МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА

Кваліфікаційна наукова праця
на правах рукопису

БІЛЮК ЮЛІЯ ЕДУАРДІВНА

УДК: 811.111’ 81`42 ’ 81`22:069.1(410):65

ДИСЕРТАЦІЯ
“МУЛЬТИМОДАЛЬНИЙ ДИСКУРС БРИТАНСЬКИХ МУЗЕЇВ”

Спеціальність 035 – Філологія
Галузь знань 03 – Гуманітарні науки

Подається на здобуття наукового ступеня **доктора філософії (PhD)**

Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

_____ **Ю.Е. Білюк**

Науковий керівник: **Бєлова Алла Дмитрівна**,
Доктор філологічних наук, професор

Київ – 2026

АНОТАЦІЯ

Білюк Ю.Е. Мультимодальний дискурс британських музеїв. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філософії з галузі знань 03 “Гуманітарні науки” за спеціальністю 035 “Філологія”. – Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ, 2026.

Дисертація присвячена системному дослідженню мультимодального дискурсу провідних музеїв Великої Британії у контексті трансформацій комунікативних практик XXI століття. Теоретичну основу роботи становлять соціальна семіотика, теорія мультимодальності, дискурс-аналіз, мультимодальний аналіз дискурсу, візуальна семіотика, а також концепції нової, соціальної й цифрової музеології. Музей розглядається як багатокомпонентне інституційне середовище, у якому значення формується завдяки взаємодії різнорідних семіотичних ресурсів, інтегрованих у простір експозиції та інтерфейс цифрових сервісів, що у комплексі дозволяє генерувати смислотворчі процеси, сторітелінг, характерний для гібридного дискурсу музеїв.

Емпіричну базу дослідження становлять матеріали експозицій 27 музеїв, палацових і замкових комплексів, а також фотодокументація інтерактивних станцій, тактильних зон і об’єктів, інформаційних панелей, навігаційних рішень, мультимедійних ефектів і цифрових елементів, зафіксовані (2022-2025) під час відвідування відомих музеїв у Лондоні, Оксфорді, Кембріджі, Брайтоні, Віндзорі, Арунделі, Ворвіку, Вудстоку: Victoria and Albert Museum, British Museum, The National Gallery, National Portrait Gallery, Science Museum (London), Natural History Museum (London), Ashmolean Museum, Oxford University Museum of Natural History, University Museum of Zoology, Cambridge, The Polar Museum (Scott Polar Research Institute), University of Cambridge, Saatchi Gallery (Vision & Virtuosity by Tiffany & Co.), Tate Museum, Madame Tussauds, Brighton Museum & Art Gallery, Apsley House (The Wellington Museum), Tower of London, Kensington Palace, Hampton Court Palace, Buckingham Palace (The King’s Gallery), Windsor Castle, Blenheim Palace, Colchester Castle, Arundel Castle, Warwick Castle, а також

музейних локацій у Стратфорд-апон-Ейвоні, пов'язаних із Вільямом Шекспіром (Shakespeare's Birthplace, Shakespeare's Schoolroom & Guildhall, Shakespeare's New Place).

Онлайн-джерела охоплюють офіційні вебсайти п'яти найбільших провідних музеїв Великої Британії: British Museum, V&A, Natural History Museum, The National Gallery, National Portrait Gallery, а також профілі інституцій у соціальних медіа, зокрема в Instagram, Facebook і TikTok; додатково враховано матеріали Royal Collection Trust (News and features), що відображають розвиток музейного дискурсу інституційну комунікацію, анонсування виставкових проєктів, зв'язок з аудиторією в онлайн просторі. Матеріал включає короткі пояснювальні тексти, лінійні структури слайдів, інтерфейсні переходи між блоками, карусельні публікації та короткі відео, що забезпечують різні режими подання музейного змісту. Узгодження просторових, візуальних, вербальних і цифрових компонентів визначає спосіб подання матеріалу, а поєднання інтерактивних рішень із сенсорними й візуально-текстовими форматами посилює аналітичне опрацювання інформації та підтримує пізнавальну активність відвідувачів у фізичних і цифрових середовищах.

Перший розділ "Теоретичні засади вивчення дискурсу музеїв як складника новітнього комунікативного континууму" формує методологічну рамку аналізу музейної комунікації як дискурсивного середовища, у складі якого мовні практики співвіднесені з мультимодальним і мультисенсорним підходами до створення сучасного комунікативного простору, соціальним контекстом, жанровими нормами, правилами доступу до висловлення та комунікативними ролями учасників. Розділ містить огляд фундаментальних праць і публікацій 2010-2020х років з аналізу дискурсу, критичного аналізу дискурсу, соціальної семіотики, мультимодального аналізу дискурсу, теорії мультимодальності. Огляд сучасних дискурсивних досліджень уточнює трактування дискурсу як багаторівневого комунікативного утворення, у якому створення смислів пов'язане з інституційними процедурами пояснення, категоризації та легітимації. У музейному контексті така перспектива підводить до аналізу

експозиційного й цифрового повідомлення як системи дискурсивних рішень, пов'язаних із відбором тем, способом подання матеріалу, межами інтерпретації та очікуваними реакціями адресата. Концептуалізація мультимодальності обґрунтовує вихід за межі візуальної і вербальної площини й зосередження на взаємодії модусів, кожен із яких має соціально закріплені можливості смислотворення. Експозиція внаслідок такого підходу описується як складна конфігурація об'єктів, образів, вербальних написів, світла, звуку, маршруту руху й тілесних практик сприйняття, інтерактивності, що утворюють спільний смисловий контур і підтримують керування увагою, ритмом та темпом інтерпретації. Узагальнення нових музеологічних підходів уточнює інституційну позицію музею як публічного посередника між артефактом і сучасними режимами споживання інформації, а окреслення жанрових параметрів онлайн-комунікації підводить до розуміння цифрового середовища музею як простору, у якому формат, інтерфейс і алгоритмічна видимість стають чинниками дискурсивної організації.

Другий розділ "Мультимодальні, мультисенсорні, інтерактивні компоненти сучасного дискурсу музеїв" спрямовано на аналіз гібрідного експозиційного середовища, у якому смисл формується через узгодження модусів і семіотичних ресурсів, а інтерпретація вибудовується маршрутом руху, навігаційними підказками, точками концентрації уваги та дизайном інформаційних елементів. Експозиційний сценарій постає інструментом упорядкування інформації та комунікації, що визначає логіку доступу до знання й спосіб інтерпретації в просторі, тоді як навігаційні рішення (вступні блоки теми, зонування, типографічна ієрархія, піктограми, колірні коди, нумерація, схеми, мапи, аудіогіди) задають послідовність опрацювання змісту. Розподіл функцій модусів за принципом взаємодоповнення: текстові елементи забезпечують інституційне пояснення й термінологічне рамкування; візуальні ресурси підтримують наочність і зіставлення; просторові рішення організують порядок огляду та зв'язки між тематичними блоками; оригінальні об'єкти підсилюють ефект автентичності; світло й звук задають параметри сприйняття

та емоційного налаштування, формуючи атмосферність і керованість досвіду. Вербальний модус представлений не лише традиційнимі короткими текстами музейних експозицій, а й інструкціями, імперативами, запитаннями, які мають регуляторний характер, сприяють створенню емоційного задоволення. У сучасних динамічних мультимодальних і мультисенсорних експозиціях спостерігається синергія тексту і зображення, що підсилює інформативність і спрямовує увагу відвідувача на ключові ознаки експонатів. Мультисенсорний вимір розкривається крізь практики тактильного ознайомлення та сенсорні платформи, у яких дозвіл на дотик, матеріальні зразки, реконструктивні компоненти й сенсорні модулі переводять сприйняття з режиму споглядання в режим практичного опрацювання матеріалу. Інтерактивний складник музейної комунікації вводить режим участі, що реалізується через директивні мовленнєві акти (короткі інструкції, імперативні формули, модальні маркери дозволу або заборони, індикатори послідовності кроків, застереження), унаслідок чого інтерпретація набуває форми дії, а когнітивна робота відвідувача моделюється як виконання послідовних операцій. Гейміфікація описана як спосіб сценарування участі відвідувача, де завдання, правила, рольові моделі, пошукові механіки й предметна взаємодія конструюють навчальний досвід у форматі гри, підтримуючи зворотний зв’язок і триваліше утримання уваги в просторі музею; тематичні заходи в палацах і замках демонструють поєднання історичного наративу з ігровою взаємодією, коли маршрут, підказки та маркери організують занурення й участь.

Третій розділ “Мультимодальність у стратегіях медіатизації музеїв” присвячено аналізу цифрової музейної комунікації як медіатизованого середовища, у якому інституційний смисл конструюється координацією інтерфейсних рішень, вербально-візуальних комплексів, аудіальних форматів і механізмів цифрової взаємодії. Медіатизація визначає способи організації музейного змісту в цифровому середовищі. Вебсайти провідних музеїв утворюють автономні експозиційні простори в цифровому форматі: провідний медіавізуальний елемент головної сторінки, структуровані навігаційні меню,

тематичні кластери розділів, контрастна типографіка, модульність подання й системи гіперпосилань формують керований сценарій входження користувача в інституційний простір та закріплюють модель музею як комунікативно-освітньої інституції. Цифровий дискурс у контексті доступності й інклюзивності аналізується через інтеграцію транскриптів, аудіоописів, посилань на адаптовані медіаверсії та узгоджену візуальну навігацію, що розширюють можливості ознайомлення з контентом і стабілізують інтерпретацію для різних груп користувачів. Освітньо-розважальні й дитячо-орієнтовані формати побудовано за логікою навчального завдання: користувач виконує послідовні дії, повторює кроки, обирає варіанти, співвідносить отримані сигнали з підказками інтерфейсу, унаслідок чого знання формується в результаті самостійного опрацювання матеріалу, а не пасивного перегляду. Соціальні платформи (Instagram, Facebook, TikTok) забезпечують публічне позиціонування інституції та підтримують емоційний зв'язок з аудиторією, де трансляційна логіка поступається логіці керованої участі: Stories, жанрово організовані мікроформати, карусельні публікації, короткі відео та інтерактивні механіки створюють послідовність інтерпретації через переходи між екранами, опції вибору, реакції, голосування та мініквізи, а інтерфейсні мікротексти оформлюють запрошення до дії та режим виконання завдання. Подкасти й блоги подано як формати розгорнутої комунікації, орієнтовані на триваліше утримання теми та пояснення складних аспектів; аудіоконтент супроводжується транскрипціями, ілюстраціями та додатковими матеріалами, а інтеграція із зовнішніми сервісами збільшує охоплення й підтримує інституційну видимість поза межами музейних платформ. Тематичне розгортання цифрових епізодів і публікацій демонструє включення музеїв у соціально значущі дискусії та водночас підтримує інституційний контроль над рамкою інтерпретації через добір тем, риторику довіри й стандартизовані способи пояснення.

Ключові слова: гейміфікація, дискурс, інтерактивний, медіа, медіатизація, модус, музей, мультимодальний, синергія тексту і зображення, соціальна семіотика, створення смислів.

ABSTRACT

Biliuk J.E. Multimodal discourse at British museums. – Qualification scientific work on the rights of the manuscript.

Thesis for the degree of Doctor of Philosophy in the field of 03 “Humanities” (035 – “Philology”). – Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ministry of Education and Science of Ukraine. Kyiv, 2026.

The dissertation offers a systematic study of the multimodal discourse of leading museums in Great Britain in the context of the transformation of communicative practices in the twenty-first century. Its theoretical foundation comprises social semiotics, theories of multimodality, discourse analysis, multimodal discourse analysis, visual semiotics, as well as the concepts of new, social, and digital museology. The museum is regarded as a multi-component institutional environment in which meaning is formed through the interaction of heterogeneous semiotic resources integrated into the exhibition space and the interface of digital services, which together make it possible to generate meaning-making processes and storytelling characteristic of the hybrid discourse of museums.

The empirical basis of the study consists of materials from the exhibitions of 27 museums, palace and castle complexes, as well as photographic documentation of interactive stations, tactile zones and objects, information panels, navigational solutions, multimedia effects, and digital elements recorded between 2022 and 2025 during visits to well-known museums in London, Oxford, Cambridge, Brighton, Windsor, Arundel, Warwick, and Woodstock: Victoria and Albert Museum, British Museum, The National Gallery, National Portrait Gallery, Science Museum (London), Natural History Museum (London), Ashmolean Museum, Oxford University Museum of Natural History, University Museum of Zoology, Cambridge, The Polar Museum (Scott Polar Research Institute), University of Cambridge, Saatchi Gallery (Vision & Virtuosity by Tiffany & Co.), Tate Museum, Madame Tussauds, Brighton Museum & Art Gallery, Apsley House (The Wellington Museum), Tower of London, Kensington Palace, Hampton Court Palace, Buckingham Palace (The King’s Gallery), Windsor Castle, Blenheim Palace, Colchester Castle, Arundel Castle, Warwick Castle, as well

as museum sites in Stratford-upon-Avon associated with William Shakespeare (Shakespeare's Birthplace, Shakespeare's Schoolroom & Guildhall, Shakespeare's New Place).

The online sources cover the official websites of the five largest leading museums of Great Britain: the British Museum, V&A, Natural History Museum, The National Gallery, and National Portrait Gallery, as well as the institutions' profiles on social media, particularly on Instagram, Facebook, and TikTok; in addition, materials from Royal Collection Trust (News and features) have been taken into account, reflecting the development of museum discourse, institutional communication, the announcement of exhibition projects, and interaction with audiences in the online space. The material includes short explanatory texts, linear slide structures, interface transitions between blocks, carousel posts, and short videos that provide different modes of presenting museum content. The coordination of spatial, visual, verbal, and digital components determines the mode of presentation of the material, while the combination of interactive solutions with sensory and visual-textual formats intensifies the analytical processing of information and supports the cognitive activity of visitors in physical and digital environments.

The first chapter "Theoretical Foundations for the Study of Museum Discourse as a Component of the Contemporary Communicative Continuum" establishes the methodological framework for analysing museum communication as a discursive environment within which linguistic practices are correlated with multimodal and multisensory approaches to the creation of a contemporary communicative space, social context, genre norms, rules of access to expression, and the communicative roles of participants. The chapter contains a review of fundamental works and publications from the 2010s and 2020s on discourse analysis, critical discourse analysis, social semiotics, multimodal discourse analysis, and the theory of multimodality. The overview of contemporary discourse studies clarifies the interpretation of discourse as a multi-level communicative formation in which the creation of meanings is connected with institutional procedures of explanation, categorisation, and legitimation. In the museum context, this perspective leads to the analysis of exhibition and digital

communication as a system of discursive decisions related to the selection of topics, the mode of presenting material, the limits of interpretation, and the expected reactions of the addressee. The conceptualisation of multimodality substantiates a move beyond the visual and verbal plane and a focus on the interaction of modes, each of which possesses socially established possibilities of meaning-making. As a result of this approach, the exhibition is described as a complex configuration of objects, images, verbal inscriptions, light, sound, route of movement, and embodied practices of perception and interactivity, which form a shared semantic contour and support the management of attention, rhythm, and tempo of interpretation. The generalisation of new museological approaches clarifies the institutional position of the museum as a public mediator between the artefact and contemporary modes of information consumption, while the delineation of the genre parameters of online communication leads to an understanding of the museum's digital environment as a space in which format, interface, and algorithmic visibility become factors of discursive organisation.

The second chapter "Multimodal, Multisensory, and Interactive Components of Contemporary Museum Discourse" is directed towards the analysis of a hybrid exhibition environment in which meaning is formed through the coordination of modes and semiotic resources, while interpretation is structured by the route of movement, navigational prompts, points of concentration of attention, and the design of informational elements. The exhibition scenario emerges as a tool for the organisation of information and communication that determines the logic of access to knowledge and the mode of interpretation in space, whereas navigational solutions (introductory thematic blocks, zoning, typographic hierarchy, pictograms, colour codes, numbering, diagrams, maps, audio guides) set the sequence for processing content. The distribution of the functions of modes follows the principle of complementarity: textual elements provide institutional explanation and terminological framing; visual resources support clarity and comparison; spatial solutions organise the order of viewing and the connections between thematic blocks; original objects intensify the effect of authenticity; light and sound set the parameters of perception and emotional attunement, forming atmosphere and the managed character of experience. The verbal

mode is represented not only by the traditional short texts of museum exhibitions, but also by instructions, imperatives, and questions that have a regulatory character and contribute to the creation of emotional satisfaction. In contemporary dynamic multimodal and multisensory exhibitions, a text-image synergy can be observed, which strengthens informativeness and directs the visitor's attention to the key features of exhibits. The multisensory dimension is revealed through practices of tactile engagement and sensory platforms in which permission to touch, material samples, reconstructive components, and sensory modules shift perception from a mode of contemplation to a mode of practical processing of the material. The interactive component of museum communication introduces a mode of participation realised through directive speech acts (short instructions, imperative formulae, modal markers of permission or prohibition, indicators of sequence of steps, warnings), as a result of which interpretation takes the form of action, while the cognitive work of the visitor is modelled as the performance of successive operations. Gamification is described as a way of scripting visitor participation, in which tasks, rules, role models, search mechanics, and object-based interaction construct a learning experience in the format of a game, supporting feedback and longer retention of attention within the museum space; thematic events in palaces and castles demonstrate the combination of historical narrative with playful interaction, when the route, prompts, and markers organise immersion and participation.

The third chapter "Multimodality in the Strategies of the Mediatisation of Museums" is devoted to the analysis of digital museum communication as a mediatised environment in which institutional meaning is constructed through the coordination of interface solutions, verbal-visual complexes, audio formats, and mechanisms of digital interaction. Mediatisation determines the ways in which museum content is organised in the digital environment. The websites of leading museums form autonomous exhibition spaces in digital format: the leading media-visual element of the homepage, structured navigation menus, thematic clusters of sections, contrasting typography, modular presentation, and systems of hyperlinks create a managed scenario for the user's entry into the institutional space and reinforce the model of the museum as a

communicative and educational institution. Digital discourse in the context of accessibility and inclusivity is analysed through the integration of transcripts, audio descriptions, links to adapted media versions, and coordinated visual navigation, which expand opportunities for engaging with content and stabilise interpretation for different groups of users. Educational-entertainment and child-oriented formats are constructed according to the logic of a learning task: the user performs successive actions, repeats steps, selects options, and correlates received signals with interface prompts, as a result of which knowledge is formed through independent processing of the material rather than passive viewing. Social platforms (Instagram, Facebook, TikTok) ensure the public positioning of the institution and sustain an emotional connection with the audience, where transmissive logic gives way to the logic of managed participation: Stories, genre-organised micro-formats, carousel posts, short videos, and interactive mechanics create a sequence of interpretation through transitions between screens, options of choice, reactions, voting, and mini-quizzes, while interface microtexts shape invitations to action and the mode of task performance. Podcasts and blogs are presented as formats of extended communication oriented towards longer retention of the topic and the explanation of complex aspects; audio content is accompanied by transcripts, illustrations, and additional materials, while integration with external services increases reach and sustains institutional visibility beyond museum platforms. The thematic unfolding of digital episodes and publications demonstrates the inclusion of museums in socially significant discussions and at the same time sustains institutional control over the frame of interpretation through the selection of topics, the rhetoric of trust, and standardised modes of explanation.

Keywords: gamification, discourse, interactive, media, mediatisation, mode, museum, multimodal, text-image synergy, social semiotics, meaning-making.

СПИСОК ПУБЛІКАЦІЙ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Статті в наукових фахових виданнях України:

1. Biliuk, J.. "History and Modernity: Multimodality and Interactivity of Museums' Communication (Based on Coronation 2023 Exhibitions at British Museums)." *Current Issues of Ukrainian Linguistics: Theory and Practice*, no. 49, 2024, pp. 201-218. https://doi.org/10.17721/APULTP.2024.49.201-218. (Опубліковано: 30.12.2024).

2. Biliuk, J. "Multisensory Exhibiting in Modern Museum Discourse (Based on Natural History Museums' Exhibitions in London, Oxford, Cambridge)." *Linguistic and Conceptual Worldviews*, no. 2(78), 2025, pp. 146-163. https://doi.org/10.17721/2520-6397.2025.2.08. (Опубліковано: липень 2025).

3. Biliuk, J. "Experiencing Shakespeare: Multimodal Communication and Multisensory Engagement in Stratford-upon-Avon." *Current Issues of Ukrainian Linguistics: Theory and Practice*, no. 50, 2025, pp. 122-140. https://doi.org/10.17721/APULTP.2025.50.122-140 (Опубліковано: 01.07.2025).

4. Biliuk, Ju. "Multimodal Strategies of Children's Exploratory Engagement in the Digital Discourse of British Museums." *The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series: Foreign Philology. Methods of Foreign Language Teaching*, no. 102, 2025. https://doi.org/10.26565/2786-5312-2025-102-02 (Опубліковано: січень 2026).

5. Biliuk, J. E. "Gamification, Multimodality, and Audience Engagement in British Museums' Instagram Content." *Studia Linguistica*, no. 27, 2025, pp. 9-20. https://doi.org/10.17721/StudLing2025.27.9-20 (Опубліковано: січень 2026).

Тези наукових доповідей:

1. "Multimodal Strategies of Engagement in the Digital Communication of British Museums." Всеукраїнська наукова конференція "СУЧАСНА ФІЛОЛОГІЯ: лінгвістика, літературознавство, перекладознавство, фольклор", Навчально-науковий інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка (13.11.2025).

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ

Скорочення	Повна форма	Українське тлумачення
ІКТ	information and communication technologies	інформаційно-комунікаційні технології
3D	three-dimensional	тривимірна візуалізація
AD	audio description; Audio Descriptive	аудіодискрипція; аудіоопис
AR	augmented reality	доповнена реальність
ASMR	autonomous sensory meridian response	автономна сенсорна меридіанна реакція
BSL	British Sign Language	британська жестова мова
CAD	computer-aided design	комп'ютерне проєктування; автоматизоване проєктування
CNN	convolutional neural network	згорткова нейронна мережа (модель)
DHA	Discourse-Historical Approach	дискурсивно-історичний підхід
ERE	Experience Retrieval Exercises	вправи відтворення досвіду; вправи реконструкції пережитого досвіду
HMS Beagle	His Majesty's Ship Beagle	корабель Його Величності "Beagle"
HRP	Historic Royal Palaces	організація "Historic Royal Palaces"
ICOFOM	International Committee for Museology	Міжнародний комітет з музеології
IoT	Internet of Things	Інтернет речей
LGBTQIA+	lesbian, gay, bisexual, transgender, queer/questioning, intersex, asexual (and others)	лесбійки, геї, бісексуальні, трансгендерні, квір/ті, хто ставить під сумнів ідентичність, інтерсекс, асексуальні (та інші ідентичності й спільноти)

LLM	large language model	велика мовна модель
MP3	MPEG-1 Audio Layer III	формат стиснення аудіо (MP3)
MRI	magnetic resonance imaging	магнітно-резонансна томографія
NFT	non-fungible token	невзаємозамінний токен
OTD	on this day	“у цей день”; позначка/формат публікацій, прив’язаних до календарної дати
PDF	Portable Document Format	формат переносного документа
POV	point of view	точка зору; ракурс подачі
QR-код	Quick Response code	двовимірний штрихкод для швидкого доступу за посиланням
SM-CDS	Social Media Critical Discourse Studies	критичні дискурсивні студії соціальних медіа
STEM	Science, Technology, Engineering, Mathematics	природничі науки, технології, інженерія та математика
UGC	user-generated content	контент, створений користувачами
VOMA	Virtual Online Museum of Art	віртуальний онлайн-музей мистецтва
VR	virtual reality	віртуальна реальність
X-ray	X-ray imaging; radiography	рентгенівське дослідження; рентгенографія
YPC	Young People’s Collective	молодіжний колектив музею

ЗМІСТ

АНОТАЦІЯ 2

ВСТУП 17

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ ДИСКУРСУ МУЗЕЇВ ЯК СКЛАДНИКА НОВІТНЬОГО КОМУНІКАТИВНОГО КОНТИНУУМУ 27

1.1. Сучасні дискурсивні дослідження 27

1.2. Мультимодальність як риса сучасної комунікації 39

1.3. Вплив нових технологій на форми і жанри онлайн комунікації музеїв 54

1.4. Музеологія та дослідження дискурсу музеїв у 2020-х роках 65

Висновки до першого розділу 77

РОЗДІЛ 2. МУЛЬТИМОДАЛЬНІ, МУЛЬТИСЕНСОРНІ, ІНТЕРАКТИВНІ КОМПОНЕНТИ СУЧАСНОГО ДИСКУРСУ МУЗЕЇВ 81

2.1. Музейна експозиція як середовище мультимодальної комунікації 81

2.2. Мультимодальні підходи сучасних природничих музеїв 105

2.3. Гейміфікація як форма мультимодального досвіду в науковому музеї 118

2.4. Реалізація мультимодальних стратегій у палацах і замках 138

2.5. Сезонні святкові події в музеях як щорічна мультимодальна подія 160

2.6. Мультисенсорність та мультимодальність у шекспірівських культурних просторах Стратфорд-апон-Ейвона 179

Висновки до другого розділу 190

РОЗДІЛ 3. МУЛЬТИМОДАЛЬНІСТЬ У СТРАТЕГІЯХ МЕДІАТИЗАЦІЇ МУЗЕЇВ 195

3.1. Мультимодальний контент вебсайтів музеїв 195

3.2. Комунікативні стратегії музеїв на соціальних платформах 236

3.3. Подкасти та блоги 291

Висновки до третього розділу 299
ВИСНОВКИ 304
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ 311
ДОДАТКИ 350
Додаток А 350
Додаток Б 398

ВСТУП

У XXI столітті технологічні чинники набули системного впливу на комунікацію, спричиняючи суттєві зміни в механізмах поширення інформації. Паралельно соціокультурні зрушення, глобальна мобільність, трансформація освітніх практик і темпів споживання інформації актуалізують потребу в нових форматах подання змісту, керування увагою адресата та організації зворотного зв'язку. За цих умов музей переходить від моделі зосередження на збереженні й демонстрації колекцій до моделі комунікативної інституції, що конструює значення, проектує траєкторії інтерпретації та підтримує участь аудиторії через комплекс семіотичних ресурсів.

Обмеження початку 2020-х років, пов'язані з пандемією, істотно інтенсифікували цифрове розгортання музейної діяльності: культурна й освітня місія отримала стабільний онлайн-контур, а вебсайти, соціальні платформи, віртуалізовані формати й дистанційні елементи активності стали інституційно закріпленими каналами присутності поряд із фізичним простором. Унаслідок цього окреслився гібридний тип музейної комунікації, у якому офлайн-експозиція та цифрові сервіси підтримують спільну логіку подання змісту, водночас активізуючи різні жанрові й інтерфейсні рішення. Зазначені зрушення актуалізують лінгвістичний аналіз музейної комунікації як цілісного дискурсивного середовища, у межах якого значення породжується через координацію модусів і медіа, а інституційна позиція вибудовується через риторику довіри, педагогічно зорієнтовані пояснювальні практики та сценарії залучення. Паралельно інтерактивність і гейміфіковані формати взаємодії набувають дискурсотворчої ролі, оскільки структурують когнітивні операції відвідувача, підвищують привабливість повідомлення, інтенсифікують зворотний зв'язок і посилюють відчуття співучасті.

Дисертація присвячена мультимодальному дискурсу провідних британських музеїв у офлайн-експозиціях і на цифрових платформах упродовж 2022–2025 років. Аналіз зосереджено на механізмах крос-модальної узгодженості, способах інтеграції вербального та візуального модусів, ролі

аудіальних і тактильних ресурсів, інтерфейсній організації доступу до змісту, а також прагматичних ефектах інституційної комунікації, пов'язаних із залученням аудиторії до взаємодії з експозиційним повідомленням, інклюзивністю та керуванням траєкторією інтерпретації. Робота висвітлює, як музей у сучасному британському контексті формує стабільну дискурсивну модель взаємодії з аудиторією та водночас модифікує їх в умовах цифрової медіаекології, розширюючи спектр модусів, жанрів і форматів публічної комунікації.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертацію виконано відповідно до наукової тематики Навчально-наукового інституту філології Київського національного університету імені Тараса Шевченка у межах Комплексної наукової програми «Модернізація суспільного розвитку України в умовах світових процесів глобалізації», а також науково-дослідної роботи кафедри англійської філології та міжкультурної комунікації 20КФ044-02 "Мультимодальність сучасної англомовної комунікації". Тему дисертації затверджено Вченою радою Навчально-наукового інституту філології 25 жовтня 2022 року, протокол №3.

Теоретичну основу дослідження становлять праці зарубіжних і вітчизняних учених з теорії дискурсу та дискурс-аналізу, соціосеміотики, мультимодальної лінгвістики, мультимодального аналізу дискурсу, теорії комунікації, а також сучасної музеології, яка охоплює нову, соціальну, цифрову музеологію. Методологічні засади дискурс-аналізу окреслено працями Т. А. ван Дейка, Р. Водак, М. Фуко, Н. Фейрклафа, а також розробками Е. Лакло й Ш. Муффе. Концептуальні орієнтири мультимодального аналізу пов'язані з дослідженнями Ґ. Кресса, Т. ван Лювена, К. Джуїтт, К. Л. О'Галлоран, Дж. Беземера, Д. Мачіна, А. Майр, С. Діамантапуло, Еревік, М. О'Тула; для візуальної граматики релевантними є публікації Дж. Р. Мартін і П. Р. Р. Уайт.

Вітчизняні дослідження мультимодальності представлені працями А. Д. Бєлової, В. А. Єфименко, Л. Л. Макарук, Т. А. Крисанової, О. О. Заболотської, Н. П. Киселюк, А. В. Мартинюк, Ю. В. Полічевої, В. І. Ветохіна, Л. Р. Безуглої,

С. І. Криворучко, Д. В. Бербенець. Музейний наратив осмислюється у працях Е. Гупер-Грінгілл, Л. Дж. Равеллі, Х. Ву, Л. Сміт, С. Макдональд і Дж. Тініуса; цифрова трансформація музею й етика участі аудиторії – у Р. Паррі, Дж. Кідд, Н. Саймон, П. Ф. Марті й К. Б. Джонс; медіатизаційний ракурс музейної комунікації представлено у працях К. Дротнер та ін., Н. Кулдрі й А. Гепп; проблематика музеалізації та критичної музеології – у публікаціях Й. Долака, А. Шелтона, С. Руденко.

Актуальність дисертації зумовлена зростаючим інтересом до лінгвістичних досліджень мультимодальності як ознаки сучасної комунікації, до вивчення потенціалу різних модальностей і модусів у створенні значень і смислів, а також потребою системного опису механізмів їхньої узгодженості в дискурсивних практиках британських музеїв.

Мета дослідження – встановлення ролі модальностей, модусів і медіа у репрезентації змісту та смислотворенні в дискурсі музеїв Великої Британії в офлайн- та онлайн-форматах.

Мета зумовлює **завдання дослідження**:

- обґрунтувати підстави розгляду музейного дискурсу як різновиду інституційної комунікації в офлайн- та онлайн-середовищах;
- визначити спектр модальностей і модусів у фізичних експозиціях та на цифрових платформах музеїв і описати механізми їх крос-модальної взаємодії;
- проаналізувати роль мовних засобів у способах навігаційного керування увагою відвідувача/користувача в експозиції та в інтерфейсах вебсайтів і соціальних платформ;
- виявити дискурсивні параметри інтерактивності й гейміфікації в офлайн-експозиціях та в цифровому контенті музеїв;

Об’єкт дослідження – семіотичні ресурси, які використовуються провідними музеями Великої Британії у постійних та тимчасових експозиціях в реальному просторі, онлайн комунікації тощо.

Предмет дослідження – крос-модальна взаємодія вербального модусу (англомовні тексти, мовлення) з іншими модусами (зображення, відео, звук, музика, жести, просторові та матеріальні компоненти, 3D-об'єкти), модальностями, у процесах смислотворення і сторітелінгу у дискурсі музеїв Великої Британії, з урахуванням інтерактивного і мультимедійного складників.

Матеріал дослідження становлять матеріали офлайн-експозицій, фотодокументація інтерактивних станцій, тактильних зон і об’єктів, інформаційних панелей, навігаційних рішень, мультимедійних ефектів і цифрових елементів, зафіксовані (2022-2025) під час відвідування Victoria and Albert Museum, British Museum, The National Gallery, National Portrait Gallery, Science Museum (London), Natural History Museum (London), Ashmolean Museum, Oxford University Museum of Natural History, University Museum of Zoology, Cambridge, The Polar Museum (Scott Polar Research Institute), University of Cambridge, Saatchi Gallery (Vision & Virtuosity by Tiffany & Co.), Tate Museum, Madame Tussauds, Brighton Museum & Art Gallery, Apsley House (The Wellington Museum), Tower of London, Kensington Palace, Hampton Court Palace, Buckingham Palace (The King’s Gallery), Windsor Castle, Blenheim Palace, Colchester Castle, Arundel Castle, Warwick Castle, а також музейних локацій у Стратфорд-апон-Ейвоні, пов’язаних із Вільямом Шекспіром (Shakespeare’s Birthplace, Shakespeare’s Schoolroom & Guildhall, Shakespeare’s New Place).

Онлайн-джерела охоплюють офіційні вебсайти British Museum, V&A, Natural History Museum, The National Gallery, National Portrait Gallery, а також профілі інституцій в Instagram, Facebook і TikTok; додатково враховано матеріали Royal Collection Trust (News and features), що відображають інституційну комунікацію та анонсування виставкових проєктів. Матеріал включає короткі пояснювальні тексти, лінійні структури слайдів, інтерфейсні переходи між блоками, карусельні публікації та короткі відео, що забезпечують різні режими подання музейного змісту.

Емпіричний матеріал охоплює комунікативні практики провідних музеїв і об’єктів спадщини Великої Британії, реалізовані в експозиційному просторі та

на цифрових платформах. Палаци й замки розглядаються як культурно-інституційні установи в одному ряду з музеями, оскільки вони також забезпечують збереження та публічне представлення історико-культурних предметів, що належать до того самого історико-культурного масиву, що й пам'ятки провідних музеїв Великої Британії. Відрізняється спосіб експонування: палацовий простір містить менше розгорнутих текстових пояснень і описових табличок, натомість предмети подано в інтер'єрному оточенні, наближеному до історичних умов їхнього вжитку. У такому експозиційному рішенні артефакт сприймається через його зв'язок з історичним середовищем. До вибірки включено інституції з розвиненою експозиційною інфраструктурою, у якій функціонують навігаційні та інструктивні тексти, пояснювальні блоки й підписи, мультимедійні модулі, сенсорні елементи та інтерактивні формати, що організують доступ до змісту й регулюють дії відвідувача. Матеріал дослідження можна систематизувати відповідно до формату експозиційного подання та типу взаємодії відвідувача з музейним середовищем: текстово-інтерпретаційні носії (21), навігаційно-маршрутні носії (19), тактильно-предметні формати (33), ольфакторно-сенсорні станції (5), інтерактивно-ігрові станції (119) та аудіовізуально-сценографічні інсталяції (64). Онлайн-складова матеріалу охоплює офіційні вебресурси, цифрові колекції, сервіси перегляду та комунікацію на соціальних платформах, представлену інтерфейсними повідомленнями й жанрово різнорідними англомовними текстами (короткі пояснення, підписи, інструкції, навігаційні формули, мікронаративи, відеоформати та інтерактивні механіки). Емпіричний матеріал третього розділу подано з урахуванням двох параметрів: типу цифрової платформи та формату матеріалу. До першої групи належать 5 офіційних вебсайтів провідних британських музеїв, додатковий ресурс Royal Collection Trust та 3 соціальні платформи – Instagram, Facebook і TikTok. До другої групи належать вебсторінки (103), соціомедійні дописи стрічки (31), карусельні публікації (24), Stories та інтерактивні мікроформати (37), короткі відеоформати (31), а також подкасти та блогові публікації (20). Кількісні показники подано щодо матеріалу,

безпосередньо залученого до дисертаційного аналізу. Загальний обсяг опрацьованих у 2022–2025 роках музейних і цифрових джерел є ширшим. Принцип добору також враховує можливість надійної фіксації й верифікації даних за допомогою фотодокументації елементів експозиції та цифрових скриншотів. Матеріал дає змогу описати, як різнорідні семіотичні ресурси та інтерфейсно-просторові механізми узгоджуються з вербальним компонентом і керують траєкторією ознайомлення зі змістом у двох середовищах музейної комунікації.

Основна вихідна гіпотеза полягає в тому, що мультимодальний дискурс провідних музеїв Великої Британії формується через крос-модальну взаємодію семіотичних ресурсів, яка визначає способи подання інформації, режими її сприйняття, навігацію та пізнавальну активність відвідувача/користувача і втілює концепцію партисипативного музею.

Наукові підходи і методи дослідження. Теоретичною основою дисертації є мультимодальний аналіз дискурсу, соціосеміотика, сенсорна лінгвістика, а також підходи, зорієнтовані на вивчення інтерактивності й гейміфікації у сучасному комунікативному просторі та принципи нової й цифрової музеології, що розглядають музей як інтегроване комунікативне середовище. Методологічний інструментарій охоплює загальнонаукові методи (аналіз, синтез, індукція, дедукція, аналогія), емпіричні (спостереження, опис, порівняння), теоретичні (систематизація, узагальнення, гіпотетичне моделювання). Загальнонаукові методи використано для опрацювання теоретичних джерел, уточнення термінології та інтерпретації емпіричного матеріалу. Емпіричні методи застосовано для фіксації матеріалів, їх опису та порівняння прикладів із експозиційного й цифрового середовищ. Теоретичні методи спрямовано на систематизацію й узагальнення результатів аналізу та опис параметрів мультимодальної організації музейної комунікації. Для аналізу текстового компонента в його взаємодії з іншими модусами повідомлення застосовано описовий метод у поєднанні з аналітичними процедурами мультимодального аналізу (візуальний синтаксис, композиція, співвіднесення

тексту й зображення, аудіальний супровід, просторові та інтерфейсні рішення). Достовірність результатів забезпечується триангуляцією даних і процедур, що узгоджує різні типи матеріалу та методи його опрацювання.

Наукова новизна дослідження полягає у комплексному лінгвістичному аналізі мультимодального дискурсу британських музеїв як значущого сегмента сучасного комунікативного простору, який залишався поза межами масштабних досліджень у лінгвістиці. У дисертації обґрунтовано розгляд музейної комунікації як інституційного дискурсу, що має офлайн- та онлайн-виміри; описано механізми крос-модальної взаємодії семіотичних ресурсів у смислотворенні та керуванні траєкторією інтерпретації; визначено роль інтерактивності й гейміфікації в експозиціях і цифровому сторітелінгу музеїв; уточнено параметри навігаційної та інструктивної організації музейного контенту в різних середовищах.

Теоретичне значення дослідження полягає в розвитку теорії комунікації, мультимодального дискурс-аналізу, мультимодальної лінгвістики, соціосеміотики через поглиблення уявлень про семіотичні ресурси сучасного музейного дискурсу та механізми узгодження цих ресурсів у процесах смислотворення.

Практичне значення дослідження полягає у можливості використання отриманих результатів у навчальних курсах із дискурс-аналізу, мультимодальної лінгвістики, соціосеміотики, цифрової комунікації, а також у прикладних розробках у сфері музейної комунікації (проєктування навігації, пояснювальних матеріалів, інтерактивних сценаріїв і цифрового контенту).

Наукова новизна отриманих результатів узагальнюється у положеннях, що виносяться на захист:

1. Комунікація провідних музеїв Великої Британії у XXI столітті є новим гібридним інституційним видом дискурсу, що утворюється у фізичному експозиційному просторі й на цифрових платформах, і дедалі набуває мультимодального і мультисенсорного характеру, інтегруючи стратегії інтерактивності та гейміфикації, реалізуючи нову концепцію партисіпативного

музею та комунікативно-освітньої інституції. Смислотворення в музейному дискурсі забезпечується системною взаємодією семіотичних ресурсів, реалізованих у різних модусах і медіа.

2. Мультимодальний підхід перетворює музейну експозицію на комплексний текст, де спільний смисловий контур складають написи, образи, об'єкти, світло, звук, маршрут руху. Мультимодальна організація музейних експозицій підпорядкована принципу крос-модальної узгодженості, механізмам взаємного підсилення модальностей. Візуальні ресурси забезпечують наочність, зіставлення й емоційне підсилення, аудіальні засоби додають атмосферність та пояснювальний супровід, тактильні й інтерактивні рішення підтримують тілесний компонент сприйняття. Вербальний модус у музейній комунікації забезпечує узгодження модусів і спрямовує переходи між ними. Лаконічний текст в ергономічному форматі у фізичній музейній експозиції не лише називає об'єкт, а й надає інструкції, задає порядок дій, проходження етапів у фіксованих сценаріях участі, пріоритети перегляду, вказує на опрацювання фрагментів матеріалу, представлених різними модальностями та модусами, та виконання запропонованих дій, сприяє поступової інтерпретації і поетапному накопиченню знань. У цифровому просторі текст виконує додаткові ролі, пов'язані з інтерфейсом, формує короткі наративи в дописах і сценаріях.

3. Мультисенсорні рішення стають помітним елементом експозиційної комунікації провідних музеїв. Сенсорні панелі вибудовують інтерактивний рівень. В офлайн-експозиціях спостерігається посилення ролі тактильних платформ. Тактильні й перформативні практики переводять відвідування у рольову участь і наближують історичний матеріал до особистого досвіду. Ольфакторний компонент доповнює експозицію запахами, пов'язаними з тематикою залу або виставки, та розширює сенсорний профіль сприйняття матеріалу.

4. Гейміфікація переводить огляд музейних експозицій офлайн і онлайн в режим гри, коли відвідування сприймається як проходження етапів із конкретною метою та очікуваним результатом. Ігрові прйоми емоційно

підтримують увагу, задають темп перегляду та стимулюють регулярне повернення до контенту. У фізичній експозиції інтерактивність реалізується через елементи, що спонукають відвідувача до дії, переводячи огляд у режим виконання завдань на інтерактивних і сенсорних станціях. В онлайн форматі інтерактивність забезпечують інструменти платформи та типові формати публікацій, повторне використання контенту аудиторією у власних публікаціях.

5. Результатом медіатизації музейного дискурсу стало утворення окремого експозиційного простору на вебсайтах і соціальних платформах, де знання відвідувача формується не шляхом пасивного перегляду, а шляхом мікродій і практик участі, через індивідуальне, самостійне опрацювання матеріалу та інтерактивне навчання. Мультимодальні стратегії забезпечують розширений доступ до контенту, механізми залучення і партисипативності. Синхронізоване дублювання контенту між платформами підкреслює прагнення музеїв утримувати єдність бренду в поліструктурному цифровому просторі з різними комунікативними режимами, від раціонально-інформативної подачі до гейміфікації та емоційно-інтерактивних сценаріїв. Смисл конструюється завдяки координації інтерфейсних рішень, вербально-візуальних комплексів, аудіальних форматів і механізмів цифрової взаємодії.

Апробація результатів. Основні положення та висновки дисертації викладено у п’яти статтях у вітчизняних фахових виданнях категорії «Б». Результати роботи презентовано у трьох доповідях (за матеріалами третьої конференції опубліковано тези):

1. Multimodal Halloween at British Museums. *Міжнародна наукова конференція «Українська гуманітаристика в координатах сучасності»,* ННІ філології КНУ імені Тараса Шевченка (14.11.2024).

2. Multisensory Exhibition Practices at British Natural History Museums. *VIII Всеукраїнські наукові читання «Філологія XXI століття: нові дослідження і перспективи»,* ННІ філології КНУ імені Тараса Шевченка (10.04.2025).

3. Multimodal Strategies of Engagement in the Digital Communication of British Museums. *Всеукраїнська наукова конференція «СУЧАСНА ФІЛОЛОГІЯ:*

лінгвістика, літературознавство, перекладознавство, фольклор», ННІ філології КНУ імені Тараса Шевченка (13.11.2025).

Структура і обсяг роботи. Дисертація складається зі вступу, трьох розділів з висновками до кожного з них, загальних висновків, списку використаних джерел і додатків. Перший розділ “Теоретичні засади вивчення дискурсу музеїв як складника новітнього комунікативного континууму” присвячено теоретичним засадам аналізу музейного дискурсу, сучасним дискурсивним дослідженням, концептуалізації мультимодальної й мультисенсорної комунікації та музеологічним підходам до розуміння музею як інституції сучасного комунікативного простору. Другий розділ “Мультимодальні, мультисенсорні, інтерактивні компоненти сучасного дискурсу музеїв” висвітлює мультимодальні, мультисенсорні й інтерактивні компоненти музейного дискурсу в офлайн-експозиціях із фокусом на інтерактивних засобах залучення аудиторії та гейміфікованих форматах подачі експозиційного змісту. Третій розділ “Мультимодальність у стратегіях медіатизації музеїв” спрямовано на мультимодальний і мультимедійний аналіз цифрового контенту британських музеїв на вебсайтах і в соціальних мережах у контексті медіатизації інституційної комунікації.

Список використаних джерел містить 370 позицій, 349 – іноземними мовами. Загальний обсяг роботи становить 449 стор. (основний текст – 294 стор.).

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ ДИСКУРСУ МУЗЕЇВ ЯК СКЛАДНИКА НОВІТНЬОГО КОМУНІКАТИВНОГО КОНТИНУУМУ

1.1. Сучасні дискурсивні дослідження

Поняття дискурсу у сучасній лінгвістичній парадигмі трактується як складне комунікативне утворення, що реалізується в межах конкретного соціального контексту й охоплює мовні, когнітивні та прагматичні параметри комунікації. У сучасній гуманітаристиці дискурсивний аналіз постає як міждисциплінарна методологія, спрямована на вивчення взаємозв'язку між мовними практиками, соціальною взаємодією та культурними процесами. Теоретико-методологічні засади цього напряму сформовано на основі праць провідних західноєвропейських дослідників, зокрема Т. ван Дейка, Н. Фейрклафа, Р. Водак, М. Фуко та ін., чиї підходи стали основою для розуміння дискурсу як складного комунікативного феномену, що відображає та структурує соціальні відносини, форми ідентичності та культурні процеси.

Критичний дискурс-аналіз *(Critical Discourse Analysis (CDA))* у сучасній лінгвістиці концептуалізується як дослідницький напрям, у якому дискурс трактується як інструмент соціальної дії та механізм відтворення владних відносин. Формування критичного дискурс-аналізу відбувалося як колективний науковий проєкт, де базові принципи критичного прочитання тексту співвіднесено з соціальними умовами його продукування та інтерпретації. Ключові принципи критичного дискурс-аналізу можна узагальнити у таких положеннях: 1) критичний дискурс-аналіз спрямований на вирішення соціальних проблем; 2) відносини влади реалізуються через дискурс; 3) дискурс формує суспільство та культуру; 4) дискурс виконує ідеологічні функції; 5) дискурс має історичний характер; 6) зв'язок між текстом і суспільством є опосередкованим; 7) дискурс-аналіз має інтерпретативно-пояснювальний характер; 8) дискурс – це форма соціальної дії (Fairclough & Wodak, 1997).

Одним із ключових підходів у сучасному дискурсивному аналізі виступає концепція Н. Фейрклафа, яка поєднує лінгвістичну аналітику з розглядом соціальних процесів, у межах яких функціонує мова (Fairclough, 1992; 2003;

2015). Дискурс трактується як складна комунікативна форма, що структурує досвід і визначає моделі взаємодії між учасниками комунікації. Це дає змогу виявити механізми формування смислів, що виникають між текстом, умовами його створення та практиками його тлумачення. Методологічну основу цього підходу становить трирівнева аналітична модель, що включає: опис (аналіз тексту), зосереджений на лексичному доборі, граматичних структурах, засобах зв'язності та композиційній організації; інтерпретацію, спрямовану на виявлення зв'язку між текстом і комунікативною взаємодією, у якій текст постає результатом продукування та ресурсом для подальшого тлумачення; пояснення, що встановлює зв'язок між комунікативними процесами продукування й інтерпретації тексту та соціальним контекстом, окреслюючи соціальні чинники формування смислів і їхні наслідки (Fairclough, 2015). Норман Фейрклоф розглядає мову як складову соціальної взаємодії, що водночас репрезентує та відтворює характерні особливості суспільних відносин. Його підхід ґрунтується на інтеграції лінгвістичного та контекстуального аналізу, що дозволяє виявити зв'язки між мовними формами, комунікативними функціями та соціальними процесами (Fairclough, 2015).

Т. ван Дейк значно розширив горизонти дискурс-аналізу, запропонувавши міждисциплінарний підхід до вивчення взаємодії мови, когнітивних процесів і соціальної комунікації. Концептуальні засади соціокогнітивного підходу Т. ван Дейка ґрунтуються на поєднанні лінгвістичного аналізу та когнітивної інтерпретації дискурсу, а текст у соціокогнітивній перспективі визначають засобом передавання знань, досвіду й комунікативних стратегій. У фокусі досліджень Т. ван Дейка ментальні моделі, що опосередковують взаємозв'язок між мовленнєвими структурами та соціальними уявленнями, які формуються в процесі сприйняття й інтерпретації дискурсивних практик (van Dijk, 2008; 2008; 2021; 2023; 2024; 2024).

У працях XXI століття Т. ван Дейк деталізує соціокогнітивний механізм зв'язку між текстом і суспільством та пропонує інтерпретацію соціального контексту через контекстні моделі учасників комунікації, пов'язані з

оцінюванням релевантності знань, добором стратегій і пристосуванням дискурсу до ситуації взаємодії (van Dijk, 2009). У результаті критичний вимір визначено дослідницьким напрямом, який пояснює співвіднесеність мікрорівня дискурсивних структур із макрорівнем домінування через категорії контролю та доступу до публічного дискурсу, а також через когнітивне посередництво між соціальною структурою і мовленнєвою практикою, тому запропоноване ширше означення напряму терміном критичні дискурсивні студії *(Critical Discourse Studies)* підкреслює, що йдеться про дослідницький підхід із власними теоретичними принципами, а не про набір процедур аналізу (van Dijk, 2015). Додатковим маркером інституційного закріплення цього наукового поля є заснування у 2017 році Центру дискурсивних студій у Барселоні, орієнтованого на міждисциплінарні дослідження та навчання у сфері дискурсивних студій (Centre of Discourse Studies, 2017). Водночас у цьому підході виокремлюють епістемічний вимір: знання описується як ресурс, що активується, структурується й соціально розподіляється у процесах комунікації, а дискурс – як механізм організації, легітимації та регуляції знання в епістемічних спільнотах, що формує підстави для епістемічного дискурс-аналізу *(epistemic discourse analysis)* і дозволяє аналізувати, як у публічній комунікації підтримуються або обмежуються рамки знання та відповідні нерівності доступу (van Dijk, 2014).

Р. Водак, розвиваючи історико-дискурсивний підхід у критичному дискурс-аналізі, зосереджується на дослідженні мовних практик у їхньому історичному та соціокультурному контексті. У центрі її уваги виявлення стабілізованих комунікативних стратегій, характерних для публічного мовлення, зокрема у політичному дискурсі, що формуються під впливом суспільно-політичних процесів і колективної пам’яті (Wodak, 1989; Wodak & Richardson, 2009).

У працях XXI століття Р. Водак розгортає дискурсивно-історичний підхід *(Discourse-Historical Approach)* та пропонує методологію, що поєднує лінгвістичний аналіз тексту з реконструкцією історичного та соціокультурного

контексту його функціонування. Публічні висловлювання інтерпретуються з урахуванням того, як вони включаються в ланцюги міжтекстових зв'язків *(intertextuality)* і міждискурсивних перенесень *(interdiscursivity)*, тобто як конкретний текст спирається на вже наявні у публічній сфері теми, моделі аргументації та жанрові формати і водночас може їх модифікувати. Відповідно центральним об'єктом досліджень стають дискурсивні стратегії, пов'язані з лінгвістичними механізмами номінації, предикації, аргументації через топоси *(topoi)*, перспективізації, а також інтенсифікації/мітигації, які формують смислові акценти, ступінь категоричності висловлювання та позицію мовця у публічному мовленні (Reisigl & Wodak, 2001). У дослідженнях політичної комунікації цей інструментарій застосовується для пояснення того, як жанрово-риторичні практики публічного мовлення забезпечують інституційну легітимацію і структурують публічні позиції учасників комунікації (Wodak, 2009).

У працях останніх років Р. Водак підкреслює проблемно-орієнтований і міждисциплінарний характер критичного аналізу дискурсу та його спрямованість на демістифікацію ідеології та влади через системний аналіз семіотичних даних (Wodak, 2024). Водночас Р. Водак розширює застосування історико-дискурсивного підходу до аналізу різних типів публічної комунікації. Важливим напрямом є дослідження дискурсивного конструювання національної ідентичності, де ідентичність описується як результат тематичного структурування публічного мовлення та системного використання стратегій номінації/предикації й моделей аргументації у різних жанрах публічної сфери (Wodak, de Cillia, Reisigl, Liebhart, 2009). Інший напрям пов'язаний із зіставним аналізом правого популізму *(right-wing populism)* у європейських країнах, з фокусом на типових риторичних моделях *(rhetorical patterns)* і жанрово-медійних форматах політичної комунікації (Wodak, KhosraviNik, Mral, 2013). У дослідженні політики страху *(politics of fear)* Р. Водак аналізує інтеграцію радикалізованих позицій у загальноприйняту політичну комунікацію через повторювані аргументаційні схеми, оцінні рамки та медійну циркуляцію

ключових тем (Wodak, 2021). Дискурсивно-історичний підхід також застосовано до аналізу дискурсивних моделей Європи та відновлення націоналістичних інтерпретацій *(nationalism)* у контексті Європейського Союзу, де простежується, як апеляції до колективної пам'яті, аргументація через мотиви загрози та опозиції "ми :: вони" стають ресурсами переозначення політичної належності (Wodak & Boukala, 2015). Додатково проблематику сучасної політичної комунікації Водак розглядає через поняття політики заперечення /відмови *(politics of denial)*, окреслюючи аналітичні можливості критичних дискурс-студій та дискурсивно-історичний підходу для дослідження того, як заперечення організується у публічних дискурсах (Wodak, 2020).

Методологічні засади дискурсивного аналізу впродовж XXI століття уточнюються у зв'язку з розширенням об'єктного поля та ускладненням емпіричного матеріалу. З огляду на це методологічні узагальнення критичних дискурс-студій підкреслюють необхідність інтегрованого підходу, що поєднує критичний дискурс-аналіз, семіотичні та етнографічні методи, а також фіксує зсув у бік аналізу мультимодальності й цифрових форматів, де смисл конструюється через взаємодію вербальних, візуальних і медійно-інтерфейсних ресурсів. Аналітичний потенціал цього підходу полягає у можливості описувати, як у публічній сфері закріплюються інтерпретаційні моделі, що легітимують соціальну нерівність і формують межі належності та неналежності у спільноті *(exclusion)* через дискурсивні стратегії та аргументаційні схеми (Wodak, 2015). Р. Водак окремо наголошує, що критичний дискурс-аналіз не є єдиною теорією або єдиною методикою, а охоплює низку підходів, зорієнтованих на різні типи даних і різні аналітичні процедури, що підсилює вимогу методологічної комбінаторики та прозорості дослідницьких рішень (Wodak, 2022; 2024). Розвиваючи подібну логіку, Дж. Джі наголошує на поєднанні мультимодального аналізу та аналізу контекстуальних значень, а також на необхідності розглядати мову у взаємозв'язку із соціальними практиками й конструюванням ідентичностей, що уможливлює глибше пояснення соціокультурних механізмів смислотворення в комунікації (Gee, 2025).

Праці, представлені у серії *Discourse Approaches to Politics, Society and Culture*, інтегрують мовні дослідження з соціальними науками, пропонуючи комплексні підходи до аналізу політичних, соціальних та культурних дискурсів (Wodak & Chilton, 2005; Chilton & Schäffner, 2002; Blackledge, 2005).

Фундаментальні положення дискурсивного аналізу, зокрема критичного дискурс-аналізу, закорінені в ідеях Мішеля Фуко, який запропонував методологію археології знання. М.Фуко розглядає дискурс як комплекс висловлювань *(énoncé)*, що визначаються правилами формування значень, контекстом і умовами їхнього виникнення (Foucault, 1972). Дискурс, за Фуко, є засобом передачі знань і водночас інструментом влади, що реалізується через контроль за інформацією та нормалізацію поведінки суб'єктів (Foucault, 1980). Е. Лакло та Ш. Муффе підкреслюють визначальну роль дискурсу в конструюванні соціального порядку, за умов якого формуються і трансформуються колективні ідентичності та категорії публічного простору. Поняття гегемонії посідає центральне місце в поясненні сучасних соціально-політичних процесів. Такий підхід акцентує на нестабільності значень і постійній відкритості політичного поля до нових інтерпретацій, що здійснюються через дискурсивну взаємодію (Laclau & Mouffe, 2001).

Політика, ідеологія завжди були центральними об'єктами дискурсивного аналізу, особливо критичного аналізу дискурсу (Jones, 2024). Крейг Мартін аналізує взаємозв'язок дискурсу та ідеології, підкреслюючи, як ідеологічні конструкти приховують реальні соціальні асиметрії й механізми домінування, особливо у контексті расизму та соціальної нерівності (Martin, 2021). Пол Чілтон пропонує концепцію Дейктичної Просторової Теорії, яка об'єднує когнітивні та лінгвістичні аспекти, розкриваючи, як просторові й часові орієнтири визначають дискурсивні значення (Chilton, 2014).

Фелісітас Макгілкріст акцентує увагу на теоріях постцифрової гетерогенності, демонструючи, як нові цифрові технології впливають на дискурсивні практики, особливо у сферах освіти та соціальних досліджень (Macgilchrist, 2021). Дослідження Йоганнеса Ангермюллера аналізує траєкторії

професійних кар'єр у науковому середовищі, розкриваючи роль дискурсивних практик у формуванні ідентичності й професійних шляхів лінгвістів та соціологів (Angermuller, 2023).

Маргарет Везерелл додає новий вимір у дослідження дискурсу, акцентуючи увагу на ролі афектів та емоцій, що відіграють значну роль у мобілізації соціальних рухів та формуванні суспільної свідомості (Wetherell, 2012). Еллі Слемон підкреслює необхідність аналізу мовчання у дискурсі, що сприяє більш глибокому розумінню механізмів домінування та потенційних стратегій опору в сучасних суспільствах (Slemon, 2025).

У вітчизняному дискурсологічному просторі спостерігається зростання уваги до проблеми взаємодії мовних, когнітивних та соціокультурних чинників у формуванні смислових конструктів сучасної комунікації. З позицій когнітивного підходу Ю. В. Крисальна досліджує специфіку концептуальних трансформацій релігійних смислів у сучасному англомовному дискурсі, виокремлюючи вплив соціального досвіду на процеси концептуалізації та мовної об'єктивації смислів (Крисальна, 2019). Теоретичні засади типологізації наукової комунікації як різновиду інституційного дискурсу подано у монографії Т. В. Яхонтової, яка ґрунтується на принципах лінгвістичної генології та функціональної варіативності жанрових форм (Яхонтова, 2009). Комунікативно-когнітивні параметри англомовного мотиваційного дискурсу, орієнтованого на вплив і переконання, стали предметом аналізу у дисертації Годісь Ю. Я., де простежено механізми цілеспрямованого породження мотиваційного впливу через мовні стратегії (Годісь, 2019).

Актуальні дослідження у сфері дискурс-аналізу дедалі частіше спрямовують увагу на музейний простір як до складної комунікативної структури, що поєднує множинні знакові ресурси та режими репрезентації. Музей розглядається не як нейтральний простір збереження матеріальних артефактів, а як динамічна семіотична система, де продукування смислів здійснюється через інтеграцію вербального, візуального, просторового та матеріального рівнів. Така інтерпретація музейного середовища ґрунтується на

усвідомленні його багатокодової природи, в якій значення формуються у результаті взаємодії між текстами, об'єктами, інсталяційними стратегіями та тілесно-сенсорним досвідом відвідувачів (Ravelli & Wu, 2022). У цьому ракурсі музейна комунікація характеризується поліфонічністю, зумовленою поєднанням культурних наративів, інституційних установок та інтерпретативного досвіду відвідувачів. Важливим аналітичним вектором є також урахування того, що смисли, які продукуються в музеї, не є універсальними чи стабільними, а залежать від контексту, кураторського задуму, типу експозиції та соціокультурного профілю відвідувача. Музейний простір виступає середовищем взаємодії та узгодження різних систем знання, пам'яті й ідентичності, де кожен модус комунікації (мовний, візуальний, предметний, просторовий) забезпечує репрезентацію та інтерпретацію смислів. Відтак, музей доцільно розглядати як специфічну форму публічного дискурсу, що репрезентує та структурує знання, інтегруючи їх у ширший соціокультурний контекст. Під впливом критичного дискурс-аналізу (М. Фуко, Т. ван Дейк, Р. Водак), музейний простір розглядають у площині боротьби за символічну владу, а відтворення знання пов'язують із вербальними наративами, архітектурою, кураторськими практиками та мультимодальними формами представлення. Як зазначає Е. Гупер-Грінгілл, музейна експозиція виступає як складна комунікативна система, у якій смисли формуються через окремі артефакти, принципи їх добору, просторову організацію та інтерпретаційний супровід (Hooper-Greenhill, 1995).

Критично-дискурсивний підхід не зводить музейний артефакт до ізольованого об'єкта зі сталим значенням. Навпаки, його смислова насиченість залежить від включення до конкретного експозиційного сценарію, його просторової локалізації, наративного супроводу й емоційної залученості аудиторії. Сучасну музейну експозицію можна інтерпретувати як мультимодальний текст, у якому взаємодіють вербальні, візуальні, матеріальні та просторові компоненти. За таких умов музейні об'єкти функціонують як елементи комунікативної структури, інтегровані у визначений соціокультурний простір. Е. Доусон на матеріалі музею науки демонструє, що інтерпретація навіть

одного експоната, листівки, вибудовується у логіці панівної моделі наукового прогресу та приховує колоніальні ієрархії знання (Dawson, 2025). Наративна організація музейного простору є ще одним ключовим елементом дискурсивного підходу. Інституційний голос музею вибудовується кураторськими стратегіями через відбір подій минулого, структурування колективної пам'яті та визначення меж легітимної інтерпретації. У дослідженні Й. Тініуса та Ш. Макдональд музейні наративи розглядаються як дискурсивні конструкції, що формуються в межах інституційного середовища та відображають специфіку організації змісту й засади комунікативної репрезентації. Поняття кураторського *(the curatorial)* дискурсу виходить за межі професійної діяльності зі створення експозицій і описує семіотичний простір, пов'язаний з осмисленням та концептуалізацією ідеї. Натомість кураторська практика не зводиться до технічної або адміністративної функції, оскільки передбачає концептуальне формування музейної ідеї та включає культурні, соціальні й епістемологічні параметри у музейний дискурс (Macdonald & Tinius, 2020). Розширення поліфонічності музейного простору, запропоноване в межах нової музеології, є одним із дискурсивних викликів сучасності. Е. Сіція акцентує увагу на концепті полівокальності як механізмі залучення спільнот до співавторства історичних наративів. Ці практики розширюють репрезентаційні можливості музею та водночас актуалізують питання етичної відповідальності щодо пам'яті, ідентичності та травми (Sitzia, 2023).

У підході, запропонованому Ц. Гао, репрезентовано інтегративну модель, що поєднує когнітивну лінгвістику та критичний дискурс-аналіз як комплементарні аналітичні засади для дослідження музейного дискурсу. Запропонована концепція описує музейний простір у формі когнітивно структурованої комунікативної системи з поєднанням мовних і ментальних ресурсів та засобів їх представлення для формування значення. Особливий акцент зроблено на функціонуванні мови як засобу концептуалізації соціального досвіду в межах музейної комунікації. Як зазначає автор, "музейна репрезентація не обмежується лише відображенням соціального досвіду, а включає процеси

його когнітивного моделювання через мовні структури” (Гао, 2025). У такий спосіб музейний дискурс постає як когнітивно-дискурсивна конструкція, що забезпечує смислову організацію досвіду в межах інституційного середовища.

Окремим напрямом сучасного дискурсивного аналізу у 21 столітті є музейний дискус та музейне середовище. Музейний дискурс можна розглядати як окремий різновид інституційного дискурсу, який утворюється як у реальному світі, в музеях, так і онлайн. Провідні музеї світу стали виявляти особливий інтерес до експериментальних експозицій у зв’язку з наявністю і поширенням мультимодальних і мультисенсорних підходів, цифрових технологій у музейній діяльності.

Музейне середовище осмислюється як взаємодія матеріально організованого простору та тілесної присутності відвідувача в межах експозиції. У цьому ракурсі концептуально релевантними стають просторові конфігурації, сенсорні модуси сприйняття, а також візуальні й аудіальні елементи, що активізуються в комунікації. Відповідно до підходу Е. Гупер-Грінгілл (Hooper-Greenhill, 2000) музейна комунікація має враховувати тілесний досвід відвідувача як складник продукування значень. Просторова організація маршрутів і візуальна структура планування визначають траєкторії переміщення, доступність зон огляду та умови інтерпретації експозиційного контенту (Wang et al., 2025).

