавство: навч. посіб. Київ : Знання, 2008. С. 141–168.
19. Яценко О.Д. Цифрова культура: шляхи концептуалізації. *Культурологічний альманах*. 2022. № 2. С. 48–50. DOI: <https://doi.org/10.31392/cult.alm.2022.2.14>.
20. Giannini T., Bowen J.P. Museums and Digital Culture: From Reality to Digitality in the Age of COVID-19. *Heritage*. 2022. № 5. С. 192–214. DOI: <https://doi.org/10.3390/heritage5010011>.

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ВИКОНАННЯ ІНДИВІДУАЛЬНОГО НАУКОВО-ДОСЛІДНОГО ЗАВДАННЯ

Завдання. Скласти текст екскурсії виховного типу з елементами інтерактивної презентації на базі експозиції художнього музею (музей та тема за вибором здобувача вищої освіти) у вигляді презентації (20-25 слайдів).

Тематичне планування екскурсій виховного спрямування має враховувати вікові особливості екскурсантів:

Для *дітей молодшого шкільного віку* рекомендується розробляти теми, пов'язані з особливостями праці художника. Метою таких екскурсій є формування інтересу й поваги до професії митця – живописця, графіка, скульптора, а також музейного працівника (реставратора, зберігача тощо) чи колекціонера.

Для *дітей середнього шкільного віку* доцільно пропонувати цикл екскурсій-бесід на тему «Розповіді про художників», який розкриває важливі аспекти творчості, характеру та життєвого шляху митця. Такі екскурсії мають значний виховний потенціал.

Для *старшокласників і студентської молоді* можуть порушуватися складніші проблемно-теоретичні питання, пов'язані з філософією мистецтва, естетикою, історичним контекстом творчості, стилістичними особливостями художніх напрямів тощо.

Важливо: Головною відмінністю екскурсійної лекції в художніх музеях є вербалізація візуального ряду, який формується експозицією творів мистецтва. Саме поєднання слова й зображення забезпечує глибший вплив на свідомість і почуття екскурсанта.

Схема розповіді про твір мистецтва у музеї:

- Назва твору, автор, дата створення, жанр (предмет зображення).
- Місце твору у творчості художника та в контексті стильового напрямку.
- Мистецтвознавчі характеристики: розмір, техніка виконання, матеріали.
- Обставини створення твору: місце написання, причини створення (замовлення, перебування автора в певній місцевості), зв'язок із подіями особистого життя митця або історичним контекстом.
- Первісний задум автора: яку ідею, емоцію або меседж він прагнув донести.
- Способи художньої реалізації ідеї: засоби виразності, техніка, композиція, колір, світлотінь тощо.
- Перша презентація твору: обставини показу, критика, реакція глядачів та преси.
- Подальша доля твору: зміна власників, участь у виставках, місце зберігання, статус (визнання, втрати, реставрації тощо).

Інтерактивна експозиція – це експозиція, що спонукає відвідувача до самостійних активностей, зокрема надає можливість не тільки оглядати, а й

взаємодіяти з експонатами. Оскільки сучасним відвідувачам музеїв недостатньо лише візуального сприйняття експонатів, їм хочеться безпосередньо брати участь в експозиції, пропонується розробити власні моделі запровадження інтерактиву в експозиції, що дозволить відвідувачам взаємодіяти з експонатами, покращуючи їх сприйняття, надаючи більш повну і відповідну інтересам інформацію, створюючи ефект причетності.

Завдання інтерактивної експозиції – спонукання відвідувача до активного самопізнання.

Експозиційні методики створення інтерактиву: «пожвавлення» предметів: інтерактивні відомості, інтерактивні книги, в'язка газет; креативне використання простору; створення умов для взаємодії відвідувача з експонатом тощо.

Експозиційні прийоми, що спонукають до активностей: маркування експозиційного маршруту; стимулювання діяльності відвідувача в експозиції; елементи настільних ігор; «візьми слухавку»; сенсорна гра на інструментах.

Як в існуючі експозиції додати інтерактиву:

- створення комфортних куточків для контакту відвідувача з експонатом;
- використання прийому «відчуй себе»;
- використання методик музейної комунікації: ігрових, театралізованих, дискусійних, пошукових, проєктних (квести, робота над вирішенням завдання, «збір аргументів», «детектив», «збери пазл») тощо.

Інтерактивна презентація в музеї – це сучасний спосіб подання музейного контенту, що дозволяє глядачеві активно взаємодіяти з інформацією, вивчати експонати в нестандартний спосіб, а також залучатися до процесу пізнання на емоційному, ігровому та когнітивному рівнях. Наведені нижче приклади побудовані на досвіді зарубіжних музеїв.

Щоб розбудити розум відвідувача, можна:

- ✓ тексти подавати у формі запитання – відповідь. Додаткова можливість: друкувати запитання на лицьовій стороні, а відповідь – на зворотній, що спонукає відвідувача замислитися над своєю відповіддю;
- ✓ запросити відвідувачів поділитися своїми думками про якесь твердження (відповіді вони можуть написати на картках і почепити їх на стіні);
- ✓ залучити відвідувачів до вирішення питань: ми не знаємо відповіді, а Ви знаєте?
- ✓ послідовно представити різні погляди на предмет: погляд реставратора, погляд фотографа, погляд відвідувача;
- ✓ запропонувати шафу-загадку – шафу з різними дверцятами та шухлядками. За кожними дверцятами і в кожній шухлядці захований особливий, дивний, цікавий або гарний предмет (за допомогою підказок відвідувачі мають здогадатися, що всередині);
- ✓ подати інформацію у формі аудіокоментарів, афоризмів відомих людей минулого, архаїчних звуків, музики.

Щоб довідатись, яка функція предмета, його конструкція, можна запропонувати для відвідувачів:

- ✓ копію якогось предмета інтер'єру, скажімо, крісла, представленого розібраного на окремі частини. Відвідувачі можуть спробувати скласти крісло, ознайомитися з його окремими деталями;
- ✓ отримати можливість відтворити на ткацькому верстаті запропонований взірєць;
- ✓ приміряти копію лицарської одяжі або кольчуги, щоб відчувати реальні її розміри та справжню вагу;
- ✓ презентувати предмети, виготовлені з різних матеріалів, так, щоб можна було зіставити пари протилежних ознак: холодне-тепле, гладке-жорстке, товсте-тонке, легке-важке;
- ✓ переглянути короткий відеозапис, який детально описує певний об'єкт, його будову і функціонування: технологію виготовлення срібної чаші, механізм особливого замка, різні частини костюма тощо;
- ✓ роздивитися предмети «під лупою».

Зокрема, багато інформації можна почерпнути з картини за допомогою правильних запитань. Наприклад, уявіть собі картину художника:

Що зображено на картині? Це пейзаж, портрет, натюрморт чи щось абстрактне? Як ви це визначили?

Які кольори переважають? Вони яскраві, темні, теплі чи холодні? Який настрій створюють ці кольори?

Чи є на картині люди? Якщо так, то що вони роблять? Який у них вираз обличчя? У що вони вдягнені?

Який простір на картині: відкритий чи закритий? Глибокий чи плаский? Як художник передає перспективу?

Які матеріали чи техніки використані? Це олія, акварель, гуаш, акрил? Як це впливає на вигляд картини?

Що привертає увагу в першу чергу? Який елемент є центральним? Чому саме він?

Як ви думаєте, у який період була створена картина? Що вказує на це? Чи відображає вона історичні події чи культурні особливості певного часу?

Хто автор картини? Що вам відомо про цього художника? Як його стиль проявляється у творі?

Чому художник зобразив саме це? Яке повідомлення або емоцію він хотів передати? Чи картина має символи? Як їх можна тлумачити?

Чи картина має назву? Як вона співвідноситься із зображенням? Чи змінює назва ваше сприйняття твору?

Як би ви описали картину комусь, хто її не бачить? Які слова ви би використали?

Чи картина вам подобається? Чому? А чому ні?

Одні запитання стосуються сприйняття зоровими органами, інші – матеріалів і технік, ще інші – композиції, настрою, змісту та художнього

задуму, а також історичного чи особистого контексту автора. Такий підхід дає змогу «читати» картину глибше і відкривати в ній нові смисли.

ЕТАПИ СТВОРЕННЯ ЕКСКУРСІЇ

Попередня робота	1. Визначення мети і завдань екскурсії
	2. Вибір теми екскурсії
	3. Відбір літератури та укладання бібліографії
	4. Визначення іншого екскурсійного матеріалу (знайомство з експозиціями і фондами музеїв)
Розробка екскурсії	5. Відбір і вивчення екскурсійних об'єктів
	6. Прокладання маршруту екскурсії
	7. Підготовка тексту екскурсії
	8. Укомплектування «портфеля екскурсовода»
	9. Визначення прийомів показу та розповіді
	10. Визначення техніки ведення екскурсії
Захист екскурсії	11. Укладання методичної розробки
	12. Приймання екскурсії
	13. Затвердження екскурсії

Список рекомендованої літератури:

1. Вербицька П.В., Пасічник Р.Е. Музей як комунікативний та освітній простір: навч. посіб. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2017. С. 195–214.
2. Вітрик І.С. «Індивідуальні» екскурсії в музеї. *Музейна педагогіка – проблеми, сьогодення, перспективи*: матер. V наук-практ. конф. (Київ, 28–29 вересня 2017 р.) / Національний Києво-Печерський історико-культурний заповідник. Київ, 2017. С. 19–21.
3. Вступ до музеєзнавства і пам'яткознавства : навч. посіб. / за наук. ред. О.М. Гончарової, С.Ж. Пустовалова. Київ : Видавництво «Ліра-К», 2019. С. 155–164.
4. Гайдай О.М. Музеєзнавство: навч. посіб. Миколаїв: Видавництво ЧНУ ім. Петра Могили, 2021. С. 57–65.
5. Галасюк С.С., Нездоймінов С.Г. Організація туристичних подорожей та екскурсійної діяльності: навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2019. С. 89–95.
6. Гірний О. Експозиційний простір у художніх музеях як місце комунікативних та дискурсивних контактів. *Українська академія мистецтва*: зб. наук. праць. 2024. № 35. С. 17–26.

7. Гончарова О.М. Деякі особливості екскурсійної лекції в художніх музеях. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку*. Наукові записки Рівненського державного гуманітарного університету. Вип. 19. 2013. Т. 2. С. 263–268.
8. Кушнір В. Інтерактивність, інклюзія та партисипація як магістральні лінії інноваційних практик музейної роботи. *Народознавчі зошити*. 2022. № 1 (163). С. 16–30.
9. Лисакова І.В. Екскурсійно-художня програма як форма діяльності музею. *Музейна педагогіка – проблеми, сьогодення, перспективи*: матер. V наук-практ. конф. (Київ, 28–29 вересня 2017 р.) / Національний Києво-Печерський історико-культурний заповідник. Київ, 2017. С. 52–54.
10. Методичні рекомендації щодо створення інтерактивних екскурсій / уклад. С.П. Поплавська. Біла Церква, 2021. 12 с.
11. Нездоймінов С.Г. Організація екскурсійних послуг: навч.-метод. посіб. Одеса : Астропринт, 2011. С. 18–21.
12. Поколотна М.М. Організація екскурсійної діяльності: підруч. Харків : ХНХМГ ім. О.М. Бекетова, 2017. С. 32–42.
13. Пушкар І. Інтерактивна екскурсія як основа музейної комунікації в музеях закладів загальної середньої освіти. *Музейна педагогіка в науковій освіті*: зб. тез доп. уч. II Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Київ, 26 листопада 2020 р.) / за наук. ред. С. О. Довгого. Київ : Національний центр «Мала академія наук України», 2020. С. 73–77.
14. Рутинський М.Й., Стецюк О.В. Музеєзнавство: навч. посіб. Київ : Знання, 2008. С. 286–325
15. Салата О.О. Основи музеєзнавства: навч.-метод. посіб. Вінниця : ТОВ «Нілан-ЛТД», 2015. С. 101–107.
16. Торяник В.М., Хрідочкін А.В., Джинджоян В.В. Основи музеєзнавства: навч. посіб. Київ: Видавництво «Каравела», 2024. С. 109–148.

ГЛОСАРІЙ МУЗЕЙНИХ ТЕРМІНІВ

Автентичний – справжній, дійсний, що ґрунтується на першоджерелах.

Акт прийняття – документ про передачу пам'ятки на довічне зберігання у музей, в якому фіксується чітка експертна (мистецтвознавча) характеристика цієї пам'ятки та подаються відомості про особливості її надходження у музей.

Археологічні екскурсії – екскурсії, побудовані на показі речових історичних джерел – пам'яток далекого минулого, виявлених на місцях розкопок древніх поселень, поховань, городищ тощо (наприклад, екскурсія городищем античного міста Херсонеса чи давньоруського міста Звенигорода з показом історичних розкопок).

Археологічні музеї – самостійний вид музеїв історичного профілю, що збирають, зберігають, вивчають та експонують предмети, що мають історичну цінність; їхні збірки комплектуються з пам'яток матеріальної культури від найдавніших часів до середньовіччя, виявлені під час археологічних досліджень.

Архітектура музейна – мистецтво проектування і монтування або будівництва простору, яке буде використовуватися для розміщення специфічних музейних функцій, зокрема, функцій експонування, превентивної та відновної/колективної консервації, дослідницької, менеджменту і прийому відвідувачів.

Архітектурні музеї – профільний тип музеїв, які зберігають та популяризують творіння людських рук, пов'язані з історією і практикою архітектури.

Архітектурно-художня концепція експозиції – модель естетично-просторової побудови експозиції, в якій кристалізується провідна художня ідея, палітра художніх образів, задаються тонально-кольорні й дизайнерські рішення.

Атрактивність – привабливість, здатність привертати до себе увагу.

Атрибуція – вивчення усіх ознак, властивих предметам, які мають неприродне походження.

Біологічний режим – одна з форм роботи працівників фондів та експозиційних підрозділів, основна мета якої є забезпечення умов збереження музейних предметів від дії біологічних шкідників.

Бренд – складник іміджу фірми, що формує стійке позитивне ставлення споживачів до продукції, яку вона виготовляє; інтегральний образ марки певного товару або послуги, який виділяє їх серед конкуруючих марок.

Вебсайт музею – офіційне представництво музею у глобальній інформаційній мережі Інтернет.

Виставка – одна з ефективних форм музейної комунікації, освітня і виховна мета якої здійснюється шляхом тимчасової демонстрації музейних

предметів, організованих і розташованих згідно до розробленої наукової концепції та сучасних принципів архітектурно-художніх рішень. Вони популяризують історичні знання, формують науковий світогляд, складають інформаційний фундамент у виховних процесах школярів, юнацтва і дорослого населення.

Виставка (тимчасова експозиція) – сукупність музейних предметів, виставлених для огляду на короткий термін.

Виставково-ділова (форумна) діяльність – одна з форм маркетингово-інформаційної діяльності музею, що приурочена до його участі у різноманітних міжнародних музейних форумах і салонах.

Виставково-експозиційна виїзна діяльність – одна з форм експозиційної діяльності музею, що зводиться до обміну експозиціями та тематичними виставками між окремими музеями та країнами; це дає змогу музеєві «мандрувати» до масового споживача й актуалізувати у суспільстві увагу до визначних колекцій світової культурної спадщини.

Відомчі музеї – музеї різного профілю, що підпорядковуються окремим міністерствам і відомствам. Вони створюються з метою репрезентації історії розвитку певної галузі: транспорту, охорони здоров'я, силових відомств (оборони, внутрішніх справ), НАН тощо.

Відтворений музейний предмет – предмет, створений з метою відтворення зовнішнього вигляду музейного предмета. Відтворені предмети поділяються на такі типи: копія, авторське повторення, репродукція, підробка, модель, муляж, зліпок, макет, голограма.

Військово-історичні екскурсії – екскурсії, що проводяться місцями бойової слави (наприклад, битви під Жовтими Водами) або націлені на відвідування фортифікаційних споруд давнього воєнно-інженерного мистецтва (фортеці, замки, земляні вали, бастіони, дзоти, криївки тощо).

Віртуальні відвідувачі музею – численна аудиторія осіб, які цілеспрямовано чи спонтанно «заходять» на офіційний вебсайт музею і знайомляться з його віртуальною експозицією і каталогами, новинами і рекламними анонсами, а також здійснюють online чи email запити до адміністрації цього музею з метою пошуку і з'ясування певної дослідницької інформації, придбання квитків для відвідування музею чи його нової виставки, купівлі музейних зображень високої якості чи поліграфічної продукції цього музею.

Віртуальні музеї – музеї, що існують у глобальній інформаційно-комунікаційній мережі Інтернет завдяки об'єднанню інформаційних і творчих ресурсів для створення принципово нових віртуальних продуктів: віртуальних виставок, колекцій, віртуальних версій неіснуючих об'єктів та ін.

Воєнно-історичні музеї – окремий вид музеїв історичного профілю, що відображають військову історію країни, розвиток військової техніки й мистецтва війни, історію окремих родів військ і видів озброєнь.

Графіка (грецького походження – живопис) – мистецтво рисування, письма і креслення. Протиставляється живопису олійними фарбами.

Голограма – об'ємна оптична копія реального об'єкта, що створюється шляхом запису зображення предмета на світлочутливу пластину або на плівку за допомогою лазерної техніки.

Дизайн – професійний вид проєктно-художньої діяльності зі створення естетично гармонійного і функціонально повноцінного предметно-інформаційного середовища, що задовольняє потреби людини.

Дизайн графічний – художньо-проєктна діяльність по створенню гармонійного та ефективного візуально-комунікативного середовища. Графічний дизайн надає інноваційний внесок у розвиток соціально-економічної та культурної сфер життя, сприяючи формуванню візуального ландшафту сучасності.

Дизайн комунікативний – об'єднання візуального дизайну та інформаційного розвитку.

Діяльність експозиційна – один з основних напрямів діяльності музею; є основою музейної комунікації та базою для реалізації його культурно-освітньої діяльності.

Екомузей – музей, який розосереджений на певній території, єдиний в етнічному, природному, а отже, і соціально-економічному відношенні. У ньому як би поєднані три іпостасі історії та культури: це музей простору, часу і діяльності. У створенні екомузеїв як середовищних живих музеїв стали використовувати методи «м'якої музеєфікації», що дають можливість відтворення цілісних культурно-історичних образів різних типів у широких хронологічних рамках та різноманітності змістовних аспектів.

Екскурсант – тимчасовий відвідувач, який перебуває менш як 24 години у країні або на об'єкті відвідання; учасник екскурсії.

Екскурсійний туризм – поїздки тривалістю понад добу з пізнавальною метою за наперед визначеною програмою з частими переїздами від одного населеного пункту (країни) до іншого та щоденними обов'язковою та кількома факультативними екскурсіями.

Екскурсія – процес наочного сприйняття довкілля, особливостей природи, сучасних та історичних об'єктів, елементів побуту, визначних місць певного регіону, міста чи його частини, природної території, музейної установи, що триває до 24 год.

Екскурсія музейна – колективний огляд музею чи поза музейних об'єктів, який проводить спеціаліст-екскурсовод згідно з визначеною темою чи маршрутом.

Експлікації (від латин, пояснюю) – провідні тексти, що містять основні характеристики та пояснення палітри пам'яток, представлених у тому чи іншому залі музею. Їхня мета – ввести відвідувача у відповідну епоху,

роз'яснити її особливості, пояснити, що об'єднує зібрані в одному залі експонати.

Експозит – структурна одиниця конкретної експозиції.

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

Експозиційна робота – один з напрямів музейної діяльності, основний зміст якого полягає в проєктуванні експозиції, монтажі і демонтажі експозицій, проведенні реекспозиції, спостереженні за станом експозиції, веденні поточної експозиційної документації.

Експозиційний комплекс – об'єднання музейних предметів у групи, кожна з яких розташовується на конкретній обмежено-експозиційній площі та являє собою тематичну і зорову єдність.

Експозиційний фонд музею – частина музейного фонду, що виставлена на загальний огляд і є доступною для ознайомлення широких верств населення.

Експозиційні матеріали – музейні предмети та взаємозв'язані з ними науково-допоміжні матеріали.

Експозиція – систематизоване за відповідним принципом розміщення експонатів (речей, предметів дизайну, художніх творів) для забезпечення їх цілісного та послідовного сприйняття з метою вирішення поставленого творчого завдання (словник).

Експозиція – сукупність музейних предметів, виставлених для публічного огляду на тривалий термін. Слово «exposition» у перекладі означає «виставка». На перших етапах розвитку музейної справи терміни «експозиція» і «виставка» вживалися як рівнозначні, і лише порівняно недавно термін «експозиція» став означати відносно постійний, а виставка – тимчасовий публічний показ музейної спадщини. Сучасне музеєзнавство під музейною експозицією розуміє цілісну предметно-просторову систему, в якій музейні предмети й інші експозиційні матеріали об'єднані концептуальними (науковим і художнім) задумом.

Експозиція – основна форма музейної комунікації, освітня і виховна мета якої здійснюється шляхом демонстрування музейних предметів і взаємозв'язаних з ними науково-допоміжних матеріалів, організованих і розташованих відповідно до розробленої наукової концепції і сучасних принципів архітектурно-художніх рішень.

Експозиція в музеях і на виставках – (від лат. Exposition – виставлення на показ, виклад) – розміщення експонатів у певній системі (хронологічної, типологічної та ін.).

Експонат – музейний предмет, виставлений для огляду в експозиції.

Етикетаж – короткі підписи під кожним експонатом та над кожним стендом.

Етнографічні екскурсії – екскурсії, що розповідають про побут і звичаї різних націй і народностей (наприклад, територією музеїв народної архітектури і побуту у с. Пироговому на околиці Києва, у Львові чи Переяславі-Хмельницькому).

Етнографічні музеї – поширений в Україні вид музеїв історичного профілю, які збирають, зберігають, вивчають і експонують етнографічні колекції, що знайомлять сучасників із процесами етногенезу, побутом і культурами різних етнічних спільнот та історичних періодів.

Етнографія (грецького походження – народ, пишу) – галузь історичної науки, що дає класифікацію народів світу, вивчає їх склад, походження, розселення і з'ясовує особливості матеріальної, суспільної і духовної культури народів усіх частин планети.

Європейська мережа комп'ютерних зображень «Museum On Line» (MOL) – глобальний інтернет-ресурс (база даних), що репрезентує світові європейську культурну спадщину.

Європейський музейний форум – незалежна організація, заснована у 1977 р. видатним діячем міжнародного музейного руху Кенетом Хадсоном (1916–1999) і зареєстрована у Великій Британії як благодійний фонд.

Європіана (англ. *Europeana*) – європейська електронна бібліотека, загальноєвропейський портал для доступу до культурного надбання у цифровому вигляді із фондів бібліотек (не лише національних), а також архівів та музеїв Європи.

Загальноісторичні музеї – установи, що висвітлюють історію людства та нашої країни зокрема, й формують експозиції згідно з найвагомішими етапами й періодами світової та вітчизняної історії.

Замки-музеї та Палаці-музеї – поширені види ансамблевих музеїв, які створюються шляхом музеєфікації фортифікаційного, стильово-архітектурного, інтер'єрного, ландшафтного та археологічного комплексу замків чи палаців.

Заповідна площа музею – територія для зберігання та охорони найбільш цінних історико-культурних комплексів і окремих об'єктів музею середовищно-ансамблевого типу.

Збереження музейних фондів – напрям фондової роботи із забезпечення фізичної схоронності музейних предметів шляхом оптимально обраних режиму і системи збереження.

Зберігання – один з основних видів діяльності музею щодо створення матеріальних умов і правових засад, за яких забезпечується збереження музейних предметів та музейних колекцій.

Зібрання музейне – сукупність музейних колекцій і музейних предметів, а також пов'язаних з ними бібліотечних фондів, архівів, каталогів та наукової документації музею.

Зона охорони пам'яток – встановлена навколо пам'ятки територіальна

охоронна зона регулювання забудови, зона охоронюваного ландшафту, зона охорони археологічного культурного шару, в межах яких діє спеціальний режим.

Імідж – образ, який установа хоче створити у цільовій аудиторії, громадськості, партнерів, конкурентів і т.д. Він виникає внаслідок сприйняття громадськістю комплексу повідомлень, що генеруються установою, та стає зрозумілим і ефективним, якщо відповідає очікуванням і перевагам публіки.

Інвайронмент (англ. environment – середовище) – вид мистецтва, одна з міждисциплінарних форм постмодернізму, що займає проміжне положення між скульптурою та архітектурою малих форм. Різновиди інвайронменту – екологічне мистецтво, ленд-арт, природна скульптура, інсталяція, хепенінг. Мистецтво інвайронменту остаточно оформилося в ранньому авангардизмі, отримавши широке поширення в другій половині XX ст.

Інвентаризація (кодифікація) – етап обліку пам'яток та розподілу їх у системі фондосховищ музейної установи. Для того, щоб можна було оперативно відшукати якусь окрему пам'ятку серед тисяч її подібних, щоб не виникало плутанини, кожному експонату музею присвоюється власний інвентарний номер (код).

Інститут музеальний – некомерційна установа, музей, виставкові та інтерпретаційні центри, які (крім функцій, що виконуються деякими з них: придбання, консервації, дослідження і управління колекціями) мають спільну рису – вони є центрами освіти та поширення знань і присвячені мистецтвам, історії та наукам.

Історико-біографічні екскурсії – екскурсії місцями життя і діяльності видатних людей.

Історико-краєзнавчі екскурсії – екскурсії, в основі яких лежить пізнання історії рідної місцевості.

Історіографія музеєзнавства – напрям історичного музеєзнавства, що досліджує історію музеєзнавства як науки.

Каталогізація – підсумовуючий і найважливіший етап обліку й оцінки матеріальних цінностей музейної установи; мета каталогізації полягає у пошуку й зборі вичерпної інформації про ту чи іншу пам'ятку, вивчення її в контексті подібних пам'яток, створення колекцій з метою подальшого експонування й широкої популяризації.

Класифікація музеїв – поділ музеїв на групи за одною визначальною чи декількома ознаками.

Колекція – сукупність матеріальних або нематеріальних предметів (твори, артефакти, предмети інтелектуальної діяльності, зразки, архівні документи, свідоцтва тощо), які окрема людина або організація зібрали, класифікували, відібрали і зберегли в безпечному місці. Їх зазвичай

експонують перед меншою або більшою аудиторією у відповідності з тим, є колекція приватною або публічною.

Колекція (латинського походження – збирання) – збірка предметів, які виявляють науковий, художній, історичний інтерес.

