

МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ
УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ КУЛЬТУРИ
ФАКУЛЬТЕТ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ
КАФЕДРА ІСТОРІЇ, МУЗЕЄЗНАВСТВА ТА ПАМ'ЯТКОЗНАВСТВА

**ДИПЛОМНА РОБОТА НА ТЕМУ:
ПРОЄКТ МУЗЕЙНОЇ ВИСТАВКИ «МЕЛОДІЯ СІРОГО
МОДЕРНУ: ЖИТТЯ ТА ТВОРЧІСТЬ О.І. РЖЕПШЕВСЬКОГО
(1879-1930)»**

Студента 4 курсу денного відділення
Галузі знань 02 Культура і мистецтво
Спеціальності 027 Музеєзнавство,
пам'яtkознавство
Ульянова Андрія Романовича
Науковий керівник: доктор історичних наук,
доцент кафедри історії, музеєзнавства та
пам'яtkознавства
Тортіка Марія Валеріївна

Національна шкала _____
Кількість балів _____ Оцінка: ECTS _____

Голова комісії:

Підпис _____ П.І.Б. _____

Члени комісії:

Підпис _____ П.І.Б. _____

Підпис _____ П.І.Б. _____

Підпис _____ П.І.Б. _____

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ I. Історична довідка	9
РОЗДІЛ II. Наукова концепція проєкту музейної виставки «Мелодія сірого модерну: життя та творчість О.І. Ржепішевського (1879-1930)»	20
2.1. Обґрунтування актуальності музейного висвітлення обраної теми на сучасному етапі та ідейний задум проєкту музейної виставки.....	20
2.2. Архітектурно – художній образ проєкту музейної виставки.....	22
РОЗДІЛ III. Програма введення музейної виставки «Мелодія сірого модерну: життя та творчість О.І. Ржепішевського (1879-1930)» до системи музейної комунікації та документальна основа її реалізації	26
3.1. Принципи методики оцінювання як фактор впливу на формування кінцевого комплексного комунікаційного проєкту. Анкетування на виявлення фокус групи.....	26
3.2. Збутова частина: стимулювання збуту	28
ВИСНОВКИ	39
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ	41
ПЕРЕЛІК ДОДАТКІВ	58
ДОДАТКИ	60

ВСТУП

За вимогами часу у своєму розвитку музей спирається на запити аудиторії та намагається налагодити діалог між відвідувачем та виставкою шляхом занурення відвідувача у історичний контекст, враховуючи чуттєво-емоційну складову шляхом використання різних видів музейної комунікації. Виставка «Мелодія сірого модерну: життя та творчість О.І. Ржепішевського (1879-1930)» висвітлює можливості задоволення запитів аудиторії, шляхом розробки та втілення музейних заходів з сучасним переосмисленням, що сприяє не лише поширенню необхідної інформації у суспільстві, а й становленню музею нового часу, що стане цікавим для сучасної людини, але й не втратить свого сакрального статусу носія історичної пам'яті та скарбниці нації.

Тема наукового дослідження є **актуальною**, тому що спадок модерну, який в даній дипломній роботі представляє один з найяскравіших представників стилю в архітектурі м. Харкова – О.І. Ржепішевський, є результатом більш ніж півстолітнього інтенсивного будівництва, досі становить величезний реальний фонд будівель, які в більшості своїй продовжують використовуватися за первісним призначенням та досі багато в чому визначають характер навколишнього архітектурного середовища. На теперішній час існує реальна загроза втрати видатних пам'яток архітектури нашого міста в зв'язку з руйнуванням та занедбаністю, що безперечно підтверджує актуальність наукового дослідження.

Виставка «Мелодія сірого модерну: життя та творчість О.І. Ржепішевського (1879-1930)» ставить на меті висвітлити всі можливі прийоми задоволення потреб музейної аудиторії та донести необхідну, цікаву інформацію щодо наявної архітектурної спадщини міста до якомога більшої кількості людей, що сприятиме розповсюдженню серед сучасного суспільства накопичених знань.

Об'єкт дослідження: творчий внесок О.І. Ржепішевського в культурний досвід архітектури міста Харкова та проблеми його музеєфікації.

Предмет дослідження: створення за допомогою музейних засобів музейної виставки «Мелодія сірого модерну: життя та творчість О.І. Ржепішевського (1879-1930)».

Хронологічні рамки дослідження 1879 – 1930 роки, роки життя О.І. Ржепішевського, але дослідження сконцентровано на 1910– 1920-х рр., що обумовлено життям та творчістю О.І. Ржепішевського у місті Харкові.

З теперішнім часом робота пов'язана через сьогоденній архітектурний облік міста Харкова, пам'ятки архітектури (будівлі авторства О.І. Ржепішевського у місті Харкові, які в більшості своїй продовжують використовуватися за первісним призначенням) та увіковічення пам'яті відомого зодчого.

Географічні рамки дослідження – місто Харків в історичних межах кінця ХІХ – поч. ХХ ст. та його архітектурна спадщина у сьогоденні.

Мета дослідження: введення до музейного простору виставкового проєкту «Мелодія сірого модерну: життя та творчість О.І. Ржепішевського (1879-1930)», який повинен відповідати сучасним вимогам музейного продукту та запитам потенційного глядача.

Для досягнення поставленої мети передбачається виконання наступних **завдань:**

- Вивчити та систематизувати джерела та літературу по темі дослідження;
- Висвітлити історичний розвиток та концептуальні складові життя та творчість О.І. Ржепішевського (1879-1930);
- Розробити наукову концепцію виставки з урахуванням сучасних тенденцій організації експозиційного будівництва;
- Розробити тематико – експозиційний план виставки;
- Розглянути теоретичні положення системи музейної комунікації, розкрити її основні поняття та складові, а також відокремити їх значення у роботі музею з відвідувачем;
- Розробити пакет документів по введенню виставки до системи музейної комунікації.

Історіографія. В даній роботі використано наукову літературу, що складається з декількох блоків.

Перший блок: спеціалізована література, що стосується теми дослідження.

Мала кількість літератури різних часів на тему життя та творчості О.І. Ржепішевського для порівняння різноманітних поглядів на історичну складову теми дипломної роботи спричинило неможливість вивчення історіографії та тенденцій розвитку історичних знань щодо діяльності архітектора О.І. Ржепішевського. І. Акмен присвятив свою працю дослідженню питань конкурсного проектування і долі творчої співдружності випускників Імператорської Академії Мистецтв - М.В. Васильєва та О.І. Ржепішевського, що розірвали територіальну і професійну прірву між провінцією і столицею в освоєнні «нового стилю», а також ролі професійної періодичної преси в питанні формування архітектурного просвітництва в Харківській губернії на початку ХХ століття [4]. А. Брагар дослідив московський період творчості архітектора польського походження Олександра Ржепішевського [15]. А. Ключко занурився у три любові Олександра Ржепішевського [43].

Стосовно розгляду історичної складової дипломної роботи відносно стилю модерн, в першу чергу, потрібно виділити праці В.Є. Ясієвича, де розглядаються нові наукові, технічні, конструктивні досягнення архітектури того часу [109]. Крім того, В.Є. Ясієвич досліджував та популяризував національну специфіку модерну в Україні (українського модерну), вивчав причини виникнення модерну в Україні на тлі історичної ситуації в країні наприкінці ХІХ – початку ХХ століть [109]. Г.В. Барановський проводив аналіз та дослідження забудов великих міст, будівель, споруд ХІХ ст. [9].

У Радянському Союзі ставлення до спадщини модерну було негативним. Одними з перших досліджень, які змінили негативну оцінку модерну, були наукові праці Є.І. Кириченко, присвячені петербурзьким прибутковим будинкам в стилі модерн [41].

Другий блок: створення правильної, цілісної концепції виставки не

можливе без досліджень праць з музейної проблематики. Існують загальні роботи з музейного експонування, зокрема, Ф. Вайдахера [16], Л.П. Великої [17], О.С. Мішуровської [67], Є.А. Ковешникової [44].

Серед праць щодо методики побудови музейної виставки, сутності художнього проектування, проблеми використання 3D технологій при побудові виставки виокремлюється дослідження Ю.О. Тітінюка [94], Т.П. Полякова [79], Р. Салахова [87].

Третій блок: серед досліджень по системі масових комунікацій маркетинговим дослідженням у соціальній сфері присвячені роботи Т. Абанкіної [1], Т. Адамянс [3], І. Девятко [24], А.С. Бойко-Гагарін [14], І.В. Гопенко [23], Л.С. Ільєсова [36], О.С. Артюх [5], Т.О. Куцаєва [49], Н. Котлер [45].

Комунікаційний простір сучасного музею, вимоги до нього аудиторії та часу, проблеми роботи з аудиторією та реалізація функцій музею через систему музейної комунікації опрацьовуються в роботах Т.Ю. Белофастової [11], І.С. Вітрик [18], Н.С. Мартем'янової [63, 64]. Проблема вимог сучасного суспільства, їх вплив на розвиток системи музейної комунікації та діяльність музею у цих вимогах, робота з аудиторією обговорюється в працях Т.М. Трофименко [98], О.М. Сошнікової [91, 92], М.В. Тортики [96, 97]. В ряді робіт Р. Маньковської [61, 62] за темою висвітлюється питання ролі музею у сучасному суспільстві та аналізується його комунікаційна функція, розглядаються новітні та традиційні форми і методи музейної комунікації та перспективи використання інформаційних технологій у музейній діяльності.

Джерельна база Під час підготовки дипломної роботи були використані наступні історичні джерела:

- письмові джерела: документальні (рішення сесії Харківської міської ради [3], перелік об'єктів культурної спадщини національного та місцевого значення, пам'яток архітектури, містобудування, садово-паркового мистецтва, ландшафтних, науки і техніки м. Харкова [2]), розповідні (листи з сімейного архіву Ржепішевських), зазначені в переліку використаних джерел;

- конвенціональні джерела, а саме - проекти будинків, які брали участь в конкурсі на будівництво Купецького банку [1, 4, 5];

- речові джерела, а саме – пам'ятки архітектури (будинки та будівлі авторства О.І Ржепішевського), найвідоміші з яких зазначені в Додатку 16.

Важливими джерелами для написання дипломної роботи слугували періодичні видання Санкт-Петербургу та Харкова 1909-1913 років, а саме: Ежемесячное периодическое издание Императорского Спб. Общества архитекторов «Зодчий» [29-33] та газета «Южный край» [101-105], на шпальтах яких можна відшукати хроніку початку, самого процесу та завершення будівництва різноманітних споруд, друкувались статті про архітекторів, тощо.

Загалом, мета в частині теоретичної основи виставкової діяльності музею забезпечена літературою та джерелами в повному обсязі. Стосовно творчості О.І. Ржепішевського у місті Харкові - літератури та джерел недостатньо. Завдяки соціалістичній революції більшість джерел втрачена. Основними джерелами для вивчення творчості О.І. Ржепішевського є його будинки та будівлі.

Виставки на тему, висвітлену у дипломній роботі, відсутні, тому автором запропоновано оригінальну концепцію проекту виставки на тему «Мелодія сірого модерну: життя та творчість О.І. Ржепішевського (1879-1930)».

Особистий внесок автора даного проекту виставки полягає у тому, що досліджена у дипломній роботі наукова проблема була творчо інтерпретована музейними предметами та інтегрована в виставковий простір з урахуванням всієї його специфіки через синтез предметно-просторових мистецтв у виставці. Через роботу з музейними предметами створений цілісний виставковий образ, що передає дану проблематику на експозиційному, художньо-образному рівні. Що стає можливим з використанням сучасних технологій в ІТ сфері та системі музейної комунікації. Але найважливішим аспектом особистого внеску автора є те, що створена виставка є єдиною виставкою, яка висвітлює архітектурну спадщину архітектора О.І. Ржепішевського у місті Харкові. На базі виставки

розроблено традиційні та нетрадиційні види системи музейної комунікації, які втілюватимуться на практиці. Після отримання перших результатів, врахування суспільної думки, порад, зауважень, аналізу попереднього досвіду, планується подальша розробка нових музейних виставкових проєктів.

Структура даної роботи складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та літератури, додатків.

РОЗДІЛ I. Історична довідка

Майбутній архітектор, поляк за походженням, Олександр Іванович Ржепішевський народився в 1879 році в Ізмаїлі Бессарабської губернії в сім'ї поліцейського офіцера. Його батько - людина з середнім достатком, одружується з дівчиною зі збіднілої молдавської родини.

У 1882 році у адрес-календарі Бессарабської губернії, 1882 рік в розділі «Ізмаїльської поліції» ми зустрічаємо відомості про Івана Григоровича Ржепішевського. До цього він вже встиг послужити в Яссах і Бельцях. Як часто буває, начальник, який пішов на підвищення, перетягує до себе своїх співробітників, формуючи «свою» команду. Так і Ізмаїльський поліцмейстер Михайло Карпович Тобілевич в 1882 році призначається Аккерманським уїзним справником (і буде служити 25 років «беспорочно» на цій посаді). Слідом за ним в Аккерманську поліцію переходить Іван Григорович Ржепішевський та стає помічником Уїзного справника. Інформацію про це можна побачити в Путівнику по Аккерману і його уїзду, 1895 року.

Іван Григорович піднімається по чинам - губерньський секретар (1882), титулярний радник (1888), колезький секретар (1893), надвірний радник (1895), колезький радник (1900). Тобто дослужився до рівня полковника, кажучи сучасною мовою, і мав право на особисте дворянство.

У 1897 році йде на підвищення і стає уїзним справником в Бельцях (до 1900 року) а потім в Орґеєві (1901-1905) [6, 12].

Крім служби, Іван Григорович Ржепішевський брав участь у громадському житті міста Аккермана - в 1893 році стає членом-засновником товариства споживачів "Господар". Його дружина, Марія Іванівна, служить в 1895-1896 роках класною дамою жіночої 6-ти класної Павлівської прогімназії [74].

