

**УПРАВЛІННЯ КУЛЬТУРИ, НАЦІОНАЛЬНОСТЕЙ,
РЕЛІГІЙ ТА ТУРИЗМУ
ЛУГАНСЬКОЇ ОБЛАСНОЇ ДЕРЖАВНОЇ АДМІНІСТРАЦІЇ**

ЛУГАНСЬКИЙ ОБЛАСНИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ
щодо експозиційно-виставкового висвітлення
пізньосередньовічної, ранньомодерної та нової
історії Луганщини

Старобільськ – 2020

УДК 069.5:94(477.61)
Б 19

Бакшинська О.В. Методичні вказівки щодо експозиційно-виставкового висвітлення пізньосередньовічної, ранньомодерної та нової історії Луганщини. Лисичанськ: Вид-тво ТОВ «ФОКСПРИНТ», 2020. 21 с.

Рекомендовано науково-методичною радою Луганського обласного краєзнавчого музею. *Протокол № 11 від 26.11.2020 р.*

Рецензенти:

Мартиненко М.С., завідувач науково-методичного сектору Луганського обласного краєзнавчого музею

Відповідальна:

Мілованова О.В., директор Луганського обласного краєзнавчого музею

Посібник містить рекомендації щодо експозиційно-виставкового висвітлення пізньосередньовічної, ранньомодерної та нової історії Луганщини в музеях Луганської області. Наголос робиться безпосередньо на музейній експозиції та особливостях її побудови.

Для наукових співробітників музеїв.

Адреса: Луганський обласний краєзнавчий музей
92700, м. Старобільськ, вул. Гімназична, 53
тел./факс: (06461) 2-37-76
e-mail: lok_m_stb@ukr.net

© Бакшинська О.В., 2020
© Луганський обласний краєзнавчий музей, 2020

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1 Уявлення вчених про основні функції музею. Його роль у розвитку суспільства	5
РОЗДІЛ 2 Музейна експозиція: особливості та основні поняття	9
РОЗДІЛ 3 Висвітлення пізньосередньовічної, ранньомодерної та нової історії краю в експозиціях музеїв Луганської області	12
ВИСНОВКИ	19
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ	21

ВСТУП

Період останньої третини ХХ – початку ХХІ ст. в музейній практиці пов'язаний з кардинальними трансформаціями музейного простору і його смислів. Стратегії розвитку музейної справи не тільки територіально розширили галузь функціонування музейних форм, включивши практично всі континенти в музейне будівництво, але й визначили нові типи музеїв, а також напрямки і форми експозиційної, мистецької та художньо-освітньої практики.

Розвиток інформаційно-комунікативних технологій зумовив їх поширення і в музейній сфері, що стало однією з головних причин трансформації музейних установ. В нових умовах музей розглядається як засіб розширення інформаційного і культурного горизонту, як канал міжкультурної та міжособистісної комунікації і як своєрідний інструмент, що формує в історичному контексті процеси спілкування та взаємодії різних культур і субкультур. Отже, музейні установи повинні віднайти такі нові моделі та механізми своєї діяльності, які відповідали б потребам суспільства і його розвитку [7, 25].

Сучасні тенденції розвитку музейної справи характеризуються, в першу чергу, відмовою від уявлень про музей лише як науково-дослідну і освітню установу і прагненням до універсалізації, що знаходить віддзеркалення в нових принципах музейної роботи, таких як розвиток форм «м'якої» музеєфікації (так звані «екомuzeї»), розширення тематики експозицій, зміна складу і профілю фахівців, що працюють в музеї, залучення громадськості до проблем повсякденної діяльності музею [6].

Музей повинен орієнтуватися на свого відвідувача, зацікавити його, та зародити бажання повернутися сюди знову та привести з собою друзів та знайомих. Для цього потрібно якомога більше розширювати свій кругозір, не боятися змін, які можуть сприяти збільшенню відвідувачів та постійно працювати над експозицією, доповнювати, змінювати.

З цією метою розроблялися методичні вказівки щодо експозиційно-виставкового висвітлення пізньосередньовічної, ранньомодерної та нової історії Луганщини. Хронологічні межі даного періоду охоплюють початок ХVІ століття та закінчуються 1917 роком. У даному посібнику підбрано основні поради, використавши які можна буде надати експозиції нового подиху.

РОЗДІЛ 1

Уявлення вчених про основні функції музею. Його роль у розвитку суспільства

Дослідження сучасної форми передбачає вивчення широкого кола питань, що стосуються як історії музейної справи і теоретичних проблем музеєзнавства, так і проблематики, пов'язаної з дослідженням музею як соціокультурного інституту і феномена культури, що актуалізується разом з розвитком музеєзнавства як науки у другій половині ХХ століття [7, 39].

Суттєвим для розвитку музеїв став розвиток меценатства, у тому числі в сфері духовної культури, що має на меті не стільки вигідне вкладення капіталів з боку власників, скільки просвітницькі цілі, продиктовані певними зобов'язаннями з їх сторони перед іншою частиною суспільства.

Розвиток музейної справи стимулювало також становлення музейної професії. Музейна справа виділилася в самостійну галузь культурної практики, з'явилися публічні музеї, кількість яких постійно збільшувалася, а самі вони ставали доступними публіці.

На початку ХХ ст. з'явилися перші періодичні видання, що спеціалізувалися на висвітленні музейної проблематики.

Цей період характеризується значним впливом учених-філософів, педагогів, мистецтвознавців на музейну справу. Вони пропонували свої концепції, ідеї для покращення ефективності роботи музеїв, які все більше перетворювалися з елітарних у публічні, загальнодоступні заклади.