Колекція культурних цінностей – однорідні або підібрані за певними ознаками різнорідні предмети, які, незалежно від культурної цінності кожного з них, зібрані разом становлять художню, історичну, етнографічну чи наукову цінність.

Колекція музейна – частина предметів основного фонду, що представляє собою групу музейних предметів, сформовану за однією чи кількома ознаками (за типом предметів, походженням, функціональним призначенням тощо).

Комерційна діяльність – один з найважливіших видів основної діяльності музеїв, обмеженої рамками чинного законодавства, що націлена на отримання прибутку принаймні на рівні самоокупності й самофінансування.

Комерційна складова музейного маркетингу – система організації та збуту музейного продукту, зорієнтована на задоволення потреб споживачів і отримання прибутку на основі дослідження і прогнозування ринку, вивчення внутрішнього музейного і зовнішнього ринкового, інституційно-суспільного й дозвіллево-культурного середовища, розробки заходів щодо поліпшення музейного продукту, асортименту музейних послуг і товарів, вивчення потреб і культурних запитів відвідувачів, проведення конкурентоздатної цінової політики, формування попиту, стимулювання відвідування, PR і реклами.

Комплекс культурний – артефакти, якими є не тільки історичні пам'ятки або твори мистецтва, але і різноманітні численні об'єкти спадщини, що можуть являти собою матеріалізовану ідею, опрідметнену цінність, відображають певні прийняті спільнотою норми устрою життя.

Комплексна схема побудови експозиції – повне відтворення первісного середовища, де експозиційну цінність становить буквально все, що оточує відвідувача.

Комплексні музеї – музеї, що поєднують ознаки двох і більше профілів (історико-літературні, археологічно-мистецькі), а іноді і профільних типів. До групи комплексних музеїв варто відносити більшість краєзнавчих музеїв України, музеїв-заповідників.

Комплектування музейних фондів – спосіб здійснювати музеями функцію накопичувати інформацію та документувати розвиток суспільства.

Композиція екскурсії – розміщення, послідовність і співвідношення структурних частин екскурсії: підтем основних питань, вступу та завершальної частини.

Комунікативний – такий, що «має властивість, здатність до комунікації».

Комунікаційний – має процесуальне значення, що характеризує комунікацію як процес.

Консервація – здійснення комплексу організаційних, науково обґрунтованих заходів щодо забезпечення захисту музейних предметів та предметів музейного значення від подальших руйнувань, збереження їх автентичності з мінімальним втручанням у їх існуючий вигляд.

Контрольний текст екскурсії – підібраний й уточнений (перевірений) екскурсійний матеріал, що розкриває тему екскурсії.

Корпоративні (виробничі) музеї – структурні підрозділи недержавних установ і підприємств.

Краєзнавчі музеї – це музеї комплексного профілю, що збирають, зберігають, вивчають та експонують матеріали, які розповідають про природу, економіку, історію і культуру певного краю (області, району, міста, села). У них зібрані геологічні, ботанічні, зоологічні, палеонтологічні, археологічні, етнографічні та інші колекції, знаряддя праці, вироби місцевих промислів різних історичних періодів, твори мистецтва, літератури, народної творчості тощо.

Креативність – знаходження незвичайного рішення для звичайного завдання, творчість, пошук звичайними засобами незвичайного результату.

Культура – сукупність стійких форм людської діяльності, без яких вона не може відтворюватися, а значить – існувати. Культура – історично визначений рівень розвитку суспільства творчих сил і здібностей людини, виражений у типах і формах організації життя та діяльності людей, у їх взаємовідносинах, а також у створюваних ними матеріальних і духовних цінностях.

Культура корпоративна у класичному значенні – інструмент стратегічного розвитку компанії через стимулювання інновацій та управління змінами; сукупність цінностей, норм і традицій, які поділяє трудовий колектив, що формує у працівників відчуття особистої причетності до організації.

Культура художня – складне, багатопланове утворення, що об'єднує всі види мистецтва, сам процес художньої творчості, його результати і систему заходів по створенню, збереженню та розповсюдженню художніх цінностей, вихованню творчих кадрів і глядацької аудиторії. Ядром художньої культури є мистецтво з особливостями його впливу на суспільство в цілому, і на особистість зокрема. Особливість мистецтва, його відмінність від усіх інших видів людської діяльності полягає в тому, що воно відображає дійсність у формі художніх образів.

Культурація – процес входження індивіда в культуру через освоєння її смислів і, насамперед, в рідну національну культуру.

Культурна спадщина – сукупність успадкованих людством від попередніх поколінь об'єктів матеріальної і духовної культури.

Культурогенез – породження нових культурних форм та інтеграція їх у соціальну практику, а також формування нових культурних систем і конфігурацій, які протікають постійно впродовж усієї історії людства і

відображають передусім адаптивну пластичність культури і синергетику її саморозвитку.

Лінійна схема побудови експозиції – послідовне поздовжнє представлення горизонтальними рядами пам'яток і стендів у залах, які переходять одна в одну.

Макет – об'ємне відтворення зовнішнього вигляду об'єкта, який створюється у певному масштабі і допускає деяку умовність у показі.

Маркетинг музейний (від англ. marketing – акт купівлі та продажу на ринку) – система знань про теорію і практику створення, просування до потенційних споживачів та збуту музейного продукту, а також налагодження комплексу комунікативного діалогу між музеями та суспільством і його окремими інституціями; дає змогу визначати і задовольняти інтереси споживачів музейних послуг, а також формувати їх.

Маркетингова стратегія музею – концепція та план конкретної поведінки на ринку з метою поширення інформації про себе, популяризації свого продукту серед громадськості, підтримування й розвитку власного позитивного іміджу, пошуку нових груп потенційних споживачів музейного продукту та загалом заходи зі зміцнення своїх позицій у суспільстві на довготермінову перспективу.

Маркетингові дослідження споживчого ринку – комплекс досліджень, які дають змогу сегментувати сукупність споживачів музейного продукту на профільні групи, а відтак – визначати та формувати (актуалізувати) інтереси цих споживацьких груп та пропонувати оптимальні схеми диференційованого задоволення їхніх культурних потреб.

Маршрут екскурсій – оптимальний шлях проходження екскурсійної групи. Вимоги до маршруту: логічна послідовність об'єктів; забезпечення екскурсійного показу; атрактивність.

Меморіал – архітектурний ансамбль, споруджений на честь історичної події, що включає, як правило, архітектурні форми та монументальну скульптуру. Меморіали зводяться на місці, де відбулася історична подія, або поблизу нього.

Меморіальна дошка – пам'ятний знак, встановлений на нерухомих історико-культурних об'єктах чи пам'ятних місцях, із текстом, що розкриває зв'язок історико-культурного об'єкта з історичними подіями чи визначними діями.

Меморіальні музеї – музеї, присвячені пам'яті видатних політичних, державних і військових діячів, учених, письменників, композиторів, художників тощо, вони створюються на базі пам'ятних комплексів, які охороняються державою: садиб, будинків, квартир, пов'язаних з життям і діяльністю видатних осіб; окремий вид музеїв історичного профілю.

Меморіально-історичні екскурсії – екскурсії, приурочені до знайомства й вшанування пам'яті визначних осіб чи доленосних подій.

Мережа європейських музейних організацій (NEMO) – незалежна музейна мережа, що забезпечує репрезентацію та інформацію для музейної спільноти Європи. До NEMO входять музейні організації та установи країн Європейського Союзу та країн, які мають асоційоване членство або є кандидатами на вступ у ЄС.

Методична розробка екскурсії – документ, який визначає технологію застосування методичних прийомів у відповідності до особливостей екскурсійного маршруту. Включає такі елементи екскурсії: маршрут, зупинки, об'єкт показу, тривалість, назва підтем і перелік основних питань, організаційні вказівки, методичні вказівки.

Міжнародна рада музеїв (ICOM) – неурядова організація музеїв та музейних фахівців, формально підпорядкована ЮНЕСКО, що спрямовує свою діяльність на збереження, поповнення та комунікацію із суспільством природної та культурної спадщини, наявної та майбутньої, матеріальної та нематеріальної (духовної).

Міжнародний комітет з музеології – автономний структурний підрозділ ICOM, який здійснює координацію теоретичних досліджень у царині музеології.

Міжнародний центр вивчення консервації та реставрації культурної спадщини (ICCROM) – міжурядова організація зі збереження світової культурної спадщини, членами якої є уряди 118 країн світу.

Модель мультикультурна – стратегія в культурній політиці розвинених індустріальних країн, яка передбачає повагу до культури національних меншин, надання рівних умов для розвитку домінуючої і недомінуючих культур, для вільного та безперешкодного оволодіння поряд з офіційною також рідною мовою. М. М. заохочує міжнаціональні контакти та виховує повагу до цінностей чужих культур.

Модернізація – введення удосконалень до чого-небудь, приведення до сучасних вимог. Модернізація техніки, зміна, удосконалення, що відповідає сучасним вимогам, смакам, наприклад, модернізація обладнання.

Мономuzeї – меморіальні чи літературні музеї, присвячені творчості одного окремо взятого письменника, поета, композитора, сценариста, режисера, актора, співака, музиканта, естрадної групи. Сюди ж належать музеї популярних літературних героїв (наприклад, Музей Шерлока Холмса на Бейкер-стріт, 221-6 Лондона).

Музеалія – музеєзований об'єкт (визнаний, вибраний та тезаурований з огляду музеальності), а отже – носій музеальності. Зауважимо, що поняття «музеалії» не тотожне поняттю «культурна спадщина», а набагато ширше.

Музеальність / музеальний – визначення сфери, що охоплює більше, ніж класичне поняття «музей»/«музейний». Музеальний простір охоплює не

тільки формування, розвиток та діяльність музейного інституту, але також роздуми з приводу основ його діяльності і проблем. Музеальний простір як поле діяльності характеризується специфічним підходом, який встановлює точку зору на реальність щодо спадщини (розглядати що-небудь з музеальної точки зору, наприклад, означає запитувати себе, чи це можливо зберегти для експонування публіці).

Музеєзнавство – самостійна суспільна дисципліна, що вивчає процеси збереження соціальної інформації, пізнання та передачі знань й емоцій за допомогою музейних предметів, а також вивчає музейну справу та музеї як суспільний інститут, його соціальні функції та форми реалізації їх у різних соціально-економічних умовах.

Музеєзнавство (музеологія) – наукова дисципліна, що вивчає історію та закономірності розвитку музеїв, їхні суспільні функції, питання теорії і методики музейної справи, тобто внутрішню організацію, систему наукового комплектування музейних фондів, документування й зберігання колекцій, а також методики побудови музейних експозицій, виставок, різних видів і форм науково-освітньої діяльності музеїв.

Музеєфікація – напрям музейної діяльності, що полягає в перетворенні історико-культурних чи природних об'єктів в об'єкти музейного показу з метою максимального збереження і виявлення їх історико-культурної, наукової, художньої цінності. Поняття введене у науковий обіг Ф. Шмітом.

Музеєфікація – перетворення в музеї пам'яток, ансамблів, фрагментів середовища з усіма рухомими і нерухомими об'єктами, тваринним і рослинним світом, що до них входять, існуючими на цій території традиціями та людьми, які її населяють – одна з найбільш цікавих, значимих і, одночасно, мало досліджених тенденцій розвитку світової музейної справи; сукупність науково обґрунтованих заходів щодо приведення об'єктів культурної спадщини до стану, придатного для екскурсійного відвідування.

Музей (від грец. *museion* – храм муз) – культурно-освітні та науково-дослідні заклади, призначені для вивчення, збереження та використання пам'яток природи, матеріальної і духовної культури, прилучення громадян до надбань національної та світової історико-культурної спадщини. *Типи музеїв:* науково-просвітницькі, дослідницькі, навчальні. *Профілі:* історичні, технічні, природничо-наукові, мистецтвознавчі, літературні та ін, а також меморіальні, комплексні, краєзнавчі та ін.

Музей (традиційний) – науково-дослідний та культурно-освітній заклад, створений для вивчення, збереження, використання та популяризації музейних предметів і музейних колекцій з науковою та освітньою метою, залучення громадян до надбань національної та світової культурної спадщини.

Музей інтерактивний – технічно і технологічно оснащений музей, робота якого в першу чергу спрямована на діалог з публікою. Мається на увазі,

що в арсеналі технологій такого музею наявні відеошоу, панорамні проєкції, віртуальна реальність, аніматронікси і багато іншого. Однак інтерактивність далеко не завжди пов'язана з технічними засобами. Все більш актуальними стають інтерактивні екскурсії, включають діалоги з публікою, майстер-класи, вікторини, концерти та інші прояви інтерактивності, що не вимагають нових технологій. Музейні сайти також набувають усе більш інтерактивний характер. Вони пропонують не тільки інформацію, але і втягують глядача до спілкування з музеями через анімовані плани, схеми, відеопанорами.

Музейна PR-кампанія – комплекс заходів, які формують, підтримують чи змінюють ставлення різних груп населення до музею.

Музейна колекція – це комплекс музейних предметів, об'єднаних за однією або кількома спільними ознаками.

Музейна пам'ятка – предмет, який має встановлену цінність (наукову, історичну, художню) і музейне значення, вилучений із середовища первісного місцезнаходження чи використання, науково і технічно оброблений та включений до складу музейних зібрань.

Музейна сітка – сукупність музеїв різних профілів і типів, певної країни, які утворюють майже закриту систему культурно-освітніх і науково-дослідницьких центрів, які перебувають у постійному розвитку як в територіальному, так і змістовному відношенні.

Музейна справа – спеціальна галузь культурно-освітньої та наукової діяльності, яка здійснюється музеями щодо комплектування, збереження, вивчення і використання пам'яток природи, матеріальної та духовної культури.

Музейна територія – територія, відведена для музею, на якій забороняється діяльність, що суперечить його функціональному призначенню або може негативно вплинути на стан зберігання музейного зібрання, а також інша діяльність, яка є несумісною з діяльністю музею як закладу культури.

Музейне зібрання – науково організована сукупність музейних предметів і музейних колекцій, науково-допоміжних матеріалів, архівних бібліотечних фондів.

Музейне зображення – відео-, фото-, цифрове зображення чи репродукція музейної пам'ятки, що є комерційною власністю музею та предметом комерційного тиражування й охороняється згідно з міжнародним авторським правом. М.з. некомерційної якості – це основний елемент репрезентації музейної спадщини глобальній людській спільноті через створення музейних і міжмузейних сайтів і поширення інформації про об'єкти культурної спадщини в Інтернеті.

Музейний маркетинг (від англ. «market» – ринок) – система знань про теорію і практику створення, просування до потенційних споживачів та збуту музейного продукту, а також налагодження комплексу комунікативного діалогу між музеями та суспільством і його окремими інституціями.

Музейний менеджмент – система знань про теорію і практику управління музеєм і музейним персоналом.

Музейний предмет – пам'ятка, що має культурну цінність і належить до музейного зібрання.

Музейний продукт – комплекс основних та додаткових музейних послуг і товарів, які пропонуються відвідувачам музею.

Музейний стандарт ISO-10918 8 – стандарт Міжнародної організації зі стандартизації (ISO) для баз даних музейних комп'ютерних зображень; містить уніфіковані норми мінімального опису музейного предмета («етикетка»), представленого на комп'ютерному зображенні, та єдиний формат комп'ютерних зображень.

Музейний товар – матеріальні об'єкти продажу: наукові книги, мистецтвознавчі дослідження, каталоги, музейні фотоенциклопедії, популярні публіцистичні путівники експозиціями музею, туристична література, поліграфічні (календарі, фоторепродукції тощо) та інші сувеніри, зокрема, зменшені копії експонатів музею, оцифровані зображення експонатів, авторське право на їх тимчасове комерційне використання тощо.

Музейний фонд України – сукупність рухомих пам'яток природи, матеріальної і духовної культури, які мають художнє, історичне, естетичне та наукове значення, незалежно від їх виду, місця створення та форми власності, та зберігаються на території України, а також нерухомих пам'яток, які знаходяться в музеях України і обліковані у порядку, визначеному Законом України «Про музеї і музейну справу» (частина перша, стаття 15). До Музейного фонду України можуть належати також пам'ятки, що знаходяться за межами України і відповідно до міжнародних договорів підлягають поверненню в Україну.

Музеї – культурно-освітні та науково-дослідні заклади, призначені для вивчення, збереження і використання пам'яток природи, матеріальної і духовної культури, прилучення громадян до надбань національної та світової історико-культурної спадщини.

Музеї історичного профілю – музеї, які збирають, зберігають, вивчають і популяризують пам'ятки матеріальної та духовної культури народу.

Музеї історії релігії – поширений вид музеїв історичного профілю, колекції яких документують генезис і розвиток релігії (світових релігій) як складного соціокультурного феномену.

Музеї літературного профілю – профільний тип музеїв, який об'єднує суто літературні, театральні, музичні та кіномuzeї.

Музеї природничого профілю – профільний тип музеїв, що збирають, зберігають, вивчають та експонують різноманітні природничі матеріали й розповідають про найновіші досягнення природничих наук.

Музеї художнього профілю – група музеїв класичного мистецтва та музеїв сучасного мистецтва, що зберігають, вивчають і пропагують визначні

твори живопису, графіки, скульптури, ужиткового мистецтва, а також народної творчості усіх культурно-мистецьких епох (у т. ч. й сучасної).

Музей-заповідники – група музеїв комплексного типу просто неба, що володіють особливою цінністю й одержали статус заповідників згідно з постановами урядових органів країни. Створюються шляхом музеєфікації винятково цінних територій, ансамблів, комплексів і окремих пам'яток історії, культури чи природи. За профілями поділяються на археологічні, історико-культурні, історико-архітектурні, історико-меморіальні.

Музей-кав'ярні (пави, трактири, корчми, винні підвали та ін.) – поширений у країнах Європи вид ансамблевих музеїв, створених шляхом часткової музеєфікації історичного дизайнерсько-побутового середовища та його старожитньо-меморіальних елементів з метою відтворення та збереження традиційного ансамблю й самої атмосфери «старих добрих часів». Експозиція цих музеїв покликана розкривати історико-культурну цінність того чи іншого закладу як пам'ятка історії й діючої туристичної атракції. За профілем їх можна віднести також і до меморіальних, етнографічних та галузевих музеїв.

Музей-квартири – вид меморіальних музеїв, які створюються шляхом музеєфікації окремих квартир, у яких жили видатні діячі культури, освіти, науки кінця XIX–XX ст., і присвячені їхньому життю й діяльності (напр., квартира-музей Олеса Гончара у Києві).

Музей-кораблі – вид ансамблевих музеїв, створених шляхом музеєфікації суден із визначною історією з метою збереження та популяризації їхнього значення як пам'ятки історії, науки і техніки.

Музей-майстерні – спільна назва двох подібних за змістом і принципами музеєфікації підвидів ансамблевих музеїв: а) персоніфікованих музеїв-майстерень видатних митців (за профілем належать до меморіальних); б) типологічних музеїв-майстерень людських ремесел (за профілем відносяться до етнографічних).

Музей-монастирі – вид ансамблевих музеїв України, створених шляхом музеєфікації архітектурних ансамблів монастирів; за профілями їх відносять до історико-архітектурних музеїв.

Музей-підприємства – вид ансамблевих музеїв, створених шляхом музеєфікації промислового підприємства з метою збереження і розкриття його історико-культурної цінності як пам'ятки історії промисловості, науки і техніки. За профілями їх відносять до групи науково-технічних музеїв.

Музей-садиби – найпоширеніший вид ансамблевих музеїв України. Створюються шляхом музеєфікації архітектурного, інтер'єрного, ландшафтного та господарського комплексу садиб.

Музей-храми – музеєфіковані пам'ятки, в яких засоби музейної інтерпретації спрямовані на розкриття сторінок історії та суспільного й мистецького

значення цих пам'яток (напр., Софійський собор доби Київської Русі у Києві).

Музей-цвинтарі – вид ансамблевих музеїв, створених шляхом музеєфікації меморіально-ландшафтного середовища з метою відтворення, збереження і розкриття його історико-культурної цінності як пам'ятки історії.

Музичні музеї – вид музеїв, які займаються збиранням, збереженням, вивченням, експонуванням і публікацією пам'яток музичної культури.

Мультикультуралізм – співіснування або сприяння співіснування різних культур в одній країні, може також означати взаємну ізоляцію культур.

Муніципальні музеї – основна на сьогодні форма недержавного музею, що виконує властиві йому функції щодо збирання, збереження і презентації колекцій. Муніципальні музеї перебувають в управлінні місцевої адміністрації і фінансуються з місцевих бюджетів.

Наукова концепція експозиції – перший етап проєктування експозиції, під час якого формулюється тема і провідна ідея експозиції, її мета і методи досягнення цих цілей; вимоги до архітектурно-художнього вирішення й експозиційного устаткування; визначається місце задуманої експозиції в системі експозицій музею.

Наукове комплектування фондів – процес виявлення в зовнішньому середовищі предметів музейного значення та їхнього збору для поповнення музейних зібрань; наукова діяльність, заснована на принципах музеєзнавства і профільних дисциплін.

Науково-допоміжні матеріали – музейні предмети, що використовуються для розкриття інформаційного потенціалу музейних пам'яток, їхнього вивчення й інтерпретації; це карти, схеми, креслення, діаграми, таблиці тощо. У складі музейних зборів утворюють фонд науково-допоміжних матеріалів, в експозиції є як експонати чи пояснення до них.

Науково-допоміжні музейні матеріали – сукупність матеріалів у фондах, які не володіють ознаками музейних предметів, однак допомагають їх вивченню та експонуванню.

Науково-дослідна робота в музеї – пошуково-наукова діяльність з атрибуції, класифікації, систематизації й інтерпретації музейних пам'яток.

Науково-технічні музеї – різноаспектна група музеїв технократичної профільної групи, що збирають, зберігають, вивчають, експонують та популяризують творіння людських рук, пов'язані з історією та практикою розвитку техніки та технологій, а також – із життям і творчим генієм визначних експериментаторів, винахідників і вчених.

Національна музейна політика – сукупність основних напрямів і засад діяльності держави та суспільства в галузі музейної справи.

Недержавна частина Музейного фонду України – музейні колекції та музейні предмети, що не віднесені або не підлягають віднесенню до державної частини Музейного фонду України, в тому числі пам'ятки, що

є власністю громадських і релігійних організацій, окремих громадян та їх об'єднань.

Некомерційна складова музейного маркетингу – комплекс заходів з підвищення соціальної значущості діяльності музейної установи, її місії і суспільної ваги, створення яскравого привабливого образу музею як скарбниці мистецтв і культурної спадщини.

Об'єкт культурної спадщини – це місце, споруда (витвір), комплекс (ансамбль), їхні частини, пов'язані з ними території чи водні об'єкти, інші природні, природно-антропогенні або створені людиною об'єкти незалежно від стану збереженості, що донесли до нашого часу цінність з антропологічного, археологічного, естетичного, етнографічного, історичного, мистецького, наукового чи художнього погляду та зберегли свою автентичність.

Об'єкт музеєзнавства – музей і музейна справа як суспільне явище у всіх їх проявах.

Об'єкти екскурсійні – це матеріальна основа екскурсійного показу. Поділяються на історичні, археологічні, архітектурні, документальні пам'ятки, пам'ятки мистецтва.

Обладнання експозиційне – комплекс елементів і пристосувань, які здійснюють конструктивно-просторову організацію експозиції, забезпечують збереження і фіксацію експонатів в будь-якій точці експозиційного простору, що виконують певні художні, символічні функції.

Облік музейний – один з основних напрямів роботи музею, що здійснюється шляхом ведення фондово-облікової документації (у тому числі в електронному вигляді), яка містить назву предмета (прізвище автора твору), датування, місце створення, дату надходження до музею, матеріал, техніку виготовлення, короткий опис, наукову атрибуцію, стан збереження, облікові позначення та забезпечує можливість їх ідентифікації, правовий статус музейних предметів і музейних колекцій.

Облік музейних фондів – направлення в роботі фондових підрозділів, основна мета якої є юридична охорона музейних фондів і право музею щодо отримання результатів вивчення музейних предметів і даних про них.

Облікова документація – сукупність документів, які мають юридичну силу щодо реєстрації, інвентаризації та збереження музейних предметів.

Облікові позначення – охоронні державні знаки, які запобігають втраті або підміні музейних предметів.

Обмін предметами Музейного фонду – одна з форм комплектування музейного зібрання, що здійснюється шляхом обміну з іншими музеями матеріалами дублетного фонду та непрофільними матеріалами на предмети, що відповідають профілю музейного зібрання.

Образ художній – це специфічна для мистецтва форма освоєння, тлумачення і перетворення дійсності, що здійснює естетичний і виховний вплив на людину.

Образотворчі засоби наочності – допоміжні наочні приладдя з «портфеля екскурсовода».

Оглядові екскурсії – це багатопланові маршрутні екскурсії, що паралельно чи послідовно розкривають декілька тем; традиційно проводяться у краєзнавчих та загальному мистецьких музеях.

Організація Об'єднаних Націй з питань освіти, науки і культури (United Nations Education Science and Culture Organization – UNESCO) – міжнародна організація, діяльність якої охоплює широке коло питань: ліквідація неграмотності і боротьба з дискримінацією в царині освіти, вивчення, збереження і популяризація національних культур та безліч інших актуальних для міжнародного співтовариства питань.

Основні музейні послуги – експонування, наукова інтерпретація та пізнавально-культурна популяризація пам'яток.

Охорона культурної спадщини – комплекс заходів з обліку (виявлення, наукове вивчення, класифікація, державна реєстрація) збереження, належного утримання, відповідного використання, консервації, реставрації, реабілітації та музеєфікації об'єктів культурної спадщини.

Охорона музеїв – система правових, організаційних та фінансово-економічних заходів, які забезпечують недоторканність музейного приміщення та музейного зібрання.

«Портфель екскурсовода» – умовна назва комплексу наочних матеріалів (фотографій, копій документів, географічних карт, схем, репродукцій з картин тощо), що використовуються екскурсоводом у ході екскурсії.

Пам'ятка – об'єкт природи, матеріальної і духовної культури, який занесено до Державного реєстру нерухомих пам'яток України, що має художнє, історичне, етнографічне та наукове значення й підлягає збереженню, відтворенню та охороні відповідно до чинного законодавства.

Пам'ятка історії і культури – рухомі і нерухомі матеріальні об'єкти, що мають наукову, історичну чи художню цінність. Поділяються на чотири основні групи: пам'ятки історії, пам'ятки археології, пам'ятки містобудування й архітектури, пам'ятки мистецтва. Охороняються державою відповідно до чинного законодавства.