У 1882 році разом з батьками Олександр Іванович переїжджає в Аккерман. Навчається в Аккерманській чоловічій гімназії. Гімназія в Аккермані в той час була 6-класною (перетворена в повну гімназію тільки в 1902 році),

тому Олександр отримував атестат про повну загальну середню освіту в 4-й Одеській гімназії. У гімназії О.І. Ржепішевський захопився малюванням. Це заняття стало сенсом всього його життя і переросло в любов до архітектури.

Дуже мало відомостей зберіглося про батьків, братів та сестер Олександра Івановича, яких у нього 9. Але, у Одеському історико-краєзнавчому музеї, зберігається родинне листування Ржепішевських, яке налічує близько 650 листів особистого характеру. Основними кореспондентами були брат Олександра Івановича Ржепішевського, Михайло Іванович Ржепішевський та його дружина, Марія Антонівна Ржепішевська. Сімейне листування служить джерелом для вивчення способу життя, світогляду, психології кореспондентів та подій, які відбувалися у той час. Як ми бачимо з листів родини Ржепішевських, Олександр Іванович був людиною забезпеченою, і основний тягар фінансових проблем менш щасливих родичів лягав на його плечі. Листи, адресовані йому, майже завжди містили прохання про грошову допомогу [74].

Після закінчення гімназії Олександр Іванович Ржепішевський вступив в одеський університет, на фізико-математичний факультет, відділення математичних наук, і в цей момент захопився малюванням.

Відучившись один чи два семестри в Одесі, О.І. Ржепішевський їде в Петербург і стає студентом інституту цивільних інженерів. У 1903 році закінчує його з золотою медаллю. У той час золота медаль давала право продовжити навчання в Європі. І два наступні роки він проводить в знаменитій Сорбонні.

Повернувшись до Петербурга, О.І. Ржепішевський одружується. У нього народжуються дві дочки: старша Наталія і молодша Галина. Щоб утримувати сім'ю, Олександр Іванович береться за будь-які замовлення. Але знайти великі практично неможливо, адже молодий архітектор нікому не відомий. До того ж в своїх проєктах він прагне позбутися догм пануючого тоді класицизму і повністю використовувати можливості нових матеріалів і конструкцій. Тому звертається до нового, ще непопулярного в той час стилю модерн [6].

Щоб знайти роботу, О.І. Ржепішевський бере участь в численних архітектурних конкурсах. Премії переможцям виплачувалися солідні, тому нестачі в конкурентах архітектор не відчував.

У восьми з дванадцяти конкурсів проекти О.І. Ржепішевського займають призові місця. Цей результат тільки стимулює участь в нових конкурсах. Але працювати одночасно над кількома проектами на різні конкурси складно і архітектор поєднується зі своїм однодумцем і другом архітектором Миколою Васильєвим [29].

У 1909 році правління Харківського міського купецького банку через Харківську міську Думу звертається до Імператорського С. Петербурзького Товариства архітекторів з дорученням оголосити конкурс. Оголошення про проведення відкритого конкурсу надруковано в журналі «Зодчий» з детальними умовами та технічним завданням. Потенційно, будь-який архітектор міг взяти участь, виконавши поставлені умови. Сам конкурс викликав багато питань та жваве обговорення у наступних випусках журналу «Зодчий» [30-33].

На обговорення комісії до вересня 1909 були представлені: проекти столичних архітекторів (15 проектів) та іногородніх архітекторів (6 проектів). Перша премія (1400 рублів) була присуджена проекту під назвою «Весна», автором якого був Леонід Романович Сологуб [4].

Друга премія (в 1200 рублів) була присуджена проекту під назвою «Банк» - автори М.В. Васильєв та О.І. Ржепішевський [1].

Найцікавіше тут те, що в 38 номері «Зодчого» було опубліковано не 1, а цілих 2 варіанти головного фасаду будівлі цього проекту.

Не менш цікавим був проект, який отримав третю премію (450 рублів) під назвою «Банчек» авторства Д.Д. Смирнова [5].

Премійовані і викуплені у організаторів конкурсу, проекти надійшли у власність Купецького банку. За ідеєю, повинні були будувати будинок за проектом, який посів перше місце. Однак, правління Купецького банку на чолі з П.М. Акименком вирішило інакше, для будівництва було обрано проект

«Банк». Увагу прагматичних харківських купців привернуло оригінальне конструктивне рішення із застосуванням залізобетонних збірних конструкцій, які давали можливість будувати більш економно.

Для авторського нагляду за будівництвом О.І. Ржепішевського запрошують до Харкова. Змучений постійним безгрошів'ям і конкурсними перегонами, Олександр Іванович з радістю приймає пропозицію. З дружиною, Надією, і двома дітьми він переїжджає, а М.В. Васильєв залишається в столиці, продовжуючи активно працювати над конкурсними проектами в співдружності з іншими колегами-однокашниками.

Повноваження за довіреністю на будівництво Купецького банку М.В. Васильєв видає на ім'я О.І. Ржепішевського і реєструє їх, не виїжджаючи зі столиці, 2 листопада 1909 року. Далі, слідуючи за публікаціями в газеті «Южный край», читаємо оголошення щодо скасування довіреності на будівництво. Виникле непорозуміння було усунуто, так як повторно, по закінченню терміну дії першої, М.В. Васильєв вислав довіреність від 19 грудня 1910 року [4, 101-105].

Це було грандіозне для початку ХХ століття будівля, хмарочос. Крім того, будинок був одним з перших в Харкові монолітів на каркасній залізобетонній основі.

«Купецький банк» відкрили на Різдво 1912 року а 13 березня - готель «Асторія», влаштований, як писали газети, «на цілком європейський лад, зі всілякими зручностями і удосконаленнями: водопровідом, ваннами, каналізацією, телефонами, двома ліфтами». Ансамбль декоративної пластики фасаду будинку Купецького банку та готелю «Асторія» відзначається високим професійним рівнем майстерності, який створила скульптурна фірма «Козлов і Дітріх» (в подальших своїх проектах О.І. Ржепішевський ще кілька разів співпрацював з ними). Гранітні фігури атлантів, які домінують в екстер'єрі, виготовлялись у Петербурзі.

Шестиповерховий будинок (по мірках другого десятиліття майже хмарочос) на першому поверсі прихистив безліч торгових приміщень і

підприємств, поверхом вище розташовувався Купецький банк (до слова, найстаріший в Харкові), а інші поверхи займав готель «Асторія». Цікаво, що спершу дах будівлі було викладено червоною черепицею [6].

Споруда сильно постраждала після Другої Світової, але незабаром її якісно реконструювали, замінивши червону черепицю металевими листами, і будівля зажила новим життям.

За радянських часів ця будівля була відома харків'янам як будинок «Мелодія» - в ньому знаходився однойменний магазин, в якому торгували грамплатівками і музичними інструментами.

На теперішній час у будівлі колишнього Купецького банку знаходиться безліч магазинів, кафе, відділення банків.

О.І. Ржепішевській закохався у Харків. Адже саме в цьому місті він отримав можливість втілювати в життя свої найсміливіші ідеї. У той час в нашому місті активно розвивалися торгівля, промисловість, банківська діяльність, йшло велике будівництво. Підкреслено аскетичний, з сильним впливом європейських традицій архітектурний стиль сподобався харків'янам. Завдяки будівництву цього будинку Олександр Іванович стає відомим, популярним і улюбленим архітектором харків'ян, тому отримує велику кількість термінових замовлень. На харківський період життя архітектора (а прожив він в місті всього 10 років) припадає розквіт його творчості. Робота над кожним новим замовленням захоплює його. Він будує громадські будівлі, приватні особняки, дохідні будинки [6, 12].

Велика кількість замовлень і любов харків'ян до його споруд приносить Олександрові Івановичу фінансову самостійність. Але навіть йому, відомому архітектору, було не по кишені знімати квартиру в одному з дохідних будинків. Втім, як і багатьом іншим людям середнього достатку.

Олександр Іванович знаходить вихід з цієї ситуації: одним з перших в Російській імперії він висуває і реалізує проєкт так званих «компанійських

будинків» (праобраз сучасного ОСББ¹). Ідея зайнятися спорудженням будинків з квартирами, які є власністю окремих мешканців, виникла у О.І. Ржепішевського в 1911 році [54].

Після відкриття у 1912 році найвідомішої своєї будівлі, Купецького банку, користуючись попитом та своєю відомістю, архітектор О.І. Ржепішевський у тому ж 1912 році спорудив шестиповерховий будинок, що відрізняється оригінальним об'ємно-планувальним і художнім вирішенням, а також високим рівнем благоустрою, на вулиці Римарській, 6. Квартири в будинку були власністю мешканців. Кожен власник квартири мав змогу обирати індивідуальну обробку і планування житла, скляні перегородки, камін, ванну, телефон. У під'їзді цього будинку до сих пір збереглися залишки фонтанів, які працювали на кожній сходовій клітці. Власниками квартир цього будинку стали особи так званих «вільних професій», які займалися приватною практикою на дому: лікарі, юристи, архітектори, комерсанти і т.п. Характер їх діяльності обумовлював потреби в престижному житлі в центральній частині міста, але матеріальний стан не дозволяв обзавестися ним одноосібно. Квартири ж були потрібні їм 4-х або 6-ти кімнатні з приймальною і кабінетом. В одній з таких квартир будинку оселився і О.І. Ржепішевський з сім'єю. Так розпочалася ера «компанійських» будинків [4, 47, 54].

Успішним продовженням стало спорудження в 1912 – 1914 рр. великого шестиповерхового «компанійського» будинку на вул. Римарській, 19, в якому оселилися також багато осіб «вільних професій». Для кожного власника квартири в такому будинку передбачалися індивідуальні планування і оздоблення (наприклад, мореним дубом), скляні перегородки, камін, ванна, телефон. Усі квартири були забезпечені наскрізним провітрюванням. Площа чотирьохкімнатних та п'ятикімнатних квартир коливалася від 100 до 150 кв.м. Частина перегородок в них розсовувалася, що дозволяло збільшувати площу

¹ Об'єднання співвласників багатоквартирного будинку, або ОСББ — (юридична особа, створена для представлення спільних інтересів співвласників) це неприбуткова юридична особа, створена власниками квартир та/або нежитлових приміщень багатоквартирного будинку для спільного користування, утримання та управління своїм будинком та прибудинковою територією, а також для юридичного оформлення їхніх майнових прав на будинок та прибудинкову територію.

окремих кімнат до 50 кв. м. Само собою в будинку був передбачений ліфт. Для одного з лікарів на першому поверсі була обладнана невелика приватна лікарня, а для художників в мансарді влаштовані майстерні з природним верхнім світлом.

У цей будинок переселився і сам зодчий, який зайняв дві квартири: житлову - на верхньому поверсі з особистою майстернею в мансарді і службову - на другому поверсі з приймальною і кабінетом для зустрічей з клієнтами та субпідрядниками [6].

У 1915 р. для влаштування постійних квартир було організовано Пушкінське Товариство на чолі з О.І. Ржепішевським, що намітив широку програму розвитку подальшої діяльності. Її плодом був ще один великий «компанійський» будинок на Пушкінському в'їзді, 6 [54].

Трохи вище, по вулиці Бажанова, 14, знаходиться один з безцінних архітектурних шедеврів (1910—1913) – колишній маєток німецького мецената, який зберігся до наших днів. Розташувався він на розі вулиці Садової (колишня вул. Чубаря), навпроти академії міського господарства. Колись прибутковий будинок належав спільноті німецького промисловця Максиміліана Гельферіха, який увійшов в історію міста як один з найкрупніших меценатів. Він сприяв відкриттю в Харкові комерційного училища, жіночої лікарні і товариства допомоги хворим дітям.

Сьогодні старовинний маєток відчув на собі близьке розташування усучасненої вулиці Пушкінської. Тепер на першому поверсі будинку розташувалися кафе, магазини й офіси, де проходять мовні курси. Але, незважаючи на це, навіть сьогодні, харків'яни можуть помилуватися оригінальною ліпниною й оцінити незвичайне рішення гостроверхого даху, яке привніс у проєкт архітектор О.І. Ржепішевський.

Оригінальний будинок № 29 по вул. Дарвіна в стилі модерн, що нагадує готичні житлові будинки середньовічної Європи, споруджений для відомого театрального діяча і режисера М.М. Синельникова у 1913 р. Радянська влада з прихильністю віднеслась до творчості М.М. Синельникова, закріпивши

спеціальною грамотою у 1920 р. за його родиною цей будинок. Тут він прожив останню частину свого життя (на другому поверсі будинку до останнього часу зберігалося багато речей меморіального характеру та частково обстановка).

Вдалим прикладом пластичного вирішення фасаду у стилі модерн може бути приватний будинок на вул. Пушкінській, 3, побудований за проєктом О.І. Ржепішевського. Вперше в Харкові в цьому будинку була впроваджена трансформація внутрішнього планування квартир за допомогою використання розсувних перегородок [6].

У будівлі торгового дому на вул. Різдвяній, 6 (колишня вул. Енгельса) автор відмовляється від будь-якого натяку на стіну і застосовує суцільне скління на всю висоту будівлі, виносячи назовні лише стійки каркаса і металеву решітку вітражів. Таке рішення веде до візуальної відсутності зовнішньої стіни як несучої конструкції, як в перших американських хмарочосах. Це був важливий крок в еволюції раціональної архітектури на Україні - крок до конструктивізму. Колишня мануфактура Міндовського була унікальною спорудою для Харкова того часу. До 1970-х років в будівлі розташовувалася протезна фабрика, а в 1990-х будинок почали реконструювати і розташували там казино. Зараз будівля повністю закинута - в лютому 2017 року там сталася пожежа, винуватців якого правоохоронці так і не знайшли. Саме в цієї будівлі проводиться виставка. Є можливість доторкнутися до історії та, не залишаючи виставку, оцінити творчий задум архітектора.