Узгоджуючись із цими положеннями, музейний дискурс формується як динамічне поле сенсотворення, у якому комунікація з відвідувачем реалізується в режимі цілісного досвіду: просторової навігації, візуального сприйняття, тілесної присутності та емоційного відгуку, доповнюючи текст і артефакт. Музей не просто транслює знання, а створює умови для індивідуального та соціального конструювання значень, що народжуються на перетині різнорівневих семіотичних систем. Механізм цієї співдії формує мультимодальне середовище, де значення виникають не в ізоляції, а в процесі співдії між експонатом, простором, інституційним посланням і тілесно-сенсорною активністю відвідувача.

Застосування соціосеміотичного підходу дозволяє розглядати музей як знакову систему, у якій кожен елемент, від візуального зображення до архітектурного рішення, виконує комунікативну функцію. Модель граматики візуального дизайну (Kress & van Leeuwen, 2021) окреслює основні метафункції таких елементів, надаючи інструментарій для аналізу експозицій як структурованих візуальних висловлювань. Простір експозиції у цьому випадку виступає повноцінним компонентом дискурсивної структури, що бере участь у формуванні наративу та регулює рецептивну траєкторію глядача (Stenglin, 2009).

Мультимодальна музейна комунікація не зводиться до презентації артефактів, а передбачає активне залучення адресата до інтерпретаційного процесу. Емпіричні спостереження за поведінкою відвідувачів музеїв засвідчують, що смисли формуються в процесі взаємодії між мовленням, жестами, поглядами та просторовою присутністю, а отже, досвід взаємодії з експозицією набуває колективного й партисипативного характеру (vom Lehn, 2010).

Критично-мультимодальний підхід інтерпретує музейний дискурс як комунікацію, у якій трансляція культурних цінностей поєднується зі структуруванням соціальних наративів і оприявненням ієрархій знання, пам’яті та ідентичності (Djonov & Zhao, 2014). Отже, мультимодальність розширює межі інтерпретації музейного простору та формує додаткові аналітичні можливості для вивчення музею як динамічного дискурсивного середовища.

У сучасному науковому осмисленні музей постає як інституція збереження культурної спадщини та водночас як активний учасник соціальних перетворень, здатний транслювати цінності, сприяти переосмисленню колективної пам’яті й ініціювати критичну рефлексію щодо поточних суспільних процесів. Як наслідок, музейний дискурс набуває функції соціального посередника, де моделюються наративи ідентичності, емоційного залучення та інклюзії. Концепт “емоційної спадщини”, запропонований Л. Сміт, висвітлює важливість афективного залучення відвідувачів як механізму осмислення історичного досвіду та співтворення значень у комунікативному просторі музею (Smith,

2006). Ідеї критичної музеології, розвинуті Х. П. Лоренте, розширюють розуміння музею як поліфонічного простору, відкритого до альтернативних інтерпретацій, що виникають у взаємодії між інституцією, експозицією та аудиторією (Lorente, 2022). З огляду на зміщення акцентів від репрезентації до взаємодії, новітні кураторські стратегії, описані Ф. Вотсон, акцентують перформативний потенціал експозиції у форматі діалогу між простором, об'єктом і публікою (Watson, 2021). Дослідження впливу музейної діяльності на добробут підкреслюють соціальний потенціал музейного простору та його здатність ініціювати позитивні зміни через досвід спільного сенсотворення (Ander et al., 2011). Висновки досліджень підсилюють аргументацію на користь музейної комунікації у культурній медіації за умов динамічних соціальних змін. На цьому тлі особливої актуальності набуває аналіз дискурсивних стратегій у цифровому музейному середовищі, де трансформації торкаються форм репрезентації та способів взаємодії між музеєм і аудиторією. У добу цифрової трансформації музейна комунікація дедалі активніше формується в межах гібридного середовища, де взаємодіють фізичний простір, цифрові технології та соціальні практики участі. Р. Паррі підкреслює, що цифрові медіа не обмежуються зміною способів збереження й інтерпретації культурної спадщини. Вони радикально переосмислюють інституційну природу музею. Межі між інформацією, об'єктом і користувачем стають дедалі прозорішими (Parry, 2010). У новому медіапросторі трансформація традиційної музейної моделі супроводжується переоцінкою ролі відвідувача. Модель пасивного споживання поступається активному співтворенню змісту. У працях Дж. Кідд цей зсув пов'язано з ключовими викликами етики репрезентації культурної спадщини та етики партисипативної взаємодії з аудиторією (Kidd, 2014). Водночас дослідження у сфері музейної інформатики підкреслюють соціотехнічну природу взаємодії між людьми, інформацією та технологією, що впливає на нові форми музейного досвіду (Marty & Jones, 2008). Залучення цифрових стратегій також означає зміну парадигми музейної взаємодії: у фокусі опиняється участь, співтворення, діалогічність і відкритість до змін. Важливими стають інтерфейси

та дискурсивні моделі залучення аудиторії, за яких вона перестає бути об'єктом експозиційної політики та переходить у позицію повноправного партнера (Simon, 2010). Використання соціальних медіа сприяє створенню інклюзивного простору взаємодії, в якому відображаються нові форми культурної ідентичності, як це демонструє А. Руссо, аналізуючи динаміку неформального навчання та обміну знаннями в цифровому комунікативному просторі (Russo et al., 2007). Отже, цифрове середовище музею створює поліцентричну структуру, в якій стратегічна комунікація базується на принципах відкритості, взаємності та динамічного співтворення знання.

1.2. Мультимодальність як риса сучасної комунікації

Мультимодальність як наукова концепція сформувалася наприкінці XX століття на тлі зростання інтересу до вивчення різноманітних комунікативних ресурсів, що виходять за межі мовного коду. Головною метою теорії було дослідження інтерсеміотичності і пояснення, як у сучасному медійному та соціальному середовищі створюються значення через інтеграцію вербальних, візуальних, аудіальних, жестових і просторових ресурсів. Цей підхід виник на перетині соціосеміотики, функціональної лінгвістики та сучасних дискурс-теорій, запропонувавши нове бачення комунікації як багаторівневого процесу, у якому значення формуються завдяки взаємодії різних модусів у єдиному семіотичному просторі. Становлення теорії мультимодальності тісно пов'язане з іменами таких дослідників, як Гюнтер Кресс, Тео ван Лювен, Кері Джуїт, Лілі О'Галлоран, Джефф Беземер, Девід Мачін, Джонатан Майр, Софія Діамантапуло, Елізабет Еревік та Майкл О'Тул, які зробили вагомий внесок у розробку концептуальних засад і методологічних підходів (Diamantopoulou & Ørevik, 2022; Jewitt, 2009; Jewitt et al., 2016; Kress, 2010; Kress & van Leeuwen, 2001; 2021; Machin & Mayr, 2023; O'Toole, 2011; van Leeuwen, 2022; 2024).

Мультимодальність визначається як використання кількох модусів або семіотичних ресурсів для створення сенсу, де кожен модус, наприклад візуальні зображення, текст, жести, просторовий дизайн і звук, відкриває власні

можливості репрезентації. У такому розумінні комунікація та репрезентація не обмежуються мовою, а потребують уваги до взаємодії модусів у конкретному контексті (Kress & van Leeuwen, 2021). Мультимодальність відображає складність сучасної комунікації, де значення конструюється через взаємодію цих різних семіотичних ресурсів (Kress, 2010).

Ключову роль у становленні теорії мультимодальності відіграли напрацювання Гюнтера Кресса та Тео ван Лювена, які заклали основи соціального семіотичного підходу до аналізу сучасної комунікації. У своїх працях вони розглядають змішані модальності, а саме текст, зображення, звук, колір, типографіку, як єдину систему створення соціальних значень, що формується в конкретному культурному та соціальному контексті (Kress, 2010; Kress & van Leeuwen, 2001). Г. Кресс і Т. ван Лювен пропонують аналітичну модель візуального дизайну, у межах якої композиція, колір, перспектива та інші візуальні параметри трактуються як ресурси смислотворення у візуальній комунікації (Kress & van Leeuwen, 2021). Методологічно ці положення узгоджуються з системно-функціональною лінгвістикою, що дає змогу аналізувати взаємодію мовних і немовних ресурсів у конструюванні складних мультимодальних текстів (Jones & Ventola, 2008).

Методологічна придатність мультимодального аналізу в емпіричному дослідженні залежить насамперед від узгодженої метамови опису та точного розмежування аналітичних одиниць. Термін “модус” позначає соціально й культурно сформований, матеріально реалізований семіотичний ресурс смислотворення, тоді “модальність” пов'язана з перцептивним виміром комунікації, тобто способом її сприйняття на рівні відчуттів. Відповідно вербальний, візуальний, аудіальний і тактильний складники музейної комунікації в роботі описано на рівні модусів, а візуальна, слухова й тактильна модальності стосуються рівня сприйняття інформації відвідувачами музеїв. Семіотичний модус доцільно розуміти як соціально стабілізовану й матеріально закріплену систему смислотворення з власними регулярностями, тоді як семіотичні ресурси охоплюють конкретні способи реалізації та добору засобів у

межах модусу, значущість яких залежить від носія, середовища й умов сприйняття. Тому межі між модусами, ресурсами й медіа мають бути послідовно окреслені, щоб матеріальний вимір комунікації залишався в полі пояснення смислотворчих механізмів (Castaldi, 2024). Точність аналізу забезпечує мультимодальна транскрипція як процедура фіксації координації модусів у часі та просторі (Baldry & Thibault, 2006). Метафункційний принцип у системно-функціональній лінгвістиці задає універсальну схему опису повідомлення через зміст, позиціювання учасників і організацію подачі, що дозволяє послідовно аналізувати також немовні ресурси (Halliday & Matthiessen, 2014). Добір методологічного підходу залежить від центральної одиниці аналізу: семіотичного ресурсу, комунікативної дії, порядку взаємодії або дискурсивно закріплених відносин влади й ідеології. У прикладних дослідженнях опис мультимодальності доцільно будувати на зіставленні підходів та умов їх використання на конкретному матеріалі. Зіставлення підтримує прозорість дослідницького дизайну та відповідність інструментарію матеріалу й дослідницьким питанням (Mesinioti, 2025).

Коли аналіз стосується живої взаємодії учасників у конкретному просторі, продуктивним є мікроаналітичний фокус: він демонструє, як у процесі дії вибудовується позиція учасника й ідентичність через поєднання наративу, жестів, візуальних засобів і просторової організації (Bager, 2019). Для аналізу взаємодії доцільно застосовувати мультимодальний аналіз (*multimodal interaction analysis*) (Norris, 2004), який описує координацію модусів у дії та фіксує внесок кожного ресурсу в організацію комунікації. У музейному середовищі взаємодія часто розгортається у процесі проходження експозиційного простору, тому фокус на доступності потребує методів, здатних фіксувати досвід відвідувача під час переміщення простором. Це обґрунтовує застосування методу супроводу *(shadowing)*, коли дослідник іде маршрутом разом із відвідувачем і фіксує, які канали сприйняття та елементи середовища підтримують або ускладнюють доступність. У результаті стає можливим оцінити

музейний досвід у процесі переміщення простором і перевірити ефективність інклюзивних рішень (Żuchowska-Skiba & Olszewska, 2024).

Окремий напрям мультимодальних досліджень зосереджений на взаємозв'язку модальностей із формуванням індивідуальної та колективної ідентичності, що проявляється через типографіку, колір, фактуру, звук і рух (van Leeuwen, 2022). В освітньому середовищі ці напрацювання застосовуються у викладанні англійської як другої мови на перетині соціосеміотики та системно-функціональної лінгвістики (Diamantopoulou & Ørevik, 2022).

Освітній дискурс розглядає мультимодальність як інтегративний механізм підвищення результативності навчання та формування ключових компетентностей, оскільки поєднання різних ресурсів дає змогу точніше структурувати зміст, підтримувати увагу й забезпечувати доступність навчального матеріалу для різних типів сприйняття. У прикладних студіях мультимодальність описується як інструмент оптимізації навчального процесу й адаптації освітнього контенту до умов візуально насиченого інформаційного середовища, зокрема у викладанні англійської мови як додаткової вона посилює глибину засвоєння, розвиває мовленнєву та культурну компетентності й підтримує інклюзивну оптику через координацію різних модальностей з урахуванням соціосеміотичних і системно-функціональних підходів (Fatmawati, 2023; Firmansyah, 2018).

У науковому дискурсі з помітною частотою підкреслюється важливість використання мультимодального аналізу в багатомовному освітньому середовищі, де інтеграція мовних і немовних ресурсів сприяє підвищенню ефективності засвоєння знань і розвитку комунікативних компетентностей (Ainsworth et al., 2023). Крім того, запропоновано нові теоретичні підходи для аналізу візуального мистецтва й архітектури, в яких систематизовано репрезентативні, модальні та композиційні значення (O'Toole, 2011).

Інтерактивність у мультимодальній комунікації доречно визначати як режим взаємодії, у якому смисл формується через узгоджені дії учасників і через кероване використання різних семіотичних ресурсів. У цьому розумінні вона не

зводиться до обміну інформацією, а описує механізми залучення адресата: текст, зображення, звук, жести та просторове компонування організують увагу, задають напрям інтерпретації й передбачають реакцію аудиторії у межах конкретної комунікативної події (Kress, 2010). Відповідно, інтерактивність актуалізує партисипативність як структурну ознаку сучасної комунікації: значення постає результатом співконструювання, де адресант і адресат виступають не як фіксовані ролі, а як взаємозалежні позиції в мультимодальному середовищі (Kress & van Leeuwen, 2021).

У науковій літературі інтерактивність не має єдиної універсальної класифікації. Для аналізу музейного дискурсу доцільно спиратися на типологію Саллі Дж. Макміллан, у якій розрізнено взаємодію між користувачами *(user-to-user)*, взаємодію користувача з документами *(user-to-documents)* та взаємодію користувача із системою *(user-to-system)* (McMillan, 2006). Такий підхід дозволяє диференціювати комунікативні ситуації, у яких відвідувач вступає у взаємодію з працівниками музею або іншими відвідувачами, з експозиційними текстами, візуальними матеріалами й артефактами, а також з інтерфейсними, сенсорними чи цифровими системами.

У дослідженнях взаємодії людини з комп'ютером інтерактивність трактують як взаємодію користувача з цифровим середовищем, яке реагує на його дії, а також як ступінь участі користувача у зміні форми й змісту цього середовища в реальному часі (Hoffman & Novak, 1996; Steuer, 1992).

Г. Шарп, І. Роджерс і Дж. Пріс виокремлюють п'ять типів інтерактивності: інструктивна взаємодія *(instructing)*, діалогічна взаємодія *(conversing)*, ініціативне реагування системи *(responding)*, маніпулювання об'єктами *(manipulating)*, дослідження простору *(exploring)* (Sharp et al., 2019). Вони охоплюють виконання дій через команди й вибір опцій, двобічний обмін із системою, проактивну реакцію системи, взаємодію з об'єктами та навігацію фізичним, змішаним або віртуальним середовищем.

Мультимодальність доцільно трактувати як інструментарій поточного узгодження смислу, у межах якого мовлення підтримується невербальними

ресурсами під час продукування висловлювання (Chen et al., 2020). У дитячих наративах короткі акцентні жести *(non-referential beat gestures)* регулярно з'являються в позиціях самовиправлення, супроводжують пошук слова та перебудову синтаксичної конструкції, допомагаючи втримувати безперервність мовлення (Bellifemine, 2024). В аудіовізуальній експресії комунікативний ефект пов'язаний із координацією просодії з артикуляцією та мімікою; збирання й моделювання акустичних і візуальних параметрів, підкріплене експериментальною перевіркою, дає підґрунтя для опису аудіовізуальної просодії та її використання в розмовних системах із візуалізованим мовцем (House, 2005). У навчальній, медійній та міжособистісній комунікації взаємодія вербального каналу з жестом і паравербальними засобами дає змогу організувати пояснення, риторичне акцентування та зворотний зв'язок (Sugianto et al., 2022; Xiang & Wang, 2024; Navarretta & Paggio, 2020).

Розвиток технологічних підходів у дослідженні невербальної комунікації пов'язаний із алгоритмами автоматичного розпізнавання рухів голови, які поєднують візуальні, акустичні та текстові характеристики; водночас точність моделей поки що лишається обмеженою (Paggio et al., 2020). У медіавиробництві мультимодальний аналіз фіксує координацію вербального коментаря з візуальною організацією трансляції та монтажними рішеннями, завдяки чому формується динамічний наратив для аудиторії (du Bois, 2023).

У музейній педагогіці концепція навчання через досвід відвідування *(embodied learning)* поєднується з мультимодальним прочитанням експозиції, що передбачає подання експозиції у форматі мультимодального тексту та пов'язує перебування відвідувача в просторі з формуванням знання через дію та взаємодію із середовищем. До таких навчальних активностей належать дослідницькі проходження експозицією, робота з навігаційними запитаннями, групові обговорення та просторове картографування. Завдяки цьому мультимодальні поняття переходять із рівня дефініцій у рівень аналітичної практики у вищій освіті: студенти називають відповідні ресурси та простежують

їхню роль в організації сприйняття й інтерпретації під час безпосередньої взаємодії з експозицією (Wünsch-Nagy, 2024).

Серед сучасних українських досліджень мультимодальності простежується активне розширення теоретичних та прикладних підходів до вивчення взаємодії вербальних і невербальних засобів комунікації. Ця проблематика знайшла відображення у працях А.Д. Бєлової (Belova, 2021; 2021; 2021; 2022), В.А. Єфименко (Yefymenko, 2017; 2022; 2024; 2025), О.О. Заболотської (Заболотська, 2023), Н.П. Киселюк (Киселюк, 2021), А.В. Мартинюк (Мартинюк, 2019), Ю.В. Полічевої, В.І. Ветохіна (Polycheva & Vetokhin, 2023), Л.Р. Безуглої, С.І. Криворучко та Д.В. Бербенець (Bezugla et al., 2023), які репрезентують різноманітні дослідницькі перспективи й сфери застосування мультимодального аналізу. Особливу увагу вітчизняні науковці приділяють цифровим форматам, онлайн-дискурсам і новим формам візуального сторітелінгу. Окремий напрям досліджень мультимодальності представлений роботами Єфименко В. А., присвяченими аналізу взаємодії тексту й зображення в дитячій літературі, коміксах і манзі (Yefymenko, 2017; 2022; 2024; 2025). У наукових працях досліджуються механізми смислотворення в ілюстрованих виданнях через інтерперсональні, ідеаційні та текстуальні компоненти на основі візуальної граматики Г. Кресса і Т. ван Лювена та теорії оцінювання Дж. Мартіна і П. Уайта (Martin & White, 2005). Розроблена аналітична модель крос-модальної когезії на матеріалі манги дозволяє досліджувати інтеграцію візуальних, вербальних і звукових елементів у структурі когезивних ланцюгів (Yefymenko, 2022). Окремо проаналізовано логіко-семантичні зв’язки між текстом і зображенням у сучасних казках, що розглядаються як цілісний мультимодальний дискурс із взаємопосиленими смисловими елементами (Yefymenko, 2017). Дослідження виявляють особливості візуального представлення персонажів, розвитку подій і створення емоційного впливу в контексті дитячої та молодіжної культури. У когнітивно-семіотичній перспективі емотивні значення можуть пояснюватися через інтеграцію вхідних просторів різних ресурсів та їхню синхронізацію в дискурсивному часі (Krysanova, Shevchenko, 2021). У

художньому дискурсі лінгвосеміотичний аналіз екзистенційних конфліктів підтверджує ефективність інтеграції семіотичних, психологічних і темпоральних параметрів, забезпечуючи цілісне прочитання структурної та смислової динаміки тексту (Chernenko, 2023).

Розвиток методології мультимодального аналізу спирається на систематизацію понять і дослідницьких підходів, що відображено у фундаментальних працях, зокрема у дослідженнях Джуїт, О'Галлоран і Беземера (Jewitt, 2009; Jewitt et al., 2016). У цих роботах окреслено послідовність етапів проведення мультимодального дослідження – від постановки дослідницьких питань і збору матеріалів до транскрипції та розгляду етичних аспектів аналізу. Анотація в такій постановці постає не технічною процедурою маркування, а інструментом переходу від фіксації ресурсів до реконструкції смислу та інтермодальних зв'язків (Крисанова, 2024). Окрема увага потрібна узгодженню метамови мультимодальної лінгвістики, адже терміни з усталеними значеннями сприяють чіткому опису модусів і стабільності аналітичних процедур (Макарук, 2021). Значний внесок у методологічне розширення галузі зроблено також через адаптацію критичного дискурс-аналізу до мультимодального контексту, що відкриває нові можливості для дослідження соціальних мереж, цифрових медіа, мемів та відеоконтенту (Ainsworth et al., 2023).

Цифрова мультимодальність у контексті музейної комунікації, інфлуенсер-маркетингу та візуального сторітелінгу ґрунтовно досліджується у працях А. Д. Бєлової (Belova, 2021; 2021), у яких засвідчено, що в умовах інтенсифікації онлайн-комунікації стратегічного значення набувають серіалізовані мультимодальні відеоформати та наративна організація брендового смислу як послідовності взаємопов'язаних історій про походження, цінності й технології бренду (Бєлова, 2021). Фокус на цифрових відеонаративах доповнюється аналізом кінотексту, у якому взаємодія модусів формує гендерні образи. На матеріалі стрічок "Коко де Шанель" і "Дім Gucci / Гуччі" цей механізм інтерпретується як спосіб репрезентації гендерної ідентичності кутюр'є (Заболотська, 2023).

Мультимодальні дослідження охоплюють різні комунікативні ситуації – від реклами і цифрових платформ до технічного та екологічного дискурсу, де інтеграція вербальних, візуальних та інтонаційних ресурсів забезпечує емоційне залучення, аргументацію, побудову ідентичності та ефективну передачу змісту (Киселюк, 2021; Мартинюк, 2019; Polycheva & Vetokhin, 2023; Bezugla et al., 2023).

Також серед пріоритетних напрямів досліджень виокремлюється вивчення мультимодальності в рекламному та медійному дискурсах. Аналітичний фокус спрямовано на процеси формування смислів і впливу на аудиторію через комплексне поєднання модальних ресурсів (Макарук, 2018; 2019; Makaruk, 2018; 2019). У дослідженнях цього напряму підкреслюється, що в телевізійній рекламі та друкованих медіа модальності виконують специфічні комунікативні функції й формують переконливі повідомлення, інтерпретація яких залежить від культурного контексту реципієнтів. Водночас мультимодальний аналіз дає змогу окреслити як прагматичні прийоми переконання, так і механізми впливу на суспільну свідомість (Midigo et al., 2024).

Дослідження рекламних матеріалів охоплюють аналіз культурних кодів і риторичних стратегій, що формують позитивні образи політичних партій або товарів через національні символи та емоційно марковані наративи (Shah & Islam, 2024). Унаслідок цього реклама спрямована на комерційне просування та на формування політичної й соціальної свідомості. У критично орієнтованих студіях реклами фокус переноситься на те, які соціальні норми та ієрархії закріплюються в репрезентаціях, зокрема у способи конструювання жіночих образів і відтворення або проблематизації дискримінаційних патернів у контексті цифрової медіаекології та зростання чутливості до гендерної рівності (Wang, 2025).

У дослідженні візуальної культури медіа окремим об’єктом аналізу виступають обкладинки та брендові персонажі. Праці про дизайн обкладинок глянцевих журналів демонструють, що композиційні рішення й символіка організують наративні та ідеологічні смисли й водночас фіксують культурні та

соціальні контексти (Putranto et al., 2019). Аналогічні підходи застосовуються і в аналізі сучасних брендових маскотів, наприклад, талісмана Олімпійських ігор у Парижі, який утілює національну ідентичність і універсальні цінності завдяки продуманій візуальній концепції та інтерактивним можливостям (Xu et al., 2024).

У публічній комунікації мультимодальність реалізується через регламентоване смислотворення: повідомлення конструюється через узгодження вербальних, візуальних і типографічних ресурсів, які задають траєкторію інтерпретації та керують увагою аудиторії. У сфері брендових комунікацій це особливо виразно виявляється в косметичній рекламі, де поєднання образу, тексту й культурно маркованих ідентичностей (Feng & Wang, 2024) формує уявлення про красу та закріплює ціннісні рамки, що може бути описано інструментарієм мультимодального дискурс-аналізу у системно-функціональній перспективі (Alifah, Hidayat, 2024). У навчально орієнтованих інституційних текстах координація модусів підпорядковується дидактичній меті: ресурси організують подання змісту й підтримують засвоєння через розгортання ідеаційних, інтерперсональних і текстуальних значень (Sidabutar et al., 2021).

У рекламному теледискурсі взаємодія модусів набуває виразно перцептивного характеру, оскільки ефект повідомлення залежить від культурних очікувань адресата та від того, які елементи лишаються непоміченими або не розрізняються як значущі (Midigo et al., 2024). Політична інституційна комунікація, у свою чергу, візуалізує переконання через синхронізацію лінгвістичних апеляцій із композицією, кольором, слоганами та партійною символікою, перетворюючи білборди й плакати на інструмент формування публічного сприйняття та мобілізації виборця (Makinde & Adejumo, 2024).

У цифровій культурі мультимодальність передбачає творче продукування смислів у конкретних соціоматеріальних умовах: вибір модусів і способи їх інтеграції задаються інтерфейсами мобільних застосунків і логікою мережевих взаємодій, а цифрова грамотність формується через участь у спільнотних форматах та освоєння аудіовізуальних ресурсів. У цифровій публічній сфері меми є формою мультимодального соціального коментаря: гумористична форма

прискорює поширення в мережі, але водночас приховує критичний намір і робить видимими політичні, економічні та культурні наративи в координатах колективної ідентичності та владних асиметрій (Noor, Arshad, 2024). Цифрові меми як жанр мультимодальної комунікації репрезентують поліфункціональну семіотичну форму, що поєднує вербальні й візуальні ресурси з інтертекстуальними та соціокультурними відсиланнями для іронічної інтерпретації соціальної дійсності й реалізує розважальну, критичну, рефлексивну та ідентифікаційну функції в межах цифрового дискурсу. Це підтверджують дослідження мемогенерації в контексті COVID-19, фемінізму, соціальної нерівності та локальних культурних практик (du Bois, 2024; Gualberto et al., 2020; Benammar, 2023; Cunha & Paulinelli, 2022; Noor, Arshad, 2024; de Groot, 2025). Для цифрових середовищ важливою є перспектива гіпермодальності (Lemke, 2002), яка описує зв'язок вербальних і візуальних ресурсів у гіпертекстових структурах та навігаційних сценаріях.

Інтерактивні цифрові медіа демонструють, як метафоричні й алюзивні смисли організуються за високої залученості користувача: у симуляторах повсякденного життя концептуальні метафори, як правило, підтримуються поєднанням вербальних і візуальних підказок, тоді як первинні метафори реалізуються переважно візуально, а впродовж гри простежується зсув від текстово домінантної до візуально домінантної організації смислу (De Oliveira, 2020). Водночас критично орієнтовані мультимодальні студії підкреслюють, що дитячі аудіовізуальні продукти здатні відтворювати ідеологічно навантажені моделі соціальної ієрархії через узгодження лексики, наративу, кольору, ракурсів, масштабу та просторового позиціювання персонажів, що потребує етичної рефлексії щодо медійного конструювання дискримінаційних смислів (Otaif & Asiri, 2025).

Сучасні дослідження музейних практик фіксують зрушення до цифрово опосередкованих і мультисенсорних форматів, у яких технології стають інструментами залучення, навчання та смислотворення. Цифрові медіа, зокрема відеомапінг, змінюють принципи проєктування експозицій і підтримують

просторово організований сторітелінг у середовищах із високою візуальною динамікою (Dong, 2024). Паралельно розширюється сенсорний профіль фізичних експозицій: звук, запах, дотик і смак включаються в експозиційні сценарії та підсилюють емоційний відгук і взаємодію відвідувача з матеріалом (Fang et al., 2025). Віртуальна реальність і цифрове інтерактивне мистецтво відкривають інші траєкторії репрезентації культурних наративів, охоплюючи також нематеріальну спадщину, та формують партисипативні й наративно керовані віртуальні середовища (Widharsyah et al., 2024; Qiu, 2024). Виразним є й аудіальний вимір: інтеграція цифрової музики може посилювати емпатію, занурення та інтерпретацію (Kui Yi et al., 2024). Порівняння сприйняття мистецьких об’єктів у фізичному та цифровому форматах засвідчує, що обидва режими підтримують естетичну залученість, однак музейне середовище частіше сприяє глибшому осмисленню та рефлексивному смислотворенню (Darda et al., 2024). Активна взаємодія в технологічно збагачених експозиційних форматах посилює концентрацію відвідувачів і сприяє довшому утриманню уваги (Zhang, 2024). Підтримання інтересу суспільства до науки ускладнюється, тому музеї системно посилюють інтерактивні параметри експозицій і впроваджують інтерактивні та віртуальні формати взаємодії. VR та інтерактивні мультимедійні рішення, що дозволяють взаємодіяти з віртуальними експонатами через жести, звук і дотик, розширюють інструментарій осмислення культурної спадщини (de Carvalho Souza et al., 2023; Wen & Ma, 2024). Важливим чинником музейного досвіду стає соціальна взаємодія між відвідувачами та активна участь у взаємодії з експозицією, що модифікує сценарії перебування в музеї й розширює інтерпретаційні можливості роботи з колекціями (Heath & vom Lehn, 2010). У технологічно орієнтованих підходах актуалізується оцінювання якості сприйняття музейного середовища (Quality of Experience, QoE) та використання алгоритмів глибинного навчання і мультимедійних технологій як ресурсів модернізації музеїв (Wen & Ma, 2024).

У межах віртуальної музеології інституції переходять до цифрових репрезентацій культурної спадщини на основі конкретних технологій, зокрема

фотограмметрії та 3D-сканування, що розширює доступ і змінює формат контакту з артефактом. Далі акцент переноситься на поєднання мультисенсорної орієнтації з посиленням ефекту занурення, а також на багатошарову організацію контенту, яка підсилює доступність в інклюзивних віртуальних просторах (Anastasovitis et al., 2024). На рівні експозиційної інтерпретації принципового значення набуває взаємодія тексту та зображення *(text-image interaction)*, оскільки узгодження композиції та ступеня виразності тексту у співвіднесенні візуального ряду й експозиційних підписів впливає на інформативність експозиційного повідомлення та рівень уваги аудиторії. Зниження вербально-візуальної когерентності у перекладених підписах сигналізує про ризик нерівного досвіду для різних аудиторій (Salajegheh, 2025).

У музейній інституційній комунікації нематеріальна ольфакторна спадщина *(intangible olfactory heritage)* актуалізує мультисенсорну траєкторію смислотворення. Ольфакторна музеологія *(olfactory museology)* включає запах до семіотичних ресурсів музейної комунікації. Для реконструкції минулих епох і посилення ефекту занурення відвідувача в історичний контекст музеї формують ароматизовані середовища в інтер'єрі й на відкритому повітрі. Методологічно ці практики спираються на документування запахів, безпосередню взаємодію з відвідувачем і короткі освітні відеоформати як засоби стабілізації та трансляції ольфакторних смислів у публічному просторі музею (Ramšak, 2024).

Музейна комунікація трансформується на основі синергетичного/ комплексного залучення всіх сенсорних модальностей, де запах постає не як периферійний або другорядний засіб сприйняття, а як рівноправний когнітивно-семіотичний вектор. Саме через ольфакторні компоненти музеї ініціюють нові моделі сенсорного досвіду, спрямовані на створення глибоких емоційних і когнітивних зв'язків між експонатом та відвідувачем (Miotto, 2016; Kjellmer, 2021). Мультисенсорність у музейному середовищі має когнітивно-комунікативний вимір. Ольфакторний досвід інтегрується у складну структуру музейного дискурсу. За мультимодального підходу запах втрачає статус

периферійного ефекту й отримує статус повноправного знакового ресурсу, здатного трансформувати музейний простір знання, досвіду та емоційної пам'яті.

Мультисенсорність також пов'язана з інклюзією, оскільки залучення додаткових каналів сприйняття зменшує залежність музейної комунікації від зору. Як рішення пропонуються тактильні *(haptic)* пристрої, що передають інформацію про жестову активність і полегшують орієнтування в просторі під час навчальної взаємодії (de Oliveira, 2020). Для музею це вказує на значення тілесно-тактильних каналів як альтернативного способу доступу до просторово організованих смислів.

У проєктах на кшталт "The Essence of a Painting" у Museo del Prado запах виступає семіотичною проєкцією візуального образу. Парфумерні композиції відтворюють окремі компоненти живопису, зокрема аромати жасмину, фігового дерева та амброві рукавичок, створюють мультисенсорний дискурс, у якому ольфакторний канал підтримує інтерпретацію зображеного (Museo Nacional del Prado, 2022). Подібна логіка реалізується у виставці "Scent and the Art of the Pre-Raphaelites" в Інституті Барбера, де ароматичні композиції спрямовують емоційне зчитування полотен і поглиблюють взаємодію глядача з твором (Alberge, 2024).

У концепції ольфакторної сценографії *(scented scenographics)* запах отримує статус повноцінного знакового ресурсу експозиційного середовища. Аромат входить до архітектоніки виставки й бере участь в організації смислу (Kjellmer, 2021). Цей ракурс узгоджується з теорією мультиграмотності, яка трактує сенсорну взаємодію як предмет інтегрованого аналізу модальностей (Duncum, 2004). Водночас застосування ольфакторних стратегій пов'язане з технічними та методологічними обмеженнями: леткість запаху ускладнює його просторове локалізування, а змішування ароматів може спричиняти сенсорне перевантаження, тобто "ефект сміття" *(garbage effect)*, а також призводити до ольфакторної втоми (*olfactory fatigue*) (Miotto, 2016). Ці проблеми вирішуються через спеціалізовані системи дифузії, зокрема технологію *AirParfum* у Museo del

Prado та керовані дифузійні пристрої в галерейних просторах Бірмінгема (Alberge, 2024).

У педагогічному вимірі мультисенсорність набуває інклюзивного потенціалу: запах підтримує формування кросмодальних асоціацій у дітей, активує взаємодію між візуальним і сенсорними каналами та підсилює емоційне запам'ятовування (Kucirkova & Speed, 2023). Поширення залучення запахів для тілесного пізнання простору простежується також у практиках ольфакторного мистецтва, де реконструкція інтер'єру через запах перетворюється на прийом інтерпретації культурного місця (Castlefield Gallery, 2024). Додатковий вектор розвитку становлять інтерактивні події на кшталт "Tasty and Smelly" у Tate Modern, в яких експериментальні ароматичні та смакові формати поєднуються з просторовою логікою інституції та асоціативним упорядкуванням колекції за ароматичними маркерами (Time Out London, 2017; University of Westminster, 2017). Інституційна кодифікація ольфакторного дизайну відбувається й у навчальних програмах, зокрема у модулі з сенсорної інтерпретації в Оксфордському університеті, який охоплює використання запаху в галереях, роботу з об'єктами та наративну побудову експозиційного повідомлення (University of Oxford, 2025).

Отже, актуальні наукові підходи й емпіричні дослідження у сфері мультимодальності в культурному, мистецькому та музейному середовищах підтверджують її провідну роль у виявленні латентних смислів культурних артефактів, оптимізації комунікації з аудиторіями та поглибленні розуміння культурної спадщини в умовах глобалізаційних процесів. Сучасний корпус праць охоплює широкий спектр комунікативних практик і поєднує теоретичні та прикладні аспекти вивчення інтеграції знакових систем у різних сферах соціокультурного життя. Мультимодальний підхід засвідчує свою ефективність у гуманітарних, освітніх, медійних, мистецьких і музейних дослідженнях, уможливлюючи опис процесів смислотворення, конструювання ідентичностей, удосконалення комунікативних стратегій і зниження соціокультурних бар'єрів. Інтенсивний розвиток цифрового середовища актуалізує подальше вивчення

мультимодальних ресурсів у контексті нових жанрів, технологічних форматів і практик віртуальної взаємодії, що відкриває перспективи створення аналітичних моделей для дослідження комунікації в сучасному міжкультурному просторі.

1.3. Вплив нових технологій на форми і жанри онлайн комунікації музеїв

У другій чверті XXI століття музейна комунікація зазнає радикальних змін унаслідок цифрової трансформації, що розширює межі комунікативного простору за рахунок гібридизації фізичних і віртуальних компонентів. Цифрові медіа детермінують суттєві зрушення у структурі комунікативної взаємодії, зумовлюючи трансформацію ролей учасників, розмивання меж між продукуванням і споживанням контенту, а також зміну режимів доступу до інформації. Цифровий дискурс, що виникає внаслідок взаємодії інституційної репрезентації, алгоритмічних фільтрів та інтерфейсних стратегій, формує нові способи смислотворення у музейному середовищі. З огляду на це смислотворення доцільно описувати через триадичний інтерфейс “слово – зображення – звук”, у якому вербальні, візуальні та аудіальні ресурси синхронізуються в дискурсивному часі та формують інтегральний ефект повідомлення, зокрема емотивний (Крисанова & Шевченко, 2023). Зростання інтерактивності, мультимодальності та орієнтації комунікації на користувача посилює його роль у процесі інтерпретації, а цифрова ідентичність постає як репрезентант культурного капіталу в межах конвергентного простору (Зражевська & Литвиненко, 2023).

Сучасну музейну комунікацію доцільно описувати крізь призму медійованої комунікації *(mediated communication)* як аналітичного ракурсу, що фіксує технологічно опосередковані середовища взаємодії, у яких музейні практики зазнають глибинної перебудови. Медіа при цьому трактуються як комплекс (ensemble) комунікаційних технологій і режимів смислотворення, інтегрованих у динаміку музейних процесів – від комплектування колекцій й збереження експонатів/ об’єктів до експонування та взаємодії зі спільнотами (Drotner et al., 2019). Загальна логіка цифрової трансформації уточнюється через

поняття медіатизації (mediatisation), що описує вплив медіа через дію кросмедійного комплексу (cross-media ensemble), який змінює способи комунікації та участі у соціальному конструюванні реальності (Couldry & Hepp, 2017; Drotner et al., 2019). У конструктивістському прочитанні медіатизація конкретизується п'ятьма взаємопов'язаними тенденціями сучасної медіакультури: диференціацією *(differentiation)*, зв'язністю *(connectivity)*, омніприсутністю *(omnipresence)*, прискоренням інформаційного обігу *(accelerated pace of information)* і датафікацією *(datafication)*. У музейному полі ці зрушення проявляються як в узгодженні й сумісності цифрових архівів і баз даних, так і у цифрових слідах аудиторій і перерозподілі ролей та відповідальності інституції (Drotner et al., 2019).

Цифровізація музейного простору детермінувала глибинні трансформації жанрової організації комунікації. Наслідком стала поява нових форматів презентації та переосмислення традиційних жанрів. У цифровому середовищі музейні жанри набувають рис гібридності, мультимодальності та інтерактивності, формуючи розгалужену семіотичну систему зі специфічними візуально-комунікативними параметрами інтерфейсу.

Жанрові зміни в цифровому середовищі пов'язані з переходом від початкової стадії цифровізації *(digitalisation)* з акцентом на техніко-адміністративних процедурах оцифрування музейних активів і переоформлення наявного контенту в цифрових форматах та каналах ІКТ до постцифрової фази (postdigital phase), коли цифрова медіація стає системним компонентом музейних практик (Parry, 2013; Ekström, 2019). Інтеграція цифрового посередництва з просторовими рішеннями експозиційного дизайну відбивається у формах музейних комунікацій і публікацій. Наявні формати підтримують нові режими обміну між музеєм та аудиторіями (Parry, 2013). Водночас поняття "*Collect-and-Share Economy"* позначає переорієнтацію від пріоритету стабільного нарощування постійних колекцій до активності, перформативності та домінування тимчасових виставкових форматів у логіці медіатизованої культури (Ekström, 2019).

Теоретичне осмислення постцифрової доби, у якій технології вже не є винятковим нововведенням, а набули нормативного статусу, підкреслює потребу у переосмисленні музейного досвіду, який формується через глибоку взаємодію між цифровими інструментами, відвідувачем і культурною інституцією (Nikolaou, 2024). Тому сучасні гібридні музейні практики, у яких матеріальний експонат співіснує з його цифровим представленням, визначають як форму презентації, так і саму логіку комунікації (Waern & Sundnes Løvlie, 2022). Це дозволяє трактувати цифрову трансформацію музейного простору як чинник формування нової семіотичної організації музейної комунікації, що переорієнтовує моделі взаємодії з культурною спадщиною та змінює способи конструювання й інтерпретації смислів.

За таких умов змінюється сама природа публічної сфери, де зростає роль цифрових ідентичностей, ефемерного контенту та алгоритмічних агентів, що впливають на логіку дискурсивної взаємодії. Поняття “віртуального музею”, що ще донедавна сприймалося як додаток до фізичного простору, нині постає повноцінною формою дискурсивної репрезентації – мобільною, гнучкою та інклюзивною. Прикладом такого новаторського підходу є створений Стюартом Семплом віртуальний музей VOMA, що функціонує винятково онлайн, проте демонструє складну архітектоніку простору, розраховану на взаємодію з навігацією та інтерактивними об’єктами, а не на споглядання експозиції (WIRED, 2021). З огляду на це простір музею має багатовимірну комунікативну організацію, що водночас є локалізованою й розосередженою, фіксованою та мобільною (Giannachi, 2021). Жанри віртуальної екскурсії та цифрового арт-об’єкта інтерпретуються як інноваційні автономні дискурсивні форми, для яких характерна інтеграція техніко-візуальних рішень із просторовою, текстовою й аудіовізуальною семіотичністю (Shikhri et al., 2023). Персоналізована взаємодія з цифровим контентом через великі мовні моделі *(LLM)* зокрема знаходить втілення у системах, таких як VirtuWander (Wang et al., 2024). Ця система застосовує великі мовні моделі для інтерпретації запитів користувачів і формування мультимодальних відповідей (текст, аудіо, зображення). Дві стадії

обробки запиту забезпечують глибоку персоналізацію віртуального туру, що підвищує залученість і адаптивність музейного досвіду .

Трансформація традиційних жанрів, як наприклад каталог, путівник або афіша, відбувається через інтеграцію мультимедійних елементів, що змінює форму й функцію музейного тексту: цифрова афіша виходить за межі простого інформаційного оголошення про подію та набуває рис окремого візуально-комунікативного середовища (Resta et al., 2021; Jokanović, 2020).

Вагомим чинником жанротворення в онлайн-комунікації виступає інтерфейс, який поєднує технічний і семіотичний виміри. Як зазначають Д. Горен-Бар, І. Ґрацціола та Т. Куфлік (Goren-Bar et al., 2005), інтерфейс здатен моделювати емоційно-інтерактивну взаємодію, а мультимодальні дизайнерські рішення, зокрема в системах змішаної реальності, забезпечують сенсорне занурення (White et al., 2007; Nature Communications, 2024).

Інтерфейс у цифровому музейному середовищі організовує доступ і регламентує участь. Його структурні рішення підтримують одні способи комунікації та обмежують інші. Доречно залучити поняття керованості користувача *(user-manoeuvrability),* яке дає змогу описати, які траєкторії взаємодії технологія робить можливими, а які відсуває на периферію залежно від контексту її походження та сценаріїв упровадження (Valtysson, 2014; Valtysson & Holdgaard, 2019). Проєкти творчого повторного використання цифрових колекцій концептуалізуються через культуру співтворення та повторного використання контенту *(read-write culture; making and doing culture)*, в яких користувач переходить від перегляду до перетворення контенту. Фігури користувача-співтворця *(producer)* і користувача-споживача і співтворця *(prosumer)* фіксують рольову зміну між професійним музейним працівником і аудиторією, наділеною інструментами публічного висловлення та модифікації цифрових матеріалів (Lessig, 2008; Bruns, 2008; Toffler, 1980; Valtysson & Holdgaard, 2019).

У теоретичному вимірі жанрові трансформації можна описати через мультимодальну модель Л. Пауелса, яка дає змогу аналізувати вебресурси як

жанрово складні культурні артефакти (Pauwels, 2012). Аспекти жанрової взаємодії у форматі “відвідувач як співавтор” набувають реалізації у практиках інтерпретативних відгуків, що були проаналізовані К. Ноєм у контексті партисипативної музейної комунікації (Noy, 2017).

Сучасна цифрова музейна комунікація дедалі більше орієнтується на принципи мультимодальності, що виявляється у свідомому поєднанні технічних, семіотичних та риторичних засобів задля створення насиченого комунікативного простору. Віртуальні та доповнені реальності (VR/AR), 3D-візуалізації, відео та інфографіка функціонують як засоби візуалізації й водночас як інструменти концептуального осмислення музейного простору. Впровадження AR-навігацій на основі комп’ютерного зору (Chen et al., 2014) чи мультимедійних гібридних рішень для культурної спадщини (Bachiller et al., 2023) свідчить про тенденцію до трансформації способів презентації артефактів, що передбачають інтеграцію зображення, звуку, руху, дотику та гіперпосилань.

Комбінування семіотичних ресурсів відображає зрушення від моно- до мультимодального режиму репрезентації. Зокрема, застосування аудіо-AR, що інтегрує звукові шари до експонатів (Cliffe et al., 2019), або створення мультисенсорних систем, здатних передавати складні наукові дані через зорові, слухові й тактильні канали (Varano & Zanella, 2023), засвідчує новий рівень інтерактивності. Мультимодальність постає як стратегія смислотворення в цифровій культурі, що виходить за межі технічного чи естетичного трактування (Kress, 2010; Diamantopoulou et al., 2024).

У цифрових експозиціях візуально-риторичні стратегії розгортаються через паралінгвістичні елементи та композиційну організацію простору, через що експозиція читається у форматі тексту з власною внутрішньою логікою (Thomas, 2024). Досвід пандемічного періоду, коли мультимодальні віртуальні формати стали домінантними у музейному середовищі (Бєлова, 2023), лише підсилив тенденцію до інтеграції різнорідних модальностей задля збереження комунікативної динаміки. Віртуальні простори створюють у вигляді середовищ повного сенсорного занурення, що переводить артефакт із площини споглядання

у досвід взаємодії в просторі його культурної репрезентації (Song & Evans, 2024; Martin et al., 2021). У цифровому музейному дискурсі інтерактивність та персоналізація виступають ключовими чинниками переосмислення ролі глядача з пасивного споживача на активного учасника комунікації. Цей зсув засвідчує трансформацію музейного середовища у динамічну платформу взаємодії, де відвідувач стає співтворцем значення (Kidd, 2014).

У цифрових середовищах, зокрема у віртуальних музеях, спостерігається зростання ролі персоналізованих наративів, що створюються на основі мовних, поведінкових або соціокультурних характеристик користувачів. Віртуальні середовища набувають ознак адаптивних інтерфейсів досвіду. Зміст і форма повідомлення динамічно коригуються відповідно до мовних та комунікативних параметрів користувача (Androutsopoulos et al., 2001). Платформні жанри цифрової комунікації, зокрема інтернет-меми, засвідчують, що смисл у цифрових повідомленнях продукується інтерфейсною координацією візуального й вербального компонентів та опорою на пресупозиційне знання адресата. У когнітивно-мультимодальній перспективі цей механізм пояснює, як узгодження модусів спрямовує інтерпретацію: ефект повідомлення виникає тоді, коли очікуваний сценарій зіставляється з альтернативним прочитанням, заданим комбінацією зображення й тексту (Мартинюк, Набокова, 2024). Паралельно віртуальні тури й мобільні застосунки (Ryding et al., 2021) надають індивідуалізовані маршрути з урахуванням інтересів, рівня обізнаності та емоційного стану користувача, активізуючи нові канали культурного залучення. Поряд із платформними жанрами цифрової комунікації вагомим стає мобільний вимір, який доцільно описувати не стільки через присутність смартфона в галереї, скільки через мобільне мислення *(mobile mindset)* у музейному полі. Відповідно формується поняття мобільної музеології *(mobile museology)*, співвіднесене з ширшими категоріями мобільності й мобілізації *(mobility and mobilisation)*: мобілізація означає актуалізацію музейного знання для ширшої сучасної аудиторії та стимулювання публіки до взаємодії зі спадщиною поза межами музейної будівлі (Baggesen, 2019). На тлі цих зрушень мобільний музей

(*mobile museum*) концептуалізується як розподілений музей *(distributed museum)* – перехід від локалізованої інституції *(place-based)* до розосередженого простору, що розгортається у партнерських локаціях, міському середовищі та повсякденних контекстах у взаємодії зі спільнотами (Bautista & Balsamo, 2011; Baggesen, 2019).

Водночас інтерактивність набуває форм як емоційного, так і сенсорного занурення, що реалізується через AR-/VR-рішення, віртуальні наративи, аудіоінтерфейси та гейміфіковані моделі взаємодії (Materialising Contexts, 2024; Carrozzino & Bergamasco, 2010). Гейміфікація, зокрема в контексті мобільних додатків і віртуальних реконструкцій, посилює динаміку сприйняття та формує моделі повторного звернення до змісту, спираючись на механізми винагороди, участі й конкуренції (Varinlioglu & Halıcı, 2019; Wang et al., 2024). У цьому аспекті музейний простір набуває рис багаторівневої системи залучення, де ігрові стратегії інтегруються у процеси освітньої, емоційної та ідентифікаційної комунікації.

Цифровий наратив у музейному середовищі – це інституційно сконструйований дискурс, що передбачає соавторство між куратором і аудиторією. Колективне створення мультимедійних історій (Roussou et al., 2015) та інтеграція інтерактивних компонентів (Wyman et al., 2011) трансформують музейну комунікацію в процес постійного переозначення, за якого користувач водночас інтерпретує та продукує культурний зміст.

Сучасні музеї, інституційно зорієнтовані на комунікацію з аудиторіями, зазнають принципової трансформації мовленнєвих стратегій унаслідок переходу до цифрового середовища. Онлайн-дискурс музеїв набуває мультимодальної організації: вербальний компонент взаємодіє з візуальними ресурсами, гіпертекстовою структурою та інтерактивними інтерфейсними засобами, утворюючи поліструктуроване комунікативне середовище. Лінгвістичні особливості цього середовища зумовлюються зміною форм репрезентації та переформатуванням жанрової організації, тематичної орієнтації і прагматичної функціональності.

Еволюція мовленнєвих стратегій у музейному онлайн-дискурсі пов'язана з переходом від одностороннього інформування до комунікації, зорієнтованої на взаємодію та адресність, що відповідає конвенціям соціальних платформ. Значущою стає дискурсивна роль "спільноти" як дискурсивного об'єкта *(community as a discursive object)*: лексеми соціальної єдності можуть виконувати функцію риторичних маркерів відкритості й демократичності, інколи конструюючи радше уявлення про близькість інституції до аудиторії, ніж фактичну взаємодію (Wong, 2015). Паралельно цифрові платформи трансформують жанрову організацію музейних повідомлень, сприяючи переходу від лінійних інформаційних текстів до гібридних мультимодальних форматів, у яких вербальний компонент поєднується з хештегами, емодзі, гіперпосиланнями та інтерактивними елементами. Зазначені формати складають комплексну комунікативну практику з поєднанням інформаційної подачі, позиціювання інституції та конструювання репрезентаційного образу в цифровому середовищі (Wang, 2024). Інституційна ідентичність музеїв у публічному просторі вибудовується через узгоджену систему лінгвістичних і візуальних засобів із артикуляцією цінностей, ідеологій та культурних кодів.

Мовна реалізація змісту на цифрових платформах зумовлюється їхніми технічними параметрами. Зокрема, алгоритмічні системи соціальних мереж моделюють як траєкторії поширення повідомлень, так і формати комунікативної взаємодії. Інтеграція штучного інтелекту, як доведено у дослідженнях на основі CNN-моделей (*convolutional neural network*), дає змогу суттєво оптимізувати параметри дискурсивної взаємодії – зростають охоплення, тривалість утримання уваги, індекс репостів (Wang et al., 2024). У такий спосіб цифровий музей наближається до моделі самонавчального простору, де дані, алгоритми та інтерфейси утворюють нову форму когнітивної архітектоніки. У зв'язку з цим, мовленнєвий контент адаптується до машинного сприйняття, що передбачає стислий, семантично насичений і структурно гнучкий формат повідомлень.

Віртуальні виставки мають власні лінгвістичні параметри. Їхня специфіка пов'язана з характеристиками цифрового середовища, тематичним наповненням

і соціальними умовами комунікації. Комунікативна модель передбачає добір матеріалу та корекцію подачі з урахуванням когнітивних стратегій відвідувача. Відповідно до цього мультимодальність у цифровому музейному просторі поєднує технологічний і риторичний виміри та спрямовує аналіз на способи продукування значення.

Окремим аспектом онлайн-дискурсу залишається лінгвістична інклюзія та багатомовність. Музеї посилюють орієнтацію на багатомовну комунікацію з різнорідними аудиторіями, проте несформованість системної мовної політики на сайтах і у віртуальних експозиціях створює бар'єри для неангломовних відвідувачів (Constantin & Kavoura, 2023). Ситуація потребує критичного перегляду лінгвістичної стратегії музеїв у контексті культурної політики. У цифрову епоху концепт аудиторії дедалі виразніше описується як широка матриця взаємодій *(matrix)* з інституцією на місці, онлайн і дистанційно *(onsite, online, remotely)*, включно з тими, хто не шукає музейний контент цілеспрямовано, але взаємодіє з ним у мережевих середовищах (Anderson, 2019). Цифрові технології стають одним із ключових інструментів, через які музеї окреслюють і демонструють свою публічну цінність, вплив, підзвітність та актуальність (Kidd, 2014; Anderson, 2019). Для аналізу важливе розрізнення дискурсивно сконструйованої аудиторії та емпіричної аудиторії з різними потребами, мотиваціями й досвідом. Відповідно вводиться поняття інституціоналізованої аудиторії *(institutionalised audience),* пластичного конструкту зі змінною конфігурацією під впливом умов цифрової комунікації та конкуренції за увагу (Ang, 1991; Napoli, 2008; Anderson, 2019). Перехід до цифрової аналітики аудиторії *(digital audience measurement)* має організаційні наслідки: залучення цифрових та IT-підрозділів інституцій до збору, аналізу й публікації даних переносить частину відповідальності за досвід відвідувача на цифрові та IT-підрозділи й тісніше пов'язує ключові музейні обов'язки з цифровою інфраструктурою (Anderson, 2019).

Техносоціальні зрушення потребують оновлення методологічних підходів до аналізу музейного онлайн-дискурсу. У SM-CDS *(Social Media Critical*

Discourse Studies) запропоновано чотирирівневу модель аналізу. Модель охоплює контекстуалізацію, функціональне картографування, платформну семіотику та критичну інтерпретацію соціального контенту (Kopf, 2025). Її застосування висвітлює взаємозалежність мови, технології та владних структур у музейній комунікації, що пов'язана з необхідністю узгоджувати автономію музейного поля з потребою публічно пояснювати музейні рішення й пріоритети під впливом політичних або економічних чинників (Soro, 2023).

Під впливом цифрової трансформації музейного простору спостерігається зміщення акценту з інституційно орієнтованих повідомлень до персоналізованих, гнучких мовленнєвих практик, адаптованих до алгоритмізованих платформ. Цей процес супроводжується зміною лінгвістичних параметрів музейного дискурсу, де зростає частотність скорочених структур, емотивних маркерів, графічних елементів та гібридних форматів тексту й зображення (Холод & Калініченко, 2024). У соціальних мережах спостерігається активна жанрова дифузія – від інформаційних постів до наративно-афективних форматів, що моделюють інклюзивне середовище (Wong, 2015; Mamur et al., 2020).

У сучасних дослідженнях цифровий музейний дискурс описано через мультимодальний обмін, побудований на взаємодії різних модусів у спільному семіотичному полі (Diamantopoulou et al., 2024). Особливу роль відіграє віртуальна присутність, яка підсилює репрезентаційну та експресивно-комунікативну функції тексту (Kim, 2018). Медіатизація музейного дискурсу викликає переорієнтацію вербального модуса на неформальні, діалогічні та партисипативні стратегії комунікації, що зумовлено зростанням соціальної взаємодії в умовах глибокої медіатизації. Алгоритмічно зумовлена динаміка цифрового контенту, візуальні реакції користувачів і характерні риси мережевих платформ формують нові жанрові реалізації музейного дискурсу, де інтерфейс поєднує технічну та семіотичну функції й впливає на структурування змісту та моделі взаємодії з аудиторією (Олтаржевський, 2010, 2023). Таким чином, онлайн-дискурс музею є складним лінгвістичним середовищем, у якому мовні,

жанрові та техносеміотичні параметри перебувають у стані постійної адаптації до змін комунікативного ландшафту (Blunden et al., 2024; Сидоров, 2008).

Опис візуальних і вербальних шарів музейної комунікації у цифровій культурі спирається на параметри інтерактивності та адаптивності. Відповідний підхід пов'язує їх із появою нових форматів інтерпретативної взаємодії (Pauwels, 2020). У мультимодальному потоці інформації когнітивна обробка переходить від лінійного сприйняття до фрагментарного. Кожен модальний компонент тоді стає активатором концептуальної структури. Зокрема, інтеграція мобільного сторітелінгу на зразок проєкту Narralive підтримує персоналізовані траєкторії інтерпретації культурної спадщини. Відповідний формат підвищує когнітивну залученість реципієнта (Vrettakis et al., 2019). Цифрові платформи застосовують концептуальні моделі дизайну з опорою на когнітивну теорію навантаження. Відбір і структурування інформаційної подачі відбуваються з орієнтацією на підвищення навчального ефекту (Zhang et al., 2025).

Мультимедійні синкретичні середовища впливають на активізацію концептів завдяки комбінації сенсорних, візуальних і наративних каналів. В умовах зростаючої складності онлайн комунікації музеїв дослідження візуальної уваги через мобільне айтрекінгове спостереження (Shi et al., 2025) демонструє, що динамічний контент на відеоекранах і цифрових панелях є більш ефективними у фокусуванні уваги, тоді як артефакти та текстові пояснення сприяють поглибленій когнітивній обробці. Цифровий музей формує когнітивне середовище, у якому практики збереження доповнюються візуально-семіотичними механізмами активізації концептів. Інтерпретативна взаємодія організовує осмислення культурної інформації у форматі когнітивно-дискурсивної моделі, що реалізується у віртуальних виставках і гібридних експозиціях через нові сценарії читання експозиційного повідомлення (Giannini & Bowen, 2019; Song et al., 2023).

Водночас когнітивний музейний досвід відвідувача змінюється разом із технологіями, інтерфейсними рішеннями та комунікативними очікуваннями. Дослідження мультисенсорного досвіду підкреслюють потребу узгоджувати

технічний дизайн із закономірностями сприйняття та інтерпретації (Luo et al., 2023). Застосування когнітивної теорії оцінки дає змогу простежити вплив візуальних стимулів на емоційну залученість і смислове структурування музейного повідомлення (Song et al., 2023).

З урахуванням тенденцій до злиття фізичного й цифрового вимірів, зростає роль доповненої реальності та мультимодальної взаємодії, які відкривають нові когнітивні горизонти для музейного сприйняття (Lazaro & Kim, 2024). Показовим є також приклад дискурсивного аналізу цифрових освітніх практик в екологічній тематиці (Patten & Lowan-Trudeau, 2024). У цьому підході музейний дискурс структурується через розрізнення явного, неявного та нульового змісту *(explicit, implicit, null curricula)*, зокрема прямі згадки теми, підтекст, пов'язаний із добором фактів, акцентами та тональністю, прогалини у висвітленні теми в публічній самопрезентації музею.

Відповідно, когнітивно-дискурсивний потенціал нових форматів комунікації у музейному середовищі виявляється в трьох ключових аспектах: зміни у способах осмислення й упорядкування досвіду, опрацювання концептів на кшталт спадщини, пам'яті, ідентичності, цінностей інституції, інклюзії та інтерпретативна взаємодія відвідувача з музейним контентом і її динаміка в сенсотворенні.

1.4. Музеологія та дослідження дискурсу музеїв у 2020-х роках

У XXI столітті музеологія перетворилася на спеціалізовану міждисциплінарну галузь, що досліджує музей як простір збереження, інтерпретації та соціокультурної репрезентації природної, історичної, культурної, соціальної спадщини. У такому розумінні музей постає складною комунікативною системою, що функціонує у взаємодії з історично сформованими уявленнями про пам'ять, владу, знання та ідентичність. Теоретичне поле сучасної музеології визначається прагненням до інтеграції підходів із філософії, соціології, антропології, культурології та освітніх студій,

що зумовлює її відкритість до плюралістичних методологій. Аналіз музейних практик виходить за межі суто об'єктного підходу: у фокусі опиняються дискурсивні механізми продукування значень інституцією та їх культурної легітимації. Теоретична увага спрямована на процеси музеалізації й надання культурним об'єктам статусу спадщини. Музей трактується інституційним осередком формування значень і музейної комунікації. У пріоритеті перебувають збереження та інтерпретація культурного надбання (Dolák, 2022). Поступовий відхід від традиційного, контентно-орієнтованого бачення супроводжується оформленням функціонального підходу, за якого музей розглядається як місце формування значень у взаємодії з відвідувачами/ аудиторією (*participatory museum*). Переорієнтація посилює епістемологічну автономію музеології, підтримує розбудову концептуального апарату та зміцнює наукову самодостатність дисципліни. Визначальним для цього процесу є внесок Міжнародного комітету з музеології (ICOFOM). Діяльність комітету спрямована на міжнародну узгодженість ключових термінів музеології та її інституційне оформлення у статусі самостійної галузі знання (Larsen, 2023).

Музей у соціогуманітарному аналізі постає інституцією, що через відбір, інтерпретацію та репрезентацію формує культурні смисли й наративи, актуалізуючи питання влади, авторства та ідеологічних рамок і виявляючи їхню історичну зумовленість. Музей розглядається як простір співтворення смислів у взаємодії з аудиторією, де ідентичність і культурний досвід осмислюються в контексті соціальних трансформацій.

Сучасна музеологія дедалі виразніше фіксує перехід від уявлення про музейний об'єкт як нейтральний носій знання до об'єкта як результату інституційно-кураторського рішення, де комплектування та прийняття колекції стають процедурами, що одночасно конструюють історичний запис і визначають межі легітимного знання в інституції (Blyth & Boyle, 2024). Водночас робота зі спеціалізованими колекціями виявляє нестачу науково обґрунтованих орієнтирів: систематичний огляд профільної літератури засвідчує брак досліджень, безпосередньо придатних для догляду та консервації об'єктів, а

також відсутність узгоджених класифікаційних критеріїв, що ускладнює управління такими зібраннями. Унаслідок цього рішення щодо збереження й експонування ухвалюються в умовах методологічної невизначеності та набувають виразного етичного виміру (Domański et al., 2023).

У соціальній музеології (ре)контекстуалізація колекцій набуває форми соціальної інтервенції. Картографування та інтерпретація предметів матеріальної культури активізують символічний і практичний вимір спадщини. Пріоритети зміщуються до збереження й передавання знань і практик місцевих спільнот та підтримки біокультурного різноманіття. У цьому руслі окреслюється двостороння музеологія (*two-way museology*), яка трактує музей як інструмент творення знання: предмети колекції не подаються остаточно інтерпретованими фактами. Для пояснення смислів потрібні культурні контексти та консультації з носіями відповідного знання. Залучення носіїв до каталогування, експозиційного проєктування, освітніх практик і цифрових форматів стає передумовою співіснування різних способів знати й інтерпретувати та окреслює етичні орієнтири роботи з колекціями (Simpson, 2024).

У контексті дискурсивної активності, характерної для музеології 2020-х років, особливого значення набуває аналіз комунікативної природи музейних репрезентацій, форм візуалізації спадщини, стратегій залучення аудиторій, а також взаємодії музейного повідомлення з соціальним і культурним контекстом. Саме в цьому напрямі окреслюється потенціал дослідження музею як мультимодального дискурсивного середовища.

Музейну комунікацію доцільно описувати через взаємопов’язану мультимодальну організацію експозиції. Смисл вибудовується одночасно на рівні експозиційного підпису, фізичних характеристик експоната, композиції виставки та інституційного повідомлення музею (Ravelli, 2024). У цій перспективі мультимодальність поєднує аналітичну та освітню функції. Візит до музею передбачає тілесну присутність в експозиційному просторі та створює умови для навчання мультимодальної інтерпретації експозиції через завдання з рухом маршрутом, цілеспрямованим спостереженням, колективним

обговоренням і занотовуванням просторових зв'язків у формах карт або схем (Wünsch-Nagy, 2024). Символічно насичені експонати та артефакти з виразною соціальною й історичною значущістю виступають ресурсами міжкультурної комунікації, через які музей окреслює культурну ідентичність і спрямовує інтерпретацію відвідувача, створюючи передумови для емпатійного осмислення та культурного діалогу в глобалізованому публічному просторі (Wang & Gao, 2024).

Посилення підходу, зорієнтованого на відвідувача (*visitor-centric approach*) загострює потребу в дослідницьких інструментах для аналізу аудиторії, які дозволяють простежувати взаємозв'язок між поведінкою відвідувачів, соціальною взаємодією та характером залучення в експозиції. Це стимулює поєднання мультимодальної теорії із соціокультурними студіями навчання та розвиток методів і цифрових засобів візуалізації даних, релевантних музейній практиці (Pierroux, 2024).