М. Федоров значне місце приділяв концепції музеїв. Філософ розширив уявлення про значення і можливості музею, вперше дав цілісне філософське осмислення музею на рубежі ХІХ-ХХ ст. та акцентував увагу на моральній сутності музею і його вагомості в існуванні суспільства і культури. Вченим запропоновано проєкт «ідеального» музею, зверненого до будь-якої людини. Він вважав, що в музеї за його предметами відтворюються життя і культура минулих поколінь, музей – це храм предків. Музей через збережені ним свідчення виховує повагу до минулих поколінь, формує людину як істоту моральну.

У музеї можна поєднати наукові знання з різних предметних сфер і подати їх у єдиному наочному образі. Наука через музейні експонати доносить відвідувачу певні знання, а мистецтво перетворює їх в живу форму, яка емоційно сприймається. У музеї наука сприймається через мистецтво [7, 40-46].

М. Ф. Федоров приділяв велику увагу науковим знанням, але й про емоції не забував, адже вони відіграють важливу роль у сприйнятті інформації й сьогодні.

Ще одним вченим-мистецтвознавцем, який займався вивченням музейної справи на початку ХХ століття, був Ф. Шміт. Трактуючи музей як джерело знання, він вніс новий зміст у визначення освітньої місії музею. Мистецтвознавець звернув увагу на завдання музею по відношенню до суспільства, характеризуючи їх як просвітницькі, навчальні та дослідницькі.

Спираючись на запити відвідувачів та виділяючи такі групи музейної аудиторії, як вчені і фахівці, студенти й художники, широка публіка, вченим було запропоновано класифікацію музеїв, що в подальшому лягло в основу розробленої ним типології музеїв: науковий, навчальний і публічний типи музеїв, орієнтовані на різний освітній та інтелектуальний рівень відвідувача.

Важливо підкреслити, що розроблена Шмітом типологія музеїв і сьогодні є загально визнаною в українському музеєзнавстві та, незважаючи на дискусійність проблем систематизації, класифікації, типологізації заслуговує на увагу і потребує подальшого осмислення [5].

Особливий інтерес представляють ідеї Ф.І. Шміта щодо природи музейної експозиції. Він був першим, хто ввів поняття «експозиція» в музеєзнавство, адже раніше воно вживалося в мистецтвознавстві.

Розвиваючи ідею експозиції як образної системи, Шміт запропонував ввести в експозицію живих людей у костюмах епохи [7, 48]. До речі, цей підхід і сьогодні успішно застосовують у різних музеях не тільки України, а й усього світу. Це може бути відкриття виставки, або ж тематична екскурсія, театралізована вистава, акція «Ніч у музеї», можна вигадати безліч способів, щоб користуватися ідеєю Ф. Шміта.

Ще одним важливим аспектом музейного проектування, передбаченого Шмітом, можна назвати акцентування уваги на ергономічності підходів під час створення експозиційного простору, зокрема, створення комфортних умов перебування глядача під час відвідування експозиції (за сучасним тлумаченням учених Українського науково-дослідного інституту дизайну та ергономіки щодо нового дизайн-ергономічного тезаурусу, **комфортність** – сукупність позитивних, психологічних, психофізіологічних та фізіологічних відчуттів людини, що виникають під час її діяльності у процесі контакту з навколишніми об'єктами і середовищем). Він справедливо вважав, що відвідувач музею повинен відчувати себе комфортно в експозиції, тому вона повинна бути невеликою і постійно оновлюваною [7, 48-49].

Не можна не згадати вклад музейного діяча, професора М. Романова, який ввів науковий принцип у систему експонування, згідно з європейською практикою, та створив першу наукову експозицію картинної галереї. Прагнення до популяризації поєднувалося у Романова зі ставленням до музею як до важливого науково-просвітницького центру.

Романов запропонував новий підхід у проведенні екскурсій, в якому екскурсія розглядалася як самостійна форма педагогічного впливу на відвідувачів музею. Специфіка цієї форми полягала в образно-художньому вирішенні, аналогічному до твору мистецтва. Вчений виділив три «фази» у структурі екскурсії: спонукання учасників екскурсії пережити твір мистецтва, вироблення власних суджень про мистецтво у контексті його історичного розвитку, закріплення засвоєного матеріалу і перевірка ефективності педагогічного впливу екскурсії [7, 49].

У 1970 – 1980-ті роки в радянському музеєзнавстві вперше була поставлена проблема соціальних функцій музею А. Разгоном, Д. Равикович,

Ю. Піщуліним. Дослідники не змогли дійти висновку щодо кількості музейних функцій та про те, які з них потрібно вважати пріоритетними. Ю. Піщулін та інші дослідники вважали, що музей має дві функції – документування та освітньо-виховну. Інші, наприклад, Д. Равикович, додає третю функцію – організація вільного часу. Треті – І. Іксанова, А. Разгон – називали також функції зберігання, наукового дослідження та обробки колекцій [7, 54].

О. Ванслова вважала, що основною функцією музею є документування, адже саме ця функція формує систему цінностей, зокрема, музейних. Друга – функція освіти та виховання. Цій функції завжди надавали перевагу, проте довгий час вона існувала в спотвореному вигляді. Досить часто в музейній пропаганді, особливо за радянських часів, все насичено інформативністю та ілюстративністю.

Також розглядали такі довільні функції, як формування культурного рівня конкретних соціальних груп, формування культурного середовища певного регіону та творчих здібностей і громадської активності окремих соціальних груп [7, 54].