О.І. Ржепішевський поєднував модерн з елементами конструктивізму. Але, зазвичай, в його роботах принципи модерну збагачувалися традиціями середньовічної архітектури. В цьому випадку з'являлися гостроверхі щипці, масивні площини, додаткова ажурне опрацювання деталей (будинки на вул. Олександрівській, 4 (нині – вул. Євгена Котляра), Черноглазівській, 14 (нині - вул. Маршала Бажанова), Римарській, 6, 19, Пушкінському в'їзду, 3, 6. Архітектор іноді також вплітав в декоративні форми модерну ордерні елементи (будинки на Садово-Куликівській, 15, нині - Дарвіна).

Будинок на теперішній вулиці Євгена Котляра О.І. Ржепішевський звів у 1911—1912 роках для потреб залізничної станції. Тут розміщувалися мебльовані кімнати готельного типу. Перші два поверхи займали досить дорогі і комфортабельні «нумери», на третьому поверсі розташовувалися багатомісні кімнати для простих пасажирів залізниці. На мансардному четвертому поверсі були невеликі кімнатки на спецзамовлення досить специфічної категорії відвідувачів.

Період життя в Харкові закінчився для О.І. Ржепішевського з приходом більшовиків. Відомий архітектор, який звик жити на широку ногу, за кілька місяців перетворився майже в жебрака. Замовлень на будівництво немає. З двох його квартир нова влада залишає йому тільки одну кімнату. З окупацією України більшовицькими військами та проголошенням Харкова у січні 1919 р. столицею радянської республіки, місто було охоплено хвилею червоного терору, а відтак О.І. Ржепішевський, як і багато інших у тогочасних умовах, вирішив, рятуючи сім'ю, емігрувати через Крим. Саме через півострів ще можна було виїхати до Європи чи Америки. О.І. Ржепішевський виїхав до Криму, щоб владнати усі формальності виїзду [12].

Коли вже все було готове до від'їзду, він випадково познайомився з жінкою, такою же, як і він, біженкою. Олександр Іванович з першого погляду покохав цю випадково зустрінуту жінку. О.І. Ржепішевський, з властивою йому рішучістю, порвав з сім'єю, і разом зі своєю коханою поїхав до Москви. У Москві він працював головним архітектором «Мосдрев», проектував санаторії і пансіонати у Підмосков'ї та Ялті [43].

Історія не зберегла ні імені, ні віку, ні інших відомостей про останнє кохання зодчого. Ці відомості були знищені стараннями дружини О.І. Ржепішевського, Надії. Засуджувати її не можна: адже вона все життя кохала Олександра Івановича. І хоча мала можливість виїхати за кордон, але не скористалася цим. Відмовилася і від пропозиції Миколи Васильєва стати його дружиною. Повернулася до Харкова. Історія по-своєму помстилася їй за знищення документів - не зберегла ніяких відомостей про її подальше життя.

Про останнє кохання О.І. Ржепішевського відомо тільки одне: таємнича незнайомка була родом з Москви. Про життя архітектора в Москві збереглися лише уривчасті відомості. Жив небагато, на 5-му поверсі неопалюваного будинку на вулиці Герцена, практично, в сараї, перетвореному його талановитою рукою в чарівний будиночок з мезоніном. Пізніше він передав цей будиночок своїй першій родині, яка переїхала в Москву (між іншим, його старша дочка, Наталя Глан, стала однією з перших радянських кінозірок). Він обдумував нові проєкти, перебивався випадковими замовленнями. Останньою його роботою став пансіонат «Долоси», який знаходиться біля Ялти [43, 15].

У 1930 р. О.І. Ржепішевський, як «ворог народу», зважаючи на своє буржуазне та польське походження, перебував півроку в одній із тюремних камер НКВС і вийшов з в'язниці хворою, розбитою людиною. Вийшовши на волю, невдовзі він помер від інсульту.

Через два місяці після звільнення, піднімаючи до себе на 5-й поверх в'язанку дров, відчув біль, але продовжував йти. Олександр Іванович встиг увійти в квартиру і опуститися на стілець. І тут же помер від інсульту. Нажаль, до цього часу залишається невідомим місце поховання архітектора у Москві [15].

Відповідно до Календаря знаменних і пам'ятних дат Харківщини на 2014 рік, виданого Управлінням культури і туризму Харківської обласної Державної адміністрації, у 2014 році відзначалося 135 років від дня народження Олександра Івановича Ржепішевського [38].

Згідно з рішенням 29 сесії Харківської міської ради 6 скликання від 25.12.2013 № 1395/13 «Про впорядкування найменувань» ім'я зодчого було увіковічено: вулицю від просп. Героїв Сталінграда до вул. Ньютона (між будинків №№ 156 і 160 по просп. Героїв Сталінграда та № 143 і 145 по вул. Ньютона; технічна назва - Перший проїзд 27-го мікрорайону) названо вулицею Ржепішевського [17].

Тридцять будівель авторства О.І. Ржепішевського внесено до переліку пам'яток архітектури міста Харкова згідно з переліком об'єктів культурної

спадщини національного та місцевого значення, пам'яток архітектури, містобудування, садово-паркового мистецтва, ландшафтних, науки і техніки м. Харкова [2].

Таким чином, проживши в Харкові всього 10 років - з 1910 по 1920 роки, О.І. Ржепішевський залишив після себе 30 будівель в стилі західноєвропейського модерну. Його будівлі виділяються із загальної забудови харківських вулиць відмовою від прямих ліній на користь природних, м'яких ліній, використанням барельєфів, об'ємної скульптури, оригінальністю віконних рам і кованих огорож балконів.

Зодчий здійснив прорив в архітектурі завдяки використанню залізобетонних конструкцій, побудував в місті приватні садиби, громадські та промислові будівлі. Зокрема, будівлі мануфактур, лікарні, особняки, дохідні будинки. Висунув та реалізував проєкт так званих «компанійських будинків» (праобразу сучасного ОСББ), де мешканці виступали не орендарями, а власниками квартир.

Творчість О.І. Ржепішевського сформувала історичний центр нашого міста у тому вигляді, який він має досі. Саме він зіграв «мелодію сірого модерна» нашого міста.

РОЗДІЛ II. Наукова концепція проєкту музейної виставки «Мелодія сірого модерну: життя та творчість О.І. Ржепішевського (1879-1930)»

2.1. Обґрунтування актуальності музейного висвітлення обраної теми на сучасному етапі та ідейний задум проєкту музейної виставки.

Більшість будівель, які представляють спадок модерну та є результатом більш ніж півстолітнього інтенсивного будівництва, досі становить величезний реальний фонд забудови міста та продовжують використовуватися за первісним призначенням, визначаючи характер навколишнього архітектурного середовища. В даній дипломній роботі спадок модерну представляє один з найяскравіших представників стилю в архітектурі м. Харкова – О.І. Ржепішевський.

Окремо потрібно звернути увагу на занедбаність та руйнування архітектурного фонду будівель авторства О.І. Ржепішевського, які складають історичний центр міста. Присутня загроза втрати видатних пам'яток архітектури нашого міста.

В закордонному та вітчизняному музейному досвіді замало музеїв, присвячених життю та творчості видатних архітекторів. Здебільшого, сама будівля музею, виконана видатним архітектором, виступає пам'яткою його творчості.

Експозицій та виставок на тему життя та творчості О.І. Ржепішевського немає, що вказує на новизну даного проєкту музейної виставки. Виставка «Мелодія сірого модерну: життя та творчість О.І. Ржепішевського (1879-1930)» буде першою та мусить бути проведена на площах будинку, який проєктував О.І. Ржепішевський, а саме: у колишній мануфактурі Міндовського, яка знаходиться на вул. Різдяній, 6 (колишня вул. Енгельса)

Таким чином, відсутність вітчизняного досвіду музеєфікації, присвяченого життю та творчості О.І. Ржепішевського, занедбаність та руйнування архітектурного фонду будівель авторства О.І. Ржепішевського, вказують на

новизну проєкту та дозволяють стверджувати, що тема наукового дослідження є актуальною.

Музейна виставка «Мелодія сірого модерну: життя та творчість О.І. Ржепішевського (1879-1930)» ставить на меті висвітлити всі можливі прийоми задоволення потреб музейної аудиторії та донести необхідну, цікаву інформацію щодо наявної архітектурної спадщини міста до якомога більшої кількості людей, що сприятиме розповсюдженню серед сучасного суспільства накопичених знань.

Для обґрунтування суспільної потреби в музейному висвітленні запропонованої теми було проведено соціологічне дослідження. Опитування показало, що кожна вікова та соціальна група має різну зацікавленість і неоднорідно сприймає проблему. Музейна виставка за даною проблематикою стане цікавою усім віковим категоріям та з різною зацікавленістю відвідувачів.

Ідейний задум виставкового проєкту «Мелодія сірого модерну: життя та творчість О.І. Ржепішевського (1879-1930)» - за допомогою музейних засобів розкрити основні етапи життя і творчості видатного архітектора Олександра Івановича Ржепішевського, передати специфіку його мистецького стилю, розкрити особливості стилю модерн, а також передати менталітет тих верств населення, від яких архітектор отримував суспільні замовлення.

За профілем музейна виставка – історична, меморіальна, науково-технічна.

За типом спрямованості – класична.

За метою, завданням, призначенням – основна, навчальна, для фахівців. Кожний мешканець міста, в незалежності від віку, зможе знайти для себе багато інформації про наше місто, а саме: інформацію про одного з найвидатніших архітекторів, який створив теперішній вигляд міста Харкова. Зможе впізнати на фото будівлі, повз які, можливо, щоденно проходить.

В той же час, фахівцям архітектурної спрямованості буде цікаво визначити будівлі О.І. Ржепішевського за їх особливостями та архітектурним стилем.

За тривалістю роботи – тимчасова.

За способом демонстрації виставки – стаціонарна (для демонстрації у музеї), з елементами екскурсійного спрямування (за бажанням є можливість подовжити спілкування з відвідувачами на екскурсії містом).

Метод побудови музейної виставки – образно-сюжетний. Виходячи із результатів наукового дослідження створюється художня модель певного явища, події, біографії особистості.

Принцип побудови – історико-хронологічний.

Жанрова форма музейної виставки – виставкова «Експозиційний нарис», метою якої є розкриття загального стану історичного процесу (явища, події, особистості), відтворення атмосфери конкретно-історичного часу (акцентуючи увагу на його статиці, а не розвитку, тобто панує образ, а не сюжет й забезпечується ілюзія присутності у конкретному часі, місці).

Коротку тематичну структуру музейної виставки можна переглянути у Додатку 1.

2.2. Архітектурно-художній образ проєкту музейної виставки

Будівля, в якій буде розташована дана виставка являє собою архітектурну споруду, яка має усе необхідне обладнання для демонстрації музейних експонатів.

За будівлю обрано колишню мануфактуру Міндовського, яка знаходиться на вул. Різдвяній, 6 (колишня вул. Енгельса) та архітектором якої був О.І. Ржепішевський. Це має надати особливий сенс виставці, яка присвячена життю та творчості архітектора. Особливості архітектурного проєктування будівлі дозволять з перших кроків поринути в атмосферу, яка панувала під час життя та творчості О.І. Ржепішевського. При будівництві автор застосував суцільне скління на всю висоту будівлі, що забезпечить натуральне денне освітлення музейної виставки. Розташування зали добре підходить для екскурсійного маршруту.

В виставковій залі передбачена відповідна охоронна та протипожежна сигналізація для забезпечення збереження експонатів та уникнення їх

пошкодження та пограбування. Виставкова зала уявляє собою приміщення прямокутної форми, 10 на 12 метрів.

Колористичне рішення доповнює образ усієї виставки. Вона побудована в теплих тонах, але з використанням сірого. Тому що О.І. Ржепішевський – архітектор, який зіграв для Харкова «мелодію сірого модерну».

Стіни зали мають світло-бежевий відтінок, стеля – білий, підлога – сірий кольори. Ці кольори візуально збільшують приміщення і викликають відчуття затишку. Музейне обладнання виконано в тій же кольоровій гамі, що і усе приміщення. Вздовж кожної експозиційної поверхні зали розташовані стенди з експонатами. Самі стенди оформлені в світло-сірому кольорі. В такому кольоровому оформленні предмети не губляться і добре акцентують на собі увагу.

В даній виставці використовується штучне та натуральне освітлення. У частині кімнати з фото і документами використовується місцеве освітлення, яке розташовано на стендах та столах. Також місцеве освітлення використовується у центрі кімнати, на макеті будівлі Купецького банку. Всі експонати вздовж стін виставкової зали освітлені рівномірно, окрім макету будівлі по центру зали. Макет освітлюється додатково для акцентування на ньому уваги.

На стелі передбачено висувний екран для демонстрації фільму про життя О.І. Ржепішевського. Проектор та ноутбук для цього розташовано біля входу, на стійці. Схематичне зображення виставкового маршруту можна побачити у Додатку 3.

Посередині зали розташовано макет будівлі «Купецького банку».

Під час екскурсії лунає приглушений музичний супровід (гітарна імпровізація А.Р. Ульянова). Є можливість включити патефон та поставити платівку з музикою дореволюційних часів.

Вздовж скляної та наступної, по ходу виставки, стіни, розташовано експонати, пов'язані з дореволюційним періодом життя О.І. Ржепішевського. Вздовж скляної стіни розташовано експонати, що дають можливість оцінити

атмосферу, в якій сформувалась творча особистість архітектора та які пов'язані з сім'єю О.І. Ржепішевського. Вздовж наступної, по ходу виставки стіни, розташовано експонати, які пов'язані з будівництвом першої у місті Харкові та найвідомішої будівлі, «Купецького банку», що розташована на площі Павлівській, 10.