У 2020-х роках концепт "нової музеології" *(new museology)* набуває методологічної визначеності, що переорієнтовує музей із традиційної об'єктно-колекційної парадигми на відкриту соціокультурну практику. Її концептуальні орієнтири – інклюзивність, горизонтальні форми участі, взаємодія з громадою, створюють умови для формування музею як простору соціального діалогу та критичної освіти (Duarte Cândido, 2023). Цифрові інструменти, зокрема VR/AR, штучний інтелект, 3D-моделювання та мультимодальні формати, суттєво трансформують візуальну організацію експозицій і характер взаємодії з відвідувачем, активуючи емоційне залучення та індивідуалізований досвід (Erbay, 2024; Yum, 2024). Комунікативна організація експозиції значною мірою залежить від архітектурної побудови музейного простору. Вона підтримує відкритість, гнучкість та інклюзивність (Sari et al., 2023). Ідея "відкритості", осмислена крізь соціоконструктивістську призму, трансформується у напрямі як цифрової доступності, так і прозорості функціонування інституції (Cao, 2024). Нова музеологія постає також як відповідь на потребу деколонізації музейного знання: дискурс сучасних музеїв спрямований на дестабілізацію усталених

наративів і включення маргіналізованих голосів у поле культурної репрезентації (Krstović, 2020). Практична реалізація цих ідей помітна у музейних ініціативах, що поєднують розважальну та освітню функції, а також актуалізують спадщину у форматі ігрового навчання (*eduatainment*) (Sugara et al., 2024).

Концептуальним продовженням нової музеології стає соціальна музеологія –

теоретико-практична парадигма з акцентом на соціальному залученні, локальній взаємодії та культурній трансформації (Ключко, 2017). На її основі поступово консолідується напрям соціомузеології з власною термінологією, методологією та корпусом досліджень, зорієнтованих на демократизацію доступу до спадщини, підтримку громади та потенціал соціальної трансформації, реалізованої через партисипативні формати музейної роботи (Moutinho, 2010). У соціомузеологічній перспективі музей характеризується не замкненим сховищем артефактів, а простором персоніфікованого, тілесного, ідентифікаційного та територіального досвіду, у якому виразними стають елементи повсякденної пам’яті та культурного самовираження.

Особливого значення соціальна музеологія набула в умовах пандемії COVID-19, коли музеї продемонстрували здатність до цифрової адаптації, збереження діалогу з аудиторією та репрезентації контргегемонних культурних наративів (Kidd et al., 2022). Водночас досвід співіснування соціальних і традиційних моделей музею засвідчує, що саме освітні ініціативи можуть слугувати інструментом поступової деколонізації музейного простору, розширення доступу та залучення ширшої публіки – навіть у структурі класичних інституцій.

У контексті загальної поліфонізації музеології в 2020-х роках окреслюється низка додаткових напрямів, що репрезентують складність і багатогранність музею як соціокультурного феномену. Так, інженерна та утилітарна музеологія зосереджуються на функціональній ролі музею в публічній комунікації, а також на його етичній і проєктній результативності у процесах соціального конструювання (Руденко, 2018). Критична музеологія, у

свою чергу, зосереджується на викритті прихованих ідеологем музейних практик, виявленні механізмів репрезентативного домінування та вирішенні проблем інституційної влади (Shelton, 2018).

Серед національних підходів, зокрема британської традиції, домінують прагматичні моделі, орієнтовані на деколонізаційні, інклюзивні та мультикультурні практики. Сучасна британська музеологія спрямована на синтез об'єктно-матеріальної спадщини з критичним аналізом соціальної відповідальності музеїв і рефлексією щодо національної ідентичності. У свою чергу, природнича музеологія зберігає акцент на систематизації знання та поданні наукових підходів до культурної й природної спадщини, а військова музеологія відображає трансформацію історичної пам'яті відповідно до нових національних наративів (Chervonenko & Kepin, 2022; Šteiner, 2020).

У сучасному глобальному контексті музеологія демонструє регіональні відмінності у теоретичних підходах, інституційній практиці та освітніх моделях, що зумовлено культурною специфікою, історичними передумовами та суспільними запитами. У країнах Азії та Близького Сходу спостерігається активний розвиток критичної та нової музеології з акцентом на локальні особливості, децентралізацію музейного знання та зміцнення зв'язків із громадами (Cai, 2025; Rizqika & Wahyudi, 2023; Sonoda, 2016). У дискусіях про музеї у мусульманському світі, що постають як альтернатива західним парадигмам, окреслюються питання конфесійної ідентичності, етичних принципів і нормативної бази (Mohamad Kamil et al., 2025). У європейському просторі спостерігається зміщення фокусу від традиційних студій музеїв до ширших концептів спадщини, зокрема в іспанській науковій традиції, де пропонується поняття "вітчизняної культурної спадщини" (*patrimoniología*) як інтегративного напряму (Lorente, 2024). Загалом, трансформація музеології у різних регіонах світу відображає процеси перегляду інституційних функцій музею, розширення його соціальної ролі та формування мультикультурної епістемології (Carvalho & Faria, 2024; Grigoriadis, 2023).

Показовою для розуміння нерівномірності дисциплінарного становлення музеології є німецька траєкторія, де за умов спільної мовної рамки та історичної спадковості відбувається розщеплення теоретичного поля на два типи розвитку: інституційно організований, державоцентричний дискурс Східної Німеччини та децентралізована модель Західної Німеччини з перевагою трансдисциплінарних імпульсів і слабкою академічною інституціоналізацією. Політичне об'єднання не синтезувало ці лінії, а призвело до згортання східних інституцій та окремих наукових траєкторій (Walz, 2021). Водночас у центральноєвропейському просторі очевидною є інша логіка: музеологія утверджується як автономна наукова дисципліна з власним об'єктом, термінологією та методологією, що в рамках Брненської школи була спрямована на професіоналізацію музейної сфери та вибудову теоретичних основ музейної практики, посилених міжнародною комунікацією через ICOFOM (Kirsch et al., 2022).

У 2020-х роках ця неоднорідність дисциплінарних моделей особливо виразно проявляється в освітньому вимірі, де музеологічне знання часто не має форми цілісно структурованої теорії, натомість підтримується гібридними форматами навчання. Помітне місце посідає практика музейного стажування. Вона передбачає набуття професійних компетенцій і ознайомлення з правилами, процедурами та етичними нормами роботи з колекціями (Waszczyńska, 2023).

Розширення меж музеології як сфери знання корелює також із її активним міжгалузевим застосуванням, де музей і музеологічні практики використовуються для конструювання культурного продукту та досвіду відвідувача в туристичних практиках, що засвідчує бібліометрично-систематичний огляд досліджень олеотуризму, туризму, орієнтованого на оливкову культуру та виробництво оливкової олії, у зв'язку з музеями (Ferreira et al., 2022). Кількісне картографування публікаційних масивів водночас підкреслює зростання міжнародного значення музеології, розширення міждисциплінарних зв'язків і посилення англомовної наукової комунікації, що фіксується у бібліометричному аналізі корпусу робіт, індексованих у Web of Science за запитом "*museology*" (Aykaç & Diker, 2024).

З огляду на подальше переосмислення функцій музею актуалізується його роль як гнучкого соціокультурного простору, здатного адаптуватися до змін і брати участь у конструюванні нових форм публічної взаємодії. Поняття музею перестає бути фіксованим, трансформуючись під впливом цифрових технологій, глобалізаційних викликів і соціального запиту на інклюзивність (Corona, 2020; Forero Parra, 2020). Зростання наукової уваги до музейної сфери підтверджується також кількісними дослідженнями, які демонструють високий рівень академічного інтересу до проблематики функцій і ролі музею у сучасному суспільстві (Kovalova & Levchenko, 2023).

Технології, застосовані в експозиції, дають підстави оцінювати адаптацію національних музейних систем до сучасних умов. Обговорення переходу від вітринного показу до цифрових і віртуальних форматів демонструє, що оновлення відбувається не як рівномірна модернізація, а як зіткнення усталених практик із фрагментарним упровадженням цифрових рішень, зумовленим ресурсами й пріоритетами конкретних інституцій (Boyraz, 2020). Імерсивний *дизайн (immersive design)* у цифрових музеях зміщує акцент із демонстрації об’єкта на проєктування досвіду віртуальної присутності. Віртуальна реальність (VR) та навчально-освітні ігрові формати *(serious games)* спрямовують інтерпретацію культурної події. Інтерактивні й мультисенсорні взаємодії організовують маршрут користувача, тому експозиційний зміст подається як пережитий досвід, а пам’яттєвий ефект конструюється через послідовність дій і виборів у віртуальному просторі (Georgiou et al., 2021). Важливою ознакою ширших культурних зрушень є поява музеїв, що спеціалізуються на цифрових іграх, у яких ігрові практики та пов’язані з ними матеріальні артефакти (носії, консолі, аркадні автомати й супровідні матеріали) оформлюються як предмет колекціонування та експонування, а ігрова культура інституційно закріплюється у вигляді окремого сегменту культурної спадщини (Güncan, 2022). Технологічний дизайн музейного досвіду має інформаційно-інфраструктурний вимір, у якому музейний об’єкт послідовно осмислюється як документ і повідомлення, зорієнтоване на конкретну аудиторію. Відповідно ІКТ

виступають засобами опосередкування музейної комунікації та організації доступу до колекцій, охоплюючи їх опис, збереження й поширення. Це зумовлює міжфахову взаємодію фахівців музею з IT-спеціалістами під час проєктування способів упорядкування та представлення культурної інформації (Carvalho et al., 2023). Період пандемії посилив цю залежність, оскільки вимушене перенесення музейної діяльності в цифрове середовище активізувало експерименти з мультимодальним сторітелінгом, гейміфікацією та засобами створення ефекту присутності. Паралельно поширилися практики онлайн-колекціонування, що становлять окремий тип поповнення цифрових колекцій і слугують дослідницьким ресурсом для подальших міждисциплінарних студій (Belova, 2021).

Сенсорна музеологія фокусується на матеріально-тілесному вимірі музейного пізнання, у якому значення артефакту формується через візуальні та вербальні ресурси, через цілеспрямовано введені сенсорні елементи. Наприклад, використання запаху, що підсилює залучення відвідувача й допомагає відтворювати історичні контексти, розширює інтерпретаційні можливості експозиції, але водночас посилюється методологічна й етична проблематика, пов’язана з доречністю, автентичністю та принципами інтеграції запаху в музейний простір у статусі компонента нематеріальної спадщини. Інклюзивний підхід до музейної мультисенсорності *(multisensoriality)* пропонує організацію взаємодії, зорієнтовану на тілесно зумовлене сприйняття *(embodiment)* та матеріальну екологію простору *(material ecology).* Вказані чинники спрямовують траєкторії сприйняття. Координація дій відвідувача із супровідником описується поняттям сенсорної співдії *(co-sensoriality).* Відбувається перегляд звичної ієрархії модальностей. Візуальне сприйняття втрачає домінантність, а тактильні й аудіальні ресурси набувають більшої ваги (Bouaouina et al., 2025). Це зумовлює потребу системного інституційного контролю доступності, де інклюзія виступає параметром музейної комунікації та проєктування музейного середовища.

У сучасному музейному дискурсі освітня функція музею трансформується в напрямі соціально активного, інклюзивного та відкритого до участі

середовища. Навчання в музеї організовується через взаємодію з відвідувачами, співтворення та критичне осмислення культурного досвіду. Музейний простір корелює з моделями неформального, інклюзивного та соціально орієнтованого навчання, побудованими на принципах доступності, участі й міжкультурного діалогу (Nepal, 2021). З урахуванням динаміки соціальних трансформацій, дослідники наголошують на необхідності переосмислення освітніх підходів у музеях, зокрема в контексті викликів цифрової доби та постпандемійних умов, які вимагають інтеграції технологій у музейне середовище (Lei, 2023). Особлива увага приділяється ідеям орієнтації музейної комунікації на відвідувача *(visitor-centric approach)* та партисипативного музею *(participatory museum)*, пов'язаним із залученням аудиторії та співтворенням смислів. Відповідні підходи підтримують розвиток критичного й соціально відповідального мислення. Це зумовлює зростання уваги до досліджень поведінки відвідувачів, необхідних для уточнення механізмів сприйняття музейного контенту та навігації в експозиційному просторі (Jovaišaitė-Blaževičienė, 2024; Li, 2024).

Музейна освіта дедалі активніше інтегрується у програми університетської підготовки, зокрема у сфері історії, етнології та культурної антропології, що сприяє формуванню фахівців, спроможних працювати в умовах міждисциплінарності та соціального залучення (Harahap et al., 2022; Olszewski, 2023; Kasprzyk, 2023). Досвід міждисциплінарної взаємодії музеїв з педагогічними закладами засвідчує потенціал музею у формуванні мультимодальної грамотності, зокрема в освітній підготовці майбутніх учителів (Deroo & Galante, 2023).

Особливої актуальності набуває критична дитяча музеологія (critical children's museology), що спростовує традиційні уявлення про дітей як пасивних реципієнтів музейної інформації. Вона пропонує нові кураторські та інтерпретаційні моделі, зорієнтовані на дитяче бачення світу, суб'єктність і творчу культурну діяльність (Patterson, 2021).

Паралельно з цим розвиваються підходи, згідно з якими музей розглядають у категоріях практик участі й взаємодії, а ключовими параметрами комунікації

стають досвід, емоції та тілесність (Boyd & Hughes, 2020). Зростає роль етнографічних музеїв, орієнтованих на збереження та репрезентацію нематеріальної спадщини, формування колективної ідентичності та критичне осмислення колоніального й постколоніального минулого (Czachowski, 2023, 2024).

Поглиблення взаємозв'язку між музеологією та антропологічними студіями відкриває нові можливості для переосмислення музею як інституції, що акумулює об'єкти разом із пов'язаними з ними цінностями, способами життя, знаннями та когнітивними моделями різних спільнот (Ben & Duke, 2025; Brzezińska, 2023). Дедалі актуальнішим стає критичне осмислення колоніальної спадщини музейних наративів. Концепти деколонізації та ре-гуманізації пропонують альтернативні підходи для аналізу владних структур музею, розподілу ролей між інституцією та спільнотами, а також для впровадження горизонтальних форм участі (Ciafrino & Gonçalves, 2025; Jeffery, 2021; Osbourne, 2024).

Деколоніальна музеологія у різних концептуальних модифікаціях, від "контр-колоніального" музею до еко-деколоніальних підходів, зосереджується на переосмисленні практик колекціонування та експонування через призму онтологічного зсуву до реляційності, міжінституційного діалогу та екосоціальної справедливості (Jeffery, 2021; Osbourne, 2024). Такі дослідження ставлять під сумнів дуалістичну модель музею та пропонують нові шляхи концептуалізації інституції як відкритого простору взаємодії між людиною, природою та культурною пам'яттю.

Особливе місце займають репрезентації корінних народів, ЛГБТК+ музеологія, а також форми наративів, що виходять за межі гетеронормативної матриці, як у випадку з дослідженнями "анти-об'єкта" в контексті сексуальності корінних народів (Baptista, 2021). У свою чергу, студії, присвячені музейному осмисленню Холодної війни, розширюють аналітичне поле музеології у бік плюралістичного, інклюзивного та критичного прочитання матеріальності недавнього минулого (Douthwaite et al., 2024).

Окреслені підходи засвідчують потенціал сучасної музеології у репрезентації минулого, культурних смислів та ідентичностей, а також у соціальній трансформації.

Останні роки ознаменовані появою інноваційних форматів в музейних інституціях, які поєднують функції культурного центру, платформи громадської участі та осередку сталого розвитку, демонструючи здатність музеїв реагувати на нові соціальні й екологічні виклики. Під впливом ідей нової музеології формується спектр інституційних форматів – екомузей, відкритий музей, партисипативний музей, які орієнтовані на потреби локальних спільнот, інтерпретацію нематеріальної спадщини та сталий розвиток (Olinsson, 2023). Ці моделі музейної практики нерозривно пов'язані з урбаністикою й підкреслюють важливість міждисциплінарного діалогу між музеологією та міським плануванням, що дозволяє переосмислити роль музею у публічному просторі (Duarte Cândido & Pappalardo, 2023).

Паралельно з розвитком інституційних експериментів спостерігається становлення тематично орієнтованих музеїв, що фокусуються на раніше маргіналізованих наративах. Серед них музеї катастроф, які висвітлюють травматичні пам'яті через афективні стратегії (Pieprzak, 2020; Gledhill, 2024); музеї гендерної та сексуальної ідентичності, що репрезентують досвід ЛГБТК+ спільнот, актуалізуючи питання невидимості й соціальної нерівності; спеціалізовані музеї, присвячені гастрономії або ветеринарній спадщині, які демонструють потенціал вузькопрофільних музеїв у збереженні професійної й локальної ідентичності (Maio et al., 2024).

Важливе місце займає діджиталізація музейного середовища, що трансформує способи представлення експозицій та логіку взаємодії з відвідувачем. Інтерактивні дисплеї, віртуальна й доповнена реальність, сенсорні інтерфейси та онлайн-архіви розширюють доступ до культурної спадщини. Вони також підтримують нову парадигму відкритості. У музейному управлінні відкритість розуміють як принцип доступності інформації та готовності музею до діалогу з відвідувачами (Cao, 2024). Цифрова трансформація музейного

простору стала однією з визначальних тенденцій у сучасній музеології, істотно змінюючи характер взаємодії між музеями та аудиторією. Використання віртуальної *(VR)* та доповненої реальності *(AR)*, цифрового архівування, 3D-сканування, фотограмметрії, сенсорної стимуляції, онлайн-виставок та інтерактивних дисплеїв сприяє формуванню нового типу відвідувача – активного учасника музейного дискурсу, зануреного у мультисенсорний простір культурної спадщини (Kenderdine et al., 2021; Alabau et al., 2024; Anastasovitis et al., 2024; Kahraman, 2024). Віртуальна музеологія, що базується на міждисциплінарному підході, дає змогу поєднувати архівні, технічні та наративні ресурси, трансформуючи музей із репрезентативної інституції у простір цифрової взаємодії (Yang et al., 2025). Залучення мета-всесвітів, імерсивних середовищ та ігрових шаблонів відкриває нові горизонти у досвіді сприйняття музейного контенту, тоді як впровадження QR-кодів і онлайн-ресурсів дозволяє забезпечити інклюзивність та доступність матеріалів для ширшої аудиторії (Boneva, 2023; Putra et al., 2024). Результати досліджень свідчать, що цифрові формати можуть бути співмірними з традиційними, а в низці випадків забезпечують глибше естетичне та пізнавальне залучення (Darda et al., 2024). Системна адаптація музеїв до умов цифрової епохи демонструє потенціал віртуального простору для сталого культурного розвитку, репрезентації складної наративної структури експозицій та поглиблення взаємодії з відвідувачем (Dong, 2024; Zhang, 2024).

Висновки до першого розділу

У першому розділі дисертації узагальнено сучасні підходи до дискурсивних досліджень, уточнено поняття дискурсу та окреслено наукові позиції, що слугують теоретичною основою аналізу музейної комунікації у дисертації. Розглянуто основні напрями дискурс-аналізу із залученням концептуальних положень Т. ван Дейка, М. Фуко, Н. Фейрклафа, Р. Водак, які стали основою дискурсивних досліджень у XXI столітті. Дискурс є формою

організації публічної комунікації, у якій смисли формуються та закріплюються залежно від соціального контексту, жанрових норм, правил доступу до висловлення й комунікативних ролей учасників. Ця теоретична основа дозволяє розглядати музейну комунікацію як систему дискурсивних рішень, пов'язаних із вибором тем, способом їх презентації, пояснення та межами інтерпретації.

Дискурс музеїв визначається як інституційно керована публічна комунікація, у межах якої музей подає інформаціюта проектує умови її тлумачення. Його відмінність зумовлена зв'язком вербальних пояснень із матеріальністю експоната та просторовою організацією експозиції, тому смисл залежить від маршруту огляду, навігаційних рішень і дій відвідувача. Кураторське структурування тем і наративу задає акценти та формує узгоджений спосіб презентації тем у візуальному й текстовому супроводі. У цифровому вимірі ці механізми додатково підсилюються інтерфейсом, який регулює доступ до змісту та визначає порядок і спосіб взаємодії користувача з контентом.

Мультимодальність визначено як ключову характеристику сучасної комунікації, у якій значення виникає завдяки кросмодальній взаємодії, де кожен із модусів має соціально закріплені можливості смислотворення. Соціосеміотична традиція, пов'язана з працями Г. Кресса і Т. ван Лювена, а також напрацюваннями К. Джуїт, Д. Беземера, Л. О'Галлоран, А.Д. Бєлової, В.А. Єфименко, Л.Л. Макарук та ін., забезпечує термінологічну основу для опису модусів, семіотичних ресурсів і медіа, а також для аналізу композиції, інформаційної ієрархії, візуальної граматики й міжмодальної узгодженості. Мультимодальний підхід дозволяє трактувати музейну експозицію як комплексний текст, де вербальні написи, образи, об'єкти, світло, звук, маршрут руху й тілесні практики сприйняття створюють спільний смисловий контур. Фокус зміщується на механізми взаємного підсилення модальностей, на керування увагою відвідувача, на ритм і темп сприйняття, на дискурсивні ефекти, що виникають у взаємодії матеріальності й інтерпретації.

Розглянуто різні напрями мультимодальних досліджень, релевантні для аналізу складних комунікативних середовищ. Узагальнення підходів показує розвиток методик опису мультимодальних даних і розширення об’єктів аналізу від вербально-візуальних повідомлень до просторових, матеріальних, мультисенсорних і інтерактивних форм комунікації, у яких значення залежить від організації середовища та дій адресата. Окреслено міждисциплінарні лінії, що поєднують мультимодальний аналіз із соціосеміотикою, системно-функціональною лінгвістикою, аналізом дискурсу, освітніми студіями, підходами до візуального мистецтва й архітектури, дослідженнями жестової та аудіовізуальної координації, медіадослідженнями й цифровими форматами комунікації.

Цифровізацію визначено як системний чинник трансформації музейної комунікації. Цифрові технології змінюють жанрові форми, швидкість поширення повідомлень, видимість музею у публічному просторі, а також способи підтримання авторитету й довіри. Окремо акцентовано роль інтерфейсу в організації доступу та участі: навігація, рекомендаційні механізми, пошукові фільтри, інтерактивні карти, аудіогіди, AR/VR-сервіси й мультимедійні інсталяції задають сценарії взаємодії, визначають пріоритети перегляду та впливають на сприйняття змісту. Аналітика поведінки користувачів дозволяє персоналізувати подачу контенту, однак потребує уваги до етичних норм, прозорості рішень і відповідального використання даних.

Обґрунтовано роль новітніх технологій у формуванні інтерактивності як комунікативної норми: комунікація перестає бути одностороннім повідомленням і набуває формату взаємодії, де значення співконструюється через вибір, клік, дотик, переміщення, коментар або поширення. Платформні середовища трансформують музейну присутність у мережі, підпорядковуючи інституційний голос жанрам соціальних платформ, логіці алгоритмів і конкуренції за увагу. Пандемія COVID-19 посилила цифровий вимір музейної комунікації: онлайн став повноцінним простором репрезентації та взаємодії,

прискоривши розвиток онлайн-експозицій, віртуальних турів, інтерактивних освітніх форматів і гібридної участі.

Музеологія XXI століття фіксує трансформацію місії музею як комунікативної інституції. У центрі опиняється відвідувач і організація досвіду взаємодії з експозицією як смислотворчим середовищем. Показ колекції поступається пріоритету інтерпретації, де сприйняття структурується через мультимодальні рішення. Комунікація зміщується від монологічної подачі до діалогічних і партисипативних форматів, що передбачають участь аудиторії у смислотворенні. Авторитет музею визначається суспільною користю, доступністю та відповідальністю подачі змісту, а також здатністю працювати з різними групами відвідувачів. Освітня функція музею реалізується через розвиток аналітичних умінь і вміння інтерпретувати інформацію експозиції. Інтерактивні формати підсилюють ці завдання, залучаючи відвідувача до дії й підтримуючи пояснення матеріалу через поєднання кількох каналів подачі.

Перспективи дискурсивного аналізу музейної комунікації пов’язані з подальшим описом того, як інституційні смисли відтворюються й змінюються в умовах зближення експозиційного простору та цифрових платформ. Продуктивним напрямом стає зіставлення офлайн- і онлайн-режимів музейного повідомлення з урахуванням ролі інтерфейсів, алгоритмічної видимості й жанрових трансформацій, що впливають на траєкторію сприйняття, інтерпретаційні пріоритети та форми зворотного зв’язку аудиторії. Окремої уваги потребує вивчення впливу мультимодальних й інтерактивних рішень на співвідношення інституційної позиції музею та участі відвідувача в смислотворенні, разом з етичними аспектами роботи з даними й інклюзивними практиками доступу.

РОЗДІЛ 2. МУЛЬТИМОДАЛЬНІ, МУЛЬТИСЕНСОРНІ, ІНТЕРАКТИВНІ КОМПОНЕНТИ СУЧАСНОГО ДИСКУРСУ МУЗЕЇВ

2.1. Музейна експозиція як середовище мультимодальної комунікації

Цифрова трансформація музейної сфери набула глобального характеру і привернула увагу дослідників у багатьох країнах, зокрема в Китаї (Yang & Cui, 2024), Кореї (Lei, 2024), Іраку (Rukhsar, 2023), Єгипті (Abd El-Wareth, 2024), Іспанії (Rodríguez-Vera et al.,2024). Музеї активно впроваджують сучасні технології з метою залучення аудиторії до експозицій як в офлайн-, так і в онлайн-середовищі, істотно впливаючи на досвід відвідувачів, їхню здатність до пізнання, розуміння й емоційної взаємодії з експонатами. Дослідження ефективності впровадження ІКТ у музеях дало поштовх до формування окремої дисципліни – музеології (*Museology*). Науковці продовжують аналізувати новітні технологічні тренди, що поглиблюють взаємодію між музеєм і відвідувачами. Серед актуальних рішень виокремлюють застосування AR і VR, використання QR-кодів (Rukhsar, 2023), інтерактивних сенсорних панелей, а також впровадження цифрових елементів у структуру музейних вебсайтів і соціальних медіа (Rodríguez-Vera et al.,2024). У музейному контексті ці інструменти функціонують як ключові засоби мультимодальної комунікації. Їхній детальний аналіз дає змогу простежити, як сучасні технології трансформують музейний дискурс і яким чином впливають на сприйняття контенту та загальне враження відвідувачів.

У Китаї прикладом упровадження цифрових технологій виступає Палацовий музей Гугун у Пекіні, який одним із перших почав застосовувати технології віртуальної *(VR)* та доповненої *(AR)* реальності. Завдяки цьому відвідувачі мають змогу зануритися в історичні сцени та артефакти, взаємодіючи з ними у візуально насиченому цифровому середовищі (Liu & Guo, 2023). В Іраку Сулейманійський музей розпочав процес цифровізації з оновлення офіційного вебсайта та розробки електронних кодів для кожного музейного об’єкта. Метою проєкту стало поширення освітніх і наукових матеріалів серед громадськості та наукової спільноти (Rukhsar, 2023). Водночас у Єгипті музеї Александрійської

бібліотеки використали панорамні екрани для показу документальних фільмів у іммерсивному форматі, а в Музеї рукописів запроваджено інтерактивні сенсорні панелі, через які користувач отримує доступ до старовинних рукописів і археологічних текстів (Abd El-Wareth, 2024).

Помітною стає тенденція до створення цифрових просторів, у яких аудиторія взаємодіє з нематеріальною культурною спадщиною за допомогою VR-технологій та інтерактивних інструментів (Qiu, 2024). Виникають нові формати музеїв – цифрові та смарт-музеї, які інтегрують високотехнологічні рішення, зокрема Інтернет речей (IoT) (Liu & Guo, 2023). Завдяки IoT технологіям зростає рівень взаємодії з експозицією: від віртуальних колекцій до можливості планувати персоналізовані маршрути з використанням інтерактивних карт (Smart Museum Technology, 2022).

Цифрова трансформація музеїв висвітлюється крізь призму очікуваних можливостей і чинників, що стримують упровадження цифрових рішень. У своїй праці П. Ніколау окреслює низку системних викликів, зокрема недостатній рівень цифрової грамотності та брак технічної компетенції, що ускладнюють ефективне використання технологій. П. Ніколау зазначає, що цифрові інструменти нерідко розглядаються як другорядні й застосовуються епізодично, без комплексної стратегії, а дефіцит людських і фінансових ресурсів додатково обмежує можливості сталого розвитку цифрових проєктів (Nikolaou, 2024).

У XXI столітті інформаційно-комунікаційні технології, цифровізація, онлайн-комунікація та мультимодальність проникають у різні сфери, істотно трансформуючи різні види дискурсу. Деякі музеї, зокрема Музей Вікторії та Альберта, Природничий музей у Лондоні, Музей науки, Музей Ашмола, Музей мадам Тюссо, стали новаторами у впровадженні мультимодальності в експозиційну практику (Belova, 2021). Ці зміни в експозиційній практиці корелюють із концепцією партисипативного музею.

Концепція партисипативного музею зосереджує увагу на інтерактивному досвіді відвідувача та оновленні виставкових форм через мультимодальні рішення. Як наслідок, доступ до культурного контенту розширюється, взаємодія

між музеєм і аудиторією набуває більшої динаміки. Постійне вдосконалення мультимодальних форматів змінює традиційний досвід відвідування музеїв, посилюючи його багатоканальність через інтеграцію різних семіотичних ресурсів. Інновації, що впроваджуються музеями, окреслюють нові стандарти діяльності культурних інституцій у технологізованому світі.

Мультимодальність у музейному середовищі утворює багаторівневий комунікативний механізм, який інтегрує різні канали подачі знань і забезпечує цілісний досвід відвідувача. Вона охоплює сенсорні панелі з інтерактивними інтерфейсами, які забезпечують доступ до тематично релевантної інформації й дозволяють відвідувачу самостійно структурувати траєкторію ознайомлення з експонатом, проєкційні рішення, що відтворюють історичний або культурний контекст (рис. 2.1.1–2.1.2).

Рис. 2.1.1. Сенсорна панель у музеї Вікторії та Альберта, що надає інтерактивний доступ до інформації про експонат.

Рис. 2.1.2. Проєкція з підсвічуванням деталей на археологічному рельєфі в Ашмолеонському музеї.

Мультимодальні рішення в експозиціях передбачають розширення експозиційного повідомлення через поєднання різних семіотичних ресурсів та організацію пошукових завдань із орієнтацією на активні дії відвідувача. У результаті формується простір, у якому мовні інструкції, предметний ряд і інтерактивні дії поєднуються, стимулюючи когнітивну та емоційну взаємодію.

Інтерактивний стенд у музеї Вікторії та Альберта (рис. 2.1.3–2.1.4) є показовим прикладом мультимодальної організації комунікації, де мовні інструкції, візуальне оформлення, предметний ряд і тілесна дія відвідувача утворюють цілісний інтерпретаційний цикл. Заголовок “WHAT IS IT?”, виконаний великими літерами, виступає прагматичним сигналом, що переводить увагу від пасивного огляду експонатів до пошуково-гіпотетичного режиму. Відвідувач має уважно роздивитися об’єкти й спробувати визначити їх призначення. Далі з’являється інструкція *“Open door for answers”*. Вона позначає перехід до кроку перевірки. Послідовність взаємодії розгортається через розгляд об’єктів, формування припущення щодо призначення, відкриття відповіді та звіряння припущення з поясненням. Відповіді подано у дзеркальному письмі, і щоб їх прочитати, необхідно відкрити дверцята та скористатися вбудованим дзеркалом. У такий спосіб візуальне сприйняття поєднується з лінгвістичним дешифруванням і фізичною дією, що підсилює залучення відвідувача й підкреслює медіаційний характер знання.

Рис. 2.1.3. Інтерактивний стенд “WHAT IS IT?” у музеї Вікторії та Альберта.

Рис. 2.1.4. Дверцята з відповідями та вбудоване дзеркало.

Експозиційний простір створює можливість безпосередньої сенсорної взаємодії, коли відвідувач може доторкнутися до різноманітних об’єктів. У музеї

Вікторії та Альберта ця практика реалізується у широкому діапазоні – від декоративних елементів меблів (рис. А.1) до реконструктивних компонентів історичного ліжка, представлених у вигляді тканин і матеріалів, з яких воно складалося у давнину (рис. А.2). Мовні та візуальні інструкції у форматі напису "*Please touch*" і піктограми долоні функціонують як інтерпретаційні сигнали, що задають дозволений сценарій дії. Вони знімають традиційну музейну заборону "*Do not touch*" й переводять взаємодію від огляду до безпосереднього дослідження матеріальних властивостей об'єкта. Короткі текстові підписи, нумерація та навігаційні елементи структурують послідовність дій, поєднуючи читання, жест і сенсорне сприйняття.

Аналогічний принцип простежується і в інтерактивних станціях примірювання елементів убрання (рис. А.3-8), які перетворюють експозицію на простір безпосередньої участі. Тут відвідувач може спостерігати й приміряти реконструйовані елементи історичного вбрання. Написи-імперативи "*TRY ON A RUFF, TRY ON A CORSET AND CRINOLINE, TIE A CRAVAT, TRY ON AN INVERNESS CAPE, TRY ON A HOOP AND PETTICOAT"* задають чіткий сценарій дії, тоді як розміщені поруч інформаційні таблиці поєднують інструктивний та освітній рівні. Кожна таблиця поєднує покрокові інструкції зі схемами й малюнками, що демонструють послідовність дій, та ілюстраціями або репродукціями, які висвітлюють культурно-історичний контекст. Інструкції "*TRY ON A CORSET AND CRINOLINE"* пояснюють, як затягувати шнурівку та закріплювати кринолін, а поруч подано зображення жінок у такому вбранні. Панель "*TIE A CRAVAT"* містить схеми зав'язування з мікротекстами під кожним малюнком і доповнена справжніми краватками для практики. Інструктивний текст "*TRY ON A RUFF"* супроводжують портрети XVI–XVII століть, що підкреслюють символічне значення комірця. Інструкція "*TRY ON AN INVERNESS CAPE"* супроводжується презентацією зразків чоловічого верхнього одягу XIX століття з акцентом на практичній функції накидки, тоді як "*TRY ON A HOOP AND PETTICOAT"* пояснює принцип формування жіночого силуету на матеріалі історичних візуальних прикладів. Співвідношення інструктивного

заголовка, покрокових схем і історичних зображень має характер ілюстрування *(illustration)*: текст окреслює елемент убрання і послідовність дії, тоді як візуальний ряд конкретизує їх у схемах, малюнках і портретах та надає історичному матеріалу предметної наочності (van Leeuwen, 2020).

Також пропонуються завдання, що орієнтують на творчий і пізнавальний досвід (рис. А.9-11): "*Make a braid"* – вправа з плетіння коси, "*Build a Crystal* Palace" – конструкторська активність, яка розвиває просторове мислення, "*Examine a Chippendale-style chair"* – уважне вивчення художніх деталей та конструктивних особливостей меблів XVIII століття.

Серед інтерактивних можливостей відвідувачам пропонують сенсорні панелі для створення власних креативних проєктів. У грі "Design a Monogram" (рис. А.12-14) мовні інструкції "*Design with typefaces*" чи "*Choose an existing one*" задають послідовність дій користувача, від вибору шрифту й кольору до фінального результату. Етап завершення супроводжується повідомленням "*Congratulations – you have designed your own British Galleries monogram*", після чого з'являється опція "*Please enter your e-mail address*", що переводить гру в режим персоналізованої взаємодії. Активність поєднує історичний контекст XVIII–XIX століть, коли монограми широко застосовувалися у побуті, з сучасними цифровими інструментами дизайну та мультимодальними сигналами, які інтегрують візуальний, мовний і технологічний рівні. Інша гра "Design a Coat of Arms" орієнтує на створення власного герба й дозволяє експериментувати з символами, кольорами й декоративними елементами. Вправи розвивають творче мислення й підкреслюють активну роль мовних і візуальних підказок у конструюванні музейного досвіду.

Поряд із візуально орієнтованими активностями в експозиції вводять ольфакторний компонент, пов'язаний зі стійкими асоціативними зв'язками пам'яті. Запах активує асоціативну пам'ять і сприяє сенсорному перенесенню в минуле. У тимчасовій виставці Marie Antoinette Style ключову роль у репрезентації запаху відіграє текстова частина стенда "A Perfumed World" (рис. 2.1.5). Імперативна формула "*Smell, discover and be transported back in time"*

переносить увагу від візуального огляду до сенсорної реконструкції минулого та закріплює запах як носій знання. Подальші підписи на кольорових ароматичних станціях подають назви сценаріїв і нотний склад у прив'язці до кожної позиції: Англійський сад королеви представлено нотами "*grass, lilac, English roses, honeysuckle, violet"*; Тюремну камеру Консьєржері репрезентовано через *"mildew, cold stone, sewage, river, juniper"*; Пудру й рум'яна, ранковий туалет Марії Антуанетти окреслено нотами *"orris root, rose, lavender, tuberose, violet, musk"*; Бал-маскарад у Дзеркальній залі подано через *"beeswax candles, smoke, oak, body odour"* (рис. 2.1.6).

Рис. 2.1.5. Ольфакторний компонент на тимчасовій виставці "Marie Antoinette Style".

Рис. 2.1.6. Стенд з бюстом, у якому розміщено джерело аромату.

Бюсти мають однакове візуальне оформлення. Розрізнення сценарних локацій забезпечує колір постаментів. Підписи на цих постаментах фіксують назви сценаріїв і перелік ароматичних нот для кожної позиції. Директивний напис *"Lean in to experience this scent"* біля кожного стенда спонукає наблизитися до експозиційного бюста, у якому розміщено джерело аромату. Піктограма, що зображує обличчя й хвилю запаху, дублює вербальну настанову та узгоджує вербальний і візуальний модуси з ольфакторним досвідом.

Сенсорні практики доповнюються інтерактивними завданнями з виразним пізнавальним акцентом, що добре демонструють інтерактивні завдання музею Ашмола. У вправі “Cylinder seals” (рис. А.15) відвідувач простежує, як прокочування циліндра по пластині створює суцільний орнамент, водночас отримуючи пояснення про роль печаток у соціально-адміністративних практиках давньої Месопотамії. В експерименті “Heavy Lifting” (рис. А.16) інструктивні написи “*Use the lever to lift this rock* і “*Move the fulcrum (pivot) and try again*” задають послідовність дій, що дозволяє фізично відчути принцип механічної переваги. Пояснення “*The length of the lever and the position of the fulcrum affect how much they help you lift a heavy load*”, підкріплене цитатою Архімеда *“Give me a place to stand and with a lever I will move the earth”*, переводить практичний досвід у концептуальне осмислення.

У творчому завданні “Create your own Kabuki scenes” (рис. 2.1.7-2.1.8) взаємодія відбувається через магнітні зображення персонажів, які можна розташовувати на тлі даху чи мосту. Директивний напис *“Use the magnetic characters, settings and props to create your own kabuki scenes around the pillar”* окреслює доступні засоби взаємодії та перелік елементів, персонажів, локацій і реквізиту, водночас визначаючи поверхню колони як площину компонування. Підказки *“Create an action scene on a rooftop”* і *“Create a battle on a bridge”* пропонують два варіанти оформлення сцени, а пояснювальний текст підкреслює наративну природу театру кабукі через образи героїв, лиходіїв і фантастичних істот. Вербальний модус визначає тему й хід дії, тоді як візуальний модус забезпечує комбінування персонажів і фонових зображень у власній сценічній композиції.

Інтерактивні інсталяції можуть мати суто розважальну спрямованість, що яскраво демонструють експозиції музею мадам Тюссо, адже вони дозволяють відчути себе безпосереднім учасником події та занурюють у світ шоу-бізнесу й кіно завдяки мультимодальним ефектам. У спеціальній зоні можна побувати у ролі переможця премії “Оскар”: піднятися на сцену, стати поруч із восковою фігурою актора Бенедикта Камбербетча (рис. А.17) та натиснути велику червону

кнопку з написом “*And the winner is…*” (рис. А.18). Одразу після цього на екрані за спиною з’являється святкова анімація зі світловими ефектами й урочистим звуковим супроводом, що відтворює атмосферу справжньої церемонії нагородження.

Рис. 2.1.7. Завдання “Create your own Kabuki scenes”.

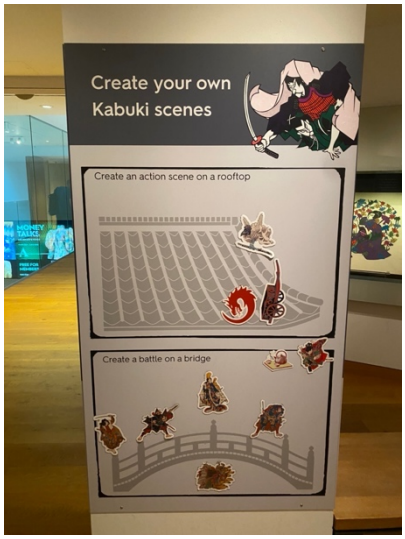


Рис. 2.1.8. Простір для творчості “Create your own Kabuki scenes”.

Інтерактивною є сцена з фігурою співачки Beyoncé. Відвідувач може повторити її знамениту позу (рис. А.19), активувати червону кнопку “*Push me*” (рис. А.20) та створити коротке анімоване відео. Усі дії супроводжуються інструкціями на екрані, зокрема “*Share your video, Scan the QR code to receive your video*” (рис. А.21), що дозволяє миттєво надіслати результат на власний смартфон.

У залі, оформленій у стилістиці “Star Wars”, інтерактивність набуває іншого виміру. Відвідувачі можуть сісти в кабіну космічного корабля “*Millennium Falcon”* поруч із Чубаккою (рис. А.22) та, натиснувши на червону кнопку з написом “*Press here”*, запустити візуальну симуляцію гіперпросторового польоту. На екрані, що імітує вікно зорельота, з’являються сцени швидкісного руху крізь зорі та планети, доповнені характерними звуковими ефектами саги (рис. А.23). Вербальний модус представлений

інструктивним написом *“Press here”*, який активує дію; тактильний модус реалізується через фізичне натискання кнопки та взаємодію з панеллю керування; візуальний модус охоплює панорамний екран із динамікою космічного руху й інтер’єр кабіни; аудіальний модус забезпечує звукове середовище польоту; просторова організація експозиційного середовища формує ефект присутності завдяки зануренню в реконструйований простір зорельота. Кросс-модальна взаємодія конструює цілісний досвід перебування всередині наративного простору.

Подібне інтерактивне рішення реалізовано на виставці “Tiffany & Co”, що проходила у Галереї Саатчі влітку 2022 року. В одній із зал інтегровано сенсорні панелі, що відкривали можливість залишити власне повідомлення (рис. А.24). Під час контакту з екраном з’являвся директивний напис *“To share your love message, touch the screen and begin writing”*; поряд розміщено піктограму руки з вказівним пальцем, яка підсилювала візуальне нагадування про жест дотику. Після введення тексту взаємодія передбачала дві опції керування *“Clear”* для видалення та *“Send”* для надсилання. Повідомлення переходило у світлову проєкцію та переміщувалося по поверхні експозиційної стіни, створюючи ефект руху в просторі (рис. А.25). Оскільки зала була оформлена у стилі підводного світу, то послання ніби пливли у воді, інтегруючись у візуальне середовище з хвилеподібними тінями та декоративними елементами. Завдяки цьому інсталяція поєднувала сенсорну взаємодію з ефектом занурення, перетворюючи особистий жест на частину колективного художнього простору.

Інтерактивні елементи в музейному просторі можуть бути спрямовані на різні аудиторії, починаючи від наймолодших відвідувачів і закінчуючи представниками LGBTQ+ спільноти. Прикладом такого підходу є Музей і художня галерея Брайтона, у якому інтерактивність є інструментом пізнання, гри й соціального діалогу одночасно.

Серед експонатів виділяється ігровий автомат “Queer Code Breaker” (рис. А.26), який у доступній і захопливій формі пропонує відвідувачам замислитися над питаннями гендерної ідентичності та сексуальності. Поєднання ігрового

формату з культурно-історичним контекстом підкреслює важливість репрезентації LGBTQ+ у музеї та створює простір для діалогу.

Для дітей у залах облаштовані інтерактивні столи, у яких вербальний модус подано у вигляді коротких директивних написів, що активують виконання завдань. На кришках столів нанесені короткі інструктивні фрази *"Lift this to read a sea story/ Lift this to go fishing/ Lift this to build a pier or pirate ship"*. Після підняття кришки дітям відкривається доступ до матеріалів для гри та творчості, зокрема до фігурок морських істот і рибальських атрибутів (рис. А.27-28). Використання світлових проєкцій на поверхні робить завдання динамічними та емоційно привабливими, стимулюючи креативність і сенсорне сприйняття (рис. А.29). Подібна форма залучення до творчої діяльності реалізована і в галереї Тейт, де серед експонованих творів мистецтва встановлено мольберти з папером та олівцями, що дає змогу дітям і дорослим відтворювати побачені картини або створювати власні художні інтерпретації (рис. А.30).

Цифрова трансформація та мультимодальні інновації набули особливої виразності також під час подій, пов'язаних із коронацією короля Чарльза III та королеви Камілли, що відбулася 6 травня 2023 року. Коронація – подія виняткової важливості для британської монархії, є предметом дослідження в різних галузях знання, серед яких ритуалістика, історія, політичні науки та інші. Трансляція церемонії на телебаченні зібрала у Великій Британії середню аудиторію 18,8 млн глядачів, а піковий показник сягнув 20,4 млн (ITV News, 2023), після чого коронація отримала широке висвітлення у британській пресі та стала предметом детального аналізу з боку королівських оглядачів. Британські музеї підготували до цієї дати масштабні виставкові проєкти, презентувавши унікальні експонати зі своїх колекцій. Для провідних музеїв Великої Британії коронація стала нагодою реконструювати культурну пам'ять і переосмислити національну історію, що пов'язана з колишніми монархами та коронаційними традиціями минулих століть. Виставки здобули широке висвітлення у пресі (BBC News, 2023; Harper's Bazaar, 2023; Leake, 2023).

Лондонські музеї використали цей контекст для поєднання історичного змісту з сучасними комунікаційними стратегіями, запропонувавши релевантний приклад переосмислення взаємодії з аудиторією через цифрові, текстові та інтерактивні ресурси. До коронації було підготовлено низку експозицій, кожна з них вибудовувала окремий наратив довкола події. В Епслі-хаузі виставка *"Coronation Robes"* акцентувала на церемоніальних мантіях і шатах, у Кенсінгтонському палаці проєкт *"Crown to Couture"* проводив паралелі між придворною модою XVIII століття та сучасними подіумами, у Бленгеймському палаці експозиція *"Royal Connections: Crowns and Coronets"* висвітлювала зв'язки родини герцогів Мальборо з королівською родиною через артефакти родинної колекції. У Букінгемському палаці представлено *"Coronation Display"* із ключовими атрибутами коронаційного ритуалу, а в Королівських стайнях демонстрували парадну кінну упряж і карети, що традиційно супроводжували монархів. Кожна виставка вибудовувала наратив по-своєму: від камерної демонстрації архівних документів до масштабних інсталяцій із цифровими екранами, текстовими блоками та інтерактивними елементами.

Частина музеїв обрала класичний виставковий формат, який наслідує традиції XIX століття, з акцентом на візуальну модальність і демонстрацію матеріальних артефактів. Зокрема, виставка *"A declaration of our hopes for the future: Coronations from the Middle Ages to the present day",* що експонувалась у Ламбетському палаці, репрезентувала бібліотечні матеріали та артефакти, пов'язані з коронаціями від Генріха I у 1100 році до Єлизавети II у 1953. Абатство Вестмінстер організувало спеціальний маршрут "Church and Crown" і окрему експозицію "Coronation Exhibition", присвячену ключовим елементам королівської церемонії, що протягом тисячоліття відбувалася саме в цих стінах. Вежа Лондона відкрила оновлену експозицію "Crown Jewels Display" за двадцять днів після коронації Чарльза III, розкриваючи нові аспекти історії, походження та символіки регалій. Виставка акцентувала на функціональному використанні кожного з об'єктів під час церемонії – від коронаційної ложки до корони святого Едуарда. Музей віял у Ґринвічі презентував нову виставку королівських віял з

різних країн Європи, що охоплюють кілька століть. Серед них друковане англійське віяло на честь реставрації Карла II майже 400 років тому, а також сучасні віяла, створені музеєм на честь Діамантового ювілею королеви Єлизавети II. Колекція Воллеса долучилася до святкування через камерну виставку “The Queen and her Corgis”, що містила архівні фотографії королеви Єлизавети II з її улюбленими собаками. У Галереї королеви в Букінгемському палаці відкрилася виставка “Style & Society: Dressing the Georgians”, що об’єднала понад 200 робіт із Королівської колекції. Серед експонатів представлено живопис і графіку Гейнсборо та Гогарта, а також рідкісні зразки одягу й аксесуарів. Експозиція вибудовує покроковий наратив про еволюцію стилю епохи георгіанців від практичного одягу праль і домашньої прислуги до блискучих придворних туалетів і охоплює період від сходження на трон Георга I у 1714 році до смерті Георга IV у 1830 році [Revolutionary Life and…, 2023].

Рис. 2.1.9. Коронаційні мантії, Епслі-хауз.

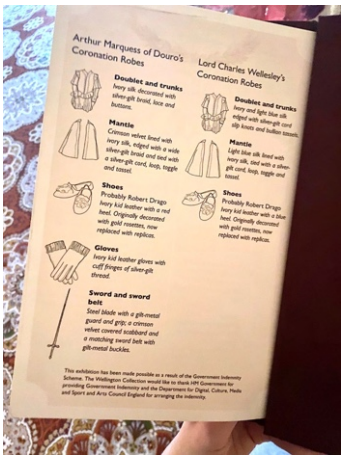


Рис. 2.1.10. Експозиційний путівник із текстовою та візуальною інформацією, Епслі-хаус.

У резиденції першого герцога Веллінгтона, Епслі-хаусі, було представлено коронаційні мантії самого герцога та його двох синів, виготовлені спеціально до коронації Георга IV у 1821 році. Ці вбрання, які тривалий час залишалися недоступними для публіки, уперше за три десятиліття стали об’єктом музейної експозиції. Урочистість і пишність костюмів актуалізували візуальну пам’ять

про попередні коронації в історії Великої Британії. Демонстрація мантій супроводжувалася вербальними та ілюстративними поясненнями, що деталізували елементи оздоблення розкішного одягу, стилізованого під моду Тюдорів і ранньої Стюартівської епохи (рис. 2.1.9–2.1.10). Цей офіційний і традиційний підхід до репрезентації історичного вбрання контрастує з виставкою “Crown to Couture” у Кенсінгтонському палаці, де було представлено понад 200 об’єктів – від витонченого придворного одягу XVIII століття до впізнаваних сучасних образів з червоної доріжки. Виставковий наратив побудований на поєднанні коротких начерків та іронічних описів, що лаконічно інформують відвідувача про особливості дизайну придворного вбрання (рис. 2.1.11–2.1.12).

Рис. 2.1.11. Експонати виставки Crown to Couture, Кенсінгтонський палац.

Рис. 2.1.12. Вербально-візуальний опис, Кенсінгтонський палац.

Виставка “Royal Connections: Crowns and Coronets”, що проходила у Бленгеймському палаці – родовому маєтку герцогів Мальборо, поєднала елементи традиції, спадщини та сучасного музейного підходу. Герцоги Мальборо протягом століть зберігали тісні зв’язки з монархами та королівською родиною, беручи участь у численних коронаціях у пишних мантіях і з коронами. Тому експозиція “Crowns and Coronets” гармонійно вписувалася в простір Бленгеймського палацу. Виставкові об’єкти супроводжувалися текстовими

поясненнями, що акцентували увагу на класичному форматі візуального огляду (рис. 2.1.13–2.1.14).

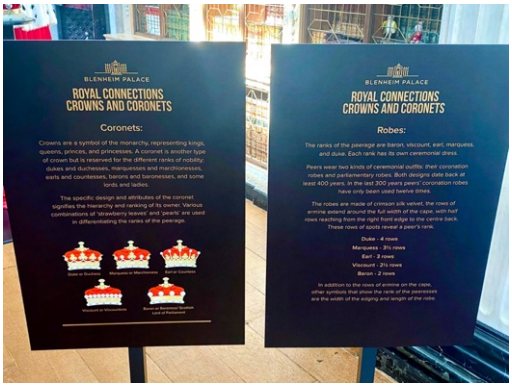


Рис. 2.1.13. Вербально-візуальна інформація, палац Бленгейм.

Рис. 2.1.14. Експонати виставки “Royal Connections and Coronets”, палац Бленгейм.

Експозиція також надавала можливість відтворити атмосферу коронації королеви Єлизавети II, що відбулася у Вестмінстерському абатстві у 1953 році. Центральним експонатом була точна копія коронаційної сукні королеви, виконаної з білого атласу. Поряд із нею демонструвалися реконструкції вбрання для обряду помазання, державних і імператорських мантій, супертуніки та інших регалій. Усі ці костюми були створені з винятковою увагою до деталей для серіалу Netflix “The Crown” і використані в зйомках Клер Фой та іншими акторами (рис. А.31-32). Шість суконь для почесних фрейлін були інтерпретаціями оригінальних моделей сера Нормана Гартнелла, придворного модельєра британської королівської родини та автора коронаційної сукні Єлизавети II (рис. А.33-34). Завдяки цьому відвідувач отримував можливість побачити подію крізь призму історичної реконструкції та сучасного кінематографічного прочитання.

Паралельно з традиційною експозицією куратори Бленгеймського палацу експериментували з новими інтерактивними підходами, інтегруючи елементи інфотейнменту. Наприклад, пліткування було невід'ємною складовою придворного життя та важливою частиною щоденних занять вельмож. У різних залах палацу були розкладені друковані аркуші Entre nous with Court Whispers. Насправді Court Whispers належить до зразків усного дискурсу: інформація поширювалася з вуст у вуста, друкованих текстів не існувало, хоча окремі придворні могли ділитися чутками у листах до своїх знайомих. Отже, куратори прагнули передати уявлення про атмосферу придворного життя через стилізовану друковану форму придворних пліток (рис. А.35-36).

Музейні інтервенції – методологія, яку застосовують художники, громадські ініціативи та самі музейні інституції для осмислення соціальних питань і цінностей – передбачають створення кураторських виставок і експозицій, покликаних провокувати роздуми, стимулювати дискусії та пропонувати альтернативні погляди на історичні й сучасні явища. У британських музеях і на інших об'єктах культурної спадщини цей формат відіграє ключову роль у переосмисленні національних наративів, включенні раніше ігнорованих тем, та зверненні до суспільно чутливих тем. Букінгемський палац, Галерея королеви, Бленгеймський палац та інші королівські резиденції й виставкові простори використовують інтервенції як інструмент залучення відвідувачів до змістовного діалогу про історію, культуру й суспільство.

Окремі експозиційні практики у королівських резиденціях спрямовані на демократизацію музейного досвіду, зокрема надання відвідувачам можливості на певний час приміряти на себе роль монарха. У Бленгеймському палаці під час виставки "Royal Connections: Crowns and Coronets" кожен охочий міг обрати одну з корон, власноруч здійснити "коронацію" та сісти на трон, отримавши свій символічний "королівський момент" (рис. А.37-38).

Відвідувачі могли розмістити світлину у соціальних мережах із хештегом #blenheimpalace (рис. 2.1.15). Такий розважальний елемент стимулював

аудиторію до популяризації виставки у цифровому середовищі, розширюючи межі музейного дискурсу та залучаючи нові аудиторії.

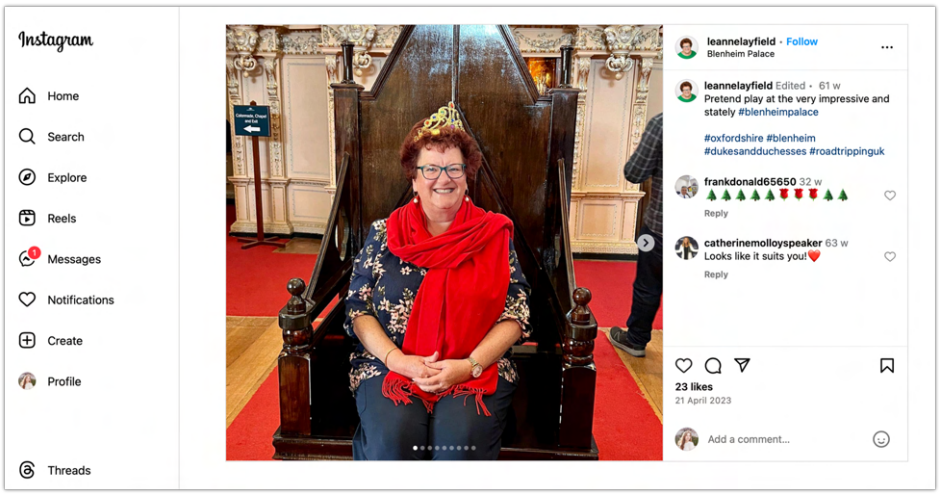


Рис. 2.1.15. Публікація в Instagram, оприлюднена відвідувачем.

У Кенсінгтонському палаці представлено автентичний довгий прямокутний стіл, вкритий червоною скатертиною, з рядом стільців, за яким королева Вікторія проводила засідання Таємної ради. На столі розташована мініатюрна інсталяція з фігурками королеви, яка сидить на чолі столу та звертається до групи державних діячів і високопосадовців (рис. 2.1.16). Кожен відвідувач мав можливість очолити таке засідання, сівши на місце королеви Вікторії. Перед ним містилася стилізована модель книги. На твердій обкладинці подано короткий виклад вражень монархині у друкованому форматі. Ці спогади нагадували фрагмент офіційної біографії королеви. Відвідувачам пропонувалося дати відповідь на запитання: “*How would you feel speaking to so many people*?” (рис. 2.1.17). Залежно від віку, рівня освіти та зацікавленості історією вони могли переосмислити його або сформулювати додаткові: “*How would you feel speaking to so many males being the only female though you are the queen*?”, “*How competent the queen should be speaking to statesmen who are high-calibre professionals in their fields*?” .

Рис. 2.1.16. Інсталяція, що відтворює зустріч королеви Вікторії з Таємною радою, Кенсінгтонський палац.

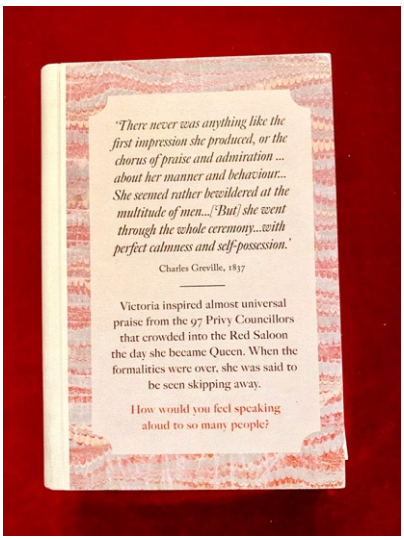


Рис. 2.1.17. Макет книги з текстовою інформацією на твердій обкладинці, Кенсінгтонський палац.

У Королівських стайнях відвідувачам надавалась можливість зайняти місце в королівській кареті та зробити світлину *“SITTING IN STYLE!”*, відчуваючи себе одним із представників королівської родини (рис. А.39-40).

На виставці “Coronation Display” у Букінгемському палаці відвідувачі мали можливість уявити себе на балконі палацу поруч із королем Чарльзом III та королевою Каміллою після коронації та помахати натовпу внизу (рис. 2.1.18). Згодом світлину з хештегом #buckinghampalace можна було розмістити у соціальних мережах (рис. А.41).

Ще однією можливістю у Королівських стайнях було зробити світлину в макеті розкішної Золотої парадної карети (рис. 2.1.19) (рис. А.42).

У музеї мадам Тюссо відвідувачам запропонували новий досвід “The Royal Palace”: відвідувачі мали можливість опинитися всередині інсталяції Букінгемського палацу та оглянути воскові фігури членів королівської родини. Образ короля Чарльза III оновили відповідно до вбрання, у якому він з’явився на своєму першому державному банкеті в листопаді 2022 року, зокрема з дев’ятьма мініатюрними медалями та інсигніями Ордену Підв’язки (*Order of the Garter*).

Відтворено Тронну залу, а також Королівську вітальню. Відвідувачі мали змогу стати на королівський балкон і помахати натовпу на алеї Молл.

Рис. 2.1.18. Фотозона з коронаційною інсталяцією, Букінгемський палац.

Рис. 2.1.19. Фотозона із Золотою парадною каретою, Букінгемський палац.

Організатори коронаційних виставок передбачили окремий блок дитячих інтерактивних завдань. Вікторини та конкурси підтримували інтерес молодшої аудиторії до історії й культури. Інтерактивні й освітні завдання залучали дітей до тематики експозицій і розширювали участь аудиторії в музейних практиках. У Бленгеймському палаці куратори створили інтерактивний маршрут для юних відвідувачів, зосереджений на історіях “Marlborough mice” (мишенята Мальборо). Гарно ілюстрований буклет спрямовував дітей пишними залами палацу й знайомив із кумедними іграшковими мишенятами у святкових костюмах (рис. 2.1.20). Їх можна було побачити на королівських софах, на камінах або поруч з унікальним годинником палацу (рис. 2.1.22) (рис. А.43-45). Переходячи з кімнати до кімнати, діти читали короткі оповіді та виконували завдання. Кожна історія відкривала призначення приміщення й доповнювалася фактами та анекдотами, що оживлювали минуле. Після кожного фрагмента

ставилося запитання для роздумів, тож огляд перетворювався на захопливу освітню подорож.

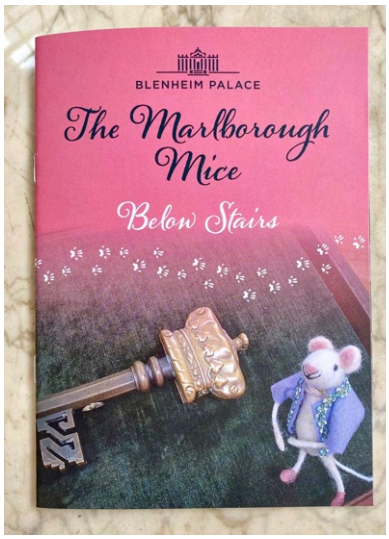


Рис. 2.1.20. Ілюстрований буклет “The Marlborough Mice: Below Stairs”, Бленгеймський палац.

Рис. 2.1.21. Буклет із завданнями та варіантами відповідей.

Рис. 2.1.22. Мініатюрні фігурки іграшкових мишенят, розміщені в різних залах Бленгеймського палацу.

Наприклад, історія Червоної вітальні (*Red Drawing Room*) зосереджується на походженні й функції канап для супровідного сидіння *(Chaperone Sofas)*, довгих елегантних сидіннях, що формують композиційний центр кімнати. Дітям пропонують відшукати іграшкову мишку “Кеті Гостре-Око” *(Katie Keen-Eyes)*, розміщену на одній із канап, і відповісти на запитання: “*What does Katie Keen-Eyes, the chaperone mouse, have in her palm*?”. Буклет подає варіанти відповідей з множинним вибором. Формат завдання фокусує увагу на деталях і перевіряє спостережливість відвідувачів (рис. 2.1.21). У Першій парадній залі *(First State Room)* наратив зосереджується на різьбленій і розписаній колисці. Завдання у вигляді запитання *“What sort of creatures can you see holding up the crib?”* спонукає до пильного огляду декору колиски та привертає увагу до різьблених і

мальованих деталей як до результату майстерної ремісничої роботи, представленої в залі.

У Фарфоровій передкімнаті *(China Ante-room)* подано жартівливу загадку про походження колекції фарфору герцогині. Відвідувачам пропонують обрати відповідь із трьох варіантів: “*A. “a car boot sale”, B. “a carriage boot sale (it is VERY old)”, C. “the King of Poland”.”*

Рис. 2.1.23. Текстові та візуальні матеріали, присвячені коронації королеви Вікторії, Букінгемський палац.

Рис. 2.1.24. Фотозона, що відтворює коронацію королеви Вікторії, Букінгемський палац.

Формат завдання поєднує розважальний і пізнавальний ефекти, підтримує інтерес дитини та закріплює контекст експонатів у пам’яті. Завдання поєднують вербальний модус, представлений текстовими запитаннями й варіантами відповіді, з візуальним модусом експозиційного середовища.

На виставці “Coronation Display” у Букінгемському палаці діти могли вдягнути історичні костюми й уявити себе учасниками коронації королеви Вікторії, оживлюючи минуле через рольову взаємодію (рис. 2.1.23-2.1.24).

Окрім цього, експозиція включає низку освітніх ігор. Наприклад, гра “Circle of Succession” спонукає дітей визначати дати коронацій різних монархів,

закріплюючи знання про хронологію коронацій (рис. 2.1.25). Інше завдання передбачає розміщення портретів королів і королев у правильній історичній послідовності. Воно поглиблює розуміння послідовності правлінь і династичної спадкоємності монархії (рис. 2.1.26).