І. Неуступний розглядає музей, головним чином, як науково-дослідну установу. А такі традиційні функції музею, як збирання, зберігання та популяризація колекцій, на його думку, є вторинними і тому повинні бути підпорядковані вимогам науково-дослідної роботи, покликаної використовувати весь потенціал наукового знання у певній сфері, а не обмежуватися наявними колекціями, зібраннями.

І. Бенеш на перший план висуває суспільне значення музею. Вчений вважає, що головне завдання музеїв – розвивати і виховувати відвідувачів, поєднувати естетичний і науковий підходи під час проектування експозиції, використовувати сучасні аудіовізуальні засоби [7, 56].

Технічні досягнення та тенденції постмодерну як світосприйняття суттєво змінили природу творчості, середовище існування творів мистецтва і, як наслідок, зв'язок «музей – глядач», які фактично вже знаходяться у новій віртуальній реальності. У сучасному суспільстві всезростаючої ролі набуває візуалізація способів сприйняття культурно значущої інформації у вербальних кодуваннях до сприйняття її в наочних образах, що також пов'язано з бурхливим розвитком електронних масових комунікацій. У таких умовах стає очевидним, зростання ролі музеїв у збереженні та інтерпретації культурної спадщини [7, 61].

З кінця XIX – початку XX століть почалося активне формування музейної системи. Цьому сприяли новітні досягнення в області побудови експозиції, розвиток форм музейного експозиціонування, успіх у відвідувачів. Музейна справа виділилася в окрему, самостійну галузь культури, а це сприяло становленню музейної професії.

Значний вплив на розвиток музейної справи мали вчені, філософи, мистецтвознавці, педагоги, які пропонували своє бачення, ідеї для покращення роботи музеїв, концепції. Все це сприяло становленню музейної справи. Деякі

концепції та ідеї є актуальними в музеях і в наш час. Але, все ж таки, є й надчим працювати.

Не останню роль музей відігравав і відіграє в розвитку суспільства. У музей завжди йшли за знаннями та новими емоціями. Тому ми повинні робити все можливе, щоб наш відвідувач отримував бажане, зміг знайти відповіді на свої питання.

РОЗДІЛ 2

Музейна експозиція: особливості та основні поняття

Для того, щоб зацікавити відвідувача, потрібно його відчути. Музейний працівник повинен знайти підхід до кожної людини, яка прийде відвідати музей. У цьому допоможе музейна експозиція.

Якщо музей розглядають як систему у сфері культури, то експозиція може бути розглянута як одна з найважливіших підсистем, що визначає музей у статусі соціокультурного інституту. Разом з тим, експозиція є найбільш динамічною складовою частиною музею. Вона детермінована трансформацією соціальних ситуацій, сукупністю наукових, ідеологічних і світоглядних підходів, художніми критеріями, стилістикою, концептуальними завданнями, комунікативною активністю, що зв'язує сучасну людину з її історичним минулим, відбитим у предметній основі збережених музеєм колекцій [7, 63].

Експозиційна діяльність – один з основних напрямів діяльності музею; є основою музейної комунікації і базою для реалізації культурно-освітньої діяльності музею.

Що ж таке експозиція? **Експозиція** (від лат. *expositio* – виставляння на показ, виклад) – у музеях і на виставках – розміщення експонатів у певній системі (хронологічній, типологічній) [2].

Експозиція, за визначенням сучасних мистецтвознавців, науковців – систематизоване за відповідним принципом розміщення експонатів (речей, предметів дизайну, художніх творів) для забезпечення їх цілісного та послідовного сприйняття з метою вирішення поставленого творчого завдання. Але музейна експозиція має свою специфіку. Її основу складають не будь-які, а музейні предмети, що мають певну сукупність ознак і властивостей. В експозиції вони знаходять новий статус: стають експонатами, тобто предметами, виставленими для огляду.

Всі частини експозиції пов'язані між собою і складають її тематичну структуру. Як експозиційний комплекс може розглядатися і експозиційний зал, що створений за єдиним проектом.

Згідно до сучасних уявлень, можна сказати, що **музейна експозиція** – це цілісна предметно-просторова система, в якій музейні предмети та інші експозиційні матеріали об'єднані концептуальним (науковим і художнім) задумом, організовані композиційно, забезпечені коментарем, технічно і художньо оформлені і у результаті створюють специфічний музейний образ природних і суспільних явищ.

Музейна експозиція – основна форма музейної комунікації. Музейні експозиції розділяють на постійні (стаціонарні) й тимчасові. Тимчасові експозиції називають виставками, в свою чергу виставки теж бувають як стаціонарними, так і пересувними.

Виставка – це заздалегідь запланована демонстрація експонатів, які представляють собою єдине ціле [3].

В даний час в музейній практиці склалися три основні типи музейних виставок:

- тематичні виставки, в основі яких лежить певний сюжет;
- фондіві виставки, які знайомлять відвідувачів з маловідомими і малодоступними колекціями;
- звітні виставки, які створюються за результатами реставраційних робіт, за підсумками комплектування фондів – так звані виставки нових надходжень.

Створення виставок є складовою частиною експозиційної роботи музеїв. Вони підвищують доступність і суспільну значущість музейних фондів, вводять в 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 [6]. На сьогодні активно розвивається обмін виставками між музеями по всій Україні, існують навіть спеціальні програми, проекти, меморандуми про співпрацю, які передбачають обмін досвідом, виставками. Це допомагає налагодженню співпраці між різними регіонами нашої держави. Але не варто забувати про такий обмін і на міжнародному рівні, що значно розширює горизонти співробітництва.