Далі демонструються експонати, що символізують розквіт творчості та надхнення архітектора, фото його найвідоміших будівель. Акцент робиться на «компанійських будівлях».

Як будь-який художній твір, музейна виставка пробуджує асоціації, народжує образи, думки і почуття. Тому, для більшого занурення в атмосферу того часу та як образне закінчення у виставці «дореволюційного періоду», в дальньому правому кутку зали розташовано торшер, стійку з патефоном та крісло-гойдалку, на якій лежить картатий плед. Поряд розміщено жіночий манекен, одягнений у плаття та шляпку дореволюційного часу, як символ нового кохання архітектора. Біля манекену розташовано гітару.

Завершує виставку післяреволюційний період життя архітектора, який розташовано вздовж останньої по ходу виставки стіни, та експонати увіковічення ім'я архітектора у місті Харкові. Тематико-експозиційний план музейної виставки «Мелодія сірого модерну: життя та творчість О.І. Ржепішевського (1879-1930)» можна побачити у Додатку 2.

Додатково для відвідувачів пропонується екскурсія містом з відвідуванням найвидатніших будівель архітектора О.І. Ржепішевського. екскурсію проводить чоловік, одягнений у костюм, стилізований до одягу дореволюційного часу.

Таким чином, відсутність вітчизняного досвіду музеєфікації, присвяченого життю та творчості О.І. Ржепішевського, занедбаність та руйнування архітектурного фонду будівель авторства О.І. Ржепішевського, вказують на новизну проєкту та дозволяють стверджувати, що тема наукового дослідження є актуальною.

Ідейний задум виставкового проєкту «Мелодія сірого модерну: життя та творчість О.І. Ржепішевського (1879-1930)» - за допомогою музейних засобів розкрити основні етапи життя і творчості видатного архітектора: сім'я та середовище, в якому пройшло формування особистості архітектора; дореволюційний період життя та творчості О.І. Ржепішевського; післяреволюційний період життя та творчості архітектора; увіковічення ім'я архітектора у місті Харкові, передати специфіку його мистецького стилю, розкрити особливості стилю модерн, а також передати менталітет тих верств населення, від яких архітектор отримував суспільні замовлення. У сукупності, ідейний задум та усі складові архітектурно-художнього образу музейної виставки допоможуть авторіві створити цікаву та непересічну музейну виставку, що сприятиме залученню відвідувачів, збереженню архітектурного фонду будівель авторства О.І. Ржепішевського, залученню до архітектурної спадщини міста спонсорської та меценатської допомоги.

РОЗДІЛ III. Програма введення музейної виставки «Мелодія сірого модерну: життя та творчість О.І. Ржепішевського (1879-1930)» до системи музейної комунікації та документальна основа її реалізації

3.1. Принципи методики оцінювання як фактор впливу на формування кінцевого комплексного комунікаційного проєкту. Анкетування на виявлення фокус групи

Введення музейної виставки «Мелодія сірого модерну: життя та творчість О.І. Ржепішевського (1879-1930)» до системи музейної комунікації потребує соціологічного опитування на визначення потенційної музейної аудиторії. Опитування складається з декількох етапів і має на меті виділення конкретної зацікавленої вузької групи респондентів. Для цього на першому етапі учасникам було запропоновано пройти опитування шляхом анкетування за результатами якого складеться певна група респондентів для яких буде проведено детальну презентацію музейної виставки [65]. Анкета складається з 15 питань з закритими та відкритими відповідями, що дозволяють точніше та доцільніше охопити питання музейної виставки та виявити цільову аудиторію. Для реалізації першого етапу відбору було проведення анкетування серед групи з 40 студентів I та II курсу спеціальностей «Музеєзнавство, пам'яткознавство» та «Культурологія» Харківської державної академії культури та спеціальностей «Архітектура будівель та споруд», «Архітектура та містобудування», «Історії та культурології» Харківського національного університету міського господарства імені О.М. Бекетова (Додаток 2).

Результати опитування. Наша аудиторія складалась зі студентів архітектурної, музеєзнавчої та культурологічної направленості віком від 17 до 19 років. В опитуванні взяли участь 32 дівчинки та 8 хлопців. За соціальним статусом усі – студенти. При опитуванні більшість виявили зацікавленість анкетуванням. Отже, після проведення анкетування та подальшого аналізу даних, було виділено групу з 20 респондентів, більшість з яких склали

студенти-музеєзнавці та студенти-архітектори з загальним вектором зацікавленості: музеї, архітектура та історія архітектури. Серед них ті, яких музей найбільше приваблює для відвідування, які найчастіше відвідують музеї та ті, які виявили найбільшу зацікавленість основною темою анкетування. Саме тому їм пропонується музейна виставка «Мелодія сірого модерну: життя та творчість О.І. Ржепішевського (1879-1930)».

Другим етапом стала розробка Сценарного проєкту №1 з презентації музейної виставки «Мелодія сірого модерну: життя та творчість О.І. Ржепішевського (1879-1930)» як комплексного комунікаційного проєкту. Після проведення другого етапу відбору фокус групи було звужено круг респондентів до 15, з якими і проводитиметься подальша робота. Іншим респондентам: 3 - не цікава ця тема, 2 - очікували трохи іншого. Кожен позитивний та негативний відгук було враховано, а конструктивні зауваження взято до уваги задля покращення якості музейного виставкового продукту.

На третьому етапі розроблено Сценарний проєкт № 2 по презентації екскурсій на базі музейної виставки «Мелодія сірого модерну: життя та творчість О.І. Ржепішевського (1879-1930)». Аудиторії презентовано п'ять видів екскурсій, а саме: «*Damnatio memoriae*. Трагедія в житті О.І. Ржепішевського», «О.І. Ржепішевський як представник північного модерну в місті Харкові», «О.І. Ржепішевський, як фундатор перших кооперативних будинків у місті Харкові», «Харків О.І. Ржепішевського», «Історія однієї будівлі: від ідеї до сьогодення».

За результатами анкетування після проведення презентації екскурсій, найбільшу кількість голосів збрала екскурсія «О.І. Ржепішевський як представник північного модерну в місті Харкові».

Четвертим етапом роботи в фокус групах стало розробка Сценарного проєкту № 3 з презентації нетрадиційних заходів на базі музейної виставки «Мелодія сірого модерну: життя та творчість О.І. Ржепішевського (1879-1930)». Було запропоновано наступний перелік нетрадиційних заходів: «Квест: «Пошук годинника О.І. Ржепішевського», Інтелектуальний квест: «Будівлями

О.І. Ржепішевського», Свято-фестиваль архітектури міста Харкова, Конкурс на найкращий проєкт реконструкції будівлі мануфактури Міндовського (1910 р.) по вул. Різдвяній, 6, Інтелектуальна гра-вікторина «Архітектори міста Харкова».

Для подальшої розробки музейного комунікаційного проєкту на базі музейної виставки було запропоновано розробити нетрадиційний музейний захід: інтелектуальний квест: «Будівлями О.І. Ржепішевського».

Тож, підбивши підсумки за результатами опитування, фокус групи для введення музейного виставкового проєкту «Мелодія сірого модерну: життя та творчість О.І. Ржепішевського (1879-1930)» до системи музейної комунікації було обрано, з подальшою детальною розробкою сценарію, екскурсію «О.І. Ржепішевський як представник північного модерну в місті Харкові», представлену у Додатку 5 та нетрадиційний музейний захід: інтелектуальний квест: «Будівлями О.І. Ржепішевського», представлений у Додатку 6.

3.2. Збутова частина: стимулювання збуту

На сьогоднішній день музейний маркетинг ще не досить розвинений у музейному середовищі України, однак, зважаючи на запити сучасного споживача та ринкові умови, в площину яких тим чи іншим чином входять музейні інституції, потребує поступового запровадження та активного використання в музейній практиці, адже допомагає моніторити потенційну аудиторію, вивчаючи потреби споживача, використовуючи «стимулюючі» стратегії маркетингу, її попит на послуги музею, ринкову ситуацію у цій сфері, що дозволяє зробити музейний продукт конкурентоспроможним та цікавим для потенційної аудиторії та сформулювати позитивну суспільну думку про музей. Тобто маркетинг в музеї можна розглянути, як систему прийомів і засобів, що забезпечують дослідження потреб суспільства у музейних послугах і оптимальних можливостей для їх задоволення засобами музейної діяльності. Він стає засобом досягнення відповідності та рівноваги між музеєм, як соціокультурним феноменом і вимогами ринку та споживача.

Поєднання зовнішніх та внутрішніх можливостей музейного простору дає можливості виходу музейних комунікацій на новий рівень розробляючи маркетинговий план, проводячи соціальний маркетинг та дослідження політики ціноутворення, застосовуючи новітні технології з ІТ сфери, маркетингові тренди, брендинг, SMM, Pablik Relations, робота зі ЗМІ, ТРК, фандрайзинг, конвергенція зі сферою туризму, розробляючи сувенірну продукцію, покращуючи рекреаційну сферу, використовуючи творчі ідеї, таким чином роблячи музей елементом культурної індустрії за допомогою рекламного та інформаційного контенту [23, 42].

У світовій та вітчизняній практиці поєднання новітніх технологій дає гарні результати і можливості для створення успішних музейних проєктів, які зможуть зацікавити потенційну музейну аудиторію, а можливо і приємно здивувати не порушуючи балансу між класичним музеєм та використанням сучасних музейних комунікацій, створюючи новий соціо-культурний феномен, який не втратить сакрального статусу скарбу нації. Щоб окреслити контекст, в полі якого будується сучасна музейна комунікація на базі виставки «Мелодія сірого модерну: життя та творчість О.І. Ржепішевського (1879-1930)», необхідно розглянути ті тенденції, які переважають у діяльності сучасного музею [14]:

- Демократизація музейного середовища, тобто музей, через мережу інтернет, який вступає в діалог з відвідувачем через експозицію і бере до уваги думку відвідувача задля задоволення його потреб. Яскравими прикладами є такі світові музеї, як Лувр, Державний Ермітаж, вітчизняні музеї – Одеський археологічний музей, НМІУ, Археологічний музей ХНУ ім. Каразіна.

- Створення цінностей – йдеться мова про створення цінності музейної колекції саме у онлайн середовищі, тобто якщо розмістити виставку на сайті, то таким чином можна привабити відвідувача не тільки для придбання сувенірної продукції через мережу, а й до відвідин самого музею, що приносить подвійний прибуток.

- Співтворчість - робота з активними співтовариствами, людьми, які об'єднані загальними інтересами та цінностями задля створення чогось, які можуть бути залучені до діяльності музею.

- Зацікавленість – тобто створення таких механізмів, які могли б втягнути відвідувача у комунікативний процес, щоб він мав бажання прийти ще раз до музею. Так, Н. Саймон, автор «Participatory museum», пояснює комунікаційну стратегію музею наступним чином: «Учреждение, организованное по принципу вовлечения (participatory), не концентрирует свою работу на передаче одного и того же послания каждому отдельному посетителю, оно собирает и позволяет пользоваться разнообразным, персонализированным и постоянно меняющимся контентом, созданным совместно с посетителями».

- Інтерактивність – взаємодія між музеєм та відвідувачем, встановлення двостороннього зв'язку, тобто активна взаємодія з виставкою: торкатися експонатів, отримувати додаткову інформацію по запиті, навіть самостійно моделювати виставку, використовуючи технології доповненої реальності. На сьогодні існують повністю інтерактивні музеї, які, частіше за все, або не мають справжніх експонатів, або користуються копіями, залучаючи новітні аудіо та відео технології: 3D, 4D, голограми, сенсорні панелі і т.д. Класичні музеї є більш обмеженими у своїх можливостях, бо мають відповідати за збереження експонату, який має таку історико-культурну цінність, яку, навіть частково складно замінити технологіями (особливо художні музеї), але теж доповнюють свої виставки мультимедійними технологіями, наприклад мультимедійними дисплеями, QR кодами і т.д.

- Функціональність показу музейного експонату – можливість показати експонат в максимально справжніх умовах, наближених до реальних, зорганізувати музейний простір таким чином, щоб відвідувач безпосередньо міг комунікувати з історією та культурою того періоду до якого відноситься експонат. Цифрові технології доповнюють виставку і надають ще більшу можливість для відчуття зв'язку минулого та сьогодення, надають можливість

доторкнутися до історії, наприклад розміщення на сайтах спеціально розроблених 3D турів музеями. [45]

Зокрема музейна виставка виходить на світові музейні платформи через різні соціальні мережі, зокрема, проєкт Google Art Project - інтернет-платформа, на якій багато музеїв світу виклали репродукції творів мистецтва зі своїх колекцій в дуже хорошій якості. Активно використовується мережа фейсбук, у якій музеї розміщують власні сторінки. Цікавою платформою, де музеї представляють себе або самі відвідувачі – це InstaMuseum.

- Реклама сьогодні стає ще однією складовою комунікативного процесу між відвідувачем та музеєм, час вимагає від музею мати свій бренд та входити у співробітництво з медіа. Задля цього музеї мають дослухатись до вимог сьогодення: бути конкуренто спроможними, не боятися бути смішними. Наприклад, музей Лувру, постійно розробляє та проводить онлайн конференції та лекції за допомогою аудіогіду і спеціальних мобільних додатків. Куратори і доповідачі з ентузіазмом діляться своїми знаннями про колекції Лувру та по додатку Nintendo 3DS™ XL можна відвідати Лувр в 3D і з високою роздільною здатністю. Можна, використавши власний пристрій під час відвідин Лувру зберегти сувенір про свої відвідини, завантаживши програми для індивідуального відвідування, відповідно до своїх потреб. Музей Ермітаж на власній сторінці розміщує віртуальне відвідування власної античної колекції з докладним описом кожного експонату [11].