Пам'ятка нерухома – об'єкт культурної спадщини національного або місцевого значення, що занесено до Державного реєстру нерухомих пам'яток України.

Пам'ятка природи – об'єкт природи (геологічний, ботанічний тощо), що має науково-пізнавальне та виховне значення.

Первинна реєстрація – це діяльність музейних працівників щодо прийому й ідентифікації нових пам'яток, які надходять у музей шляхом археологічних розкопок, подарунків меценатів, придбання на аукціоні,

передачею органами внутрішніх справ та прикордонного митного контролю тощо.

Показ об'єкта – це система цілеспрямованих дій екскурсовода й екскурсантів, огляд об'єкта під керівництвом кваліфікованого спеціаліста.

Постійне (тимчасове) зберігання – один з основних видів діяльності музею, що передбачає створення матеріальних і правових умов, за яких забезпечується додержання спеціального науково обґрунтованого режиму зберігання музейних предметів і колекцій, переданих музею у постійне (тимчасове) користування.

Предмет музеєзнавства – принципи, технології та процеси нагромадження, збереження і презентації інформації музейними установами, а також процеси виникнення, розвитку та суспільного функціонування музею.

Предмет музейний – культурна цінність, якість або особливі ознаки якої роблять необхідним для суспільства її збереження, вивчення та публічне представлення

Предмет музейного значення – культурна цінність, особливі ознаки якої є підставою для внесення її до Музейного фонду України та набуття статусу музейного предмета з метою збереження, вивчення та публічного представлення.

Приватний колекційний фонд – це приватна збірка матеріальних цінностей, яка зазвичай є доступною для ознайомлення лише вузького кола осіб.

Приватні музеї – це установи, що належать приватним особам, створені їхніми зусиллями та підтримуються на їхні кошти. У більшості країн світу це найдавніша і найрозповсюдженіша форма музейних установ.

Псевдомузей – заклад, який представляє деяку колекцію (не осмислену науково і репрезентативно не продуману) як частину комерційного товару або послуги (музей-магазин, музей-ресторан тощо).

Реабілітація – сукупність науково-обґрунтованих заходів щодо відновлення культурних і функціональних властивостей об'єктів культурної спадщини, приведення їх у стан, придатний для використання.

Реставрація – сукупність науково-обґрунтованих заходів щодо укріплення фізичного стану, розкриття найбільш характерних ознак, відновлення втрачених або пошкоджених елементів культурної спадщини із забезпеченням збереження їхньої автентичності.

Світловий режим – система захисту музейних предметів від прямої дії світла.

Система фондової документації – взаємозв'язана сукупність документів, складених згідно зі встановленою формою в процесі обліку фондів, їх класифікації і систематизації, фізичної охорони, яка необхідна музеям для виконання їхніх соціальних функцій.

Спадкування традицій – процеси безперервної (між поколіннями) трансляції (а іноді і відмирання, втрати соціальної актуальності) вже існуючих та інтегрованих у соціальну практику форм, яка визначає спадкоємність

історичного соціального досвіду людей і дозволяє здійснювати відтворення їх спільнот як стійких соціальних цілісностей.

Справа музейна – спеціальний вид наукової та культурно-освітньої діяльності, що включає комплектування, зберігання, охорону та використання музеями культурних цінностей та об'єктів культурної спадщини України, в тому числі їх консервацію, реставрацію, музеєфікацію, наукове вивчення, експонування та популяризацію.

Стиль корпоративний, айдендика (англ. corporate identity) – набір графічних форм і принципів побудови візуальної комунікації, об'єднаних однією ідеєю, основне завдання яких – виділити компанію серед подібних собі і створити впізнаваний образ в очах споживачів.

Структура фондів – складові частини фондів.

Трансформація культурних форм – процеси їх модернізації, прогресивного розвитку або деградації, аж до зникнення з практики.

Температурно-вологісний режим – комплекс заходів, направлених на збереження музейних предметів шляхом регулювання температури і вологості у фондосховищах та експозиції.

Тематико-експозиційний план – базовий музейний документ про створення експозицій.

Фандрейзинг – комплекс робіт із залучення фінансів для реалізації некомерційних проектів.

Фонди – сукупність всіх музейних предметів і взаємозв'язаних з ними науково-допоміжних матеріалів, які є у власності музею.

Форма культурна – сукупність спостережуваних ознак і рис будь-якого культурного об'єкта (явища), що відображають його утилітарні й символічні функції, на підставі яких здійснюється його ідентифікація і атрибуція; форма, в якій створюється, зберігається та передається з покоління в покоління інформаційно-знаковий зміст суспільного життя (знання, цінності і регулятиви).

Фриз (французького походження) – горизонтальна частина експозиції, розташована між стелею та базовою частиною експозиції.

Храм – культова споруда, призначена для богослужіння та відправи релігійних обрядів. До цього виду будівель належать святилища, християнські церкви, костіоли, мусульманські мечеті, юдейські синагоги тощо.

Художнє проєктування – унікальний музейний документ, в якому відображено основні художні принципи побудови музейної експозиції, образне художньо-просторове розкриття її ідейного змісту.

Цінності культурні – об'єкти матеріальної та духовної культури, що мають художнє, історичне, етнографічне та наукове значення і підлягають збереженню, відтворенню, охороні, перелік яких визначено Законом

України «Про вивезення, ввезення та повернення культурних цінностей». До них належать:

- 1) зоологічні колекції, що становлять наукову, культурно-освітню, навчально-виховну або естетичну цінність;
 - 2) манускрипти та інкунабули, стародруки, архівні документи, включаючи кіно, фото- і фотодокументи, окремо чи в колекції;
 - 3) оригінальні художні твори живопису, графіки та скульптури, художні композиції та монтажні з будь-яких матеріалів, твори декоративно-прикладного і традиційного народного мистецтва;
 - 4) поштові марки, інші філателістичні матеріали, окремо чи в колекції;
 - 5) рідкісні монети, ордени, медалі, печатки та інші предмети колекціонування;
 - 6) предмети музейного значення, знайдені під час археологічних розкопок;
 - 7) предмети, пов'язані з історичними подіями, розвитком суспільства та держави, історією науки і культури, а також такі, що стосуються життя та діяльності видатних діячів держави, політичних партій, громадських і релігійних організацій, науки, культури та мистецтва;
 - 8) рідкісні колекції та зразки флори і фауни, мінералогії, анатомії та палеонтології;
 - 9) різноманітні види зброї, що має художню, історичну, етнографічну та наукову цінність;
 - 10) складові частини та фрагменти архітектурних, історичних, художніх пам'яток і пам'яток монументального мистецтва;
 - 11) старовинні книги та інші видання, що становлять історичну, художню, наукову та літературну цінність, окремо чи в колекції;
 - 12) унікальні та рідкісні музичні інструменти.
- .

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

І. Підручники, посібники

1. Богатирьова Г.А. Основи музеєзнавства: метод. реком. для вивч. дисц. Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2022. 97 с.
2. Вайдахер Ф. Загальна музеологія: посіб. / переклад з нім. В. Лозинський та ін. Львів : Літопис, 2005. 629 с.
3. Вербицька П.В., Пасічник Р.Е. Музей як комунікативний та освітній простір: навч. посіб. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2017. 229 с.
4. Виноградова О.В., Дарчук В.Г. Основи музеєзнавства: навч. посіб. Львів: «Магнолія 2006», 2025. 184 с.
5. Вступ до музеєзнавства і пам'яткознавства : навч. посіб. / за наук. ред. О.М. Гончарової, С.Ж. Пустовалова. Київ : Видавництво «Ліра-К», 2019. 489 с.
6. Гайдай О.М. Музеєзнавство: навч. посіб. Миколаїв: Видавництво ЧНУ ім. Петра Могили, 2021. 212 с.
7. Галасюк С.С., Нездоймінов С.Г. Організація туристичних подорожей та екскурсійної діяльності: навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2019. 177 с.
8. Дмитренко А. Атрибуція: суть, нормативно-правова база, місце в системі музейної роботи та мистецького ринку: матеріали для самостійної роботи: методичні рекомендації для здобувачів вищої освіти спеціальності 027 Музеєзнавство, пам'яткознавство. Луцьк, 2023. 56 с.
9. Карпов В., Денисюк Ж. Формування мистецьких колекцій: визначення оціночної вартості музейних предметів: навч. посіб. Київ: НАКККиМ, 2020. 112 с.
10. Личак І.С. Організація музейної справи в навчальному закладі: метод. посіб. Біла Церква, 2013. 116 с.
11. Нездоймінов С.Г. Організація екскурсійних послуг: навч.-метод. посіб. Одеса : Астропринт, 2011. 216 с.
12. Нестеренко В.І. Музейна справа. Методичні рекомендації на допомогу керівнику при закладі освіти. Умань, 2009. 52 с.
13. Основи музеєзнавства, маркетингу та рекламно-інформаційної діяльності музеїв: посіб. / Під ред. В. Великочого та ін. Івано-Франківськ: Плай, 2005. 64 с.
14. Паур І. Навчальна музейна практика: навчально-методичний посібник для організації самостійної роботи здобувачів вищої освіти спеціальності 023 Образотворче мистецтво, декоративне мистецтво, реставрація. Кам'янець-Подільський : Видавець Панькова А.С., 2021. 136 с.
15. Паур І. Основи музейної справи: навчально-методичний 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.

16. Платонов Б.О. Колекціонування культурних цінностей: курс лекцій. Київ : НАКККіМ, 2016. 109 с.
17. Поколотна М.М. Організація екскурсійної діяльності: підруч. Харків : ХНХМГ ім. О.М. Бекетова, 2017. 180 с.
18. Рутинський М.Й., Стецюк О.В. Музеєзнавство: навч. посіб. Київ : Знання, 2008. 428 с.
19. Салата О.О. Основи музеєзнавства: навч.-метод. посіб. Вінниця : ТОВ «Нілан-ЛТД», 2015. 164 с.
20. Терський С., Савченко О. Історія музейної справи та охорони культурної спадщини в Україні: навч. посіб. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2020. 242 с.
21. Торяник В.М., Хрідочкін А.В., Джинджоян В.В. Основи музеєзнавства: навч. посіб. Київ: Видавництво «Каравела», 2024. 300 с.
22. Удовиченко І.В. Музейна педагогіка: теорія і практика: наук.-метод. посіб. Київ: Логос, Національний музей історії України, 2017. 72 с.
23. Урсу Н.О., Березіна І.В. Основи музейної справи. Методичні рекомендації для студентів і магістрантів мистецьких спеціальностей. Кам'янець-Подільський : ФОП Сисин О.В., 2009. 48 с.
24. Якубовський В.І. Музеєзнавство. навч. посіб. Кам'янець-Подільський: ПП Мошак М.І., 2012. 352 с.

II. Монографії, статті, матеріали конференцій

25. Акімов Д. Основні функції музеїв у контексті маркетингу мистецтва. *Мистецтвознавчі записки*. 2019. № 36. С. 3–8.
26. Аліксійчук О. Музейна педагогіка як засіб опанування школярами курсу «Мистецтво». *Педагогічний вісник Поділля*. 2021. № 4. С. 12–15.
27. Банах В.М. Музейні інновації та інтерактивність у теорії та практиці музейної справи. *Historical and Cultural Studies*. Vol. 3. No 1, 2016. P. 1–5.
28. Барановська Н. Експозиційна робота у діяльності музею. *Historical and Cultural Studies*. Vol. 2. No. 1. 2015. S. 13–17.
29. Бегаль Т.О. Дозвіллевий аспект експлуатації інтерактивних музейних експозицій.
Актуальні філософські, політологічні та культурологічні проблеми розвитку людини суспільства у динамічному та глобалізованому світі: Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 9-10 жовт. 2020 р. Київ : Гельветика, 2020.
30. Бегаль Т.О. Еволюція поняття «музейна експозиція» в контексті розвитку культури.
Культурологія та соціальні комунікації: інноваційні стратегії розвитку : програма Міжнар. наук. конф., м. Харків, 26–27 листоп. 2020 р. Харків : ХДАК, 2020. С. 15–16.
31. Бегаль Т.О. Музейна експозиція: культурна ретроспектива. *Культура та мистецтво: сучасні тенденції та перспективи : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф., м. Одеса, 4 черв. 2020 р. Одеса : Міжнар. гуманітар. ун-т, 2020. С. 16–19.*

32. Бегаль Т.О. Музейна експозиція: проблеми інтерпретації поняття у культурологічних дослідженнях. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку*. 2020. Вип. 35. С. 190–195.
33. Бегаль Т.О. Музейна експозиція: шляхи розвитку та розширення. *Гуманітарний корпус* : зб. наук. ст. з актуальних проблем філософії, культурології, психології, педагогіки та історії : [за матеріалами III Міжнар. наук.-практ. конф. «Наукові пошуки: актуальні дослідження, теорія та практика», м. Київ, 5 черв. 2020 р.]. Київ, 2020. Вип. 34, т. 1. С. 18–20.
34. Бегаль Т. О. Роль інтернет-порталів у віртуалізації музейних експозицій. *Перспективи розвитку сучасної науки та освіти* : матеріали II Міжнар. наук.-практ. конф. м. Львів, 15–16 черв. 2020 р. Львів : Львів. наук. форум, 2020. Ч. I. С. 45–46.
35. Бегаль Т.О. Роль цифрових технологій у формуванні сучасного експозиційного простору. *Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences*. 2020. Вип. VIII(43). I.: 243. С. 7–11.
36. Бегаль Т. О. Становлення та розвиток музейної експозиції: історико-культурний підхід. *Культура і мистецтво у сучасному світі*. 2020. Вип. 21. С. 23–33.
37. Бегаль Т.О. Трансформація експозиційного середовища в контексті розвитку подієвої культури. *Філософія подієвої культури: історія та сучасність* : матеріали Всеукр. наук. практ. конф., м. Київ, 25–26 берез. 2021 р. Київ, 2021. С. 14–16.
38. Бегаль Т. О. Цифрові технології в експозиційному середовищі музею: сучасні тенденції та перспективи розвитку. *Наукова весна 2021. Культура і мистецтво в сучасному світі* : I Всеукр. форум молодих вчених : зб. матеріалів форуму, м. Київ, 28 трав. 2021 р. Київ : Вид. центр КНУКіМ, 2021. С. 70–72.
39. Бегаль Т. О. Цифрові технології у експозиційному середовищі музею: значення та особливості застосування. *Соціально-гуманітарний вісник* : [за матеріалами Міжнар. наук.-практ. конф. «Сучасні тенденції соціально-гуманітарного розвитку суспільства», 23 верес. 2020 р.]. Харків : Новий курс, 2020. Вип. 35. С. 89–90.
40. Бегаль Т.О. Генеза експозиційного середовища музею: від витоків до сучасності: монографія. Київ: Видавничий центр КНУКіМ, 2022. 200 с.
41. Беззуб Ю.В. Формування соціальної та громадянської компетентностей учнів засобами музейної педагогіки. *Музейна педагогіка – проблеми, сьогодення, перспективи*: матер. V наук-практ. конф. (Київ, 28–29 вересня 2017 р.) / Національний Києво-Печерський історико-культурний заповідник. Київ, 2017. С. 10–12.
42. Березнюк Т. Особливості та специфіка побудови інтерактивних музейних експозицій. *Вісник Київського національного університету культури і*

- мистецтв.* Серія: Музеєзнавство та пам'яткознавство. Вип. 1, 2018. С. 48–53.
43. Березнюк Т. О. Музейна експозиція: соціокультурна сутність. *Удосконалення інформаційно-ресурсного забезпечення освіти і науки в умовах євроінтеграції* : тези доп. XXI Міжнар. наук.практ. конф., 21–23 берез. 2019 р. Біла Церква, 2019. С. 19–20.
 44. Березнюк Т. О. Предметно-експозиційний простір музею як об'єкт культурної рефлексії. *Другий Всеукраїнський Музейний Форум* : матеріали наук.-практ. конф. Переяслав-Хмельницький, 2019. С. 20–23.
 45. Бойко-Гагарін А.С. Музей, що заробляє. Manual для маркетолога. Київ : Логос, 2020. 200 с.
 46. Бондарець О. Музеї: збереження спадщини, осмислення минулого, формування ідентичності. *Наукові записки НаУКМА*. Історія та теорія культури. 2021. Т. 4. С.106–112.
 47. Бондарець О.В. Структура музеєзнавства: актуальні проблеми розвитку науки. *Наукові записки НаУКМА*. 2017. Т. 191: Теорія та історія культури. С. 72–78.
 48. Брижаченко Н.С. Класифікація музейно-експозиційних просторів, організованих за допомогою використання інтерактивних технологій. *Вісник ХДАДМ*. 2013. № 3. С. 62–67.
 49. Васютіна Т. Дидактичні можливості музейної педагогіки та віртуальних екскурсій у навчанні молодших школярів. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2020. Вип. 29. Т. 1. С. 236–242.
 50. Велика Л. П. Роль образної побудови експозиції у системі музейної комунікації (аспект розбудови української школи музеєтворення) : дис... канд. мистецтвознавства : 17.00.08 / Харків. держ. акад. культури. Харків, 2000. 197 с.
 51. Вітрик І.С. «Індивідуальні» екскурсії в музеї. *Музейна педагогіка – проблеми, сьогодення, перспективи*: матер. V наук-практ. конф. (Київ, 28–29 вересня 2017 р.) / Національний Києво-Печерський історико-культурний заповідник. Київ, 2017. С. 19–21.
 52. Гагоорт Г. Менеджмент мистецтва. Підприємницький стиль / Переклад з англ. Б. Шумилович. Львів: Літопис, 2008. 360 с.
 53. Герчанівська П.Е. Цифрова культура в інформаційному суспільстві: антропологічний аспект. *Культура і сучасність: альманах*. 2022. № 2. С. 3–7. DOI: 10.32461/2226-0285.2.2022.270531.
 54. Гірний О. Експозиційний простір у художніх музеях як місце комунікативних та дискурсивних контактів. *Українська академія мистецтва*: зб. наук. праць. 2024. № 35. С. 17–26.
 55. Гірний О.О. Художній музей як простір соціокультурної комунікації. *Scientific practice: modern and classical research methods*: III Міжнар. наук.-практ. конф. Бостон, США, 16 вересня 2022. С. 166–167.
 56. Гладун О.Д. До проблеми формування експозиційного простору (з досвіду Черкаського обласного художнього музею). *Музеї та реставрація у*

- контексті збереження культурної спадщини: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ 2016 / редкол.: В.Г. Чернець (голова) та ін. Київ : НАКККиМ, Видавець Олег Філюк, 2016. С. 71–72.
57. Гололобов С., Антонова Л. Реалізація державної політики цифрового розвитку у сфері музейної справи: виклики та перспективи. *Аспекти публічного управління*. 2023. № 11(3). С. 50–56. DOI: <https://doi.org/10.15421/152335>.
 58. Гончарова О. М. «Картинні галереї» давньої Греції як художні протомузеї. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2014. № 3. С. 57–63.
 59. Гончарова О.М. Деякі особливості екскурсійної лекції в художніх музеях. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку*. Наукові записки Рівненського державного гуманітарного університету. Вип. 19. 2013. Т. 2. С. 263–268.
 60. Гохстрат Е., Гейн А. Теорія навчання Девіда Колба в музеї. Київ: Музейний простір, 2015. 96 с.
 61. Дворкін І. Національні музеї в Україні на початку ХХ століття. *Культурологічний альманах*. 2023. № 1. С. 25–30.
 62. Денисюк Ж.З. Музейна комунікація в умовах цифровізації. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. 2021. № 3. С. 64–70.
 63. Дечонг, В., Дольська, О., 2023. Цифрова культура та її основні характеристики. *Актуальні проблеми філософії та соціології*. 2023. № 41. С. 15–21. DOI: <https://doi.org/10.32782/apfs.v041.2023.3>.
 64. Забоцький В. Мистецтвознача експертиза як інструмент атрибуції культурних цінностей. *Fine Art and Culture Studies*. 2024. № 3. С. 157–164.
 65. Зайченко О.К. Клієнтоорієнтованість маркетингових комунікацій музею: типові помилки та вдалі приклади. *Музейна педагогіка – проблеми, сьогодення, перспективи*: матер. V наук-практ. конф. (Київ, 28–29 вересня 2017 р.) / Національний Києво-Печерський історико-культурний заповідник. Київ, 2017. С. 38–42.
 66. Збереження музейних, архівних, бібліотечних і наукових колекцій в умовах війни. Біла книга / Гольдін П. та ін. 2024. 58 с. URL: <https://scienceatrisk.org/storage/lp/118/9b1fd43b5d9b605f0131ca5a61c71cd66b28035f.pdf> (дата звернення: 03.02.2025).
 67. Ідема Й. Як ходити до музею: поради для справді результативного візиту / пер. з англ. О. Якименко. Харків : Ранок, Фабула, 2019. 132 с.
 68. Калібовець С.М. Музей як феномен соціальної пам'яті. *Література та культура Полісся*. 2020. Вип. 99. Серія: Історичні науки. № 13. С. 153–165.
 69. Караманов О. Дидактичні засоби музейної педагогіки як елемент формування нового освітнього простору. *Освіта та педагогічна наука*. 2021. № 1 (176). С. 3–11.

70. Караманов О. Роль музейної педагогіки в процесі соціалізації особистості. *Вісник Львівського університету*. Серія: педагогічна. 2007. Вип. 22. С. 58–64.
71. Караманов О., Сурмач О., Шукалович А. Музейна педагогіка в системі підготовки бакалаврів: можливості педагогічного коледжу. *Український педагогічний журнал*. 2020. № 1. С. 100–107.
72. Караманов О.В. Взаємодія музею і школи у контексті демократичних освітніх перетворень (досвід України і Польщі). *Шлях освіти*. 2009. № 2. С. 19–23.
73. Караманов О.В. Музейна педагогіка в контексті багатокультурного освітнього середовища в Україні. *Шлях освіти*. 2012. № 2. С. 8–11.
74. Караманов О.В. Музейна педагогіка в навчально-виховному процесі загальноосвітньої школи. *Освіта та педагогічна наука*. 2012. № 3. С. 5–12.
75. Караманов О.В. Музейна педагогіка і STEAM-освіта: нові можливості для інновацій. *Музейна педагогіка – проблеми, сьогодення, перспективи*: матер. V наук-практ. конф. (Київ, 28–29 вересня 2017 р.) / Національний Києво-Печерський історико-культурний заповідник. Київ, 2017. С. 43–45.
76. Караманов О.В. Музей-школа-університет: особливості педагогічної взаємодії в сучасному «суспільстві знань». *Освіта та педагогічна наука*. 2013. № 4. С. 44–50.
77. Ключко Ю.М. Розвиток музеології в умовах соціально-культурних трансформацій музею у сучасному світі. *Культура і мистецтво у сучасному світі*. 2018. Вип. 19. С. 136–144.
78. Ковальова Н., Левченко В. Сучасний музей як комунікативний простір: концепція радикальної музеології Клер Бішоп. *Докса: зб.наук.пр. з філософії та філології*. Одеса: Акваторія. 2023. Вип. 2 (40): Креативні технології та сучасна картина світу. С. 56–64.
79. Ковальчук А.М. Експозиційна діяльність як сегмент музейної роботи. *Музейна справа на Поділлі: історія та сучасність*: зб.наук.пр. за підсумками всеукр.наук. практ. конф., м. Кам'янець-Подільський, 15 травня 2015 р. / редкол.: В.С. Травінський (голова), Л.В. Баженов, О.М. Завальнюк. Кам'янець-Подільський: ПП «Медобори-2006», 2015. С. 82–85.
80. Кожина А. Сучасні тенденції розвитку публічного управління у сфері музейної справи в умовах цифрової трансформації. *Аспекти публічного управління*. 2023. № 11(4). С. 89–96. DOI: <https://doi.org/10.15421/152357>.
81. Комаренко О.І., Лушпієнко І.Г. Накопичення освітленості музейними предметами. *Музеї та реставрація у контексті збереження культурної спадщини*: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ 2016 / ред. кол.: В.Г. Чернець (голова) та ін. Київ: НАКККіМ, Видавець Олег Філюк, 2016. С. 41–45.
82. Коркач С.О. Практичний аспект науково-дослідної роботи Музею заповіді Тараса Шевченка. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського*. Серія: Історичні науки. 2022. Т. 33 (72). № 2. С. 105–110.

83. Котлер Н. Музейний маркетинг і стратегія: формування місії, залучення публіки, збільшення доходів і ресурсів. Київ: Стилос, 2010. 528 с.
84. Кулиняк, М., 2022. Цифрова культурна спадщина як феномен цифрової культури. *Культурний альманах*. 2022. № 3. С. 218–227. DOI: <https://doi.org/10.31392/cult.alm.2022.3.28>.
85. Кушнір В. Інтерактивність, інклюзія та партисипація як магістральні лінії інноваційних практик музейної роботи. *Народознавчі зошити*. 2022. № 1 (163). С. 16–30.
86. Кушнір В. Проблеми теоретичної музеології в сучасному українському музеєзнавстві: основні підходи та інтерпретації. *Народознавчі зошити*. 2020. № 2 (152). С. 385–394. DOI <https://doi.org/10.15407/nz2020.02.385>
87. Лисакова І.В. Екскурсійно-художня програма як форма діяльності музею. *Музейна педагогіка – проблеми, сьогодення, перспективи*: матер. V наук.-практ. конф. (Київ, 28–29 вересня 2017 р.) / Національний Києво-Печерський історико-культурний заповідник. Київ, 2017. С. 52–54.
88. Маньковська Р. «... Де минуле не розходиться з майбутнім» (До розмови про музейну педагогіку). *Краєзнавство*. 2012. № 1. С. 119–121.
89. Маньковська Р. Музеї України у суспільно-історичних викликах ХХ – початку ХХІ ст. Львів : Простір-М, 2016. 408 с.
90. Маньковська Р. Музейні інтеракції в соціокультурній динаміці українського суспільства 1985–1991 рр. *Україна ХХ ст.: культура, ідеологія, політика*: зб. статей / гол.ред. В. Смолій. 2023. Київ: Ін-т історії України НАН України. Вип. 27. С. 116–132.
91. Маньковська Р. Музейно-освітній простір України: структура та інновації. *Музейна педагогіка в науковій освіті*: зб. тез доп. уч. II Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Київ, 26 листопада 2020 р.) / за наук. ред. С. О. Довгого. Київ: Національний центр «Мала академія наук України», 2020. С. 150–154.
92. Маньковська Р. Музеологія як наукова галузь: сучасний дискус та проблема теоретичного інтегрування. *Краєзнавство*. 2009. № 3-4. С. 136–144.
93. Маньковська Р. Сучасні музейні комунікації та перспективи їх розвитку. *Краєзнавство*. 2013. № 3. С. 75–84.
94. Марченко І.Я. Історія запровадження штучного освітлення в музейній практиці першої третини ХХ ст. на практиці Ермітажу. *Музеї та реставрація у контексті збереження культурної спадщини*: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ 2016 / редкол.: В.Г. Чернець (голова) та ін. Київ : НАКККіМ, Видавець Олег Філюк, 2016. С. 45–49.
95. Методичні рекомендації щодо створення інтерактивних екскурсій / уклад. С.П. Поплавська. Біла Церква, 2021. 12 с.
96. Митківська Т.І. Біологічна безпека музейних колекцій. *Музеї та реставрація у контексті збереження культурної спадщини*: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ 2016 / редкол.: В.Г. Чернець (голова) та ін. Київ : НАКККіМ, Видавець Олег Філюк, 2016. С. 87–91.