Останні декілька років музеї Луганщини активно обмінюються досвідом зі своїми колегами з Львівської області. І ця співпраця розповсюджується не тільки на музеї, а й бібліотеки, школи та ВНЗ. Це допомагає відчувати нашу єдність в такий непростий час.

Основним принципом організації музейної експозиції є цілісність – гармонійна єдність художньо-образного, функціонального, конструктивно-технічного та економічного аспектів, що організує музейні предмети за їх інформативними та атрактивними змістовими ознаками.

Матеріал в експозиції може групуватися по-різному. Кожна експозиція має свій *метод побудови* – науково обґрунтований порядок угруповання і організації експозиційних матеріалів, що витікає із вмісту експозиції.

Традиційно виділяють декілька основних методів експонування в музеєзнавстві:

- систематичний;
- ансамблевий;
- ландшафтний;
- тематичний.

Цим методам відповідають систематична, ансамблева, ландшафтна і тематична експозиції. Першими експозиціями стали систематичні.

Систематичний метод експонування передбачає відбір, розміщення і інтерпретацію однорідних предметів відповідно до класифікаційної системи конкретної наукової дисципліни або галузі виробництва.

Ансамблева експозиція зберігає або реконструює на основі достовірних наукових даних реально існуючу або типову для певної епохи соціокультурну обстановку.

Ансамблева експозиція характерна для меморіальних музеїв, для музеєфікованих пам'ятників історії і культури – палаців, садиб, селянських хат. Структурною одиницею ансамблевого показу є експозиційний комплекс, який зберігає або реконструює середовище існування музейних предметів. У світовій музейній практиці саме ансамблеві експозиції набули найбільшого поширення, оскільки вони легко сприймаються відвідувачами.

Ландшафтна експозиція відтворює взаємозв'язки і взаємозалежність природних компонентів. Їх основна структурна одиниця – біогрупи і ландшафтні діорами. **Біогрупа** (біологічна група) є експозиційним комплексом з об'єктів тваринного і (або) рослинного світу [6].

Характерними прийомами ландшафтного експонування, до кінця ХІХ ст., стали діорами і панорами. **Панорама** – картина, на якій плоский живописний фон поєднується з об'ємним предметним переднім планом.

Діорама – стрічкоподібна, зігнута півколом живописна картина з переднім предметним планом.

У той час, як панорама вводить глядача в так званий центр змальовуваної події і дозволяє здійснювати круговий огляд, діорама дає можливість розглядати зображення лише з боку вікна, адже охоплює лише частину горизонту.

Тематична експозиція за допомогою експозиційних матеріалів розкриває певну тему, сюжет, проблему, створює музейний образ подій або явищ, що відображаються. Основною структурною одиницею тематичної експозиції є тематико-експозиційний комплекс, що є групою предметів різних типів – речей, документів, образотворчих матеріалів.

Вищеперераховані методи експонування можуть інтегруватися між собою. Вибір методів експонування залежить від багатьох чинників, у тому числі й від профілю музею, специфіки колекцій, розмірів експозиційних площ, тем і цільових установок експозиції, що створюється.

Експозиція – це візитівка музею, це репрезентація колекції, і кожний працівник музею зацікавлений у тому, щоб експозиція якнайкраще демонструвала музейне зібрання [1, 14].

Коли відвідувач заходить до музею, то перше, що йому кидається в очі – експозиція. Якщо експозиція зацікавить людину, то вона з радістю буде приходити ще, та приводитиме нових своїх знайомих. Звідси можна зробити висновок, що вдала експозиція збільшить й кількість відвідувачів.

РОЗДІЛ 3

Висвітлення пізньосередньовічної, ранньомодерної та нової історії в експозиціях музеїв Луганської області

У наш час музеї не тільки Луганщини, а й всієї України зіткнулися з проблемою побудови та змісту експозицій, адже тривалий час вони знаходилися під впливом радянської влади.

Можна виділити основні проблеми, які об'єднують всі музеї:

- банальність побудови експозиції;
- необхідність деідеологізації (*деідеологізація* – концепція, що виникла у середині ХХ ст., згідно з якою в сучасному суспільстві зменшується роль ідеологій, які витісняються формами позитивного знання);
- відсутність широкого поля інтерпретацій;
- слабкість комунікації з глядачем;
- відсутність фінансування для створення привабливої експозиції.

Ми все ще стоїмо перед завданням перейти від пострадянського музею до сучасного, а саме – перетворити «храм» на дружній заклад, і експозиція у цьому випадку відіграє ключову роль.

На жаль, більшість історичних (краєзнавчих) музеїв України позначені відбитком радянського підходу, коли вони були трансляторами ідеології і створювались за єдиним зразком. Вони дуже схожі один на одного, і самостійно дуже важко виявити, у чому ж особливість цього регіону чи цієї колекції [1, 14-15].

Кожен із нас повинен розуміти, що задля зацікавленості відвідувачів, а особливо молоді, потрібно «йти в ногу з часом». Раніше вже говорилося, що експозиція – це візитівка музею, яка відіграє головну роль в його роботі та в сприйнятті цієї установи суспільством. Існує проблема переходу музеїв від перенасиченості експонатів в експозиції, до більш сприятливої, яка буде краще сприйматися людиною. Безликі вітрини з археологічними, природничими та етнографічними експонатами викликають нудьгу, а якщо музей великий – то й взагалі відчай.