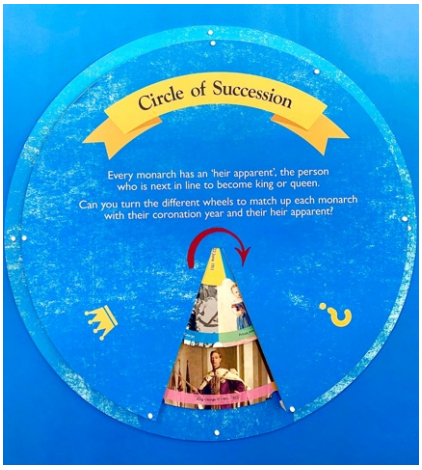


Рис. 2.1.25. Гра “Коло престолонаслідування” (Circle of Succession), Букінгемський палац.

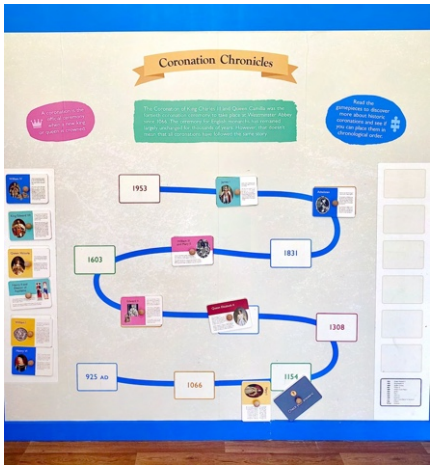


Рис. 2.1.26. Гра “Хроніки коронацій” (Coronation Chronicles), Букінгемський палац.

Діти також опановують придворний етикет, сервіруючи королівський стіл, що формує практичне уявлення про історичні звичаї (рис. 2.1.27). Комплекс доповнюють головоломки, які підтримують пізнавальну активність і водночас підсилюють засвоєння ключових історичних тем (рис. 2.1.28). Ці активності поєднують освітній і розважальний компоненти, формують насичений досвід і вибудовують зв’язок дітей зі спадщиною британської монархії. Тактильна модальність, зокрема дотик, ефективно реалізується в аудіогідах. Наприклад, у домі Епслі аудіогід поєднує аудіоописи експонатів і історичні наративи з простими інтерактивними вправами, що підсилюють сприйняття експозиційного матеріалу. На екрані з’являється інструктивний напис *“Rub away to see what Apsley House looked like in 1853”*.

Рис. 2.1.27. Гра “The Royal Table”, Букінгемський палац.

Рис. 2.1.28. Головоломка “The changing face of Buckingham Palace”, Букінгемський палац.

Після проведення пальцем по зображенню зникає верхній шар і відкривається вигляд дому станом на 1853 рік (рис. 2.1.29). Інша функція дає змогу торкнутися фото вікон у Галереї Ватерлоо герцога Веллінгтона і побачити приховані дзеркала, подібні до тих у Залі Дзеркал у Версалі (рис. 2.1.30).

Рис. 2.1.29. Тактильна модальність в аудіогідах, дім Епслі.

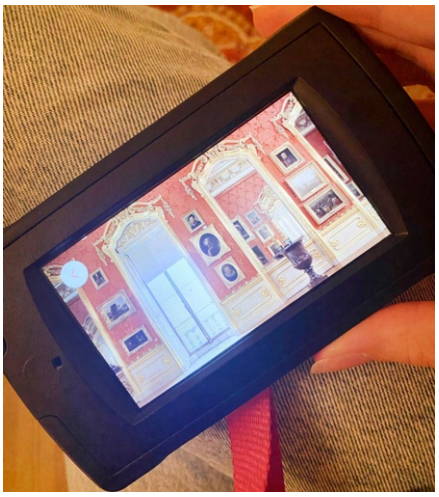


Рис. 2.1.30. Інтерактивна функція “hidden mirrors” в аудіогідах, дім Епслі.

Уночі внутрішні дзеркала розміщували так, щоб вони відбивали світло канделябрів і посилювали освітлення галереї. Удень дзеркала прибирали з поля зору, відкривали великі вікна; п’ять вікон виходять на балкон. Вербальний модус

подає настанову для дотику, візуальний модус демонструє приховані дзеркала, тактильний модус відкриває їх на екрані.

У Королівських стайнях відвідувачі також могли інтерактивно працювати з аудіогідами, відкриваючи зображення королеви Єлизавети II у Золотій парадній кареті під час коронаційної процесії 1953 року простим дотиком до екрана (рис. А.46-47).

Коронація короля Чарльза III і королеви Камілли отримала репрезентацію в музейному, гастрономічному та роздрібному просторах Лондона. Мультимодальний підхід розширився у бік смакової модальності. Гастрономічний сегмент репрезентували тематичні формати післяобіднього чаю *(afternoon tea)*, зокрема у готелі The Rubens at the Palace з видом на Букінгемський палац та у Вестмінстерському абатстві через коронаційний післяобідній чай *(Coronation Afternoon Tea)* у Cellarium Cafe and Terrace. Торговельні майданчики підтримали подію асортиментом сувенірної продукції. Крамниця Королівської колекції (Royal Collection Shop) представила видання й пам’ятні речі, присвячені коронації монаршої пари (рис. А.48-49). У кожній музейній крамниці було помітно представлено широкий асортимент коронаційних сувенірів, орієнтований на туристів. Пропонувалися ялинкові прикраси з ключовими символами та кольорами коронації, а також добірка видань про коронаційні виставки і королівську родину (рис. А.50-52). У крамниці Галереї королеви відвідувачі могли придбати книжку “Style & Society: Dressing the Georgians”, що концептуально доповнювала поточну виставку (рис. А.53).

Отже, музеї стрімко трансформуються у динамічні простори, де традиційні культурні наративи набувають нового звучання завдяки сучасним мультимодальним підходам. Інтегруючи соціальні мережі, цифрові платформи та різноманітні канали комунікації, музейні інституції ефективно передають ключові культурні цінності, зокрема образ британської монархії, що залишається важливою складовою національної ідентичності. Коронаційні виставки продемонстрували, як історичний наратив збагачується і модернізується через поєднання візуальних, текстових, тактильных та цифрових компонентів,

формуючи більш захопливий і доступний для відвідувачів досвід, що поглиблює розуміння історії та культури. Очевидним стає й те, що розширення освітніх ініціатив за допомогою інтерактивного цифрового контенту є дієвою стратегією зміцнення зв'язку між молодшими поколіннями та культурною спадщиною, а вивчення впливу мультимодальних стратегій на розуміння матеріалу й залучення відвідувачів у музейному середовищі дає змогу глибше проаналізувати, як кожен із режимів сприяє формуванню значення, і отримати цінні відомості щодо ефективності музейної комунікації.

2.2. Мультимодальні підходи сучасних природничих музеїв

Більшість природничих музеїв сформувалися упродовж XVIII–XIX століть, зокрема Природничий музей у Лондоні (1881), Оксфордський університетський музей природничої історії (1860), Університетський зоологічний музей у Кембриджі (1814), Седжвікський музей наук про Землю у Кембриджі (1728) та Національний музей Шотландії в Единбурзі (1866). Традиційно ці інституції формували культурне уявлення про природу та навколишнє середовище через експозиційні практики, роблячи акцент на візуальному сприйнятті натуралістичних об'єктів і підкреслюючи їхню наукову та освітню цінність. Зіткнувшись із викликами екологічної кризи, музеї природничого профілю почали переосмислювати свою роль і експериментувати з новими підходами до репрезентації природних змін, інтегруючи минуле, сучасність і уявлення про майбутнє у ширший контекст глобального екологічного добробуту (Decroupet, 2024). Сучасні інституції дедалі активніше висвітлюють питання зміни клімату, збереження біорізноманіття, порушення екосистем, екології та сталого розвитку, розробляючи стратегії, спрямовані на перетворення музею на ключовий простір освіти, науки, досліджень, громадянських дій і партнерства. Відвідувачам пропонують цілісно продуманий і персоналізований досвід, що поєднує пізнавальну складову та емоційне залучення до екологічної проблематики. Цей підхід ґрунтується на використанні

мультимодального середовища, цифрових і мультимедійних технологій, інструментів штучного інтелекту, інтерактивних форматів, веб-навчання, ігрових механік, науково-популярних медіа та експериментальних методик, які створюють багатовимірний й динамічний простір взаємодії з відвідувачами різного віку. Нові стратегії природничих музеїв та орієнтований на відвідувача досвід у поєднанні з мультимодальними підходами набувають ширшого висвітлення в наукових дослідженнях у межах мультимодальності та нової музеології (Pierroux, 2024; Steiner & Crowley, 2013; Wang & Chen, 2023; Yan, 2024). Мультимодальне музейне середовище поєднує різні семіотичні модуси й медіа, що створює умови для міжсеміотичної взаємодії і процесів повторної семіотизації (Insulander & Selander, 2009; Qing-Mei, 2020).

Природничі музеї традиційно відігравали провідну роль у розвитку науки та наукової освіти (Steiner, & Crowley, 2013) і залишаються важливими інституціями навчання у XXI столітті завдяки потужним освітнім і дослідницьким середовищам, які вони формують. Сьогодні вони дедалі активніше позиціонують себе як педагогічні медіатори, а найпрогресивніші з них роблять мультимодальне навчання центральним елементом щоденної діяльності. Інтеграція розважальних форматів і спеціальних програм для молодших поколінь в експозиційний контент допомагає створювати позитивний емоційний досвід, розширювати освітні можливості, стимулювати інноваційність і формувати надихаючі форми взаємодії з аудиторією (Barber, & QudeebAl-Ban, 2023).

Природничі музеї постійно адаптують свої комунікативні стратегії, зберігаючи актуальність і залученість аудиторії завдяки організації тимчасових виставок, що доповнюють їхні постійні експозиції. Такі проєкти охоплюють широкий спектр глобальних наукових і культурних проблем, зокрема теми палеонтології, біорізноманіття, екосистем, еволюції людини та геології. Водночас вони звертаються до сучасних викликів, пов’язаних зі зміною клімату, деградацією довкілля та природними катастрофами, пропонуючи відвідувачам поглиблений освітній і дослідницький досвід. Інтегруючи у виставковий наратив

спеціалізовані знання з біології та суміжних дисциплін і підкреслюючи взаємозв’язки між культурою та природою, природничі музеї утверджують себе як ключові простори науково-просвітницької роботи й міждисциплінарного діалогу з питань глобальної екологічної безпеки.

Останнім часом виразно простежується тенденція до активного впровадження мультимодальних і мультисенсорних стратегій експонування, покликаних посилити емоційне й когнітивне залучення відвідувачів. Залучення кількох семіотичних модусів надає експозиції більшої переконливості та полегшує сприйняття змісту. Показовим прикладом є виставка “*The River”* у Природничому музеї Лондона, що пропонує занурення у звуковий ландшафт підводного світу річки Темзи. Використання високоякісного аудіозапису дозволяє зіставити природні звуки водного середовища з антропогенними шумами, акцентуючи увагу на проблемі шумового забруднення підводних екосистем.

Подібні методи застосовано й у виставці “*Fair Water?”* у Природничому музеї Оксфордського університету, яка комплексно висвітлює глобальну проблему дефіциту водних ресурсів. Відвідувачі досліджують питання водної безпеки через цифрову інтерактивність, тактильний досвід і виразний візуальний ряд, що робить проблематику доступу до чистої води більш зрозумілою та особистісно значущою. Зокрема, інтерактивні сенсорні екрани дозволяють моделювати реальні сценарії управління водними ресурсами у різних регіонах світу. Поряд із цифровими елементами “*Fair Water?”* пропонує відвідувачам безпосередній контакт із геологічними зразками, дотичними до процесів фільтрації та збереження води, серед яких вапняк, натічні утворення, граніт, гранодіорит і тріасові піщаникові водоносні горизонти.

Тактильні взаємодії відіграють важливу роль у посиленні сенсорного залучення в музейних експозиціях, відкриваючи для відвідувачів більш занурений і динамічний спосіб взаємодії з об'єктами. У Природничому музеї Лондона виставка “Birds: Brilliant and Bizarre” надає можливість відчути зміну серцебиття колібрі Анни, яке сповільнюється з 1 260 до 50 ударів за хвилину під

час торпору. Приклавши палець до сенсора, відвідувач активує модель фізіологічного механізму, що дозволяє птаху зберігати енергію в умовах холоду або браку їжі.

Подібний досвід реалізовано й на виставці “Dippy Returns: The Nation's Favourite Dinosaur”, де представлено репліку черепа диплодока у натуральну величину. Відвідувач може доторкнутися до окремих зон черепа, зокрема до зубів і носових отворів. Поруч подано короткі текстові пояснення, що уточнюють анатомічні особливості. Тактильний і вербальний модуси фокусують увагу на будові об’єкта та прояснюють анатомічні деталі через дотик і короткі пояснення.

Поза межами тимчасових виставок, тактильні практики інтегруються і в постійні експозиції. Відвідувачам пропонується взаємодія з низкою викопних решток, таких як скелети динозаврів, антропологічні зразки, скелети людини на різних етапах еволюції, черепи тварин (рис. 2.2.1). Безпосередній доступ до об'єктів матеріалізує науковий зміст і посилює пізнавальний ефект.

Рис. 2.2.1. Череп берберійського лева, Природничий музей, Лондон.

Рис. 2.2.2. Амоніт, Природничий музей, Оксфорд.

В Оксфордському університетському музеї природничої історії відвідувачам пропонують тактильну взаємодію з геологічними експонатами: скам’янілими стовбурами дерев, мінералами (наприклад, кварцом і піритом), а також амонітами юрського періоду (рис. 2.2.2). Серед представлених зразків рідкісні й незвичайні гірські породи, як наприклад орбікулітовий граніт і

льюїсійський гнейс, одна з найдавніших геологічних формацій Великої Британії. Фізичний контакт із цими матеріалами надає відвідувачам безпосередній доступ до уявлень про геологічну історію Землі.

Особливу залученість до таких практик виявляють діти. У музейному просторі тактильність слугує інструментом пізнавального залучення: юні відвідувачі мають змогу доторкнутися до опудал тварин, зокрема чорного американського ведмедя або рудої лисиці (рис. А.54-55). Поєднання візуального ряду, текстових пояснень та тілесного досвіду створює емоційно забарвлену й особистісно значущу форму взаємодії. Наприклад, експозиція з рудою лисицею супроводжується зображенням дитини, яка гладить хутро тварини, а також інформативним повідомленням про те, що лисиці використовують 28 різних звуків для комунікації.

Сенсорні запрошення на кшталт *“Please Touch”* функціонують як активатори взаємодії, формуючи мультисенсорне освітнє середовище, що поєднує інформативність, емоційне включення та тілесну залученість.

У кожному випадку відвідувачів цілеспрямовано заохочують до взаємодії з експонатами через уживання сенсорних дієслів, що становить невід’ємну складову мультимодальної комунікаційної стратегії музею. Вербальні маркери на зразок *‘’Please touch’’, ‘’Touch’’, ‘’Please touch carefully’’* функціонують як директиви та як елементи ширшого мультисенсорного підходу, який активізує фізичний контакт з об’єктами. Текстові вказівки доповнюють візуальні сигнали у вигляді зображень рук, пальців або піктограм, що задають спосіб дії та полегшують її інтерпретацію. У частині експозицій залучається шрифт Брайля, який розширює можливості тактильної взаємодії для відвідувачів із порушеннями зору.

Коли взаємодія з експонатом передбачає активну дію, застосовуються інші інструктивні дієслова – *“Press”, “Hold”, “Lift”,* які зазвичай супроводжуються піктограмами, що посилюють семантику. Наприклад, піктограма ока позначає режим спостереження та супроводжує настанову *“Watch how the rocks fall”,* тоді як зображення руки вводить дію через інструкції *“Turn”, “Touch”.* Такий

мультимодальний підхід поєднує текст, зображення та тактильний досвід, зокрема в інтерактивних зонах, присвячених дослідженню природних сил: гравітації, льоду, води й вітру (рис. 2.2.3). Відвідувачі можуть торкнутися поверхні зі знаком руки, щоб відчути холод льоду, почути шум води чи відчути подув повітря на шкірі.

У Полярному музеї Кембриджського університету запропоновано інший варіант тактильної взаємодії: поворот колеса дозволяє простежити зміну площі арктичного морського льоду з 1870 по 2020 рік, що візуалізується на екрані.

Інтеграція вербальних та візуальних елементів утворює багаторівневу систему мультимодальної комунікації, що задіює когнітивні й сенсорні механізми сприйняття. Поєднання мовних інструкцій із візуальними репрезентаціями створює умови для інтерактивного засвоєння знань, що охоплює різні сенсорні канали й відповідає множинним когнітивним стилям, підвищуючи доступність і запам’ятовуваність складної інформації.

Тактильна модальність ефективно інтегрується в низку інтерактивних форматів музейних експозицій: від простих ігор на сенсорних екранах до складніших активностей, що передбачають фізичну взаємодію, зокрема натискання кнопок або переміщення об’єктів. У Галереях Червоної зони Природничого музею в Лондоні представлено низку інтерактивних рішень, зосереджених на динамічних силах, що формують Землю. Тематичні розділи знайомлять із геологічними явищами, зокрема виверженнями вулканів, землетрусами та тектонічними процесами, і пропонують відвідувачам глибше осмислити структуру планети та механізми трансформації ландшафтів.

Окремий тематичний блок присвячено формуванню гірських порід, мінералів і змінам у надрах Землі. Завдяки інтерактивним панелям, моделям та імерсивним інсталяціям відвідувачі залучаються до дослідження природних сил у режимі багатоканального сенсорного сприйняття. У грі “QuakeQuiz” перевірка знань про поведінку під час землетрусу подається як короткий інтерактивний тест із покроковою навігацією та миттєвим оцінюванням відповіді (рис. А.56). Стартовий екран містить заголовок *“THIS IS A TEST”* і пояснення *“Select each*

scene to test your quake knowledge and to learn tips on how to prepare for the next earthquake." Поруч розміщено червону кнопку *"TOUCH TO BEGIN"*, яка переводить вербальну інструкцію в тактильну дію через дотик до сенсорного екрана. Кнопка виділена червоним, тому інтерфейс одразу позначає точку дотику як пріоритетну дію. Далі з'являються ситуаційні запитання на тлі схематичних ілюстрацій побутових або відкритих просторів, наприклад *"In the event of an earthquake while sleeping:" з варіантами "Roll onto the floor next to your bed."*, *"Get in a doorway.", "Stay in your bed, protecting your head with a pillow."* У сцені пляжу подано *формулювання "In the event of an earthquake while at the beach"* та відповіді *"Run into the water.", "Drop, cover and hold on until the shaking stops."*, *"Apply more sunscreen."* Обраний варіант одразу отримує оцінку через великі маркери *"INCORRECT"* або *"GREAT JOB!"*, після чого з'являється кнопка *"NEXT"* і короткі рекомендації у форматі підказок, зокрема *"NEXT STEP"* з повідомленням *"Assess your surroundings and put on sturdy shoes before getting out of bed."* або розгорнутішим попередженням про ризик цунамі. Окремі поради оформлено як нумеровані блоки, наприклад *"TIP #6"* з текстом *"Make an emergency kit for your pets and identify a trusted neighbor who could check on them if a disaster strikes when you're not home."* Вербальний модус екранних запитань і настанов узгоджується з візуальним модусом ілюстрацій та інтерфейсних маркерів, а тактильний модус реалізується через вибір чекбоксів, натискання кнопок і перехід між кроками. Червоний колір повторюється у навігаційних маркерах і блоках підказок, для того щоб акцентувати ключові елементи інтерфейсу. У музейних цифрових інсталяціях червоний нерідко використовують для візуального виділення критичних кроків взаємодії та для маркування тем безпеки, коли інструкція потребує швидкого зчитування й негайної реакції. Варто зазначити, що вибір акцентного кольору корелює з загальною кольоровою гамою конкретної інсталяції та її дизайнерськими пріоритетами.

Інтерактивна гра "Create your own volcano" (рис. 2.2.4), дозволяє відвідувачам змоделювати виверження, змінюючи такі параметри, як кількість

газу та в’язкість магми. Вербальний модус структурує взаємодію двома послідовними кроками інструкцій з параметрами магми, зокрема *“Choose how gassy and how thick the magma will be inside your volcano”* та *“Different selections will give you different types of eruptions... which one will you get?”* На екрані подано запитання *“How much gas will your magma contain?”* з полярними варіантами *“High amount of gas”* і *“Low amount of gas”*, далі запитання *“How thick, or viscous, will your magma be?”* з альтернативами *“Thick and sticky high viscosity”* та *“Runny and splashy low viscosity”*. Інтерфейсна модальність подає варіанти через сенсорні позначки вибору, а завершальну дію задає кнопка *“Create volcano”*.

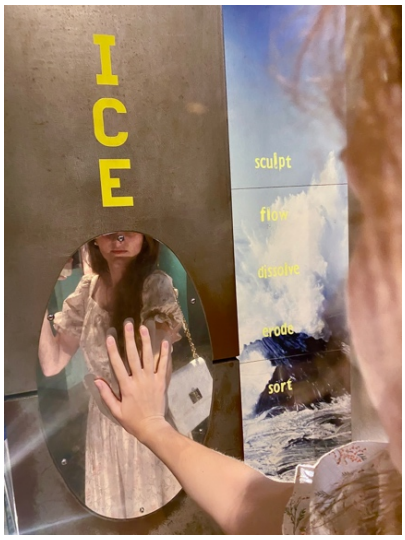


Рис. 2.2.3. Тактильна зона, присвячена природним силам, Природничий музей, Лондон.

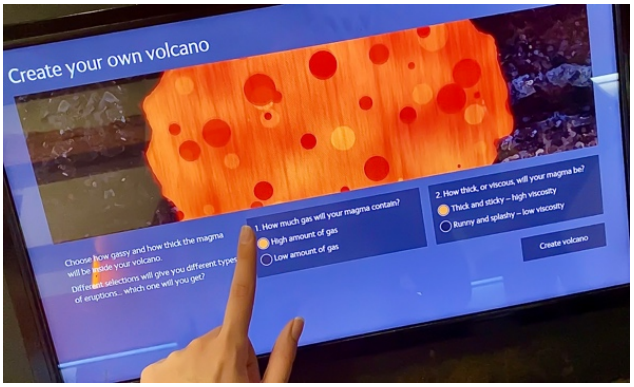


Рис. 2.2.4. Інтерактивна гра на сенсорному екрані “Create your own volcano”, Природничий музей, Лондон.

Дотик до екрана запускає побудову візуалізації відповідно до обраних параметрів. Залежно від обраних налаштувань, генеруються різні типи вивержень, що ілюструє відмінності між страто-, щитовими та іншими типами вулканів. Крім того, сенсорні екрани надають змогу користувачам досліджувати світ мінералів, вивчаючи їхню структуру та властивості через дотик і візуалізацію.

У галерях Зеленої зони Природничого музею в Лондоні представлено широкий спектр тактильних та інтерактивних експонатів, які занурюють відвідувачів у світ безхребетних, зокрема комах, павукоподібних та інших дрібних істот. Експозиції виконують освітню функцію й водночас забезпечують активне залучення аудиторії до пізнання біології, поведінки та різноманіття організмів, які нерідко залишаються поза фокусом уваги, попри їхню ключову роль у функціонуванні екосистем. Одне з інтерактивних завдань галереї передбачає геометричну вправу. Відвідувачі переміщують фігури та складають тіло жука з окремих елементів (рис. 2.2.5). У цьому процесі відбувається зіставлення природничих знань і геометричних уявлень, що дозволяє простежити, як різні форми формують анатомічну структуру тіла жука.

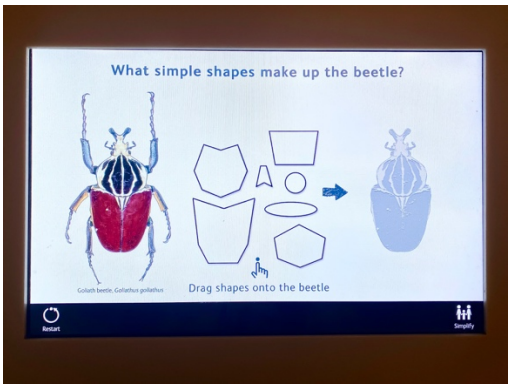


Рис. 2.2.5. Сенсорна гра-головоломка “Make up the beetle”, Природничий музей, Лондон.

Рис. 2.2.6. Мультимодальний експонат “Sound”, Природничий музей, Лондон.

Окремий експонат демонструє, як комахи сприймають звук, використовуючи різні частини тіла (рис. 2.2.6). Відвідувачі можуть доторкнутися до зображення комара на сенсорному екрані, щоб з’ясувати, де саме розміщені органи слуху, адже місце розташування органів слуху залежить від виду. Деякі комахи сприймають вібрації за допомогою ніг або вусиків – це адаптивний

механізм, що дозволяє виявляти хижаків або знаходити партнерів. Інструкція "*Touch the picture where you think an insect's ears would be*" виконує функцію вербального стимулу до взаємодії, підсилюючи пізнавальний ефект через поєднання теоретичного матеріалу з фізичним досвідом. Доповненням до галерейного простору є інтерактивна гра, у якій учасники конструюють власного павукоподібного, відповідаючи на низку запитань із кількома варіантами відповідей щодо анатомії (рис. 2.2.7). Навігація організована через послідовні звернення до користувача на кшталт *"WHAT ABOUT WINGS. HOW MANY WINGS DO ARACHNIDS HAVE?", "LET'S LOOK AT THE HEAD. HOW MANY ANTENNAE DO ARACHNIDS HAVE?"* або *"LET'S ADD SOME LEGS. HOW MANY DO ARACHNIDS HAVE?"* з варіантами відповідей*"3 PAIRS?"*, *"4 PAIRS?"*, *"5 PAIRS?"* відповідно та інструктивною реплікою *"TOUCH THE SHAPE YOU REQUIRE"*. Поруч із вербальними інструкціями подано відповідні візуальні підказки: силуети й піктограми демонструють обрані морфологічні ознаки та фіксують різницю між варіантами відповіді. У разі правильного вибору з'являється оцінка *"THAT'S RIGHT"* із коротким поясненням, зокрема *"ARACHNIDS HAVE 8 LEGS"*. Перехід до наступного кроку задає інструкція *"TOUCH THE SCREEN TO CONTINUE"*. У разі неправильної відповіді на екрані з'являється зображення комахи з відповідною морфологією, а також пояснення щодо відмінностей, зокрема *"ARACHNIDS NEVER HAVE WINGS, UNLIKE MOST INSECTS."* Після правильної відповіді на всі запитання перед відвідувачем з'являється візуалізована модель павукоподібного. Вербальний модус інструкцій і пояснень узгоджується з візуальним модусом піктограм і силуетів, тактильний модус реалізує вибір варіанта дотиком, а просторовий модус підсилює зв'язок з вітриною через текстове нагадування *"CHECK THE ARACHNIDS IN THE DISPLAY AGAINST THIS LIST."*

Окрім ігор, у галереї представлено низку тактильних панелей і дисплеїв, присвячених поведінці павукоподібних. Один із них дозволяє спостерігати за відео, на яких демонструється, як павукоподібні полюють на здобич: натискання різних кнопок активує відеофрагменти із сюжетами про ловлю жертви за

допомогою павутини або засідки. Ще один інтерактивний елемент – візуалізація павутини із сенсором у центрі. Коли відвідувач торкається зображення, павутина вібрує, і необхідно визначити, що стало джерелом сигналу – потенційний партнер чи впіймана муха (рис. 2.2.8). Натискання відповідної кнопки супроводжується зворотним зв'язком. Цей досвід моделює спосіб орієнтації павуків і демонструє, як вони розрізняють подразники у своєму середовищі.

Рис. 2.2.7. Імерсивна сенсорна гра "Build your own arachnid", Природничий музей, Лондон.

Рис. 2.2.8. Сенсорна гра "Touch vibrations", Природничий музей, Лондон.

Інтерактивні панелі виходять за межі біологічної тематики й охоплюють геологічні явища. Відвідувачам пропонується натискати кнопки, щоб дослідити лінії зіткнення тектонічних плит або знайти активні вулкани на карті світу. В іншій зоні представлено занурювальну інсталяцію, де можна струсити мініатюрні будівлі й перевірити, які з них витримують сейсмічний поштовх. Цей експеримент наочно демонструє принципи землетрусостійкої архітектури.

Для молодшої аудиторії передбачено мультимедійну гру з функцією кількох гравців, у якій учасники вгадують, чи є зображені тварини динозаврами (рис. А.57). На екрані з'являються фотографії істот, а гравці мають натискати кнопки *"Yes"*, *"No"* або *"Pass"*, залежно від свого припущення. За кожну

правильну відповідь нараховуються бали, а переможцем стає той, хто першим набере повну кількість балів.

Серед інших експозиційних елементів – інсталяція, яка дає змогу порівняти власну вагу з вагою різних тварин (рис. А.58). Ставши на спеціальні ваги й натиснувши кнопку, відвідувач дізнається, наскільки його маса тіла відрізняється від ваги носорога, верблюда, жирафа, слона, синього кита та інших тварин.

У музеях природничої історії традиційні ігрові форми взаємодії залишаються важливим елементом досвіду, особливо для дитячої аудиторії. В Оксфордському університетському музеї природничої історії юним відвідувачам пропонуються друковані буклети з інтерактивними маршрутами-завданнями, які послідовно проводять їх крізь експозиції (рис. 2.2.9). Серед запропонованих варіантів "*Dinosaur Detective, Breathtaking Birds, Fantastic Fossils, Museum Top 10, Small but Mighty Insects Family Trail"* – серії завдань, адаптовані до різних вікових категорій і позначені рівнем складності (рис. 2.2.10). У кожному з маршрутів зазначено орієнтовний час проходження, а також перелік галерей і поверхів, які слід відвідати, що дозволяє налаштувати музейний маршрут відповідно до інтересів та індивідуальних можливостей учасників. Буклети поєднують текстові інструкції та ілюстративні елементи, полегшуючи орієнтацію в музейному просторі й водночас сприяючи засвоєнню ключової інформації про експонати. У маршруті *Dinosaur Detective* застосовано візуальні маркери у формі зображень динозаврів з піктограмою лупи, що сигналізує про необхідність відшукати відповідний об'єкт і зафіксувати його у буклеті. Додаткові позначки, як наприклад відбитки лап, які розрізняють хижаків і травоїдних, підсилюють пізнавальний аспект, розвивають навички класифікації та заохочують дітей до активного дослідження.

Рис. 2.2.9. Дитячі освітні квести, Оксфордський університетський музей природничої історії.

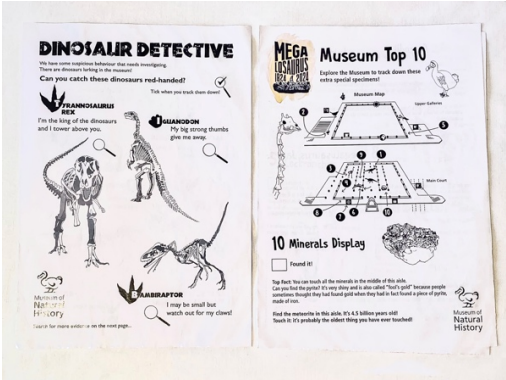


Рис. 2.2.10. Квести “DINOSAUR DETECTIVE” та “Museum Top 10”.

Тактильний модус виразно представлений в активностях, орієнтованих на прямий дотик до експонатів, зокрема метеорита або опудала лисиці, із супровідною директивою *“It’s 4.5 billion years old. Touch it: it’s probably the oldest thing you have ever touched”*. Імператив *“Touch”* разом із візуально доступним об’єктом фіксує дію як частину пізнавальної процедури й пов’язує вербальне пояснення з тілесним досвідом. Подальші маршрутні формулювання типу *“Feel the fox’s fur. What do you think is the softest part?”*, *“Look at the giraffe’s tail. Can you see it’s a different colour?”* або *“How do you think the Dodo walked? Try it out”* організують послідовність кроків через сенсорні дієслова *feel* і *look* та через дієслівні спонукання *“Try”*. Тактильний модус підтримується візуальним модусом експоната й вербальним модусом інструкції, тому увага відвідувачів спрямовується на матеріальні ознаки об’єктів і на їх інтерпретацію через короткі запитання. Рефлексивне завдання *“Draw your favourite touchable specimen”* вводить візуальний компонент через малюнок і переводить контакт із предметом у персоналізовану фіксацію враження.

Для підсилення ефекту занурення та підвищення реалістичності природничі музеї інтегрують в експозиції різні модуси. Показовим прикладом є симуляція землетрусу у Лондонському Природничому музеї, де відвідувачі можуть потрапити до реконструкції супермаркету в Кобе, Японія, під час землетрусу 1996 року. Реалістичний інтер’єр супермаркету поєднується з

відчуттям поштовхів і звуковим оформленням стихійного лиха, тому подія сприймається як цілісний досвід.

Окрім симуляції землетрусу музей використовує аніматроніку, що додає експонатам рух і звук. Повнорозмірні роботизовані моделі тиранозавра та великого скорпіона рухаються й відтворюють звукові ефекти, тому сприйняття експозиції зміщується від статичного огляду до взаємодії зі сценічно змодельованою ситуацією (рис. А.59-60). Додатковий рівень залучення надають фотозони з технологією green screen, що дозволяють відвідувачам візуально розмістити себе поруч із динозаврами або в тематичному середовищі членистоногих (рис. А.61-62). Фотозони дозволяють закріпити індивідуальне враження через зображення, створене під час візиту.

Мультисенсорні виставкові практики корелюють із сучасними освітніми теоріями, що трактують досвід ключовим механізмом пізнання та пов'язують сенсорне залучення з результативністю засвоєння знань. Сенсорно насичені експозиційні середовища, зорієнтовані на моделювання реальних явищ, посилюють зв'язок відвідувача з тематикою та предметним світом музею. Активізується участь відвідувачів у пізнавальних діях, зростає простір для критичної оцінки й особистісної інтерпретації. Експозиційні рішення спираються на дослідження взаємодії дітей і дорослих з інтерактивно організованим досвідом, на спостереження щодо розвитку когнітивних стратегій та на подальшу еволюцію концепції партисипативного музею, репрезентовану мультимодальними й мультисенсорними форматами.

2.3. Гейміфікація як форма мультимодального досвіду в науковому музеї

Лондонський Музей науки впроваджує інтерактивні формати, які орієнтовані на молодь та сприяють глибшому засвоєнню наукових знань. У тематичних галереях, зокрема Medicine: The Wellcome Galleries, Technicians: The David Sainsbury Gallery, Engineers та інших, поєднано текстові пояснення, візуальні схеми, цифрові інтерфейси, тактильні моделі й аудіальні ресурси. Важливим елементом є ігровий формат взаємодії: відвідувачі беруть участь у

віртуальних симуляціях, працюють із сенсорними екранами, виконують завдання у форматі квестів і приміряють ролі науковців, техніків чи інженерів. Подібна організація простору переводить абстрактні наукові концепти у досвід практичного пізнання. Діти засвоюють складні процеси через ігрове моделювання, що надає когніції емоційної виразності та практичної релевантності. Вербальні інструкції, поєднані з іконографікою та мультимедійними ефектами, створюють когнітивну підтримку, а матеріальні моделі й інтерактивні панелі залучають відвідувача до виконання завдань через взаємодію з експонатами й цифровими екранами.

Рис. 2.3.1. Сенсорна панель в галереї “Medicine: The Wellcome Galleries”.

Рис. 2.3.2. Сенсорна панель в Energy Hall.

У Лондонському Музеї науки сенсорні панелі в галереї *“*Medicine: The Wellcome Galleries” подають матеріал тематичними блоками, зокрема про психічне здоров’я та аспекти медичної ізоляції. Початковий екран пропонує вибір розділів, наприклад *“MEDICAL ISOLATION”* та *“THE RISE AND FALL OF THE VICTORIAN MENTAL ASYLUM”* (рис. 2.3.1). Вербальний модус репрезентують заголовки й компактні пояснювальні фрагменти про задум проєкту та джерела матеріалів, зокрема повідомлення про участь людей із досвідом пережитої психіатрії, а також тематичні ключові позначення на тлі візуалізації соціальних чинників на кшталт *“Poverty, Financial stress,*

Unemployment”. Візуальний модус підтримують архівні фотографії, графічну композицію екрана та індикатори послідовного перегляду у нижній зоні. Інтерфейсна модальність задає старт взаємодії червоною сенсорною кнопкою *“TOUCH TO START”* і далі спрямовує рух між екранами через стрілки та індикатори переходу між екранами. Аудіальний канал подано через навушники поруч із терміналом, і він узгоджується з екранним наративом, тому текст на екрані сприймається паралельно з аудіокоментарем.

Подібна практика застосовується й в інших залах. Наприклад, у Energy Hall сенсорна панель дозволяє побачити прототип парової турбіни Чарльза Парсонса *(Prototype steam turbine by Charles Parsons)* (рис. 2.3.2) та спостерігати за візуалізацією роботи двигуна в дії. Завдяки цьому абстрактні технічні процеси подаються в інтерактивній формі, що робить складні наукові знання доступними, наочними й більш захопливими для відвідувачів.

Ще одним показовим прикладом у галереї “Medicine: The Wellcome Galleries” є інтерактивна інсталяція “Elimination Game”, побудована за логікою ігрової симуляції епідемічного контролю. Вербальний модус представлено короткими інструкціями та пояснювальними повідомленнями, візуальний модус задають схематизовані карти середовища з кольоровими осередками зараження, інтерфейсна модальність організує вибір сценарію та подальші дії через сенсорні кнопки й піктограми. Перший екран фіксує завдання вибору простору для контролю хвороби через заголовок *“Choose a disease control destination”* і дві альтернативи *“Island”* та *“City”*. Екранні інструкції уточнюють умови для острова “*Diseases spread faster and resources are fewer*” та для міста “*Cities are denser but have more resources*” (рис. А.63). Візуально це підкріплюється схемами з позначенням будівель, дерев та щільності розташування осередків інфекції.

Наступні кроки фокусують увагу на моніторингу перебігу гри через систему екранних показників у верхній зоні, зокрема *“Infection Rate”*, *“Total Infection”* і *“Vaccinated”*, поданих у відсотках. Візуальний ряд підтримує статистику через набір кольорових позначень усередині контуру карти, що дає змогу відстежувати масштаб зараження у просторі. Інструменти управління

винесено у праву частину екрана у форматі сенсорних кнопок із піктограмами та підписами, зокрема *“Mass Vaccination”*, *“Quarantine”*, *“Health Alert”*. У нижній зоні з’являється персонаж *“Disease Expert”* із короткими повідомленнями-підказками, зокрема *“I’m here to help”*, а також оцінювальними репліками на *кшталт “This is a good way to stop small outbreaks”*, що спрямовують вибір дій у межах ігрового сценарію. У разі критичного підсумку з’являється фінальне вікно з повідомленням *“Game over”*, відсотком зараження, наприклад *“47% infected”*, і сенсорною кнопкою *“Play again”* для повторного запуску (рис. А.64).

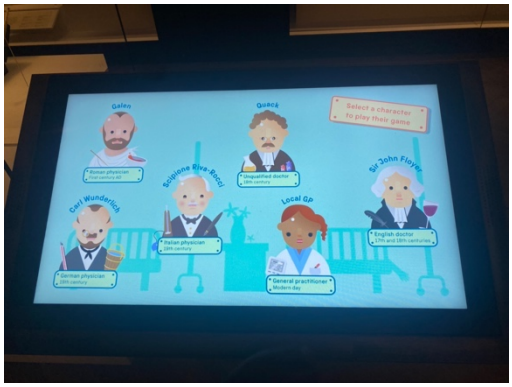


Рис. 2.3.3. Інтерактивна інсталяція у галереї Medicine: The Wellcome Galleries.

Рис. 2.3.4. Персонаж “Sir John Floyer, *English doctor XVII–XVIII ст.*,” і текстовий супровід.

Ще однією інтерактивною інсталяцією у галереї Medicine: The Wellcome Galleries є сенсорна панель із мінііграми, де відвідувачі можуть обирати персонажа з різних історичних періодів: *“Roman physician”, “Italian physician”, “German physician”, “Unqualified doctor”, “General practitioner”, “English doctor”* (рис. 2.3.3). Інструкція “*Select a character to play their game”* ініціює ігровий процес, а сама гра розрахована на двох учасників, що змагаються між собою.

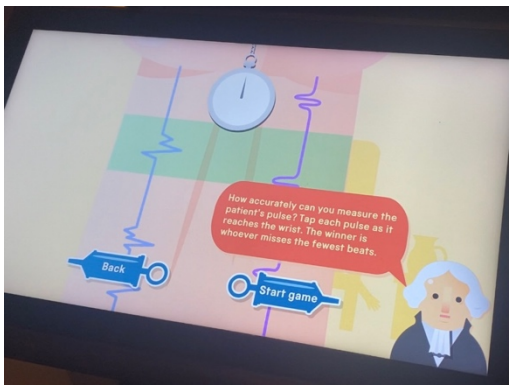


Рис. 2.3.5. Гра, де потрібно вимірювати пульс пацієнта.

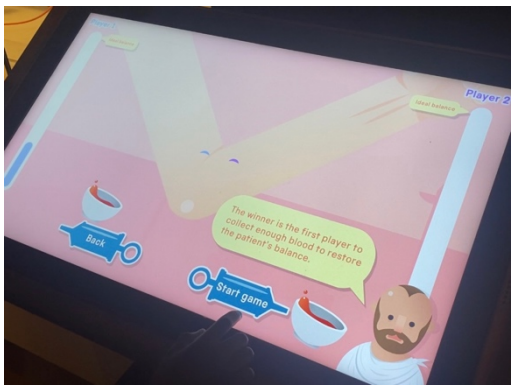


Рис. 2.3.6. Гра з персонажем “Galen, Roman physician”, де потрібно випускати кров пацієнту.

Після вибору персонажа з’являється його коротка історія. Наприклад, у випадку з “Sir John Floyer, *English doctor XVII–XVIII ст.*,” на екрані з’являється текст “*In 1701 I created the pulse watch”* із поясненням, що винахід допомагає точніше вимірювати пульс пацієнта (рис. 2.3.4-2.3.5).

Інший сценарій пов’язаний із образом “Galen, Roman physician”. Вербальний модус подає правила й покрокові директиви, адресовані учаснику*: “Catch the blood in the bowl*”, *“Tap the bowl to show where you think the squirt of blood will land.”;* у варіанті з пульсом з’являються репліки *“How accurately can you measure the patient’s pulse?”*, *“Tap each pulse as it reaches the wrist.”*, а критерій результату фіксують формули *“The winner is whoever misses the fewest beats”* та *“The winner is the first player to collect enough blood to restore the patient’s balance.”* (рис. 2.3.6). Перед стартом екран задає темп через таймер і лічильник *“GET READY! 3 2 1 GO!”,* після чого тактильний модус актуалізує вибір і виконання дії дотиком. Візуальний модус підтримують стилізовані зображення персонажа, миски з кров’ю, траєкторій руху крові, а також індикатори для *“Player 1”* і *“Player 2”*, які розводять ролі у спільному полі екрана. Навігаційні переходи оформлено тематичними кнопками у формі шприців із підписами *“Back”*, *“Continue”*, *“Start game”*, це підтримує єдність візуальної стилістики гри, пов’язаної з медичною тематикою.

Ще одна сенсорна панель присвячена методам візуалізації людського тіла. На головному екрані з'являється запрошення *"Tap an imaging type to explore",* після чого користувач може вибрати один із варіантів: "*illustration, photography, x-ray, ultrasound, MRI"* (рис. А.65). Після натискання на конкретний метод відкривається інформаційний блок із поясненнями. З'являються запитання, зокрема "*How does it work?"* та *"When was it introduced?"*, що супроводжуються текстовими поясненнями про історію та принцип дії. Візуальний модус представлено великим зображенням скелета. Біля нього подано підписані позначки, співвіднесені з ділянками тіла та з вибраним методом (рис. А.66). Сенсорна модальність реалізується через дотик до екрана під час вибору опції та переходу між екранами. Вербальний модус задає орієнтири читання через назви методів і запитання.

Інша інтерактивна інсталяція з галереї Medicine: The Wellcome Galleries моделює процедуру ендоскопічного обстеження (рис. А.67). Інтерфейс супроводжується інструкціями, що задають алгоритм дій, наприклад: "*The camera is getting dirty, press the left button to clean the lens"*. Користувач має можливість змінювати напрямок руху за допомогою панелі з кнопками, розташованої поруч із макетом. Гра надає уявлення про складну медичну процедуру через інтерактивний досвід, де поєднуються візуальні проєкції внутрішніх органів, тактильне керування приладом та мовні підказки на екрані. Вона виконує розважальну функцію і знайомить відвідувачів з методами сучасної діагностики у наочний і зрозумілий спосіб.

У зоні *"Create imaginative worlds"* інтерфейс станцій представлено схемами, кольоровими доріжками та світловими проєкціями. Інтерактивні станції поєднують текстові інструкції, цифрові інтерфейси та візуально-аудіальні ефекти, перетворюючи процес монтажу й дизайн світла на ігровий досвід. Відвідувачі дізнаються про складові кінопроцесу та можуть створювати власні мультимодальні мініпродукти (рис. А.68-69). Текстовий компонент подано як послідовність екранних реплік від імені фахівців, імена та ролі яких зазначено у верхній частині інтерфейсу, зокрема *"Tom, Lighting Technician"*, *та*

“Effie, Post Production Technician (Sound)”. Інструктивний текст подано імперативними формами й короткими кроками: *“Now let’s try out some colours”, “Pick a light with a colour icon + in the preview”, “Now use the colour picker to choose its colour”, “Apply settings to real scene”*, а також *“Use the Seek ◀◀▶▶ controls … wind back to around 00.09.00 and add the right voice sound”*. Піктограми ◀◀▶▶ продубльовано й на механічній панелі поруч із екраном, тому візуально-текстова підказка на дисплеї спрямовує користувача до конкретних фізичних кнопок перемотування та узгоджує екранний крок із дією на пульті. Репліки стилізовано під чат у зелених бульбашках, у тексті з’являються emoji “👍” і “🤔”, інструкція витримана в розмовному тоні, водночас зберігається професійна роль наставника.

Візуальний модус реалізовано через екран *“Preview”* із позначеними зонами освітлення та просторовими підписами *“Surroundings”, “Light on actor”, “Lab walls”, “Spiral light”, “Lab ceiling”, “Lab floor”,* а також через кольорове колесо *“Colour picker”* і смуги *“Colour suggestions”*. Окрема панель *“Digital Audio Workstation”* містить доріжки *“Music”, “Effects 1–3”, “Voice”* і таймкод, тому аудіальний модус візуалізовано трековою структурою та часовою розміткою. Інтерфейсна модальність пов’язує кроки між собою сенсорним вибором, іконками та кнопками, зокрема *“Restart”* і запуском *“Execution panel”*. Тактильний модус підтримує взаємодію натисканням елементів екрана та керуванням фізичною панеллю з кнопками *“Play”, “Seek”* і регуляторами, унаслідок чого вербальні інструкції реалізуються у процедурах монтажу й світлодизайну.

У залі Technicians: The David Sainsbury Gallery відвідувачам пропонується інтерактивна станція *“Program the recycling robot”* із завданням запрограмувати робота для сортування матеріалів (рис. А.70). На екрані з’являється інструкція *“Use your logic skills to sort metal and plastic, Press to start”*, після дотику до екрана розпочинається виконання завдання.

Інтерфейс побудований у форматі блокового програмування: учасники створюють алгоритм дій, обираючи команди на кшталт “*Move to home position”*

чи “*Set gripper to grab”* (рис. А.71). Поруч розміщені віртуальні індикатори кількості металу й пластику, а також вікно симуляції, де відображається робота системи в реальному часі. Додатково інтерактив підтримується лінгвістичними повідомленнями персонажа *“Joyo, Robotics Technician”*, що створюють сюжетне тло завдання: *‘’I program robots to sort metal and plastic. My logic skills make recycling faster’’*. Технічний зміст подано у формі, зрозумілій широкій аудиторії, через ігровий сценарій та керовану симуляцію.

Інтерактивна станція “Find substation faults” пропонує проаналізувати обладнання трансформаторної підстанції за допомогою тепловізійної камери. Вербальні маркери на екрані пояснюють процес діагностики: “*We’re looking for temperature inconsistencies. Equipment is darker than its neighbours when it’s colder. If it looks brighter, then it’s hotter*.” Відвідувачі навчаються виявляти несправні елементи, спираючись на колірні відмінності теплової проєкції (рис. А.72-73).

У галереї передбачено інтерактивні завдання, зорієнтовані на перевірку дотримання процедурних вимог у лабораторному й фармацевтичному контексті. На станції “Junior Pharmacy Technician” відвідувачеві пропонується короткий тест безпечності ліків (рис. А.74). Вербальні інструкції подають послідовність контролю зразка: пошук пляшечки зі світлом, перевірка прозорості на чорному та білому тлі, ухвалення рішення через дві великі кнопки з піктограмами “*Safe*” або “*Not safe*”. Візуальний модус підтримують підсвічені флакони на круглій платформі та контрастні фони для огляду, інтерфейсна модальність виділяє бінарний вибір великими кольоровими клавішами, тактильний модус реалізується натисканням відповідної кнопки як фінального кроку оцінювання.

Окремо подано панель “Prepare the blood sample”, спрямовану на тренування точності під час підготовки зразка крові для медичних досліджень (рис. А.75-76). На стартовому екрані з’являється заголовок *“Prepare the blood sample”* та кнопка *“Touch to start”*, після чого користувач керує піпеткою фізичним маніпулятором і співвідносить дію з екранною інструкцією. Ліва частина інтерфейсу містить чат-повідомлення від інструктора *“Fatima, Healthcare Laboratory Technician”*, із короткими директивами та коментарями,

зокрема *“Let’s take a look at our preparation instructions”, “Now use the dial to set the correct volume based on your preparation instructions”, “That’s not the correct volume”, “Check your instructions and remember to measure precisely”, “Let me know when you’re done.”* Після корекції параметрів підтвердження подається через синю кнопку *“I have it right!”* На екрані паралельно відображено пробірки з розподілом компонентів крові на шари *“plasma”* та *“red blood cells”*, а також круговий індикатор об’єму в мілілітрах, тому візуальний модус забезпечує контроль вимірювання, інтерфейсна модальність розводить інструкцію, шкали та зону дії, тактильний модус поєднує рух маніпулятора, роботу з регулятором і натискання кнопки підтвердження.

Окремий інтерес викликає інтерактивна галерея “Who am I?”, створена дизайнерською компанією Casson Mann і відкрита у Лондонському музеї науки у 2000 році, з оновленням експозиційного змісту у 2010 р. (рис. А.77-78) (“Who Am I”, 2010). Простір складається з десяти великих металевих капсул, виготовлених із використанням 3D CAD-технологій та алюмінієвих конструкцій, усередині яких розміщені мультимодальні освітні інсталяції (“Exhibition Science Museum”, 2010). Тематичні блоки *“My face”, “My sex”, “My feelings”, “My family”* окреслюють тему ідентичністі через поєднання наукових фактів, інтерактивних тестів та провокативних арт об’єктів. У публічному просторі галереї винесено ключові запитання *“What makes you smile? What makes you smarter than a chimp? What makes you, you?”* Експозиційні матеріали пов’язують їх із темами мови, особистості, інтелекту та генетики (“Who Am I”, n.d.).

У блоці “My sex” представлено гру “FaceFit”, що пропонує відтворити за пам’яттю обличчя людини (рис. А.79-80). Спершу відвідувач має запам’ятати фотографію, а потім скласти фоторобот, обираючи риси обличчя – очі, ніс, рот, форму обличчя, колір і зачіску волосся. Візуальні підказки у вигляді варіантів зображень поєднані з короткими текстовими інструкціями на кшталт “*What did the thief’s hair look like?”, “What shape was the nose?”, “What colour were the eyes?”, “What did the lips look like*?”. Подібні питання задають логіку виконання завдання, спрямовуючи процес від спостереження до відтворення деталей.

Інший інтерактив галереї, “*What’s in a surname*?”, поєднує мовний і візуальний рівні взаємодії (рис. А.81-82). Відвідувач вводить будь-яке прізвище у віртуальну клавіатуру з інструкцією “*Enter a surname to find out how it spread across Britain between 1881 and 1998. Use the keys below, then press Enter*”. Результати одразу відображаються на карті Британії у вигляді кольорової візуалізації, що позначає щільність поширення прізвища у різні періоди, наприклад 1881 та 1998 роки. Текстові підказки *“Most”* і *“Least”* узгоджені з графічною шкалою та полегшують інтерпретацію даних про часовий розподіл прізвищ із видимими регіональними відмінностями у вживанні.

Вирізняється також інсталяція “Make a baby”. Формат гри-симуляції відтворює зачаття через керовані кроки: на екрані з’являються директивні екранні репліки *“choose your racer”* та *“click to race”*, відвідувач обирає сперматозоїд і веде його джойстиком у режимі перегонів, виконуючи інструкцію *“Roll the ball to race your sperm up the fallopian tube to be first to reach the egg”* (рис. А.83). Фініш фіксується повідомленням *“Congratulations, you made a baby girl”* або *“baby boy”,* далі відкривається перегляд етапів ембріонального розвитку з візуалізацією морфологічних змін (рис. А.84-85). Візуальний модус спирається на коміксоподібну анімацію та червоно-рожеву гаму з блакитними акцентами, яка підсилює тілесно-біологічні асоціації. Вербальний модус подано короткими екранними директивами англійською, аудіальний супровід підсилює ігровий темп.

В експозиції представлено інтерактивне завдання “Hand geometry”, зорієнтоване на осмислення індивідуальності форми та пропорцій руки (рис. 2.3.7-2.3.9). Процедуру запуску окреслює текстова інструкція *“Push your fingers towards the top of the handprint and keep your hand flat”*, яка узгоджується з піктограмою долоні та візуальною матрицею відбитка на екрані.

Рис. 2.3.7. Інтерактивне завдання “Hand geometry”.

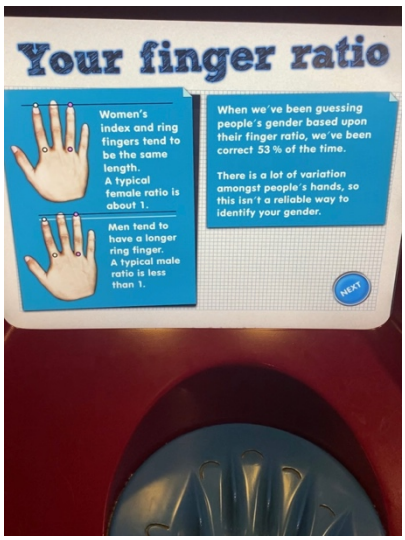


Рис. 2.3.8. Екран “Your finger ratio”.

Рис. 2.3.9. Довідкові тексти і фотографії.

Тактильний жест на сенсорній панелі стає умовою появи наступних повідомлень. Початкові репліки орієнтують на персоналізацію: *“The shape of your hand is unique!” “The different measurements of your hand can be used to identify you.”* Навігацію організовує інструкція *“Select an item to find out more”*. У блоці *“The index finger”* подано схему долоні з маркуванням пальців, числовими вимірами в міліметрах і коротким поясненням, побудованим через епістемічне пом’якшення *“Scientists think…”*. Наступний крок передбачає обчислення співвідношення вимірів руки через інструкцію *“Let’s calculate the ratio…”*, її доповнюють графічі лінії вимірювання та цифрові результати, а наступні сторінки додають приклади інтерпретації у вигляді коротких довідкових текстів і фотографій, розширюючи біологічну тему до соціальних узагальнень. Екран *“Thank you”* завершує взаємодію через повідомлення *“We have erased your unique hand scan”* і “*Thanks for taking part!”*

У галереї представлено інтерактивну гру “Staying Alive featuring Billie’s Genes”, у якій причинний зв’язок між спадковістю, повсякденними практиками та тривалістю життя подано через послідовність екранних рішень (рис. А.86-88). Текстовий блок “Introducing Billie” окреслює стартові умови гри та підкреслює

залежність тривалості життя персонажа від подальших виборів відвідувача. У повідомленні зазначено: “*Some of Billie’s genes might affect how long he lives, depending on the lifestyle choices you make for him”*. Нижче подано запитання: *“Will he live longer than the average life expectancy of 79?”* Далі інтерфейс переходить до серії імперативні підказки, наприклад, *“Choose something for Billie to eat”, “Choose a hobby for Billie”, “Choose whether Billie should smoke”, “Choose how much alcohol Billie drinks”*, які узгоджуються з піктограмами їжі, спорту, тютюну й алкоголю та миттєвими оціночними репліками на кшталт *“Good choice! A nutritious diet will help Billie stay healthy”* або попередженням *“Having a fatty and sugary food diet isn’t healthy and could shorten Billie’s life”*. У блоці *“Riskometer”* застереження подано репликою *“This is a gene alert. Watch out for it…”*, а повідомлення *“Perhaps Billie’s heard that long term drinking may stop him reaching old age”* містить епістемічне пом’якшення й маркує припущення. Навігація тримається на екранних клавішах вибору та переходу, зокрема *“Next”* і *“Restart”*, а також на сенсорних кнопках із варіантами рішень у кожному блоці. Тактильний компонент реалізується дотиком до цих елементів і послідовним проходженням кроків.

Одним із інтерактивних завдань є дослідження, що зосереджує увагу на емоційному сприйнятті (рис. А.89-90). Відвідувачу необхідно вставити руку у спеціальний отвір і переглянути серію відеофрагментів, кожен із них асоційований з окремим емоційним станом. Паралельно з відеорядом активність залучає тактильний канал: під час перегляду відео на руку може впливати короткий дотик, холод або інший стимул, синхронізований із конкретним фрагментом на екрані. Відеофрагменти супроводжує звукова доріжка, під зображенням розміщено короткий текстовий супровід, тому емоційна реакція формується через суміщення візуального, аудіального, тактильного й вербального ресурсів. Після перегляду на екрані з’являвся перелік можливих емоцій (“*Happiness, Anger, Surprise, Disgust, Fear, Sadness, Other emotion”),* з яких потрібно було обрати ту, що відповідає власному відчуттю (рис. А.89). Далі глядач отримує зворотний зв’язок у формі повідомлення *“Most people felt the*

same way as you” або альтернативного варіанта *“Most people felt anger/surprise/disgust/fear/sadness but some people did feel the same way as you”* (рис. А.90).

Ще один стенд у галереї дає змогу роздивитися власне око зблизька та зробити його знімок (рис. А.91). Екран подає покрокові інструкції на кшталт *“Position your left eye in front of the camera”* або *“Press button when your iris is in focus”*. Вербальний компонент поєднано з візуальним планом ока крупним планом, а тактильний компонент реалізується натисканням кнопки у момент фокусування.

Гра “DNA Profiling with the Three Bears” моделює розслідування за допомогою ДНК-аналізу. Сюжет розгортається навколо історії про того, хто з’їв кашу трьох ведмедів і залишив сліди в їхньому будинку. Відвідувач виконує роль слідчого. Кнопка *“Next”* у правому нижньому куті слугує навігаційним елементом, що перемикає гру на наступний етап і просуває сюжет (рис. А.92). На першому етапі необхідно виявити зразки ДНК на місці події – на екрані з’являється інструкція *“Find two DNA samples at the crime scene”* (рис. А.93). Далі пропонуються інтерактивні мінізавдання зі збору «біологічного матеріалу», де ключовим є наказовий формат підказок, зокрема *“Collect some sweat from Curlilocks”* та *“Collect some blood when Rustilocks grabs the thorny rose”* (рис. А.94-95). Інструкція *“Touch the drops to catch them”* окреслює тактильну дію – краплі потрібно впіймати торканням. У фіналі зібрані дані зіставляються з профілем підозрюваного. Результат подано у повідомленні: *“Suspect’s DNA profile matches one of the crime-scene DNA profiles”*. Гра організована через координацію вербального модусу (імперативні інструкції та фінальний висновок), візуального модусу (персонажі, сцени, піктограми, «краплі» як об’єкти дії) і тактильного (сенсорного) модусу (дотик для «збирання» та навігаційний перехід *“Next”*). Процедура ДНК-профілювання відтворюється через серію керованих кроків, доступних для виконання відвідувачем.

В одному з модулів відвідувачам пропонується експеримент із симетрією обличчя. Конструкція складається з двох дзеркал і панелей із намальованими

половинами обличчя, які закривають одну частину рефлексії, дозволяючи перевірити, наскільки права й ліва сторони збігаються (рис. А.96-97). Завдання супроводжується текстовою інструкцією, що орієнтує дитину на спостереження та порівняння: "*Are both sides of your face the same? Have a look in these mirrors to find out*".

В іншому модулі інтегрована гра-перегони, де дитина керує віртуальним автомобілем за допомогою іграшкового керма (рис. А.98). На початку завдання пропонується звичайне керування, однак на наступному етапі механіка змінюється: поворот праворуч призводить до руху машини вліво, а поворот ліворуч – навпаки. Цей ефект супроводжується текстовими поясненнями на екрані: *"WHEN YOU LEARN SOMETHING NEW, YOUR BRAIN PHYSICALLY CHANGES. THE STRENGTHS OF THE CONNECTIONS BETWEEN YOUR BRAIN CELLS ARE ALTERED. YOUR BRAIN PROBABLY ALREADY KNOWS HOW TO STEER A CAR. THE CONNECTIONS WERE MADE WHEN YOU PRACTISED IN THE PAST. WE'RE GOING TO SEE HOW YOUR BRAIN LEARNS TO STEER IN A WAY IT HASN'T TRIED BEFORE"*. Візуальна частина перегонів фіксує наслідок кожного повороту, а екранний текст пояснює зміну зв'язків між клітинами мозку під час навчання. Інверсія керування примушує відвідувача перебудувати звичну реакцію через повторні спроби.

В іншому інтерактивному модулі використано прийоми гейміфікації для дослідження гендерних стереотипів. На екрані дитині пропонується обрати віртуального друга – хлопчика чи дівчинку (рис. А.99), після чого потрібно підібрати для нього подарунок. Візуальні підказки подані у вигляді зображень іграшок: машинки, ляльки, набору косметики, гелікоптера чи інших предметів (рис. А.100). Наступний етап передбачає вибір кольору подарункової коробки – серед варіантів з'являються рожевий, червоний або чорний із візерунком (рис. А.101). Текстові питання на кшталт "*Why do girls and boys like different toys*?" чи "*Do we learn or are we born knowing how to behave like a girl or a boy*?" задають інтерпретаційний фрейм. Вибір друга, подарунка, кольору коробки тощо відтворює стереотипні відповідності дитячої культури.

Відвідувачам також пропонується гра-тест “Personality traits”, яка у форматі інтерактивної анкети досліджує риси особистості. На екрані з’являються запитання з кількома варіантами відповіді за шкалою від strongly disagree до strongly agree, наприклад: *“Do you feel sad or depressed?”, “Do you often think about philosophical questions?”, “Do you use difficult words?”, “Do you start conversations with strangers?”* (рис. А.102). Кожне запитання супроводжується мінімалістичними ілюстраціями з карикатурними персонажами, які підсилюють сприйняття тексту. Після завершення тесту користувач отримує візуалізовану схему у вигляді зірки, де відображено п’ять ключових рис особистості, зокрема “*Neuroticism, Agreeableness, Extraversion, Conscientiousness, Openness”* (рис. А.103).

У галереї представлено й гру на пам’ять, яка побудована у форматі тесту. Спершу на екрані демонструється послідовність геометричних патернів, запам’ятовування обмежує час. Далі система пропонує вибір між двома зображеннями та подає інструкцію *“Touch the pattern that you remember seeing before”*. Після дотику з’являється миттєва оцінка відповіді *“Correct”* або *“Wrong”*, її підсилюють графічні маркери галочки чи хреста та колірна рамка навколо обраного патерна. Прохід рівня фіксує повідомлення, зокрема *“Level one completed”, “Level two completed”* тощо. Останній кадр подає підсумок через шкалу результату та показники, наприклад *“Total score 75%”* і *“18 out of 24 patterns recalled correctly”*, поруч розміщено коротку оцінку *“Good”, “Very good”* та ін. (рис. А.104-105). Поєднання візуальних патернів, текстових підказок і сигналів *“Correct”* або *“Wrong”* передбачає виконання дій у встановленій послідовності і фіксує результат.

Серед експозиційних модулів представлено гру-симуляцію сцени, де відвідувач має відстежувати зміни в деталях і реагувати на текстові підказки. На екрані демонструється сценка з ілюзіоністом і множинним реквізитом, розміщеним для навмисного перевантаження поля зору та перевірки уваги відвідувача. Текстові інструкції крок за кроком керують гравцем. Спершу з’являється завдання уважно роздивитися сцену *“Study the stage and the objects*

on it carefully" і заспокійливе уточнення, що часу достатньо "*There's no time limit, so just take your time*". Далі інтерфейс пропонує розпочати гру: *"When you think you've memorised everything press 'Begin'"* (рис. 2.3.10).

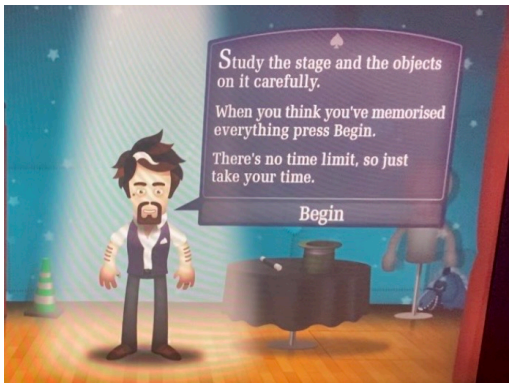


Рис. 2.3.10. Початковий екран гри-симуляції сцени.