97. Мокроусов А.І. Розвиток музейної та пам'яткоохоронної діяльності на Сумщині в першій третині ХХ століття. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського*. Серія: Історичні науки. 2019. Т. 30 (69). № 4. С. 45–50.
98. 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.
99. Музеї та реставрація у контексті збереження культурної спадщини: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 2016 / редкол.: В. Чернець (голова) та ін. Київ : НАКККиМ, 2016. 240 с.
100. Музей: менеджмент і освітня діяльність / упоряд. Г. Аартс, З. Мазурик; пер. з нідерланд. М. Ковальчук. Львів : Літопис, 2009. 223 с.
101. Музейна педагогіка – проблеми, сьогодення, перспективи: матер. V наук.-практич. кон-ції (28–29 вересня 2017 р.) / Національний Києво-Печерський історико-культурний заповідник. Київ, 2017. 132 с.
102. Музейна педагогіка в науковій освіті: збірник матеріалів доповідей учасників Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 19 грудня 2024 р. / за наук. ред. С.О. Довгого. Київ: Національний центр «Мала академія наук України», 2025. 388 с.
103. Музиченко Я.С. Активні й інтерактивні освітні технології в музейних програмах для дітей. *Музейна педагогіка – проблеми, сьогодення, перспективи*: матер. V наук.-практ. конф. (Київ, 28–29 вересня 2017 р.) / Національний Києво-Печерський історико-культурний заповідник. Київ, 2017. С. 60–62.
104. Назарук Л. В. 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 квітня 2021 р.) / Південноукр. нац. пед. ун-т ім. К.Д. Ушинського, Рада молодих учених та спеціалістів; [редкол.: Ю. А. Добролюбська (відп. ред.) та ін.]. Одеса : ПНПУ ім. К. Д. Ушинського, 2021. С. 14–18.
105. Невмержицька О. Музейна педагогіка: до визначення поняття. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2023. Вип. 67. Т. 1. С. 381–386.
106. Овчарова О., Яушева-Омельянчик Р., Сургай Л. Словник-довідник музейного працівника. Київ: Видавництво «КІЙ», 2013. 460 с.
107. Огієнко Д. Тематичні екскурсії до музею у професійній підготовці майбутніх педагогів. *Вісник Національного університету «Чернігівський колегіум» імені Т.Г. Шевченка*. 2024. Т. 182. № 26. С. 179–183.
108. Олексін Ю.П., Якубовська С.С. Використання музейної педагогіки в підготовці вчителів суспільствознавчих дисциплін. *Journal «ScienceRice: Pedagogical Education»*. 2024. № 1 (58). С. 62–65.
109. Олійник В. Музейна справа як напрям екскурсійної діяльності. *Економіка та суспільство*. [Електронний журнал]. 2025. Вип. 73. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-73-134>

110. Олійник В.Д. Музеєзнавство та організація екскурсійної діяльності: навч. посіб. Одеса, 2024. 141 с.
111. Організація екскурсійної діяльності: навч. посіб. / уклад. Л.А. Слатвінська. Умань: Візаві, 2022. 205 с.
112. Орищук В.В. Державна політика цифрового розвитку сфери музейної справи Французької республіки: досвід для України. *Публічне управління та регіональний розвиток*. 2022. № 17. С. 762–784. DOI: 10.34132/pard2022.17.06.
113. Паур І. Навчальна дисципліна «Музейна справа» для студентів художніх спеціальностей: з досвіду викладання. *Проблеми дидактики історії* : зб. наук. праць Кам'янець-Подільський : Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка, 2020. Вип. 11. С. 154-160.
114. Паур І.В. Музей історії університету як освітній простір. *Проблеми дидактики історії* : зб. наук. праць Кам'янець-Подільський : Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка, 2021. Вип. 11. С. 177–182.
115. Передерій І., Білан Н. Сучасна музейна комунікація в Україні та світі: стан і перспективи розвитку. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. 2018. № 2. С. 72–79.
116. Поліхун Н., Сліпухіна І., Рудик Г. Програма STEAM освіти в музеї світового мистецтва. *Музейна педагогіка в науковій освіті*: зб. тез доп. уч. II Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Київ, 26 листопада 2020 р.) / за наук. ред. С. О. Довгого. Київ : Національний центр «Мала академія наук України», 2020. С. 65–68.
117. Приборна Н., Приборна А., Жукова Д. Музейна педагогіка у контексті STEAM-освіти. *STEAM-освіта: від теорії до практики*: матер. круглого столу (Київ, 24 березня 2023 р.). Київ: Інститут обдарованої дитини НАПН України, 2023. С. 120–126.
118. Пушкар І. Інтерактивна екскурсія як основа музейної комунікації в музеях закладів загальної середньої освіти. *Музейна педагогіка в науковій освіті*: зб. тез доп. уч. II Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Київ, 26 листопада 2020 р.) / за наук. ред. С. О. Довгого. Київ : Національний центр «Мала академія наук України», 2020. С. 73–77.
119. Пушкар Н., Корецька О. Науковий опис предметів документального фонду: книг, документів, фото (відбитків і негативів). (Методичні рекомендації). *Волинський музейний вісник* : наук. зб. Вип. 6 / упоряд. А. Силюк. Луцьк : МП «Пульс», 2014. С. 255–276.
120. Реалізація STEM-підходу в освітньому середовищі інтерактивного музею науки: методичні рекомендації / І.А. Сліпухіна, Я.В. Савченко. Київ: Інститут обдарованої дитини НАПН України, 2023. 44 с.
121. Руденко С.Б. Музей як засіб розв'язання соціально-комунікаційних проблем. *Культура і сучасність*. 2018. № 2. С. 22–27.
122. Руденко С.Б. Музей як технологія: монографія. Київ: Видавництво Ліра-К, 2021. 436 с.

123. Руденко С.Б. Музейна пам'ятка: соціокультурна сутність та місце в системі історико-культурних цінностей: монографія. Київ : НАКККиМ, 2012. 120 с.
124. Савренко В. Практичне музеєзнавство: навч. посіб. Дніпро: Ліра, 2023. 116 с.
125. Смаглій К.В. Європейський досвід реформування музейної сфери: уроки для України. URL: <https://core.ac.uk/reader/149243470> (дата звернення: 15.05.2025).
126. Смирний Д. Дизайн музейної експозиції. *Мистецтвознавство України*. 2009. Вип. 10. С. 186–193.
127. Сотніков А.О., Іващенко О.В. Створення комфортного середовища як основи ефективності музейної комунікації. *Культурологічна думка*. 2021. № 19. С. 125–134.
128. Соціологія музею: презентація на тлі простору і часу / Н. Карпов (керівник авторського колективу). Київ : НАКККиМ, видавець Олег Філюк, 2016. 168 с.
129. Сошніков А. Моделювання експозиційного образу. *Вісник Харківського національного педагогічного університету імені Г.С. Сковороди*. Філософія. 2016. Вип. 47(2). С. 3–8.
130. Сошнікова О.М. Предметно-експозиційний простір як провідна форма музейної комунікації. VI Луньовські читання *Сучасна музейна експозиція: вимоги часу та нові можливості (до 60-річчя заснування Пархомівського художнього музею імені А.Ф. Луньова)*. Матер. наук.-практичного семінару 27 березня 2015. Харків: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2016. С. 60–69.
131. Сошніков А. Комфорт як базова основа музейної комунікації. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв*. Серія: Музеєзнавство та Пам'яткознавство. 2020. Т. 3. № 2. С. 161–171.
132. Степанов О.Є. В музеях світу. Київ : Артанія Нова, 2004. 72 с.
133. Сурмач О.І. Музей як соціокультурне явище сучасного суспільства. *Гілея: науковий вісник*. 2015. Вип. 95. С. 136–140.
134. Тітінюк Ю.О. Методика художнього формування сучасної музейної експозиції. *Комунікаційний підхід у музейній справі як відповідь на потреби соціуму*: зб. матер. наук. конф. Харків : Майдан, 2011. С. 19–29.
135. Турчак Л.І. Сучасні тенденції розвитку музейного простору. *Матеріали науково-практичної конференції «Музейна педагогіка – проблеми, сьогодення, перспективи»* (Київ, 24–25 вересня 2013 р.) / Національний Києво-Печерський історико-культурний заповідник. Київ : НКПІКЗ, 2013. С. 35–37.
136. Тюска В., Казначеева Л. Музейний простір у сучасних реаліях вітчизняної культури. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2022. Вип. 58. Т. 2. С. 138–143.
137. Удовиченко І. Експонат як суб'єкт музейної комунікації. *Музейна педагогіка в науковій освіті*: зб. тез доп. уч. II Всеукр. наук.-практ. конф.

- (м. Київ, 26 листопада 2020 р.) / за наук. ред. С. О. Довгого. Київ: Національний центр «Мала академія наук України», 2020. С. 104–109.
138. Удовиченко І.В. Компетентнісний підхід у музейній педагогіці. *Музейна педагогіка – проблеми, сьогодення, перспективи*: матер. V наук-практ. конф. (Київ, 28–29 вересня 2017 р.) / Національний Києво-Печерський історико-культурний заповідник. Київ, 2017. С. 111–114.
 139. Федорова Л.Д. З історії пам'яткоохоронної та музейної справи у Наддніпрянській Україні, 1870-1910-і рр. Київ: Інститут історії України НАН України, 2013. 373 с.
 140. Філіпчук Н. Становлення музейної педагогіки в Західній Україні. *Мистецька освіта: зміст, технології, менеджмент*. Серія: Педагогічні науки. 2019. № 14. С. 29–49.
 141. Філіпчук Н.О. Виховання особистості засобами музейної педагогіки. *Музейна педагогіка – проблеми, сьогодення, перспективи*: матер. V наук-практ. конф. (Київ, 28–29 вересня 2017 р.) / Національний Києво-Печерський історико-культурний заповідник. Київ, 2017. С. 115–116.
 142. Філіпчук Н.О. Музейна педагогіка і виховання нації. *Молодий вчений*. 2018. № 3 (55). С. 137–142.
 143. Філіпчук Н.О. Становлення і розвиток педагогічно-просвітницької діяльності музеїв України (кінець XIX – початок XXI століття): дис. ... докт. пед. наук: 13.00.01 / Інститут педагогічної освіти дорослих імені Івана Зязюна НАПН України. Київ, 2020. 765 с.
 144. Хахула Л., Ільницький В. Сучасні українські музейні наративи як чинники детравматизації пам'яті про тоталітаризм XX ст. *Проблеми гуманітарних наук*. Серія: Історія. 2020. Вип. 4 (46). DOI: <https://doi.org/10.24919/2312-2595.4/46.215328>
 145. Хмелевська А.В., Стрижова В.Г., Капучак І.О. Організація обліку в музейних установах. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2009. № 6. Т. 1. С. 191–196.
 146. Хорунжак Н.М., Сисюк С.В. Основні засоби та музейні фонди: особливості обліку і контролю в державному секторі. *Економічні науки*. 2020. Вип. 33. С. 132–145.
 147. Червінська І. Музейна педагогіка як інструмент взаємодії закладів освіти і музеїв у сучасному соціокультурному просторі. *Освітні обрії*. 2019. Т. 49. № 2. С. 16–21.
 148. Червінська І., Червінський А. Музей як соціокультурний інститут та освітній центр духовного розвитку суспільства. *Acta Paedagogica. Volynienses*. 2021. № 5. С. 131–136. DOI <https://doi.org/10.32782/apv/2021.5.20>
 149. Шман С.Ю. Музейні колекції як джерельна база експертних досліджень. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2023. № 1. С. 169–173.

150. Юхимчук М. Організація фондової роботи у Волинському краєзнавчому музеї (1991-2021). *Науковий вісник Ужгородського університету*. Серія: Історія. 2023. Вип. 1 (48). С. 33–39.
151. Яковець І.О. Комунікаційний простір сучасного музею як одна з основних категорій теорії музейної комунікації. *Вісник ХДАДМ*. 2014. № 4-5. С. 129–133.
152. Яковець І.О. Музейна експозиція: основні поняття та методи побудови. *Вісник ХДАДМ*. 2011. № 1. С. 147–150.
153. Яковець І.О. Сучасний художній музей як мистецький патерн: сутність, функціонування, розвиток: дис. ... д-ра мистецтвознав.: 26.00.01 / Нац. акад. керівних кадрів культури і мистецтв. Київ : [б.в.], 2018. 656 с.
154. Яценко О.Д. Цифрова культура: шляхи концептуалізації. *Культурологічний альманах*. 2022. № 2. С. 48–50. DOI: <https://doi.org/10.31392/cult.alm.2022.2.14>.
155. Giannini T., Bowen J.P. Museums and Digital Culture: From Reality to Digitality in the Age of COVID-19. *Heritage*. 2022. № 5. С. 192–214. DOI: <https://doi.org/10.3390/heritage5010011>.
156. Kopylov S., Paur I., Pihovych I., Pidhurnyi I. Fostering Digital Competencies in Prospective Museum Specialists: European Expertise and Practice of Ukraine. *Педагогічна освіта: теорія і практика: Збірник наукових праць / Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка; Інститут педагогіки НАПН України [гол. ред. Бахмат Н.В.]. Вип. 37 (2-2024). Київ: Міленіум, 2024. С. 101–115.*
157. Malde S., Kennedy A. Parry R. Understanding the digital skills & literacies of UK museum people. University of Leicester. 2019. URL: https://figshare.le.ac.uk/articles/report/Understanding_the_digital_skills_literacies_of_UK_museum_people_Phase_Two_Report/10196294?file=18373877 (дата звернення: 07.03.2025).
158. Paur I. Educational Activities in the Museum Space of Universities: European Experience and Ukrainian Practice. *Proceedings of the scientific and pedagogical internship* (Juli 1 – August 11, 2024). Riga, the Republic of Latvia, Pp. 56–61.
159. Ursu N., Hutsul I., Paur I., Pidhurnyi I. & Takirov T. Neuro Art as an Incorporation of the Conscious and the Unconscious in the Modern Exposition of Art Objects. *BRAIN. Broad Research in Artificial Intelligence and Neuroscience*. 2022. № 13 (3). P. 277–287.

III. Інформаційні джерела

160. Кодекс музейної етики ICOM : Український національний комітет Міжнародної ради музеїв. URL: <http://www.icom.in.ua/kodeks-muzejinoj-etiki/> (дата звернення: 16.02.2025).
161. Музейний фонд України: вебсайт. URL: <https://museum.mcsc.gov.ua/collections> (дата звернення: 23.04.2025)

162. Положення про музейний фонд України від 20 липня 2000 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1147-2000-%D0%BF#Text> (дата звернення: 25.03.2025).
163. Про затвердження Інструкції з організації обліку музейних предметів : Наказ Міністерства культури України від 21 липня 2016 р. № 580. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1129-16> (дата звернення: 25.03.2025).
164. Про затвердження Порядку занесення унікальних пам'яток Музейного фонду України до Державного реєстру національного культурного надбання : Наказ Міністерства культури і мистецтв України від 25 жовтня 2001 р. № 653: URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0144-02#Text> (дата звернення: 26.02.2025).
165. Про музеї та музейну справу: Закон України від 29 червня 1995 р. № 249/95-ВР. *Відомості Верховної Ради України*. 1995. № 25. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/249/95-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 03.02.2025).
166. Український культурний фонд. URL: <https://ucf.in.ua/p/about> (дата звернення: 03.02.2025).
167. 50+віртуальних екскурсій музеями світу та України. *Освіта нова*: вебсайт. <https://osvitanova.com.ua/posts/3833-150-virtualnykh-ekskursii-muzeiamy-svitu-i-ukrainy> (дата звернення: 24.03.2025).
168. CIDOC: ICOM International Committee for Documentation. URL: <https://cidoc.mini.icom.museum/events/training-events> (дата звернення: 03.02.2025).
169. DigiLab.Promuseum. URL: <http://digilab.promuseum.org/node/1228> (дата звернення: 03.02.2025).
170. ICOM. Strategic Plan (2022–2028). URL: https://icom.museum/wp-content/uploads/2022/08/EN_OGA2022_StrategicPlan_Final_.pdf (дата звернення: 03.02.2025).

ДОДАТКИ

Додаток А

ЗАКОН УКРАЇНИ
Про музеї та музейну справу

(Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1995, № 25, ст. 191)

{Вводиться в дію Постановою ВР

№ 250/95-ВР від 29.06.95, ВВР, 1995, № 25, ст. 192}

{Із змінами, внесеними згідно із Законами

№ 659-XIV від 14.05.99, ВВР, 1999, № 28, ст.231

№ 2120-III від 07.12.2000, ВВР, 2001, № 2-3, ст.10

№ 2905-III від 20.12.2001, ВВР, 2002, № 12-13, ст.92

№ 380-IV від 26.12.2002, ВВР, 2003, № 10-11, ст.86

№ 594-IV від 06.03.2003, ВВР, 2003, № 24, ст.159

№ 1344-IV від 27.11.2003, ВВР, 2004, № 17-18, ст.250

№ 107-VI від 28.12.2007, ВВР, 2008, № 5-6, № 7-8, ст.78 - зміни діють по 31 грудня 2008 року}

{Додатково див. Рішення Конституційного Суду

№ 10-рп/2008 від 22.05.2008}

{Із змінами, внесеними згідно із Законами

№ 1709-VI від 05.11.2009, ВВР, 2010, № 5, ст.45

№ 5461-VI від 16.10.2012, ВВР, 2014, № 5, ст.62

№ 1166-VII від 27.03.2014, ВВР, 2014, № 20-21, ст.745

№ 76-VIII від 28.12.2014, ВВР, 2015, № 6, ст.40 – щодо набрання чинності норм зазначеного Закону див. «Прикінцеві положення»

№ 911-VIII від 24.12.2015, ВВР, 2016, № 5, ст.50

№ 955-VIII від 28.01.2016, ВВР, 2016, № 10, ст.103

№ 2581-VIII від 02.10.2018, ВВР, 2018, № 46, ст.371

№ 447-IX від 14.01.2020, ВВР, 2020, № 29, ст.189

№ 849-IX від 02.09.2020, ВВР, 2020, № 50, ст.463

№ 1909-IX від 18.11.2021, ВВР, 2023, №№ 12-13, ст.28

№ 3300-IX від 09.08.2023, ВВР, 2023, № 89, ст.335

№ 3884-IX від 18.07.2024}

{Установити, що у 2016 році норми і положення абзаців восьмого та дев'ятого частини другої статті 28 цього Закону застосовуються у порядку та розмірах, встановлених Кабінетом Міністрів України, виходячи з наявних фінансових ресурсів державного і місцевих бюджетів та бюджету Фонду соціального страхування України згідно із Законом № 928-VIII від 25.12.2015}

(У тексті Закону слова «Міністерство культури України» та «органи державної виконавчої влади» в усіх відмінках замінено словами «Міністерство культури і мистецтв України» та «органи виконавчої влади» у відповідних відмінках згідно із Законом № 659-XIV від 14.05.99)

Цей Закон регулює суспільні відносини у сфері музейної справи, 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.

Цей Закон поширюється на всі види музеїв та заповідників у частині їх музеєфікації, а також обліку, зберігання та використання, охорони, консервації, реставрації музейних предметів, музейних колекцій та предметів музейного значення.

{Преамбула в редакції Закону № 1709-VI від 05.11.2009}

Розділ I ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Стаття 1. Основні терміни та їх визначення

У цьому Законі наведені нижче терміни вживаються у такому значенні:

асортиментний кабінет (кімната зразків виробів) – приміщення на підприємствах, у яких зберігаються унікальні зібрання художніх виробів, наукові колекції, інші колекції або окремі зразки виробів, що мають історичну, художню, науково-технічну цінність;

зберігання – один з основних видів діяльності музею щодо створення матеріальних умов і правових засад, за яких забезпечується збереження музейних предметів та музейних колекцій;

консервація – здійснення комплексу організаційних, науково обґрунтованих заходів щодо забезпечення захисту музейних предметів та предметів музейного значення від подальших руйнувань, збереження їх автентичності з мінімальним втручанням у їх існуючий вигляд;

культурні цінності – об'єкти матеріальної та духовної культури, що мають художнє, історичне, етнографічне та наукове значення і підлягають збереженню, відтворенню, охороні, перелік яких визначено Законом України «Про вивезення, ввезення та повернення культурних цінностей»;

музеєфікація – сукупність науково обґрунтованих заходів щодо приведення об'єктів культурної спадщини до стану, придатного для екскурсійного відвідування;

музей – 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;

музейна колекція – сукупність музейних предметів, що об'єднані однією або кількома спільними ознаками;

музейна справа – спеціальний вид наукової та культурно-освітньої діяльності, що включає комплектування, зберігання, охорону та використання музеями культурних цінностей та об'єктів культурної спадщини України, в

тому числі їх консервацію, реставрацію, музеєфікацію, наукове вивчення, експонування та популяризацію;

музейне зібрання – сукупність музейних колекцій та музейних предметів, а також пов'язаних з ними бібліотечних фондів, архівів, каталогів та наукової документації музею;

музейний облік – один з основних напрямів роботи музею, що здійснюється шляхом ведення фондово-облікової документації (у тому числі в електронному вигляді), яка містить назву предмета (прізвище автора твору), датування, місце створення, дату надходження до музею, матеріал, техніку виготовлення, короткий опис, наукову атрибуцію, стан збереження, облікові позначення та забезпечує можливість їх ідентифікації, правовий статус музейних предметів і музейних колекцій;

музейний предмет – культурна цінність, якість або особливі ознаки якої роблять необхідним для суспільства її збереження, вивчення та публічне представлення;

Музейний фонд України – сукупність окремих музейних предметів, музейних колекцій, музейних зібрань, які постійно зберігаються на території України, незалежно від їх походження та форм власності, а також музейних предметів і музейних колекцій, що знаходяться за межами України і є власністю України або відповідно до міжнародних договорів підлягають поверненню в Україну;

охорона музеїв – система правових, організаційних та фінансово-економічних заходів, що забезпечують недоторканність музейного приміщення і музейного зібрання;

предмет музейного значення – культурна цінність, особливі ознаки якої є підставою для внесення її до Музейного фонду України та набуття статусу музейного предмета з метою збереження, вивчення і публічного представлення;

реставрація – здійснення комплексу науково обґрунтованих заходів щодо зміцнення фізичного стану та поліпшення зовнішнього вигляду, розкриття найбільш характерних ознак, відновлення втрачених або пошкоджених елементів музейних предметів та предметів музейного значення із забезпеченням збереження їх автентичності.

{Стаття 1 в редакції Закону № 1709-VI від 05.11.2009}

Стаття 2. Музейна справа та основні напрями діяльності музеїв

Музейна справа уособлює національну музейну політику, музеєзнавство та музейну практику.

Основними напрямками діяльності музеїв є 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.

{Стаття 2 в редакції Закону № 1709-VI від 05.11.2009}

Стаття 3. Національна музейна політика

Національна музейна політика – це сукупність основних напрямів і засад діяльності держави і суспільства в галузі музейної справи.

Основними напрямками національної музейної політики є:

збереження та державна підтримка Музейного фонду України;

{Частину другу статті 3 доповнено абзацом другим згідно із Законом № 659-XIV від 14.05.99; в редакції Закону № 1709-VI від 05.11.2009}

повернення в Україну культурних цінностей народу, які знаходяться за її межами;

{Частину другу статті 3 доповнено абзацом третім згідно із Законом № 659-XIV від 14.05.99}

забезпечення соціально-економічних, правових і наукових умов для ефективної діяльності музеїв;

сприяння формуванню сучасної інфраструктури музейної справи;

підтримка і розвиток мережі музеїв;

забезпечення підготовки та підвищення фахової кваліфікації музейних кадрів, їх правовий і соціальний захист;

бюджетне фінансування (у тому числі на дольових засадах) і пріоритетне матеріально-технічне забезпечення розробки і реалізації державних, регіональних і місцевих програм розвитку музейної справи;

забезпечення охорони музеїв;

підтримка фундаментальних і прикладних наукових досліджень, пов'язаних з музейною справою;

сприяння міжнародному співробітництву в галузі музейної справи.

Стаття 4. Законодавство України про музеї та музейну справу

Законодавство України про музеї та музейну справу базується на Конституції України і складається з цього Закону та інших нормативно-правових актів.

{Частина перша статті 4 із змінами, внесеними згідно із Законом № 5461-VI від 16.10.2012}

Якщо міжнародним договором, згода на обов'язковість якого надана Верховною Радою України, встановлено інші правила, ніж ті, що передбачені законодавством України про музеї та музейну справу, то застосовуються правила міжнародного договору.

{Стаття 4 в редакції Закону № 659-XIV від 14.05.99}

Стаття 5. Національні, регіональні та профільні організації музеїв України.

Участь у міжнародних організаціях

Музеї України мають право об'єднуватись у національні, регіональні та профільні організації (спілки, асоціації тощо), вступати до міжнародних музейних організацій і фондів.

Розділ II ВИДИ МУЗЕЇВ. ПОРЯДОК СТВОРЕННЯ І МАТЕРІАЛЬНА БАЗА МУЗЕЇВ

Стаття 6. Види музеїв

За своїм профілем музеї поділяються на природничі (антропологічні, біологічні, ботанічні, геологічні, зоологічні, мінералогічні, палеонтологічні), історичні (загальноісторичні, військово-історичні, історії релігії, історико-побутові, археологічні, етнографічні), літературні, художні (образотворчого, декоративно-прикладного, народного, сучасного мистецтва), мистецькі (театральні, музичні, музеї кіно), науково-технічні, комплексні (краєзнавчі, екомuzeї), галузеві тощо.