Staatliche Antiken- sammlungen München розробляє цікаві програми для дітей. Музейну екскурсію для дітей представляє Глаукому, музейна сова, що супроводжує дітей і молодих людей дотепними, допитливими, а іноді і незграбними питаннями та маршрутами по античній колекції. Національний Археологічний музей Афін має свою цікаву особливість, а саме досить розвинений блог, де активно спілкується з аудиторією, як постійною, так і потенційними відвідувачами. Всі перераховані музеї мають власні наукові видання, випускають документальні фільми і розташовують посилання на них

на власних сайтах та активно долучають ЗМІ до власної роботи, як відео контент в мережі інтернет, так і друковані видання. [26]

Особливу увагу варто звернути на досвід зарубіжних музеїв у розробці та проведенні музейних комунікацій для людей з інвалідністю. В музеї Лувру існує не лише спеціально обладнана інфраструктура, а й спеціальний відділ зі спеціалістами-психологами та музейниками, які розробляють певні програми заходів і розміщують на сайті де вказують назви груп відвідувачів: порушення слуху, зору, моторики, психічні. Існують спеціально обладнані кімнати з контактними експонатами, наприклад «Тактильна кімната з античною скульптурою». У археологічному музеї Афін для усіх категорій відвідувачів інфраструктура продумана на такому рівні, що існують два входи, що спеціально обладнані, ліфт, туалет та кафе і з відвідувачами працюють лише спеціалісти.

Враховуючи зарубіжний та вітчизняний досвід на базі музейної виставки «Мелодія сірого модерну: життя та творчість О.І. Ржепішевського (1879-1930)» буде розроблено власну рекламну кампанію, що включатиме величезний комплекс заходів: розробку рекламної стратегії, проводячи соціальний маркетинг та дослідження політики ціноутворення, застосування новітніх технологій, брендингу, SMM, Pablik Relations, роботи зі ЗМІ, ТРК, фандрайзингу, конвергенція зі сферою туризму, розробку сувенірної продукції тощо. Особливу увагу хотілося б привернути до розробки екскурсійного маршруту, осучаснення, за допомогою новітніх технологій та сучасних віянь у сфері музеєзнавства та комунікацій існуючих музейних виставок, а також зробити український музей, будь-якого профілю, доступним для людей з інвалідністю та цікавим для потенційної музейної аудиторії будь-якої вікової категорії [3, 14, 26].

При розробці, просуванні та реалізації музейної виставки «Мелодія сірого модерну: життя та творчість О.І. Ржепішевського (1879-1930)» застосовуватимуться технології брендингу задля розробки власного логотипу. Який має бути простим, стильним, динамічним, занурювати відвідувача у той

чи інший період, розкриваючи сутність виставки, використовувати технології майбутнього, пам'ятати про своє коріння, переходити з потенційним відвідувачем на «ти», заінтригувати, але за цим всім контентом все ж таки бути саме музейним проєктом, а не здаватися ним, не втрачати своєї самобутності, розуміти, що всі технології, інтерактиви, лише слугують обрамленням для музейної виставки і не повинні затьмарювати її. Також буде розроблено, на основі бренду, сувенірну продукцію, яку буде реалізовано через власні крамнички, як онлайн, так і стаціонарну. Ближчим до відвідувачів зробить музейну виставку придбання білетів онлайн, завантаження гідів різними мовами.

Музейна виставка «Мелодія сірого модерну: життя та творчість О.І. Ржепішевського (1879-1930)» буде мати власний аккаунт у мережі, активно співпрацюватиме зі ЗМІ, відбуватимуться конференції та випуски наукових періодичних видань, буде використовуватися аудіо та візуальна реклама, тобто у рекламі буде використовуватися комплексний підхід.

На базі музейної виставки «Мелодія сірого модерну: життя та творчість О.І. Ржепішевського (1879-1930)» буде розроблено та створено власний аккаунт у різних соціальних мережах та блог-платформу, що допоможе більш ефективнішому та якіснішому просуванню музейного рекламно-інформаційного продукту, що включатиме логотип та друковану продукцію з його відображенням та зображенням предметів з колекції: інформаційні постери, флаери, візитівки, календарики, наклейки, листівки, ручки, брелоки, розроблених спеціальних подарункових сертифікатів для безкоштовного відвідування музею та розташування логотипу на сувенірній продукції, яка буде розіграватись під час проведення інтерактивів в музеї, що сприятиме зверненню уваги та зацікавленості у відвідуванні музейного проєкту.

Особливою формою музейної комунікації, стане робота зі шкільними та студентськими групами, а також з людьми з інвалідністю. Буде розроблено спеціальну програму для школярів прив'язану до освітньої програми, що включатиме в себе синхронне, з темою уроків, відвідування музею задля

підкріплення та ілюстрування теми. Для викладачів надаватиметься можливість проводити факультативи, заняття, лекції на базі музейної виставки. Також спеціальні виставки розроблятимуться для людей з інвалідністю, з використанням сучасних новітніх технологій [18].

Друкована продукція, є ще одним з різновидів музейної комунікації, що буде розроблено та реалізовано на базі виставки «Мелодія сірого модерну: життя та творчість О.І. Ржепішевського (1879-1930)» - музейні видання: буклет «Мелодія сірого модерну: життя та творчість О.І. Ржепішевського (1879-1930)», каталог виставки з включенням усіх будівель авторства О.І. Ржепішевського, де окрім фото й детального опису експонатів та будівель, ще можна буде за допомогою QR кодів, що будуть надруковані в каталозі, зчитувати путівника по маршруту екскурсії містом. Спеціальні друковані видання, а саме збірники тез конференцій, програми семінарів, круглих столів, матеріалів конференцій, збірники наукових статей, які будуть проводитись протягом роботи музейної виставки, також будуть активно випускатись. Цікавим друкованим проєктом стане видання альбому «Мелодія сірого модерну: життя та творчість О.І. Ржепішевського (1879-1930)». Для інтерактивності додатково розроблятимуться та друкуватимуться плакати, пазли, подарункові зошити, альбоми мандрівників, дослідників та науковців.

Активна співпраця зі ЗМІ також сприятиме долученню відвідувачів до відвідин музейної виставки «Мелодія сірого модерну: життя та творчість О.І. Ржепішевського (1879-1930)». Створення відео контенту у теле та інтернет ефірах місцевих, обласних, регіональних та всеукраїнських ЗМІ, де розповідатиметься про сам виставковий проєкт та мету його створення з активним використанням SMM та PR технологій, що включатимуть розробку прес-анонсів та прес-релізів у друкованих та інтернет виданнях у яких оголошуватимуться дати відкриття виставки, часи екскурсій, цікаві гості, експерти та спікери, зміни у ході виставкового проєкту. Створення окремого культурного рекламного продукту у теле та радіо просторі за допомогою якого відбуватиметься зацікавлення потенційної аудиторії відвідувачів шляхом

демонстрації цікавих рідкісних експонатів, зустрічами з організаторами та творцями музейного проєкту, спеціалістами з історії та архітектури. Що реалізовуватиметься шляхом розробки або участі у вже існуючих наукових, культурологічних, мистецьких, освітніх медіа проєктах. Цільове відвідання шкіл, ВНЗ з різноманітними презентаціями, організація цікавих конкурсів та мистецьких заходів на місцевих, обласних регіональних рівнях. За рахунок цього буде досягтися стан топ-новини, підвищення рівня її актуальності у суспільстві та фідбеку від потенційної аудиторії, обґрунтування значимості у культурному житті суспільства, що залежатиме від компетентної роботи музейних працівників, які займатимуться наповненням медійного контенту.

Додатковою прибутковою частиною музею також є реалізація сувенірної продукції виставки «Мелодія сірого модерну: життя та творчість О.І. Ржепішевського (1879-1930)», що додатково стимулює заохочення аудиторії до відвідування не лише виставки, а й привернення уваги до архітектури нашого міста не лише заради його туристичного відвідування, а й задля вирішення проблем які існують. Що допоможе залучити та підвищити зацікавленість значно більшої кількості гостей [46].

Застосування сучасних новітніх технологій значно якісніше та повніше розкриють тему музейної виставки «Мелодія сірого модерну: життя та творчість О.І. Ржепішевського (1879-1930)» для сучасного музейного відвідувача. При демонстрації виставки, під час проведення екскурсій містом та інтерактивних розважальних та наукових заходів, використовуватимуться кьюар коди, аудіо гід різними мовами, спеціальні технологічні розробки для відвідувачів з інвалідністю, мультимедійні технології, технології доповненої реальності, 3D графічні зображення відео та на папері, голографічні технології, методи панорамної мультимедійної проєкції, що дозволить відтворити та візуалізувати експонати та будівлі. Також планується розробка інтелектуальної комп'ютерної гри.

Важливою та необхідною частиною для наступних маркетингових досліджень та моніторингу ситуації навколо музейної виставки є збір

зворотнього зв'язку після закінчення проєкту, тобто відгуків від різних кіл відвідувачів, спеціалістів, музейних працівників. Збір даних та моніторинг статистики відвідування та популярності заходу відбуватиметься через опитування у ході виставки, публічні обговорення з експертними оцінками, відгуки у соціальних мережах, проведення різноманітних конкурсів через соціальні мережі і т.д. Проведення цієї роботи дасть можливість дослідити кількість відвідувачів та потенційну музейну аудиторію, в подальшому запобігти повторної появи помилок, проаналізувати їх та отриманий досвід, а через отримані поради, мати змогу створювати ще цікавіші музейні проєкти.

Також варто звернути увагу на ще одну складову системи музейної комунікації – людський фактор. Під час роботи музейної виставки «Мелодія сірого модерну: життя та творчість О.І. Ржепішевського (1879-1930)» працюватимуть волонтери-екскурсоводи, які працюватимуть з людьми з інвалідністю. Всі другорядні заходи під час реалізації музейних комунікацій на базі виставки також обов'язково працюватимуть на виховання внутрішньої культури кожного з учасників та відвідувачів. Наприклад, на спеціальних стійках для самообслуговування буде можливість придбати програмки фестивалю, екскурсійні маршрутні карти містом та інші цікаві розробки, створені спеціально для заходу. Вартість буде вказано біля виробів і відвідувачі за бажанням можуть її сплатити, контролювати відвідувачів ніхто не буде, адже ми їм довіряємо. Тобто саме таким чином організатори намагатимуться ненав'язливо виховувати культуру відповідальності, поважного ставлення одне до одного та безцінної історичної, архітектурної спадщини [46].

Повний перелік основних форм системи музейної комунікації, таких як: екскурсійна тематика; лекційна тематика; семінари та конференції; музейні об'єднання та нетрадиційних форм музейної комунікації на базі музейної виставки «Мелодія сірого модерну: життя та творчість О.І. Ржепішевського (1879-1930)» подається у Додатках 7, 8, 9, 10 та 11 відповідно.

Система музейної комунікації має і додаткові форми, якими є рекламна

продукція музею. На відміну від основних форм, додаткові мають більшу функціональну навантаженість. Їх основне значення полягає в наданні інформації про музей, тобто про його існування, діяльність, відділи, про його працівників та досягнуті результати, займаються популяризацією фондів музею, розповсюдженням інформації, підтриманням іміджа музею, встановленням широких суспільних зв'язків і пошуком нових партнерів, проведення рекламних компаній.

Розповсюджується музейна продукція шляхом продажу, безкоштовного дарування, реклами на телебаченні, радіо та через газетно-журнальні видавництва.

Види продукції: відеопродукція (відеофільми, віртуальні екскурсії, відеоролики, сувеніри та ін.); аудіовізуальна продукція (аудіо-відео-роліки) – інформація про музей та його діяльність рекламного характеру; друкована продукція (буклети, брошури, каталоги, листівки, марки, календарі, плакати, збірки статей, афіш, путівники, фотоальбоми окремих колекцій). Повний перелік музейної продукції подається у Додатку 12.

Такі додаткові форми комунікації знайомлять та приваблюють відвідувачів до музею та його виставки. Проекти сувенірних магнитів, емблеми виставки, сувенірного значка з емблемою виставки рекламного плакату виставки можна побачити у Додатках 13, 14, 15.

Таким чином, можна зробити висновок, що організація та забезпечення введення музейної виставки «Мелодія сірого модерну: життя та творчість О.І. Ржепішевського (1879-1930)» до системи музейної комунікації - це комплексна, кропітка, аналітична та практична робота. Вона включає в себе детальний аналіз становлення та розвитку системи музейної комунікації від витоків з соціології та проникнення і розвитку в музеології та обґрунтування необхідності і невідворотності цього процесу, що залежить не лише від розвитку музейної справи, а й зміни потреб потенційного відвідувача, які базуються на соціальних, моральних, художніх, матеріальних, світоглядних тощо основах, що має враховувати сучасна музеологія, знаходити підходи до

відвідувача і в цьому процесі спілкування незамінною стає саме система музейної комунікації, яка і налагоджує канал спілкування між музеєм, відвідувачем, виставкою, історією, людиною та самим собою. Але цей процес налагодження комунікації неможливий без соціологічних та маркетингових досліджень статистики потреб аудиторії шляхом прямого чи непрямого спілкування з відвідувачем. Що дозволяє, на прикладі музейної виставки «Мелодія сірого модерну: життя та творчість О.І. Ржепішевського (1879-1930)» розробити цікавий конкурентоспроможний музейний продукт, екскурсію та квест і ввести виставковий проєкт в системи музейної комунікації. Важливою складовою створення комунікацій виставкового проєкту є використання сучасних технологій, інтернет ресурсів, мультимедійних технологій, друкованої продукції, аудіовізуальних ефектів та різноманітних методів впливу музейними комунікаціями на аудиторію, зв'язків з громадськими організаціями, співпраця з іншими музеями, що дає можливість для популяризації музейної виставки «Мелодія сірого модерну: життя та творчість О.І. Ржепішевського (1879-1930)», що сприяє формуванню іміджа, як музейного, наукового, історичного, практичного, архітектурного туристичного центру. Проведення цікавих інтерактивних заходів у публічному просторі, реалізації спеціально розробленої сувенірної продукції дає можливість спілкування з аудиторією, що сприяє зростанню числа зацікавлених у даній проблемі відвідувачів, підтверджуючи позитивну репутацію та необхідність реалізації проєкту музейної виставки «Мелодія сірого модерну: життя та творчість О.І. Ржепішевського (1879-1930)».