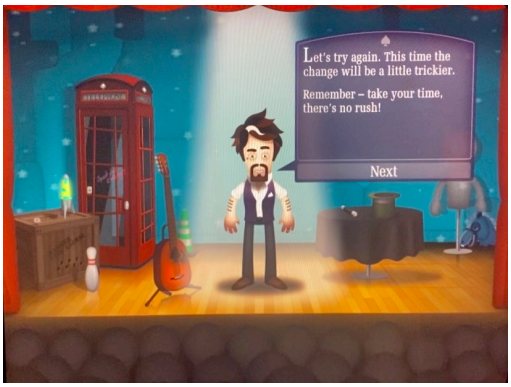


Рис. 2.3.11. Текстові інструкції до гри-симуляції сцени.

Маг на екрані ініціює завдання реплікою *"Ha! I've magically transformed the stage – can you spot what's changed?"*, а інструкція одразу окреслює алгоритм дії: *"Touch the stage area you think has changed or press 'Don't know'."* Наступні раунди стають складнішими, що підкреслюється текстом: *"Let's try again. This time the change will be a little trickier. Remember – take your time, there's no rush!"* (рис. 2.3.11). Кожне завдання показує, що сприйняття постійно змінюється: сцена трансформується, і відвідувач має знову зосереджувати увагу на деталях. Текстові інструкції підказують, куди дивитися і що робити, пояснюючи зміни у процесі. Завдяки цьому гравець отримує як розважальний досвід, так і розуміння того, як мозок швидко пристосовується й помічає відмінності навіть у перенасиченому середовищі.

Інтерактивна інсталяція "Conscious or not?" занурює відвідувача в проблематику свідомості через серію запитань і візуальних сценаріїв. Відвідувачеві пропонується серія запитань на кшталт *"Are rocks conscious?"* чи *"Are computers conscious?"*, де варіанти відповіді подані у вигляді простих кнопок *"yes / no / maybe"* (рис. 2.3.12-2.3.13). Після вибору система одразу надає коротке пояснення. Наприклад, у випадку з камінням з'являється текст "*Things*

which aren't alive, such as rocks, chairs, pints of beer and packets of crisps, probably aren't conscious" (рис. 2.3.13).

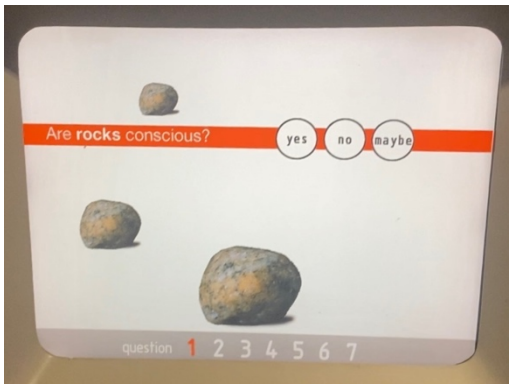


Рис. 2.3.12. Інтерактивна інсталяція "Conscious or not?".

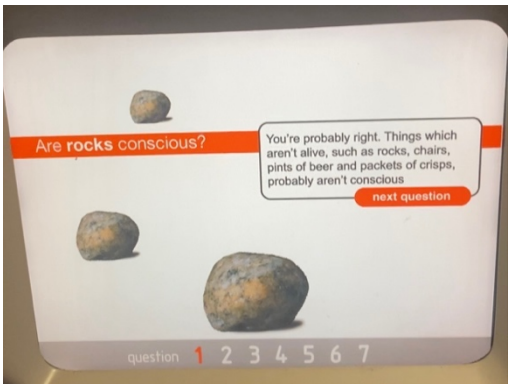


Рис. 2.3.13. Запитання *"Are rocks conscious?"* з коротким поясненням.

Далі завдання переходить до більш складних питань, наприклад *"So when does consciousness develop?"*. Питання супроводжується візуальною лінією, в якій відтворено послідовність: "*egg, zygote, fetus, newborn, child, adult"*. Відповідь супроводжується уточненням, що, наприклад, немовля реагує на середовище, але ще не обов'язково є повністю свідомим (рис. 2.3.14-2.3.15).

Рис. 2.3.14. Питання *"So when does consciousness develop?"*.

Рис. 2.3.15. Текстове пояснення, як немовля реагує на середовище.

Гра "Moral Dilemma" (рис. А.106-108) відтворює відому етичну ситуацію, де відвідувач повинен вирішити, чи залишити вагонетку на шляху кількох робітників, чи перевести її на іншу колію, де загине лише одна людина.

Візуальний рівень подано у вигляді схематичних ілюстрацій залізниці, фігур робітників і руху вагонетки, що робить наслідки вибору наочними й легко зрозумілими. Лінгвістична складова побудована на зверненнях до відвідувача у другій особі: *“This is what will happen if you decide to…”, “You can save their lives by pulling a switch…”.* Такі формули пояснюють умови й створюють ефект особистої відповідальності за вибір.

Після прийняття рішення з’являється текстовий відгук, наприклад, “*You chose to do nothing”*, а також статистичні дані з наукових досліджень, де зазначено, що більшість людей схиляються до утилітарного підходу й готові пожертвувати однією людиною, щоб урятувати багатьох. Окремий інформаційний блок переводить увагу до нейропояснення дилеми й подає, які ділянки мозку залучаються у подібних рішеннях, з акцентом на роль вентромедіальної префронтальної кори в узгодженні емоцій і раціонального міркування. Вербальний модус охоплює інструкції та коментарі після вибору, візуальний модус представлений графічними схемами й позначеннями, а тактильний модус реалізується натисканням варіанта відповіді.

Інсталяція “Inherited Traits” (рис. А.109-112) пропонує учасникам у форматі гри розрізнити, які риси закріплюються генетично, а які не мають спадкового характеру. Інтерфейс побудований на серіях візуальних пар “діти/батьки” з вербальними елементами навігації, що повторюються протягом гри: заголовок *“Inherited?”*, назви тем, зокрема *“Tongue rolling”, “Hair style”, “Hapsburg lip”,* запитання *“Which of these children… could have these parents?”*. Вибір фіксується тактильним введенням через кнопки “yes” і “no”, а перехід між кроками забезпечують сенсорні кнопки *“show & tell”* і *“next”.*

Після натискання кнопки *“show & tell”* з’являється розгорнутий текстовий коментар, наприклад: *“No, all three children could have these parents. Contrary to popular belief, tongue rolling is not inherited”; “Yes, all three could be his parents. Luckily, hairstyles are not inherited”; “Yes, this couple could have had all these children. When one parent has a Hapsburg lip they have children either with or without a Hapsburg lip”; “Yes, these parents could have any of these children. Luckily, taste*

in shirts is not inherited”. Візуальна логіка взаємодії підтримується стрілками й графічною композицією екрана. Окрема червона табличка поруч з екраном адресує гру дитячій аудиторії та супроводжує її інструктивним зверненням: *“This is an exhibit for young children … Who do you look like in your family? Play this game to see how we get our looks”.*

У грі “Trust game” (рис. 2.3.16-2.3.17) відвідувач має декілька спроб вирішити, кому з учасників позичити £100, і перевірити, хто поверне гроші, а хто ні. На першому кроці доступна лише візуальна інформація про персонажів, далі екран додає профільні параметри (ім’я, вік, професія) та коротко сформульовану причину запиту коштів. Вибір здійснюється дотиком до відповідного профілю, а перехід між темами відбувається завдяки сенсорній кнопці *“CONTINUE”.*

Мультимодальна структура гри включає фотографії людей, текстові інструкції у формі прямих звернень “*Choose the person you think will give you the most money back*”, довідкові наукові вставки про механізми довіри, наприклад, *“Some people trust others based on their profession. A famous experiment by psychologist Stanley Milgram tested how much pain a person would inflict on someone else. It was a trick - actors only pretended to be hurt, but 65% of test subjects administered what they believed to be a fatal electric shock because a 'scientist told them to do so”,* фінальні підрахунки у вигляді великих числових позначок на тлі зображень грошей, зокрема *“You lent Winston £100. Winston has given you £150”, “You lent £400 to four people. You were given back £400”.* Додатковий ефект створюють персоналізовані повідомлення: *“I’ve won a big grant for my research project… Here’s your money back with extra!”* (рис. А.113). Механіка гри вибудовує багаторівневий процес: від першого враження до раціональної оцінки, змушуючи поєднувати емоційні й когнітивні стратегії.

Рис. 2.3.16. Гра “Trust game”.

Рис. 2.3.17. Сенсорна кнопка *“CONTINUE”*.

У музейному середовищі Science Museum Group важливим інструментом активного залучення відвідувачів є інтерактивні маршрути-ігри *(trails)*, що поєднують текстові інструкції, візуальні орієнтири та просторове пересування галереями. Вони переводять досвід відвідування з позиції пасивного огляду в режим індивідуального відкриття, де учасники самі обирають траєкторію руху та способи виконання завдань. Формат одночасно виконує функцію навігаційного інструмента у складному середовищі з тисячами об’єктів і створює інтегративне освітнє поле, що поєднує ігровий, пізнавальний і комунікативний виміри. Прикладом є серія *“Great Object Hunts”*, побудована на принципі дослідницької взаємодії з музейними об’єктами та зорієнтована на різні аудиторії. Завдання цих маршрутів варіюються від простих *“Find something that light can pass through”, “Find something that makes you happy”* до рефлексивних “*Think of something you own that you would put in the museum*”. Відсутність “правильних” відповідей робить маршрути відкритими до індивідуальної інтерпретації, стимулює діалог між учасниками та створює відчуття особистої причетності до музейного простору.

У музеї науки Лондона діє маршрут *“Explorer”*, розрахований на 30 хвилин і спрямований на розвиток спостережливості та комунікації. Відвідувачам пропонується відшукати предмети, що нагадують про дім *(“something that reminds you of your home”*), об’єкти, які побували у космосі (*“something that has been into space”),* або речі, здатні врятувати життя *(“something that could help save*

someone's life"). Подібний формат поєднує ігровий компонент із критичним мисленням, розширює міждисциплінарні зв'язки та створює умови для командної співпраці.

2.4. Реалізація мультимодальних стратегій у палацах і замках

Реалізація мультимодальних стратегій у палацах і замках відображає тенденцію розширення музейного досвіду за межі традиційних інституцій. Історичні резиденції в умовах розширення інтерактивних форматів функціонують як музеї, де поряд із класичними експозиціями впроваджуються інтерактивні інсталяції, цифрові медіа та сенсорні практики. Поєднання архітектурної автентичності з мультимодальними засобами комунікації створює простір, у якому різні модальності підсилюють емоційне залучення та активізують пізнавальну діяльність відвідувачів.

У палацах і замках мультимодальні стратегії особливо виразно проявляються у застосуванні проєкцій, які створюють ефект присутності та реконструюють побутові сцени минулого. На кухнях палацу Гемптон-Корт інтерактивні поверхні столів оживають завдяки відеопроєкціям, де на очах відвідувача руки місять тісто, нарізають овочі, подрібнюють зелень. Візуальний компонент супроводжується звуковими ефектами приготування – шумом різання, дзвоном кухонного начиння, потріскуванням вогню, і занурює аудиторію в імерсивний простір історичної кухні (рис. А.114-115).

У залі The Board of the Green Cloth простір резиденції поєднує проєкційні й аудіальні засоби для відтворення соціального життя двору. На столі, лаві та віконній рамі з'являються постаті членів ради, які тримають документи та ведуть справи (рис. А116). Звуковий ландшафт, створений за допомогою семи окремих динаміків, формує багатоканальне аудіальне середовище, яке підсилює відчуття автентичності й багатоголосся придворного простору.

У палаці також представлена окрема зона "Interactive displays and handling objects", де також доступні цифрові презентації та проєкції, що оживлюють

ключові образи тюдорівської історії. Відвідувач може побачити проєкцію *“The Field of Cloth of Gold”*, яка відтворює грандіозну зустріч Генріха VIII та Франциска I у 1520 році й акцентує увагу на деталях рідкісних тюдорівських картин (рис. А117). Інсталяція *“Glory and Violence”* демонструє батальну сцену *“The Battle of the Spurs”;* світлові ефекти та анімація підсилюють драматизм історичного моменту (рис. А118).

Інший приклад застосування мультимедійних проєкцій спостерігаємо у стайнях палацу Бленгейм, де інсталяції розкривають приватні історії родини Черчиллів. На одній зі стін з’являється проєкція з текстом листа Вінстона Черчилля, у якому він згадує свого улюбленого коня: *"I rode Rob Rey Today, round the Park and ~~rid~~ rode all by myself in the school; Winston Churchill, age 7; Letter to Mama"*. Текст супроводжується анімацією: на поверхні стайні оживає зображення вершника на коні, який проходить повз, після чого напис поступово зникає (рис. А119). В іншій частині приміщення демонструється цифрова реконструкція сімейного фотоальбому: сторінки перегортаються в анімаційному форматі, відкриваючи архівні зображення членів родини та їхніх коней (рис. А120).

У Кенсінгтонському палаці застосовано інший підхід до мультимедійної інтеграції: замість традиційної стінної проєкції використовується прихований екран, розміщений під одним зі столів у кімнатах, що відтворюють інтер’єри королеви Вікторії. На екрані з’являється зображення улюбленої собачки королеви, яка ніби грається під меблями (рис. 2.4.1). Завдяки специфіці монтажу екран непомітний одразу, і у відвідувача виникає враження, що тварина присутня у просторі насправді. Цей приклад ілюструє використання ефекту ілюзорної присутності, коли цифровий медіаелемент стає частиною фізичного простору і провокує емоційну реакцію.

Рис. 2.4.1. Прихований екран з зображеням собачки.

Рис. 2.4.2. Інтерактивний екран у формі розгорнутого альбому.

У сусідній залі експозиція доповнюється інтерактивним екраном у формі розгорнутого альбому, що створює ілюзію перегляду сімейного архіву. На його “сторінках” відображаються фотографії та біографічні факти, пов’язані з королевою Вікторією (рис. 2.4.2). Між візуальним рядом і словесними блоками встановлюється комплементарне поєднання *(relay)*, оскільки смисл кожного архівного фрагмента формується лише в їхній сукупності. Перегортання аркушів активується жестом руки над поверхнею пристрою, про що повідомляє інструкція *“Wave your hand gently over the surface of the book to turn the pages”*. Ця формула реалізує смислове закріплення інтерпретації *(anchorage)*: вона конкретизує спосіб взаємодії з екраном, усуває невизначеність дії та переводить архівний матеріал зі статичного режиму демонстрування в динамічний режим керованого перегляду.

Серед найпоширеніших мультимедійних рішень у замках і палацах варто виділити сенсорні панелі, які забезпечують інтерактивне ознайомлення з історичними матеріалами. У замку Колчестер панель “Trade in Iron Age Britain” пропонує візуальний ряд артефактів і текстову підказку англійською *“Press on an item to see more”*, орієнтовану на вибір предмета на екрані з подальшим переглядом опису (рис. 2.4.3). Інша панель, “Henry V charter”, знайомить з історичними документами та містить інструкцію “*Touch to start”* для активації матеріалу (рис. 2.4.4).

Рис. 2.4.3. Сенсорна панель “Trade in Iron Age Britain”.

Рис. 2.4.4. Сенсорна панель “Henry V charter”.

Палац Гемптон Корт використовує сенсорні дисплеї для подання тем глобальних зв’язків і наукових відкриттів у поєднанні екранної взаємодії та стендових пояснювальних текстів. Над екранами розміщені текстові блоки з заголовками *“Globalisation” і “A New Universe”* та короткими історичними коментарями, які встановлюють тематичний акцент і забезпечують інтерпретаційну підтримку для екранних візуалізацій (рис. А.121-122). На дисплеї активується карта з регіональними позначками та стислим повідомленням, зокрема *“Asia. The Ottoman, Safavid and Mughal Empires were major patrons of the arts and sciences in the 1500s”*, після чого користувач переходить до наступного фрагмента через сенсорну кнопку *“Continue”*.

У замку Віндзор сенсорні технології інтегровані в аудіогіди, де поєднуються інформаційна та ігрова функції. Завдання “*Reveal the past”* реалізує принцип інтерфейсної взаємодії: відвідувач отримує інструкцію ‘*Rub the screen to reveal how this room looked immediately after the fire”*, після чого дотик і рух пальця по екрану відкривають прихований шар реконструкції інтер’єру після пожежі та дають змогу співвіднести його з актуальним станом приміщення (рис. А.123-124).

Серед мультимедійних інсталяцій палацу Бленгейм особливу увагу привертає велика реконструкція дуба, розташована в середині колишніх стайнь. Усередині стовбура вмонтовано екран з анімованим обличчям дерева. На старті з'являється голосова репліка, далі розгортається монолог від першої особи з біографічним сюжетом, тому аудіальний модус поєднується з візуальною анімацією та створює ефект персоніфікованого контакту з природним образом (рис. 2.4.5–2.4.6).

Рис. 2.4.5. Реконструкція дуба.

Рис. 2.4.6. Вмонтований екран.

Гілки дуба простягаються до іншої частини приміщення, де створено інтерактивну локацію з підвішеними капелюхами, оснащеними динаміками (рис. А.125-126). Відвідувачів заохочує інструкція "*Come and stand under our hats. What do you hear?"* Текстовий модус вводить правило взаємодії, а аудіальний модус забезпечує результат, під обраним капелюхом відтворюється окремий фрагмент наративу (рис. А.127).

У кухнях палацу Гемптон Корт аудіальний модус посилює реконструкцію історичного побуту через звукові ефекти приготування їжі. Серед інтерактивних об'єктів вирізняється котел, біля якого відтворюються звуки кипіння й кулінарних дій, тому акцент зміщується на звук як домінантний сенсорний ресурс. Відвідувач може підійти ближче, щоб почути характерні аудіоефекти, що

створюють ілюзію присутності на середньовічній кухні під час приготування їжі. Візуальний компонент підсилюється зображенням диму, нанесеним на стіну, яке імітує випари з котла та додає образності (рис. 2.4.7). Поруч розміщена табличка з написом “*Keep out of the boiling pot. Order devised by the King’s Council”*, яка виконує роль жартівливого попередження та вводить елемент театралізованої інтерпретації (рис. 2.4.8).

Рис. 2.4.7. Інсталяція на кухнях палацу Гемптон-Корт.

Рис. 2.4.8. Текстовий супровід.

Один із поширених прийомів інтерактивності у музейному середовищі ґрунтується на принципі “прихованого змісту”, який відкривається лише після дії відвідувача. У Колчестерському замку інсталяція “Choose your god” пропонує обрати божество та дізнатися про його силу. На картках зображені постаті, серед них “*Harpocrates”, “Venus”*, а інструкція “*Lift the flaps to find out how these gods could help you”* спрямовує дію користувача на підняття клапана, під яким приховано інформацію про силу божества (рис. А.128-129).

У блоці *“Family fortunes”* через поєднання візуального й текстового модусів у флап-конструкції також реалізовано принцип прихованого змісту. На фронтальних панелях подано ілюстрації персонажів і побутових сцен, а після підняття флапів відкривається короткий текстовий фрагмент, який фіксує

подальшу долю родини або персонажа, наприклад: *“Briaca received her freedom and left Colchester. Her descendants became farmers further north in Britain”; “The descendants of Julia and Petronius moved to a Roman villa in the countryside near Colchester during the third century”; “The family of Cunopectus are still running a potter’s shop in Colchester, but finding it tough”; “Memnon left Colchester to set up a gladiator school in Rome where his descendants still live”* (рис. А.130-131). Механіка підняття флапів переводить інтерпретацію з рівня візуального впізнавання на рівень текстового уточнення, а також актуалізує тактильну взаємодію як умову доступу до змісту.

У Лондонському Тауері інтерактивний стенд “King of the Beasts” із гербовими щитами поєднує візуальний і тактильний модуси.

Рис. 2.4.9. Інтерактивний стенд “King of the Beasts”.

Рис. 2.4.10. Текстова частина.

Щити закріплені на петлях, і відвідувач має підняти їх, щоб знайти текстові пояснення про королівську символіку з левами. Додаткові запитання, наприклад “*How many lions can you see here? Look out for more lions as you walk around the Tower toda”,* переводять гру з одного стенда на весь маршрут огляду, стимулюючи спостережливість і пошук повторюваних візуальних мотивів (рис. 2.4.9–2.4.10).

Серед експозиційних рішень Лондонського Тауера (Fusiliers Museum, Tower of London) вирізняється серія інтерактивних панелей, що поєднують зображення солдатів у різних формах, запитання у мовних “хмаринках” та приховані відповіді під кришечками. Фігури виконані у повний зріст, а замість облич залишені отвори: діти можуть стати за панель і поставити своє обличчя в отвір, ніби самі одягнені у військову форму. Це надає експозиції ігрового виміру та створює ефект особистої присутності у військовій історії (рис. 2.4.11.-2.4.13).

Рис. 2.4.11. Серія інтерактивних панелей з зображенням солдатів.

Рис. 2.4.12. Інтерактивна панель “Drummer on parade!”

Рис. 2.4.13. Мовні “хмаринки”.

Команди “*Stand to attention!”, “Forward march!”, “Drummer on parade”!, “Join the new recruits!”* окреслюють сюжетні ролі, до яких відвідувач залучається у процесі взаємодії. Поряд розміщено кишеньки з написом *“Lift for answers”*. Текстова інструкція поєднана з тактильною дією підняття вкладки, після чого відкривається пояснювальний текст (рис. 2.4.14). Запитання, наприклад, *“Why do you think soldiers wear cap badges?”* у мовленнєвих бульбашках *(speech bubbles)* подано від імені персонажів-солдатів, а відповіді підкріплено ілюстраціями та візуальними деталями уніформи. Пояснення стосується кокард як знаків належності до полку. Відповідь на запитання *“What is the Victoria Cross*

medal awarded for?" фіксує статус найвищої військової відзнаки, пов'язаної з проявом доблесті (рис. 2.4.15–2.4.16); *"Why do you think soldiers wrapped their legs in long strips of cloth called puttees?"* акцентує увагу на захисті від бруду й вологи та додатковій фіксації гомілки під час руху; *"What emergency food ration did soldiers carry in their packs?"* надає інформацію про аварійний пайок, передбачений у складі спорядження.

Рис. 2.4.14. Інтерактивна панель "Join the new reruits!"

Рис. 2.4.15. Інтерактивна панель "Stand to attention!"

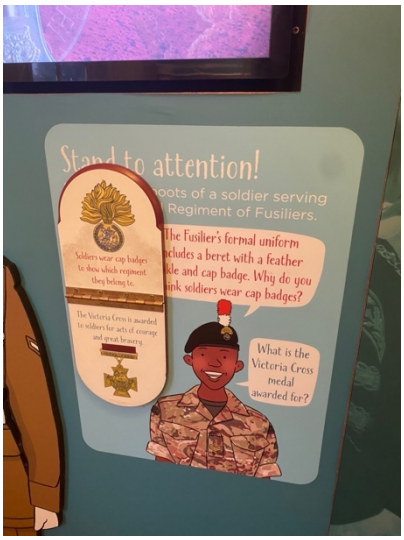


Рис. 2.4.16. Приховані відповіді під кришечками.

В експозиції палацу Гемптон-Корт увагу привертає інтерактив із медальйонами, за допомогою яких розкривається тема династичних зв'язків (рис. А.132-133). Угорі – портрети матерів (Кетрін Арагонської та Анни Болейн), унизу – круглі підвіски з кришечками: піднявши їх, відвідувач бачить мініатюри дочок – Марії I та Єлизавети I. Пояснювальні панелі "*Mothers/Daughters"* акцентують, що королеви проводили з дітьми обмежений час через придворні обов'язки, а також пропонують пошукове завдання: знайти у Великій залі символи матерів – гранат Кетрін і сокола Анни. У тексті вміщено й цитату з листа Кетрін до принцеси Марії (1533), яка посилює персоналізацію історичного наративу.

У замку Ворік представлена механічна “хронологічна” панель “The Mound’s Continuing History”: відвідувач обертає велике коло з роками (наприклад, 1068, 1260, 1749), а крізь віконце відкривається інформація про ключові етапи історії укріпленого насипу. Тактильний формат поєднує текст, навігацію, гру й навчання, робить оповідь про минуле наочною та послідовною (рис. 2.4.17).

Рис. 2.4.17. Панель “The Mound’s Continuing History”.

Інсталяції у замках і палацах демонструють взаємодію через натискання кнопок, унаслідок чого синхронізуються звукові, візуальні та тактильні ресурси. У Колчестерському замку серія підсвічених панелей із персонажами римського періоду поєднана з невеликими п’єдесталами: на них розміщено предмети для дотику з маркером “*Please touch”*, а також картки з короткими довідками й друкованими аудіотранскриптами. Натискання активує аудіо-фрагменти з історіями персонажів, завдяки чому візуальна рецепція доповнюється аудіальним інтерпретаційним рівнем (рис. А.134-135). Поруч працює дискусійний модуль-голосування з запитанням: *“Do you think that Boudica was right to destroy Colchester?”* (рис. А.136-137). Інтерфейс має дві кнопки “*Yes/No”* та цифрові індикатори, які у режимі реального часу відображають відсотки відповідей, перетворюючи індивідуальне рішення на елемент колективного судження й водночас акцентуючи етичний вимір поставленого запитання.

В експозиційному просторі стайнь Бленгеймського палацу інтерактивність реалізована у форматі гри-перегонів (рис. 2.4.18.-2.4.19). Центральним елементом є велика “картина-сцена” в золоченій рамі, під якою розташовано текстову панель з інструкцією та зображенням парку Вудсток, де герцог і герцогиня Мальборо традиційно насолоджувалися кінними перегонами.

Рис. 2.4.18. Гра-перегони у стайнях Бленгеймського палацу.

Рис. 2.4.19. Текстова панель з інструкцією та зображенням парку Вудсток.

Нижній рівень композиції утворюють три кольорові кнопки-арки, що слугують інтерфейсом для участі відвідувача у забігу. Відвідувач обирає гравця за кольором, активує кнопку, запускає анімаційний забіг і спостерігає за результатом, співвідносячи його з власним вибором. До активності заохочує текстовий заклик, який надає взаємодії емоційної експресії: “*Cheer loudly and see if your horse wins!”* Комбінація інструктивного тексту, кольорової навігації, мовних стимулів та візуалізованого зворотного зв’язку поєднує когнітивний та емоційний виміри взаємодії відвідувача з експозицією.

У Лондонському Тауері відтворення пострілу з гармати подано як поетапну симуляцію. Панель керування з кнопками задає алгоритм у п’ять дій, кожна з яких позначена цифрою і текстом: 1 – *“Clear the barrel*”, 2 – *“Load the*

cartridge”, 3 – *“Aim the cannon”*, 4 – *“Prime the gun”*, 5 – натискання червоної кнопки на самій гарматі *“Press the button on cannon to FIRE!”* (рис. 2.4.20). Після кожного натискання на вбудованому екрані з’являється короткий відеофрагмент, що демонструє відповідну операцію; завершення послідовності активує на екрані навпроти анімацію пострілу з візуалізацією пробитої стіни (рис. 2.4.21). Текстові підказки, цифрове маркування, графічні схеми, відеоряд і дотик до елементів керування утворюють узгоджену послідовність, через яку відвідувач поетапно відтворює сценарій підготовки пострілу.

Рис. 2.4.20. Панель керування з кнопками.

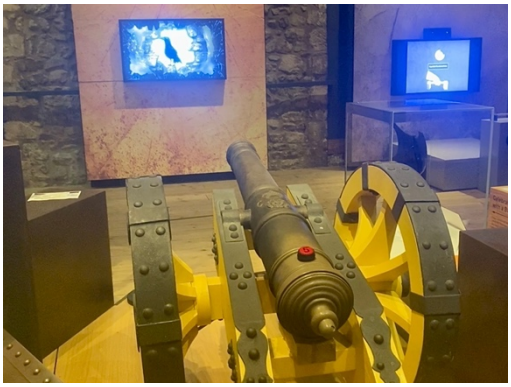


Рис. 2.4.21. Симуляція пострілу з гармати у Лондонському Тауері.

Інтерактивність у Воріковському замку проявляється у грі з драконами, що реагують на кроки відвідувачів. Біля майданчика встановлено стійку з текстовим закликом *“Can you make all the dragons roar?”* (рис. А.138). Навпроти кожної фігури розміщено кнопки, розташовані на підлозі та позначені цифрами (рис. А.139). Крок на відповідний майданчик активує звук із власним тембром кожного дракона. Результатом стає інтерактивна сцена, у якій звуковий ефект залежить від дій учасників.

Тактильні практики поступово утверджуються як невід’ємний компонент сучасного музейного досвіду, поєднуючи інклюзивність із розширенням когнітивних ресурсів сприйняття. Написи “*Please touch”* у поєднанні з дублюванням шрифтом Брайля позначають дозволений дотик і переводять музейну взаємодію в сенсорний вимір.

Колчестерський замок пропонує спектр тактильних об'єктів для безпосереднього контакту (рис. А.140-143): копії надгробків Лонгіна Сдапеза й Марка Факіліса з реконструйованою поліхромією, репліку статуї Меркурія з Колчестера *(Colchester Mercury)*, зразки воїнського спорядження, зокрема гладіаторський шолом, захист руки й щит. Тактильний модус підтримує вербальний супровід на панелях із повторюваним заголовком *"Please touch"*, після якого подано короткі довідки про статус об'єкта та умови експонування, наприклад: *"This is a replica of the Colchester Mercury on display in the showcase behind you. It is one of the finest statues from Roman Britain"; "Copy of gladiator helmet, arm guard and shield. This style of helmet was worn by a gladiator known as a Secutor. You can see a Secutor on the Colchester Vase"; "This small scale replica of the tombstone of Marcus Facilis is shown with the bright colours that would have decorated the original tombstone"; "This small scale replica of the tombstone of Longinus Sdapeze is shown with the bright colours that would have decorated the original tombstone"*. Паралельно окремі панелі містять дублювання інформації шрифтом Брайля і розширюють доступність текстової частини та підсилюють інклюзивний формат взаємодії з експозиційними матеріалами.

Гемптон-Корт у зоні *"Interactive displays and handling objects"* пропонує взаємодію з репліками архітектурних деталей, музичних інструментів, тканин і декоративних елементів. Експозиційний матеріал організовано через тематичні *блоки "Jobs for Women", "Bricks and Mortar", "Music and Mirth", "Artistic Touches", "Exotic Luxury", "Golden Threads"* (рис. А.144-147). Інтерпретаційний контекст експонатів окреслено вербальними поясненнями. Заклик *"See how many others you can spot on the walls of Hampton Court!"* поряд з експозиційними репліками орієнтує взаємодію на пошук аналогів у залі й зміщує увагу від об'єкта на стенді до архітектурного простору. Вербальний компонент узгоджено з ілюстраціями й демонстраційними зразками, а тактильний компонент фіксується через дотик до об'єкта. Текстова частина має інклюзивне розширення, оскільки поруч із друкованими панелями інформація дублюється шрифтом Брайля.

В замку Арундел тактильність реалізована через серію дерев'яних контейнерів, усередині яких приховані історичні об'єкти пропонуються для ідентифікації на дотик (рис. А.148-149). Відвідувач занурює руку в отвір, визначає предмет за фактурою та вагою, після відкриття кришки співвідносить власне припущення з коротким вербальним описом на зовнішній панелі. Текстова частина оформлена як лаконічні інформативні етикетки, орієнтовані на номінацію й базову функцію артефакта, наприклад: *"Leather Costrel. A lightweight and sturdy leather flask for water or weak beer"; "Gambeson. A padded coat of up to 25 layers of linen, leather and wool stuffing. Designed to stop arrows or protect the wearer from sword blows"; "Mail Armour. A piece of chain mail designed to stop cuts and slashes."* Тактильний модус ініціює розпізнавання предмета на дотик, а вербальний модус уточнює назву й призначення об'єктів.

Кенсінгтонський палац демонструє інший підхід: тут сенсорні тригери інтегровані у предмети інтер'єру. Дотик до стилізованих книжок активує світлову панель із генеалогічним деревом королеви Вікторії, де підсвічуванням позначаються імена та родинні зв'язки (рис. А.150-151). Інший об'єкт – мініатюрний театр, у якому дотик запускає коротку виставу з візуально-звуковими ефектами (рис. А.152). У такому форматі дотик виступає не як самодостатня дія, а як механізм активації мультимодального середовища, що поєднує текст, світло й звук у єдиний інтерпретаційний простір.

Окрім дотику, в експозиціях активно використовуються олфакторні формати. У Колчестерському замку на столі з керамічними посудинами розміщене завдання з написом "*Please smell"* і чіткою інструкцією: *"The Romans liked strong flavours in their food. Can you tell what these are? Lift the lid of the pot for the answer"*. Відвідувач піднімає кришку, розпізнає аромат і звіряє його з поясненням. Серед відповідей – "*bayleaf"* та "*fish sauce"*. Панель містить дублювання шрифтом Брайля, що розширює доступність завдання (рис. 2.4.22.-2.4.23).

Рис. 2.4.22. Ольфакторний компонент у Колчестерському замку.

Рис. 2.4.23. Напис “*Please smell”*.

Палац Гемптон-Корт залучає олфакторний досвід, пропонуючи відвідувачам розпізнати аромати спецій. Інсталяція складається з трьох осередків для нюху з віконцями-зразками; під час підняття табличок відкриваються назви спецій та регіони їхнього походження: *“pepper – India, cinnamon – Sri Lanka & Philippines, chilli – Central & South America”*. Запах спецій поєднано з підписами про походження, тому олфакторний модус працює разом із текстовим і фіксує повсякденні практики та торговельні маршрути ранньомодерної доби (рис. 2.4.24–2.4.25).

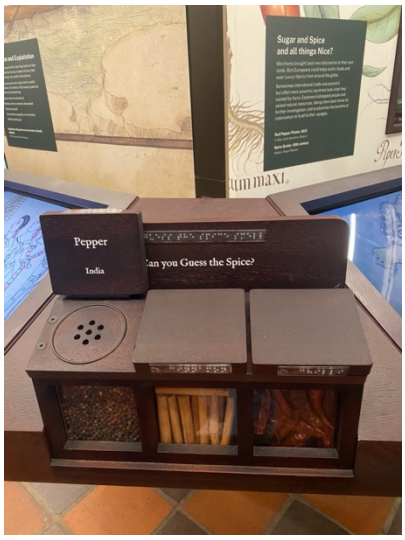


Рис. 2.4.24. Ольфакторний компонент у палаці Гемптон-Корт.

Рис. 2.4.25. Відповіді під кришками.

Сенсорні інсталяції на основі запаху поєднуються з форматами, що вимагають прямої тілесної участі. До них належить примірка історичного одягу та спорядження. У замку Арундел примірка історичного одягу та спорядження організована через скрині *“Dressing Up Box”* із тематичними комплектами для відвідувачів (рис. А.153-154). Поряд доступні щити й елементи зброї для тактильної взаємодії. Стилізоване оформлення простору зі списами, лавами та щитами біля вогнища підкреслює перформативність ситуації (рис. А.155-156).

У Колчестерському замку схожі інтерактивні зони позначено табличками *“Try these on”*. Відвідувачі мають змогу приміряти реконструкції римських щитів, прямокутний скутум із символікою крил та блискавок або щит із зображенням восьминога (рис. А.157-159). Поряд розміщено наочні інструкції *“Soldier”* і *“Shield”* з відповідними жестами британської жестової мови, тому інклюзивний компонент включено в контакт із об’єктами. Також доступні для примірки реконструкції захисних шоломів, зокрема кавалерійський шолом із хвостовим навершям і морион пікінерів доби Громадянської війни (рис. А.160-161). Біля інсталяцій розміщено дзеркала. Відвідувачі бачать власний образ у спорядженні та можуть зробити фото.

Рис. 2.4.26. Текстові інструкції “*How to put on a toga”*.

Рис. 2.4.27. Навчальний стенд “How to put on a toga”.

Досвід доповнює навчальний стенд із текстовими інструкціями “*How to put on a toga”*, де процес відтворено у вигляді покрокового алгоритму з візуальними підказками: “*Tie the belt around your waist, Wrap the toga behind you, Tuck the toga into the belt at the front*”. Кожен етап супроводжено зображенням, що демонструє відповідну дію – від зав’язування пояса до остаточного укладання складок тканини (рис. 2.4.26.-2.4.27).

Через інтерактивні практики примірки у палаці Гемптон-Корт репрезентується тема соціального статусу. На стенді представлено репліку капелюха зі страусовим пером, пов’язаного з образом Генріха VIII, а текстовий заклик *“Status Symbol… Which of these hats looks best on you?”* стимулює відвідувача до персонального вибору (рис. 2.4.28). Поруч розташовано інсталяцію “Bearded Wonders”, у якій поворотне дзеркало з нанесеними зображеннями різних типів борід дає змогу співвіднести власне обличчя зі стилістикою XVI століття. Інструкція *“Turn the mirror and pick your favourite beard”* підтримує алгоритм дії (рис. 2.4.29).

Рис. 2.4.28. Інтерактивні стенди у палаці Гемптон-Корт.

Рис. 2.4.29. Інтерактивний стенд “Bearded Wonders”.

У Лондонському Тауері на стенді полку фузилерів запитання *“Can you lift the pack?”* і довідка *“The average Fusilier carries 80 kg”* спрямовують до тактильної взаємодії (рис. А.162). В іншій залі напис *“Replica Cavalry Sword”*

позначає можливість підняти реконструкцію кавалерійського меча й оцінити його вагу (рис. А.163).

Якщо в Лондонському Тауері тілесність взаємодії вибудовується навколо відчуття військового навантаження, то у стайнях Бленгеймського палацу зосереджено увагу на кінній тематиці, представленій через інструктивні та ігрові інсталяції. На одному зі стендів розміщено тренажер для посадки в боковому сідлі з інструкцією *“How to Ride Side Saddle”*, де покроковий текст синхронізується з графічними зображеннями, а силует-індикатор із написом “*If you are taller than me please do not sit on my horse”* задає межу дозволеної взаємодії (рис. 2.4.30). На іншій позиції використано схожий принцип: манекен і стенд “How to put on my bridle” подають алгоритм амуніції коня, де словесний опис інтегровано з діаграмою, що візуалізує послідовність дій (рис. 2.4.31). Водночас відсутність маркувальних написів на кшталт “*Please sit”* чи “*Do not sit”* створює комунікативну невизначеність: відвідувач позбавлений чіткого лінгвістичного сигналу, чи сприймати об’єкт як інтерактивний, чи як виключно експозиційний.

Рис. 2.4.30. Стенд “How to Ride Side Saddle”.

Рис. 2.4.31. Інструкція “How to Ride Side Saddle”.

Такий контраст демонструє ключову роль текстових інструкцій у формуванні мультимодального сценарію. У випадках “*How to Ride Side Saddle”*

та “*How to put on my bridle”* (рис. А.164) вербальні й візуальні компоненти забезпечують прозору структуру дії, тоді як їхня відсутність породжує семантичну розмитість і невизначеність меж дозволеної взаємодії.

Гейміфікація виступає ключовою стратегією музейної інтерпретації, у якій навчання реалізується через гру, а пізнання поєднується з елементами змагання, маніпуляції та креативного конструювання. У Колчестерському замку ця логіка втілена в низці інтерактивних модулів. Завдання “Make your own mosaic” на тлі автентичної римської підлоги пропонує скласти власний орнамент із тессер, що тренує сприйняття симетрії й ритму: “*Mosaics are made up from lots of small pieces called tesserae. See what patterns you can make from these tesserae*” (рис. А.165). Інсталяція “Put the king on top” у форматі трикутного стенду пропонує відвідувачеві розмістити фігури відповідно до феодальної ієрархії, фіксуючи короля у верхній позиції (рис. А.166). Текстовий модус подає історичне тло й принцип підпорядкування у формулюваннях *“The Normans introduced a feudal society to England”, “Everyone had a place in a hierarchy”, “They owed service … in return for protection”, “At the top of society was the king”*.

Гра “Classification” передбачає роботу з шестикутними плашками, розміщеними довкола центрального червоного осередку. Інтерфейсна інструкція *“Pick an object and place it on the central red hexagon”* спрямовує вибір предмета й фіксує стартову позицію, а репліка *“Now see how many different chains you can make link to the object you picked”* орієнтує на побудову варіантних ланцюгів спорідненості за матеріалом, функцією або належністю (рис. А.167). У модулі “Make your own stained glass” прозорі кольорові елементи розміщені на підсвітленій поверхні, а текст *“Use one of the patterns to create a stained glass picture or make up your own design”* узгоджує візуальний модус зразків із тактильним складанням композиції (рис. А.168-169). Блок “Medieval craft skills” (рис. А.170) з обертовими кубами відтворює послідовність переходу від сировини до готового виробу та відповідної ремісничої операції. Інструкція *“Line up the blocks to see how medieval craftsmen turned the raw material into the*

finished product” зосереджує увагу відвідувача на встановленні причинно-наслідкових зв’язків.

Освітня зона Колчестерського замку, стилізована під житло залізної доби, поєднує рольову гру, тактильність та моделювання (рис. А.171-173). На столі розміщено “Role play cards*”* із персонажами *“Iron Age children / man / lady”*: на звороті подано списки пропонованих дій, тож відвідувачі можуть розігрувати побутові сцени, використовуючи поруч кошики та інші предмети. Поряд встановлено мініатюру круглої хати із підписом *“Please touch – lift the roof and look inside the roundhouse.”* (рис. 2.4.32.-2.4.33). Вербальний імператив дозволяє дотик і визначає послідовність маніпуляцій. Зняття даху відкриває конструкцію інтер’єру й переводить опис архітектури в режим огляду.

Рис. 2.4.32. “Role play cards” із персонажами гри та інструкціями.

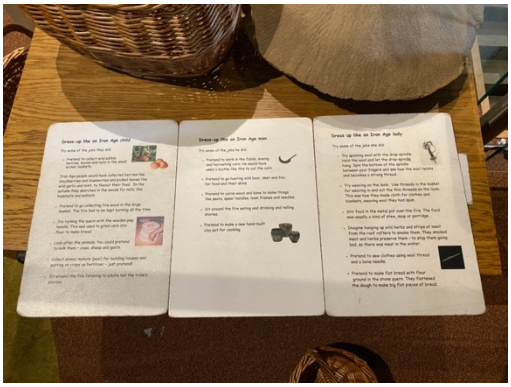


Рис. 2.4.33. Зворот “Role play cards”.

Блок інженерної гри “Build an Arch” (рис. А.174-175) розгортає іншу лінію – від емпіричного складання до перевірки гіпотези. Інструктивна панель із трьома кроками *“1. Pull out scaffold / 2. Build arch and wall / 3. Push back the scaffold to test the strength of the arch”* синхронізує текст і схеми з м’якими «кам’яними» модулями; фінальна порада *“Look for places in the Castle where arches have been used”* інтегрує завдання в простір експозиції, спонукаючи до порівняльного спостереження.

У замку також відтворено симуляцію римських перегонів із поєднанням фізичного контролера та проєкційного зображення. Перед відвідувачем

розташована рама колісниці з підмостком, на екрані подано перспективу кучера, а інструкція *“Pull a rein to start”* переводить взаємодію в тактильне керування повіддями, синхронізоване з візуальною сценою перегонів (рис. А.176-178).

Серед додаткових завдань для дитячої аудиторії виокремлюється маршрут “Mythical Creatures: Mermaid Trail” (рис. 2.4.34), побудований у формі квесту. Діти отримують планшет із бланком, де необхідно вписувати слова-відповіді, поступово відкриваючи назви “улюблених речей русалки”. Інструкція подана у вигляді оповідного заклику: *“The mischievous mermaid loves shiny things … can you help us find the objects she likes most in the museum and uncover which one is her favourite?”* (рис. 2.4.35). Завдання поєднує ігрову дію, пошукову активність і лінгвістичну складову – кожна відгадка вбудовується в кросвордоподібну схему, де слова поступово утворюють підсумкове рішення. Текстові підказки супроводжуються ілюстраціями з бульбашками та зображенням русалки, що підсилює казкову атмосферу й утримує увагу дітей. Водночас у завданні закладено механізм винагороди: завершений бланк із правильними відповідями можна обміняти на невеликий приз *“Take your completed book to the front desk to claim your prize!”*

Рис. 2.4.34. Маршрут “Mythical Creatures: Mermaid Trail”.

Рис. 2.4.35. Планшет із бланком “Mythical Creatures: Mermaid Trail”.

У Лондонському Тауері інтерактивні інсталяції організовують досвід відвідувача через поєднання тілесної дії, екранної візуалізації та текстових інструкцій. Увагу привертає інсталяція, присвячена уявним істотам у традиції

середньовічного бестіарію. Панель “Animals you can only imagine…” пропонує скласти фантастичну істоту з окремих візуальних фрагментів. Текстовий імператив *“Can you make your own beast?”* спрямовує дію й водночас відсилає до середньовічних практик опису невідомих тварин, де наукове знання перепліталося з уявними елементами (рис. 2.4.36–2.4.37). Також подано військовий блок із двома станціями: стрільба з лука поєднує фізичний макет із екранним зворотним зв’язком, а стаціонарна гвинтівка запускається імперативом *“Aim and shoot to start”* і супроводжується інформаційною панеллю “Model Gun” з історичною довідкою про навчальні моделі для тренування прицілювання та механіки пострілу (рис. А.179-180).

Рис. 2.4.36. Панель “Animals you can only imagine…”.

Рис. 2.4.37. Фантастична істота з окремих візуальних фрагментів

У двох резиденціях, Гемптон-Корт і Кенсінгтонському палацах, представлено спеціальні зали з історичними настільними іграми двору (рис. 2.4.38–2.4.40). Простір оформлено столами із зеленим сукном, картами, гральними кістками та жетонами, поруч розміщено манекени в костюмах епохи, що підтримують візуальний код придворного дозвілля. Текстовий модус інтегровано безпосередньо в поверхні столів через заголовки, зокрема *“BRAG. A THREE-ROUND CARD GAME”* і *“HAZARD.* A DICE GAME OF CHANCE”.

Регламент гри встановлюється у формі директив та умов, зокрема: *“Each player is dealt 7 cards face down”, “Each player starts with 12 coins”, “Put a coin in Circles 2 and 3 if you wish to participate in Round 2”, “If you throw the Lose number you are out”, “If you throw the Win number you collect all of the coins and win the game”.* Поле *“GAME OF COURT”* поєднує розмічені клітинки із інструктивним написом *“Navigate your way around the board to be the first to meet the King”*, фразою *“Winner takes all”* і сценарними репліками на кшталт *“Bribe a Yeoman of the Guard”, “Get lost in Hampton Court Maze”, “Go to Debtors’ Prison”*, які пов’язують рух фішок із моделями придворних ролей, винагород і санкцій. Рівень деталізації правил і тематичний словник придворної культури припускають залучення дорослої аудиторії поряд із сімейним відвідуванням, оскільки читання та виконання інструкцій вимагають послідовного відтворення алгоритму гри.

Рис. 2.4.38. Настільні ігри у палацах.

Рис. 2.4.39. Поле “GAME OF COURT”.

Рис. 2.4.40. Поле “BRAG. A THREE-ROUND CARD GAME”.

2.5. Сезонні святкові події в музеях як щорічна мультимодальна подія

Сезонні святкові події у британських музеях формують окремий сегмент взаємодії з аудиторією, що поєднує інституційну традицію з інноваційними

мультимодальними практиками. Їхня присутність у річному календарі дозволяє музеям синхронізувати власний простір і наратив із соціально значущими датами, формуючи динамічний подієвий ритм. У цей час музейний простір зазнає трансформацій: змінюється візуальне оформлення, з'являються тематичні експозиційні зони, активуються світлові та звукові ефекти, впроваджуються інтерактивні формати, що посилюють ефект залучення.

Історично ядром музейної комунікації були текстові й візуальні описи, що забезпечували інтерпретаційний контекст та підсилювали пізнавальну функцію експозицій. Сьогодні ж ці традиційні режими інтегруються з цифровими, аудіальними й сенсорними ресурсами, утворюючи багатоканальний комунікативний простір. Сезонні святкові події, від Різдва до Великодня чи Хелловіну, розкривають потенціал цього простору в максимально інтенсивному форматі, перетворюючи відвідування музею на емоційно насичену подію.

Виразним прикладом виступає Хелловін, який відкриває широкі можливості для поєднання ігрових, театралізованих, мультимедійних і сенсорних стратегій. Атмосфера контрольованого страху, несподіванки та інтерактивної взаємодії сприяє розширенню кола відвідувачів і формуванню нових способів інтерпретації колекцій через включення їх у святковий культурний сценарій.

Події Хелловіну в британських музеях вирізняються складною мультимодальною організацією. Вербальні інструкції, аудіовізуальне оформлення та сенсорні практики відвідування працюють синхронно й підсилюють ефект присутності. Атмосферне оформлення Лондонського Тауера демонструє, як аудіальний компонент здатний формувати емоційний тон події: каркання ворон, виття вовків, зловісний сміх і крики утворюють звуковий ландшафт, що викликає відчуття напруженості та очікування. У 2023 році відвідувачі могли побачити тематичні інсталяції, які розширювали просторово-візуальну композицію. "The Achemist Tent" (рис. А.181) з артефактами, скляними колбами, гілками та гарбузами поєднував візуально-сценографічні й звукові рішення; у просторі домінували звукові ефекти алхімічної лабораторії, зокрема

ритмічне булькання зілля, яке безперервно перемішувала аніматронна ложка. У 2024 році з'явилася інсталяція "The Lost Observatory" (рис. А.182) – сценографічний купол із астрономічними інструментами, картами зоряного неба та побутовими деталями, що створювали відчуття присутності в альтернативному наративному просторі. Сукупність цих елементів інтегрувала історичну пам'ятку у святковий культурний сценарій, у якому відвідувач виступає спостерігачем і водночас активним учасником сюжетно організованої події, зануреної в атмосферу містичної гри.

Подібні мультимодальні підходи простежуються і в палаці Гемптон-Корт. Хелловінський наратив підтримували атмосферні проєкції, аудіальні ефекти та тематичний декор. Звукове тло складалося з віддалених кроків, шурхоту, скрипу й глухих звуків, що підсилювали відчуття присутності у просторі з прихованою історією. У дворі та під аркою розміщувалася інсталяційна зона з гарбузами, черепами та стилізованими "рештками", підвішеними на дерев'яних конструкціях, яка виконували роль фотолокацій, із моторошним звуковим супроводом, який підсилював атмосферу події (рис. А.183-184). Поєднання автентичної архітектури палацу з тематичними об'єктами та світловими й звуковими ефектами створювало цілісне середовище, у якому сприйняття вибудовувалося як візуально-емоційне занурення в культурний сценарій Хелловіну. Під час Хелловіну внутрішній простір палацу Гемптон-Корт організовувався через низку сценографічно оформлених локацій із виразними світловими й звуковими акцентами, серед яких кімната "Haunted Forest" (рис. А.185-186), шо вирізнялася червоним підсвічуванням, туманом і аніматронічними деревами та формувала атмосферу зловісної казки. Звуковий ландшафт формували каркання ворон, шурхіт і віддалені кроки, що створювали ефект непередбачуваності. Центральним елементом експозиції виступало монументальне дерево з антропоморфними рисами обличчя, яке періодично освітлювалося, активуючи зловісну міміку в поєднанні з драматичними аудіоефектами.

Поруч із локацією “Haunted Forest” у палаці Гемптон-Корт розміщувалася інсталяція “Spider’s Lair” (рис. А.187-188), у якій сценографічне оформлення простору поєднувало павутинні конструкції та підвішені кокони зі світловими акцентами. Центральним елементом виступав гігантський павук-аніматрон, який періодично висувався у бік відвідувачів, спалахуючи червоним світлом очей і супроводжуючи рухи загрозливими звуками. Поєднання динамічної механіки, світлових ефектів та характерних шурхотів створювало відчуття безпосередньої небезпеки.

У 2024 та 2025 роках хелловінський маршрут у Гемптон-Корті організовано через систему текстильних банерів на дерев’яних рамах, які поєднують навігаційні вказівки, попередження та короткі сюжетні описи (рис. 2.5.1-2.5.2). Панелі “Haunted Forest”, “Spider’s Lair”, “The Coven”, “Gallery of the Damned”, “The Grey Lady”, “The Hunted Banquet” тощо формують жанрову атмосферу свята та окреслюють очікуваний емоційний настрій. Поруч із заголовками розміщено блоки *“WARNING”* із переліком сенсорних ефектів у форматі піктограм і супутнього тексту, зокрема *“Darkness”, “Flashing lights”, “Loud noises”, “Creepy crawlies”*, та шкалу *“Scare rating”* у вигляді піктограм-привидів (рис. 2.5.3), яка дозволяє відвідувачам самостійно визначати прийнятний рівень інтенсивності.

Типографіка і колір панелей є важливими семіотичними ресурсами: напис великими літерами підсилює салієнтність *(salience)*, тобто зорову помітність елемента, і вибудовує ієрархію *(hierarchy)* сприйняття, тобто порядок, у якому компоненти зчитуються як головні або другорядні. Контраст між жанровою назвою локації, блоком *“WARNING”*, піктограмами та шкалою *“Scare rating”* формує інформаційний контраст *(informational contrast)* – чітке розмежування між атмосферно-наративним компонентом і практично значущим попередженням. Завдяки цьому відвідувач швидко відокремлює емоційно-стилістичну назву локації від інформації, що безпосередньо регулює очікування й поведінку. Текстове оформлення навігаційних панелей у хелловінських локаціях організоване через імперативи й пряме звертання до другої особи, тому

відвідувач переходить у позицію адресата дії та потенційного учасника, що підтверджують директивні репліки *“Enter the Haunted Forest”, “Listen closely”, “Step into the spooky tangled mass…”, “Enter if you dare”, Watch with caution…”.*

Рис. 2.5.1. Текстильні банери з описами тематичних локацій та попередженнями, доповнені піктограмами рівня страху.

Рис. 2.5.2. Вхід до локації “Haunted Forest”.

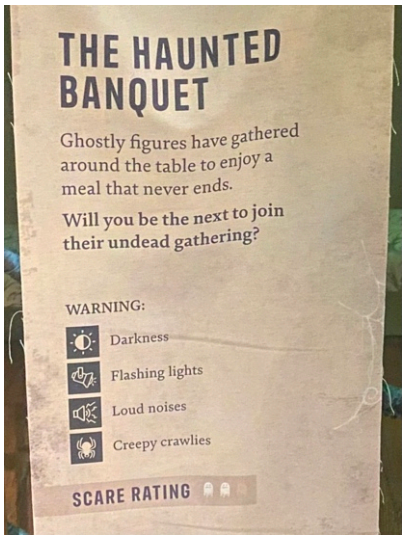


Рис. 2.5.3. Текстильний банер “The Hunted Banquet”.

Наративний фрагмент подано короткими повідомленнями з риторичними запитаннями, які стимулюють рішення про вхід і підсилюють драматизацію простору, наприклад*: “Will you be the next to join their undead gathering?”, “Dare you enter its lair?”, “Are you brave enough to step inside and face their wrath?”, “Do YOU believe in ghosts? Take a seat and join our storyteller for a spine-tingling adventure!”* (рис. А.189-190).

Лексика прихованої загрози й хаосу підтримує очікування звукових та сценографічних ефектів через словесні маркери небезпеки й тривоги, зокрема *“lurk behind every corner”, “vengeful spirits”, “bringing menace”, “madness and mayhem”.*

На кухнях палацу демонстрували виготовлення їстівних хеловінських прикрас та випікання тематичних тістечок *“soul cakes”*. Процес супроводжували усні коментарі працівників, а візуальний контекст формували інгредієнти, посуд і готові зразки виробів на робочому столі (рис. 2.5.4-2.5.6). Текстовий компонент подавався через друковані аркуші з рецептурною інформацією: заголовок *“Soul Cakes”* із переліком інгредієнтів *“Ingredients: 283 grams flour, 283 grams currants, 85 grams butter, 28 grams sugar, 1 teaspoon nutmeg, 1 teaspoon mace, 1 teaspoon cinnamon, 2.5 egg yolks, 1 egg whites, 28 ml ale yeast (or warm water mixed with live action yeast), 118ml cream”,* матеріали з архівного джерела English Cookery and Medicine Book 1677-1711.

Рис. 2.5.4. Виготовлення їстівних хеловінських прикрас.

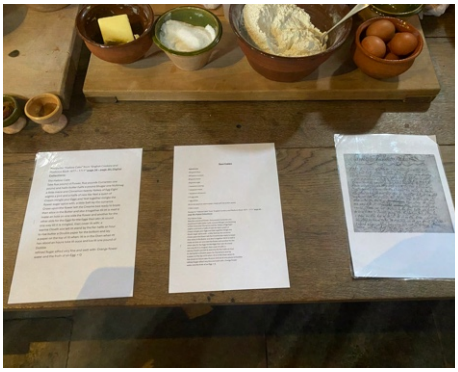


Рис. 2.5.5. Текстові інструкції, що супроводжують приготування їжі.

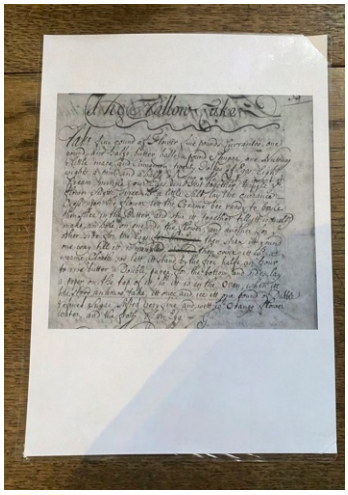


Рис. 2.5.6. Репродукція рукописного аркуша.

Репродукцію рукописного аркуша *“A Noble Hallow Cake”* розмістили поряд із друкованою транскрипцією, позначеною рядком *“Recipe for Hallow Cake from English Cookery and Medicine Book 1677-1711, pages 34 and 35 | Digital Collections”*, що дозволяло співвіднести рукописну графіку з читабельним друкованим текстом (рис. А.191-192).

Хелловінські події у Лондонському Тауері та палаці Гемптон-Корт формують щорічний інтерактивний формат музейної комунікації, організований через поєднання історичного наративу та ігрових дій відвідувача. Основу програми становлять тематично оформлені простори з інтерактивними компонентами, включно із зустрічами з персонажами-привидами у програмі “Halloween Ghost Hunt”, розгорнутими декораціями, пов’язаними з історичними й легендарними сюжетами, та окремими локаціями для перформативних сцен. Траєкторію проходження підтримують спеціально підготовлені карти, що поєднують текстові підказки, візуальні маркери й сценографічні інсталяції та спрямовують учасників між локаціями. У результаті вербальний, візуальний та просторовий модуси працюють узгоджено й формують послідовність кроків від пошуку до взаємодії з експозиційним середовищем.

Друковані карти та буклети містять перелік локацій і підказки, що орієнтують відвідувача на пошук персонажів-акторів, пов’язаних з окремими історичними подіями й постатями, а також фіксують послідовність зупинок у межах маршруту. У Хемптон-Корт пропонують розшукати, наприклад, королеву Вікторію чи Генріха VIII, використовуючи підказки з наративною інтригою, на кшталт “*Have you seen this saintly queen wandering the palace, clutching her husband’s portrait in despair*?” або “*Beware his majestic ghost, dressed in armour, as he relives his last deadly duel*.” У Лондонському Тауері ключовими фігурами стають Anne Boleyn, Leonora Cohen, Walter Raleigh та інші історичні постаті, кожна з яких має власну моторошну легенду та чітку прив’язку до локації (рис. А.193-195). Додатковий вимір взаємодії формують актори в ролі мисливців за привидами. Вони допомагають відвідувачам орієнтуватися у просторі та знаходити конкретних привидів, тому пошук набуває спільного перформативного характеру (рис. А.196-197).

Мультимодальна організація буклетів поєднує інструктивно наративні тексти, декоративну іконографію Хелловіну та карту маршруту з позначеними локаціями і лініями руху. Вербальна частина охоплює короткі правила, легендарні вставки, поетичний вступ і марковані списки підказок, а візуальний

шар підтримують мотиви гарбузів, привидів, кажанів і павутиння разом зі стилізованими ілюстраціями веж і брам. У дизайні буклетів 2022, 2023 і 2024 років простежується як збереження впізнаваної айдентики, так і візуальна варіативність (рис. А.198-203): У буклеті 2022 (рис. А.198) року на обкладинці винесено заклик *“GHOST GUIDE AND MAP INSIDE. OPEN IF YOU ARE BRAVE ENOUGH…”*. Внутрішній вступ із поетичними рядками – *“The veil between us and the spirit world is thin. Follow the ravens, Gate Keepers to the other realm, to see in”* – одразу створює атмосферу гри й містики. Текст збагаченений інтерактивними формулами: “*Use this ghost guide and map, to find them if you dare!”, “Are you ready to follow the ravens*?” Візуальна айдентика обкладинки 2023 року (рис. А.199) реалізована через теплий градієнт помаранчевих і жовтих відтінків, який акцентує силует Білої вежі на тлі повного місяця. Семантичне поле збагачене графічними маркерами хелловінської тематики – гарбузами-ліхтарями, стилізованими привидами, силуетами воронових і розгалужених дерев, що кодують атмосферу осіннього надвечір’я. Обкладинка 2024 року (рис. А.200) виконана на контрасті насичених зелених і помаранчевих тонів, де композиційний центр займає підсвічений контур Тауера в глибині темного лісу. Іконографія гарбузів-ліхтарів інтегрована у просторову перспективу, а вербальний компонент “*Join the spooky search for spirits… if you dare!”* виконує функцію імперативного маркера, поєднуючи зображальний і текстовий рівні у цілісну мультимодальну конструкцію.

На обкладинках буклетів 2022, 2023 і 2024 років повторюється зображення Тауера. Повторюваний образ закріплює візуальну ідентифікацію серії, а емблема Historic Royal Palaces фіксує інституційну належність матеріалів. Окремий навігаційний ресурс становить система іконок, що супроводжує кожного привида й дублюється на карті, тому орієнтація у просторі стає швидшою та точнішою. Співвідношення текстового компонента та візуальних рішень підтримує імідж музею. Повторювані мотиви, колір і емблеми підтримують сталий візуальний профіль та інституційну ідентифікацію. Звертання до адресата й короткі формули виклику акцентують участь відвідувача, тому імідж музею

вибудовується навколо інтерактивності. Карта 2022 року (рис. А.201) представлена також у вигляді детального плану фортеці з маркованими об'єктами та сервісними позначками (туалети, кафе, крамниці, вхід, вихід), а дизайн усієї брошури стилізований під старовинний папір із тематичними графічними елементами (ворони, павутиння, декоративні межі). Кожен персонаж (рис. А.202) подано в однаковому інформаційному блоці з передбачуваною схемою читання. Текст містить рубрики *"SPIRIT STUCK"* з датою події, що стала часовою фіксацією для привида, *"HAUNTS"* з назвою локації Тауера, *"FRIGHTFUL FACT"* зі стислою емоційно забарвленою історією появи персонажа, а також *"FATE"* з фіналом біографії, здебільшого драматичним або трагічним. Упорядкована структура спрощує навігацію змістом і підтримує ігрову мотивацію через відчуття квестового маршруту з окресленими сюжетними вузлами. У фрагменті, присвяченому Анні Болейн, напруга загострюється риторичним запитанням "*Does she sense that the executioner with his sword will soon be here*?", яке візуально й семантично фіксує момент очікування неминучої розв'язки. Сюжет *"Princes in the Tower"* вибудовується на історичній загадці та завершується інтригою "*Did Richard murder them? Or did they escape? Over 500 years later, we still don't have the answer*", що підсилює ефект невизначеності. Подібна риторика створює відчуття незавершеності розповіді й спрямовує відвідувача далі за маршрутом, щоб доповнити історичну картину наступними епізодами.

Текстовий компонент буклетів будується на поєднанні фактографічної інформації, інструктивних імперативів і метафоричних описів загрози. Фактографічні фрагменти створюють історичний контекст, тоді як сенсорні та драматизовані елементи занурюють відвідувача у подію. Приклади на кшталт "*Can you smell the scent of perfume or see a wisp of white mysteriously floating past?"* апелюють до візуальних та олфакторних стимулів, тоді як репліка "*Be careful what you say, he still swings his sharp sword… and he might come for you next"* персоналізує контакт із примарою та додає відчуття загрози. Ці прийоми доповнюють інтерактивні запитання і заклики, спрямовані на залучення глядача,

зокрема “*Can you hear his music floating through the air?”, “Are you ready to follow the ravens?”, “TOP HUNTING TIP: Ghosts have been spotted creeping… around the White Tower Lawn”*. Важливе місце займають римовані рядки, що діють як ритмізовані сенсорні тригери: *“SPIRITS STIRRING, ALL AROUND. LISTEN OUT – WHAT WAS THAT SOUND?”, “GHOSTS ARE WANDERING, WHISPERING AND WEAVING THEIR WAY, DOWN THE COBBLED STREETS AT THE TOWER TODAY”, а також “WITH OVER 1000 YEARS OF HISTORY TO RETRACE IF YOU WANT TO BE SPOOKED, THIS IS THE PLACE!”*. Поєднання історичних описів, сенсорних маркерів, емоційно забарвлених закликів і ритмізованих строф формує багаторівневу комунікативну модель, унаслідок чого читач переходить від отримання фактів до повного емоційного занурення й активної участі в квесті.