{Частина перша статті 6 в редакції Закону № 1709-VI від 05.11.2009}

На основі об'єктів культурної спадщини, пам'яток природи, їх територій можуть створюватися музеї просто неба та меморіальні музеї-садиби.

{Частина друга статті 6 в редакції Закону № 1709-VI від 05.11.2009}

{Частину третю статті 6 виключено на підставі Закону № 1709-VI від 05.11.2009}

Музею, що є у державній чи комунальній власності, який має музейні колекції загальнодержавного значення, набув міжнародного визнання і є провідним культурно-освітнім та науково-дослідним закладом у відповідних профільних групах музейної мережі України, у встановленому законодавством порядку може бути надано статус національного музею України.

{Частина четверта статті 6 в редакції Закону № 1709-VI від 05.11.2009}

Стаття 7. Створення музеїв

Музеї можуть засновуватися на будь-яких формах власності, передбачених законами. Засновниками музеїв можуть бути відповідні органи виконавчої влади, органи місцевого самоврядування, юридичні та фізичні особи.

{Статтю 7 доповнено частиною першою згідно із Законом № 1709-VI від 05.11.2009}

Рішення про створення музеїв приймають їх засновники.

Для створення музею засновники повинні забезпечити:

формування музейного зібрання;

матеріальну базу – відповідно обладнані приміщення для зберігання, консервації та реставрації музейних предметів, для експозицій і виставок, для проведення культурно-освітньої роботи, роботи наукових працівників музею, а також приміщення для забезпечення належного рівня обслуговування відвідувачів;

{Абзац третій частини третьої статті 7 в редакції Закону № 1709-VI від 05.11.2009}

умови для охорони музею, оснащення його засобами охоронної та пожежної сигналізації;

фінансування та кадри для належного його функціонування;

роботу музею за чітким розкладом.

Музеї є юридичними особами, крім тих, що створюються і діють у складі підприємств, установ, організацій та закладів освіти.

{Статтю 7 доповнено частиною згідно із Законом № 1709-VI від 05.11.2009; із змінами, внесеними згідно із Законом № 849-IX від 02.09.2020}

Засновники музею можуть створювати філії та відділи музею, що не є юридичними особами.

Земельні ділянки, інші природні ресурси, необхідні для створення музею, надаються в користування у встановленому законодавством порядку.

Музеї можуть створюватись і діяти в усіх організаційно-правових формах.

{Частину статті 7 виключено на підставі Закону № 1709-VI від 05.11.2009}

Стаття 7-1. Особливості діяльності Національного музею Голодомору-геноциду

Національний музей Голодомору-геноциду є державним науково-дослідним, науково-методичним та культурно-освітнім закладом культури, який належить до сфери управління центрального органу виконавчої влади, що реалізує державну політику у сферах культури та мистецтв (далі - орган управління), і провадить свою діяльність відповідно до статуту Національного музею Голодомору-геноциду, який затверджується органом управління.

Основними напрямками діяльності Національного музею Голодомору-геноциду є увічнення та вшанування пам'яті жертв Голодомору, проведення наукових досліджень, пов'язаних з Голодомором як злочином геноциду, висвітлення його причин і наслідків, комплектування, збереження та популяризація музейних предметів, які свідчать про Голодомор, а також інші напрями, визначені статутом Національного музею Голодомору-геноциду.

У Національному музеї Голодомору-геноциду діє:

наглядова рада – спеціальний наглядовий орган, що здійснює нагляд за діяльністю Національного музею Голодомору-геноциду, його посадових осіб та діє в межах повноважень, передбачених статутом Національного музею Голодомору-геноциду відповідно до норм цього Закону;

експертна рада – консультативно-дорадчий орган, який координує наукову діяльність Національного музею Голодомору-геноциду.

{Закон доповнено статтею 7-1 згідно із Законом № 3884-IX від 18.07.2024}

Стаття 7-2. Наглядова рада Національного музею Голодомору-геноциду

Наглядова рада Національного музею Голодомору-геноциду (далі – наглядова рада) є спеціальним наглядовим органом, що діє на постійній основі з метою забезпечення в його діяльності балансу інтересів держави, суспільства та суб'єктів діяльності у сфері культури, дотримання принципів законності, незалежності, об'єктивності, відкритості, прозорості, доступності для громадськості.

Порядок формування наглядової ради визначається статутом Національного музею Голодомору-геноциду відповідно до норм цього Закону.

Склад наглядової ради формується із дванадцяти членів, строк повноважень яких становить п'ять років. Перший склад наглядової ради затверджується рішенням органу управління. Наступні склади наглядової ради затверджуються у порядку, визначеному статутом Національного музею Голодомору-геноциду. Наглядова рада є повноважною за умови призначення не менш як дев'яти її членів.

Наглядову раду очолює голова, який має одного заступника. Голова та заступник голови наглядової ради обираються наглядовою радою з числа її членів.

Одна і та сама особа не може бути призначеною членом наглядової ради на два строки поспіль. Член наглядової ради не зараховується до штату Національного музею Голодомору-геноциду.

Склад наглядової ради формується з українських та міжнародних експертів, науковців, представників українських громадських об'єднань, міжнародних організацій та/або міжнародних неурядових організацій, громадських організацій закордонних українців, нащадків жертв Голодомору 1932–1933 років в Україні та інших компетентних осіб у сфері культури та політики національної пам'яті, які мають бездоганну ділову репутацію, високий суспільний авторитет, є визнаними фахівцями у сфері своєї професійної діяльності. До складу наглядової ради входять шість членів, запропонованих українськими громадськими об'єднаннями, та шість членів, запропонованих міжнародними організаціями та/або міжнародними неурядовими організаціями, громадськими організаціями закордонних українців.

Членами наглядової ради не можуть бути державні службовці.

Не може бути членом наглядової ради особа:

яка за рішенням суду визнана недієздатною або дієздатність якої обмежена;
яка має судимість за вчинення кримінального правопорушення, не зняту чи не погашену в установленому законом порядку;

на яку протягом останнього року перед днем працевлаштування було накладено адміністративне стягнення за вчинення правопорушення, пов'язаного з корупцією.

Рішення наглядової ради приймається за результатами обговорення шляхом відкритого голосування з урахуванням пропозицій, висловлених членами наглядової ради. Рішення наглядової ради вважається прийнятим, якщо за нього проголосувало не менше двох третин членів від її складу, визначеного частиною третьою цієї статті.

До основних повноважень наглядової ради належить:

- надання керівництву Національного музею Голодомору-геноциду пропозицій (рекомендацій) щодо удосконалення його діяльності;

- сприяння залученню додаткових джерел фінансування діяльності Національного музею Голодомору-геноциду;

- здійснення контролю за дотриманням Національним музеєм Голодомору-геноциду положень його статуту;

- погодження рішень генерального директора Національного музею Голодомору-геноциду (далі – генеральний директор) щодо укладення договорів (контрактів) на суму, що перевищує 500 розмірів мінімальної заробітної плати, встановленої на 1 січня звітного (податкового) року;

здійснення контролю за:

- виконанням генеральним директором обов'язків, визначених статутом Національного музею Голодомору-геноциду та укладеним в установленому порядку контрактом;

- проведенням фінансово-господарської діяльності Національного музею Голодомору-геноциду.

Наглядова рада має й інші повноваження, передбачені статутом Національного музею Голодомору-геноциду.

Наглядова рада має право:

- заслуховувати генерального директора з питань діяльності Національного музею Голодомору-геноциду;

- звертатися із запитом до центральних та місцевих органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування, підприємств, установ та організацій з питань, що належать до компетенції наглядової ради;

- надавати генеральному директору пропозиції щодо утворення експертної ради;

- проводити моніторинг стану матеріально-технічного та фінансового забезпечення Національного музею Голодомору-геноциду;

- інші права, передбачені статутом Національного музею Голодомору-геноциду.

{Закон доповнено статтею 7-2 згідно із Законом № 3884-IX від 18.07.2024}

Стаття 7-3. Експертна рада Національного музею Голодомору-геноциду

Основною метою діяльності експертної ради Національного музею Голодомору-геноциду (далі – експертна рада) є вдосконалення науково-дослідної, екскурсійно-освітньої, експозиційно-виставкової, інформаційно-видавничої, науково-фондової та методичної роботи Національного музею Голодомору-геноциду.

Порядок формування експертної ради визначається статутом Національного музею Голодомору-геноциду відповідно до норм цього Закону.

Склад експертної ради формується із дванадцяти членів, строк повноважень яких становить п'ять років, та затверджується рішенням органу управління.

Експертну раду очолює голова, який має одного заступника. Голова та заступник голови експертної ради обираються експертною радою з числа її членів. До складу експертної ради входять шість експертів та/або науковців, запропонованих українськими громадськими об'єднаннями та науковими установами, та шість експертів та/або науковців, запропонованих міжнародними організаціями та/або міжнародними неурядовими організаціями та іноземними науковими установами. Експертна рада є повноважною за умови призначення не менш як дев'яти її членів.

Рішення експертної ради приймається за результатами обговорення шляхом відкритого голосування з урахуванням пропозицій, висловлених членами експертної ради. Рішення експертної ради вважається прийнятим, якщо за нього проголосувало не менше двох третин членів від її складу, визначеного частиною третьою цієї статті.

Повноваження експертної ради визначаються статутом Національного музею Голодомору-геноциду відповідно до норм цього Закону.

До основних повноважень експертної ради належить надання керівництву

Національного музею Голодомору-геноциду пропозицій щодо:
організації та проведення наукових досліджень документів архівних фондів, зокрема іноземних держав;
інтеграції у світовий науковий простір Національного музею Голодомору-геноциду, розширення та удосконалення міжнародного наукового співробітництва;
розроблення дизайн-проектів та технічних проектів експозицій Національного музею Голодомору-геноциду.

Експертна рада має й інші повноваження, передбачені статутом Національного музею Голодомору-геноциду.

Експертна рада має право:

отримувати в установленому порядку від генерального директора та керівників наукових структурних підрозділів інформацію і матеріали, необхідні для виконання покладених на експертну раду завдань;

залучати для проведення незалежної оцінки результатів наукової діяльності Національного музею Голодомору-геноциду провідних вчених, представників українських та іноземних закладів вищої освіти;

інформувати орган управління про стан наукової діяльності Національного музею Голодомору-геноциду, подавати йому пропозиції щодо вжиття заходів для усунення виявлених порушень;

інші права, передбачені статутом Національного музею Голодомору-геноциду.

{Закон доповнено статтею 7-3 згідно із Законом № 3884-IX від 18.07.2024}

Стаття 8. Статут музею

Музей діє на підставі статуту (положення), що затверджується його засновником чи засновниками.

У статуті (положенні) музею визначаються:

назва музею, його статус, склад засновників, їх права та обов'язки;

організаційна структура, основні завдання та напрями діяльності;

джерела надходження коштів і їх використання, склад майна музею, порядок його реорганізації та ліквідації, умови збереження музейного зібрання у разі ліквідації музею;

інші умови діяльності музею.

Стаття 9. Державна реєстрація музеїв

Державна реєстрація музеїв незалежно від форм власності проводиться за їх місцезнаходженням відповідно до закону.

Музеї, створені у складі підприємств, установ, організацій, закладів освіти, реєстрації не підлягають. Порядок обліку таких музеїв визначає центральний орган виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сферах культури та мистецтв.

{Частина друга статті 9 із змінами, внесеними згідно із Законами № 5461-VI від 16.10.2012, № 849-IX від 02.09.2020}

{Стаття 9 із змінами, внесеними згідно із Законом № 659-XIV від 14.05.99; в редакції Закону № 1709-VI від 05.11.2009}

Стаття 10. Ліквідація та реорганізація музеїв

Ліквідація музеїв здійснюється за рішенням засновника, а також за рішенням суду у випадках, передбачених чинним законодавством.

{Частина перша статті 10 із змінами, внесеними згідно із Законом № 659-XIV від 14.05.99}

У разі ліквідації музеїв, що засновані на державній і комунальній формах власності, порядок подальшого використання їх музейних зібрань визначає засновник за погодженням з центральним органом виконавчої влади, що

забезпечує формування державної політики у сферах культури та мистецтв. У разі ліквідації підприємства, установи та організації, при (у складі) яких діють музеї, а також у разі ліквідації музеїв, які діяли на громадських засадах, їх музейні зібрання та колекції асортиментних кабінетів, окремі предмети музейного значення, придбані за кошти державного та місцевих бюджетів, передаються до відповідних профільних музеїв у порядку, передбаченому Положенням про Музейний фонд України. У разі ліквідації музеїв, заснованих на приватній формі власності, переважне право на придбання музейних зібрань за інших рівних умов має держава.

{Частина друга статті 10 в редакції Законів № 659-XIV від 14.05.99, № 1709-VI від 05.11.2009; із змінами, внесеними згідно із Законом № 5461-VI від 16.10.2012}

Реорганізація (злиття, приєднання, поділ, виділення, перетворення) музеїв може відбуватися відповідно до чинного законодавства.

{Частину четверту статті 10 виключено на підставі Закону № 1709-VI від 05.11.2009}

У разі реорганізації (злиття, приєднання, поділу, виділу, перетворення) музеїв, що засновані на державній і комунальній формах власності, порядок подальшого використання їх музейних зібрань визначає засновник за погодженням з центральним органом виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сферах культури та мистецтв.

{Статтю 10 доповнено частиною п'ятою згідно із Законом № 3300-IX від 09.08.2023}

Стаття 11. Музейна територія

Територія, відведена для музею, належить до земель історико-культурного призначення. На цій території та в музейних будівлях (спорудах) забороняється діяльність, що суперечить його функціональному призначенню або може негативно впливати на стан зберігання музейного зібрання, та інша діяльність, несумісна з діяльністю музею як закладу культури.

Територія, відведена для музею, підлягає просторово-функціональному зонуванню.

На території, відведеній для музею, згідно із статутом музею може бути виділено зони:

заповідна – для зберігання і охорони найбільш цінних історико-культурних, меморіальних комплексів та окремих об'єктів;

експозиційна – для стаціонарного демонстрування великогабаритних музейних предметів і використання в культурно-пізнавальних цілях;

наукова – для проведення науково-дослідної роботи;

рекреаційна – для відпочинку відвідувачів музею та їх обслуговування, зокрема розташування музейних крамниць, буфетів, кафе, інших пунктів

громадського харчування, проведення мистецьких, культурно-освітніх заходів, гостьових місць для паркування автомобілів;

господарська – для розміщення допоміжних господарських об'єктів, місць для паркування службових автомобілів та інших транспортних засобів.

{Стаття 11 в редакції Закону № 1709-VI від 05.11.2009}

Стаття 12. Користування природними ресурсами

Музей здійснює користування землею, іншими природними ресурсами та несе відповідальність за дотримання норм щодо їх охорони і раціонального використання згідно з чинним законодавством.

Стаття 13. Фінансування музеїв

Фінансування музеїв залежно від форм власності здійснюється за рахунок коштів відповідно державного бюджету, місцевих бюджетів, благодійних внесків фізичних та юридичних осіб, інших джерел, не заборонених законодавством.

{Частина перша статті 13 в редакції Закону № 1709-VI від 05.11.2009}

Бюджетні призначення та кошти, одержані від додаткових джерел фінансування музеїв, не підлягають вилученню протягом бюджетного періоду, крім випадків, передбачених законом. Кошти, що надійшли з додаткових джерел фінансування, не впливають на обсяги бюджетного фінансування державних та комунальних музеїв.

{Частина друга статті 13 в редакції Закону № 1709-VI від 05.11.2009}

Сума витрат на забезпечення охорони музеїв обов'язково визначається в державному та місцевих бюджетах і вноситься до переліку захищених статей видатків загального фонду бюджетів.

{Статтю 13 доповнено частиною згідно із Законом № 1709-VI від 05.11.2009}

Додатковими джерелами фінансування музеїв є:

кошти, що надходять від господарської діяльності, надання платних послуг, у тому числі за відвідування музеїв і виставок;

кошти, одержувані за науково-дослідні та інші види робіт, які виконує музейний заклад на замовлення підприємств, установ, організацій, об'єднань громадян та громадян;

доходи від реалізації сувенірної продукції, предметів народних художніх промислів, видавничої діяльності, від надання в оренду приміщень, споруд, обладнання;

плата за кіно- і фотозйомки;

гранти, благодійні внески, добровільні пожертвування, грошові внески, матеріальні цінності, одержані від фізичних і юридичних осіб, у тому числі іноземних;

кошти, отримані державними і комунальними музеями як відсотки на залишок власних надходжень, отриманих як плата за послуги, що надаються ними згідно з основною діяльністю, благодійні внески та гранти і розміщених на поточних рахунках, відкритих у банках державного сектору;

інші джерела, в тому числі валютні надходження, відповідно до законодавства України.

{Частина четверта статті 13 із змінами, внесеними згідно із Законом № 1709-VI від 05.11.2009; в редакції Закону № 911-VIII від 24.12.2015}

«Розмір плати за надання платних послуг встановлюється державним і комунальним музеєм щороку у національній валюті України.

{Статтю 13 доповнено частиною п'ятою згідно із Законом № 911-VIII від 24.12.2015}

Перелік платних послуг, які можуть надаватися державними і комунальними музеями, затверджується Кабінетом Міністрів України.

{Статтю 13 доповнено частиною шостою згідно із Законом № 911-VIII від 24.12.2015}

Порядок надання платних послуг музеями, заснованими на державній та комунальній формі власності, затверджується центральним органом виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сфері культури.

{Статтю 13 доповнено частиною сьомою згідно із Законом № 911-VIII від 24.12.2015}

У разі одержання коштів від надання платних послуг, добровільних пожертвувань фізичних і юридичних осіб, у тому числі іноземних, з інших джерел, не заборонених законодавством, бюджетні асигнування державних і комунальних музеїв не зменшуються».

{Статтю 13 доповнено частиною восьмою згідно із Законом № 911-VIII від 24.12.2015}

Стаття 14. Матеріально-технічне забезпечення музеїв

Власники музеїв зобов'язані забезпечувати їх будівлями (спорудами), збудованими за спеціальними проектами, або іншими упорядкованими приміщеннями, що відповідають вимогам функціонування музеїв, а також відповідним обладнанням та транспортом.

Приміщення музеїв, що є у державній чи комунальній власності, передаються їм на праві оперативного управління. Воно може бути вилучене лише за умови надання музею іншого рівноцінного приміщення. У разі вилучення приміщення музею, що є пам'яткою культурної спадщини, рішення про його вилучення приймається за погодженням з центральним органом

виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сферах культури та мистецтв.

{Частина друга статті 14 із змінами, внесеними згідно із Законом № 659-XIV від 14.05.99; в редакції Закону № 1709-VI від 05.11.2009; із змінами, внесеними згідно із Законом № 5461-VI від 16.10.2012}

Під час проектування та експлуатації музейних приміщень враховуються потреби дітей, осіб з інвалідністю, громадян похилого віку в доступі до культурної спадщини.

{Частина третя статті 14 із змінами, внесеними згідно із Законами № 1709-VI від 05.11.2009, № 2581-VIII від 02.10.2018}

Музеям надається пріоритетне право на використання споруд, комплексів (ансамблів) та визначних місць, що є пам'ятками культурної спадщини.

{Статтю 14 доповнено частиною четвертою згідно із Законом № 1709-VI від 05.11.2009}

Розділ III МУЗЕЙНИЙ ФОНД УКРАЇНИ

Стаття 15. Музейний фонд України

Музейний фонд України є національним багатством, невід'ємною складовою культурної спадщини України, що охороняється законом.

Музейні предмети Музейного фонду України є культурними цінностями, що постійно зберігаються на території України та за її межами або згідно з міжнародними договорами підлягають поверненню в Україну.

Музеї, юридичні і фізичні особи зобов'язані забезпечувати збереженість Музейного фонду України та сприяти його поповненню.

Положення про Музейний фонд України затверджується Кабінетом Міністрів України.

Музейні предмети, музейні колекції та музейні зібрання державної частини Музейного фонду України закріплюються за музеями на праві оперативного управління

{Стаття 15 із змінами, внесеними згідно із Законом № 659-XIV від 14.05.99; в редакції Закону № 1709-VI від 05.11.2009}

Стаття 15-1. Склад Музейного фонду України

Музейний фонд України складається з державної і недержавної частини.

До державної частини Музейного фонду України належать музейні предмети, музейні колекції, музейні зібрання, що є державною власністю, зберігаються у державних музеях, у тому числі музейні предмети, музейні колекції, музейні зібрання, що зберігаються в музеях, які належать до сфери управління місцевих органів виконавчої влади та органів місцевого

самоврядування, а також у музеях, створених при підприємствах, в установах, організаціях і закладах освіти державної та комунальної форм власності чи у їх складі. До державної частини Музейного фонду України належать також предмети музейного значення, що підлягають внесенню до державної частини Музейного фонду України, музейні колекції, музейні зібрання, що зберігаються на підприємствах, в установах та організаціях державної і комунальної форм власності.

{Частина друга статті 15-1 із змінами, внесеними згідно із Законом № 849-IX від 02.09.2020}

До недержавної частини Музейного фонду України належать музейні предмети, музейні колекції, музейні зібрання, що зберігаються в музеях приватної форми власності, музеях підприємств, установ, організацій приватної форми власності та не віднесені або не підлягають віднесенню до державної частини Музейного фонду України, зокрема предмети музейного значення, що підлягають внесенню до недержавної частини Музейного фонду України та є власністю релігійних організацій, громадян та об'єднань громадян.

{Закон доповнено статтею 15-1 згідно із Законом № 1709-VI від 05.11.2009}

Стаття 15-2. Особливості здійснення права власності на музейні предмети, музейні колекції, музейні зібрання, предмети музейного значення Музейного фонду України

Музейні предмети, музейні колекції, музейні зібрання, віднесені до державної частини Музейного фонду України, не підлягають відчуженню, за винятком обміну на інші музейні предмети, музейні колекції, музейні зібрання. Рішення про обмін музейних предметів, музейних колекцій, музейних зібрань, що належать до державної частини Музейного фонду України, приймається центральним органом виконавчої влади, що реалізує державну політику у сферах культури та мистецтв.

{Частина перша статті 15-2 із змінами, внесеними згідно із Законом № 5461-VI від 16.10.2012}

У разі передачі майнових комплексів музеїв з державної у комунальну власність музейні предмети, музейні колекції та музейні зібрання залишаються у державній власності і належать до державної частини Музейного фонду України.

Перелік музеїв (у тому числі музеїв системи Національної академії наук України, Українського товариства охорони пам'яток історії та культури, Педагогічного товариства України, інших самоврядних організацій), у яких зберігаються музейні предмети, музейні колекції, музейні зібрання, що є державною власністю і належать до державної частини Музейного фонду України, затверджується Кабінетом Міністрів України.

Музейні предмети, музейні колекції, музейні зібрання, що належать до державної частини Музейного фонду України, та предмети музейного

значення, що підлягають внесенню до державної частини Музейного фонду України, не підлягають приватизації та не можуть бути предметом застави. Музейні предмети, музейні колекції, музейні зібрання, що належать до недержавної частини Музейного фонду України, та предмети музейного значення, що підлягають внесенню до недержавної частини Музейного фонду України, не можуть бути предметом застави, якщо заставодержатель – іноземний громадянин або особа без громадянства, яка не проживає в Україні.

У разі продажу музейних предметів, музейних колекцій, музейних зібрань, що належать до недержавної частини Музейного фонду України, держава має переважне право на їх придбання, яке реалізується центральними органами виконавчої влади, що забезпечують формування та реалізують державну політику у сферах культури та мистецтв або уповноваженими ним державними музеями.

{Частина п'ята статті 15-2 із змінами, внесеними згідно із Законом № 5461-VI від 16.10.2012}

{Закон доповнено статтею 15-2 згідно із Законом № 1709-VI від 05.11.2009}

Стаття 16. Музейні предмети Музейного фонду України у складі Державного реєстру національного культурного надбання

Унікальні музейні предмети, музейні колекції, музейні зібрання Музейного фонду України та предмети музейного значення, що підлягають внесенню до Музейного фонду України і мають виняткове художнє, історичне, етнографічне та наукове значення, незалежно від форми власності і місця зберігання вносяться центральним органом виконавчої влади, що реалізує державну політику у сферах культури та мистецтв до Державного реєстру національного культурного надбання.

{Частина перша статті 16 із змінами, внесеними згідно із Законом № 5461-VI від 16.10.2012}

Положення про Державний реєстр національного культурного надбання затверджується Кабінетом Міністрів України.

Порядок віднесення музейних предметів Музейного фонду України до Державного реєстру національного культурного надбання та умови їх зберігання затверджуються центральним органом виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сферах культури та мистецтв.

{Частина третя статті 16 із змінами, внесеними згідно із Законом № 5461-VI від 16.10.2012}

{Стаття 16 із змінами, внесеними згідно із Законом № 659-XIV від 14.05.99; в редакції Закону № 1709-VI від 05.11.2009}

Стаття 17. Облік, зберігання і використання документів Національного архівного фонду

Облік, зберігання і використання документів Національного архівного фонду, що зберігаються в музеях, здійснюються відповідно до цього Закону та Закону України «Про Національний архівний фонд та архівні установи».

{Стаття 17 в редакції Закону № 594-IV від 06.03.2003; із змінами, внесеними згідно із Законом № 1709-VI від 05.11.2009}

Стаття 18. Формування державної частини Музейного фонду України

Формування державної частини Музейного фонду України здійснюється шляхом:

придбання в установленому порядку предметів музейного значення центральними органами виконавчої влади, що забезпечують формування та реалізують державну політику у сферах культури та мистецтв, іншими центральними і місцевими органами виконавчої влади, органами місцевого самоврядування за рахунок коштів державного і місцевих бюджетів та музеями – за рахунок коштів державного і місцевих бюджетів та інших джерел, не заборонених законодавством;

{Абзац другий частини першої статті 18 із змінами, внесеними згідно із Законом № 5461-VI від 16.10.2012}

безоплатної передачі предметів музейного значення підприємствами, установами, організаціями, об'єднаннями громадян та громадянами;

передачі обернених відповідно до законодавства України у дохід держави музейних предметів, предметів музейного значення;

передачі в установленому порядку предметів музейного значення, виявлених під час археологічних, етнографічних, науково-природничих та інших експедицій, будівельних, ремонтних або реставраційних робіт, у тому числі з дорогоцінних металів і дорогоцінних каменів, та скарбів;

повернення в Україну розшуканих музейних предметів, музейних колекцій, музейних зібрань та предметів музейного значення, які були незаконно вивезені;

передачі предметів музейного значення, вилучених на митниці;

поповнення музейних зібрань іншими способами, передбаченими законодавством.