ВИСНОВКИ

Таким чином, проживши в Харкові всього 10 років - з 1910 по 1920 роки, архітектор О.І. Ржепішевський залишив після себе 30 будівель в стилі західноєвропейського модерну. Його будівлі виділяються із загальної забудови харківських вулиць відмовою від прямих ліній на користь природних, м'яких ліній, використанням барельєфів, об'ємної скульптури, оригінальністю віконних рам і кованих огорож балконів.

Зодчий здійснив прорив в архітектурі завдяки використанню залізобетонних конструкцій, побудував в місті приватні садиби, громадські та промислові будівлі. Зокрема, будівлі мануфактур, лікарні, особняки, дохідні будинки. Висунув та реалізував проєкт так званих «компанійських будинків» (праобразу сучасного ОСББ), де мешканці виступали не орендарями, а власниками квартир. Творчість О.І. Ржепішевського сформувала історичний центр нашого міста у тому вигляді, який він має досі. Саме він зіграв «мелодію сірого модерна» нашого міста.

Відсутність вітчизняного досвіду музеєфікації, присвяченого життю та творчості О.І. Ржепішевського, занедбаність та руйнування архітектурного фонду будівель авторства О.І. Ржепішевського, вказують на новизну проєкту та дозволяють стверджувати, що тема наукового дослідження є актуальною.

Ідейним задумом виставкового проєкту «Мелодія сірого модерну: життя та творчість О.І. Ржепішевського (1879-1930)» є за допомогою музейних засобів розкрити основні етапи життя і творчості видатного архітектора, а саме: сім'я та середовище, в якому пройшло формування особистості архітектора; дореволюційний період життя та творчості О.І. Ржепішевського; післяреволюційний період життя та творчості архітектора; увіковічення ім'я архітектора у місті Харкові, передати специфіку його мистецького стилю, розкрити особливості стилю модерн, а також передати менталітет тих верств населення, від яких архітектор отримував суспільні замовлення. У сукупності, ідейний задум та усі складові архітектурно-художнього образу музейної

виставки допомогли авторові створити проєкт цікавої та непересічної музейної виставки, що сприятиме залученню відвідувачів, збереженню архітектурного фонду будівель авторства О.І. Ржепішевського, залученню до архітектурної спадщини міста спонсорської та меценатської допомоги.

Можна зробити висновок, що організація та забезпечення введення музейної виставки «Мелодія сірого модерну: життя та творчість О.І. Ржепішевського (1879-1930)» до системи музейної комунікації - це комплексна, кропітка, аналітична та практична робота. Вона включає в себе детальний аналіз становлення та розвитку системи музейної комунікації, яка і налагоджує канал спілкування між музеєм, відвідувачем, виставкою, історією, людиною та самим собою. Але цей процес налагодження комунікації неможливий без соціологічних та маркетингових досліджень статистики потреб аудиторії шляхом прямого чи непрямого спілкування з відвідувачем. Що дозволяє, на прикладі музейної виставки «Мелодія сірого модерну: життя та творчість О.І. Ржепішевського (1879-1930)» розробити цікавий конкурентоспроможний музейний продукт, екскурсію та квест і ввести виставковий проєкт в системи музейної комунікації. Важливою складовою створення комунікацій даного виставкового проєкту є використання сучасних технологій, інтернет ресурсів, мультимедійних технологій, друкованої продукції, аудіовізуальних ефектів та різноманітних методів впливу музейними комунікаціями на аудиторію, зв'язків з громадськими організаціями, співпрацею з іншими музеями, що дає можливості для популяризації музейної виставки «Мелодія сірого модерну: життя та творчість О.І. Ржепішевського (1879-1930)», що сприяє формуванню іміджа, як музейного, наукового, історичного, практичного, архітектурного та туристичного центру. Проведення цікавих інтерактивних заходів у публічному просторі, реалізації спеціально розробленої сувенірної продукції дає можливість спілкування з аудиторією, що сприяє зростанню числа зацікавлених у даній проблемі відвідувачів, підтверджуючи позитивну репутацію та необхідність реалізації проєкту

музейної виставки «Мелодія сірого модерну: життя та творчість О.І. Ржепішевського (1879-1930)».

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Васильєв М. В. Ржепішевський О. І. Креслення проєкту Купецького банку під назвою «Банк» // Библиотека: книги по архитектуре и строительству. [Електронний ресурс]: сайт. URL: <http://books.totalarch.com/magazines/architect> (дата звернення 21.12.2017).
2. Перелік пам'яток культурної спадщини, які заносяться до Державного реєстру нерухомих пам'яток України за категорією місцевого значення : Наказ Міністерства культури та інформаційної політики України від 04.06.2020 № 1883 // Обласна Державна адміністрація. Департамент містобудування та архітектури. [Електронний ресурс]: сайт. URL: <http://www.dma.kh.gov.ua/monuments/list-of-architecture-monuments> (дата звернення 21.07.2020).
3. Про впорядкування найменувань : Рішення 29 сесії Харківської міської ради 6 скликання від 25.12.2013 № 1395/13 // Реєстр актів Харківської міської ради. [Електронний ресурс]: сайт. URL: <http://kharkiv.rocks/reestr/630873> (дата звернення 27.12.2020).
4. Сологуб Л. Р. Креслення проєкту Купецького банку під назвою «Весна» // Библиотека: книги по архитектуре и строительству. [Електронний ресурс]: сайт. URL: <http://books.totalarch.com/magazines/architect> (дата звернення 21.12.2017).
5. Смірнов Д. Д. Креслення проєкту Купецького банку під назвою «Банчек» // Библиотека: книги по архитектуре и строительству. [Електронний ресурс]: сайт. URL: <http://books.totalarch.com/magazines/architect> (дата звернення 21.12.2017).

1. Абанкина Т. В. Музей и школа: перспективы сотрудничества. [Электронный ресурс]: сайт. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/muzey-i-shkola-perspektivu-sotrudnichestva> (дата звернення 15.04.2019).

2. Аверкін М. Г. Модифікація форматів комунікативної взаємодії сучасного музею // Питання музеології. 2010. №2 С. 157 - 164. [Электронный ресурс]: сайт. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/modifikatsiya-formatov-kommunikativnogo-vzaimodeystviya-sovremennogo-muzeya> (дата звернення 20.03.2020).

3. Адамьянц Т. З. Аудитория СМИ как субъект и объект коммуникативных взаимодействий // Человек. 2018. №3. С. 96-107. [Электронный ресурс]: сайт. URL: https://www.isras.ru/files/File/publ/Adamyants_Chelovek_2018.pdf (дата звернення 17.07.2019).

4. Акмен И. Р. Конкурсный проект «Банк» Н.В. Васильева – А.И. Ржепишевского: Тернии провинциального просвещения // Сучасні проблеми архітектури та містобудування: Наук.-техн. збірник / КНУБА. Київ, 2014. Вип. 35. С. 3–20. [Электронный ресурс]: сайт. URL: <http://library.knuba.edu.ua/books/zbirniki/01/201435.pdf> (дата звернення 19.10.2017).

5. Артюх О. Методичні рекомендації щодо написання та поширення прес-анонсів та прес-релізів // Міністерство культури України. Київ: НМІУ, 2016. 8 с. [Электронный ресурс]: сайт. URL: https://www.academia.edu/29885393/%D0%9C%D0%B5%D1%82%D0%BE%D0%B4%D0%B8%D1%87%D0%BD%D1%96_%D1%80%D0%B5%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%B4%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%97_%D1%89%D0%BE%D0%B4%D0%BE_%D0%BD%D0%B0%D0%BF%D0%B8%D1%81%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8F_%D1%82%D0%B0_%D0%BF%D0%BE%D1%88%D0%B8%D1%80%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F_%D0%BF%D1%80%D0%B5%D1%81-%D0%B0%D0%BD%D0%BE%D0%BD%D1%81%D1%96%D0%B2_%D1%82%

D0%B0_%D0%BF%D1%80%D0%B5%D1%81-

%D1%80%D0%B5%D0%BB%D1%96%D0%B7%D1%96%D0%B2_2016_(дата звернення 20.03.2020).

6. Архитектор Ржепишевский. Записки старого Аккермана. [Електронний ресурс]: сайт. URL: <http://old-akkerman.livejournal.com/10731.html> (дата звернення 19.10.2018).

7. Багалеї Д. І. Миллер Д. П. Історія міста Харків за 250 років його існування (з 1655-го по 1905-й рік) // Істор. моногр. Харків, 1912. Т.2. 973 с. [Електронний ресурс]: сайт. URL: <https://www.twirpx.com/file/759880/> (дата звернення 27.12.2018).

8. Барановська Н. Експозиційна робота у діяльності музею // Historical and cultural studies. 2015. Vol. 2, Num. 1. С. 13-17. [Електронний ресурс]: сайт. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=hcs_2015_2_1_6 (дата звернення 15.04.2019).

9. Барановський Г. В. Архитектурная энциклопедия второй половины XIX века в 7 т. М.: АРТ-РОДНИК, 2006. [Електронний ресурс]: сайт. URL: <https://arch-heritage.livejournal.com/1235216.html> (дата звернення 27.12.2018).

10. Белофастова Т. Ю. Музеї в культурному просторі: еволюційний підхід // Вісник НАКККіМ. 2010. № 1. С. 53-57. [Електронний ресурс]: сайт. URL: file:///C:/Documents%20and%20Settings/Admin/%D0%A0%D0%B0%D0%B1%D0%BE%D1%87%D0%B8%D0%B9%20%D1%81%D1%82%D0%BE%D0%BB/Вісник_1_10.pdf (дата звернення 21.12.2019).

11. Белофастова Т. Ю. Музей у системі сучасних комунікацій // Вісник Державної академії керівних кадрів культури і мистецтв: Наук. журнал. 2009. № 4. С. 36 – 40

12. Бабіна Т. Олександр Ржепішевський: кам'яна симфонія модерну. [Електронний ресурс]: сайт. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=oSbN0-xOUEA&feature=youtu.be> (дата звернення 17.09.2019).

13. Божко Л. К. Проблеми комплектування фондів музеїв на сучасному етапі. [Електронний ресурс]: сайт. URL: <http://www.museum.dp.ua/article0525.html> (дата звернення 20.03.2020).

14. Бойко-Гагарін А. С. Музейний маркетинг. Київ : НАККИМ. 2016. 68 с. [Електронний ресурс]: сайт. URL: <https://mvduk.kiev.ua/wp-content/uploads/2019/01/%D0%B7%D0%B1%D1%96%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA-%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B1%D0%B01.pdf> (дата звернення 27.12.2020).

15. Брагар А. Московський період творчості архітектора польського походження Олександра Ржепишевського // Каразінські читання (історичні науки): Тези доповідей 70-ї міжнародної наукової конференції. – Х. : ХНУ імені В.Н. Каразіна. 2017. С. 152-153 [Електронний ресурс]: сайт. URL: <http://history.karazin.ua/themes/history/resources/830f35c9a58471d1cb1c2e33aba1be1b.pdf> (дата звернення 10.11.2018).

16. Вайдахер Ф. Загальна музеологія: Посібник / Перекл. з нім. В. Лозинський, О. Лянг, Х. Назаркевич. – Л.: Літопис, 2005. 628 с.

17. Велика Л. П. Музейне експозиційне мистецтво: монографія. Х.: ХДАК, 2000. 160 с.

18. Вітрик І. С. Коцар Л. О. Театралізована екскурсія: два підходи // Вісник Одеського Історико-Краєзнавчого Музею. випуск 15. [Електронний ресурс]: сайт. URL: <http://www.history.odessa.ua/publication15/stat06s.htm> (дата звернення 15.04.2019).

19. Волькович А. Ю. Модель музейної комунікації в концепції зарубіжних музеєзнавців // Музей в сучасній культурі. СПб, 1997. 220 с.

20. Гнедовский М. Б. Дукельский В. Ю. Музейная коммуникация как предмет музееведческого исследования // Музейное дело. Музей-Культура-Общество: сб. науч. трудов / ЦМР. М., 1992. С. 7

21. Гнедовский М. Б. Современные тенденции развития музейной коммуникации // Музееведение. Проблемы культурной коммуникации в музейной деятельности : сб. науч. тр. НИИ культуры. М., 1989. С. 16–34.