Потрібно не боятися орієнтуватися на міжнародні музеї, знайомитися з досвідом закордонних музейних працівників, митців, адже в їхніх публікаціях можна запозичити багато цікавої, корисної інформації, яка допоможе по-іншому поглянути на свою роботу, посприє появі нових ідей, натхненню. Яскравим прикладом обміну досвідом є проєкт «Музей відкрито на ремонт», музейники з Луганської та Донецької областей неодноразово збиралися в різних куточках України, обмінювалися досвідом та мали унікальну можливість поспілкуватися з міжнародними експертами в музейній сфері. За це потрібно дякувати команді проєкту, яка довгий час боролася за його подальше існування. І в цьому році горизонти «Музей відкрито на ремонт» розширилися та охопили всіх працівників музеїв України. Це унікальний досвід, який допоміг

переглянути своє ставлення на деякі речі, а головне – розширив кругозір музейників.

Щоб побудувати гармонійну та лаконічну експозицію, можна прислухатись до порад експерта музейної справи в Канаді – Гордона Філевича.

В першу чергу потрібно звернути увагу на *планування експозиції*, адже це особливо важливий етап, який дозволяє визначити ключові цілі і пріоритети, та вирішити, як розподілити наявні ресурси так, щоб використати їх максимально ефективно.

Генеральний план – ефективний спосіб донести концепцію майбутнього музею до громадськості або організації, яка надає фінансування, заохотити підтримку, у тому числі фінансову, тому що ті, хто надають кошти, будуть чітко бачити, для чого саме вони потрібні.

Робота над планом повинна розпочинатися задовго до оформлення експозиції, щоб чітко визначити цілі планування та історію, яку експозиція має транслювати. Першочергова мета музейника, який оформлює експозицію, знайти творчі рішення, які допоможуть зробити її змістовною і візуально привабливою.

Над плануванням експозиції можуть працювати як самі музейні працівники, так і запрошені спеціалісти. Це надзвичайно продуктивний досвід, який дозволяє поглянути на такі знайомі речі по-новому, знайти цікаві експозиційні рішення, зробити акцент на експонати, які вважалися нецікавими і помістити їх в новий контекст. Чим раніше буде все сплановано, тим більше музей буде готовий зайнятися справою, коли з'являться кошти, ресурси, саме тоді процес зрушить з місця.

Велику роль в експозиції відіграє *текст*. Потрібно знати ту межу, яку не можна переходити. Написаний текст – це найбільш доступний інструмент, який дозволяє музейникам «вдихнути життя» у колекцію [4, 109]. Якщо текстової інформації буде занадто багато, у відвідувача може просто не вистачити терпіння, щоб усе прочитати, адже велика кількість тексту буде дуже важка для сприйняття, та й не у кожної людини може буди вдосталь часу, щоб ознайомитися з усім, що написано.

Довгий час тривають дискусії щодо вимог оформлення тексту в експозиції, хтось вважає, що потрібно давати мінімум, а хтось – навпаки. Якою ж є оптимальна кількість слів та розмір шрифту, кожна установа притримується власної думки. Одним із цікавих та зручних рішень даного питання можна вважати QR-код, або довідники чи каталоги із розширеною інформацією – для тих, хто захоче сісти і почитати детальніше протягом більш тривалого часу [4, 113].

Текст можна поділити на додаткові рівні, наприклад, заголовки для назви експозиції та окремих секцій-галерей, бокові таблички-посилання на суміжні питання, або таблички для спеціальної аудиторії, таблички-доповнення до історії, яка представлена на основній табличці. Усі ці рівні дозволяють спочатку привернути увагу відвідувачів до експозиції, а потім пояснити їм найважливіше і зацікавити наративом, і, врешті, запропонувати детальний опис

окремих об'єктів чи малюнків. Текст різних рівнів – різного розміру: вступний – досить великий, його можливо прочитати і з протилежного боку зали, текст секцій можна читати з відстані кількох метрів, а для прочитання індивідуальних табличок експонатів необхідно стояти безпосередньо поруч із об'єктами.

Якщо увесь текст в експозиції буде представлений однаковим шрифтом, тоді не буде відчуватися розподіл інформації за важливістю. Він буде сприйматися як рівнозначний. І в такому випадку для відвідувача буде важко зрозуміти, на що потрібно звернути увагу в першу чергу [4, 111-113].

Гордон Філевич пропонує наступні орієнтири:

- вступний текст – 50 слів;
- текст секції – 100 слів;
- текст індивідуальної таблички – 25 слів;
- доповнення до індивідуальної таблички – 75 слів.

Важливо правильно *презентувати артефакти і зображення*. У музеях Луганської області існує нагальна проблема з наявністю спеціалізованого музейного обладнання. Дуже багато експонатів представлені в експозиціях таким чином, що до них можна близько підійти та, навіть, доторкнутися (не дивлячись на заборони та попередження працівників установ). Цінні та крихкі предмети краще експонувати в скляних вітринах або захищати бар'єрами (так їх можна буде краще роздивитися, але тим не менше, вони будуть захищені).

Основний акцент має бути на збереженні та убезпеченні об'єктів, але щоб вони при цьому залишалися якомога краще видимими для відвідувачів.

На більшості краєзнавчих музеїв позначився відбиток радянського підходу, всі вони створювались за єдиним зразком і трансливали радянську ідеологію. Ці установи дуже схожі між собою, тому дуже важко виявити якусь унікальність кожного музею окремо, а вона повинна бути. Людина, яка відвідує музей, повинна запам'ятати хоча б щось, а потім повернутися знову. А що можна сказати про однотипні музеї? Вони просто не запам'ятовуються, а якщо й буде якась така річ, то проблематично згадати, де саме вона знаходиться.

