

містами. Годинникові вежі часто були найвищими будівлями в місті, їх було видно на великій відстані. Майже одразу годинникові вежі почали зводити на ратушах.

Але не всі годинники на ратушах вважаються годинниковими вежами. Згідно з «Радою з висотних будівель та міського середовища» (СТВУН), вежа — це споруда, понад 50% висоти якої не є житловими приміщеннями.

Більшість українських ратуш мають годинникову вежу. Переважна частина годинників має іноземне походження. Годинник на вежі Чернівецької ратуші виготовлений празьким майстром-годинникарем Францем Зумеррекером. Львівська ратуша бачила кілька годинників, останній з яких було виготовлено відомою австрійською фірмою “Wilhelm Stiehl”. Сучасні годинники Івано-Франківської ратуші є копіями автентичного годинника, а годинник Снятинської ратуші, що в Івано-Франківській області, доставили з Кросно (Польща).

Ратуші з годинниковими вежами в Україні мають ряд спільних характеристик: період будівництва, географічне розташування, технології виготовлення годинників та навіть країни походження майстрів-годинникарів. Це створює міцну основу для їх музеєфікації та створення музейно-пам'яткознавчого проєкту.

Є. Різниченко

НОВІ ПІДХОДИ ДО МУЗЕЄФІКАЦІЇ ТРАДИЦІЙНОГО ЖІНОЧОГО ОДЯГУ

E. Riznychenko

NEW APPROACHES TO THE MUSEIFICATION OF TRADITIONAL WOMEN'S CLOTHING

Актуальність теми музеєфікації традиційного жіночого одягу зумовлена необхідністю збереження культурної ідентичності та передачі багатотисячолітніх традицій майбутнім поколінням. У сучасних умовах, коли глобалізація та технологічний розвиток впливають на зникнення локальних культурних особливостей, музейні простори стають важливими осередками не лише історичного збереження, а й активної популяризації культурної спадщини.

Нові підходи до музеєфікації включають інтеграцію цифрових технологій, що дозволяють створювати віртуальні експозиції, 3D-сканування та моделювання аутентичних зразків одягу. Такі технології сприяють формуванню інтерактивного досвіду для відвідувачів, дозволяючи їм зануритися у контекст історичного використання та символіки традиційного жіночого вбрання.

Жіночий традиційний одяг має більше локальних відмінностей у крої, орнаментах і матеріалах. Це робить його ідеальним для цифрової музеєфікації — створення 3D-моделей, віртуальних експозицій та доповненої реальності (AR), які дозволяють побачити особливості вбрання різних регіонів у динаміці. Це дозволяє використовувати музейні платформи для інтерактивних виставок, співпраці з модельєрами, реконструкторами та крафтовими майстрами. Нові формати — наприклад, виставки-дослідження чи покази відновлених strojів — залучають ширшу аудиторію.

Крім того, важливим аспектом є реконструкція традиційного одягу за участі майстрів, етнографів та дизайнерів. Співпраця між фахівцями різних галузей дозволяє не лише відтворити автентичні елементи одягу, але й адаптувати їх до сучасних естетичних вимог. Це сприяє відродженню традиційних технологій виробництва та ремесел, збереженню технік вишивки, ткацтва й крою.

Не менш важливою є інклюзивність музеєфікаційних заходів. Упровадження мультимедійних та тактильних технологій, організація майстер-класів і тематичних виставок забезпечують доступність експозиції для різних груп населення, зокрема осіб з інвалідністю. Таким чином, музейний простір перетворюється на динамічний осередок культурного діалогу, де минуле зустрічається із сучасністю.

Отже, нові підходи до музеєфікації традиційного жіночого одягу спрямовані на створення інтерактивних, інклюзивних та технологічно підтриманих експозицій, що дозволяють не лише зберегти, а й популяризувати багатовікову культурну спадщину. Вони стають інструментом для глибшого розуміння історичних процесів, соціальних трансформацій та розвитку національної ідентичності у глобалізованому світі.

С. Остроушко

ВИДЕОГРА ЯК ЗАСІБ МУЗЕЙНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

S. Ostroushko

VIDEO GAME AS A MEANS OF MUSEUM COMMUNICATION

Традиційно музеї вважають одними з усталених інститутів, які передають знання, зберігають історію, розширюють інтелектуальні горизонти та транслюють важливі соціальні орієнтири. Однак за останні кілька десятиліть у всьому світі відбулося переосмислення публічних просторів, зокрема музеїв, та спроби створити інтерактивні простори, здатні впливати на людей через численні канали сприйняття. Сучасний світ і технології трансформували традиційні уявлення про музей і перетворили його на гнучкий багатофункціональний інструмент. Цей інструмент комунікує з відвідувачами через різні медійні канали, поширює різноманітну інформацію і створює світ, у якому історична реальність моделюється в сьогоденні, формуючи таким чином культуру пам'яті.

Як соціальні інституції, що беруть активну участь у моделюванні історичної реальності, процесів існування, розвитку цивілізацій та створенні особливих світів героїв, музеї використовують матеріальну та нематеріальну спадщину для популяризації знань, що можна розглядати як своєрідний трансмедійний інструмент. Звичайно, основним ресурсом музею є музейна колекція. артефакти, які є свідками минулого і відображають особливості соціокультурного розвитку. Однак впровадження цифрових технологій дозволило трансформувати реальні об'єкти в електронні та віртуальні, а взаємодію з відвідувачем перевести в глобальну мережу. Цьому сприяють медіатехнології, що динамічно розвиваються.

У сучасному світі, де технології стрімко розвиваються, традиційні методи популяризації історії та культурної спадщини стикаються з численними викликами. Молоді покоління, звиклі до швидкого темпу життя та інтерактивних форм розваг, все рідше відвідують музеї чи цікавляться історією. Окрім цього, кризи, такі як війна в Україні, ще більше ускладнюють експозиційну діяльність музеїв. У таких умовах постає питання: як зробити історію привабливою та доступною для сучасного глядача, особливо коли фізичний доступ до музеїв обмежений? Одним із найперспективніших рішень стає використання відеоігор як засобу експозиції та популяризації історичних знань. Відеоігри, які раніше сприймалися лише як розвага,