Віднесення предметів музейного значення до Музейного фонду України здійснюється у порядку, передбаченому Положенням про Музейний фонд України, на підставі проведення музеями відповідної наукової експертизи.

Порядок віднесення музейних предметів, музейних колекцій, музейних зібрань та предметів музейного значення до державної частини Музейного фонду України визначається Кабінетом Міністрів України.

{Стаття 18 із змінами, внесеними згідно із Законом № 659-XIV від 14.05.99; в редакції Закону № 1709-VI від 05.11.2009}

Формування державної частини Музейного фонду України та забезпечення поповнення експозицій музеїв здійснюють центральні органи виконавчої влади, що забезпечують формування та реалізують державну політику у сферах культури та мистецтв.

{Статтю 18 доповнено частиною четвертою згідно із Законом № 5461-VI від 16.10.2012}

Стаття 19. Облік музейних предметів та предметів музейного значення

Музейні предмети та предмети музейного значення, які зберігаються в музеях незалежно від форм власності та підпорядкування, а також предмети музейного значення, які зберігаються на підприємствах, в установах, організаціях державної та комунальної форми власності, підлягають обліку в порядку, встановленому Кабінетом Міністрів України.

Форми облікових документів затверджуються центральним органом виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сферах культури та мистецтв.

{Частина друга статті 19 із змінами, внесеними згідно із Законом № 5461-VI від 16.10.2012}

Фондово-облікова документація підлягає довічному зберіганню.

{Стаття 19 в редакції Закону № 1709-VI від 05.11.2009}

Стаття 20. Переміщення музейних предметів та предметів музейного значення

Переміщення музейних предметів Музейного фонду України та предметів музейного значення здійснюється відповідно до Положення про Музейний фонд України.

{Стаття 20 в редакції Законів № 659-XIV від 14.05.99, № 1709-VI від 05.11.2009}

Стаття 21. Збереження Музейного фонду України

З метою збереження музейних предметів, музейних колекцій, музейних зібрань та предметів музейного значення власники або уповноважені ними органи зобов'язані створити належні умови, у тому числі спеціальний науково обґрунтований режим їх зберігання, та здійснювати консервацію і реставрацію.

Вимоги до умов зберігання та обліку музейних предметів, музейних колекцій визначає центральний орган виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сферах культури та мистецтв.

{Частина друга статті 21 із змінами, внесеними згідно із Законом № 5461-VI від 16.10.2012}

Знищення музейних предметів та предметів музейного значення Музейного фонду України забороняється.

У разі втрати або руйнування музейних предметів, що належать до державної частини Музейного фонду України, вони можуть вилучатися з фондово-облікової документації лише за рішенням центрального органу виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сферах культури та мистецтв на підставі висновків експертно-фондової комісії.

{Частина четверта статті 21 із змінами, внесеними згідно із Законом № 5461-VI від 16.10.2012}

{Стаття 21 із змінами, внесеними згідно із Законом № 659-XIV від 14.05.99; в редакції Закону № 1709-VI від 05.11.2009}

Стаття 22. Порядок вивезення за межі України музейних предметів, музейних колекцій, музейних зібрань, що належать до державної частини Музейного фонду України, та предметів музейного значення, що підлягають внесенню до державної частини Музейного фонду України

Вивезення за межі України музейних предметів, музейних колекцій, музейних зібрань, що належать до державної частини Музейного фонду України, та предметів музейного значення, що підлягають внесенню до державної частини Музейного фонду України, забороняється, крім випадків тимчасового їх перебування за кордоном для експонування на виставках, реставрації або проведення наукової експертизи на підставі свідоцтва на право вивезення (тимчасового вивезення) культурних цінностей відповідно до Закону України «Про вивезення, ввезення та повернення культурних цінностей» та за погодженням з центральним органом виконавчої влади у сфері культури і туризму.

{Стаття 22 в редакції Закону № 1709-VI від 05.11.2009}

Стаття 23. Страхування музейних предметів, музейних колекцій, музейних зібрань Музейного фонду України та предметів музейного значення, що підлягають внесенню до Музейного фонду України

Музейні предмети, музейні колекції, музейні зібрання Музейного фонду України та предмети музейного значення, що підлягають внесенню до Музейного фонду України, які тимчасово вивозяться за межі України для експонування, реставрації або проведення наукової експертизи, підлягають страхуванню або наданню державних гарантій фінансового покриття будь-якого ризику країною, яка такі предмети приймає, на період їх перебування за межами музею, в якому вони зберігаються.

{Частина перша статті 23; в редакції Закону № 3300-IX від 09.08.2023; із змінами, внесеними згідно із Законом № 1909-IX від 18.11.2021}

Порядок встановлення їх оціночної та страхової вартості визначають центральний орган виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сферах культури та мистецтв, та центральний орган виконавчої

влади, що забезпечує формування державної політики у сфері державного фінансового контролю.

{Частина друга статті 23 із змінами, внесеними згідно із Законом № 5461-VI від 16.10.2012}

{Стаття 23 в редакції Закону № 1709-VI від 05.11.2009}

Стаття 24. Консервація і реставрація музейних предметів Музейного фонду України

Консервацію і реставрацію музейних предметів Музейного фонду України здійснюють спеціалізовані установи та організації, реставраційні підрозділи музеїв та окремі реставратори, які мають кваліфікаційну категорію за відповідною спеціальністю.

Порядок їх консервації і реставрації визначається центральним органом виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сферах культури та мистецтв.

{Частина друга статті 24 із змінами, внесеними згідно із Законом № 5461-VI від 16.10.2012}

Держава сприяє проведенню реставрації музейних предметів, предметів музейного значення недержавної частини Музейного фонду України у державних реставраційних закладах.

З метою проведення атестації реставраторів та присвоєння їм відповідної кваліфікаційної категорії утворюється атестаційна комісія. Положення про атестаційну комісію та її персональний склад затверджуються центральним органом виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сферах культури та мистецтв.

{Частина четверта статті 24 із змінами, внесеними згідно із Законом № 5461-VI від 16.10.2012}

Органи виконавчої влади та органи місцевого самоврядування сприяють підготовці реставраторів, розвитку мережі спеціалізованих реставраційних закладів.

{Стаття 24 в редакції Закону № 1709-VI від 05.11.2009}

Розділ IV МІЖНАРОДНА ДІЯЛЬНІСТЬ МУЗЕЇВ

Стаття 25. Міжнародна діяльність музеїв

Музеї України беруть участь у міжнародному культурному співробітництві в галузі музейної справи на основі багатосторонніх та двосторонніх угод.

Участь музеїв у міжнародному культурному співробітництві здійснюється у встановленому порядку шляхом:

проведення спільних наукових досліджень на основі розробки і реалізації міжнародних наукових програм;

здійснення взаємного обміну музейною інформацією, виставками, вивчення міжнародного досвіду організації музейної справи;
 проведення міжнародних конференцій, конгресів, симпозіумів, виставок та участі в них;
 організації спільної підготовки музейних працівників, розвитку видавничої діяльності;
 здійснення іншої спільної діяльності відповідно до угод, якщо вона не суперечить законодавству України та міжнародним договорам України.

Розділ V

УПРАВЛІННЯ І САМОВРЯДУВАННЯ МУЗЕЇВ, ГАРАНТІЇ ПРАВ І ЗАКОННИХ ІНТЕРЕСІВ ЇХ ПРАЦІВНИКІВ

Стаття 26. Державне управління музеями

Центральний орган виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сферах культури та мистецтв, у межах своїх повноважень:

забезпечує формування та реалізацію державної політики у сфері музейної справи;

формує вимоги щодо державного статистичного обліку музеїв, створених на території України;

здійснює організаційно-методичне керівництво, сприяє розвитку сучасної інфраструктури музейної справи, розвитку музейної мережі, створює спеціалізовані організаційні структури, наукові установи для науково-методичного та матеріально-технічного забезпечення музеїв;

здійснює координацію робіт із створення єдиної інформаційної системи музеїв;

здійснює інші повноваження, визначені законами та покладені на нього актами Президента України.

Центральний орган виконавчої влади, що реалізує державну політику у сферах культури та мистецтв, у межах своїх повноважень:

організовує навчання і підвищення кваліфікації працівників музеїв;

визначає потреби держави та нормативи, що гарантують належний рівень музейного обслуговування і доступ громадян до Музейного фонду України;

здійснює контроль за діяльністю музеїв, заснованих на державній та комунальній формах власності, за станом обліку, зберіганням, охороною, використанням та переміщенням музейних предметів Музейного фонду України, що зберігаються в музеях незалежно від форми власності;

організовує проведення наукових досліджень у сфері музейної справи;

порушує перед власником музейних предметів та музейних колекцій питання щодо поліпшення умов зберігання;

направляє запити з метою отримання інформації про музейні предмети та музейні колекції;

у разі потреби сприяє передачі музейних предметів, музейних колекцій та предметів музейного значення, що належать до недержавної частини Музейного фонду України, на тимчасове зберігання до державних музеїв;

здійснює інші повноваження, визначені законами та покладені на нього актами Президента України.

{Частина статті 26 в редакції Закону № 5461-VI від 16.10.2012}

{Частину статті 26 виключено на підставі Закону № 5461-VI від 16.10.2012}

Інші центральні та місцеві органи виконавчої влади та органи місцевого самоврядування здійснюють керівництво музеями, що перебувають у сфері їх управління.

Місцеві органи виконавчої влади та органи місцевого самоврядування несуть відповідальність за матеріально-технічне та фінансове забезпечення музеїв, що перебувають у сфері їх управління.

Керівники державних та комунальних музеїв призначаються на посаду шляхом укладення з ними контракту на п'ять років за результатами конкурсу.

{Статтю 26 доповнено частиною шостою згідно із Законом № 955-VIII від 28.01.2016}

Порядок проведення конкурсу та вимоги до кандидатів на посаду керівника державного чи комунального музею визначаються статтями 21-1-21-5 Закону України «Про культуру».

{Статтю 26 доповнено частиною сьомою згідно із Законом № 955-VIII від 28.01.2016}

Особливості призначення на посаду керівників державних та комунальних музеїв на тимчасово окупованих територіях Донецької та Луганської областей, Автономної Республіки Крим та міста Севастополя визначаються частиною другою статті 21 Закону України «Про культуру».

{Статтю 26 доповнено частиною восьмою згідно із Законом № 447-IX від 14.01.2020}

{Стаття 26 із змінами, внесеними згідно із Законом № 659-XIV від 14.05.99; в редакції Закону № 1709-VI від 05.11.2009}

Стаття 27. Самоврядування музеїв

Музеї мають право створювати органи самоврядування: вчені, наглядові, методичні, музейно-педагогічні, художні, реставраційні та інші ради, залучаючи до їх діяльності фахівців різного профілю.

Стаття 28. Гарантії прав і законних інтересів працівників музеїв

Правовий і соціальний захист працівників музеїв забезпечується державою і засновниками музеїв згідно із законодавством.

{Частина перша статті 28 в редакції Закону № 1709-VI від 05.11.2009}

Працівники музеїв мають право на:

діяльність відповідно до фаху та кваліфікації в музеях незалежно від форм власності;

захист у судовому порядку права інтелектуальної власності на результати наукової діяльності в галузі музейної справи;

безкоштовне користування довідково-інформаційною, бібліотечною і архівною базами музеїв України та відвідування музейних закладів;

участь у науково-дослідній роботі музеїв, у конференціях, семінарах, наукових читаннях;

підвищення кваліфікації, перепідготовку, вільний вибір програми, форм навчання, стажування в інших музеях, в тому числі за кордоном;

атестацію з метою одержання кваліфікаційної категорії, порядок проведення якої визначається центральним органом виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сферах культури та мистецтв;

{Абзац сьомий частини другої статті 28 із змінами, внесеними згідно із Законами № 1709-VI від 05.11.2009, № 5461-VI від 16.10.2012}

допомогу на оздоровлення при наданні щорічної відпустки у розмірі посадового окладу, грошову винагороду за сумлінну працю та зразкове виконання трудових обов'язків, а також матеріальну допомогу для вирішення соціально-побутових питань та доплату за вислугу років у розмірах та порядку, встановлених Кабінетом Міністрів України;

{Абзац восьмий частини другої статті 28 в редакції Закону № 1709-VI від 05.11.2009}

{Абзац восьмий частини другої статті 28 набирає чинності з 1 січня 2010 року у частині допомоги на оздоровлення при наданні щорічної відпустки у розмірі посадового окладу та доплати за вислугу років згідно із Законом № 1709-VI від 05.11.2009}

грошову винагороду за сумлінну працю та зразкове виконання трудових обов'язків і матеріальну допомогу для вирішення соціально-побутових питань у розмірі та порядку, що встановлюються Кабінетом Міністрів України;

{Частину другу статті 28 доповнено абзацом дев'ятим згідно із Законом № 659-XIV від 14.05.99}

{Абзац дев'ятий частини другої статті 28 набирає чинності з дня введення в дію Закону України про Державний бюджет України на 2000 рік згідно із Законом № 659-XIV від 14.05.99}

безплатне користування у межах встановлених норм житлом з опаленням і освітленням, якщо вони проживають у селах і селищах;

{Частину другу статті 28 доповнено абзацом десятим згідно із Законом № 659-XIV від 14.05.99}

{Абзац десятий частини другої статті 28 набирає чинності з дня введення в дію Закону України про Державний бюджет України на 2000 рік згідно із Законом № 659-XIV від 14.05.99}

вимогу до юридичних і фізичних осіб про припинення дій, що загрожують збереженню музейних предметів, музейних колекцій Музейного фонду України та предметів музейного значення.

{Абзац одинадцятий частини другої статті 28 із змінами, внесеними згідно із Законом № 1709-VI від 05.11.2009}

Пільги на безплатне користування житлом з опаленням та освітленням, передбачені частиною другою цієї статті, надаються за умови, якщо розмір середньомісячного сукупного доходу сім'ї в розрахунку на одну особу за попередні шість місяців не перевищує величини доходу, який дає право на податкову соціальну пільгу у порядку, визначеному Кабінетом Міністрів України.

{Статтю 28 доповнено частиною третьою згідно із Законом № 107-VI від 28.12.2007 – зміну визнано неконституційною згідно з Рішенням Конституційного Суду № 10-рп/2008 від 22.05.2008; частина третя статті 28 в редакції Законів № 1166-VII від 27.03.2014, № 76-VIII від 28.12.2014 - щодо набрання чинності норм зазначеного Закону див. «Прикінцеві положення»}

Стаття 29. Гарантії майнових прав музеїв

Держава гарантує захист майнових прав музеїв усіх форм власності. Вилучення державою у музеїв їх фондів та іншого закріпленого за ними майна може здійснюватися лише у випадках, передбачених законами України.

Музеї, що є у державній чи комунальній власності, не підлягають приватизації.

{Частина друга статті 29 в редакції Закону № 659-XIV від 14.05.99}

Держава гарантує забезпечення охорони музеїв державної та комунальної форм власності.

{Статтю 29 доповнено частиною третьою згідно із Законом № 1709-VI від 05.11.2009}

Центральний орган виконавчої влади, що забезпечує формування та реалізує державну політику у сферах культури та мистецтв, з переліку музеїв, затвердженого Кабінетом Міністрів України відповідно до частини третьої статті 15-2 цього Закону, визначає музей, якому музейні предмети, музейні колекції та музейні зібрання, що є державною власністю і належать до державної частини Музейного фонду України, передаються на постійне або тимчасове зберігання в порядку, передбаченому Положенням про Музейний фонд України.

{Статтю 29 доповнено частиною четвертою згідно із Законом № 447-IX від 14.01.2020}

Розділ VI
ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЗА ПОРУШЕННЯ ЗАКОНОДАВСТВА
УКРАЇНИ ПРО МУЗЕЇ ТА МУЗЕЙНУ СПРАВУ

Стаття 30. Відповідальність за шкоду, завдану музею або музейному зібранню

Матеріальна шкода, завдана музею або музейному зібранню громадянами чи юридичними особами, відшкодовується згідно з чинним законодавством.

{Стаття 30 із змінами, внесеними згідно із Законом № 1709-VI від 05.11.2009}

Стаття 31. Відповідальність за порушення законодавства України про музеї та музейну справу

Особи, винні у порушенні законодавства про музеї та музейну справу, несуть відповідальність згідно з чинним законодавством.

Президент України

Л. КУЧМА

м. Київ

29 червня 1995 року

№ 249/95-ВР

Джерело: Про музеї та музейну справу: Закон України від 29 червня 1995 р. № 249/95-ВР. *Відомості Верховної Ради України*. 1995. № 25. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/249/95-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 15.03.2025)

КОДЕКС МУЗЕЙНОЇ ЕТИКИ ICOM

Преамбула

Статус Кодексу музейної етики ICOM

Кодекс музейної етики ICOM був розроблений Міжнародною радою музеїв. У ньому зібрані етичні стандарти діяльності музеїв, що згадуються у документах ICOM. У Кодексі вміщені загальноприйняті принципи діяльності музейної спільноти. Факти членства в ICOM і сплати щорічних внесків до ICOM є підтвердженням прийняття правил Кодексу музейної етики ICOM.

Мінімальний стандарт для музеїв

У Кодексі музейної етики ICOM закріплений мінімальний стандарт для музеїв. Він представляє собою серію принципів, доповнених керівними принципами щодо бажаної професійної діяльності. У деяких країнах певні мінімальні стандарти визначаються законами чи актами уряду. В інших керівні принципи та оцінка мінімальним професійних стандартів можуть визначатися у формі «Акредитації», «Реєстрації» чи схожих систем оцінки. У тих випадках, коли подібні стандарти не визначені, керівні принципи можна запозичити через Секретаріат ICOM, відповідний національний комітет ICOM чи певний міжнародний комітет ICOM. Також бажано, аби держави та спеціалізовані організації, що діють у музейній сфері, брали цей Кодекс за основи при розробці додаткових стандартів.

Переклади Кодексу музейної етики ICOM

Кодекс музейної етики ICOM представлений трьома офіційними мовами організації: англійською, французькою й іспанською. ICOM вітає переклад Кодексу іншими мовами. Тим не менш, переклад буде вважатися офіційним лише у випадку його затвердження принаймні одним національним комітетом держави, у якою даною мовою спілкуються, зазвичай як основною. Якщо ж певною мовою спілкуються у більш ніж одній країні, бажано, аби були проведені консультації з національними комітетами таких країн. Важливо, щоб при розробці офіційних перекладів залучались професіонали як із галузі мови, так і з музейної сфери. Мають зазначатися версія, з якої перекладали, а також національні комітети, залучені до процесу. Ці умови не обмежують можливість перекладу Кодексу чи його частин для освітніх чи навчальних цілей.

1. Музеї зберігають, досліджують та презентують природну і культурну спадщину людства

Принцип

Музеї відповідають за матеріальну та нематеріальну природну та культурну спадщину. Керівні органи музею, а також усі ті, хто мають

відношення до формування стратегії розвитку і нагляду за музеями, є першочергово відповідальними за збереження та підтримку цієї спадщини, а також людських, фізичних і фінансових ресурсів, що задіяні для цієї мети.

Інституційні основи

1.1. Правова документація

Керівний орган повинен забезпечити наявність у музеї складеного письмово й оприлюдненого статуту, положення або іншого публічного документу, узгодженого з національним законодавством, у якому чітко визначені правовий статус музею, його місія, сталість та неприбутковий статус.

1.2. Формулювання місії, цілей і стратегій

Керівництво установи повинно підготувати, оприлюднити та керуватись надалі сформульованою концепцією про місію, цілі та стратегії музею та роль і склад його керівного органу.

Фізичні ресурси

1.3. Передумови

Керівництво установи повинно забезпечити адекватні умови та сприятливе середовище, необхідні для виконання музеєм основних функцій, визначених у його місії.

1.4. Доступ

Керівний орган повинен забезпечити можливість відвідування музею та перегляду його колекцій протягом у прийнятний час і на постійній основі. Особлива увага повинна приділятися особам з особливими потребами.

1.5. Здоров'я та безпека

Керівний орган повинен забезпечити виконання встановлених у музеї стандартів щодо охорони здоров'я, безпеки і доступу до визначених послуг для його персоналу і відвідувачів.

1.6. Захист від надзвичайних ситуацій

Керівний орган повинен розвивати і підтримувати політику щодо захисту відвідувачів і персоналу, колекцій та інших музейних ресурсів від природних та антропогенних надзвичайних ситуацій.

1.7. Вимоги щодо безпеки

Керівний орган повинен забезпечити відповідну охорону для захисту колекцій від можливих крадіжок або нищення під час експозиції, на виставках, робочих площах або в місцях зберігання, а також при їх переміщенні.

1.8. Страхування і відшкодування збитків

При комерційному страхуванні колекцій керівний орган повинен впевнитись, що такий страховий поліс є адекватним та його дія поширюється на предмети, що перевозяться або позичаються, а також на інші предмети, за які відповідає музей. При використанні схеми компенсації необхідно, щоб об'єкти, які не є власністю музею, також адекватно відшкодовувались.

Фінансові ресурси

1.9. Фінансування

Керівний орган повинен гарантувати наявність достатніх коштів для провадження та розвитку діяльності музею. Усі кошти професійно обліковуються та звітуються.

1.10. Політика щодо залучення коштів

Керівний орган повинен мати письмовий документ, що стосується джерел фінансування, до яких він може звертатися в процесі своєї діяльності або фінансування, яке він може приймати із зовнішніх джерел. Незалежно від джерела фінансування, музеї повинні здійснювати контроль за змістом і цілісністю своїх програм, виставок та інших напрямів діяльності. Діяльність щодо залучення коштів не повинна компрометувати стандарти установи або її аудиторію (див. п. 6.6.).

Персонал

1.11. Політика прийняття на роботу

Керівний орган повинен гарантувати, що всі дії стосовно персоналу проводяться згідно з як політикою музею, так і з відповідними вимогами закону.

1.12. Призначення директора або керівника

Директор або керівник музею, є ключовою посадою, і при його призначенні керівні органи повинні брати до уваги знання та професійні навички, необхідні для ефективної роботи на цій посаді. Такі якості включають відповідний інтелектуальний рівень і професійні знання, доповнені високим стандартом етичної поведінки.

1.13. Доступ до керівних органів

Директор або керівник музею, повинен безпосередньо відповідати за діяльність відповідних керівних органів і мати можливість прямого доступу до них.

1.14. Компетентність музейного персоналу

Приймати на роботу необхідно кваліфікований персонал, який володіє компетенціями та навичками, необхідними для виконання всіх посадових обов'язків. (див. пп. 2.19; 2.24, частина 8).

1.15. Підготовка персоналу

Для підтримання ефективності роботи мають бути створені адекватні можливості для продовження освіти і професійного розвитку всього музейного персоналу.

1.16. Етичний конфлікт

Керівний орган ніколи не повинен вимагати від музейного персоналу дій, які могли би вважатись такими, що вступають у протиріччя з положеннями цього Кодексу музейної етики або з будь-яким національним законодавством або етичним кодексом певного напрямку.

1.17. Музейний персонал і волонтери

Керівництво музею повинно мати письмове положення щодо залучення до його діяльності волонтерів, що сприяє хорошим відносинам між волонтерами та музейними працівниками.

1.18. Волонтери й етика

Керівний орган повинен забезпечити, аби волонтери, залучені до діяльності музею, були добре ознайомлені з Кодексом музейної етики й іншими застосовуваними кодексами та законами.

2. Музеї, які утримують колекції, зберігають їх заради суспільства та його розвитку

Загальні положення

Музеї зобов'язані набувати, зберігати та популяризувати свої колекції як внесок до збереження природної, культурної і наукової спадщини. Їхні колекції є важливим громадським надбанням, вони мають особливий правовий статус і захищаються міжнародним правом. Важливим у цих суспільних відносинах є поняття управління, яке включає правомірне володіння, сталість, документування, доступність і відповідальне розпорядження.

Комплектування колекцій

2.1. Політика колекціонування

Керівний орган кожного музею повинен прийняти і оприлюднити письмовий документ щодо колекціонування, який стосується придбання, догляду за колекціями та їх використання. Цей документ повинен визначати статус будь-якого об'єкта, який не буде каталогізуватися, зберігатися чи експонуватися (див. п. 2.7; 2.8).

2.2. Чинний документ, який підтверджує право власності

Жодний об'єкт або зразок не повинен прийматись музеєм шляхом купівлі-продажу, дарування, позики, спадкування чи обміну, доки музей, що приймає, не переконається в наявності чинного документа, який підтверджує право власності. Докази легітимного володіння у певній країні необов'язково прирівнюються до документа, який підтверджує право власності.

2.3. Походження предметів і зразків та належна перевірка в процесі їх придбання

Перед прийняттям потрібно зробити все можливе для повної упевненості в тому, що жоден предмет або зразок, який пропонується для купівлі-продажу, дарування, позики, спадкування чи обміну, не був отриманий незаконним шляхом або вивезений зі своєї держави походження чи будь-якої держави, в якій він міг би бути у законній власності (у тому числі з держави, де знаходиться музей). Відповідна належна перевірка має встановити повну історію об'єкта з моменту його відкриття чи створення.

2.4. Предмети та зразки несанкціонованих або ненаукових польових досліджень

Музеї не повинні приймати об'єкти, якщо є вагома причина припускати, що їхнє походження пов'язане з несанкціонованими або ненауковими польовими дослідженнями чи умисним руйнуванням або пошкодженням пам'ятників, археологічних або геологічних пам'яток, або видів і природних ареалів їхнього існування. Так само, прийняття не повинно здійснюватись, якщо про знахідки не було повідомлено власника землі чи того, хто її наразі займає, або компетентні органи чи урядові установи.

2.5. Особливий культурний матеріал

Колекції людських решток і матеріали сакрального значення повинні прийматись лише у випадку, якщо вони можуть зберігатись у безпеці і доглядатись з повагою. Таке утримання повинно здійснюватись відповідно до професійних стандартів та інтересів і вірувань членів спільноти, етнічних або релігійних груп, звідки походять відповідні об'єкти, якщо такі громади відомі (див. також п. 3.7; 4.3).

2.6. Біологічні та геологічні зразки, які знаходяться під охороною

Музеї не повинні приймати біологічні чи геологічні зразки, які були зібрані, продані або іншим чином передані всупереч місцевим, національним, регіональним або міжнародним законам чи угодам, пов'язаним із захистом дикої природи або заповіданням.