Карта Hampton Court (рис. А.203) виконує роль навігаційно-ігрового інтерфейсу: відвідувач одразу бачить просторове розташування інтерактивних зон і може спланувати маршрут за інтенсивністю вражень. На схемі промарковано ключові пункти, які поєднують назву-сюжет із конкретною ділянкою палацу: *“Haunted Garden, The Grey Lady, Cursed Ballroom, Battle of the Dead, Haunted Library, Spider’s Lair, The Coven, Haunted Forest, The Alchemist, Haunted Courtyard”*. Праворуч подано шкалу *“Scare Ratings”* із рівнями страху, позначеними піктограмами привидів від одного до трьох. Графічна градація фіксує очікуваний рівень страху й підтримує гейміфікаційний формат буклета.

Серед позначених на карті локацій вирізняється *“Spooky Storytelling”* поблизу William III’s Apartments, де періодично відбуваються усні оповіді моторошних історій. Зазначений рівень страху за єдиною шкалою дає змогу порівняти цю активність з іншими етапами маршруту й раціонально спланувати відвідування. Не менш виразним є пункт *“Secrets of the Palace”*, що має дослідницький формат: під супроводом музейних експертів відвідувачі отримують доступ до прихованих реліквій та дізнаються історії, пов’язані з найбільш загадковими куточками палацу.

Хелловін у Тауері та Гемптон-Корті має квестову організацію з театралізованими епізодами, пов'язаними з історичними сюжетами. Персонаж алхіміка у Гемптон-Корті прив'язаний до окремої кімнати (рис. А.204-205), оформленої мотивом середньовічної лабораторії, із підсвіченими флаконами на полицях, казаном із зіллям, світловими проєкціями летючих мишей і книгою рецептів, сторінки якої перегортаються самі. Акторська присутність доповнює візуально-аудіальне оформлення.

У локаціях "Gallery of the Damned" і "Coven" (рис. А.206-208) палацу Гемптон-Корт аудіальний модус організує сприйняття простору: стельова проєкція бурі супроводжується синхронізованим громом і тривожними шумовими акцентами, а напівтемрява ритуальної кімнати підкріплена фрагментами заклинань і приглушеними голосами. Візуальний ряд підпорядкований звуковій організації та включає спалахи блискавок, тіні у віконних прорізах, мерехтіння свічок і коротку появу примарного обличчя над столом.

Хелловінські маршрути *(Halloween trails)* (рис. А.209-210) у культурних і природних просторах Британії вибудовуються як драматургічно організовані середовища, де світло, звук, декоративні інсталяції та акторська гра зливаються в єдиний наратив. Кожна ділянка маршруту має власну атмосферу й сюжет, поступово підвищуючи емоційне напруження та стимулюючи рух уперед. У палаці Бленхейм і садах К'ю цей принцип реалізується через поєднання традиційних атрибутів Хелловіну, а саме гарбузів, скелетів, трун, павуків, із проєкціями, світловими акцентами й звуковими ефектами, які підсилюють сприйняття простору. Уздовж доріжок актори у ролях привидів, відьом, маніяків і безголових вершників взаємодіють із відвідувачами через вербальні репліки, жести й моторику. Завдяки цьому виникає відчуття постійної загрози і емоційна напруга утримується протягом проходження маршруту.

Хелловінська програма в Бленгеймському палаці зміщує акцент і на сенсорний досвід через святкове післяобіднє чаювання *(afternoon tea)* (рис. 2.5.7), у якому смакова складова поєднана з тематичною візуальною стилізацією подачі

(рис. 2.5.8). Меню містить позиції, зокрема *“Chocolate Tombstone”, “White Chocolate Ghost”, “Lobster & Caviar Eyeballs”* та інші рішення, орієнтовані на впізнавану осінню образність. Триярусна етажерка з гарбузами, декоративним павутинням і мініатюрними фігурками фіксує сценарій сервірування, тому гастрономічний формат переходить у мультимодальну презентацію події.

Рис. 2.5.7. Святкове післяобіднє чаювання *(afternoon tea)* у Бленгеймському палаці.

Рис. 2.5.8. Святкове меню.

Хелловінські програми британських музеїв отримують продовження у сувенірних крамницях, тому святковий наратив не завершується виходом з експозиційного маршруту, а переходить у матеріальну площину. На полицях з’являються мініатюрні черепи, фігурки воронів і гарбузів, декоративні павуки, готичні келихи, аксесуари з мотивами кажанів, які слугують знаковими носіями хелловінської айдентики та відтворюють семіотичні домінанти експозиційного простору. Візуальна стилістика сувенірів узгоджується з образами залів і маршрутних інсталяцій, підтримує відчуття участі у святковій події та вибудовує цілісну траєкторію від рекламних анонсів і просторового оформлення до фінального акценту у форматі тематичних предметів.

Подібний принцип помітний у календарних програмах, пов’язаних із Великоднем, коли музейні простори орієнтуються на весняний візуальний код і на ігрові форми відвідування. Декоративні мотиви кроликів, пасхальних яєць і курчат переходять у квестові завдання та маршрутні підказки для різних вікових груп, а інсталяції у вестибюлях, весняна палітра айдентики, флористичні композиції у залах і на подвір’ях підтримують атмосферу свята протягом усієї траєкторії відвідування, зберігаючи її після виходу з експозиції.

Протягом 2023 і 2024 років палац Гемптон-Корт у великодній сезон проводив щорічний інтерактивний маршрут “Lindt GOLD BUNNY Hunt” (рис. А.211-213). Маршрут організовував садові простори палацу в ігрово-пізнавальну траєкторію з чіткою навігацією та тематичними зупинками. Відвідувачі рухалися алеями серед весняних насаджень нарцисів і тюльпанів та шукали масштабні золоті фігури кроликів із червоними стрічками на шийках.

Рис. 2.5.9. Інтерактивний маршрут “Lindt GOLD BUNNY Hunt”.

Рис. 2.5.10 Інформаційні панелі.

Візуальна айдентика події поєднує м’ятно-зелені інформаційні панелі з портретними ілюстраціями та червоні горизонтальні заголовки у формі стрічки. У заголовках подано імена персонажів. Основний акцент створюють масштабні золоті фігури кроликів із червоними стрічками на шийках, на стрічках

повторюється ім’я відповідної історичної постаті. Їхній дизайн відсилає до фірмових шоколадних кроликів “Lindt”, що мають аналогічне оформлення, включно з характерною золотою обгорткою та червоною стрічкою з дзвоником (рис. 2.5.9). На стрічках зазначено імена відомих діячів, пов’язаних із палацом: архітектора Крістофера Рена, королеви Кароліни, коваля Мері Гартлі, трубача Джона Бланка, письменника Чарльза Дікенса та ін.. Кожну інсталяцію супроводжує окрема інформаційна панель із портретом, стислим біографічним викладом та елементом інтриги у форматі короткої інформаційної рубрики *“Did you know?”,* а також із завданнями-підказками (рис. 2.5.10), наприклад: “*As you explore today, see if you can tell which parts of the palace were changed by Wren*”, “*Look out for Mary Hartley and our other costumed characters in the palace today*”. Логотипи Historic Royal Palaces і Lindt розміщені у верхній частині панелей і п’єдесталів, створюючи виразний брендовий маркер партнерства. Просторовий дизайн маршруту прив’язаний до знакових топографічних точок палацу, наприклад, біля Великої виноградної лози *(Great Vine)* учасникам пропонується окремий елемент квесту, що інтегрує гру в історичний і природний контекст локації: “*Have a look at the Great Vine. It is the largest grape vine in the world*”.

Структура заходу поєднує друковану брошуру з картою та ілюстраціями персонажів, маршрутні орієнтири, текстові інструкції, виразні образи золотих фігур і можливість взаємодії з ними у реальному середовищі. Як і у квестових брошурах, що використовуються під час хелловінських маршрутів, друкований матеріал виконує роль одночасно навігатора, сюжетного провідника та інтерфейсу для фіксації виконаних завдань. Під час проходження маршруту учасники співвідносять ім’я на червоній стрічці фігури з інформаційною панеллю, орієнтуються за вказівниками, фіксують етапи пошуку на фотографіях. Жовті наліпки з повідомленням *“Please do not climb on the Lindt GOLD BUNNY*” виконують регулятивну функцію, забезпечуючи дотримання правил і безпеку відвідувачів. Фіналом квесту стає вручення шоколадного кролика “Lindt” або альтернативного частування без вмісту шоколаду, що підсилює емоційний ефект і закріплює позитивні враження від події.

Улітку 2025 року палац Гемптон Корт організував сезонний маршрут “The Peter Rabbit Adventure”, оснований на сюжетах Беатріс Поттер і спрямований на родинну аудиторію. Сюжетне маркування садових локацій було поєднано з візуальними позначками. Матеріальну присутність літературних персонажів у парку позначали фігури та тематично марковані зупинки. Орієнтацію підтримує двосторінкова брошура карта зі схемою садів, завданнями, піктограмами та короткими вербальними інструкціями. Логіка проходження в них окреслена імперативами *“Look for Peter in the Kitchen Garden and the Tiltyard”, “Look for Squirrel Nutkin and Old Brown in The Wilderness”, “Look for Mrs. Tiggy-Winkle in The Wilderness”*.

Візуальний рівень ґрунтується на акварельній естетиці Поттер і передається через повнорозмірні фігури персонажів – *“Mrs. Tiggy-Winkle, Old Brown, Squirrel Nutkin, Peter Rabbit”*, які встановлено вздовж алей і формують точки зустрічі та фотозони. На карті пункти пригод позначаються піктограмою кролика.

Рис. 2.5.11. Брошура маршруту “The Peter Rabbit Adventure”.

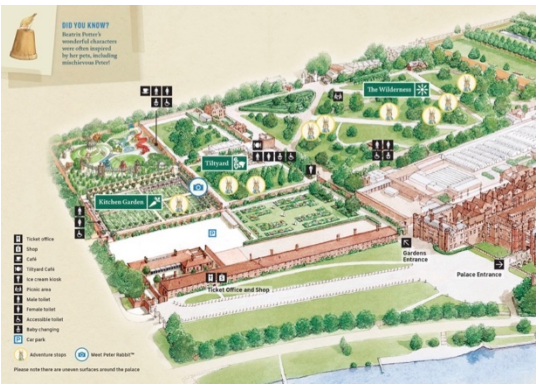


Рис. 2.5.12. Зворот брошури маршруту “The Peter Rabbit Adventure”.

Синій знак камери вказує місце зустрічі з Пітером. Фізична залученість підтримується квестовими завданнями з тактильними елементами: діти піднімають глиняні квіткові горщики, знаходять сховані фігурки, взаємодіють з інсталяціями, розвиваючи спостережливість і відчуття участі. Присутність

костюмованого Пітера переводить сюжетну лінію у сферу перформативного досвіду, створюючи кульмінаційні моменти маршруту. Сенсорний вимір доповнюється гастрономічною програмою у Tiltyard Café, де пропонуються страви, тематично пов’язані з персонажами Поттер.

Завдяки брошурі (рис. 2.5.11-2.5.12) навігація територією палацу стає простішою для відвідувачів, оскільки текстові підказки й позначки співвідносяться з конкретними локаціями, а інсталяції та поява персонажів посилюють партисипативний характер маршруту.

У палаці Бленгейм у великодній період організовується тематичний маршрут у садах, вибудуваний навколо образу пасхального кролика *(Easter Bunny)*. Відвідувачі беруть участь в “Easter paw print trail”, де відшукують факти, пов’язані з великодньою символікою, а також у *“Little one’s flower trail”*, що передбачає пошук велетенських квітів за допомогою карти (рис. 2.5.13). Маршрут завершується біля зони “Easter Tent”. Заповнену форму передають працівнику, після чого учасник отримує подарунок.

Рис. 2.5.13. Брошура маршруту “Easter paw print trail”.

Рис. 2.5.14. Зворот брошури маршруту “Easter paw print trail”.

Вербальні інструкції та запитання інтегрують ігрову складову та спрямовують учасників до активної дії: “*Follow the trail through the Formal*

Gardens to discover the fun Easter facts, use the map and find as many as you can!", "HOW MANY TYPES OF FLOWERS CAN YOU FIND?" Карта об'єднує схеми садів із позначенням завдань і водночас узгоджується з розкладом подій (рис. 2.5.14). У ній в текстовй формі відображені регулярні заходи – *"Easter Bunny walkabout, Puppet Shows, Bubble Performance, Squawk Walkabout"*, поряд із постійними інтерактивними локаціями: *"Vintage fun fair, Circus Skills Workshops, Princess Dress Up, Archery, Bungee Trampolining, Face Painting, Balloon Modelling, Bouncy Castle, Games in the Walled Garden"*.

У літній сезон замки і палаци також розгортають масштабні програми на території парків і дворів, поєднуючи видовищні реконструкції, ремісничі демонстрації та інтерактивні практики. У Бленгеймському палаці відбуваються лицарські турніри *(Jousting Tournaments)* (рис. А.214-215), де вершники в обладунках змагаються списами та мечами. Доповненням стають покази соколиного полювання, вправи зі стрільби з лука, виступи блазнів і тематичні майстер-класи.

Під час історичного фестивалю *(Festival of History)* у замку Арундел (рис. А.216-225) простір живої історії організовано через відтворені табори різних епох, ремісничі демонстрації та сценічні епізоди. Біля горнів працюють ковалі, кухарі показують прийоми й інструменти приготування, учасники історичної реконструкції демонструють бойові практики від римської гладіаторської традиції та норманських лицарських технік до середньовічної артилерії. Практичний блок переорієнтовує відвідування на персональний досвід: метання сокир, стрільба з лука та арбалета, короткі заняття з ремесел під керівництвом майстрів. Аудіальний модус, представлений мандрівними музикантами, надає події святкової тональності й супроводжує переміщення між локаціями. Фестиваль відповідає логіці партисипативного музею: історичний зміст засвоюється через власні дії відвідувача, вибір активностей і контакт із матеріалами, інструментами та простором, створюючи індивідуальний історичний досвід учасника.

У зимовий період набули особливої популярності сезонні вуличні маршрути *(outdoor trails)*. Музейно-паркові комплекси трансформуються у різдвяні наративні простори. Щороку подібні маршрути організовуються у Королівських ботанічних садах Кью, Палаці Бленхейм, Палаці Гемптон-Корт та інших резиденціях. Відвідувачі пересуваються спеціально оформленими стежками, занурюючись у світ світлових інсталяцій, тематичних проєкцій і декоративних ліхтарів. Атмосферу підсилює аудиальний модус у вигляді мелодії різдвяних пісень і звукових ефектів, які супроводжують рух, створюючи відчуття повного занурення у святковий простір. У сезонних програмах істотне значення мають рольові епізоди за участю акторів, які переводять святкове оформлення в безпосередню взаємодію з відвідувачем. У 2022 році в палаці Бленгейм діяла різдвяна фотозона з актором у ролі Санти, взаємодія передбачала коротке спілкування та спільне фотографування, тому візуальний і вербальний модуси узгоджувалися з практикою фіксації події на світлині.

Окрім традиційного щорічного вечірнього світлового маршруту *(after-dark trail)* у парку, інтер'єри Бленгеймського палацу щоразу набувають нової святкової теми, перетворюючись на багаторівневий казковий простір. Щороку художнє оформлення залів поєднується з музичним супроводом та інтерактивними елементами, створюючи атмосферу повного занурення. У 2022 р. відвідувачів запрошували до "Королівства Снігової королеви", де послідовність парадних залів відтворювала сюжет казки через масштабні декорації, інсталяції та понад 160 прикрашених ялинок із півмільйоном різдвяних кульок. Водночас над територією палацово-паркового комплексу з'явилася унікальна інсталяція, що імітувала північне сяйво, підкреслюючи ефект цілісного занурення у зимовий наратив. У 2023 р. простір палацу набув образу чарівного світу "Сплячої красуні": кожна зала репрезентувала окремий розділ історії, формуючи послідовний сюжетний маршрут. У 2024 р. темою став світ "Неверленду", де експозиційний наратив вибудовувався навколо образів Пітера Пена та його друзів: від сяючого нічного Лондона до Лагуни русалок, а

центральною фігурою стала фея Дінь-Дінь, яка “розсипала” чарівний пил над ялинками та декором залів.

У залах Бленгеймського палацу поряд із декораціями та світловими інсталяціями відвідувачів зустрічали актори, що втілювали головних персонажів обраних сюжетів. У 2022 році гості могли поспілкуватися зі Сніговою королевою, яка уособлювала атмосферу зимового царства; у 2023 році серед залів з’являлася Спляча красуня, образ якої підкреслював казковість події; а у 2024 році ключовим персонажем став Капітан Гук, який розігрував інтерактивні сцени біля галеону в бібліотеці та взаємодіяв із відвідувачами. Участь акторів посилює наративну виразність події та атмосферну переконливість. Фотографування з персонажами залишає персоналізований результат візиту.

У різдвяній програмі “Неверленд” (2024) інтер’єри Бленгеймського палацу побудовані як сюжетна подорож, у якій проєкції, аудіо, світло й інтерактивні елементи формують цілісне занурення. Вхід відкриває великий циферблат із виразним боєм, що задає часову рамку та мотивує рух далі (рис. А.226). Наступний зал оформлено як дитячу кімнату: проєкційне вікно відкриває зоряне небо, крізь яке пролітає Пітер Пен (рис. А.227). На підвіконні працює аніматронна фея з рухомими крильцями, що підсилює атмосферу чарівності.

Атмосферність і правдоподібність сцени значною мірою забезпечує аудіальний модус. У залі з образом собаки навколо фігури курсує дитячий потяг, а аудіальний супровід включає гавкіт і дитячі вигуки, серед яких виразно чути (рис. А.228): “*look mamma, it’s going around again”*. Звуковий компонент підсилює відчуття динаміки та емоційної залученості. А у просторі з дахами будинків проєкція нічного неба на стелі демонструє силуети Пітера Пена та його друзів (рис. А.229), синхронізовані з їхніми голосами на аудіодоріжці, створюючи ефект польоту над Лондоном. В різних частинах палацу розміщено сплячих собак, котів та кроликів, анімаційний ефект “дихання” надає їм ілюзії живої присутності. Фігури інтегруються в побутовий простір – у кошиках, на килимах чи серед кухонних атрибутів, доповнені святковим декором (рис. А.230-233).

Далі відвідувачі переходили до казкового лісу з канатним мостом, який можна було реально перетнути (рис. А.234); поруч розміщувалася попереджувальна вивіска *“DANGER”* з інструкціями, що поєднувала тематичну стилістику з правилами безпеки: “*Cross the bridge in single file… No jumping or wobbling… Pass at your own risk. Beware of Pirates*!” (рис. А.235). Кульмінацією подорожі стає галеон Капітана Гука (рис. А.236): інтер’єр бібліотеки перетворено на корабель з гарматами, ліхтарями й дерев’яною палубою. На вітрилі зображено череп, а поверх нього періодично з’являються силуети піратів у бою. Сам Капітан Гук виходить до відвідувачів, перетворюючи сцену на театралізоване дійство.

2.6. Мультисенсорність та мультимодальність у шекспірівських культурних просторах Стратфорд-апон-Ейвона

Актуальні дослідження у сфері музеології підтверджують, що поєднання мультимодальних і цифрових форматів збагачує наративну складову експозицій та відкриває нові можливості для емоційно насиченого й пізнавально ефективного досвіду. Стійкий глобальний інтерес до Шекспіра як літературного й культурного феномену утвердив його твори в центрі міждисциплінарних студій. Запит на осмислення спадщини Шекспіра виходить за межі традиційного літературознавства та охоплює мультимодальні й когнітивно-дискурсивні підходи, що аналізують переклад, адаптацію й залучення аудиторії (Boiko, 2023). У сучасних соціально-політичних контекстах твори Шекспіра інтерпретують по-новому, що веде до змін у способах їх репрезентації (McCormick, 2024). До цих переосмислень належать “woke”-адаптації, спрямовані на деконструкцію усталених наративів і узгодження їх із цінностями інклюзивності та соціальної справедливості. Оновлення канонічних прочитань Шекспіра засвідчують активну наукову роботу зі спадщиною Шекспіра, посилюють зацікавлення його текстами й підкреслюють їхню релевантність для сучасної аудиторії. Зростаюче визнання адаптивності шекспірівського канону в різних культурно-історичних

ландшафтах підтверджує його значущість як об'єкта міждисциплінарних досліджень.

Педагогічний потенціал Шекспіра у висвітленні суспільних проблем через інтерактивні та діалогічні методи займає помітне місце в сучасних дослідженнях. Вілнайд Ліндор пропонує "ERE" *(Experience Retrieval Exercises)*, що вибудовують діалоги студентів із шекспірівськими текстами про расу та імперію, залучаючи сучасні соціально-політичні дискурси (Lindor, 2025). Коен Хейєс обґрунтовує інтеграцію шекспірознавства із соціальними науками, підкреслюючи міждисциплінарні педагогічні практики з підвищеною суспільною релевантністю (Heijes, 2025). Джеффрі Р. Вілсон фіксує розширення шекспірівських студій за межі літературознавства – від політичної публіцистики до сучасних комп'ютерних аналізів (Wilson, 2024). Звернення до жіночих студій, студій інвалідності *(women's studies, disability studies)* та екокритики підтверджує пластичність шекспірівського корпусу в сучасних академічних перспективах. Лора Сеймур окремо підкреслює роль Шекспіра в інклюзивній освіті, пропонуючи стратегії підтримки нейрорізноманітних здобувачів у шекспірівському навчальному контексті (Seymour, 2025).

Екокритичні та адаптаційні підходи збагатили шекспірознавство і відкрили інноваційні способи пов'язання п'єс із сучасними екологічними викликами. Еліс Дарой і Пол Прескотт окреслюють практичні моделі екологічних адаптацій шекспірівських текстів та демонструють потенціал драматургії Шекспіра для артикуляції нагальних проблем довкілля (Daroy & Prescott, 2025). Актуальність канону зберігають адаптації й драматургічні реконструкції. Тан Шу Вінґ аналізує можливості оновлення шекспірівської драматургії для сучасної театральної практики (Shu-Wing, 2024). Візуальні мистецтва історично відігравали помітну роль у формуванні мультимодального наративу Шекспіра. Стюарт Сілларс простежує вплив іконографічних інтерпретацій, від рококо-ілюстрацій до сучасної манґи та коміксів, на культурну рецепцію і підкреслює тривалу продуктивність візуальної модальності у взаємодії з текстами (Sillars, 2025).

Стійкий інтерес до Шекспіра спонукає культурні інституції Стратфорд-апон-Ейвона до оновлення музейного наративу через мультимодальні рішення. Shakespeare Birthplace Trust, інституція опіки будинку дитинства драматурга та пов'язаних локацій, декларує місію *"preserving, celebrating and sharing the Shakespeare story"* у форматі, адресованому відвідувачу. Оновлення в Shakespeare's Birthplace поєднують біографічний матеріал із сенсорними та інтерактивними аудіовізуальними ресурсами, підтримують допитливість і пропонують сучасний спосіб контакту з життям письменника. Статичний показ відходить на другий план, натомість посилюється інтерпретація експозиції з фокусом на взаємодію з відвідувачем ("New exhibition set…", 2025).

Поряд із цифровими рішеннями стратфордські осередки шекспірівської спадщини залучають театралізовані виступи. Акторська інтерпретація, усталена для Shakespeare's Birthplace, отримує новий тематичний фокус. У 2024 році Shakespeare Birthplace Trust започатковує програму *"All the World's a Stage"* та цикл *"The Women Who Made Shakespeare"*, у садах біля будинку дитинства драматурга розгортаються сцени за участі Джульєтти, леді Макбет, Розалінди. Локаційно прив'язані постановки вибудовують тісний зв'язок місця з текстом і переводять шекспірівський сюжет у досвід відвідування. Акцент на жіночих голосах та кураторські інтерпретації в Anne Hathaway's Cottage узгоджують сучасні гендерні підходи з доступною публічною подачею. Комунікація набуває багатомодальної організації, перформанс, взаємодія з об'єктами та інтерактивні інсталяції поєднуються в послідовність сприйняття та поглиблюють інтерпретацію ("Actors take to…", 2024).

Shakespeare Birthplace Trust запроваджує мультисенсорні тури, у яких оповідь про Шекспіра підтримують ольфакторні, аудіальні та смакові ресурси. Співпраця з фахівчинею сенсорних практик Ташею Маркс дозволяє включити до маршруту добір ароматів, звукових сцен і дегустацій, пов'язаних з історичною атмосферою локацій. У програмі фігурують коктейль *"Grace and Remembrance"*, ботанічні аромати в просторах садиби, тематичний саундскейп, а фінал передбачає дегустацію локальних продуктів, зокрема *"Shakespeare Gin"*,

дистильованого з трав із саду біля будинку народження (“Experience the essence…”, 2023). Сукупність сенсорних сигналів конкретизує музейний наратив і закріплює персональне переживання шекспірівського світу.

Стратфорд-апон-Ейвон, міжнародно визнане місце народження Вільяма Шекспіра, є культурно-історичним осередком, привабливим для дослідників, поціновувачів літератури та туристів. Розгалужена мережа шекспірівських музеїв і локацій спадщини регулярно залучає інтерактивні мультимодальні рішення. Традиційне відвідування набуває мультисенсорної динаміки та передбачає активні сценарії взаємодії з експозиційним простором. Експозиційні формати підтримують реконструкцію соціально-історичного контексту Англії XVI століття і спрямовують відвідувача до інтелектуально насиченого осмислення життя, творчого доробку та тривалої культурної присутності Шекспіра.

Актуальні виставкові підходи ставлять у центр досвід відвідувача, взаємодію з аудиторією та персоналізовані траєкторії відвідування, узгоджені з тенденціями сучасної музеології й мультимодального дискурсу. Траєкторію відвідування формують локації, пов’язані єдиним сценарієм з тематикою ранніх років Шекспіра, від кімнати народження до школи з латинською й риторичною підготовкою. Провідний британський шекспірознавець Стенлі Веллс наголошує: *“…the Latin he learnt at school lies on the surface of his earlier writings but goes underground later”* (Wells, 2023). Ця теза увиразнює тривалий, часто непомітний вплив класичної освіти на поетику драматурга. Об’єкти шекспірівської спадщини поєднують історичні інтер’єри з цифровими реконструкціями, інтерактивними інсталяціями та акторськими програмами, тому інтерпретація виходить поза традиційну текстоцентричну експозицію. Шекспірівські локації Стратфорд-апон-Ейвона демонструють еволюцію культурних інституцій у ролі агентів збереження й переосмислення та підтримують актуальність Шекспіра через багатовимірне партисипативне освоєння його літературної й культурної спадщини.

Сучасні музеї помітно розширюють застосування цифрових технологій для підвищення залучення відвідувачів, підтримки засвоєння знань і створення інтерактивних мультисенсорних досвідів. Сенсорні панелі виступають ефективним медіумом подання складних історичних наративів у доступній і привабливій формі. Шекспірівські об'єкти спадщини також інтегрують ці інструменти, розширюючи мультимодальну інтерпретацію та партисипативне навчання.

Сенсорні панелі надають доступ до різнорідного інтерактивного контенту: відеопрезентацій, текстових пояснень, зображень високої роздільної здатності, часових стрічок і освітніх ігор. У Shakespeare's Schoolroom & Guildhall відвідувачі взаємодіють з інтерфейсами, щоб дослідити історичну значущість місця, його зв'язок із формативними роками Шекспіра та ширший культурний контекст єлизаветинської освіти. Відразу після входу можна переглянути вступні матеріали на сенсорних панелях з оглядом Ґілдголу *(Guildhall)* і його історичних зв'язків із Шекспіром (рис. 2.6.1), а також зануритися в історію драматичного мистецтва в Школі короля Едварда VI *(King Edward VI School)*, де, ймовірно, навчався драматург.

Окрема інтерактивна опція знайомить з історією Edward's Boys – театральної трупи зі студентів Школи короля Едварда VI, заснованої та очолюваної заступником директора Перрі Міллсом. Колектив спеціалізується на відновленні ранньомодерних п'єс, які у XVI–XVII століттях виконувалися хлопчачими акторськими ансамблями. Завдяки цифровому сторітелінгу та аудіовізуальному контенту відвідувачі отримують уявлення про історичну значущість цих постановок і їхній внесок у розуміння ранньомодерної театральної традиції.

Поза історією драматичного мистецтва сенсорні інтерфейси у Shakespeare's Schoolroom & Guildhall дають змогу детально простежити архітектурну й історичну еволюцію Ґілдголу. Відвідувачі рухаються тематичними розділами, обираючи різні розділи, зокрема "Building the Guildhall", "Timeline of the Guildhall" і "The Architecture of the Guildhall".

Модульна організація матеріалу орієнтована на самоспрямоване опрацювання, порядок перегляду та глибина ознайомлення коригуються інтересами відвідувача.

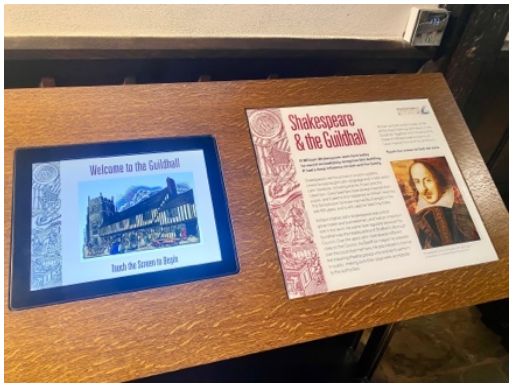


Рис. 2.6.1. Інтерактивний вітальний екран у Shakespeare's Schoolroom & Guildhall.

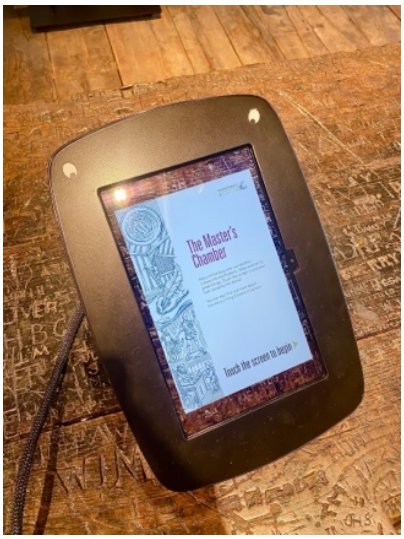


Рис. 2.6.2. Цифрова презентація Столу префектів у Shakespeare's Schoolroom & Guildhall.

У покоях наставника "Master's Chamber" сенсорні панелі поглиблюють інтерпретацію, пропонуючи деталізований огляд Столу префектів *(Prefects' Table)* – знакового артефакту шкільної кімнати. Відвідувач розглядає зображення високої роздільної здатності й вчитується у вирізьблені на поверхні імена та ініціали багатьох поколінь школярів (рис. 2.6.2). У супроводі контекстних описів інтерактив перетворює матеріальний об'єкт на динамічний мультимодальний експонат, підкреслюючи роль цифрових технологій у розширенні можливостей матеріальної спадщини. Написи на Столі префектів фіксують пам'ять про колишніх учнів і відкривають специфічний лінгвістично-історичний зріз традицій шкільної освіти єлизаветинської доби.

Послідовність взаємодії відвідувача з цифровим контентом підтримують текстові підказки інтерфейсу, наприклад, *"Touch the screen to begin"* та *"Select an area you would like to explore…"*. Сенсорні панелі в експозиційному просторі

розширюють можливості взаємодії під час інтерпретації спадщини, пріоритетними стають інтерактивність та доступність.

Поряд із сенсорними панелями ключовим інструментом репрезентації складних історичних наративів виступають системи екранної проєкції. У Shakespeare's Schoolroom & Guildhall цей підхід реалізовано через інноваційну демонстрацію середньовічних малярських творів у Каплиці священика *(Priest's Chapel)*.

Окремої уваги у Ґілдголі потребує презентація 600-річних середньовічних розписів у Каплиці священика. Більшість фрагментів збереглася частково, однак 2016 року реставрація дерев'яних балок відкрила приховане зображення Івана Хрестителя у стані, близькому до первісного. Знахідку нерідко зіставляють за значущістю з Байєським гобеленом *(Bayeux Tapestry)*. Інтерпретаційний сценарій організовано через екранну проєкцію: короткий фільм подає історичний контекст і цифрову реконструкцію первісного вигляду розпису в натуральному масштабі. Після перегляду екран відсувається, відкриваючи оригінал. Порівняння двох образів відбувається безпосередньо в експозиційному просторі (рис. А.237-238).

Ефективною інтерактивною стратегією, до якої звертаються шекспірівські об'єкти спадщини для посилення залучення, стає навчання через матеріальний контакт з історичними костюмами та артефактами. Shakespeare's Birthplace, і Shakespeare's Schoolroom & Guildhall пропонують відвідувачам сценарії участі, зорієнтовані на роботу з предметними репрезентаціями минулого. Примірювання костюмів доби Тюдорів і взаємодія з предметами епохи допомагають точніше уявити повсякденність XVI століття (рис. А.239-240). Сам Шекспір демонструє глибоке знання культури жіночого вбрання своєї доби: у комедії "Much Ado About Nothing" простежується виразна обізнаність із жіночим одягом (Wells, 2023).

У Shakespeare's Birthplace відвідувачів заохочують працювати з тюдорівським столовим начинням (рис. 2.6.3), формуючи тактильний контакт із матеріальною культурою минулого. Стіл сервіровано стравниками, мисками й

кухлями, стилізованими під автентичні зразки; поруч розміщено інтерпретаційні текстові підписи, зорієнтовані на рефлексію та сенсорне дослідження. Важливим лінгвістичним інструментом виступає інструктивний напис, що активує фізичну взаємодію: “*Get hands on with the items on the table*.”

Додатковий блок інтерпретаційних запитань розгортає сприйняття артефактів у сенсорному вимірі. Репліки *“Imagine drinking or eating from these dishes”, “How heavy are they compared to modern tableware?”, “Do you think they have a smell?”, “Are they rough or smooth?”* переводять увагу на вагу, фактуру й ольфакторні властивості посуду та підтримують мультимодальне осмислення матеріальної культури.

Рис. 2.6.3. Тюдорівське столове начиння для тактильної взаємодії з інтерпретаційними підказками.

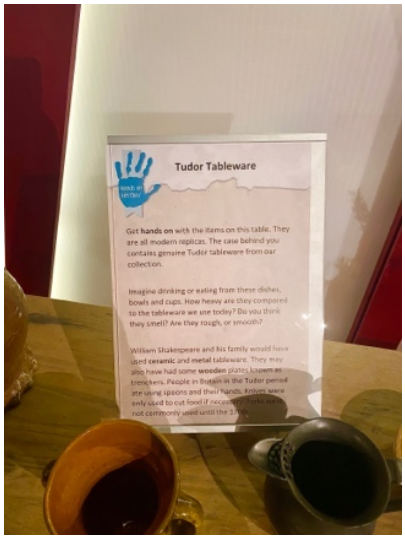


Рис. 2.6.4. Навігаційна позначка *“Hands on History”*, що маркує інтерактивні зони експозиції.

Текстові інструкції підсилюються мультимодальною навігацією, зокрема піктограмою синьої долоні з написом *“Hands on History”*, яка візуально сигналізує про можливість взаємодії (рис. 2.6.4). Аналогічна стратегія застосовується до інтерпретації костюмів, насамперед тюдорівських і яковіанських. Зіткнувшись із сучасними репліками історичного вбрання, відвідувачі отримують текстові запити-орієнтири для спостереження,

порівняння й рефлексії, наприклад: “*Have a look at the fabric, the colours, and the patterns, and compare these clothes with others from the late 1500s. Do you notice any differences in the colours, the cloth, and the shape of the clothes*?”.

Музеї шекспірівської спадщини дедалі активніше інтегрують інтерактивні перформанси й гейміфікаційні прийоми, формуючи занурювальні, участницькі формати взаємодії. Поєднання акторських інтерпретацій, тактильних активностей і цифрових компонентів трансформує пасивний перегляд на динамічну, мультимодально організовану зустріч з історичними наративами.

Одним із найдієвіших підходів до імерсивного сторітелінгу у Shakespeare’s Schoolroom & Guildhall є жива історична інтерпретація. Відвідувачі зустрічають актора в ролі Томаса Дженкінса – шкільного наставника Шекспіра, який проводить інтерактивний, історично вивірений виступ (рис. А.241). Театралізовані уроки відтворюють атмосферу тюдорівського класу, поєднуючи запитання, історичні анекдоти та діалог із публікою, що стимулює активну участь і поглиблене залучення.

Маршрут починається у кімнаті, пов’язаній із ранніми театральними спробами Шекспіра. Далі відвідувачі беруть участь у занятті, відтвореному за зразком занять тюдорівської доби: відвідувачі виконують вправи, відповідають на запитання наставника та відчувають навчальну дисципліну XVI століття. Завершення відбувається в георгіанській класній кімнаті *(Georgian Classroom)*: ігрові завдання, оперті на шкільних практиках XVIII століття, поєднують перформативний і тактильний модуси та поглиблюють інтерпретацію матеріалу. Музейні гіди супроводжують маршрут короткими коментарями й уточненнями. Подача матеріалу та вербальний супровід узгоджуються зі складом групи та темпом огляду.

Гейміфікація відіграє провідну роль у взаємодії відвідувачів у Shakespeare’s Schoolroom & Guildhall, заохочуючи дослідження, креативність і розв’язання задач. Інтерактивні методики інтегровано по всьому експозиційному простору, стимулюючи активну участь і персоналізоване відкриття. Зокрема, відвідувачам пропонують відтворити підпис Вільяма Шекспіра гусиним пером

(рис. А.242). Завдання супроводжують директивні підказки: “*Try copying William Shakespeare’s signature using a quill pen”*, “*Please feel free to practice in the space below*”. Через тактильну взаємодію з історичними письмовими інструментами формується зв’язок із творчим процесом драматурга.

Інтерактивні розмальовки залучають до шекспірівської іконографії через портретні завдання та проєктування герба. Робота з кольором, формою й символом уточнює уявлення про тюдорівську емблематику, підтримує індивідуальне тлумачення мотивів і розвиває візуальну грамотність у музейному контексті. Для молодшої аудиторії у Shakespeare’s Schoolroom & Guildhall та Shakespeare’s New Place передбачено головоломки з тематикою XVI століття. Короткий історичний коментар поєднано з розв’язанням завдань, тому засвоєння матеріалу набуває ігрового формату та узгоджується із сучасними підходами музейної освіти.

У Shakespeare’s New Place відвідувачі виконують завдання зі створення ескізу чепця *(coif)*, досліджуючи тюдорівські та яковіанські головні убори як функціональний і символічний елемент (рис. 2.6.5). Інформаційні панелі пояснюють історичне значення чепців і те, як форма та декор відбивали соціальний статус, моральні уявлення та індивідуальну ідентичність. Інтерактивне питання спрямовує до осмисленого вибору: *"What motifs will you choose on your coif? Add your choice of symbolic motifs to the coif design opposite"*.

Для поглиблення залучення поруч подано символічні мотиви з короткими історичними поясненнями й візуальними зразками: *“Wild Strawberry (symbolising incorruptible virtue), Stag (representing peace and harmony), Heart (denoting romantic devotion), Acorn (signifying fertility and abundance), Hawk (associated with persistence and determination), Flowering Rose (symbolic of earthly love and beauty), Frog (representing fertility and harmony), and Leaves (a visual metaphor for divine abundance and human prosperity)”.* Учасники добирають і наносять наліпки з символами на шаблон чепця, створюючи власні історично натхненні композиції й розвиваючи креативне мислення та історичну грамотність у мультимодальному форматі.

Рис. 2.6.5. Активність із проєктування чепця (coif) у Shakespeare's New Place, присвячена елізабетинським мотивам.

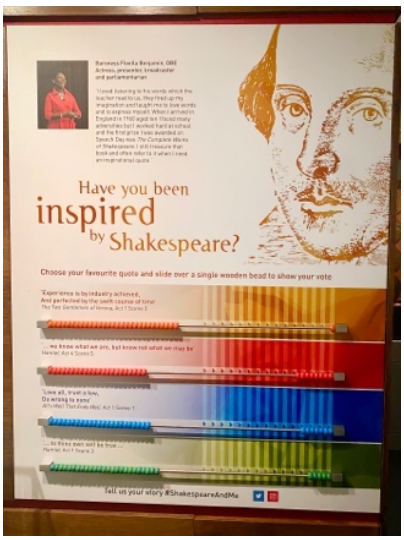


Рис. 2.6.6. Інтерактивна настінна панель із шекспірівськими цитатами у Shakespeare's Birthplace.

У Shakespeare's Birthplace відвідувачів заохочують із дерев'яних будівельних блоків сконструювати замок Макбета, поєднуючи літературну історію з тактильною взаємодією. Навігаційні підказки в експозиційному просторі містять чіткі директивні формулювання: *"Use the wooden building blocks to create Macbeth's castle", "Take a photo and post it using #Folioat400 @ShakespeareBT"*. Активність формує партисипативне залучення, поєднуючи фізичну взаємодію з цифровим сторітелінгом через інтеграцію соціальних мереж.

Із залученням публіки та лінгвістичною рефлексією працює також інтерактивна настінна інсталяція для голосування за улюблену шекспірівську цитату (рис. 2.6.6). Поряд із портретом драматурга розміщено запитання: *"Have you been inspired by Shakespeare?"*. Відвідувачі пересувають дерев'яну намистину до обраної фрази, причому кожен колір відповідає окремій цитаті:

– *"Experience is by industry achieved, And perfected by the swift course of time."* (The Two Gentlemen of Verona, Act 1, Scene 3) – помаранчевий;

– *"…we know what we are, but know not what we may be."* (Hamlet, Act 4, Scene 5) – червоний;

– “*Love all, trust a few, Do wrong to none.”* (All’s Well That Ends Well, Act 1, Scene 1) – синій;

– “*To thine own self be true…”* (Hamlet, Act 1, Scene 3) – зелений.

Для продовження досвіду в цифровому середовищі відвідувачів запрошують ділитися роздумами й творчими результатами у соцмережах. Під блоком із вибором цитат розміщено позначку *“Tell us your story”* з хештегом #ShakespeareAndMe та іконками Twitter і Instagram, що спонукає документувати музейний досвід онлайн.

Таким чином, інноваційні підходи шекспірівських інституцій Стратфорд-апон-Ейвону відображають стійкий музеологічний зсув у бік мультимодальної комунікації та мультисенсорного залучення. Поєднання традиційних інтерпретаційних рішень із цифровими інструментами та партисипативними форматами зменшує статичність показу, переводить взаємодію з експозицією у формат співучасті і дає відвідувачу можливість самостійно обирати активності. Сенсорні стимули та мультимодальний сторітелінг підсилюють когнітивне опрацювання матеріалу й емоційне включення, водночас відкривають багатоканальне прочитання наративів Шекспіра для різних аудиторій. Представлений аналіз дає підстави трактувати комунікацію спадщини Шекспіра складною семіотичною організацією, релевантною для лінгвістичних студій мультимодальності, дискурс-аналізу та дослідження наративної конструкції.

Висновки до другого розділу

У другому розділі музейний дискурс узагальнюється як комунікативне середовище, у якому смисл формується через узгодження модусів, різноманітних семіотичних ресурсів, інтегрованих у простір експозицій. Музейна виставка виступає семіотично-складним, мультимодальним експозиційним простором, у межах якого артефакт, текстовий супровід, візуальна організація, просторове зонування, світло, звук, матеріальність та інтерфейсні рішення взаємодіють за участю відвідувача і підсилюють одне одного. Ознайомлення з експозицією

вибудовує її інтерпретацію відвідувачем через маршрути, навігаційні підказки, точки концентрації уваги, та скоординований дизайн інформаційних елементів, що підтримує когерентність когнітивного досвіду.

Експозиційний сценарій окреслюється як ключовий інструмент упорядкування музейної комунікації, оскільки він визначає логіку доступу до знання та спосіб його інтерпретації в просторі. Навігаційні й інформаційні рішення, а саме вступні блоки теми, зонування, типографічна ієрархія, піктограми, колірні коди, нумерація, схеми, мапи та аудіогіди, структурують рух відвідувача й задають послідовність опрацювання змісту. Функції модусів розподіляються комплементарно. Текстові елементи окреслюють зміст та уточнюють матеріал. Візуальні ресурси забезпечують наочність і можливість зіставлення експоната з візуальною реконструкцією контексту. Просторові рішення організують порядок огляду та зв'язки між тематичними блоками. Оригінальні об'єкти експозиції формують відчуття автентичності. Світло й звук задають параметри сприйняття й емоційного налаштування. Узгоджена взаємодія цих компонентів підсилює цілісність сприйняття експозиції та підтримує послідовну інтерпретацію, що відповідає завданню музею як інституції публічного знання.

Мультимодальна організація експозиції у музеях зазвичай спирається на поєднання текстового супроводу, візуального компонента та звукового оформлення. Водночас простежується послідовне посилення сенсорних модальностей, насамперед тактильної: у багатьох експозиціях передбачено зони взаємодії з предметами й матеріалами, де відвідувач може торкнутися реплік, відчути фактуру тканини, поверхню мінералів або інші фізичні властивості об'єктів, що переводить сприйняття з режиму споглядання у режим практичного опрацювання змісту. Завдяки поєднанню текстового компонента з візуальними елементами закріплюється імідж музею. Емблеми, піктограми, узгоджена палітра кольорів та сталі візуальні рішення допомагають розпізнати інституцію й підтримують єдність оформлення. Звертання до адресата й короткі інструктивні репліки надають тексту інструктивного характеру. Імідж музею

підтримується через акцент на інтерактивності. Ольфакторна модальність використовується рідше й здебільшого має локалізований характер: вона з'являється переважно у палацово-замкових локаціях, де відвідувачу пропонують аромати спецій і побутових компонентів, пов'язаних з історичним контекстом двору, або в окремих тимчасових виставкових проєктах, де запах залучається для підтримки відчуття атмосфери й ефекту занурення, наприклад, в тимчасовій виставці, що відтворювала окремі епізоди з життя Марії Антуанетти.

Мультимодальні підходи виявляються продуктивними у сучасних природничих музеях Великої Британії, де складні наукові явища подаються через візуальні опори та інтерактивні елементи експозиції. З метою ефективності пояснення та засвоєння відвідувачами складних знань, розуміння природних процесів, комунікація у природничих музеях побудована через взаємодію аудиторії з експозиційним середовищем. Моделі, анімації, шкали порівняння, динамічні інсталяції, сенсорні станції та лаконічні інструкції покращують зрозумілість експозиційного повідомлення. Взаємодію з відвідувачем регулюють короткі інструктивні формули на кшталт "*Please touch*", "*Lift*", "*Press*", що регламентують дію і спрямовують увагу на відповідний елемент експозиції. Сенсорна (тактильна) взаємодія, а саме дотик, маніпуляція, керування механізмом або цифровим модулем, виступає способом переведення абстрактної інформації в операційний досвід. Освітній результат забезпечується зв'язком між експозиційним поясненням і можливістю одразу перевірити його на практиці.

Гейміфікація є одним із ключових механізмів залучення відвідувача в музеї, оскільки структурує взаємодію через завдання та зворотний зв'язок. Ігрові механіки структурують взаємодію через виклик, правила, виконання завдання та зворотний зв'язок, унаслідок чого сприйняття набуває характеру активної когнітивної роботи. Гейміфіковані модулі підвищують інтенсивність уваги й підтримують мотивацію завдяки змагальності, вибору стратегії, можливості проби, корекції та повтору. Додатковим чинником залучення є інтерфейсна стилізація, узгоджена з тематикою завдання: колірні рішення, типографіка,

іконографіка, анімаційні ефекти та персонажі підсилюють впізнаваність сценарію і підтримують відчуття включеності у ігрову ситуацію. Паралельно ігровий формат зберігає інституційну керованість, оскільки інструкції, підказки, регламентація доступу та процедури перевірки обмежують довільність взаємодії і підводять відвідувача до коректного наукового висновку. Отже, гейміфікація підсилює навчальну ефективність, оскільки емоційне залучення підтримує мотивацію, а перевірка відповідей спрямовує до коректного висновку, тож різні відвідувачі завершують взаємодію зі схожим рівнем засвоєння матеріалу. Поняття інтерактивності у дисертації розглядається як функціональний механізм і технічна можливість взаємодії, активної участі відвідувача в опануванні контенту, який пропонують музеї. Інтерактивність є передумовою гейміфикації, яка збільшує мотивацію, інтерес, залученість відвідувача, емоційного задоволення на тлі інтенсивних когнітивних зусиль.

У палацах і замках історичний зміст подається через поєднання автентичного простору з мультимодальними інтерактивними рішеннями. Проєкції й аудіальні ефекти відтворюють побутові сцени та конкретизують історичний контекст через візуально-звукове сприйняття. Інтерактивний рівень вибудовується завдяки сенсорним панелям і простій механіці дії, як наприклад натискання кнопок, робота з екраном, перевертання або відкривання табличок і панелей та супроводжуються короткими текстовими інструкціями, що супроводжують виконання дії. Додаткову роль відіграють ігрові елементи для самостійної роботи з матеріалом, зокрема пазли та головоломки. Тактильні й перформативні практики підтримуються можливістю примірки костюмів, що переводить відвідування у рольову участь і наближує історичний матеріал до особистого досвіду. Ольфакторні модулі доповнюють експозицію запахами, які активуються дією відвідувача, а спеції та побутові аромати працюють як додаткове джерело інформації й підсилюють відчуття атмосфери епохи.

Сезонні святкові програми в музеях забезпечують регулярне оновлення експозиційного простору протягом року, тимчасово змінюючи сценарій відвідування без переформатування основної експозиції. У хелловінських подіях

цей принцип реалізується через спеціальні маршрути, сімейні завдання, тематичні зони та інсталяції, що поєднують візуальні рішення зі звуковим супроводом і структурують маршрут за ключовими локаціями. Наприклад, у палаці Гемптон-Корт маршрут організовується через невеликі друковані мапи та короткі інструкції, а попередження про сенсорні ефекти й шкала рівня страху (*scare rating*) регулюють інтенсивність вражень. Перформативний компонент підсилюють актори, які втілюють тематичних персонажів і спрямовують відвідувачів під час огляду виставки. Подібні принципи застосовуються і у великодніх та різдвяних програмах, де друковані матеріали, вказівники та актори координують рух відвідувачів і проходження маршруту.

Для шекспірівських культурних просторів Стратфорд-апон-Ейвону характерне зміщення інтерпретації літературної спадщини від пояснювальних текстів до практик участі відвідувача. Значну роль відіграють цифрові й інтерфейсні засоби, передусім сенсорні панелі, що надають доступ до відео, зображень, хронологічних матеріалів і тематичних розділів та дозволяють відвідувачу самостійно визначати порядок перегляду. Тактильна складова підтримується репліками костюмів і предметів повсякденності доби Тюдорів та короткими інструктивними підказками й маркерами, що сигналізують можливість взаємодії. Перформативний компонент реалізується через живі інтерпретації, акторів та реконструйовані заняття, за допомогою яких відвідувач залучається до освітнього сценарію. Ігрові активності й головоломки підтримують участь різних вікових груп, а окремі мультисенсорні тури доповнюють відвідування запахами й дегустаційними елементами, підсилюючи емоційну пам’ять і зв’язок із місцем та історичним контекстом.

Дискурс, який генерують музеї Великої Британії у XXI столітті, демонструє зсув від традиційних музеїв візуального модусу і статичних експозицій до мультимодального і мультисенсорного динамічного середовища, з креативними підходами до когніції та освітніх практик, гейміфікації та інтерактивності, що забезпечує залученість відвідувачів, інклюзівність, розвиток концепції партисіпативного музею.

РОЗДІЛ 3. МУЛЬТИМОДАЛЬНІСТЬ У СТРАТЕГІЯХ МЕДІАТИЗАЦІЇ МУЗЕЇВ

3.1. Мультимодальний контент вебсайтів музеїв

У цифрову епоху вебсайти музеїв перетворюються на автономні простори репрезентації культурної, природної та наукової спадщини, у яких мультимодальність виступає базовим принципом організації комунікативного середовища. Інтеграція семіотичних каналів взаємодії відкриває доступ до інформації про музейні колекції та формує нові сценарії взаємодії, сприйняття й інтерпретації культурної спадщини. Вебсайти провідних музеїв Великої Британії, таких як, наприклад, Британський музей, Музей Вікторії та Альберта, Музей природознавства, Національна галерея та Національна портретна галерея, постають як репрезентативні моделі цифрового музейного дискурсу, в яких мультимодальна структура контенту виконує когнітивну, навігаційну та інституційну функції. Аналіз цих ресурсів дозволяє виявити специфіку семіотичної організації, риторичних стратегій та концептуальних рамок, через які вибудовується комунікація з користувачем у віртуальному просторі.

У період становлення музейних вебресурсів у 1990–2000-х роках (так звана перша хвиля) онлайн-платформи стали новим простором музейної взаємодії та поєднали інформативну функцію з експериментальними формами віртуальної присутності (Gaia, 2020). Пандемія COVID-19 висвітлила потенціал онлайн-форматів, оскільки музеї різних країн активізували цифрову взаємодію, хоча онлайн-формати переважно залишалися тимчасовим замінником офлайн-досвіду, а не його повноцінною альтернативою (Landau, 2022). Ефективність цифрових рішень найбільше проявлялася у форматах, орієнтованих на комунікацію за участі аудиторії. Емоційне залучення зростає завдяки скоординованому поєднанню медіаконтенту та інтерфейсної взаємодії. Окресленням цього ефекту слугує поняття “цифрова атмосфера музею” *(museum digital atmosphere)* (Paschou, 2023). Паралельно цифрова комунікація музеїв адаптується до нових соціальних практик, включаючи інфлюенсерський маркетинг (Lisanti, 2021) та спроби персоналізованої взаємодії. Проте відсутність

інтегрованої стратегії у багатьох музеях обмежує потенціал цифрового залучення (Carignani, 2021). Загалом сучасна музеологія визначає цифрові платформи як простір презентації та трансформації інституційної ідентичності, що відображає ширші процеси у сучасній культурі (Legêne, 2017; Corona, 2020).

На перший план виходять візуально-орієнтовані платформи, зокрема YouTube, на яких музеї створюють спеціалізований відеоконтент з урахуванням логіки платформи, забезпечуючи стабільне залучення користувачів. Дослідження інтеграції соціальних мереж Facebook, Twitter, Flickr та LinkedIn у музейну стратегію показує, що ці платформи інформують аудиторію та підтримують її персоналізовану участь через інтерактивне створення контенту (Marakos, 2014). У досвіді Британського музею соціальні медіа виступають як засіб стратегічної взаємодії з аудиторією, що відображено у використанні аналітики Facebook для оцінки ефективності комунікації (Spiliopoulou, 2014). Паралельно змінюється й концепція музею: інституція переходить до мережевого обміну знаннями й підтримує формування культурної ідентичності через блоги, вікі та цифрові історії (Russo et al., 2007). Соціальні медіа розглядаються як інструмент епістемологічної взаємодії й неформального навчання, що розширює освітні можливості музею (Emmanouilidi, 2006). Наголос на людських цінностях та інноваційності підсилює нову парадигму музейної комунікації, орієнтованої на залучення та культурну демократизацію (Spyropoulos, 2021). Сукупність змін окреслює потенціал мультимодального онлайн-контенту для зміцнення соціальної взаємодії та формування спільнот.

Зважаючи на це, вивчення конкретних прикладів цифрової комунікації у музейному середовищі дозволяє простежити, як принципи мультимодальності реалізуються на рівні вебінтерфейсу та контентної структури. Репрезентативним прикладом є сайт Британського музею, який демонструє комплексну інтеграцію модальних ресурсів в єдиному дискурсивному просторі.

Головна сторінка вебсайту Британського музею *(https://www.britishmuseum.org)* (рис. 3.1.1) формує поліфункціональний мультимодальний простір цифрової культурної комунікації. Композиція

сторінки поєднує візуальні, вербальні й просторові ресурси в єдину семіотичну систему та створює умови для інформативної, емотивної й інклюзивної взаємодії з користувачем.

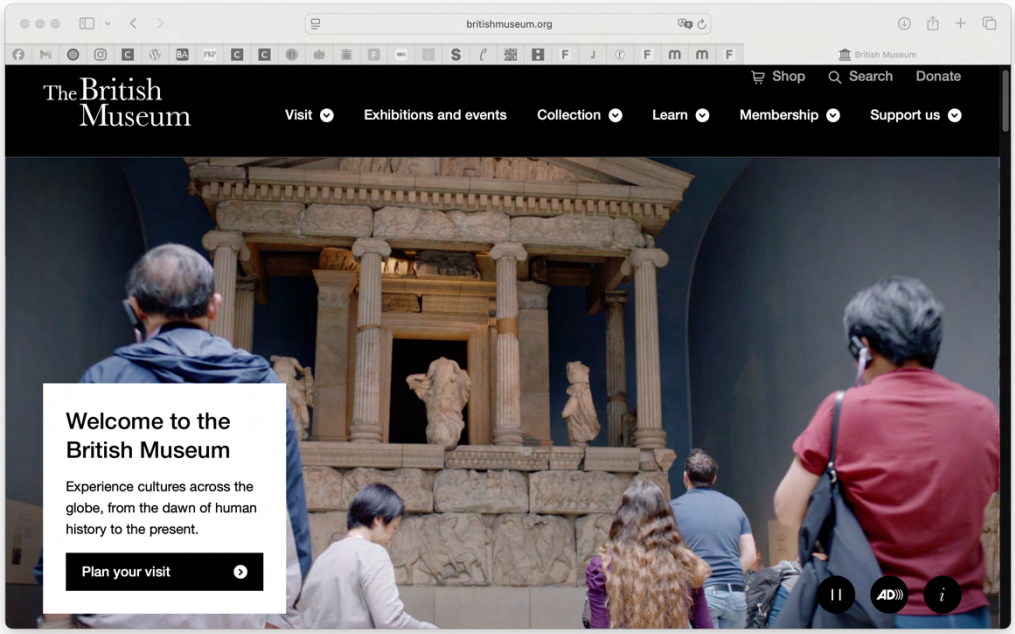


Рис 3.1.1. Головна сторінка вебсайту Британського музею, 25.06.2025.

Центральним елементом екранної композиції є відеофрагмент, що автоматично запускається при завантаженні сторінки. Візуальне домінування відеоконтенту на стартовій сторінці, зокрема фрагмента, у якому відвідувачі взаємодіють з артефактами, виконує функцію віртуального занурення та актуалізує режим присутності у фізичному просторі музею. Відео візуалізує культурну місію інституції й моделює наратив залучення через темпоральну зміну кадрів, рухову динаміку та композиційне центрування експонату. Одним із проявів мультимодальної інтерактивності є розширений контроль користувача над відеоконтентом, що передбачає можливість призупинення, прослуховування аудіоопису (*AD*) та ознайомлення з повним текстом відео. Функція аудіодескрипції перенаправляє на окрему сторінку YouTube-каналу музею, де розміщено версію відео під назвою “*Tour of the British Museum – Audio Descriptive*” з озвученим словесним описом відеоряду (рис. 3.1.2). Залучення

аудіального модусу розширює комунікативний потенціал сайту, забезпечуючи сенсорну доступність для користувачів із вадами зору, а також реалізує принципи універсального дизайну в музейному цифровому середовищі. Крім того, користувач може ознайомитися з транскриптом відео, який додає вербальний рівень і посилює інклюзивність мультимодального контенту.

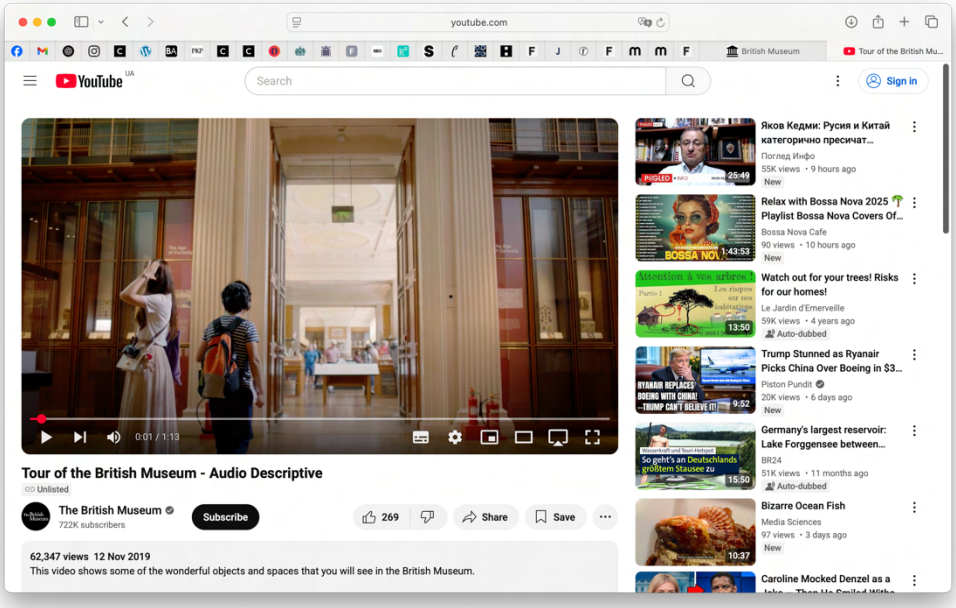


Рис 3.1.2. YouTube сторінка з відео з озвученим словесним описом відеоряду, 25.06.2025. *(https://www.youtube.com/watch?v=0I0Bl0B_2zA)*

Горизонтальне навігаційне меню у верхній частині сайту впорядковано тематичними рубриками *“Visit”, “Exhibitions and events”, “Collection”, “Learn”, “Membership”, “Support us”*, що відтворює жанрову логіку цифрового музейного дискурсу. Кожна позиція орієнтує користувача на окремий тип комунікативної дії: інформаційну, освітню, інтерактивну, партнерську. Візуальна організація меню вирізняється графічною чіткістю: чорний фон підсилює контрастність, білий шрифт підвищує зручність читання та підтримує навігаційну доступність. Випадні підменю відкриваються під час наведення, демонструючи просторову організацію інтерфейсу через коротку динамічну реакцію. Мультимодальна когерентність головної сторінки досягається завдяки поєднанню кількох

комунікативних каналів – тексту, зображення, відео, гіперпосилань і аудіодоступу.

Важливим елементом мультимодальної структури головної сторінки є текстово-візуальний блок-привітання, інтегрований поверх відеофону: *“Welcome to the British Museum. Experience cultures across the globe, from the dawn of human history to the present”.* Вислів виконує роль дискурсивного фрейму інституційної самоідентифікації музею, визначає загальний принцип подання культурного змісту та формує очікування користувача щодо всеохопного представлення культур світу. Поруч із ним розміщено кнопку “*Plan your visit*”, яка виступає текстовим маркером дії та водночас слугує транзитним елементом до глибшої навігації. Перехід за цим посиланням відкриває нову мультимодальну підсторінку, де реалізовано інформативний і сервісний функціонал: представлено розклад роботи, карту приміщень, інструкції щодо маршрутів до музею, опції попереднього бронювання квитків, а також перелік галерей, подій і актуальних виставок, що підкреслює комунікативну орієнтацію на різні сегменти цільової аудиторії.

Для просторової орієнтації відвідувачів на сайті Британського музею доступні для перегляду та завантаження два формати мап: звичайна карта музею *(British Museum map)* і сенсорна карта *(Sensory map)*. Окремо представлено текстову альтернативу карти музею *“Text alternative to Museum map”* (рис 3.1.3-3.1.4.) (рис. Б.1). Звичайна карта допомагає спланувати пересування залами, сенсорна карта орієнтує з огляду на доступність і сенсорні потреби відвідувача, текстова альтернатива карти пропонує інформацію щодо маршруту і локацій у вербально структурованому форматі для читання без візуальної схеми.

Сенсорна карта має інклюзивну навігаційну організацію та позначає галереї й зони за модальними характеристиками: рівнем шуму, натовпу, освітлення, запахів, природного чи приглушеного світла. Кольорове кодування (жовтий, фіолетовий, блакитний тощо) підвищує читабельність карти, а графічні позначки вуха, носа та людського силуету уточнюють тип стимуляції. Поєднання текстових інструкцій, візуальних маркерів і просторових схем підтримує

орієнтацію в музеї. Окремі позначки попереджають про галереї з високим рівнем стимуляції, наприклад яскраве освітлення в Залі 48 або дзвін годинників у Залах 38–39. Маршрут адаптується до індивідуальних сенсорних потреб.

Звичайна карта музею виконує класичну картографічну функцію, візуалізуючи архітектурну структуру та позначаючи ключові об'єкти, сходи, ліфти, крамниці, тематичні галереї, а також інтегрує словесні підказки щодо маршрутів та визначних експонатів, наприклад*"Don't miss: Rosetta Stone, Room 4"* тощо. Гіпертекстові вставки та піктограми дозволяють швидко знаходити зони з пандусами, дитячими кімнатами, інформаційними стійками, що також виявляє мультимодальну координацію між картографічним, вербальним та іконографічним рівнями.