Ще одна проблема, яка також відноситься до цього питання, це *перенасиченість* експозиції *інформацією*, нестача місця для більш детального висвітлення тієї чи іншої події. Це може спантеличити відвідувача, людина просто розгублено дивитиметься на експозицію і не розумітиме, звідки ж почати. Представлені речі, експонати, інформація можуть бути важливими та цікавими, але вони будуть «губитися» через перевантаженість експозиції. І це дуже серйозна проблема, яку, до речі, можна легко вирішити.

По-перше, потрібно не боятися від чогось відмовитися, робіть відбір. Не бійтеся жертвувати другорядними речами, навіть якщо вони будуть цікавими, але не потрібно відволікати увагу від основного експонату. По-друге, потрібно виділяти головний елемент колекції. Це краще зробити просторово, якщо навіть місця обмаль, можна зробити наголос іншим способом – освітлення, окрема вітрина або ж інший фон. Як відомо, шедеври не завжди бувають великого розміру. Але саме для привернення до них уваги існують прийоми, які ми називаємо «експозиційним рішенням». Широко відомий приклад –

експонування знаменитої Віллендорфської Венери. Крихітна непримітна статуетка у велетенському й видовищному Музеї природознавства у Відні легко загубилася б серед більш привабливих речей. Тому для неї вибудований окремий невеликий павільйон, прямо посеред експозиції (фото 1) [1, 15].

Цей експонат є неймовірно цінним, його висота всього лише 11 сантиметрів, а вік – 29 500 років. Вона відноситься до доби палеоліту, та є однією зі знаменитих археологічних знахідок у світі. Звичайно ж, якби не дане експозиційне рішення, то важко було б взагалі звернути увагу на Віллендорфську Венеру. Тим не менше, завдяки власному невеличкому павільйону та правильному освітленню неможливо пройти повз.



Фото 1. Віллендорфська Венера в експозиції Музею природознавства у Відні

Для більш детального ознайомлення можна перейти за посиланням та переглянути відео: <https://www.wien.info/ru/sightseeing/museums-exhibitions/top/museum-natural-history>

Для того, щоб якісно представити колекції, потрібно залишати найбільш важливі експонати. Якщо в фондах музею є схожі об'єкти, це не означає, що всі вони повинні бути представлені в експозиції. Для таких випадків можна робити окремі тимчасові виставки, люди будуть приходити в музей, розумітимуть, чому присвячена ця виставка і в них не виникатиме труднощів з ознайомленням історії того чи іншого експонату, все буде зрозумілим.

Для того, щоб виділити якийсь об'єкт, привернути до нього увагу, може допомогти **освітлення**. Адже якщо порівняти абсолютно однакові побудови експозиції, але з різним освітленням, то різниця буде помітною. Навіть якщо дуже мало місця, можна виділити той чи інший об'єкт саме за допомогою освітлення. Головне – знати міру. Потрібно враховувати всі аспекти. Вдало оформлене освітлення створює у кімнаті певну атмосферу, певний настрій, і зосереджує увагу відвідувачів відповідно до задуму експозиції. Спеціальне направлення освітлення також допомагає виділити окремі деталі артефактів, які в іншому випадку могли б залишитися поза увагою. За допомогою ретельно продуманого освітлення можна суттєво підкреслити особливості текстури, кольору і форми експонату. Незалежно від того, чи це елемент вбрання із яскравими кольорами й візерунками, чи викопні скам'янілості із делікатними деталями, за допомогою освітлення їх можна зробити особливо видовищними.



Фото 2. Експозиція Новоайдарського районного краєзнавчого музею до змін.



Фото 3. Експозиція Новоайдарського районного краєзнавчого музею після змін з новим освітленням.

Для порівняння ролі освітлення в експозиціях музеїв надано дві фотографії (фото 2, фото 3) з Новоайдарського районного краєзнавчого музею (далі – НРКМ). У цьому музеї представлена унікальна колекція костюмів, яка прославила його на всю Україну. На фото 2 добре видно кожен костюм, але так як окрім цієї колекції там знаходяться й інші речі, увага відвідувача може розсіюватися.

Інша справа, коли музей виграв проєкт, та запросив митців задля деяких змін у своїй експозиції (фото 3). По завершенню колекція стала більш яскравішою. Вже нічого не відволікає увагу від неї, відвідувач відразу розуміє, на що варто звернути увагу.

Для встановлення якісного штучного освітлення необхідні певні кошти, але переваги зазвичай виправдовують всі інвестиції. Якщо робити це у рамках ремонту або розширення експозиції, то витрати зазвичай не більші, ніж на стандартне загальне освітлення. Новітні технології і використання світлодіодних ламп LED дозволяють зробити його більш дієвим і часто дешевшим, ніж стандартне освітлення.

Простий трековий світильник із можливістю налаштування можна легко направити на окремі об'єкти, а згодом змінити його фокус, якщо експозиція змінюватиметься. Цей тип освітлення міг би якісно трансформувати більшість справді чудових колекцій, які зараз представлені у музеях, і чисте біле світло із якісних світильників підкреслило б красу кольору і текстури [4, 120-122].

Що стосується природного освітлення, то для паперу та текстилю ультрафіолет у сонячних променях шкідливий. Він лише сприятиме швидкому псуванню предметів. Тому більшість музеїв відмовляється від природного світла, змінюючи його на професійне освітлення.