2.7. Живі колекції

Якщо колекції містять живі ботанічні чи зоологічні зразки, особливу увагу треба приділяти природному і соціальному оточенню, звідки вони походять, як і будь-якому місцевому, національному, регіональному або міжнародному закону або угоді, які стосуються захисту живої природи або заповідання.

2.8. Робочі колекції

Інструкція з колекціонування може містити спеціальні положення щодо певних типів робочих колекцій, де наголос робиться не стільки на предмет, скільки на збереження культурного, наукового або технічного процесу, або де предмети чи зразки згруповані для регулярного використання або навчальних потреб (див. також п. 2.1).

2.9. Придбання об'єктів не за колекційною політикою

Придбання предметів чи зразків не за прийнятою політикою колекціонування музею повинно здійснюватись лише у виняткових обставинах. Керівний орган повинен розглянути наявні професійні думки щодо конкретного випадку та погляди всіх зацікавлених сторін. При цьому розглядається значення предмета чи зразка, включно з його контекстом у культурній чи природній спадщині, і особливі інтереси інших музеїв, які збирають такий матеріал. Однак, навіть за таких обставин, не рекомендується придбання предметів без чинного документа про право власності (див. також п. 3.4).

2.10. Придбання, які пропонуються членами керівного органу або музейним персоналом

Особлива увага необхідна підчас розгляду можливості придбання будь-яких предметів чи колекцій чи то для продажу, чи як пожертву, або неоподаткованого дарунку від членів керівних органів, музейного персоналу або родин і близьких знайомих цих осіб.

2.11. Сховища на винятковий випадок

Ніщо в цьому кодексі музейної етики не повинно перешкоджати музею бути уповноваженим сховищем для зразків чи предметів нез'ясованого походження, незаконно зібраних або вилучених з території, яка знаходиться в зоні його законної відповідальності.

Переміщення колекцій

2.12. Законні та інші повноваження щодо розпорядження

Якщо музей має законні повноваження, що дає право на розпорядження його колекціями, або придбав предмети, що відповідають цим умовам розпорядження, юридичні та інші вимоги і процедури оформлення повинні здійснюватись в повній мірі. У тих випадках, коли первинне придбання підлягало тим чи іншим обмеженням, ці умови мають бути дотримані, якщо тільки не може бути продемонстровано, що дотримання таких обмежень неможливе чи достатньо шкідливим для установи. В такому випадку вихід може бути знайдено через правові механізми

2.13. Вилучення з музейних колекцій

Вилучення предмета чи зразка з музейної колекції повинно відбуватися лише у випадку повного розуміння значення цієї одиниці зберігання, її особливостей (чи є вона відновлюваною, чи невідновлюваною), наявності законних підстав і відсутності вірогідності будь-якої втрати довіри громадськості внаслідок такої дії.

2.14. Відповідальність за вилучення

За рішення про вилучення повинен відповідати керівний орган, що діє спільно з директором музею і куратором відповідної колекції. Спеціальні домовленості можуть бути досягнені стосовно робочих колекцій (див. пп. 2.7; 2.8).

2.15. Розпорядження предметами, вилученими з колекцій

Кожний музей повинен мати процедуру, яка визначає дозволені методи остаточного вилучення предметів з колекцій внаслідок пожертвування, переміщення, обміну, продажу, повернення на батьківщину або руйнування, яка дозволяє необмежене законом право передавання права власності на музейні предмети будь-якому одержувачу. Усі рішення про вилучення повинні реєструватися, включно з описом предмета і подальшим розпорядженням ним. При цьому, існує сильна презумпція, що вилучена одиниця зберігання в першу чергу має пропонуватися іншому музею.

2.16. Прибуток від розпорядження колекціями

Музейні колекції утримуються як суспільне надбання, і до них не можна ставитись як до майна, яке підлягає купівлі-продажу. Гроші чи компенсація, одержані від вилучення і розпорядження предметами і зразками з музейної колекції, повинні бути використані виключно на користь колекції і, як правило, для поповнення цієї ж колекції.

2.17. Купівля роз'єднаних колекцій

Музейному персоналу, керівному органу або їхнім родинам чи близьким знайомим не дозволяється купувати предмети, які були вилучені з колекції, за яку вони відповідають.

Догляд за колекціями

2.18. Сталість колекцій

Музей повинен створити і провадити політику гарантії того, що його колекції (як постійні, так і тимчасові) та пов'язана з ними інформація, яка записана належним чином, є доступними для поточного користування і перейдуть до наступних поколінь в доброму, збереженому і, водночас, опрацьованому стані, з огляду на сучасний рівень знань і ресурси.

2.19. Доручення відповідальності за колекції

Професійні обов'язки, які включають догляд за колекціями, повинні покладатися на осіб із відповідними знаннями і кваліфікацією або на тих, кого надійно контролюють (див. також п. 8.11).

2.20. Документування колекцій

Музейні колекції повинні бути задокументовані згідно з прийнятими професійними стандартами. Таке документування повинне містити повне визначення і опис кожної одиниці зберігання, її зв'язків, походження, стану, способів консервації і розміщення. Такі дані повинні зберігатись у безпечному середовищі і підтримуватись пошуковими системами, що забезпечує доступ до інформації музейному персоналу та іншим законним користувачам.

2.21. Захист від катастроф

Пильна увага повинна приділятися розробці стратегій захисту колекцій протягом збройного конфлікту та інших антропогенних чи природних лих.

2.22. Охорона колекцій і пов'язаних із нею даних

Музей повинен здійснювати контроль, щодо запобігання розкриттю таємної особистої інформації та інших конфіденційних питань під час надання доступу до даних щодо колекції представникам громадськості.

2.23. Превентивне зберігання

Превентивне зберігання є важливим елементом музейної політики і догляду за колекцією. Створення і підтримання захищеного середовища для колекцій в процесі догляду за ними як у фондах зберігання, так і під час експонування або переміщення – основний аспект відповідальності музейних працівників.

2.24. Зберігання і реставрація колекцій

Музей повинен уважно стежити за станом колекцій для визначення того, чи потребує предмет або зразок виконання робіт зі збереження, реставрації і послуг консерватора-реставратора. Принциповою метою повинна бути стабілізація стану предмета чи зразка. Усі процедури з консервації повинні бути задокументовані і спрямовані, наскільки це є можливим, на збереження оригінальних ознак, а всі зміни повинні мати чітке розмежування з оригінальним предметом чи зразком.

2.25. Добробут живих тварин

Музей, який утримує живих тварин, повинен у повній мірі відповідати за їхнє здоров'я та гідні умови існування. Він повинен підготувати і впровадити правила безпеки для захисту свого персоналу та відвідувачів, так само, як і тварин, які мають бути схвалені експертом з ветеринарії. За наявності генетичної модифікації, остання повинна чітко розпізнаватися.

2.26. Особисте використання музейних колекцій

Музейному персоналу, керівному органу, їхнім родинам, близьким партнерам або іншим особам не повинно дозволятися привласнювати предмети з музейних колекцій, навіть тимчасово, з метою особистого використання у будь-якій формі.

3. Музеї зберігають первинний матеріал для отримання та розширення

Принцип

Музеї безпосередньо відповідають за догляд, дослідження і доступність первинного фактичного матеріалу, який збирається і зберігається в його колекціях.

Первинний матеріал

3.1. Колекції як первинний матеріал

Політика музею щодо колекцій повинна чітко вказувати на важливість колекцій як первинного матеріалу. Ця політика не повинна визначатись лише сучасними інтелектуальними тенденціями або використанням музею об'єктів на даний момент.

3.2. Доступність колекцій

Музеї безпосередньо відповідають за те, щоби колекції і вся пов'язана з ними інформація стали максимально вільно доступними, враховуючи обмеження з міркувань конфіденційності та безпеки.

Музейне колекціонування і дослідження

3.3. Польове колекціонування

Музеї, які здійснюють польове колекціонування, повинні розробити політику, яка відповідає академічним стандартам і відповідними національним й міжнародним нормам і договірним зобов'язаннями. Польова робота повинна проводитись лише з повагою до й урахуванням думки

місцевих громад, ресурсів їхнього середовища та культурних практик, а також зусиль зі збагачення культурної і природної спадщини.

3.4. Виняткове колекціонування первинних фактичних матеріалів

У виняткових випадках предмет, про походження якого немає інформації, може бути настільки видатним внеском у пізнання, що його збереження відповідає інтересам суспільства. Питання про прийняття такого предмета до музейної колекції повинно вирішуватись спеціалістами відповідної галузі з врахуванням національних чи міжнародних інтересів (див. також п. 2.11).

3.5. Дослідження

Дослідження, які проводяться музейним персоналом, повинні відповідати місії та меті музею й узгоджуватися з існуючими правовими, етичними та академічними практиками.

3.6. Деструктивний аналіз

При застосуванні руйнівних аналітичних технологій, повна характеристика матеріалу, який аналізується, наслідки аналізу та наступне дослідження, включно з публікаціями, повинні стати частиною постійного опису об'єкта.

3.7. Людські рештки та матеріали сакрального значення

Дослідження людських решток і матеріалів сакрального значення повинно здійснюватись відповідно до професійних стандартів і з урахуванням інтересів і вірувань громади, етнічних чи релігійних груп людей, звідки ці об'єкти походять, якщо такі групи відомі (див. також пп. 2.5; 4.3)

3.8. Збереження прав на матеріали дослідження

Коли музейний персонал готує матеріали для презентації або для документування польових досліджень, повинна існувати чітка угода між ним і музеєм, який надає сприяння, стосовно всіх прав на такі роботи.

3.9. Обов'язок ділитися професійним досвідом

Представники музейної професії зобов'язані ділитися своїми знаннями та досвідом з колегами, дослідниками та студентами відповідних спеціальностей. Вони повинні поважати і визнавати своїх наставників та ділитися здобутками у методології і досвідом, які можуть бути корисними для інших.

3.10. Співпраця між музеями й іншими установами

Музейний персонал повинен визнавати та підтримувати необхідність співпраці та консультацій між установами, які мають подібні інтереси та практику колекціонування. Зокрема, це стосується закладів вищої освіти й деяких громадських установ, де внаслідок дослідницької діяльності можуть створюватись важливі колекції, які не мають перспектив надійного довгострокового збереження.

4. Музеї забезпечують можливості для поціновування, розуміння та управління природною і культурною спадщиною

Принцип

Музеї мають важливий обов'язок розвивати свою просвітницьку роль і розширювати свою аудиторію за рахунок місцевих громад або груп населення, для яких вони працюють. Взаємодія з відповідною спільнотою та популяризація її спадщини є невід'ємною складовою просвітницької ролі музею.

Експозиція і виставка

4.1. Експозиції, виставки та спеціальні події

Експозиції і тимчасові виставки, реальні чи он-лайн, повинні відповідати визначеним призначенням, політикою і спрямованістю музею. Вони не повинні компрометувати ані якість, ані належний догляд за колекціями та їх збереження.

4.2. Презентація виставок

Музеї повинні гарантувати, що інформація, яка представлена на експозиції і виставках, є науково обґрунтованою, точною і відповідним чином враховує представлені групи чи погляди.

4.3. Демонстрація особливо чутливого матеріалу

Людські рештки та матеріали сакрального значення повинні експонуватись відповідно до професійних стандартів, із урахуванням інтересів і поглядів членів громади, етнічних або релігійних груп, від яких такі об'єкти походять. Їх необхідно представляти з великим тактом і повагою людської гідності усіх людей.

4.4. Припинення публічної демонстрації

Прохання про вилучення з публічної демонстрації людських решток або матеріалу сакрального значення від громад, звідки ці об'єкти походять, повинні розглядатися без зволікання, з повагою і чуйністю. Прохання про повернення такого матеріалу повинні розглядатися таким самим чином. Музеї мають чітко визначити процедуру відповіді на такі прохання.

4.5. Експонування матеріалу нез'ясованого походження

Музеї повинні уникати експонування або використання іншим чином матеріалу сумнівного чи невідомого походження. Вони повинні усвідомлювати, що експонування або використання такого матеріалу може толерувати та сприяти незаконній торгівлі культурними цінностями.

Інші ресурси

4.6. Публікації

Інформація, яка публікується музеями, у будь-якому випадку повинна бути точною, науково обґрунтованою і повинна належним чином враховувати відповідні академічні напрацювання, соціальний контекст і погляди. Музейні публікації не повинні компрометувати стандарти установи.

4.7. Створення копій

Музеї повинні поважати цілісність оригіналу при виготовленні моделей, репродукцій або копій предметів колекції. Усі такі копії завжди потрібно позначати як точні копії.

5. Музеї володіють ресурсами, які створюють можливості для інших громадських послуг та вигод

Принцип

Музеї залучають до своєї роботи значний спектр спеціалізованих послуг, навичок і фізичних ресурсів, які мають набагато ширше застосування, ніж у самому музеї. Це може призводити до спільного використання ресурсів або надання послуг внаслідок розширення музейної діяльності. Усе це потрібно організовувати таким чином, аби не суперечити визначеній місії музею.

Ідентифікаційні послуги

5.1. Ідентифікація об'єктів, придбаних незаконним або забороненим шляхом

У випадках, коли музеї забезпечують експертні ідентифікаційні послуги, вони в жодному разі не повинні діяти таким чином, що може бути розцінено як отримання безпосередньої чи опосередкованої вигоди від такої діяльності. Інформація щодо ідентифікації і встановлення автентичності об'єктів, які, як вважається чи підозрюється, незаконно або забороненим шляхом придбані, передані, ввезені чи вивезені, не повинна розголошуватись, доки про це не будуть повідомлені відповідні владні органи.

5.2. Встановлення автентичності і цінності (оцінка)

Встановлення цінності може проводитись з метою страхування музейних колекцій. Грошова оцінка інших об'єктів повинна здійснюватись лише на прохання інших музеїв, або компетентних юридичних, державних або інших відповідних органів. Однак, якщо сам музей може стати вигодонабувачем певного майна, то потрібно проводити незалежну оцінку таких об'єктів або зразків.

6. Музеї тісно співпрацюють з громадами, звідки походять їхні колекції, і з тими, для яких вони працюють.

Принцип

Музейні колекції відображують культурну і природну спадщину громад, з яких вони походять. Таким чином, ці колекції мають вищий статус, ніж звичайне майно, і можуть бути тісно пов'язані з національною, регіональною, локальною, етнічною, релігійною або політичною ідентичністю. Тому важливо, щоби музейна політика враховувала цей фактор.

Походження колекцій

6.1. Співпраця

Музеї повинні сприяти використанню знань, документації і колекцій спільно з музеями і культурними організаціями тих країн і громад, звідки ці

матеріали походять. Необхідно шукати можливості розвитку партнерства з музеями тих країн чи територій, які втратили значну частину своєї спадщини.

6.2. Повернення культурних цінностей

Музеї повинні бути готовими розпочати діалог щодо повернення культурних цінностей країні або народу, звідки вони походять. Це повинно відбуватися в неупередженій формі, відповідно до наукових, професійних та гуманітарних принципів, враховувати відповідне місцеве, національне та міжнародне законодавство, з наданням переваги діям на урядовому або політичному рівні.

6.3. Реституція культурних цінностей

Коли країна або народ походження об'єкту прагнуть реституції об'єкта або зразка, стосовно яких можна довести, що вони були вивезені або іншим чином передані з порушенням положень міжнародних або національних норм і є частиною культурної або природної спадщини цієї країни чи народу, музей, якого це стосується, повинен вжити негайних і відповідальних кроків щодо співпраці задля їх повернення, якщо він має законні повноваження на такі дії.

6.4. Культурні об'єкти з окупованої країни

Музеї повинні утримуватися від купівлі або набуття культурних об'єктів з окупованої території і поважати у повній мірі всі закони і конвенції, які регулюють ввезення, вивезення та передачу культурних або природних матеріалів.

Повага до громад, які обслуговуються

6.5. Сучасні громади

Якщо діяльність музею торкається сучасної громади або її спадщини, придбання повинні робитися лише на підставі узгодженої взаємної домовленості, без зловживань щодо власника чи інформаторів. Визначальним має бути повага до побажань цієї громади.

6.6. Фінансування з активів громад

Коли ведеться пошук фінансового забезпечення заходів музею, які залучатимуть сучасні громади, інтереси останніх не повинні від цього потерпати (див. п. 1.10)

6.7. Використання колекцій, що походять від сучасних громад

Музей використовує колекції, що походять від сучасних громад, із повагою до людської гідності та традицій і культур, які використовують такий матеріал. Такі колекції повинні використовуватися для сприяння добробуту людей, соціальному розвитку, толерантності і взаємоповаги шляхом популяризації полісоціального, багатокультурного та багатомовного вираження (див. п. 4.3).

6.8. Підтримка громадських організацій

Музеї повинні створити сприятливе середовище для підтримки суспільством (наприклад, Друзі музеїв та інші організації підтримки), визнавати його внесок у діяльність музею і сприяти гармонійним відносинам між громадою та музейним персоналом.

7. Музеї діють відповідно до вимог права

Принцип

Музеї повинні повністю дотримуватися міжнародного, регіонального і місцевого законодавства та договірних зобов'язань. Крім того, керівний орган музею повинен виконувати усі взяті на себе зобов'язання або умови, які стосуються різних аспектів діяльності музею або його колекцій.

Правова основа

7.1. Національне і місцеве законодавство

Музеї повинні дотримуватися усіх національних і місцевих законів та поважати законодавство інших країн, яке має вплив на їхню діяльність.

7.2. Міжнародне законодавство

Музейна політика повинна у повній мірі визнавати наступні міжнародні акти, які вважаються стандартом для тлумачення Кодексу музейної етики ICOM:

- Конвенція про захист культурних цінностей в умовах збройного конфлікту («Гаазька конвенція», Перший протокол, 1954 р., і Другий протокол, 1999 р., до неї);
- Конвенція про заходи, спрямовані на заборону та запобігання незаконному ввезенню, вивезенню та передачі права власності на культурні цінності (ЮНЕСКО, 1970 р.);
- Конвенція про міжнародну торгівлю видами дикої фауни та флори, що перебувають під загрозою зникнення (Вашингтон, 1973 р.);
- Конвенція про біорізноманіття (ООН, 1992 р.);
- Конвенція щодо викрадених або незаконно вивезених культурних цінностей (УНІДРУА, 1995 р.);
- Конвенція про охорону підводної культурної спадщини (ЮНЕСКО, 2001 р.);
- Конвенція про охорону нематеріальної культурної спадщини (ЮНЕСКО, 2003 р.).

8. Музеї діють професійним чином

Принцип

Працівники музейної сфери повинні дотримуватися загальноприйнятих стандартів і норм і захищати честь і гідність своєї професії. Вони повинні убезпечувати відвідувачів від проявів протиправної або неетичної поведінки персоналу. Вони повинні використовувати кожну слушну нагоду для інформування та просвіти громадськості щодо цілей, завдань і прагнень представників музейної задля кращого розуміння аудиторією внеску музеїв у розвиток суспільства.

Професійна поведінка

8.1. Обізнаність із відповідним законодавством

Усі працівники музейної сфери повинні бути добре обізнаними з відповідними нормами міжнародного, національного і місцевого законодавства та умовами свого працевлаштування. Вони повинні уникати ситуацій, їхня поведінка в яких могла би тлумачитися як недостойна.

8.2. Професійна відповідальність

Працівники музейної сфери зобов'язані дотримуватися політики і правил внутрішнього розпорядку установи, в якій вони працюють. Однак вони можуть належним чином протистояти діям, які виглядають як такі, що шкодять музею, іміджу музейної професії або не відповідають нормам музейної етики.

8.3. Професійна поведінка

Лояльне ставлення до колег і до свого музею є важливою професійною нормою поведінки, яка повинна базуватися на відданості фундаментальним принципам етики, що стосуються музейної професії загалом.

Ці принципи повинні відповідати положенням Кодексу музейної етики ICOM і враховувати будь-які інші кодекси або документи, які мають відношення до музейної справи.

8.4. Академічні та наукові обов'язки

Працівники музейної сфери повинні сприяти дослідженню, збереженню і використанню інформації, яка міститься у колекціях. Тому вони мають утримуватись від будь-яких дій або обставин, які могли би призвести до втрати такої інформації академічного або наукового характеру.

8.5. Незаконна торгівля

Працівники музейної сфери не повинні безпосередньо чи опосередковано підтримувати незаконний обіг або торгівлю природними чи культурними цінностями.

8.6. Конфіденційність

Працівники музейної сфери повинні захищати конфіденційну інформацію, отриману під час своєї роботи. Крім того, інформація про предмети, які надходять до музею для ідентифікації, вважається конфіденційною і не повинна оприлюднюватися або передаватися до будь-якої іншої установи чи то до особи без спеціального дозволу власника на те.

8.7. Безпека музею та його колекцій

Інформація про заходи і засоби безпеки музею або приватних колекцій і місць їх розміщення, які відвідуються протягом виконання офіційних обов'язків, повинна зберігатися музейним персоналом у суворій конфіденційності.

8.8. Виняток із обов'язку зберігати конфіденційність

Обов'язок зберігати конфіденційність підпорядковується законному обов'язку допомагати поліції або іншим компетентним органам у розслідуванні випадків ймовірно викраденого, незаконно придбаного або нелегально переміщеного майна.

8.9. Особиста незалежність

В той час, як працівники музейної сфери мають право на особисту незалежність, вони повинні усвідомлювати, що їхній приватний бізнес чи професійні інтереси не можуть бути повністю відокремлені від установи, в якій вони працюють.

8.10. Професійні відносини

Працівники музейної сфери вступають у робочі відносини з багатьма іншими особами як у музеї, де вони працюють, так і поза його межами. Очікується, що вони виконуватимуть свої обов'язки ефективно та висококваліфіковано.

8.11. Професійні консультації

Професійна відповідальність вимагає звертатися за консультаціями до колег у музеї чи поза його межами, якщо інформація в музеї є недостатньою для забезпечення прийняття обґрунтованого рішення.

Конфлікт інтересів

8.12. Дарунки, послуги, позики або інші форми персональної вигоди

Музейні працівники не повинні приймати дарунки, послуги, позики або інші форми персональної вигоди, які можуть пропонуватися їм у зв'язку з їхньою роботою у музеї. Іноді професійна ввічливість може допускати дарування і отримання дарунків, але це завжди повинно здійснюватися від імені відповідної інституції.

8.13. Зовнішнє винаймання або інтереси бізнесу

Працівники музейної сфери, незважаючи на право на особисту незалежність у своїх діях, повинні усвідомлювати, що будь-який їхній приватний бізнес чи професійний інтерес не може бути цілком відокремленим від організації, в якій вони працюють. Вони не повинні вступати в інші оплачувані трудові відносини або приймати замовлення від сторонніх організацій, які є у конфлікті з інтересами музею або можуть розглядатися як такі.

8.14. Торговельні операції стосовно об'єктів природної або культурної спадщини

Працівники музейної сфери не повинні брати безпосередню чи опосередковану участь у торговельних операціях (купівля чи продаж з метою отримання прибутку) стосовно об'єктів природної або культурної спадщини.

8.15. Відносини з дилерами

Музейні працівники не повинні приймати жодний дарунок, вияв гостинності або будь-які винагороди від дилера, аукціоніста або іншої особи як стимул для купівлі чи розпорядження музейними предметами, або для здійснення певної офіційної дії чи утримання від неї. Також працівник музею не повинен давати рекомендації представникам громадськості щодо певного дилера, аукціоніста або оцінника.

8.16. Приватне колекціонування

Музейні працівники не повинні конкурувати зі своєю установою ані у придбанні предметів музейного значення, ані у будь-якій особистій діяльності щодо колекціонування. Між музейним працівником і керівництвом музею повинна бути укладена угода стосовно будь-якого приватного колекціонування, якої треба ретельно дотримуватись.

8.17. Використання назви і логотипу ICOM

Назва організації, її акронім або логотип не можуть використовуватись для реклами або втілення будь-якої прибуткової операції або продукції.

8.18. Інші форми конфлікту інтересів

У разі виникнення будь-якого іншого конфлікту інтересів між особою та музеєм, перевагу мають інтереси музею.

Джерело: Кодекс музейної етики ICOM: веб-сайт. URL: <http://www.icom.in.ua/kodeks-muzejinoyi-etiki/> (дата звернення: 09.10.2024).

ВИМОГИ
щодо заповнення науково уніфікованого паспорта на музейні предмети
(рухомі), які входять до складу державної частини Музейного фонду
України

Науково уніфікований паспорт упроваджується з метою вдосконалення системи обліку, обробки та використання інформації про музейні предмети, які складають Музейний фонд України.

За науково уніфікованим паспортом здійснюється облік усіх без винятку предметів основного музейного фонду, у тому числі й природничих, на етапі їх інвентаризації. Робота з комп'ютерної інвентаризації ведеться музеями усіх профілів. Науковий опис предмета за науково уніфікованим паспортом дає змогу ширше і повноцінніше використовувати музейні зібрання з мінімальними затратами часу.

Науково уніфікований паспорт складається на спеціальному бланку у двох примірниках. Форма паспорта і розміри полів можуть, у разі потреби, змінюватися. Незмінними залишаються назва полів і їх нумерація. Заповнення полів здійснюється українською мовою згідно з поясненням. Паспорт заповнюється від руки чітким почерком або друкується на машинці чи набирається на комп'ютері.

У музеях, де є комп'ютери, науково уніфікований паспорт використовується в системі автоматизованого обліку музейних предметів як вихідний інформаційний документ.

Науково уніфікований паспорт зберігається за правилами зберігання обліково-фондової документації музею.

Науково уніфікований паспорт має 46 реквізитних полів визначеного формату за відповідними порядковими номерами.

Науково уніфікований паспорт не розрахований на одночасне складання, його поля заповнюються у міру вивчення музейного предмета і накопичення інформації про нього. З появою відомостей або даних про предмет паспорт може поповнюватися додатками на окремі ознаки чи на групу ознак.

Додаткові відомості наводяться у вкладку-додатку, де вказуються: ознака музейного предмета (наприклад, автор, розмір чи ін.) або номер поля паспорта, прізвище й ініціали працівника, який вніс відомості, дата. Вкладки-додатки оформлюються так, як і паспорт, тобто пишуться від руки, друкуються на машинці або набираються на комп'ютері.

У разі потреби вживання словоскорочень слід використовувати загальноприйняті в українській мові форми. При заповненні науково уніфікованого паспорта необхідно дотримуватись установленої термінології, уживаючи термін «музейний предмет», а для природничих предметів – «зразок», «екземпляр».