Сторінка *"Text alternative to Museum map"* на сайті Британського музею переводить навігаційну карту з візуально-просторового подання у послідовний вербальний опис, орієнтований на доступність і лінійне читання. У верхній частині подано блок *"On this page"* з внутрішніми посиланнями на розділи *"Stairs and lifts", "Ground floor", "Upper floors", "Lower floors",* поруч розміщено *"View Museum map"* для повернення до графічної карти. Основний контент організовано переліками рівнів і номерів залів, назв галерей, інфраструктурних точок та ключових музейних об'єктів, винесених у фокус відвідування *(highlight objects)* на зразок *"The Rosetta Stone in Room 4"* і *"The Parthenon sculptures in Room 18"*, разом із довідками про сходи, ліфти, безсходинковий доступ і санітарні зони, тому мовний та інтерфейсний модуси, підсилені типографічною ієрархією заголовків і списків, відтворюють логіку орієнтації в просторі без звернення до картографічного зображення.

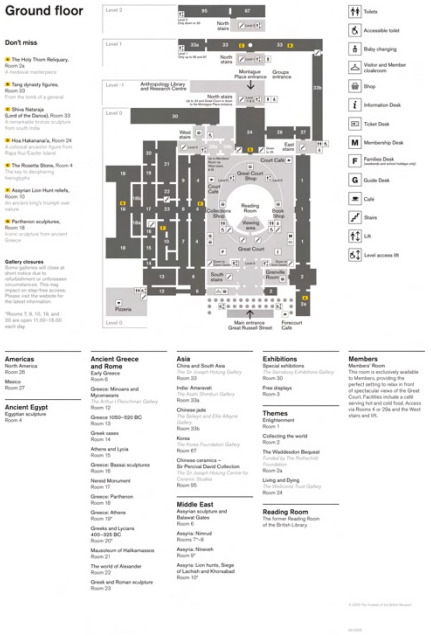


Рис 3.1.3. Звичайна карта музею, 25.06.2025 (*https://www.britishmuseum.org/visit/museum-map*)

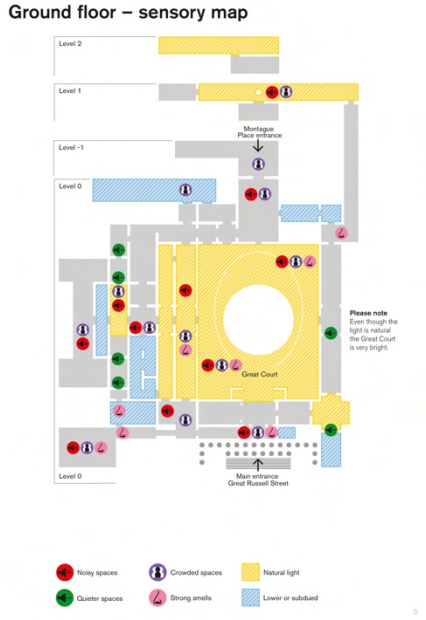


Рис 3.1.4. Сенсорна карта музею, 25.06.2025 (*https://www.britishmuseum.org/sites/default/files/2023-11/British-Museum-Sensory-Map_2023.pdf*)

Також, на сайті Британського музею користувачеві доступна опція перегляду онлайн колекції, представлена у форматі мультимодального каталогу, що поєднує зображення експонатів, текстові описи та тематичні навігаційні блоки. Центральне місце займає заголовковий блок із закликом “*Explore the collection*”, візуально підсилений фоновим зображенням Розетського каменя (рис 3.1.5), що виконує роль символічного та культурного індексу. Поєднання тла і напису створює ефект семіотичної глибини, у якій користувач опиняється в інтерфейсному просторі між візуальним знаком і його історико-символічним значенням.

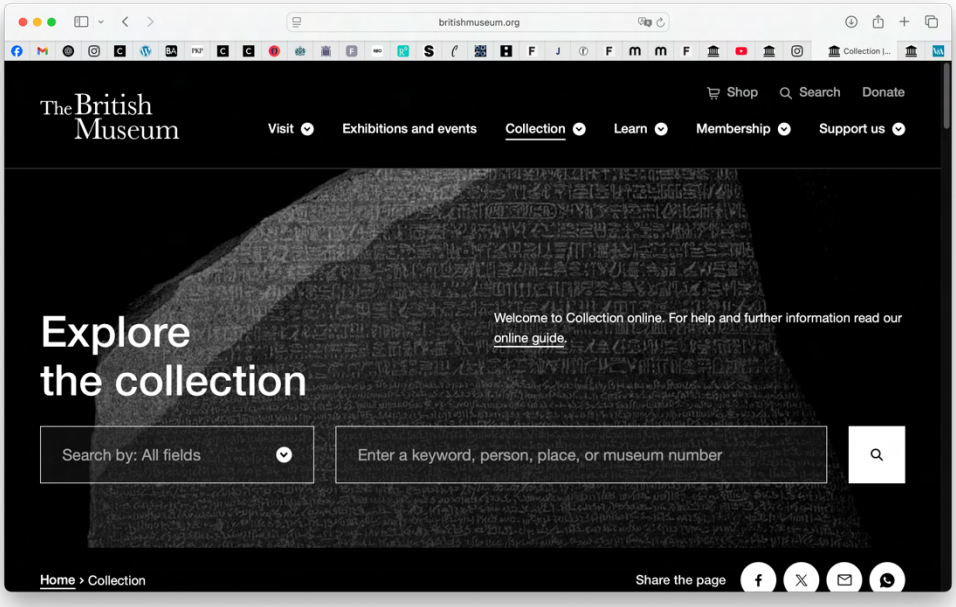


Рис 3.1.5. Онлайн-сторінка з віртуальною колекцією Британського музею, 25.06.2025. (*https://www.britishmuseum.org/collection/*)

Пошукова панель під заголовком подає формальний запит через поля *"Search by: All fields"* і *"Enter a keyword, person, place, or museum number"* та надає доступ до понад двох мільйонів записів і майже п'яти мільйонів об'єктів. Високий рівень інтерфейсної персоналізації та контентної варіативності налаштовує навігацію під індивідуальні потреби. Когезію забезпечує повторювана структура сторінки та стабільні інтерфейсні патерни. Текстове повідомлення *"Welcome to Collection online"*, доповнене гіперпосиланням на посібник користувача *"online guide"* (рис. Б.2), вказує на вхід до цифрового архіву музею. Довідковий розділ описує процедури пошуку, фільтрації й інтерпретації музейних даних та упорядковує перехід між вербальним, візуальним і інтерфейсним рівнями репрезентації колекції.

Секції "*Collection highlights*" та "*Collection themes*" (рис. Б.3) реалізовані у вигляді візуально орієнтованих блоків-каруселей, які презентують експонати з підписами. Домінує візуально-образна модальність: артефакт подано через окремий візуальний кадр, достатній для ідентифікації та первинної інтерпретації. Лаконічні вербальні супроводи, зокрема "*Brass head of an Ooni (king) of Ife*" або

“*Goddess Tara*”, виконують роль когнітивних маркерів, вказуючи на культурну приналежність та тематику.

Розділ *“Collection themes”* організовує музейну комунікацію за концептуальними наративами, зокрема *“Desire, love and identity”, “Death and memory”, “Animals”, “China”* тощо (рис. Б.4). Тематичне групування підтримує когерентність і узгоджується з дискурсивними практиками музею, орієнтованими на представлення культурної множинності. Мультимодальна організація розділу впорядковує інтерпретаційний простір: кожна тема подається у поєднанні зображення, назви та короткого описового фрагмента, а сукупність тематичних блоків утворює інтерактивну карту смислів для користувача.

Окрему увагу на сайті Британського музею приділено розділу *“Accessibility at the Museum”.* Розділ є навігаційним орієнтиром інклюзивної комунікації, відкриває доступ до спектра сервісів і ресурсів та допомагає зорієнтуватися в умовах відвідування, фізичного або цифрового. Структура розділу орієнтована на потреби відвідувачів з інвалідністю, підтримує планування візиту та взаємодію з музейним контентом у різних форматах. На початку сторінки розміщено великоформатний візуальний модуль із фотографією моменту тактильної сесії з музейним об’єктом. Поруч подано текстовий опис зображення: *“Two people handling a pot at a South Africa object handling session”* (рис. Б.5). Вербальний компонент реалізує смислове закріплення інтерпретації *(anchorage)*, тобто звужує поле можливих прочитань зображення, уточнює представлену сцену й спрямовує увагу до теми тактильної доступності музейного досвіду. Крупний план взаємодії рук із музейним артефактом та коротке пояснювальне повідомлення перед початком навігації підкреслюють можливість тактильного контакту, підтримують емпатійне сприйняття й переводять увагу до питань фізичної доступності музейного досвіду.

Зокрема, для користувачів з порушеннями слуху запропоновано ресурси британською жестовою мовою (BSL), серед яких – відео з перекладом та

культурно релевантним супроводом, доступні через мобільний застосунок музею або на власному пристрої.

Користувачі з вадами зору мають змогу обирати тактильний тур у самостійному форматі або з супроводом гіда, зокрема в Галереї єгипетської скульптури або залах Парфенона. Супровідні матеріали доступні у кількох форматах: аудіоопис на платформі SoundCloud (рис. 3.1.6), рельєфні ілюстрації з текстами шрифтом Брайля, а також великодруковані гіди. Для отримання тактильних турів із гідом необхідно попередньо зареєструватися за чотири тижні.

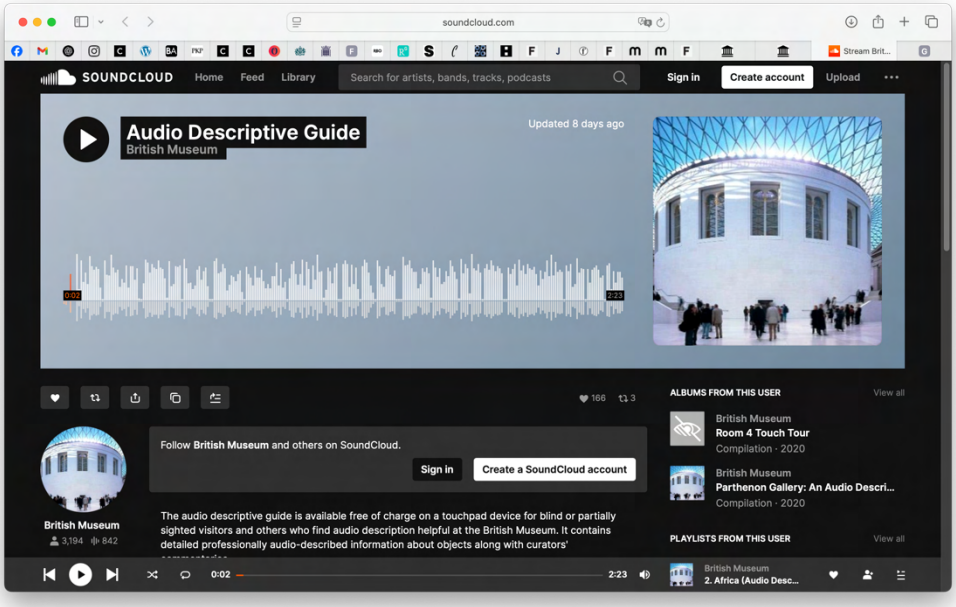


Рис 3.1.6. Аудіоопис на платформі SoundCloud, 25.06.2025. (https://soundcloud.com/britishmuseum/sets/new-audio-descriptive-guide)

Інклюзивна стратегія Британського музею реалізується у програмі *“object handling”*, що передбачає тактильну взаємодію з музейними об’єктами під час щоденних інтерактивних сесій у просторах *“Room 1 (Enlightenment)”, “Room 24 (Living and Dying)”, “Room 49 (Roman Britain)”* та інших (рис. Б.6). За участі волонтерів музею відвідувачам надається можливість споглядати артефакти й торкатися їх, що посилює сенсорну залученість і розширює рамки традиційного

музейного досвіду. Окремий сегмент цифрового досвіду представлений віртуалізованими турами по галереях музею, доступними зі сторінок *“Room 1 (Enlightenment)”* (рис. Б.7), *“Room 2 (Collecting the world)”* (рис. Б.8), *“Room 24 (Living and Dying)”* (рис. Б.9), *“Room 49 (Roman Britain)”* (рис. Б.10) і *“Room 68 (Money gallery)”* (рис. Б.11). Виділений фрагмент “*Take a virtual tour”*, графічно поданий на чорному фоні, виконує роль навігаційного імператива. Перехід за гіперлінком здійснюється до сторінки *Google Arts & Culture*, де реалізовано панорамну навігацію галереєю, що моделює ефект просторової присутності.

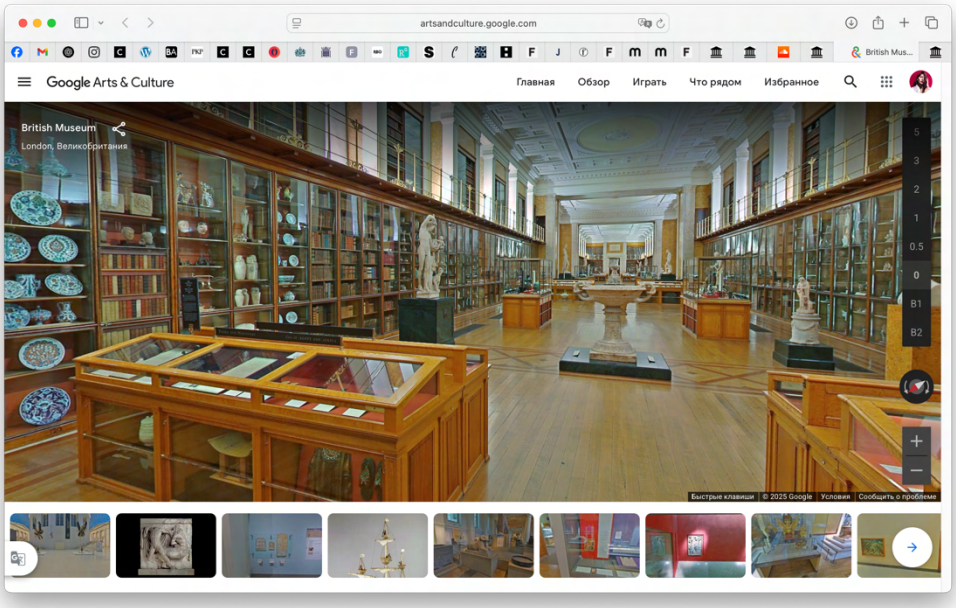


Рис 3.1.7. Віртуальний тур залою *Enlightenment* (Зала 1), 25.06.2025. *(https://artsandculture.google.com/streetview/british-museum/AwEp68JO4NECkQ?sv_h=124.40790386199365&sv_p=-1.8530350696257898&sv_pid=QkMEFMIwWQEBqMv2kknuFw&sv_lid=3582009757710443819&sv_lng=-0.1267982115732697&sv_lat=51.519922930547665&sv_z=0.6911292499459274)*

Наприклад, у залі “*Enlightenment”* (рис. 3.1.7) користувачеві пропонується дослідити вітрини з експонатами, що репрезентують європейське Просвітництво як епоху наукового систематизування. Зала “*Collecting the world”* висвітлює

музейне колекціонування як історично обумовлену практику, з вагомим внеском приватних осіб і організацій. У залах “*Roman Britain*” і “*Money gallery”* особлива увага зосереджена на предметах повсякденного вжитку, грошовому обігу та культурній взаємодії на Британських островах.

Також на сайті представлена інформація про спеціальні рюкзаки (*Family sensory support backpacks*), які можна отримати у зоні *“Families Desk”* у Великому дворику музею. Вони створені для полегшення знайомства дітей з експозицією через сенсорну гру та активне залучення до музейного простору (рис. 3.1.8).

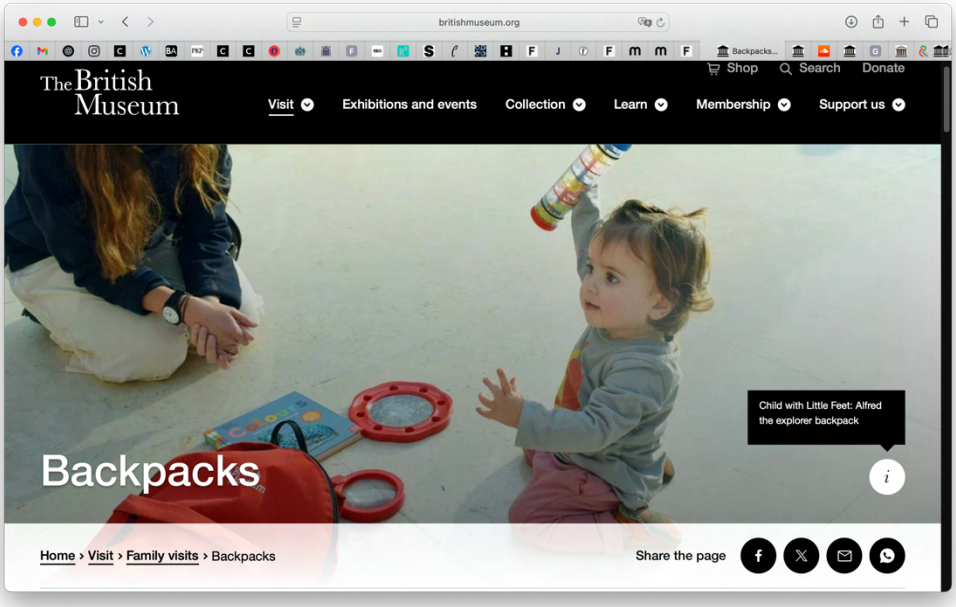


Рис 3.1.8. Сторінка “Backpacks”, 25.06.2025.
(https://www.britishmuseum.org/visit/family-visits/backpacks)

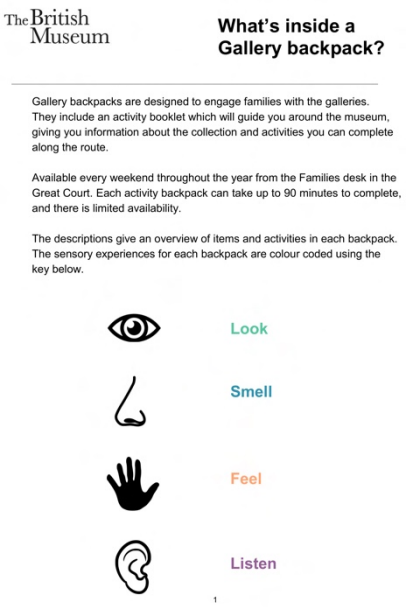
Сторінка *“Backpacks”* на сайті музею візуально структурує уявлення про комфортне та залучене дитяче перебування в експозиційному просторі. Центральним елементом є зображення дитини з яскравим рюкзаком, сенсорно-ігровими об’єктами (лупа, книжка “Colours”, різнокольорова іграшка) та супроводжуючим дорослим. Візуальний ряд апелює до уявлень про пізнавальну активність, безпеку й підтримку, а також конструює сценарій дослідницької гри

як форми інтерпретації музейного простору. Після натискання кнопки *“i”* з’являється текстовий фрагмент *“Child with Little Feet: Alfred the explorer backpack”.* Номінативний підпис уточнює сюжет зображення та спрямовує інтерпретацію через персоніфікований наратив, у якому дитину подано в образі юного дослідника музейного простору. Просторове розміщення об’єктів, зокрема чітка орієнтація рюкзака на передньому плані, візуально концентрує увагу на ньому як на ключовому засобі включення в освітню комунікацію.

Структурна побудова сторінки опирається на поєднання вербальних елементів (інформаційні блоки, гіперлінки), візуального акценту (контрастні шрифти, маркери доступності) та інтерактивних компонентів, таких як, наприклад, кнопка для завантаження сенсорного гіда *“Gallery backpack sensory guide”.* Використання гіпертекстуальних вставок на зразок *“Please download the Gallery backpack guide – sensory guide”* активує цифрову модальність і відкриває доступ користувача до зовнішнього документа. Такий елемент підтримує багатоканальну організацію музейного інтерфейсу, у якій користувач обирає провідний режим взаємодії – текстовий, візуальний або сенсорний. Формат гіперпосилання виконує інформативну та директивну функції, спонукаючи до дії й працюючи як транзитний механізм між навігаційними вузлами. Зміст рюкзаків представлено на сайті у форматі завантажуваного PDF-гайду, що реалізує мультимодальну модель навчання через гру, орієнтовану на залучення дітей віком 5–12 років до самостійного, сенсорно збагаченого освоєння музейного простору. Кожен рюкзак тематично пов’язаний із окремою культурною епохою або регіоном, наприклад *“African Adventure”, “Jobs in Roman Britain”*, *“Marvellous Mexico”* тощо, і містить унікальні предмети: магнітні фігури, зразки тканин і матеріалів, іграшки, ароматичні ємності, аудіогіди у форматі MP3, зорові головоломки, а також маски, стилуси, мозаїчні елементи тощо. Об’єкти супроводжуються інструктивними буклетами, що пропонують завдання зі спостереження, дотику, реконструкції чи гри за сюжетом. Залучення тактильного каналу через маски, циліндричні печатки, амулети або фрагменти архітектурних споруд сприяє тілесному досвіду сприйняття артефактів, а

прослуховування міфів (наприклад, про подвиги Геракла) або описів римських божеств активізує аудіальну модальність.

Інтерактивні завдання побудовано за принципом сюжетно-модульної організації. Взаємодія орієнтується на тактильні, візуальні, аудіальні й ольфакторні канали сприйняття та підсилює емоційно-когнітивне залучення в експозиційний контекст. На першій сторінці буклета подано піктограми (рис. 3.1.9): візуальний модус позначено оком, ольфакторний – носом, тактильний – рукою, аудіальний – вухом. Поруч розміщено сенсорні дієслова *“Look”, “Smell”, “Feel”, “Listen”* із відповідним кольоровим кодуванням (зелений, блакитний, помаранчевий, фіолетовий). Кольорово-семіотична навігація продовжується в описах завдань. Назви модусів подано відповідним кольором. Кольорове виділення підтримує когнітивну послідовність і полегшує орієнтацію у змісті.


The British Museum

What's inside a Gallery backpack?

Gallery backpacks are designed to engage families with the galleries. They include an activity booklet which will guide you around the museum, giving you information about the collection and activities you can complete along the route.

Available every weekend throughout the year from the Families desk in the Great Court. Each activity backpack can take up to 90 minutes to complete, and there is limited availability.

The descriptions give an overview of items and activities in each backpack. The sensory experiences for each backpack are colour coded using the key below.

Look

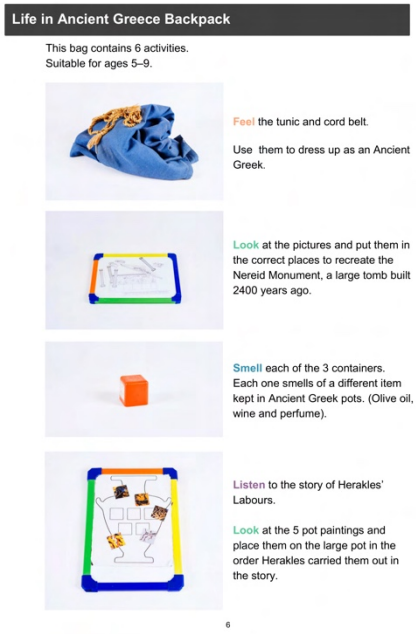
Smell

Feel

Listen

1

Рис. 3.1.9. Перша сторінка з дитячого сенсорного гіда Gallery backpack sensory guide, 25.06.2025.


Life in Ancient Greece Backpack

This bag contains 6 activities.
Suitable for ages 5–9.

Feel the tunic and cord belt.

Use them to dress up as an Ancient Greek.

Look at the pictures and put them in the correct places to recreate the Nereid Monument, a large tomb built 2400 years ago.

Smell each of the 3 containers. Each one smells of a different item kept in Ancient Greek pots. (Olive oil, wine and perfume).

Listen to the story of Herakles' Labours.

Look at the 5 pot paintings and place them on the large pot in the order Herakles carried them out in the story.

6

Рис. 3.1.10. Сторінка “*Life in Ancient Greece Backpack”*, 25.06.2025.

(*https://www.britishmuseum.org/sites/default/files/2023-10/Whats_inside_gallery_backpack.pdf*)

Наприклад, у рюкзаку “*Life in Ancient Greece Backpack”* (рис. 3.1.10), завдання “*Feel the tunic and cord belt”* позначене помаранчевим словом *“Feel”* і супроводжується фотографією відповідного об’єкта одягу. Завдання “*Smell each of the 3 containers”*, пов’язане з ольфакторною взаємодією (оливкова олія, вино, парфуми), позначене словом *“Smell”* у блакитному кольорі. У фрагменті “*Listen to the story of Herakles’ Labours”* активується аудіальний модус (позначка *“Listen”* у фіолетовому), а візуальна діяльність реалізується через завдання “*Look at the pictures and put them in the correct places to recreate the Nereid Monument”*, де слово *“Look”* виділено зеленим.

У цифровому сегменті сайту, присвяченому домашньому музейному досвіду, подано серію мультимодальних активностей для дітей, адаптованих із програми *Early Morning Explorers* (рис. Б.12). Матеріали розширюють просторово-часові межі музейної комунікації та утверджують гру як інтермодальний когнітивний інструмент. Серед ресурсів показовим є PDF-гайд *“Build your own Trojan Horse”* (рис. 3.1.11), який поєднує інструктивний текст із візуально маркованими шаблонами для вирізання, розфарбовування та складання. Дитина долучається до реконструкції міфологічного сюжету через практики ручної діяльності. Інструктивний текст і візуально марковані шаблони поєднуються з тактильною взаємодією з матеріалом. Послідовність кроків відтворює наратив міфу.

У сценарії *“The Story of Odysseus”* (рис. Б.13), побудованому як сенсорне сторітелінгове заняття, від дитини очікується залучення звичних побутових предметів – рису, фольги, тканини, фруктів – для репрезентації явищ і персонажів. Через поєднання аудіальних (оповідач), тактильних (целюлозний папір, подушка), і густаторних елементів створюється ефект повного занурення в оповідь, що формує поліканальну перцепцію. Комплекс *“Parthenon Challenge”* (рис. Б.14) включає в себе історичну довідку про Парфенон, завдання на основі сайту Google Street View у Залі 18 та паперову гру *“Metope puzzle”* – конструктор, який потрібно фізично вирізати та зібрати. У цьому випадку взаємодія з

культурною спадщиною реалізується через просторову навігацію та перетворення візуального зразка у фізичний артефакт.

Ігровий набір *“Dive into the world of the Nereids”* (рис. 3.1.12) пропонує створити підводний світ, використовуючи кольоровий рис, овес або цукор, що імітують морський пісок. Дитина з допомогою дорослого активує сенсорне сприйняття через колір, текстуру, запах і просторову організацію, тим самим реконструюючи експозиційний сюжет у домашньому середовищі.

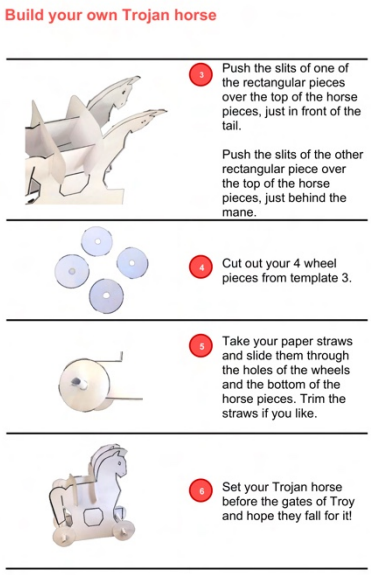


Рис 3.1.11 Сторінка з серії мультимодальних активностей для дітей *“Build your own Trojan Horse”*, 25.06.2025. (*https://www.britishmuseum.org/sites/default/files/2023-11/Build_your_own_Trojan_Horse.pdf*)

Рис 3.1.12. Сторінка з серії мультимодальних активностей для дітей *“Dive into the world of the Nereids”*, 25.06.2025. (*https://www.britishmuseum.org/sites/default/files/2023-11/Nereid-sensory-bin.pdf*)

Серію доповнює PDF-набір із стислою довідкою про морських німф Нереїд, доповнений зображеннями античних статуй і стилізованими контурними ескізами. Матеріал подано у форматі інтерактивного завдання, орієнтованого на

візуальне відтворення образу міфологічної істоти дитиною. Інструкція пропонує обрати одну зі статуй візуальним орієнтиром, далі намалювати або розфарбувати власний варіант Нереїди з опорою на підготовлені шаблони. Активність переносить основне смислове навантаження на візуальний модус, стимулює творче мислення та інтерпретаційну ініціативу дитини, підтримує персонально значуще переживання експозиційного матеріалу через творчу гру (рис. 3.1.13-3.1.14).

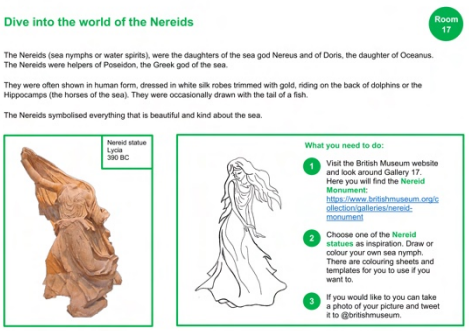


Рис. 3.1.13. Головна сторінка з серії мультимодальних активностей для дітей *“Dive into the world of the Nereids”*, 25.06.2025. *(https://www.britishmuseum.org/sites/default/files/2023-11/Nereid_colouring_sheets.pdf)*

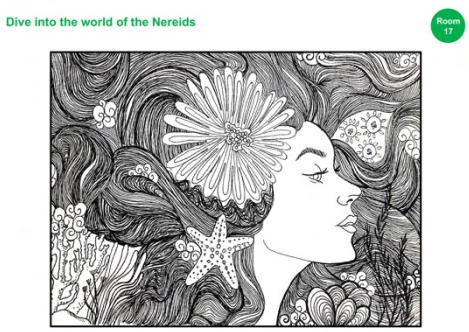


Рис. 3.1.14. Сторінка, яку можна розфарбувати самостійно, 25.06.2025.

Цифровий вимір взаємодії посилюється запрошенням до подальшої комунікації: користувачеві пропонується сфотографувати готову роботу та опублікувати її у X (formerly Twitter) з позначкою *@britishmuseum*. Такий прийом є прикладом інтеграції віртуального з фізичним, коли музейна взаємодія виходить за межі офлайн-простору і трансформується у форму цифрової взаємодії з аудиторією.

На відміну від головної сторінки Британського музею, яка виконує функцію загальноінформаційного хабу з акцентом на інституційну присутність і навігацію по розділах, сайт музею Вікторії та Альберта демонструє стратегічну

селективність подачі: цифровий інтерфейс концентрує увагу користувача на актуальній виставці, формуючи емоційно-сенсорну рамку взаємодії через символічно навантажений об’єкт – ювелірну прикрасу Cartier. Головна сторінка офіційного вебсайту музею Вікторії та Альберта (*https://www.vam.ac.uk*) демонструє візуально-центричну стратегію цифрової комунікації, у якій домінує естетика престижу та ексклюзивності. У композиційному плані сторінка вибудувана за моделлю центр / периферія *(centre/margin)*, тобто таким співвідношенням, у якому центральний елемент зосереджує головний смисловий акцент, а периферійні компоненти об’єднуються навколо нього спільною функцією та підтримують цілісність інтерфейсу. У центрі екрану розташовано зображення ювелірного об’єкта з колекції Cartier, що одразу фокусує увагу відвідувача на масштабній тимчасовій виставці. Сама візуалізація виконана на контрастному чорному тлі, яке підсилює блиск і фактурність прикраси, надає композиції стриманої елегантності та створює ефект музейної вітрини на екрані (рис. 3.1.15).

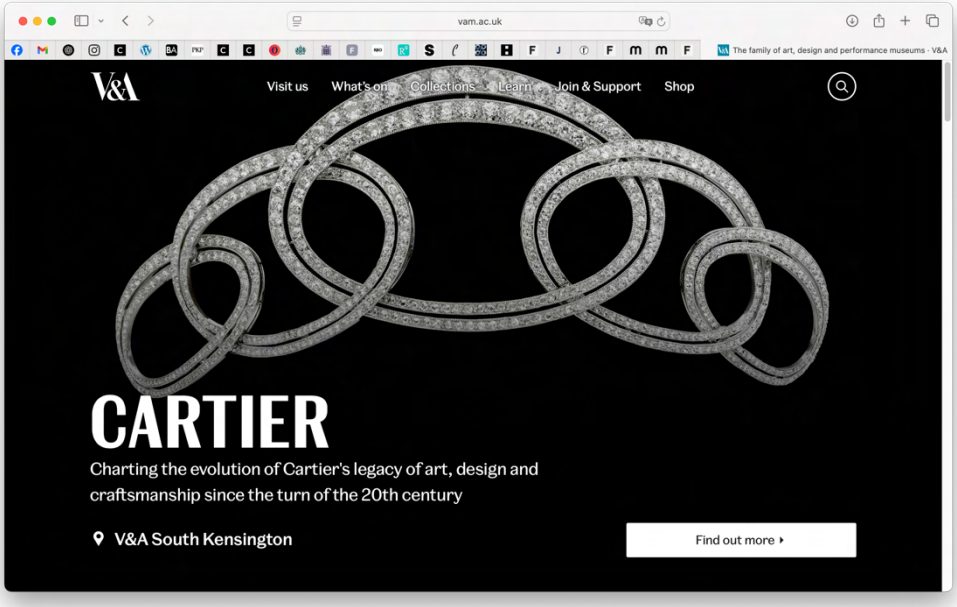


Рис. 3.1.15. Головна сторінка вебсайту музею Вікторії та Альберта, 25.06.2025.

Використання типографіки (назва *“CARTIER”* великими літерами білого кольору) виконує акцентуаційну функцію, унаочнюючи семантику бренду як маркера культурної спадкоємності, естетичної вартості та мистецького дизайну. Вербальний блок супровідного тексту *“Charting the evolution of Cartier’s legacy…”* структурований як інформативний анонс, що поєднує історичний та креативний компоненти. Гіпертекстовий маркер *“Find out more”* позначає перехід до наступного інформаційного рівня та увиразнює нелінійну логіку цифрової сторінки, спрямовуючи рух користувача від короткого анонсу до розгорнутого матеріалу.

Мультимодальна організація сторінки ґрунтується на поєднанні візуального (фотооб’єкт, шрифт, колір) й вербального модусів (текстовий опис), просторової організації композиції та цифрових інтерфейсних елементів, зокрема гіпертексту. Аналогічний принцип оформлення простежується у матеріалах 2022-2024 років (рис. Б.15-18).

У верхній частині вебінтерфейсу сайту музею Вікторії та Альберта реалізовано чітко структуровану навігаційну панель, призначену для просторової та функціональної орієнтації користувача. Її компоненти: *“Visit us”, “What’s on”, “Collections”, “Learn”, “Join & Support”, “Shop”* подано у форматі гіпертекстових вкладок, візуалізованих білим шрифтом на чорному тлі. Кольорова інверсія підсилює візуальний контраст і корелює з преміальною естетикою центрального промоблоку виставки Cartier. Ліворуч розташовано логотип *“V&A”*, візуальний маркер інституційної ідентичності, праворуч подано іконку лупи, що позначає пошук, після натискання відкривається поле введення запиту.

У нижньому лівому куті сторінки використано піктограму геолокації (стилізована крапка з отвором у центрі), що позначає фізичну адресу музею – “*V&A South Kensington”*. Елемент виконує інформативну функцію та підтримує зв’язок між віртуальним і фізичним простором, орієнтуючи користувача на можливість поєднання цифрового інтерфейсу з реальним досвідом відвідування.

Сторінка онлайн-колекції *“Explore the Collections”* на сайті музею Вікторії та Альберта інтегрує кілька модальних стратегій комунікації в межах єдиного візуально-семантичного простору. У верхньому блоці розміщено інклюзивне повідомлення, представлене через зображення прапора “Progress Pride” (Quasar, 2018) у поєднанні з гаслом *“If you're into it, it’s in the V&A*”, що формує емоційно-залучену взаємодію з аудиторією та актуалізує соціокультурну відкритість інституції, імовірно в контексті *Pride Month*. Інтермодальне поєднання візуального та вербального рівнів відкриває комунікативну перспективу сторінки і визначає загальний тон музейного звернення (рис. Б.19).

Нижче реалізовано пошукову панель з інструктивним закликом *“Search more than 1.25 million objects”*, яка виконує когнітивно-навігаційну функцію, залучаючи користувача до самостійного цифрового дослідження експонатів. Поєднання випадаючого списку категорій, текстового поля та іконки лупи утворює мультимодальний інтерфейс. Взаємодія розгортається на візуальному, функціональному та семантичному рівнях.

У нижній частині сторінки домінує стратегія іконоцентричної репрезентації – у форматі “*Most searched for”* подано тематичну добірку найзапитуваніших об’єктів: “*Photography”, “Costume”, “Fashion”, “Theatre & Performance”* тощо. Зв’язок між назвами рубрик і добором предметних зображень має характер ілюстрування *(illustration)*: словесно позначена тематична категорія набуває візуального конкретизування й розгортається у серію репрезентативних музейних об’єктів. Для кожної категорії наведено відповідні візуальні приклади. Так, у секції Fashion представлено капелюх дизайну Сімони Мірман (бл. 1955, Лондон), вечірню сукню Крістобаля Баленсіага (1954, Париж) та костюм пана Фіша (бл. 1968, Лондон). У розділі *“Costume”* увагу привертає сценічне вбрання Фреда Астера (1936), музичний костюм Мей Мур Дюпре (бл. 1910) і театральна сукня для балету Лебедине озеро, створена Олександром Головіним для Большого театру (1901, Москва) (рис. Б.20-21). Кожен об’єкт супроводжено лаконічним текстовим описом, що містить інформацію про автора, дату, місце створення й локацію зберігання, зокрема

“East Storehouse” чи *“South Kensington”.* Співвідношення зображення предмета й супровідного підпису характеризується нерівним статусом: візуальний компонент формує композиційний центр картки, а вербальний доповнює його атрибутивними відомостями про автора, дату, місце створення та локацію зберігання. На логіко-семантичному рівні такий зв’язок реалізує розширення *(extension)*, тобто приєднання нової інформації, не представленої у візуальному ряді.

У нижньому блоці сторінки онлайн-колекції розгорнуто розширену візуально-тематичну навігацію через модульні добірки *“Browse by theme”* та *“In our venues”.* У першій добірці матеріал систематизовано за простором, техніками, епохами й соціокультурними темами. Домінує стратегія візуальної орієнтації. Для кожної теми подано ілюстрацію, семіотично маркований знак, наприклад чорно-біле фото в категорії *“Gender & Sexuality”*. Візуальний акцент має символічний характер і спрямовує переосмислення традиційних музейних класифікацій крізь призму ідентичності, тілесності, стилю.

Функціонально-дискурсивна наповненість цієї частини інтерфейсу об’єднує іконічну, вербальну та таксономічну модальності: візуальний фрагмент подається разом із лаконічною назвою категорії та позначкою “Collection”, що активує прагматичну функцію інформування й запрошення до подальшого занурення у вибраний тематичний пласт.

Блок *“In our venues”* відтворює подібну мультимодальну логіку: на тлі темного фону подано яскраві об’єкти з експозиції, поруч із кожним розміщено геолокаційну позначку, наприклад South Kensington, і текстовий маркер *“On display”*, акцент перенесено на фізичну присутність експоната. У модулі поруч із іншими об’єктами подано *“Tippoo’s Tiger”* (1793, Індія), гіпсову копію колони Траяна (1864, Франція) та *“The Great Bed of Ware”* (1590–1600, Англія) (рис. Б.22-23). Виокремлення цих експонатів на рівні візуальної модальності підкреслює розмаїття культурних традицій і географії походження експонатів. Вербально-візуальна інтеграція концентрує увагу на демонстрації експонатів і

водночас підкреслює доступність музею для відвідування в офлайн і онлайн форматах.

У червні 2025 року окрему категорію на сторінці позначено як *“Trending: Celebrating Pride Month”*, що свідчить про актуалізацію інклюзивної риторики в рамках музейної цифрової платформи. Візуальним центром цієї сторінки є зображення прапора *“Progress Pride”* (Quasar, 2018), що супроводжується слоганом про постійне використання цього символу: *“In fact, we fly the Progress Pride Flag every month!”* Візуально-текстове оформлення категорії *“Trending”* поєднує кольорову іконографіку з вербальною підтримкою, актуалізуючи тему різноманіття в межах музейної інституції. Цифровий інтерфейс також пропонує гіпертекстове посилання на статтю *“The Progress Pride flag”* зі знаком лапок і позначкою “*Read”*, що виконує навігаційну та аналітичну функції, закликаючи до поглибленого ознайомлення з історією цього дизайну. Далі розміщено низку мультимодальних матеріалів – відео, статей та інтерактивних маршрутів, позначених відповідно словами “*watch”, “read”, “visit”*. Наприклад, у відео “*Great images | Misty and Joey at Hornstrasse by Nan Goldin”* та у статті *“V&A trail: Out in the museum”* тематизується гендерна та сексуальна різноманітність як частина візуального наративу колекції (рис. 3.1.16-3.1.17).

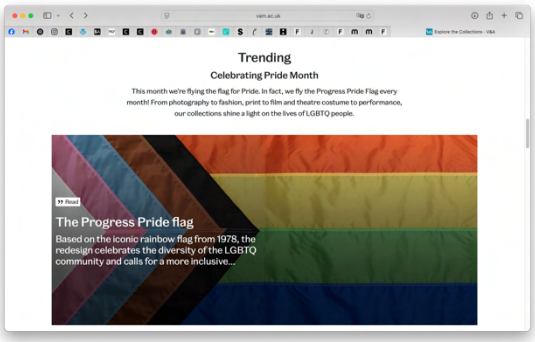


Рис. 3.1.16. Категорія *“Trending”*, 25.06.2025.

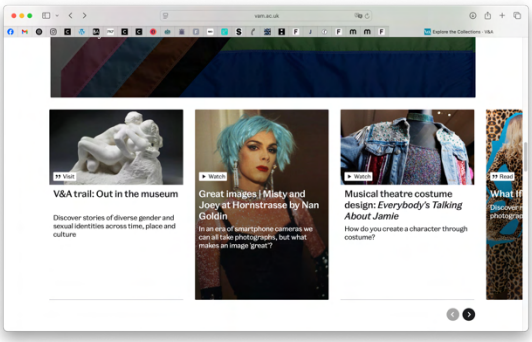


Рис. 3.1.17. Матеріал для ознайомлення в категорії *“Trending”*, 25.06.2025.

(https://www.vam.ac.uk/collections?srsltid=AfmBOoprENo1Und4xAAHFan70ULivs-JVf5ocFxvmsXgOMYONXLf3Djm)

Окремо цифровий сервіс *“Order an Object”* (рис. Б.24) на онлайн-платформі музею Вікторії та Альберта пропонує інноваційну модель взаємодії з музейними фондами на основі інтеграції різних модальних ресурсів. Поєднання текстових інструкцій, візуальних і аудіовізуальних елементів формує комплексне комунікативне середовище, яке відкриває можливість особистого звернення до недоступних у постійній експозиції об’єктів та індивідуального планування візиту до сховищ музейних фондів.

Ключовим елементом є чітка триадична структура пропозиції *(pick – choose – visit)*, яка подана маркованим списком із позначками-галочками на білому полі, що контрастує з темним тлом інтерфейсу. Візуальна композиція фокусує увагу на активних дієсловах, що стимулюють ініціативу користувача. Інформаційна насиченість сторінки увиразнюється серією високоякісних зображень, в якій візуальні деталі, зокрема фіолетові та блакитні рукавички на руках працівників, виступають маркерами професійного й обережного ставлення до музейних об’єктів, підкреслюючи регламентованість і матеріальну цінність взаємодії. Зображення фіксують процеси роботи з музейними об’єктами: розпакування керамічного посуду, обробку органічних матеріалів, пакування театрального костюма – кожен візуальний фрагмент підкреслює фізичну близькість до культурної речі. Кнопка *“Find out more”,* інтегрована у правій частині інформаційного блоку, виконує функцію гіпертекстового переходу до окремої сторінки з детальним описом сервісу *“Order an Object”*.

Вербальні інструкції у формі імперативів, зокрема *“Pick any stored objects to see”* та *“Choose when to view them”*, виконують функцію мотиваційного залучення та формують користувацький сценарій цілеспрямованого пошуку. Візуальний компонент платформи перетворює дотик на семіотичний маркер: крупний план рук у фіолетових рукавичках під час відкриття керамічної банки подає контакт у регламентованому форматі, орієнтованому на збереження колекційного об’єкта й акуратність (рис. Б.25). Поєднання цього кадру з гаслом*“Get closer to the collections”* підтримує інтерпретацію наближення до музейної речі поза експозиційною вітриною. Аудіовізуальна модальність

активізується у відеоінструкції, що відтворює процес індивідуального візиту до фондосховищ (рис. Б.26). Зображення музейного персоналу в моменті безпосередньої обробки об'єкта формує емоційно-сенсорну перспективу, підсилюючи ефект присутності.

Музей Вікторії та Альберта також виконує бібліотечну функцію, репрезентуючи її через платформу National Art Library (рис. Б.27). Платформа є спеціалізованим дослідницьким центром у сфері мистецтва, дизайну та сценічної культури. Текстовий блок сторінки містить інформативний виклад про історію та функціональну специфіку бібліотеки, яка з 1866 року формує найбільшу у Великій Британії колекцію видань з мистецтва, дизайну та сценічного мистецтва, доступну як у фізичному, так і в цифровому форматах.

Вербальні елементи супроводжуються візуальним символічним компонентом – зображенням інтер'єру бібліотеки з панорамною перспективою, що передає атмосферу відкритості для дослідників і водночас наголошує на історичній безперервності культурної місії бібліотеки. Ілюстративний контент з акцентом на архітектурні деталі підкреслює статус бібліотеки як інституційного простору знання та важливого елемента культурної інфраструктури музею.

Інтерактивність інтерфейсу реалізується через гіперлінки та мультимедійні вкладення: кнопки навігації до каталогу, інструкцій щодо користування сервісом, блогу, відео та форм для реєстрації. Особливу роль відіграють функції "*Search the Library Catalogue"* та "*Join"*, які відкривають доступ до понад мільйона об'єктів, серед яких середньовічні рукописи, книжкові художні колекції, альбоми з дизайну, комікси та графічні новели. Можливість створення персонального акаунта, попереднього замовлення видань і роботи в читальній залі відображає орієнтацію бібліотеки на автономну дослідницьку роботу користувача та індивідуальне планування доступу до ресурсів.

Також подано інклюзивний вимір: висвітлено умови користування для людей з інвалідністю, процедури копіювання, опції для групових візитів та інтербібліотечного обміну. Наявність зазначених сервісів закріплює уявлення

про бібліотеку як про відкриту динамічну платформу на перетині культурної спадщини, наукової роботи з джерелами та цифрового доступу до матеріалів.

Головна сторінка вебсайту Природничого музею у Лондоні організована з акцентом на тимчасову виставку “Space: Could Life Exist Beyond Earth?” (рис. 3.1.18), яка одразу привертає увагу за рахунок поєднання візуальних ефектів, яскравої кольорової гами та директивних мовних стратегій. Основна увага зосереджується на презентації нових тимчасових експозицій, а не на постійній експозиції. Подібну логіку було зафіксовано і на сайті Музею Вікторії та Альберта. Структура сторінки вибудувана навколо повідомлення про виставку. Воно поєднує коротку інформацію з прямими закликами до дії, тому ознайомлення з анонсом швидко переходить у сценарій взаємодії.

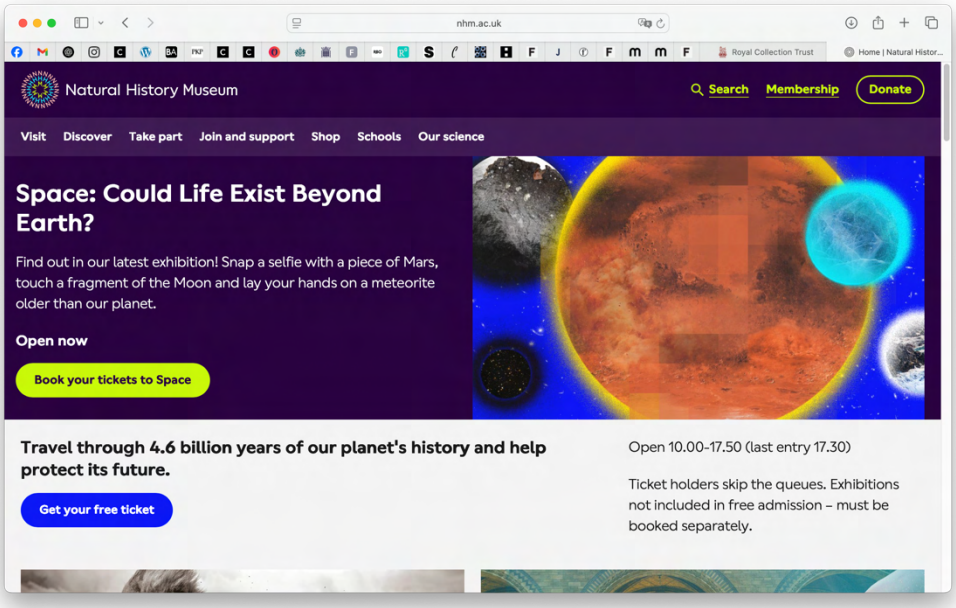


Рис. 3.1.18. Головна сторінка вебсайту Природничого музею, 26.06.2025. *(https://www.nhm.ac.uk)*

Візуальний модус реалізується через інтенсивне використання кольору, зокрема фіолетового фону, що є фірмовим стилістичним кодом музею, а також неонового жовтого, який маркує кнопки заклику до дії *“Book your tickets to Space”*. Зображення Марса з навмисною пікселізацією частини поверхні

підтримує тему невизначеності, закладену в сюжеті пошуку життя поза Землею. Пікселізація робить Марс схожим на зображення, оброблене на комп'ютері або взяте з гри. Цей ефект підкреслює цифровий характер подачі.

Вербальний модус представлено у вигляді стислих інструктивних формул з домінуванням імперативів *"Snap a selfie", "Touch a fragment", "Book your ticket"*. Імперативний формат узгоджується з комунікативною моделлю, орієнтованою на досвід *(experience-driven communication)*, та підтримує персоналізацію взаємодії. Відвідувач отримує імпульс до дій, пов'язаних із фіксацією та поширенням індивідуального цифрового сліду, зокрема селфі з експонатом і публікації зображення у соціальних мережах.

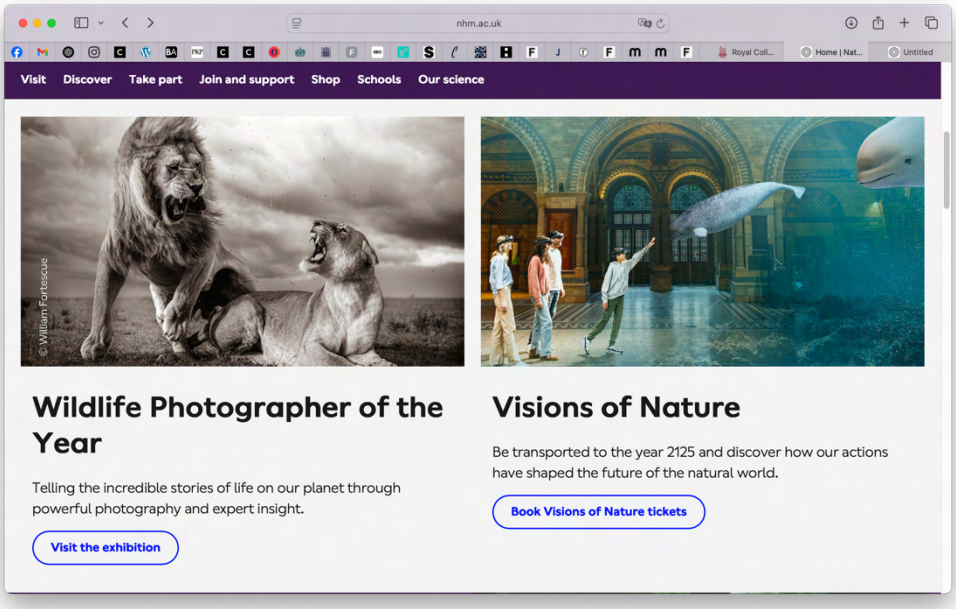


Рис. 3.1.19. Головна сторінка вебсайту Природничого музею, 26.06.2025 (https://www.nhm.ac.uk)

Просторова організація інтерфейсу чітко ієрархізована: блок виставки займає центральну позицію, підтримується візуальною домінантою та семантичним навантаженням, тоді як нижчі рівні, наприклад *"Wildlife Photographer of the Year"* чи *"Visions of Nature"*, представлені у більш статичному, менш емоційно забарвленому вигляді. Проте навіть у цих сегментах

мультимодальність зберігається: художнє фото левів викликає афективну реакцію, а зображення дитини, що “торкається” віртуального кита, ілюструє можливості занурення в альтернативну реальність (рис. 3.1.19).

Верхня навігаційна панель головної сторінки Природничого музею структурує доступ до ключових напрямів взаємодії з аудиторією. Лексеми та фрази, зокрема *“Visit”, “Discover”, “Take part”, “Join and support”, “Shop”, “Schools”, “Our science”* репрезентують основні сценарії музейної комунікації – від фізичного візиту до освітніх, наукових та волонтерських форм участі. Ієрархічне розміщення вкладок і лаконічна вербальна подача забезпечують швидку орієнтацію користувача у цифровому просторі. Цікавим є розділ *“Take part”* (рис. 3.1.20), який реалізує модель інтерактивної та інклюзивної взаємодії, орієнтованої на безпосереднє залучення аудиторії до природничих, наукових та освітніх активностей. Комунікативна стратегія музею спрямована на розширення форм участі, що ґрунтується на партисипативному підході та принципах екологічної обізнаності.

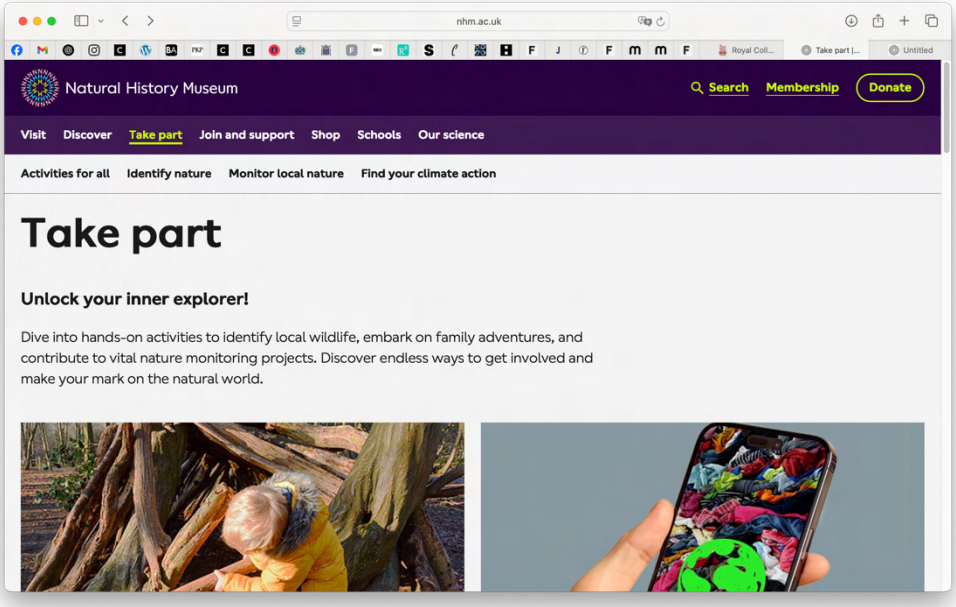


Рис. 3.1.20. Розділ *«Take part»*, 26.06.2025.

(*https://www.nhm.ac.uk/take-part.html*)

Мотиваційне звернення *“Unlock your inner explorer!”* виконує функцію вступного заклику, що поєднується з інтерфейсною візуалізацією ключових дій користувача. Активні кнопки “*Explore activities”* та “*What will you do?”*, які змінюють колір при наведенні курсору, мають виразну функцію залучення, підсилюючи відчуття персональної ініціативи. Таке технічно реалізоване підсилення взаємодії підтримує емоційне включення у цифрове середовище музею.

Окрему увагу приділено секції *“Quick links”*. Вона надає швидкий доступ до добірки практичних завдань і довідкових матеріалів:

- Outdoor activities for kids – інтерактивні завдання, адаптовані до різного просторового контексту, що не потребують спеціальної підготовки (рис. Б.28);
- Survey calendar for beginners – календар сезонних досліджень, орієнтований на індивідуальний темп і рівень користувача (рис. Б.29);
- Pavement plants guide – візуально підкріплений посібник з розпізнавання рослин, поширених у міському середовищі Великої Британії (рис. Б.30).

Імперативні заклики “*Check out”, “Get involved”, “Find an activity”, “View the guide”, “Book a visit”* (рис. 3.1.21–3.1.22) вибудовують риторику залучення й участі. Комунікація музею поєднує запрошення до активності з орієнтацією на екологічну відповідальність.

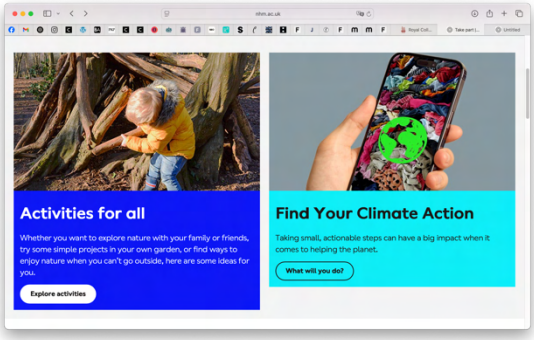


Рис. 3.1.21. Активні кнопки – заклики до дії: *Explore activities; What will you do?*, 26.06.2025.

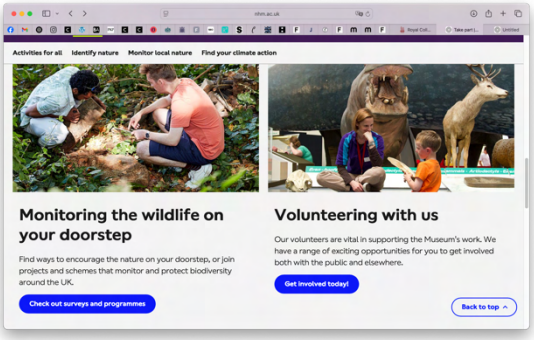


Рис. 3.1.22. Активні кнопки – заклики до дії: *Check out…; Get involved…*, 26.06.2025.

Контентна структура сторінки охоплює чотири основні напрями: “*Activities for all”, “Identify nature”, “Monitor local nature”, “Find your climate action”*. Кожен розділ представлений уніфікованим мультимодальним оформленням – поєднанням лаконічних вербальних дескрипторів, зображень і гіперпосилань, що забезпечують легку навігацію та тематичне занурення.

На сторінці *“Activities for all”* виділяються три тематично орієнтовані розділи: “*Family and youth group adventures”, “Backgarden exploration and projects”, “Indoor science and crafts for when you can't get outside”.* Вербальний рівень представлений інструктивно-пізнавальними матеріалами, візуальний рівень репрезентовано ілюстраціями та композиційними акцентами, інтерфейсний рівень представлено кнопками й гіперпосиланнями для переходу до завдань. Поєднання цих ресурсів переводить взаємодію з режиму читання в режим виконання активностей і підтримує інклюзивний тон комунікації.

Розділ *“Family and youth group adventures”* орієнтовано на спільне дозвілля родин та різних груп учасників. Вербальні інструкції поєднуються ілюстраціями та чітко впорядкованою навігацією, зорієнтованою на виконання командних завдань природничої тематики. Інтерактивність підтримують гіперпосилання: після натискання відкриваються окремі активності, адаптовані до різних вікових груп (рис. Б.31).

Розділ “*Outdoor activities for kids”* пропонує формат візуально-орієнтованих інтерактивних ігор, що інтегрують принципи мультимодального дизайну у музейній онлайн-комунікації. Доступ до активностей відкриває кнопка *“Make, play and explore”*, і веде на стартову сторінку із закликом *“Fun, free things to do in a park, on the street, or anywhere outdoors”*. Натиснувши “*Get started”*, користувач переходить у динамічне середовище з анімаційною вставкою *"Searching for activities…"* та подальшим виведенням галереї завдань, кожне з яких супроводжується фотографіями та коротким текстовим описом.

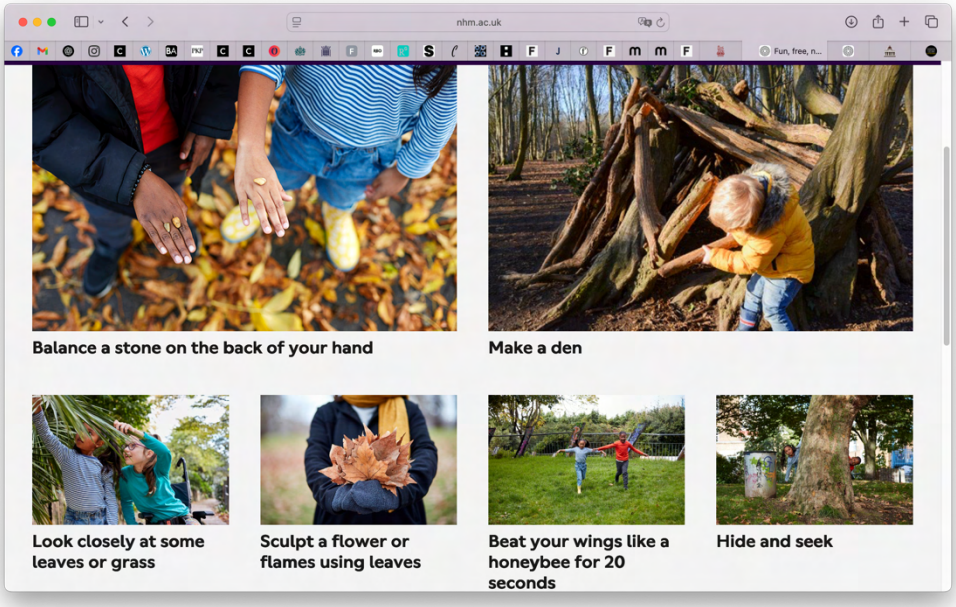


Рис. 3.1.23. Галерея завдань, 26.06.2025.
(https://www.nhm.ac.uk/take-part/outdoor-activities-for-kids/all?category=all-activities)

Візуальні елементи відіграють роль ключових навігаційних орієнтирів: наприклад, завдання “*Make a den*” ілюструється зображенням хлопчика, що будує укриття з гілок (рис. 3.1.23). Інші приклади включають “*Balance a stone on the back of your hand*”, “*Sculpt a flower or flames using leaves*”, “*Hide and seek*” тощо. Підкреслення назви під час наведення курсора візуально позначає можливість переходу на наступну сторінку.

Кожна активність відкривається окремою сторінкою з покроковою інструкцією, наприклад, *"Using fallen sticks and leaves, build yourself a den"*, зазначенням приблизного часу виконання (у випадку з лігвом – 30 хвилин), а також гейміфікованими елементами. Після завершення завдання користувача вітає анімація з конфеті та повідомленням *"Yay, you did it!"*, що супроводжується природничим жартом, наприклад: *"Why was the tree fern lonely in the winter? Because it lost all its fronds."*. Етап завершується появою яскравого блоку із зіркою та написом *“You are an outdoor star!”*. Напис підкреслює успішне виконання завдання користувачем (рис. 3.1.24–3.1.25). Крім того, кожне завдання доповнене додатковим викликом у форматі Go further. Наприклад, у завданні з

побудови лігва пропонується вдосконалити конструкцію так, щоб вона захищала від дощу: *"Can you try and make your den waterproof so it will shelter you in the rain?"*. Така структура заохочує подальше дослідження та творчі рішення.

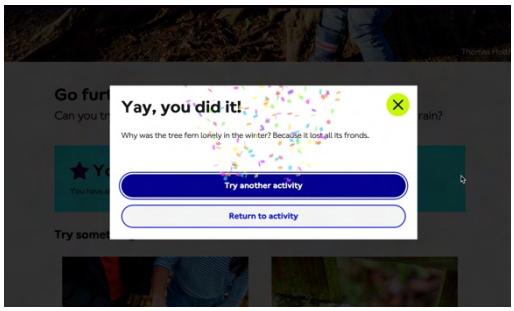


Рис. 3.1.24. Анімація з конфеті та повідомлення *"Yay, you did it!"*, 26.06.2025.

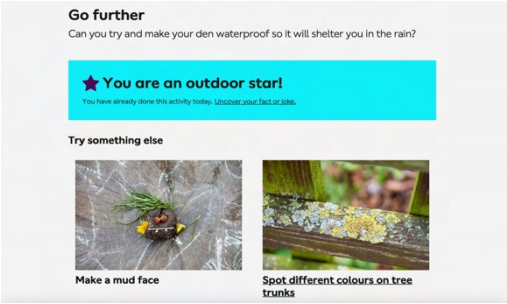


Рис. 3.1.25. Візуальні елементи интерфейсу, 26.06.2025.