До речі, саме завдяки яскравому освітленню, НРКМ вдалося підкреслити сильні сторони своєї колекції. Це той випадок, коли людина прийде в музей і відразу запам'ятає його особливість.

Кожен музей має свої ключові експонати, якими вони пишаються і зацікавлені якісно їх висвітлювати. Якщо у вашого музею є особливі унікальні експонати – це може бути вирішальним фактором, який заохочує людей прийти і побачити їх. У деяких випадках ці характерні артефакти представлені яскраво, завдяки експозиції та інтерпретації, у деяких інших їхня важливість менш

очевидна для відвідувачів до пояснень екскурсовода, тому що вони губляться серед більших груп експонатів.

Таким об'єктам потрібно відводити ключову, центральну роль в експозиції, навіть якщо доведеться «пожертвувати» іншими речами. Але потрібно, в першу чергу, детально продумати історію своєї експозиції, а потім підібрати об'єкти, які б її підсилили. Тож замість того, щоб просто показати все, що є, і потім додати трохи інформації, створюється спершу наратив, а потім обираються об'єкти та фотографії, які допомагають розкрити його [4, 123-124].

Ще один непоганий спосіб зацікавити відвідувачів – зміни. Час від часу потрібно змінювати експозицію. Не дивлячись на те, що вона називається «постійною», це не заважає періодично проводити реекспозиції. Ми можемо пропонувати різні варіанти тлумачення минулого, підходи до осмислення спадщини, обговорювати їх з експертами і відвідувачами. Експозиція – це ознайомлення широкого глядача з науковою роботою музею, з відкриттями, атрибуціями, знахідками, новими надходженнями. Усе це постійно змінюється, розвивається, і експозиція має також враховувати ці зміни.

Звісно, сучасна експозиція вимагає фахівців і грошей. Фінансування експозиційних змін, виготовлення нового обладнання, реставрація експонатів тощо – це дуже важливе питання. Особливо в умовах, коли держава не несе відповідальності навіть за охорону музею. Проте вихід є. Наприклад, співпрацювати з недержавними організаціями, художниками, активістами, котрі можуть разом із працівниками музею написати і отримати гранти. Або згуртувати навколо себе спільноту, показати, що музей – це не зібрання естетів і соціопатів, а колектив відповідальних громадян.

Отже, не варто нічого боятися, особливо – критики. Вираз «не помиляється той, хто нічого не робить» залишається у дії, а знайти переконливе експозиційне рішення можна тільки відпрацювавши багато варіантів [1, 17-20].

Похід до музею вириває нас зі звичного плину життя і переносить в інше місце та інші епохи. Музеї – це місце для чудес і допитливої цікавості, для історій, якими ми можемо пишатися. Щоб бути цікавими для відвідувачів і запам'ятовуватися, музеї мають бути веселими та інтерактивними. Візит до музею стане приємною пригодою для відвідувачів будь-якого віку, якщо там є можливість брати участь у заходах і взаємодіяти із матеріалом так, щоб це надовго запам'яталося.

Це може бути і можливість торкатися до деяких експонатів, гра-пошук певних об'єктів, можливість вилізти на трактор і вдавати з себе водія, або можливість поміряти/потримати в руках копію-реконструкцію артефактів, представлених в експозиції. Будь-яка діяльність, яка передбачає задіяння наших органів чуття, посилить залученість і заохотить людей глибше зацікавитися колекцією та історією артефактів [4, 131].

Не треба боятися експериментувати, адже навіть якщо в експозиції відбудуться невеликі зміни, вона заграє по-новому. А взагалі, потрібно вже відходити від застарілих методів побудови експозиції. Використовуйте час з

розумом, прораховуйте всі можливі варіанти, залучайте експертів, адже нові погляди підкинуть дуже багато корисних та нестандартних рішень для висвітлення тієї чи іншої події.

Якщо ми беремо висвітлення саме пізньосередньовічної, ранномодерної та нової історії Луганщини, варто розуміти, що це великий період, який багатий на різноманітні події, тому й місця буде займати вдосталь. Тим не менше, потрібно в самому залі розділити пізньосередньовічну, ранномодерну та нову історію, як вже говорилося вище, можна використати різні кольори. Якщо ж не хочете, щоб ваша експозиція була схожа на веселку, то робіть все в одному кольорі, але в різних відтінках. Можна навіть назвати підрозділи, вказати це в етикетажі.

Не треба забувати й про новітні технології. Можна вбудувати в експозицію планшети, на яких будуть демонструватися відео або ж фотографії, це також приверне увагу відвідувача. До речі, планшети будуть дуже доречними, якщо ви хочете донести якомога більше інформації для відвідувача. Людина сама зможе, без допомоги екскурсовода, ознайомитися з експозицією, а коли вже з'являться додаткові питання, то співробітник музею із задоволенням допоможе.

Дуже цікавими будуть діорами в експозиції, реконструкції повстань, звичайно ж, з використанням звукових ефектів. Це буде створювати атмосферу, відвідувач без проблем зможе уявити себе учасником подій. А якщо можна буде приміряти костюм-копію, то емоцій буде ще більше.

Не треба боятися, що гаджети замінять екскурсовода. Ніщо й ніколи не замінить задоволення від живого спілкування. Адже тільки людина може знайти підхід до кожного. Так буде й з відвідувачами.