Слід уникати повторення інформації про музейний предмет, яка є у різних полях.

У разі передачі музейного предмета на постійне зберігання до іншого музею передається і паспорт. При цьому окремі його поля можуть змінюватися: номер паспорта, відомство, музей, адреса, відділ, розділ, номер за книгою надходжень, номер за інвентарем, джерело і спосіб надходження та ін.

Джерело: Про затвердження Порядку занесення унікальних пам'яток Музейного фонду України до Державного реєстру національного культурного надбання: наказ Міністерства культури і мистецтв України від 25 жовтня 2001 р. № 653: URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0144-02#Text> (дата звернення: 26.02.2025).

<i>Поля науково уніфікованого паспорта</i>	<i>Приклади заповнення</i>
Номер паспорта складається з абрєвіатури назви музею і номера предмета за книгою надходжень	
У музеях, де облік предметів здійснювався за інвентарними книгами (старі надходження), номер паспорта має складатися з абрєвіатури назви музею і номера предмета за інвентарною книгою (як виняток).	<i>Черкаський краєзнавчий музей – паспорт N ЧКМ-10235; Харківський історичний музей – паспорт N ХІМ-635.</i>
1. Відомство Записується повна назва відомства, у підпорядкуванні якого перебуває музей	<i>Міністерство культури і мистецтв України; Національна академія наук України</i>
2. Адміністративне підпорядкування Записується назва установи, якій підпорядковано музей за адміністративно-територіальним поділом.	<i>Управління культури Чернігівської обласної державної адміністрації</i>
3. Музей Записується повна назва музею	<i>Національний музей історії України; Вінницький краєзнавчий музей; Національний історико-етнографічний заповідник «Переяслав».</i>
4. Адреса Записується адреса музею.	<i>01025, м. Київ-025, вул. Володимирська, 2.</i>
5. Відділ Записується повна назва відділу фондів чи групи зберігання, до якого(ї) віднесено музейний предмет	<i>образотворче мистецтво XVIII–XX ст.;</i>
6. Розділ Записується назва розділу відділу фондів.	<i>графіка XVIII–XX ст.;</i> <i>антична археологія.</i>
7. Номер за книгою надходжень	<i>КН-5001.</i>
Записується порядковий номер, за яким предмет включено до книги надходжень. Шифр книги надходжень і номер наносяться на предмет	
8. Номер за інвентарною книгою	<i>Інв. N Т-20.</i>
Записується порядковий номер, за яким предмет включено до інвентарної книги. Шифр інвентарної книги і номер наносяться на предмет.	

9. Номер за спеціальною інвентарною книгою	3-98; С-1256.
Записується порядковий номер, за яким предмет включено до відповідної спеціальної інвентарної книги обліку музейних предметів, які містять дорогоцінні метали і дорогоцінне каміння. Шифр спеціальної інвентарної книги і номер наносяться на предмет.	
10. Старі інвентарні номери	ЖКМ-224, О-542.
Записуються усі старі облікові позначення (шифри і номери), які були нанесені на предмет.	
11. Номер колекційного опису	Ф-825.
Зазначаються шифр і номер колекційного опису.	
12. Порядковий номер	N 6598.
Записується порядковий номер, за яким науково уніфікований паспорт уводиться до Інформаційної системи.	
13. Дата введення в ІС	27.07.2000.
Записується дата введення інформації до Інформаційної системи: число, місяць, рік.	
14. Номер негатива	Не-0776.
Записується порядковий номер негатива за інвентарною книгою обліку негативів. Шифр інвентарної книги і порядковий номер наносяться на негатив.	
15. Фото	Уміщується кольорова фотографія предмета розміром 9 x 13 см.
Крім того, у паспорт може вкладатися фото предмета або його частин у різних ракурсах. Фотографія наклеюється з чотирьох сторін клеєм ПВА, розчиненим у воді.	
16. Топографічний шифр	експозиція, зал N 2, вітрина N9, п.1.
Записується місцезнаходження предмета: експозиція, зал, вітрина, фондосховище, шафа, ящик, полиця.	
17. Назва	Записується, починаючи з предметного слова.
Слід мати на увазі:	
а) якщо паспорт складається на один музейний предмет, то записується його точна назва (авторська, функціональна чи умовна, яка йому дана в музеї), для образотворчих сюжетів дається назва в лапках.	шабля козацька; ваза «Святкова»; картина «Мадонна з немовлям і ангелом»;
б) якщо предмет є частиною комплексу (серія графічних творів, фрагменти іконостаса, окремі предмети сервізу, костюма, гарнітура і т.ін.), який має власну назву, то після коми записується повна назва комплексу.	ікона «Євангеліст Лука», Царські врата, права стулка; цукорниця, сервіз «Ювілейний»;
в) якщо паспорт заповнюється на комплекс предметів, які підлягають єдиному опису (документальний фонд, колекція, гарнітур і т.ін.), то перед власною назвою записується слово, яке визначає зміст комплексу.	фонд П.Г.Тичини; ілюстрації Базилевича А.Д. до поеми «Енеїда» І.П. Котляревського;
г) для назв періодичних видань або інших предметів іноземною мовою, спочатку записується його назва в українській транскрипції, далі в дужках наводиться відповідне оригінальне (іноземне) написання, потім українською мовою.	«Нойес Дойчланд» («Neues Deutschland» – «Нова Німеччина»), щоденна газета...;
г) якщо поле заповнюється на природничі предмети (зоологічні, ботанічні, геологічні,	Горобець хатний – <i>Passer domesticus</i> ; Ящірка прудка – <i>Agilis lacevta</i> .

палеонтологічні), то, по змозі, назва записується українською і латинською мовами.	
Для предметів зоології і ботаніки в поняття «назва» входять рід і вид. При заповненні поля «назва» рід предмета потрібно брати в дужки.	<i>(Ванесса) Кропивниця; (Собака) Вовк; (Капуста) Капуста городня; (Редька) Редька посівна.</i>
При визначенні назви зоологічного, ботанічного, палеонтологічного предмета слід використовувати книги-визначники, де вказуються назви латинською, українською і російською мовами.	
18. Автор або виробник	
Записуються прізвище, ім'я, по батькові (по змозі – повністю) і дати життя автора (художника, скульптора, письменника та ін.).	<i>Шевченко Тарас Григорович, 1814–1861.</i>
Для іноземного автора його прізвище зазначається спочатку в українській транскрипції, а потім мовою оригіналу, далі українською мовою.	<i>Оттріа Нікола – (Ottria Nicola – Ottria Нікола), 1940–2000.</i>
Якщо автор відомий під псевдонімом, то після нього в дужках записується прізвище автора.	<i>Олена Пчілка (Ольга Косач), 1849–1930.</i>
Якщо рік народження або смерті автора за старим і новим стилями не збігаються, то обидва роки записуються через косу риску.	
Якщо автор предмета невідомий, то запис робиться відповідно до загальноприйнятих правил.	<i>невідомий художник XIX ст.; невідома приватна фабрика; невідоме виробництво.</i>
Якщо авторів декілька, то прізвища і дати народження записуються послідовно, через кому.	<i>Кукринікси (Купріянов Михайло Васильович, 1903, Крилов Порфирій Микитович, 1902, Соколов Микола Олександрович, 1903).</i>
Якщо прізвище автора визначено не точно, то ставиться знак запитання.	<i>ікона – Попов І.В., справа – Михайлик О.В.-?</i>
Якщо зазначається приблизна дата, то наводиться слово «бл.» («близько»).	
Крім автора, у полі записуються також назви фондоутворювача і виготовлювача, якщо предмет серійно випущений на виробництві.	<i>Києво-Межигірська фаянсова мануфактура; Будянська фаянсова фабрика; Варшавський монетний двір.</i>
Якщо предмет невідомого художника або майстра можна віднести до відповідної школи чи кола, то в цьому полі зазначається належність художника до відповідної школи чи кола.	<i>коло майстрів с. Опішня; Лаврська іконописна школа; Голландська школа.</i>
19. Час і місце створення (виготовлення)	
Зазначається дата створення предмета в загальноприйнятій формі (рік, вік, період і т.ін.). Якщо предмет або предмети, які складають комплекс, датуються кількома датами, то в полі перераховуються послідовно всі дати через кому.	<i>1812 р.; кінець XIX ст.; 50-ті роки XVIII ст.; 1577–1672 рр.; ікона – середина XVIII ст., справа – 1899 р.;</i>
Якщо дата створення предмета невідома, то записується: «дата невідома». Додаткові дані	<i>1894 р. (передруковано з видання 1800 р., Чернігів)</i>

до цього поля (уточнювальна дата або вказівка на перевидання книги) даються в дужках.	
Записується географічна назва місця створення предмета: відомості про країну чи місто. Географічна назва зазначається на момент створення предмета. Щодо археологічних пам'яток, створених до виникнення класового суспільства і державності, у полі необхідно вказати відповідну культуру чи регіон розповсюдження.	<i>Північне Причорномор'я; Трипільська культура; Катеринослав – Дніпропетровськ; Юзівка – Сталіно – Донецьк; Станіслав – Івано-Франківськ.</i>
20. Час і місце виявлення	<i>1971 р., розкопки з кургану «Товста Могила», Дніпропетровська обл., м.Орджонікідзе.</i>
Зазначаються час і місце виявлення предмета.	
21. Час і місце побутування	<i>у 1930 р. килим перебував у селі Рудня Макарівського району Київської області, у родині Семена Коваленка.</i>
22. Джерело надходження	<i>Україна, м. Київ, Бориспіль, Бориспільська митниця, Іваненко Петро Іванович.</i>
Записуються назва країни, населеного пункту, адреса установи, звідки надійшов предмет до музею, та прізвище, ім'я, по батькові особи, яка його передала.	
23. Спосіб надходження	-----
Зазначається перекресленням відповідного прямокутника.	<i>закупка x </i> -----
24. Документи	<i>висновок експертизи якості дорогоцінного каміння Державного гемологічного центру України та інші документи, які супроводили предмет (договір дарування, договір купівлі-продажу, договір про благодійний внесок, польовий опис тощо); акт приймання на постійне зберігання N 143 від 15.09.69.</i>
25. Класифікація	<i>ваза, фарфор, XIX ст., з портретом визначного політичного чи військового діяча є одночасно предметом двох типів (джерел) – речового й образотворчого; у цьому разі в поле «класифікація» записується: речовий, образотворчий. Стародруки з гравюрами XVII–XVIII ст. можуть бути одночасно предметами, які можна зарахувати і до письмового, і до образотворчого типу (джерела). У цьому разі в поле «класифікація» записується: письмовий, образотворчий.</i>
Для природничих предметів у поле «класифікація» рекомендується записувати:	<i>зоологічний, хордовий.</i>

геологічний, ботанічний, зоологічний, палеонтологічний.	
Оскільки класифікація природничих предметів досить складна, то для предметів зоології у поле «класифікація» записуються типи: членистоногі, хордові.	
Для предметів ботаніки у поле «класифікація» заносяться класи.	ботанічний, клас двосім'ядольних.
Для предметів геології у поле «класифікація» записується: геологічний. Для предметів палеонтології – палеонтологічний.	
26. Типологія	
Відомо, що типи (джерела) поділяються на види, види на різновиди, різновиди на групи, групи на підгрупи. Поділ музейних предметів, починаючи з видів і закінчуючи підгрупами, записується до поля «типологія».	
<i>Тип – образотворчий, від нього приклади видів: живопис, графіка, скульптура. Тип предмета – образотворчий, вид – скульптура, різновиди – барельєф, горельєф, контррельєф. Таким чином, до поля «типологія» може бути записано одне значення: або скульптура, або горельєф, або барельєф, або контррельєф.</i>	
<i>З типу речових предметів у поле «типологія» можна записати: археологія, нумізматика, боністика, сфрагістика, геральдика, фалеристика, етнографія, зброя, державні нагороди, меблі, одяг, прилади, посуд, тканини, прикраси, сільськогосподарський реманент, знаряддя праці, культові предмети, музичні інструменти та ін.</i>	
Для природничих предметів. З предметів зоології записуються класи, або ряди, або родини.	комахи; птиці; ссавці.
Можна давати 2-3 визначення одночасно, у комбінації на вибір: клас і ряд; клас, ряд, родина.	птиці, горобині; ссавці, хижі, псові.
З предметів ботаніки – родини і основні групи рослин (водорості, гриби, лишайники, папороті, голонасінні).	родина хрестоцвітних; родина злаків; шапкові гриби.
Для предметів геології у поле «типологія» записується один з розділів геології: геологічні процеси, або мінералогія, або петрографія, або корисні копалини.	мінералогічний; корисні копалини.
З палеонтологічних предметів у поле «типологія» заносяться предмети, визначені за хронологічною шкалою (ери, періоди, епохи).	юрський; крейдовий.
27. Кількість	виделки; сережки.
Заповнюється один паспорт на кожний предмет. В окремих випадках один паспорт можна заповнювати і на комплект або групу ідентичних предметів, у залежності від необхідності чи значимості.	
28. Розміри Розміри предмета визначаються вимірами: висотою, яка позначається латинською буквою h, довжиною – l, шириною – a, діаметром – d.	$h - 25, a - 30;$ $10 \times 20 \times 35$ мм (довжина x ширина x висота).

В окремих випадках для великогабаритних предметів використовуються одиниці виміру – метри. Для предметів, які містять дорогоцінні метали і дорогоцінне каміння, нумізматики, графіки, малогабаритних предметів – міліметри. Для графіки – два розміри: аркуша і зображення. Для рідкісних стародруків до 1825 р. і цінних рукописних книг до поч. XX ст. указуються: довжина, ширина, висота та кількість аркушів. Для природничих предметів (зоологічних) – стандартні виміри: довжина тіла, довжина дзьоба, довжина крила та цівки. Для ссавців – довжина тулуба, хвоста, вух та гомілки.	
29. Матеріал	<i>срібло, папір, дерево.</i>
Перераховуються усі види матеріалів, які були використані при створенні (виготовленні) предмета та його складових частин. Першим зазначається матеріал, який переважає.	
30. Техніка Указуються усі види техніки, у яких виконано предмет. Першою зазначається техніка, яка переважає. При потребі наводяться особливості техніки виконання окремих частин, способи і прийоми декорування.	<i>друк офсетний; штампування, гравірування; розпис надглазурний; литво, різьблення; мережка.</i>
Для природничих предметів записується спосіб консервації: мокрий препарат, сухий препарат.	
31. Дорогоцінні метали	<i>золото; срібло; платина.</i>
Поле заповнюється виключно на підставі акта експертизи якості дорогоцінних металів, виданого органом державного пробірної контролю у складі Державної пробірної служби Міністерства фінансів України. Зазначається назва кожного з видів дорогоцінних металів, який міститься у предметі.	
Указується загальна, лігатурна, у чистоті маса (у грамах) кожного з видів дорогоцінних металів.	<i>Золото: загальна – 102,01; лігатурна – 67,51; у чистоті – 50,63; срібло: лігатурна – 8,5; у чистоті – 7,4.</i>
Маса предметів із золота та металів платинової групи зазначається: • для предметів до 1 кг з точністю до +/- 0,01 г, • понад 1 кг - з точністю до +/- 0,1 г. • для предметів із срібла маса зазначається з точністю до 0,1 г.	
Зазначається проба кожного виду дорогоцінних металів.	<i>золото – 750; срібло – 875.</i>
32. Дорогоцінне каміння	<i>діамант, КР-48; рубіни, кабошон.</i>
Поле заповнюється виключно на підставі висновку експертизи якості дорогоцінного каміння, виданого Державним гемологічним центром України. Зазначаються назва і вид огранування кожного виду дорогоцінного каміння окремо.	
Указується загальна кількість дорогоцінних каменів у предметі, з них кількість дорогоцінних каменів кожного виду окремо.	<i>Усього: 37; з них: діаманти – 20; сапфіри – 17.</i>
Зазначається загальна маса дорогоцінних каменів, з них маса дорогоцінних каменів кожного виду дається окремо. Маса дорогоцінного каміння зазначається у каратах (кар), з точністю до 0,01 карата – для дорогоцінного каміння I порядку, з точністю до 0,1 карата – для дорогоцінного каміння II, III, IV порядку.	<i>Загальна маса дорогоцінного каміння (37 шт.) – 4,85 кар; з них: діаманти КР-48 (20 шт.) – 3,5 кар; КР-17 (17 шт.) – 1,35 кар; Рубіни-кабошон (8 шт.) – 1,28 кар.</i>

Маса напівдорогоцінного каміння, дорогоцінного каміння органогенного утворення, гагату, слонової та мамонтової кістки – у грамах (г), з точністю до 0,1 г.	
Указуються розміри кожного виду дорогоцінних каменів у міліметрах (мм) з точністю до 0,01 мм. Розміри дорогоцінних каменів зазначаються таким чином: довжина (l), ширина (a), висота (h). Для каменів круглої форми – діаметр (d). Для каменів неправильної форми вказуються два розміри: за найбільшим і найменшим діаметром.	
33. Опис предмета	<i>листівка поштова; одяг весільний.</i>
Основна мета опису – ідентифікація предмета з аналогічними або йому подібними. Дається опис основних ознак предмета, який починається з визначального слова.	
При заповненні даного поля слід уникати повторення інформації, унесеної до інших полів.	
Для речових предметів указуються: ✓ форма предмета і його окремих частин; ✓ колір предмета і його окремих частин; ✓ конструктивні особливості, способи з'єднання, виготовлення (масовий, ручний, машинний); ✓ функціональне призначення предмета; ✓ стиль виконання; ✓ місце розташування клейм, штампів, написів, підписів та інших знаків; ✓ зображення або орнамент на предметі, окремих частинах.	Для образотворчих предметів указуються: ✓ форма полотна, графічного аркуша, рельєфа, барельєфа, скульптури (голова, бюст, фігура на повний зріст та ін.); ✓ жанр твору (портрет, батальний, побутовий, пейзаж, натюрморт та ін.); ✓ сюжет твору; ✓ кольорова гама; ✓ місцезнаходження авторського й інших знаків; ✓ аналогі; ✓ опис рами чи постаменту.
Для письмових предметів указуються: ✓ форма предмета, кількість аркушів, сторінок, зошитів, особливості шрифту чи почерку (окремо описуються оправа й обкладинка); ✓ конструктивні особливості палітурки, скріплення аркушів і зошитів; ✓ колір паперу і палітурки; ✓ стислий зміст предмета; ✓ місце розташування водяних знаків, клейм, написів, підписів, автографів та ін.; ✓ опис мініатюр, заставок, орнаментальних вставок з позначенням їх кількості і місць розташування.	Для природничих предметів указуються: ✓ характер предмета (гербарний зразок, сортове насіння, скелет, тушка, шліф, друза); ✓ стать, вік; ✓ наукове і меморіальне значення (ендемик, рідкісність, занесення до Червоної книги). Для предметів біології – предмет місцевий чи занесений звідкілясь (де ріс – у полі, лісі, на болоті, у горах; стація чи біотоп).
Для речових, образотворчих, письмових, природничих предметів написи, підписи, клейма, печатки та інші знаки даються з точним відтворенням (з розбивкою на рядки). Написи іноземною мовою перекладаються на українську мову (переклад дається у дужках), складні підписи розкриваються друкованими літерами. Клейма, печатки, інші знаки, якщо вони не можуть бути відтворені (змальовані), детально описуються із зазначенням мови тексту на печатці або клеймі та розмірів цих знаків (у мм або см). При описі книги, яка має багато написів, позначок, слід дати перелік усіх сторінок, на яких вони зроблені. Написи, позначки можуть мати важливу за змістом інформацію, а найважливіша передається повністю.	
34. Особи та події, пов'язані з предметом. Зв'язок з іншими пам'ятками	

Заносяться відомості про осіб, які були власниками, замовниками предмета, використовували його або зображені на предметі, залишили на ньому підпис або згадуються в тексті.	
До поля записуються відомості про особу чи осіб аналогічно до запису в полі «автор», зазначаючи вид зв'язку даної особи з предметом, а також короткі відомості біографічного характеру (професія, місце проживання та ін.).	
Відомості про автора, виготовлювача, фондоутворювача до поля не заносяться.	
Для природничих предметів указується, хто і коли визначив і перевизначив предмет, хто здобув або звідки чи від кого його отримав з найширшими даними біографічного змісту.	<i>Сидоренко Іван Федорович – учитель біології, який працює в середній школі N 1 м. Летичів Хмельницької області і проживає за адресою: м. Летичів, вул. Лесі Українки, 6; здобув у 1950–1955 рр. і визначив колекцію метеликів.</i>
Заноситься інформація про історичні достовірні події, з якими пов'язаний предмет. У полі слід зазначити загальноприйняту історичну назву, з визначенням географії (країна, область, місто і т.ін.) та дати.	<i>Велика Вітчизняна війна, 1941–1945 рр.; Аварія на Чорнобильській АЕС, 1986 р.;</i>
Дати подій подаються, як правило, за новим стилем. Дати, що належать до періоду після Лютневої революції 1917 р. і до введення нового стилю (1(14) лютого 1918 р.), датуються двома стилями – старим і новим.	
35. Додаткові відомості Записується інформація, яку не можна занести до жодного з полів.	<i>маса предметів геології, нумізматики (з недорогоцінних металів).</i>
36. Стан збереження	
Дається характеристика стану збереження музейного предмета за схемою: без пошкоджень, задовільний, незадовільний.	
Якщо стан збереження предмета повний, то його слід характеризувати як «без пошкоджень».	<i>стан збереження окладу ікони – без пошкоджень;</i>
Якщо предмет не має механічних пошкоджень, але має місце забруднення, то стан збереження зазначається як «задовільний».	<i>стан збереження книги – задовільний: оправа і значна частина книжкового блоку забруднені;</i>
Якщо предмет має механічні пошкодження – осипи, прориви, тріщини, сколи та ін., то стан збереження зазначається як «незадовільний», причому вказуються місця і розміри пошкоджень.	<i>стан збереження картини – незадовільний: у лівому нижньому кутку прориви полотна розміром 1,2 x 1,5 см, незначні осипи ґрунту і шару фарби.</i>
37. Реставрація і рекомендації щодо реставрації	
Указуються дата проведення реставрації, прізвище, ім'я та по батькові реставратора, точна назва організації, яка проводила реставраційні роботи, стислий опис цих робіт.	<i>14.05.85. С.І. Петренко. Реставраційна майстерня Національного музею історії України. Промивка, виведення плям.</i>
У полі можуть бути посилання на відповідні документи.	<i>1976 р. І.М. Іванов. Реставраційний паспорт N 89 ННДРЦУ.</i>
<i>Якщо комісія музею рекомендує провести реставрацію предмета, то в полі перекреслюється прямокутник.</i>	
38. Можливість транспортування Визначає фондово-закупівельна комісія і реставраційна рада музею. У полі перекреслюється один з прямокутників.	

39. Кількість фотографій	
Указується кількість фотографій.	поле 14-2 фото; поле 39-2 фото.
40. Вартість оціночна Заноситься оціночна вартість музейного предмета в гривнях. При встановленні оціночної вартості предмета слід керуватися Інструкцією про порядок визначення оціночної та страхової вартості пам'яток Музейного фонду України, що затверджена наказом Міністерства культури і мистецтв України від 13.07.98 N 325 (з0496-98), а також методичними рекомендаціями з цього питання.	
41. Кількість вкладок-додатків Указуються додатки, які були зроблені до тих чи інших полів.	поле 34 – 1 додаток; поле 39 – 3 додатки.
42. Експонування Записуються дані про експонування і використання музейного предмета в постійній експозиції або на виставках у музеї і за його межами.	1985 р., Київ, художня виставка, присвячена 40-річчю Перемоги у Великій Вітчизняній війні 1941–45 рр.
43. Звіряння наявності Поле заповнюється з посиланням на документи. Зазначаються дати актів усіх звірянь наявності предметів з фондово-обліковою документацією музею.	акт від 2.10.1996; акт від 30.01.2000.
44. Бібліографія Записуються бібліографічні відомості про музейний предмет у загальноприйнятій формі (публікаціях та ін.).	Петренко М.З. Українське золотарство XVI–XVIII ст. К., 1969. Логвин Г.Н., Міляєва Л.С., Свенціцька В.І. Український середньовічний живопис. К., 1976.
45. Архівні матеріали Указуються науково-дослідницькі праці, які зберігаються в архіві музею, а також матеріали з архівних установ, у яких йдеться про предмет.	ЦДАМЛМ України. Справа Собор св. Софії (мур), фонд : N, опис 3, од.зб.18.
46. Відповідальні	Заповнюється відповідно до визначеного

МУЗЕЙНИЙ ФОНД УКРАЇНИ

Науково уніфікований паспорт №

1. Відомство 2. Адміністративне підпорядкування 3. Музей 4. Адреса 5. Відділ 6. Розділ 7. Кн. N 8. Інв. N 9. Спец. інв. N 10. Старі інв. NN 11. Колекційний опис N 12. Запис в інф. систему N 13. Дата введ. в інф. систему 14. Негатив N 16. Топографічний шифр					15. Фото		
17. Назва							
18. Автор або виробник							
19. Час і місце створення (виготовлення)							
20. Час і місце виявлення							
21. Час і місце побутування							
22. Джерело надходження							
23. Спосіб надходження: закупка __, замовлення __, дарунок __, передача __							
24. Документи							
25. Класифікація		26. Типологія		27. Кількість		28. Розмір	
29. Матеріал				30. Техніка			
31. Дорогоцінні метали				32. Дорогоцінне каміння			
Назва	Маса (г)	Проба	Назва і вид огранування	К-ть	Маса (кар. г)	Розміри (мм)	
33. Опис предмета							
34. Особи чи події, пов'язані з предметом. Зв'язок з іншими пам'ятками							
35. Додаткові відомості				36. Стан збереження			
37. Реставрація і рекомендації щодо реставрації: термінова реставрація __; консервація __; профілактичний огляд __			38. Можливість транспортування: так – __; ні – __		39. Кількість фотографій		40. Оціночна вартість
							41. Кількість додатків
42. Експонування							
43. Звіряння наявності (документ, дата)							
44. Бібліографія							
45. Архівні матеріали							
46. Відповідальні		Завідувач			Гол. Зберігач		
Склад		Підпис			Підпис		
Посада		Дата			Дата		
Підпис							
Дата							
Затвердив		Заступник директора музею з наукової роботи					
		Підпис			Дата		
Вкладка N _____ до науково уніфікованого паспорта N _____							