22. Голубик Т. С. Друкована реклама як вид поліграфічної продукції. [Електронний ресурс]: сайт. URL: <http://nz.uad.lviv.ua/static/media/2-53/12.pdf> (дата звернення 27.12.2020).
23. Гопенко І. В. Музей та засоби масової інформації // Музей на межі тисячоліть. Дніпропетровськ, 1999. 369 с.
24. Девятко И. Ф. Методы социологического исследования. Екатеринбург : Урал, 1998. 208 с. [Електронний ресурс]: сайт. URL: <http://www.sociologos.ru/upload/File/deviatko.pdf> (дата звернення 17.09.2019).
25. Дридзе Т. М. Социальная коммуникация как текстовая деятельность в семиосоцио-психологии // Общественные науки и современность. 1996. № 3. С. 145. [Електронний ресурс]: сайт. URL: <http://ecsosman.hse.ru/text/17779061/> (дата звернення 27.09.2019).
26. Дубенська О. М. Паблік рілейшнз як система популяризації музеїв України [Електронний ресурс]: сайт. URL: <http://dspace.tneu.edu.ua/bitstream/316497/17606/1/%D0%9C%D0%90%D0%93.%20%D0%94%D0%A3%D0%91%D0%95%D0%9D%D0%A1%D0%AC%D0%9A%D0%90.pdf> (дата звернення 27.09.2019).
27. Екскурсійна робота і основи музейної педагогіки // Вісімнадцяті Сумцовські читання : зб. матеріалів наук. конф. «Музей як соціокультур. ін-т в умовах інформ. суспільства». Х., 2012. С. 125-130 [Електронний ресурс]: сайт. URL: <http://museum.kh.ua/academic/sumtsov-conference/2012/article.html?n=21> (дата звернення 15.04.2019).
28. Закович М. М. Культурологія: українська та зарубіжна культура. К.: Знання, 2007. 589 с. [Електронний ресурс]: сайт. URL: http://www.ebk.net.ua/Book/cultural_science/zakovich_kulturologiya/part2/237.htm (дата звернення 27.12.2019).
29. Зодчий: Журнал архитектурный и художественно-технический // Ежемесячное периодическое издание Императорского Спб. Общества архитекторов. Спб.: 1972. 1918. [Електронний ресурс]: сайт. URL: <http://books.totalarch.com/magazines/architect> (дата звернення 27.12.2017).

30. Зодчий. 1909. № 17. С. 181. [Електронний ресурс]: сайт. URL: <http://books.totalarch.com/magazines/architect/1909> (дата звернення 27.12.2017).
31. Зодчий. 1909. № 15. С. 159–160. [Електронний ресурс]: сайт. URL: <http://books.totalarch.com/magazines/architect/1909> (дата звернення 27.12.2017).
32. Зодчий. 1909. № 19. С. 206-207 [Електронний ресурс]: сайт. URL: <http://books.totalarch.com/magazines/architect/1909> (дата звернення 27.12.2017).
33. Зодчий. 1909. № 38. С. 377–378. [Електронний ресурс]: сайт. URL: <http://books.totalarch.com/magazines/architect/1909> (дата звернення 27.12.2017).
34. Іванець О. Творчо-ігровий простір музею // Острозький краєзнавчий збірник. С. 338-341 [Електронний ресурс]: сайт. URL: <https://eprints.oa.edu.ua/2584/1/Oksana%20Ivanets.pdf> (дата звернення 17.12.2019).
35. Иконников А. В. Мац И. Л. Орлов Г. М. Мастера архитектуры об архитектуре. Зарубежная архитектура. Конец XIX – XX век. М.: Искусство, 1972. 684 с. [Електронний ресурс]: сайт. URL: http://books.totalarch.com/masters_of_architecture_about_architecture (дата звернення 21.12.2017).
36. Ільясова Л. С. Сучасні форми та методи рекламної роботи музею // Національний музей історії України: його фундатори та колекції. К., 1999. С. 169-174.
37. Каган М. С. Музей в системі культури // Питання мистецтвознавства - 1994. №4. С. 445-460. [Електронний ресурс]: сайт. URL: http://www.vir.nw.ru/wp-content/uploads/2018/09/Kagan-M.S.-Filosofiya-kultury_filosofiya.pdf (дата звернення 20.03.2020).
38. Календар знаменних і пам'ятних дат Харківщини на 2014 рік : реком. бібліогр. покажч. Упр. культури і туризму Харк. обл. держ. адмін. // Харк. обл. універс. наук. б-ка. Х.: 2013. 38 с. [Електронний ресурс]: сайт. URL: <http://library.kharkov.ua/libdruk/LibKh-00000000001.pdf> (дата звернення 09.02.2020).

39. Камерон Д. Музей: храм или форум? // Музейное дело. Музей – культура – общество: Сб. науч. тр. / НИИ культуры. Вып. 21. М., 1992. С. 259-275.

40. Кеворкян К. Первая столица. [Электронный ресурс]: сайт. URL: <http://1stolica.com.ua/wp-content/uploads/Books/ККеворкян-первая-столitsa.pdf> (дата звернення 14.12.2017).

41. Кириченко Е. И. Русская архитектура 1830-1910-х годов. М.: Искусство, 1982. 400 с. [Электронный ресурс]: сайт. URL: <http://tehne.com/library/kirichenko-e-i-russkaya-arhitektura-1830-1910-h-godov-moskva-1978> (дата звернення 27.12.2017).

42. Кифяк О. В. Руденко М. М. Маркетинг у музейній справі: теоретико-прикладні аспекти // Економічні науки. 2010. Вип. 2. [Электронный ресурс]: сайт. URL: http://infotour.in.ua/kyfjak_o4.htm (дата звернення 15.10.2020).

43. Ключко А. Три любви Александра Ржепишевского // Вечерний Харьков. 2007. 4 июня. [Электронный ресурс]: сайт. URL: <http://vecherniy.kharkov.ua/news/12063/> (дата звернення 10.11.2020).

44. Ковешникова Е. А. Музейный экспонат как информационный текст межкультурной коммуникации // Вестник КемГУКИ. 2010. №13 С. 115-125. [Электронный ресурс]: сайт. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/muzeynyy-eksponat-kak-informatsionnyy-tekst-mezhkulturnoy-kommunikatsii/viewer> (дата звернення 09.02.2021).

45. Котлер Н. Котлер Ф. Котлер В. Музейный маркетинг і стратегія : формування місії, залучення публіки, збільшення доходів і ресурсів / Пер. з англ. К.: Видавничий дім «Стилос», 2010. 528 с. [Электронный ресурс]: сайт. URL: http://pmu.in.ua/museum_pedagogics/e-lib/e-lib/ (дата звернення 20.03.2020).

46. Кривошеева Т. Сувенирная продукция в музеях – инструмент эмоциональной коммуникации с посетителями // Современные проблемы сервиса и туризма. №2. 2016. Том 10. С. 29 – 37. [Электронный ресурс]: сайт. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/suvenirnaya-produktsiya-v-muzeyah->

instrument-emotsionalnoy-kommunikatsii-s-posetiteliyami (дата звернення 27.12.2020).

47. Кублицкая Е. Е. Состояние и динамика жилой застройки Харькова начала XX века. // Сучасні проблеми архітектури та містобудування: Наук.-техн. збірник. К.: КНУБА, 2015. Вип. 40. С. 56-64. [Електронний ресурс]: сайт. URL: <http://library.knuba.edu.ua/books/zbirniki/01/201540.pdf> (дата звернення 17.09.2019).

48. Культура участия: музей как пространство диалога и сотрудничества / Под ред. Д. Агапова. СПб., 2015. 157 с. [Електронний ресурс]: сайт. URL: http://cecartslink.org/pdf/2015/%D0%9A%D1%83%D0%BB%D1%8C%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B0_%D0%A3%D1%87%D0%B0%D1%81%D1%82%D0%B8%D1%8F.pdf (дата звернення 27.12.2020).

49. Куцаєва Т. О. Методичні рекомендації щодо проведення типової оглядової екскурсії // Національний музей історії України. К., 2017. 24 с. [Електронний ресурс]: сайт. URL: https://www.academia.edu/35434647/%D0%9A%D1%83%D1%86%D0%B0%D1%94%D0%B2%D0%B0_%D0%A2._%D0%9E._%D0%9C%D0%B5%D1%82%D0%BE%D0%B4%D0%B8%D1%87%D0%BD%D1%96_%D1%80%D0%B5%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%B4%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%97_%D1%89%D0%BE%D0%B4%D0%BE_%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B5%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F_%D1%82%D0%B8%D0%BF%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D1%97_%D0%BE%D0%B3%D0%BB%D1%8F%D0%B4%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D1%97_%D0%B5%D0%BA%D1%81%D0%BA%D1%83%D1%80%D1%81%D1%96%D1%97_FAQ_%D0%B7%D0%B0%D0%BF%D0%B8%D1%82%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8F_%D1%89%D0%BE_%D1%87%D0%B0%D1%81%D1%82%D0%BE_%D0%B2%D0%B8%D0%BD%D0%B8%D0%BA%D0%B0%D1%8E%D1%82%D1%8C_%D1%82%D0%B8%D0%BF%D0%BE%D0%B2%D1%96_%D1%81%D0%B8%D1%82%D1%83%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%97_%D1%82%D0%B0_%D0%B7%D0%B0%D0%B2%D0%B4%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8F_%D0%B4%

D0%BB%D1%8F_%D1%81%D0%B0%D0%BC%D0%BE%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D1%82%D1%80%D0%BE%D0%BB%D1%8E_2017_ (дата звернення 17.12.2018).

50. Лассуэлл Г. Структура и функции коммуникации в обществе. [Электронный ресурс]: сайт. URL: <http://marketing-course.ru/model-lasswell/> (дата звернення 27.12.2020).

51. Лещенко А. Г. Кеннет Хадсон о социальной истории музеев. [Электронный ресурс]: сайт. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kennet-hadson-o-sotsialnoy-istorii-muzeev-1/viewer> (дата звернення 27.12.2020).

52. Литвинов В. В. Практика сучасної експозиції. М.: Плакат, 1989. 234 с. [Электронный ресурс]: сайт. URL: <https://www.twirpx.com/file/1083711/> (дата звернення 15.04.2019).

53. Лейбфрейд А. Ю. Полякова Ю. Ю. Харьков. От крепости до столицы: Заметки о старом городе. Х.: Фолио, 1998. 335 с.

54. Лейбфрейд А. Дома с собственными квартирами // Слобода. 1992. № 54. [Электронный ресурс]: сайт. URL: <https://ngeorgij.livejournal.com/50289.html> (дата звернення 17.04.2019).

55. Лобанова (Тортіка) М. В. Проблема модернізації та її музейно-комунікаційна інтерпретація // П'ятнадцяті Сумцовські читання : зб. матеріалів наук. конф. Х., 2009. С. 67-68. [Электронный ресурс]: сайт. URL: <http://museum.kh.ua/docs/15SumtsovConference2009.pdf> (дата звернення 27.12.2020).

56. Луман Н. Невероятные коммуникации. Проблемы теоретической социологии. СПб., 2000. Вып. 3. С. 43. [Электронный ресурс]: сайт. URL: <https://gtmarket.ru/laboratory/expertize/2972> (дата звернення 20.03.2020).

57. Луман Н. Что такое коммуникация? // Социологический журнал. 1995. №5. С. 114. [Электронный ресурс]: сайт. URL: <https://gtmarket.ru/laboratory/expertize/2954> (дата звернення 20.03.2020).

58. Макдональд Дж. Музей будущего в «глобальной деревне» // Museum-1987. № 155. С. 87-93. [Электронный ресурс]: сайт. URL: <http://www.museum.dp.ua/article0140.html> (дата звернення 10.11.2020).

59. Маклюэн Г. Понимание Медиа: Внешние расширения человека / Перекл. с англ. В. Г. Николаев. М., 2003. 464 с. [Электронный ресурс]: сайт. URL: http://yanko.lib.ru/books/media/mcluhan-understanding_media.pdf (дата звернення 27.12.2020).

60. Маленька музейна статистика 2015-го року [Электронный ресурс]: сайт. URL: <http://www.prostir.museum.ua/post/36383> (дата звернення 27.02.2020).

61. Маньковська Р. В. Музей і суспільство: основні форми комунікації. [Электронный ресурс]: сайт. URL: http://dspace.univer.kharkov.ua/bitstream/123456789/12147/2/08_mankovska.pdf (дата звернення 27.12.2020).

62. Маньковська Р. В. Сучасні музейні комунікації та перспективи їх розвитку. Краєзнавство. 2013. Вип.3. С. 75-84. [Электронный ресурс]: сайт. URL: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/166942/13-Mankovska.pdf?sequence=1> (дата звернення 07.09.2020).

63. Мартем'янова Н. С. До питання про умови особистісно-орієнтованої, розвиваючої освіти у музейному середовищі // XVIII Сумцовські читання : Музей як соціокультурний інститут в умовах інформаційного суспільства. Х.: Майдан, 2012. С. 119–124 [Электронный ресурс]: сайт. URL: <http://museum.kh.ua/academic/sumtsov-conference/2012/article.html?n=20> (дата звернення 21.12.2020).

64. Мартем'янова Н. С. Музейна педагогіка в організації культурно-освітньої діяльності музею // Вісник Харківської державної академії культури. 2013. Вип. 39. С. 257-263. [Электронный ресурс]: сайт. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21R

EF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03
=FILA=&2_S21STR=hak_2013_39_34 (дата звернення 21.12.2020).

65. Метод фокус-груп - Высшая школа экономики. [Электронный ресурс]: сайт. URL: <https://school.hse.ru/nis/focusgroup> (дата звернення 15.10.2020).

66. Михайловская А. И. Музейная экспозиция (Организация и техника). М.: 1984. 132 с. [Электронный ресурс]: сайт. URL: https://www.academia.edu/38565713/%D0%9C%D1%83%D0%B7%D0%B5%D0%B9%D0%BD%D0%BE%D0%B5_%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE_%D0%B2_%D1%82%D1%80%D1%83%D0%B4%D0%B0%D1%85_%D0%BC%D1%8B%D1%81%D0%BB%D0%B8%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%B9_%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%B5%D1%86_XIX_-_%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%B5%D1%86_XX_%D0%B2 (дата звернення 27.02.2021).

67. Мишуровская О. С. Семиотический анализ знаковой специфики музейного предмета // Вестник Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина. 2011. С. 205-211. [Электронный ресурс]: сайт. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/semioticheskiy-analiz-znakovoy-spetsifiki-muzeynogo-predmeta> (дата звернення 15.09.2019).

68. Модели коммуникации: Модель Ньюкомба. [Электронный ресурс]: сайт. URL: <https://marketing-course.ru/nyukomb-model/> (дата звернення 20.03.2020).

69. Музейная коммуникация: модели, технологии, практики / под ред. В.Ю. Дукельского. М., 2010. 199 с. [Электронный ресурс]: сайт. URL: <http://www.future.museum.ru/lmp/books/archive/Mus&Comm.pdf> (дата звернення 20.03.2020).