Якщо ж дотримуватися всіх рекомендацій та порад, які прописані вище, буде вже простіше орієнтуватися, з чого ж почати побудову експозиції, або ж тимчасової виставки. Кожен із нас є митцем, художником. Але не потрібно забувати й про співпрацю між собою. Так з'явиться набагато більше крутих та цікавих рішень.

ВИСНОВКИ

Музей – один із важливих засобів навчально-виховної роботи, формування всебічно освіченої особистості та виховання патріотів свого народу. У той же час потрібно перетворити «храм» на дружній заклад, тобто поєднати приємне з корисним. Перед музейними інституціями стоїть непроста задача, яку потрібно виконати «на відмінно». З кожним роком робляться невпинні кроки для її виконання.

Значний вплив на розвиток музейництва мали науковці, які займалися вивченням даного питання, визначали основні функції музею (М. Федоров, Ф. Шміт, М. Романов, О. Ванслова, І. Неуступний, І. Бенеш, Д. Равикович, А. Разгон та ін.). Вони пропонували свої ідеї, концепції для покращення ефективності роботи музеїв.

Одним із найважливіших ключових моментів є музейна експозиція, яка відіграє важливу роль, адже є основною формою музейної комунікації. Вона може бути як постійною (стаціонарною), так і тимчасовою (виставки). Основним принципом організації музейної експозиції є цілісність – гармонійна єдність художньо-образного, функціонального, конструктивно-технічного та економічного аспектів, що організує музейні предмети за їх інформативними та атрактивними змістовими ознаками.

Кожна експозиція має свій метод побудови. В сучасній музейній практиці виділяють основні методи експонування: систематичний, ансамблевий, ландшафтний, тематичний. Цим методам відповідають систематична, ансамблева, ландшафтна та тематична експозиції. Ці методи можуть інтегруватися між собою.

Сьогодні існують основні проблеми побудови та змісту експозицій, які об'єднують всі музеї:

- банальність побудови експозиції;
- необхідність деідеологізації;
- відсутність широкого поля інтерпретацій;
- слабкість комунікації з глядачем;
- відсутність фінансування для створення привабливої експозиції.

Для вирішення вищеперерахованих проблем потрібно більше знайомитися з роботою та досвідом інших музеїв не тільки України, а й світу. Не потрібно боятися припускати якихось помилок, але, тим не менше, потрібно бути уважними, прораховувати свої наступні кроки в роботі музеїв та чітко знати, чого очікувати від нової експозиції. Для цього потрібно спочатку написати історію експозиції, ознайомитися з фондovими колекціями, вирішити, які експонати будуть використані, та перейти до написання тематико-експозиційного плану, в якому буде прораховано все до останніх дрібниць.

Окрему увагу потрібно приділити тексту, адже якщо його буде занадто багато, це негативно позначиться на експозиції. Кращий вихід з даної ситуації, це притримуватись порад Гордона Філевича:

- вступний текст – 50 слів;

- текст секції – 100 слів;
- текст індивідуальної таблички – 25 слів;
- доповнення до індивідуальної таблички – 75 слів.

Важливо правильно презентувати артефакти і зображення. Ніщо не повинно відволікати увагу від центральної речі експозиції, решта може тільки її доповнювати, підкреслювати сильні сторони. Це можна зробити різними способами, але вигідно підкреслити ту чи іншу річ допоможе освітлення. Воно може придати колекції додаткового шарму, підкреслити всі вигідні сторони та приховати недоліки, якщо такі будуть.

Дуже важливо прислухатися до відвідувачів, можна навіть проводити опитування, що вони хотіли б змінити в музеї. Це буде зовсім інший погляд, до якого варто прислухатися. Усі побажання можна буде потім об'єднати в написанні концепції. Її потрібно писати задовго до побудови самої експозиції, щоб при надходженні фінансування не виникало питань, куди підуть кошти.

Протягом багатьох років людство намагалось віднайти найкращі форми роботи музеїв та ефективні методи для збереження культурних цінностей, щоб зацікавити відвідувачів. І сьогодні ми робимо активні кроки в цьому напрямку. Молодь стала більше цікавитися музеями, а якщо «йти в ногу з часом», кількість відвідувачів буде зростати.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Баршинова О.Г. Кілька думок щодо сучасної експозиції. *Сучасні методи роботи музею* : зб. статей. Київ, 2020. С. 14-20.
2. Большой энциклопедический словарь : 2-е изд., перераб. и доп. / гл. ред. А.М. Прохоров. Москва: Большая Российская энциклопедия, 1998. 1456 с.
3. Миронов Ю.Б., Крамар Р.М. Основи рекламної діяльності. *Кафедра менеджменту Львівського торговельно-економічного університету* : веб-сайт. URL: <https://kerivnyk.info/osnovy-reklamnoi-diyalnosti3-2>
4. Філевич Г. Поради Гордона Філевича. *Сучасні методи роботи музею* : зб. статей. Київ, 2020. С. 106-131.
5. Яковець І.О. Еволюція музею та музейної справи другої половини ХІХ – початку ХХ століть під впливом всесвітніх промислових виставок. *Аркадія*. 2015. № 3 (44). С. 25-30.
6. Яковець І.О. Музейна експозиція: основні поняття та методи побудови. *Вісник ХДАДМ*. 2011. № 1. URL: <https://visnik.org/pdf/v2011-01-35-yakovets.pdf>
7. Яковець І.О. Сучасний художній музей як мистецький патерн: сутність, функціонування, розвиток : дис. на здобуття наук. ступеня д-ра мистецтвознавства : 26.00.01 / Черкас. держ. технолог. ун-т. Київ, 2018. 656 с.