70. Музей у сучасному світі: традиціоналізм і новаторство: Праці ГІМ. Вип. 104. М., 1999. 13 с.

71. Новый музей Гауди в Барселоне - дом Висенс. [Электронный ресурс]: сайт. URL: <https://www.barcelona-excurs.org/2017/11/15/%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D1%8B%D0%B9-%D0%BC%D1%83%D0%B7%D0%B5%D0%B9-%D0%B3%D0%B0%D1%83%D0%B4%D0%B8-%D0%B2-%D0%B1%D0%B0%D1%80%D1%81%D0%B5%D0%BB%D0%BE%D0%BD%D0%B5-%D0%B4%D0%BE%D0%BC-%D0%B2%D0%B8%D1%81%D0%B5%D0%BD%D1%81/> (дата звернення 20.04.2020).

72. Никишин Н. А. Музей в глобальных сетях электронной телекоммуникации. / Музей и новые технологии// На пути к музею XXI века. С. 124-137 [Электронный ресурс]: сайт. URL: http://www.future.museum.ru/lmp/books/archive/mus&n_t.pdf (дата звернення 09.02.2021).

73. Никишин Н. А. Музейные средства: знаки и символы // Музейная экспозиция. Теория и практика. Искусство экспозиции. Новые сценарии и концепции (На пути к музею XXI века) : сб. науч.тр. / РИК. М., 1997. С. 26. [Электронный ресурс]: сайт. URL: http://www.museum.ru/future/lmp/books/archive/Mus_Expo.pdf (дата звернення 20.03.2020).

74. Озерянская И. М. Эпистолярные комплексы в собрании Одесского историко-краеведческого музея (по материалам семейного архива Ржепишевских, кон. XIX — нач. XX в.) // Науковий збірник. № 15. Одеса: Астропринт, 2016. С. 115-124. [Электронный ресурс]: сайт. URL: <http://www.history.odessa.ua/publication15/pdf/50.pdf> (дата звернення 20.04.2020).

75. Основні принципи і сучасні вимоги підготовки і проведення оглядових екскурсій [Электронный ресурс]: сайт. URL: http://195.78.68.75/mcu/control/uk/publish/article?art_id=245471157&cat_id=245470952 (дата звернення 27.12.2020).

76. Памятная книжка Одесского учебного округа на 1913 – 1914 учебный год. Одесса: Русская Речь, 1914. 590 с. [Электронный ресурс]: сайт. URL: <http://www.pravoslavnoe-duhovenstvo.ru/library/material/1521/> (дата звернення 27.04.2019).

77. Печерська Н. Філософія Гауді: чим унікальні творіння славетного архітектора. [Електронний ресурс]: сайт. URL: https://24tv.ua/filosofiya_gaudi_chim_unikalni_tvorinnya_slavetnogo_arhitektora_n_1099472 (дата звернення 27.12.2019).

78. Подгорецки Ю. Социальная коммуникация – наука XXI века. [Электронный ресурс]: сайт. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/sotsialnaya-kommunikatsiya-nauka-xxi-veka> (дата звернення 20.03.2020).

79. Поляков Т. П. Как делать музей? (О методах проектирования музейной экспозиции). М.: Издательство Российского института культурологии, 1997. 170 с. [Электронный ресурс]: сайт. URL: <http://www.museum.ru/future/lmp/books/archive/polyakov.pdf> (дата звернення 21.12.2020).

80. Портер Дж. Роль музея как средства коммуникации // Museum, 1983. №138. С. 10.

81. Почепцов Г. Г. Комунікативний інжиніринг: теорія і практика М.: Альтерпрес, 2008. 407 с. [Электронный ресурс]: сайт. URL: https://corpmedia.ru/professionalnaya_literatura/pochepcov_gg_kommunikativnyj_i_nzhiniring_teoriya_i_praktika_seriya_kommunikaciya_strategiya/ (дата звернення 17.09.2019).

82. Почепцов Г. Г. Комунікативні технології двадцятого століття М.: Рефлбук, К.: Ваклер, 2000. 352 с. [Электронный ресурс]: сайт. URL: <https://www.twirpx.com/file/111868/> (дата звернення 27.12.2020).

83. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации. М.: Ваклер, К.: Рефл-бук, 2001. 656 с.

84. Прокопенко Є. В. Музей та засоби масової інформації на сучасному етапі // Музей на межі тисячоліть: минуле, сьогодні, перспективи. Збірник

тез доп. та повід. міжнародної наук. конференції. Дніпропетровськ, 1999. 177 с. [Електронний ресурс]: сайт. URL: <http://www.museum.dp.ua/museum-massmedia.html> (дата звернення 09.02.2021).

85. Пятигорский А. Избранные труды М.: Школа «Языки русской культуры», 1996. 590 с. [Електронний ресурс]: сайт. URL: <https://www.twirpx.com/file/2369461/> (дата звернення 27.12.2020).

86. Різун В. До питання про соціальнокомунікаційний підхід у науці // Комунікація. 2010. № 1. С. 27-37. [Електронний ресурс]: сайт. URL: http://journalib.univ.kiev.ua/Socialniy_pidhid.pdf (дата звернення 20.02.2020).

87. Салахов Р. Каазик Е. 3-D-технологии в экспозиционной деятельности музеев изобразительного искусства // Мир искусств: Вестник Международного института антиквариата 2015. С.86-88. [Електронний ресурс]: сайт. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/3d-tehnologii-v-ekspozitsionnoy-deyatelnosti-muzeev-izobrazitel'nogo-iskusstva> (дата звернення 27.12.2020).

88. Семиотическая модель коммуникации Ю.М. Лотмана [Електронний ресурс]: сайт. URL: <https://myfilology.ru/149/semioticheskaya-model-kommunikaczii-yum-lotmana/> (дата звернення 17.09.2019).

89. Соколов А. В. Общая теория социальной коммуникации. СПб.: Издательство Михайлова, 2002. 449 с. [Електронний ресурс]: сайт. URL: <http://www.eartist.narod.ru/text16/073.htm> (дата звернення 27.12.2020).

90. Сотникова С.И. Музеология. М., 2004. 190 с. [Електронний ресурс]: сайт. URL: <https://www.google.ru/search?hl=ru&q=%D0%A1%D0%BE%D1%82%D0%BD%D0%B8%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D0%B0+%D0%A1.%D0%98. +%D0%9C%D1%83%D0%B7%D0%B5%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D1%8F. +%E2%80%93+%D0%9C.%2C+2004&btnG=%D0%9F%D0%BE%D0%B8%D1%81%D0%BA+%D0%B2+Google&lr> (дата звернення 17.12.2020).

91. Сошнікова О. М. Музей як центр культурної комунікації. [Електронний ресурс]: сайт. URL: <http://museum.kh.ua/academic/sumtsov-conference/2014/article.html?n=886> (дата звернення 27.10.2020).

92. Сошнікова О. М. Музей в системі «суспільства споживання»: пошуки нових рішень // Вісімнадцяті Сумцовські читання : зб. матеріалів наук. конф. Х., 2012. С. 3-10 [Електронний ресурс]: сайт. URL: <http://museum.kh.ua/academic/sumtsov-conference/2012/article.html?n=1> (дата звернення 27.10.2020).

93. Стронг Р. Музей и коммуникация // Museum. 1983. № 138. С. 3–9.

94. Тітінюк Ю. О. Методика художнього формування сучасної музейної експозиції // Сімнадцяті сумцовські читання. Матеріали наукової конференції. Х.: Майдан, 2011. С 19-29. [Електронний ресурс]: сайт. URL: <http://museum.kh.ua/docs/17SumtsovConference2011.pdf> (дата звернення 21.11.2020).

95. Товкач О. А. Освітні функції музейної педагогіки у навчально – виховному процесі школи. [Електронний ресурс]: сайт. URL: https://www.psyh.kiev.ua/%D0%A2%D0%BE%D0%B2%D0%BA%D0%B0%D1%87_%D0%9E.%D0%90.,_%D0%A2%D0%BE%D0%B2%D0%BA%D0%B0%D1%87_%D0%9E.%D0%92._%D0%9E%D1%81%D0%B2%D1%96%D1%82%D0%BD%D1%96_%D1%84%D1%83%D0%BD%D0%BA%D1%86%D1%96%D1%97_%D0%BC%D1%83%D0%B7%D0%B5%D0%B9%D0%BD%D0%BE%D1%97_%D0%BF%D0%B5%D0%B4%D0%B0%D0%B3%D0%BE%D0%B3%D1%96%D0%BA%D0%B8_%D1%83_%D0%BD%D0%B0%D0%B2%D1%87%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE_%E2%80%93_%D0%B2%D0%B8%D1%85%D0%BE%D0%B2%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D1%83_%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%86%D0%B5%D1%81%D1%96_%D1%88%D0%BA%D0%BE%D0%BB%D0%B8 (дата звернення 27.12.2020).

96. Тортіка М. В. Музейна комунікація: культурна профанація або складова гуманітарного тренда доби постмодерну // Вісник ХНПУ імені Г. С. Сковороди «Філософія». № 50. [Електронний ресурс]: сайт. URL: <http://journals.hnpu.edu.ua/index.php/philosophy/article/view/952> (дата звернення 07.02.2021).

97. Тортіка О. О. Тортіка (Лобанова) М. В. Витоки концепції музейної комунікації та її інтепретація в сучасному соціокультурному просторі // Двадцять перші Сумцовські читання : зб. матеріалів Всеукр. наук. конф. Харків, 2015. С. 128-132. [Електронний ресурс]: сайт. URL: <http://museum.kh.ua/docs/21SumtsovConference2015.pdf> (дата звернення 21.02.2021).

98. Трофименко Т. М. Інтерактивні методи роботи з відвідувачами як різновид музейної комунікації // XVIII Сумцовські читання : Музей як соціокультурний інститут в умовах інформаційного суспільства. Харків: Майдан, 2012. С. 30–34 [Електронний ресурс]: сайт. URL: <http://museum.kh.ua/academic/sumtsov-conference/2012/article.html?n=5> (дата звернення 17.09.2019).

99. Функциональная модель коммуникации Якобсона. [Електронний ресурс]: сайт. URL: https://wiki2.org/ru/%D0%A4%D1%83%D0%BD%D0%BA%D1%86%D0%B8%D0%BE%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B0%D1%8F_%D0%BC%D0%BE%D0%B4%D0%B5%D0%BB%D1%8C_%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BC%D1%83%D0%BD%D0%B8%D0%BA%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%B8_%D0%AF%D0%BA%D0%BE%D0%B1%D1%81%D0%BE%D0%BD%D0%B0 (дата звернення 27.09.2020).

100. Шеннон К. Работы по теории информации и кибернетике. [Електронний ресурс]: сайт. URL: http://cyber.sibsutis.ru:82/ELENA_M/%D0%A2%D0%98/%D0%9B%D0%B8%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%B0%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B0_%D0%A2%D0%98/%D0%A8%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D0%BE%D0%BD_%D0%A0%D0%B0%D0%B1%D0%BE%D1%82%D1%8B_%D0%BF%D0%BE_%D1%82%D0%B5%D0%BE%D1%80%D0%B8%D0%B8_%D0%B8%D0%BD%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%B8_%D0%B8_%D0%BA%D0%B8%D0%B1%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B5_1963.pdf (дата звернення 22.12.2019).

101. Южный край. 1911. 4 января. [Электронный ресурс]: сайт. URL: https://galinfo.com.ua/news/onlayn_pidbirka_gazety_yuzhniy_kray_za_18801919_r_oku_251424.html (дата звернення 21.12.2020).

102. Южный край. 1910. 20 февраля. [Электронный ресурс]: сайт. URL: https://galinfo.com.ua/news/onlayn_pidbirka_gazety_yuzhniy_kray_za_18801919_r_oku_251424.html (дата звернення 21.12.2020).

103. Южный край. 1912. 10 марта. [Электронный ресурс]: сайт. URL: https://galinfo.com.ua/news/onlayn_pidbirka_gazety_yuzhniy_kray_za_18801919_r_oku_251424.html (дата звернення 21.12.2020).

104. Южный край. 1913. 18 марта. [Электронный ресурс]: сайт. URL: https://galinfo.com.ua/news/onlayn_pidbirka_gazety_yuzhniy_kray_za_18801919_r_oku_251424.html (дата звернення 21.12.2020).

105. Южный край. 1913. 20 июня. [Электронный ресурс]: сайт. URL: https://galinfo.com.ua/news/onlayn_pidbirka_gazety_yuzhniy_kray_za_18801919_r_oku_251424.html (дата звернення 21.12.2020).

106. Юхневич М. Ю. Музейная педагогика за рубежом. Лаборатория музейного проектирования // Рос. инс-т культурологи. 1997. 73 с. [Электронный ресурс]: сайт. URL: <https://www.twirpx.com/file/192095/> (дата звернення 15.04.2019).

107. Ядов В. А. Социологические исследования: методология, программы, методы [Электронный ресурс]: сайт. URL: http://univer.nuczu.edu.ua/tmp_metod/658/Yadov.pdf (дата звернення 20.04.2020).

108. Яковець І. О. Комунаційний простір сучасного музею як одна з основних категорій теорії музейної комунікації // Вісник ХДАДМ. Теорія та історія мистецтва. 2014. № 4–5 С. 129 – 133. [Электронный ресурс]: сайт. URL: <https://www.visnik.org/pdf/v2014-04-05-23-yakovets.pdf> (дата звернення 22.03.2020).

109. Ясиевич В. Е. Архитектура Украины на рубеже XIX – XX вв. К.: Будівельник, 1988. 184 с. [Электронный ресурс]: сайт. URL:

http://www.alyoshin.ru/Files/publika/yasievich/yasievich_ukr.html (дата звернення 07.03.2019).