В інтерфейсі передбачено блок рекомендацій інших активностей із візуальними прев'ю та написом *"Try something else"*. Переорієнтація на наступне завдання підтримує динаміку взаємодії. Усе це сприяє формуванню інтерактивного, мультимодально насиченого досвіду, в якому вербальні, візуальні та гейміфіковані ресурси функціонують як єдиний комунікативний механізм.

У *Backgarden exploration and projects* (рис. Б.32) акцент зроблено на екологічне виховання та практичну взаємодію з природним середовищем. Представлені проєкти, такі як створення будиночка для їжака, годівниці та ванни для птахів, готелю для бджіл чи сонечок, супроводжуються мультимодальними інструкціями з візуальними підказками, а також відео-демонстраціями. Кнопка *"Browse more ideas for projects"* розширює доступ до контенту, підсилюючи індивідуальну траєкторію користувача.

Розділ *"Indoor science and crafts for when you can't get outside"* (рис. Б.33) пропонує креативні науково-орієнтовані заняття, які можна реалізувати в домашніх умовах: моделювання вулкана, виготовлення орігамі у формі динозавра, створення сніжинок у формі тварин тощо. Завдяки чітко

структурованим покроковим інструкціям, візуальному супроводу та функціональним елементам інтерфейсу (посилання, кнопки, зображення, відео) формується мультимодальний формат навчання через гру.

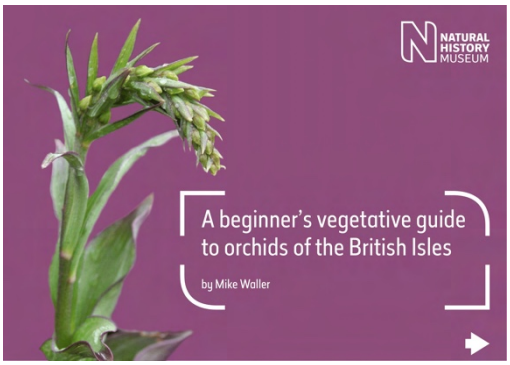


Рис. 3.1.26. PDF-гід *“A beginner's vegetative guide to orchids of the British Isles”*, 28.06.2025.

Рис. 3.1.27. Сторінка з PDF-гіду *“A beginner's vegetative guide to orchids of the British Isles”* з ілюстраціями, 28.06.2025.

Розділ *Identify nature* фокусує увагу на спостереженні за природою й пропонує користувачам серію безкоштовних гідів для завантаження *(“urban biological recording”, “pavement plants”, “minibeasts guide”* тощо), що подані у форматі PDF з ілюстраціями (рис. 3.1.26-3.1.29), назвами видів і порадами щодо польової ідентифікації. Така цифрова типологізація доповнена можливістю роздрукувати матеріали, що підсилює зручність і прикладну цінність для користувача.

Розділ “*Monitor local nature”* має на меті інституціалізацію користувацької участі в довготривалих проектах біомоніторингу, серед яких “*Year-round survey calendar”, “Nature explorers”* та інші ініціативи з підрахунку видів і заповнення спостережень. Візуально структуровані картки із закликами на кшталт “*Take part now”* або “*Share your results”* формують інтерфейсну підтримку участі у проєктах.

Рис. 3.1.28. PDF-гід *“Beginner's guide to identifying British ichneumonids”*, 28.06.2025.

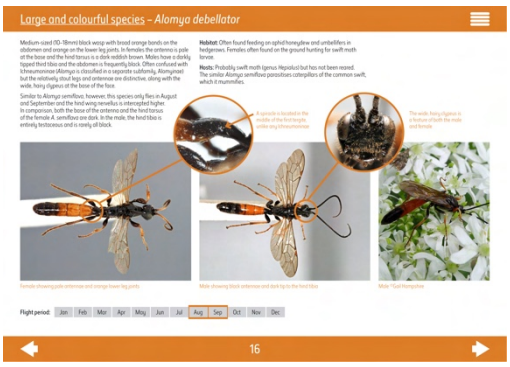


Рис. 3.1.29. Сторінка з PDF-гіду *“Beginner's guide to identifying British ichneumonids”* з ілюстраціями, 28.06.2025.

Розділ “*Find your climate action”* презентує серію інтерактивних порад і ресурсів, зорієнтованих на екологічну відповідальність. Користувачеві пропонується персоналізований вибір дій через кнопки “*Explore”* або “*Get inspired”*, які змінюють колір при наведенні, що підсилює модальну взаємодію.

Крім цього, у цифровій експозиції Природничого музею представлено тривимірну модель черепа динозавра “*Diplodocus carnegii”*, відомого як Діппі, яка наочно демонструє можливості інтерактивної візуалізації музейного об’єкта завдяки поєднанню зображення, текстових підказок і функції керування об’єктом у реальному часі. На сторінці “*Come face-to-face with Dippy the dinosaur”* (рис. 3.1.30) представлено об’ємну візуалізацію об’єкта, створену “*Imaging and Analysis Centre”* музею на платформі Sketchfab. Модель дає змогу обертати, масштабувати й деталізувати зображення та містить інтерактивні точки з анотаціями, що супроводжують візуальний огляд текстовими поясненнями. Унаслідок цього пізнавальний процес організується через три дії: огляд 3D-моделі, обертання й масштабування за текстовою підказкою *“click & hold to rotate”*, читання анотацій у різних точках сторінки. Додаткові запитання на кшталт *“Can you find Dippy’s nostrils?”* або *“What feature does Diplodocus share with humans but few other dinosaurs?”* виконують функцію текстового стимулу когнітивної активності та підтримують інтерактивний режим роботи з

контентом. Візуальне оформлення, із застосуванням світлого фону, великого масштабу об'єкта та мінімалістичного логотипу музею, сприяє зосередженню уваги на артефакті, одночасно зберігаючи чіткість інтерфейсу на різних пристроях.

Рис 3.1.30. Посилання на сторінку з тривимірною моделлю черепа динозавра Діппі, 30.06.2025.
(https://www.nhm.ac.uk/discover/dippy-the-dinosaur-3d-skull.html)

Показовим прикладом мультимодального представлення візуального контенту є головна сторінка Національної галереї у Лондоні, зорієнтована на поєднання образотворчого матеріалу з цифровою естетикою. Центральним елементом виступає динамічне зображення фрагменту портрету *"Charles William Lambton"* (1825) роботи Томаса Лоуренса, що повільно масштабуються і переміщуються в кадрі, створюючи ефект кінематографічного заглиблення. Інтерфейсна кнопка "i" зупиняє анімацію та відкриває контекстний вербальний опис твору, наприклад *"Details of Sir Thomas Lawrence, 'Charles William Lambton', 1825"* (рис. 3.1.31).

Вербальний компонент мультимодального середовища підсилений гаслом *"Bringing people and paintings together"*, яке виконує роль концептуального афоризму, що репрезентує ціннісні орієнтири інституції. Виразна типографіка на чорному фоні підвищує зчитуваність і підтримує враження інституційної відкритості.

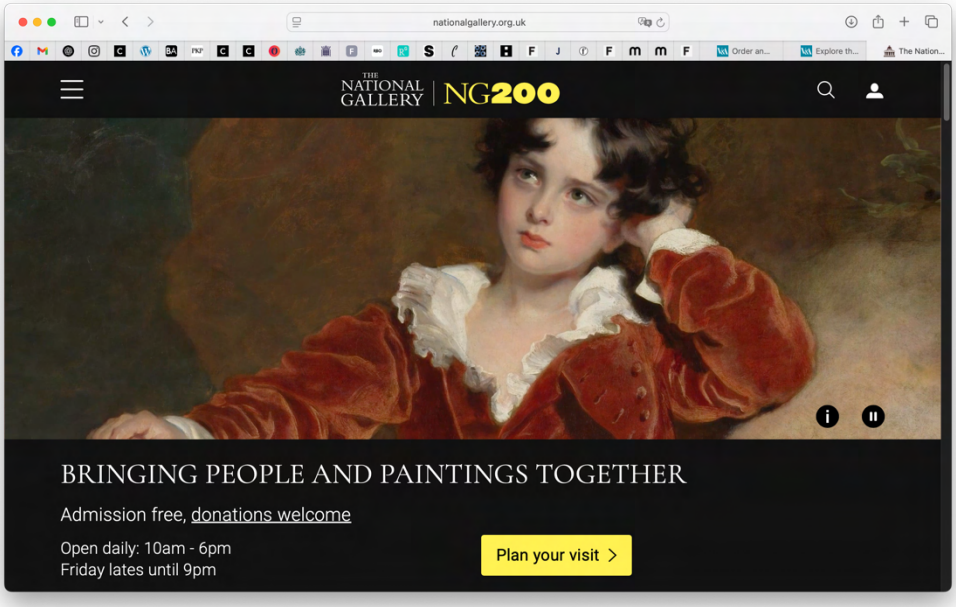


Рис. 3.1.31. Головна сторінка Національної галереї у Лондоні, 29.06.2025. *(https://www.nationalgallery.org.uk)*

Поряд розміщено практичний блок про час роботи, безкоштовний вхід, посилання для планування візиту та розділ доступності, орієнтація інтерфейсу охоплює різні групи відвідувачів. У 2024 році зберігалося композиційне рішення з інформаційним блоком у нижній частині екрана, у 2022–2023 роках аналогічний блок розташовувався праворуч. Візуальний модус залишався домінантним упродовж чотирирічного спостереження (рис. Б.34-36).

У нижній частині сторінки розміщено розділ *“Our must-see paintings”* із закликом *“From Leonardo da Vinci to Vincent van Gogh”*, який переадресовує до добірки *“Highlights from the collection”*. Візуально вона оформлена у вигляді сітки з мініатюрами живопису з назвами творів, іменами авторів і номерами залів, наприклад *“Johannes Vermeer, Room 16”*. Виклад у вигляді добірки мініатюр із підписами полегшує швидкий огляд візуального матеріалу та дозволяє користувачеві формувати індивідуальні маршрути на основі власних уподобань (рис. 3.1.32-3.1.33).

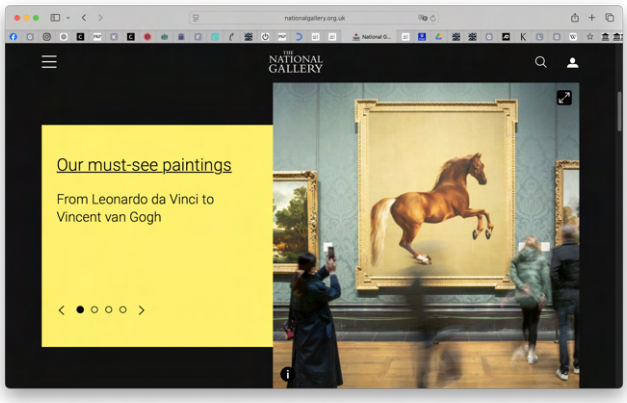


Рис. 3.1.32. Розділ *“Our must-see paintings”,* що переходить до добірки *“Highlights from the collection”*, 29.06.2025.

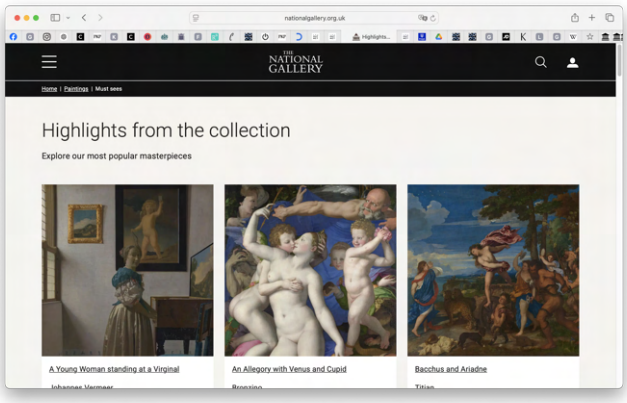


Рис. 3.1.33. Добірка *“Highlights from the collection”*, 29.06.2025.

Так само, як і в інших музеях, на сайті Національної галереї представлена електронна колекція, що відкриває користувачеві персоналізований доступ до мистецької спадщини. Функціонал *“Explore the collection”* дає змогу здійснювати пошук за ключовими словами, іменами художників або тематичними категоріями. Інструменти *“Show full image”* та *“Group by artist”* додають два режими взаємодії з візуальним матеріалом: розгортання повного зображення та групування об’єктів за авторством. Результатом стає зручніша навігація і більш структурований перегляд.

Упорядкованість у форматі сітки, мініатюрні репродукції з короткими підписами (ім’я художника, назва твору, зал експонування, наприклад *“Room 8: Titian”*) (рис. Б.37) формують когнітивно доступну мультимодальну систему, орієнтовану на швидке занурення у колекцію. Вертикальне головне меню веде до ключових розділів *“Art and artists”, “Research”, “Learning”* і підкреслює багаторівневу освітньо-дослідницьку спрямованість онлайн-платформи з акцентом на інтерактивне опрацювання цифрових матеріалів.

Окремий інтерес становить рубрика *“Picture of the Month”*, яка щомісяця висвітлює один із шедеврів колекції крізь призму сучасної інтерпретацій. У червні 2025 року в центрі рубрики опинилася картина Караваджо “*Boy bitten by*

a Lizard”. Сторінка поєднує есе, інтерпретативне відео та художню реконструкцію сцени. Різні формати узгоджуються між собою й поглиблюють подачу матеріалу.

Сайт Національної галереї відображає розвиток музею в освітньому та дослідницькому напрямах. Розділ *“Research”* (рис. Б.38) презентує структуру взаємодії з академічною спільнотою, надаючи доступ до архівних колекцій, спеціалізованої бібліотеки, цифрових ресурсів і тематичних дослідницьких ініціатив. Ключовою складовою дослідницького напряму виступає “Research Centre”, доступ до якого відкрито для аспірантів, науковців та, за умови наявності рекомендації, студентів бакалаврату. Просторова організація інтерфейсу представлена у вигляді блоків з гіперпосиланнями, які ведуть до тематичних підрозділів, зокрема *“Library”*, *“Archive”, “Digital resources”, “Board minutes”, “Agnew's stock books”*. Модульне компонування впорядковує контент і підтримує швидку навігацію між розділами сторінки. Можливість здійснювати пошук у каталогах бібліотеки та архіву реалізована через вбудовані пошукові системи, підсилюючи персоналізовану взаємодію з платформою. Бібліотека галереї, заснована 1870 року, налічує близько 100 000 друкованих томів і охоплює історію західноєвропейського живопису від XIII до початку XX століття. Архівний масив веде відлік від 1824 року й включає протоколи правління *(Board minutes)* та бізнес-документацію галеристів, зокрема *“Agnew’s stock books”*. Поєднання бібліотечних і архівних матеріалів консолідує науковий та історико-культурний ресурс і підсилює документальну основу музейної комунікації. У підрозділі *“Research Resources”* представлено мультимодальний набір форматів, що охоплює щорічний *“Technical Bulletin”* і спеціалізовані платформи на кшталт *“Raphael Research Resource”*. Ресурси доповнюються відео, цифровими публікаціями та форумами, наприклад *“Interfaith Sacred Art Forum”, “Women and the Arts Forum”* (рис. Б.39-40), які підтримують принципи академічної відкритості та репрезентативності.

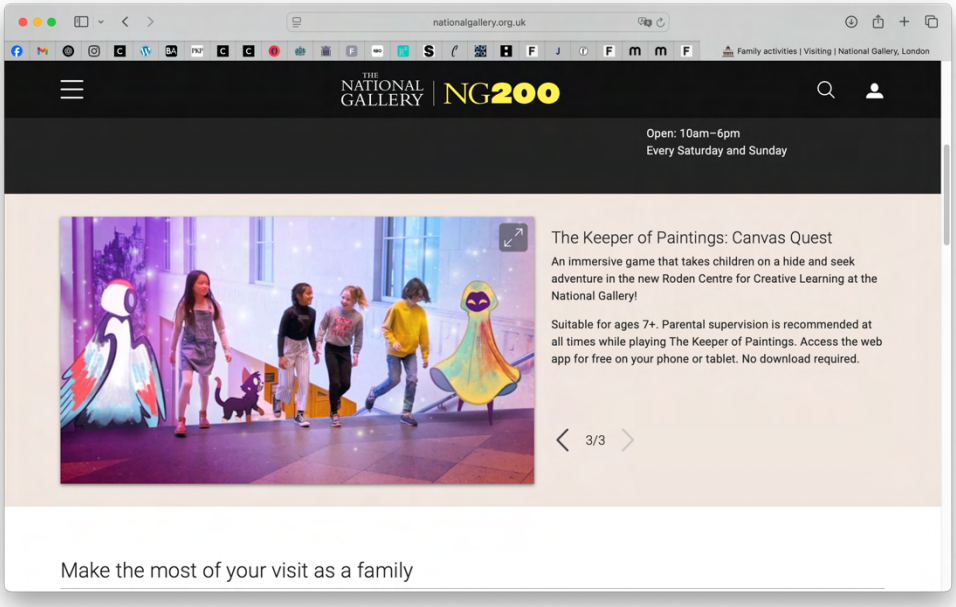


Рис. 3.1.34. Іммерсивна гра для дітей, 29.06.2025.
(https://www.nationalgallery.org.uk/whats-on/keeper-of-paintings)

Сайт Національної галереї також унаочнює концепцію музею як інклюзивного простору для сімейного дозвілля, навчання й креативної взаємодії. Візуально-мовна презентація родинних активностей поєднує яскраві зображення, лаконічні інформативні тексти та функціональні навігаційні елементи. Гасло *“there’s a place to connect, play and find out more about some of your favourite paintings”* слугує семантичним маркером концепту “дружнього музею”, орієнтованого на колективне пізнання. Одним із провідних елементів мультимодальної презентації є анонс гри *“The Keeper of Paintings: Canvas Quest”* (рис. 3.1.34), інтерактивного квесту для дітей у Центрі творчого навчання “Roden”. Комунікація вибудувана на поєднанні художніх образів, анімації, коротких текстових інструкцій та мобільного формату виконання завдань. Гра вибудовує квестову траєкторію з пошуком підказок серед експонатів і короткими сюжетами про історію картин. Візуальні матеріали, текстові інструкції та інтерфейсні підказки підтримують гейміфікований режим взаємодії.

Окремо репрезентовані *“The Welcome Space”* і *“The Social Space”* як адаптивні простори для самостійної або колективної творчості: тут відвідувачі

можуть малювати, грати, спілкуватися або відпочивати. Ключовим є посилення наративу *“Made by children, for children”*, що створює ефект партисипативної залученості. Вся секція *“Have fun with the family”* структурується за принципами емоційної доступності й візуального спрямування: великі зображення, позитивні сцени з дітьми, світлі інтер’єри, розміщення посилань на відео, розсилку та додаткові активності.

Унаочнення мультимодального потенціалу Національної портретної галереї здійснюється через головну сторінку, оформлену у формі великоформатного зображення з панорамним портретним колажем, що поєднує фігури історичних і сучасних постатей (рис. 3.1.35). Візуальний модус реалізовано через панорамний колаж. Вербальний модус подано у форматі гасла *“The National Portrait Gallery / About people, for people”* у центрі композиції. Поєднання обох рівнів формує інституційне повідомлення про фокус на людях та адресність звернення до аудиторії. Текстові елементи представлено контрастною білою гарнітурою на затемненому фоні, що робить повідомлення більш виразним і візуально помітним. Верхнє горизонтальне меню з логічно розміщеними розділами *“Visit”, “What’s on”, “Explore our Collection”, “Learn”, “Membership”* виконує навігаційну функцію, полегшує орієнтацію в розділах сайту та одночасно підкреслює інклюзивність і відкритість для різних аудиторій.

Функціонал розділу *“Explore our Collection”* (рис. Б.41) передбачає інтерактивне візуально-текстове середовище з доступом до найширшої у світі добірки портретів. Центральне зображення усміхненого чоловіка на тлі сцени в полі супроводжується гаслом *“Discover people and portraits from our extensive Collection”*, що фіксує зміщення фокусу з об’єктів мистецтва на особистості та наративи. Типографічний стиль та кольорова палітра залишаються узгодженими з візуальною айдентикою галереї.

Рис. 3.1.35. Головна сторінка Національної портретної галереї, 29.06.2025. *(https://www.npg.org.uk)*

Доступ до колекції реалізовано через кнопку пошуку з фільтрами, зручні мініатюри зображень, тематичні добірки та пояснювальні тексти, що забезпечують мультимодальну інтеграцію інформації. Такий підхід сприяє персоналізованому досвіду користувача та посиленню візуальної грамотності.

Цифровий гід Національної портретної галереї, інтегрований у застосунок Bloomberg Connects (рис. Б.42), надає доступ до понад 65 портретів постійної експозиції та тимчасових виставок. Користувачі можуть ознайомитись із тематичними добірками, зокрема *“Meet the portraits”, “Changemakers and campaigners”, “Self-portraits of women”, “Black is the figure”*, слухати аудіокоментарі, переглядати зображення й читати супровідні тексти. Для користувачів із порушеннями зору передбачено аудіоописи вибраних творів колекції, а також аудіоописані версії окремих відеоматеріалів, доступні через QR-коди у залах. Додаток можна завантажити заздалегідь або скористатися безкоштовним Wi-Fi у галереї. Аудіоконтент відтворюється лише через особисті навушники, які рекомендується мати з собою.

Окремої уваги заслуговує іммерсивна виставка “Stories - Brought to Life” (рис. Б.43-44), подана на зовнішній цифровій платформі npgunframed.com. Проєкт *“FRAMELESS Creative”*, створений на матеріалі портретної колекції, передбачає інтеграцію модальних ресурсів: цифрову сценографію, аудіовізуальні фрагменти, інтерпретативні тексти. Візуальні проєкції гасел, символів і фрагментів архівних матеріалів, наприклад *“VOTES FOR WOMEN”*, розгортають насичене комунікативне поле та переводять історичний досвід у сучасні візуальні коди. Вертикальна навігація, структуровані блоки сторінки, інформативні вставки *“BOOK NOW”* і *“Learn more”* підтримують орієнтацію в контенті та стимулюють рефлексивне осмислення. Подання матеріалу переводить традиційну виставку у формат імерсивного досвіду, підсилює емоційне сприйняття та пізнавальну активність.

Цифровий портал Royal Collection Trust (рис. Б.45-46), у свою чергу, демонструє переорієнтування королівської спадщини на публічну комунікацію в мультимодальному онлайн-середовищі. На головній сторінці домінує відеофрагмент із видом на Віндзорський замок; поруч розміщено заклики *“Visit Windsor Castle”* та *“Plan your visit”*, які вводять персоналізований сценарій планування відвідання. Композиція поєднує відеоряд, гіпертекстові кнопки й динамічний контент, завдяки чому навігація сприймається інтуїтивно, а траєкторія перегляду швидко переходить від онлайн-ознайомлення до підготовки реального візиту. Сукупність кнопок і гіперпосилань формує інтерфейсний ландшафт, орієнтований на відвідувача онлайн та на користувача, який планує фізичне відвідання.

Цифровий портал Royal Collection Trust вибудовує історичний контекст монархії та відкриває доступ до колекції через пошук, фільтри, сортування і візуальну навігацію. Розділ *“Explore the Collection”* налічує понад 295 000 одиниць цифрового контенту, доступ до них організовано через пошук, фільтри, сортування та візуальну навігацію. Колекційний масив охоплює живопис, декоративне мистецтво, меблі, графіку й архівні матеріали, кожен об’єкт має зображення, опис і рубрикацію, тому перегляд орієнтує користувача на

послідовне опрацювання матеріалів. Розділи *“Stories”, “Conservation”, “Royal Archives”* також подають матеріал через поєднання ілюстрацій і текстових пояснень.

3.2. Комунікативні стратегії музеїв на соціальних платформах

У цифровому комунікативному середовищі соціальні мережі використовуються як стратегічний простір публічного позиціонування музеїв, поширення культурного контенту та налагодження взаємодії з широкими аудиторіями. Активна присутність музейних інституцій на платформах Instagram, Facebook та TikTok зумовлює трансформацію форматів цифрової участі, де провідним вектором виступає не стільки інформування, скільки формування емоційного зв’язку з реципієнтом контенту. При цьому спостерігається чітка ієрархія платформ за ступенем музейної активності: Instagram стабільно утримує позицію провідного каналу комунікації завдяки візуальній природі контенту та високому рівню залучення відвідувачів, Facebook поступається за темпом оновлення та форматом взаємодії, а присутність британських музеїв у TikTok є фрагментарною – далеко не всі інституції мають там офіційні акаунти. Аналіз Facebook-дискурсу провідних британських музеїв висвітлює трансформацію музейної комунікації у відповідь на виклики пандемії COVID-19, зокрема використання інтерактивних форматів, емодзі, хештегів і гейміфікації як елементів емоційного залучення аудиторії (Belova 2021; Belova 2022). Застосування алгоритмів глибинної медіатизації та елементів штучного інтелекту в управлінні візуальним контентом посилює динаміку взаємодії з аудиторією, розширює цифрове охоплення та підвищує ефективність комунікативних стратегій музеїв у соціальних мережах (Wang et al., 2024).

У переважній більшості випадків музейна комунікація в соціальних медіа вибудовується на дублюванні ключових публікацій між платформами з частковою адаптацією до форматів і аудиторних очікувань конкретної мережі. Такий підхід підтримує єдність візуального стилю, тематичної лінії та

наративної послідовності, водночас зберігаючи специфіку платформи (зокрема різні режими подачі матеріалу в Instagram і Facebook). Стратегія посилює інституційну впізнаваність і формує цілісний брендовий образ музею в поліструктурному цифровому просторі. Соціальні мережі функціонують як канали поширення інформації та як простір інклюзивної взаємодії, що поєднує офіційну репрезентацію зі ситуативною комунікацією з аудиторією (Zingone, 2020). Інтенсивність цифрової активності музейних інституцій варіюється: частина музеїв регулярно оновлює контент і оперативно реагує на актуальні події, інші обмежуються періодичними повідомленнями, зосередженими на інституційних анонсах. За наявності активної цифрової стратегії зростає роль мультимодальних інтерактивних форматів – тематичних квізів, візуальних опитувань, ігрових добірок, які активізують залучення користувача та підтримують формування стійкої віртуальної спільноти довкола музейного контенту.

Музеї сьогодні орієнтується переважно на платформи, що мають найвищий рівень глобального охоплення. Згідно з аналітичними даними платформи Statista (рис. Б.47), до п’ятірки найбільш популярних онлайн-платформ світу за кількістю активних користувачів входять Instagram, Facebook і TikTok, які демонструють стабільне зростання та широке вікове й географічне охоплення аудиторії (Statista, 2025). Оскільки саме ці платформи визначають домінантні моделі цифрової взаємодії, подальший аналіз буде зосереджено на Instagram, Facebook і TikTok як репрезентативних прикладах сучасної музейної комунікації.

Серед британських музейних інституцій Природничий музей у Лондоні вирізняється високим рівнем цифрової активності та систематичним використанням соціальних платформ для роботи з аудиторією, зокрема через функціонал Instagram, а саме Instagram Stories, що виконує роль окремого інструмента швидкого залучення й зворотного зв’язку. Цей формат короткотривалих публікацій, що зникають через 24 години, створюючи ефект тимчасової події, яка вимагає миттєвої уваги. Варто зазначити, що, незважаючи

на наявність функції Stories на платформі Facebook, вона не використовується Природничим музеєм. Подібний підхід помітний і в інших британських музеях: формат Stories у Facebook майже не використовується для регулярних повідомлень і контакту з аудиторією.

Щоденні Instagram Stories Природничого музею містять динамічні формати розважального характеру – від візуалізованих наукових фактів до коротких питань, що вимагають реакції аудиторії. Особливість обраної стратегії полягає у використанні інтерактивних елементів, зокрема голосувань, мініквізів та реакцій, які активізують увагу, і забезпечують безпосередній зворотний зв'язок у режимі реального часу: користувач одразу бачить результати опитування, відсотковий розподіл відповідей або обрану аудиторією опцію. Такий формат комунікації сприяє формуванню ефекту присутності, а також підтримує сталість цифрової взаємодії, вбудовуючи музейний контент у повсякденні практики користувачів. Систематичність, візуальна привабливість та ігрова структура цих мікроформатів дозволяють музею зберігати інтерес постійної аудиторії.

Одним із яскравих прикладів такої наративної побудови виступає мультимодально скоординована послідовність Stories (13.07.2025), що супроводжує тимчасову виставку "Space: Could Life Exist Beyond Earth?" (16.05.2025–22.02.2026). Контент упорядковано у форматі цифрової музейної розповіді, тематична прогресія поєднує візуальні кадри, лаконічні текстові формули та інтерфейсні інструменти взаємодії, орієнтовані на емоційне залучення й участь аудиторії. Перший кадр Stories розпочинає комунікативну взаємодію: репліка *"Phew, it's been really warm in London this week!"* (рис. 3.2.1) супроводжується питанням до аудиторії *"How's the weather in your area?"* з візуально вмотивованим опитуванням. Відповіді, від гумористичного *"It's boiling!"* (81%) до альтернативних варіантів *"It's quite mild"* (15%) і *"It's very cold"* (4%) (рис. 3.2.2), створюють ефект співпереживання і присутності, а також задають режим невимушеного діалогу. Слідом у наратив вводиться наукова

інтрига *“Can you guess what an icy moon is?”* (рис. 3.2.3), доповнена емодзі 🥶 , що графічно закріплює семантику холоду.

Рис. 3.2.1. Instagram Stories Природничого музею, 13.07.2025.

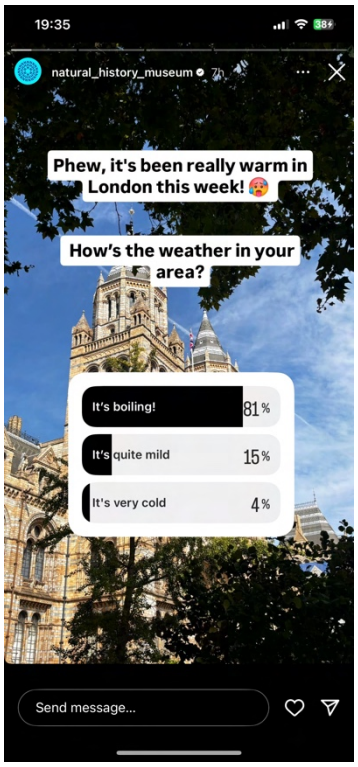


Рис. 3.2.2. Кадр з питанням *“How’s the weather in your area?”*, 13.07.2025.

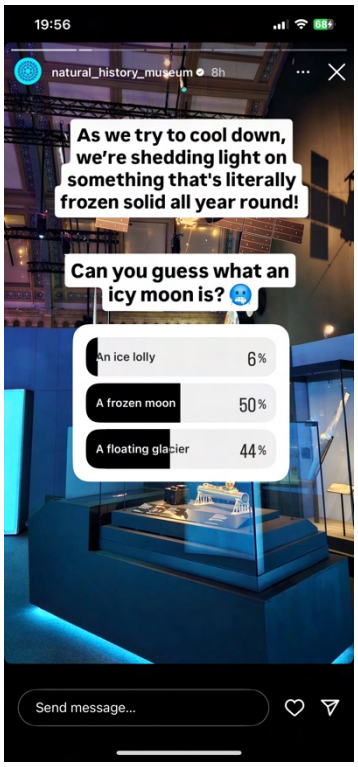


Рис. 3.2.3. Кадр з питанням *“Can you guess what an icy moon is?”*, 13.07.2025.

Структура сторіз побудована на принципі поступової когнітивної активації: спершу увагу утримує повсякденний мотив погоди, далі взаємодія переходить у формат гри-відгадування. Варіанти відповідей поєднують інформативний орієнтир *“a frozen moon”* і жартівливий варіант *“an ice lolly”*, тому інтерпретація не зводиться до одного сценарію. Після голосування інтерфейс одразу показує підсумки, дає миттєвий зворотний зв’язок і візуалізує участь інших.

У наступних сторіз (рис. 3.2.4-3.2.5) відбувається інформаційне розгортання теми – надається наукова довідка про місію *“Juice”* Європейського

космічного агентства та супутники Юпітера, зокрема Ганімед, Каллісто й Європу.

Рис. 3.2.4. Кадр зі стікером ❄️, 13.07.2025.

Рис. 3.2.5. Анімований ефект падіння сніжинок, 13.07.2025.

Рис. 3.2.6. Кадр з посиланням на сторінку виставки, 13.07.2025.

Використання емодзі 🌊 та інтерактивного стікера з сніжинкою ❄️ у супроводі тексту, зокрема у фразі "*mapping hidden oceans*", виконує функцію семантичного підсилення ключових понять, пов'язаних із темою крижаних поверхонь і підповерхневих океанів. У сам стікер ❄️ вбудовано реакцію з анімованим ефектом: при натисканні на нього по екрану починають падати сніжинки, створюючи візуально-атмосферне доповнення до наукового змісту й підтримуючи образну цілісність наративу про крижані супутники. Емотивний тригер посилює естетичну привабливість сторіз. Ігрова реакція доповнює мультимодальне представлення наукового змісту.

Завершальна частина блоку (рис. 3.2.6) містить пряме посилання *(link sticker)* на сторінку виставки, заохочення до участі *"Explore life in extreme*

environments, spend a day on Mars…” та графічне оформлення через емодзі 🚀 і 🌌, які підтримують наратив про космос. У цілісному вигляді мультимодальний блок Stories демонструє стратегічну інтеграцію розважальних, освітніх та рекламних функцій, де кожен елемент, від стилістики запитань і варіантів відповідей до візуального темпоритму, спрямований на формування емоційно-пізнавального досвіду.

Інший тематичний блок Stories (12.07.2025) розгортає комунікацію довкола багатомовних екскурсій як засобу інтерактивного залучення та розширення охоплення аудиторії. Серія зосереджує увагу на літньому проєкті оглядових екскурсій іспанською та турецькою мовами, вводячи мотив лінгвістичної багатоманітності. Основне повідомлення оформлено короткими текстовими вставками на тлі зображень із виставкових залів. У візуальному плані домінують скелети динозаврів – упізнаваний символ колекції. Перша історія (рис. 3.2.7) запрошує аудиторію випробувати свої мовні навички через запитання “*Do you know how to say ‘dinosaur’ in languages other than English?*” з супровідними емодзі 🤔🦕, які додають емоційної виразності. Опитування подане у формі простого вибору *“I do!” / “I don’t”,* що знижує поріг залучення, дозволяючи глядачеві миттєво відреагувати. На другому слайді (рис. 3.2.8) логіка гри продовжується – текст формує коротку наративну рамку: “*This summer, we’re offering our popular highlights tours in Spanish and Turkish”* та виконує функцію інформування і водночас запрошення до участі в екскурсії. Далі користувачам пропонується здогадатися, як слово *“Stegosaurus”* перекладається турецькою мовою. Основу візуального ряду становить зображення скелета динозавра у виставковому просторі музею, що виступає знаковим фоном і створює тематичну відповідність між текстовим повідомленням та об’єктом на фото. На передньому плані розміщено інтерактивний слайдер-стікер у вигляді емодзі 😮 з горизонтальною шкалою білого кольору для позначення інтенсивності емоційної реакції. Після активації слайдера емодзі анімується (рис. 3.2.9): збільшується, “злітає” вгору й, якщо обраний напрям збігається з варіантом більшості, на екрані з’являється підпис “*Most common answer”*.

Рис. 3.2.7. Кадр з опитуванням *"I do!" / "I don't"*, 12.07.2025.

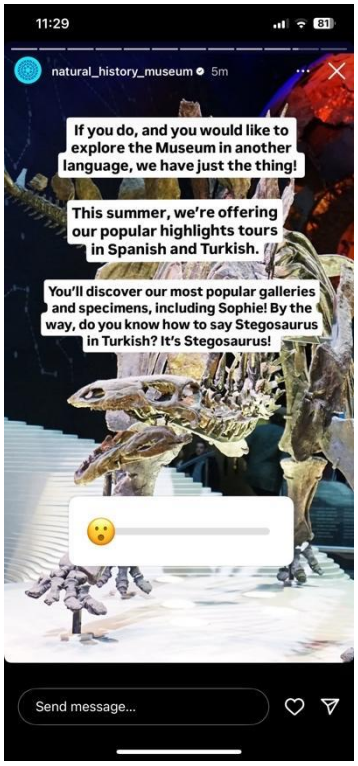


Рис. 3.2.8. Кадр з інтерактивним слайдером-стікером, 12.07.2025.

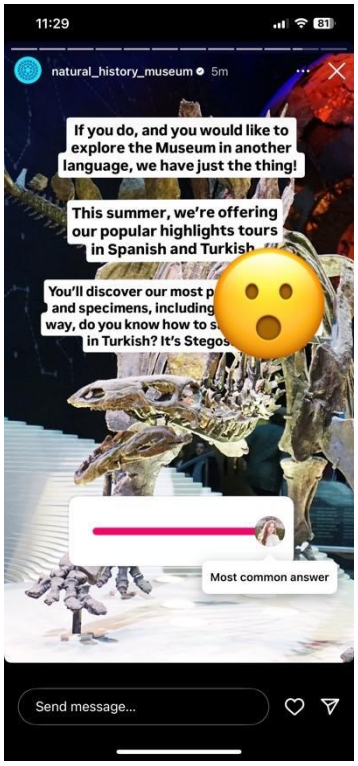


Рис. 3.2.9. Анімація зльоту догори, 12.07.2025.

Дизайн дає змогу користувачеві сформулювати власне припущення та одразу співвіднести його з колективною відповіддю аудиторії, активізуючи соціальну динаміку взаємодії та механізми зворотного зв'язку в реальному часі. Завершальна частина блоку (рис. 3.2.10) поєднує візуальну панораму Hintze Hall з текстом, який перелічує найцікавіші експонати, включно з колекцією *"Mary Anning у Fossil Marine Reptiles Gallery"*. На тлі монументальних сходів і скелета кита Віллі обрамлено інтерактивний заклик *"Find out more"* у вигляді клікабельного стікера з іконкою ланцюжка 🔗, що спрямовує користувача на вебсайт музею.

Мультимодальна структура Instagram Stories Natural History Museum, присвячених спостереженню за птахами *(birdwatching)* (11.07.2025), вибудовується як інтерактивний наратив, у якому емодзі виконують ключову функцію семіотичної організації: вони позначають смислові вузли, модулюють

афективну рамку сприйняття та структурують візуально-вербальну взаємодію з користувачем.

Рис. 3.2.10. Стікер-посилання з іконкою ланцюжка 🔗, 12.07.2025.

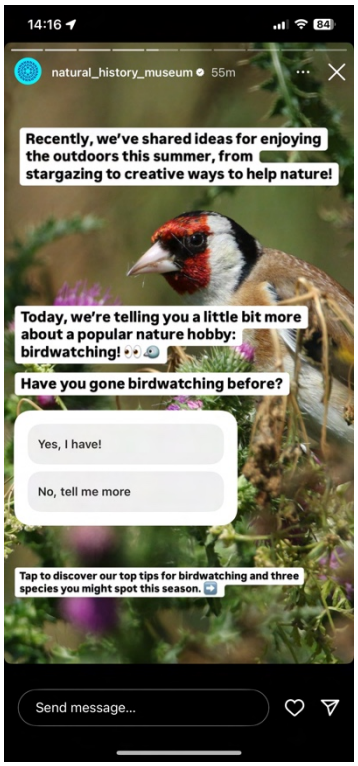


Рис. 3.2.11. Кадр з опитуванням *"Have you gone birdwatching before?"*, 11.07.2025.

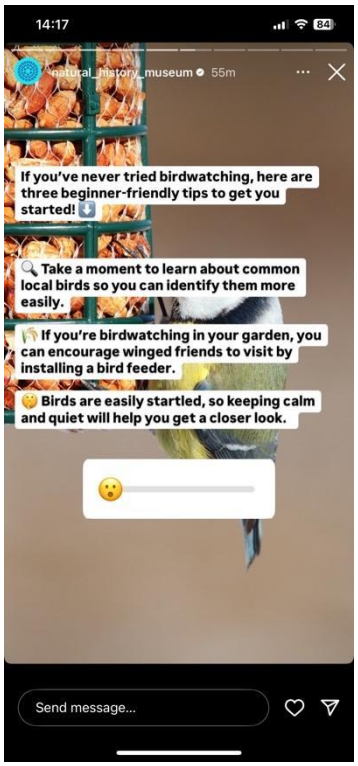


Рис. 3.2.12. Кадр з текстовими порадами та емодзі, 11.07.2025.

Вступне повідомлення іншого блоку Instagram Stories вводить тему спостереження за птахами, пов'язуючи її з літнім сезоном і персоналізованим дозвіллям, активізуючи комунікативну взаємодію через опитування *"Have you gone birdwatching before?"* (рис. 3.2.11). Зображення щиглика *(goldfinch)* на контрастному рослинному тлі концентрує увагу на об'єкті спостереження. Емодзі 👀 та 🪩 працюють семіотичними індикаторами фокусу й орнітологічного сюжету. Напис у нижній частині першої історії *"Tap to discover our top tips for birdwatching and three species you might spot this season* ➡️*"* є імпліцитним навігаційним індикатором. Стрілка у поєднанні з дієсловом дії спрямовує перегляд до наступних слайдів, зберігає динаміку Stories і утримує увагу глядача.

Інструктивний фрагмент сторіз містить три початкові поради (рис. 3.2.12). Кожну пораду супроводжують емодзі (🔍, 🌾, 🤫) – візуальні маркери змістових акцентів. Перша порада має формулювання *“Take a moment to learn about common local birds so you can identify them more easily”*. Поруч додано емодзі 🔍. Символ лупи спрямовує увагу на уважному вивченні поширених місцевих видів і подальшому розпізнаванні птахів. У другій пораді *“If you're birdwatching in your garden, you can encourage winged friends to visit by installing a bird feeder”* емодзі травинки (🌾) вказує на локалізацію активності у садовому або природному просторі. Третя порада *“Birds are easily startled, so keeping calm and quiet will help you get a closer look”* супроводжується емодзі мовчання 🤫, яке підкреслює доцільність спокою й тиші для ближчого спостереження за птахами. Емодзі виконують функцію інтегративних маркерів, що поєднують інформативний і емоційний плани повідомлення, перетворюючи вербальний контент на цілісне мультимодальне повідомлення. Динамічна смужка з емодзі 😯 підсилює інтерактивність, формуючи афективну залученість користувача та переводячи інформативний компонент у площину діалогової взаємодії.

У наступному сегменті поєднуються дескриптивна й емоційна функції наративу через візуалізацію різновидів британських птахів. Зображення супроводжуються емодзі-коментарями, що кодують афективну реакцію: від захоплення (😍) у випадку співочого дрозда (*spotted song thrush*) (рис. 3.2.13) до емпатії та занепокоєння (😢) у зв’язку зі зникненням або рідкісним статусом кільчастого дрозда (*ring ouzel*) (рис. 3.2.14). Візуальні акценти у поєднанні з лаконічними поясненнями підсилюють естетичний ефект і пізнавальний інтерес. Наприкінці серії Stories акцент переходить до домашнього саду й локальних практик спостереження за птахами. Репрезентація звичних для британського середовища видів *(в’юрок – chaffinch, малинівка – robin, блакитна синиця – blue tit)* супроводжується інтерактивною реакцією у вигляді емодзі 😍, натискання на яку запускає анімований візуальний ефект – численні емодзі 😍 спливають на екрані й піднімаються вгору (рис. 3.2.15), формуючи емоційно насичене візуальне поле.

Рис. 3.2.13. Анімація зльоту емодзі 😍, 11.07.2025.

Рис. 3.2.14. Анімація зльоту емодзі 😢, 11.07.2025.

Рис. 3.2.15. Анімація з численними емодзі 😍, 11.07.2025.

Інтерфейсна реакція із emoji переводить індивідуальний жест у колективний коментар. Цифрова графіка додає реакції візуальної форми й переводить участь користувача у видимий сигнал. Когерентність підтримує єдина логіка сюжету, від візуального стимулу до інтерпретації та взаємодії.

Таким чином, аналізований цифровий контент музею реалізує концепт комунікативного мікроекспозиціонування: просвітницькі принципи музейної дидактики адаптовано до жанрових та естетичних вимог соціальних медіа. Мультимодальність підтримує когнітивно-емоційний режим сприйняття, орієнтований на короткий сюжет і інтерфейсну участь. Партисипативні практики посилюють цифрову взаємодію; аудиторія долучається до розгортання наративу у ролі співучасника комунікації (Mancini, 2023). Емодзі слугують гнучкими паралінгвістичними маркерами, ритмізують повідомлення та формують емоційний тон.

Порівняно з іншими інтерактивними моделями цифрової взаємодії Музей Вікторії та Альберта, Британський музей, Національна галерея та Національна портретна галерея демонструють помірну активність у форматі Instagram Stories. Використання формату здебільшого обмежується повторним розміщенням матеріалів зі стрічки *(feed)* та короткими анонсами поточних виставок, подій і програм музею. Перевага інформаційно-презентаційної функції над інтерактивною поєднується зі стабільною візуальною та брендовою послідовністю, водночас інноваційні прийоми мультимодального залучення з'являються епізодично.

Instagram Stories Національної портретної галереї демонструють інституційно-маркетинговий тип мультимодальної комунікації з пріоритетом когнітивного інформування, навігаційної підтримки та відтворення брендового наративу. Цифровий блок сторіз від 14 липня 2025 року демонструє чітко марковану композиційну структуру, побудовану за принципом рубрикації подій. Перший слайд із червоним фоном і вертикальним написом *"What's on"* задає візуальну домінанту та виконує роль фрейму для подальшого контенту.

Кожен наступний слайд реалізує окремий мікронаратив події, побудований на комбінації заголовку, візуального фону та навігаційного індикатора. Наприклад, анонс *"Portrait of the Day Talk: David Bowie"* супроводжується портретним зображенням та інтерактивною кнопкою *"Pick a Portrait",* яка слугує інтерфейсним тригером для переходу на сайт музею (рис. 3.2.16). Між зображенням, назвою події, часово-просторовими відомостями та кнопкою переходу встановлюється рівний комплементарний статус, оскільки повний зміст повідомлення формується лише в їх поєднанні. На логіко-семантичному рівні взаємодія реалізує обставинне доповнення *(enhancement)*, тобто додавання обставинних параметрів події – часу, місця, причини, результату або сценарію подальшої дії.

Рис. 3.2.16. Instagram Stories Національної портретної галереї, 14.07.2025.

Рис. 3.2.17. Кадр з анонсом *"LGBTQ+ highlights tour"*, 14.07.2025.

Рис. 3.2.18. Кадр з анонсом *"Inspiring Women highlights tour"*, 14.07.2025.

Подібним чином оформлені слайди про *"Daily highlights tour", "LGBTQ+ highlights tour", "Inspiring Women highlights tour",* де візуальний компонент несе функцію ілюстративного підкріплення, а нижній текстовий рядок із закликами на кшталт "*Book now", "Find out more", "Plan your visit"* формує логіку поведінкової взаємодії з контентом (рис. 3.2.17-3.2.18).

Варто звернути увагу на синтаксис мультимодального тексту: у центрі вербального блоку – короткий дескриптивний фрейм події (назва, дата, місце), а візуальний ряд задає інституційний стиль спілкування, сформований на основі принципів стриманості та професійної репрезентації. Наприклад, слайд *"Live at Larry's – Jazz Evenings"* візуалізує подію через темний фон, інтенсивне освітлення сцени та кнопку Book a Table, що апелює до досвіду вечірнього культурного дозвілля.

Слайди, присвячені тимчасовим виставкам “Jenny Saville: The Anatomy of Painting”, “Herbert Smith Freehills Portrait Award”, “Live at Larry’s”, виконують стратегічну функцію анонсування (рис. Б.48-50). Композиція залишається сталою: назва проєкту, візуальне тло, короткий опис, навігаційна кнопка. Матеріал подано у форматі жанрово усталеного мультимодального дайджесту. Єдність оформлення та повторювана композиційна схема підтримують впізнаваність музею й його інституційну ідентичність. Відсутність великої кількості емодзі, динамічних реакцій або гейміфікованих елементів засвідчує перевагу раціонального подання інформації, розрахованого на цільову аудиторію. Структура Stories зосереджена на анонсах і переходах на зовнішні сторінки через інтерфейсні кнопки та посилання. Загальна модель Insta Stories Національної портретної галереї підтримує стриманий інституційний тон, послідовну візуальну стилістику й повторювану структуру повідомлень.

У цифровій комунікації Національної галереї також простежується стратегія персоналізованої взаємодії через інтерактивні Instagram stories. Показовим прикладом слугує серія публікацій *“Choose Your Own Tour”* (23.07.2025), у якій користувачам пропонується взяти участь у виборі музейної зали для віртуального мінітуру (рис. 3.2.19).

Перший етап – інтерактивне опитування з варіантами двох зал *(“Room 42”* і *“Room 57”*), яке формує відчуття індивідуального впливу користувача на вектор музейної розповіді (рис. 3.2.20). Перемогу здобуває зала під номером 42, в якій знаходиться експозиція пастельних робіт художників Дега, Ліотара та Карр’єри (рис. 3.2.21). Далі розгортається серія Stories, які структурують мінітур у форматі покадрової розповіді з візуальним акцентом на ключові роботи. У центрі уваги опиняються три роботи: *“Ballet Dancers”* Едгара Дега, *“The Lavergne Family Breakfast”* Жана-Етьєна Ліотара та *“Portrait of a Man”* Розальби Карр’єри.

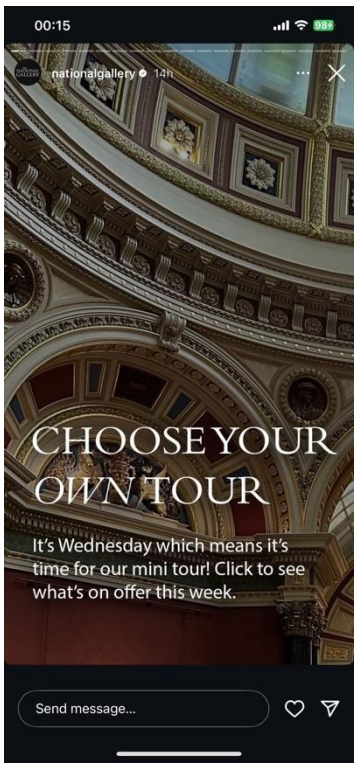


Рис. 3.2.19. Instagram Stories Національної галереї, 23.07.2025.

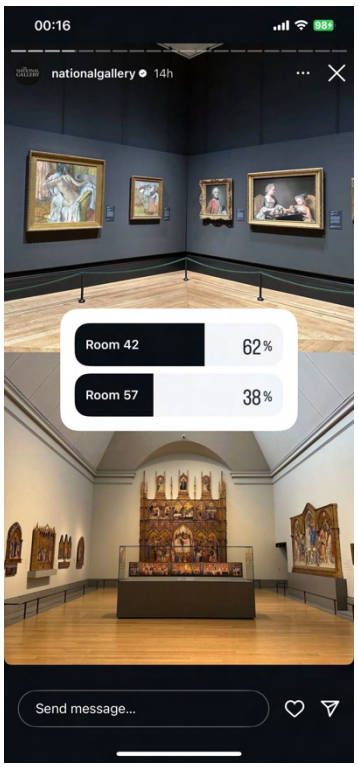


Рис. 3.2.20. Кадр з опитуванням з варіантами двох зал, 23.07.2025.

Рис. 3.2.21. Кадр про зал, що переміг в опитуванні, 23.07.2025.

Кожну з них представлено у форматі серії структурованих слайдів, що поєднують фрагменти зображень, короткі фактологічні пояснення та інтерпретативні титри (рис. 3.2.22-3.2.23). Формальна організація Stories відтворює жанрову логіку мікросюжету: чергування загального плану й детальних візуальних акцентів, супроводжених коментарями, моделює ефект цифрового “живого гіда”.

Завершальний заклик “*Which Room would you like to see next?”* із полем для відкритої відповіді виконує функцію інтерактивного зворотного зв’язку та підтримує діалог з аудиторією (рис. 3.2.24). Звернення з відкритою відповіддю утримує увагу аудиторії, стимулює повторну взаємодію з контентом й підсилює відчуття особистої участі в музейному цифровому наративі.

Рис. 3.2.22. Кадр з картиною і текстовою інфорацією, 23.07.2025.

Рис. 3.2.23. Кадр з деталями картини і фактом, 23.07.2025.

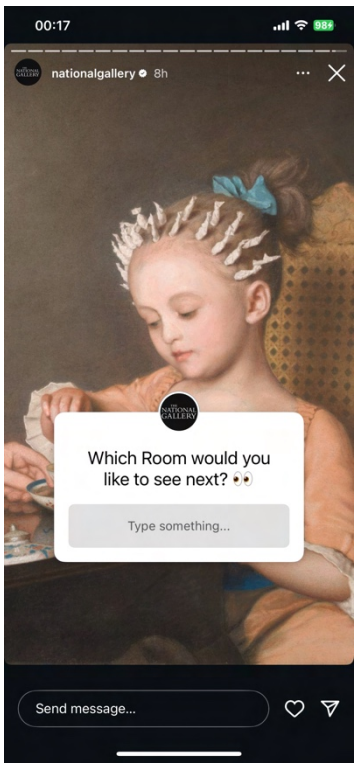


Рис. 3.2.24. Кадр з питанням "*Which Room would you like to see next?"*, 23.07.2025.

Британський музей, у свою чергу, переважно дублює публікації з основної стрічки *(feed)* в Instagram Stories, використовуючи цей формат переважно для збільшення охоплення аудиторії. Наприклад, 14 липня 2025 року музей опублікував відео про проєкт, присвячений національній індійській страві чаат (*chaat)*, у співпраці з ініціативою Vegetarian Brown Girls. У відео кухарі, фудблогери та активісти діляться власними версіями страви, підкреслюючи, що "*chaat"* – це не лише їжа, а культурний жест, що зберігає пам'ять, голос і відчуття приналежності. Публікація супроводжується емоційним коментарем: "*Chaat isn't a recipe. It's a feeling"* (рис. Б.51). Мультимодальність реалізується через поєднання візуального наративу (процес приготування, інгредієнти, взаємодія учасників) із текстовими маркерами, що задають інтерпретаційну рамку. Відео дубльовано як у стрічці, так і в Stories, де візуальна рамка залишилася ідентичною – логотип проєкту, текстовий заголовок *"LIVING TRADITIONS*

TOLD THROUGH CHAAT" та ім'я колаборації Vegetarian Brown Girls x The British Museum (рис. Б.52).

Іншим прикладом дублювання публікацій у стрічці та Stories є пост, присвячений розіграшу, організованому спільно з Japan House London (15.07.2025). Розіграш проведено паралельно з виставками "Hiroshige: artist of the open road" і "Pictograms: Iconic Japanese Designs". У стрічці подано візуальні афіші проєкту, текстові умови участі та ключові дати події. У той же день відповідна сторіз дублює головне зображення допису, залишаючи візуально-композиційну структуру незмінною: стилізований пейзаж у дусі японського гравюри, заголовок *"Giveaway"* і логотипи партнерських інституцій (рис. Б.53). Узгодженість візуального стилю зберігається в обох форматах платформи, однак Stories не створюють додаткової інтерактивної інтенсивності. Дублювання допису у стрічці та Stories підсилює видимість матеріалу на платформі й зберігає інституційний стиль. Порівняння з практиками Природничого музею засвідчує нижчу інтенсивність інтерактивних рішень: Instagram Stories Британського музею здебільшого повторюють матеріал стрічки та працюють у режимі інформування й анонсування. Мультимодальне оформлення спирається на сталі візуальні схеми, тоді як інтерактивні елементи та розгортання мікронаративу з'являються епізодично.

У соціальних мережах музеї дедалі активніше реалізують інформативну функцію, орієнтуючись на популяризацію наукових знань, формування пізнавального інтересу та розширення аудиторії. Публікаційна стратегія передбачає різноманітні формати – від статичних зображень з текстовими поясненнями до коротких відео з аудіальним або субтитрованим супроводом, що сприяє доступності сприйняття (Rodríguez-Vera et al., 2024). Британські музеї вибудовують профілі у соціальних мережах у форматі цілісних візуально-комунікативних платформ: у публікаціях поєднуються представлення експонатів, архітектури, виставкових просторів і мультимодальних освітніх форматів. У структурі профілів простежується впорядкована сітка, що чергує

жанрові типи контенту: експозиційні знімки, розповіді кураторів, пояснювальні відео, архівні матеріали та стилізовані візуальні композиції.

Наприклад, у профілі Природничого музею системно представлено зображення тварин, музейних інтер'єрів, архітектурних фрагментів, експонатів колекції та працівників наукового відділу (рис. Б.54-56). Особливу роль відіграють публікації з практичними порадами, короткими фактами та тематично впорядкованими серіями, що забезпечують когнітивну структурованість сприйняття. У профілі Національної портретної галереї домінують портрети – живописні, фотографічні та цифрові, – а також візуальні матеріали, пов'язані з виставками, художниками та сучасними діячами культури, що вибудовують послідовний наратив індивідуальної репрезентації. Стрічка Британського музею, у свою чергу, вирізняється жанровим розмаїттям: артефакти, кураторські відео, виставкові анонси, сюжетні візуалізації та елементи іронічного контенту поєднуються в динамічну композицію, орієнтовану на широке коло аудиторії та різні моделі взаємодії (рис. 3.2.25-3.2.27). Показовим є карусельний допис Британського музею із аудіодоріжкою Taylor Swift *"Cruel Summer"* (18.07.2025), у якому музей узгоджує попкультурний саундтрек, іронічні текстові заголовки та добір колекційних зображень у спільній темі сезонного дискомфорту (рис. Б.57-62). Верхній текст кожного слайду подано у форматі коротких розмовних формул, близьких до структури мемів: *"Trying to escape undesirable odours", "Avoiding all crowds at all costs", "Always spotting that one guy who just HAS to be topless all the time", "Sitting in pools of your own sweat", "Doing anything you can to find some shade", "Inevitably getting sunburn", "Being attacked by insects"*. Візуальний ряд пропонує історичні гравюри, сатиричні портретні зображення, медаль із оголеним атлетичним торсом, пасторальну сцену з пошуком тіні, експресивну червоно-чорну графіку зі знаком сонячного опіку, античну вазу з багатофігурною сценою та дрібними зображеннями комах у розписі. Комічний ефект виникає через накладання сучасних побутових описів тілесних відчуттів на античні візуальні сюжети, а також через контраст між розмовною лексикою заголовків і високою культурною вагою артефактів. Аудіальна модальність

підтримує смислову зв'язність блоку на рівні назви й настрою. Назва треку *"Cruel Summer"* дублює ключову ідею підпису до публікації, у якому літо описано як очікувану, але "жорстку" пору року: *"For nine months of the year, we yearn to bask in the summer sun… forgetting how cruel summer can be* 😞*"*. Простежується синхронізація заголовка пісні з лексемою *"cruel"* у підписі до публікації.

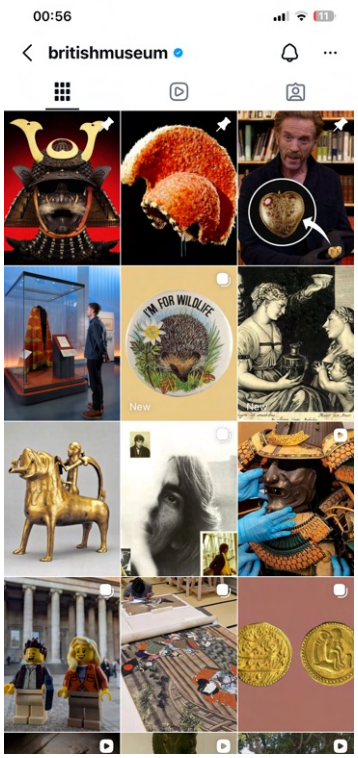


Рис. 3.2.25. Instagram стрічка Британського музею.

Рис. 3.2.26. Відео з інформацією від куратора.

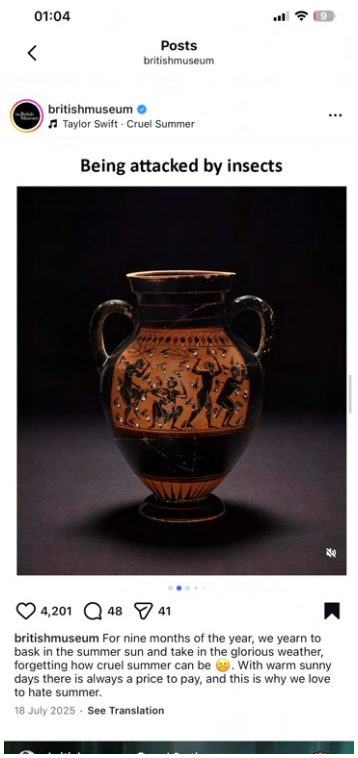


Рис. 3.2.27. Карусельний допис Британського музею.

Природничий музей демонструє системний підхід до створення мультимодального освітнього контенту: основна стрічка Instagram включає численні дописи, у яких візуальний елемент поєднується із заголовковим запитанням. Такі публікації нерідко порушують незвичні або провокативні теми, що привертають увагу та активізують інтерес до природних процесів. Зміст охоплює широкий тематичний спектр, від біологічних феноменів до екологічних процесів, і спрямований на когнітивне залучення аудиторії шляхом поєднання

інформативного та візуального компонентів у межах єдиного мультимодального повідомлення.

Публікації варіюються від зображень із текстовими поясненнями до коротких відео з аудіо- або субтитрованим супроводом, що підвищує доступність контенту. Заголовки публікацій Природничого музею у новинній стрічці Instagram часто мають інтерогативну структуру, починаючись із питальних слів *“What”, “How”, “Why”* або *“Do”,* наприклад “*How do fireflies glow?”* або *“Do dolphins get high on pufferfish?*”, що виконує роль когнітивного тригера (рис. 3.2.28-3.2.30). Такий підхід активізує увагу глядача й сприяє переходу до перегляду мультимодального наративу з науковим поясненням.

Рис. 3.2.28. Заголовок публікації Природничого музею “*How do fireflies glow?”*

Рис. 3.2.29. Заголовок публікації Природничого музею “*Why aren’t some eggs egg-shaped?”*

Рис. 3.2.30. Заголовок публікації Природничого музею *“Do dolphins get high on pufferfish?*”

Наприклад, у дописі “*How do fireflies glow?”* поєднання макрозображення комахи у темряві, субтитрованого відео *(reel)* з коментарем ентомолога та текстового пояснення з хештегами створює емоційно-семіотичну рамку для осмислення феномену біолюмінесценції та акцентує на точності термінології. Аналогічну структуру демонструє публікація “*Why aren't some eggs egg-shaped?”*, де образна візуалізація доповнюється поясненням куратора музею про адаптивні стратегії гніздування гагарок. Виразну комунікативну структуру демонструє допис “*Do dolphins get high on pufferfish?”*, у якому провокативне

запитання та візуальні кадри гри дельфінів із токсичною рибою супроводжуються озвученим коментарем науковця, що подає інформацію у формі наукової гіпотези з популяризаторським інтонаційним забарвленням. У кожному дописі повторюється одна схема: питальний заголовок, наочний візуальний кадр, відео *(reel)* із субтитрами та озвученим коментарем фахівця, підпис із коротким поясненням і хештегами. Поєднання текстового запитання, візуального кадру та експертної відповіді у відеоформаті з аудіосупроводом або субтитрами вибудовує коротку освітню оповідь на основі кросмодальної узгодженості.

У цифровій комунікації провідних музеїв Великої Британії також простежується стратегія системного використання хештегів як інструменту змістової організації, інтерфейсної навігації та соціомедійного позиціонування.

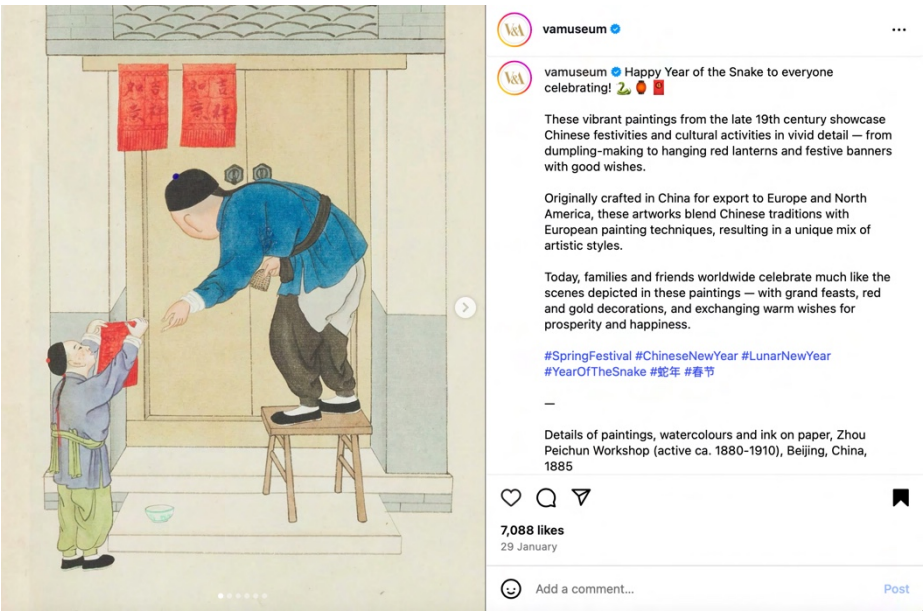


Рис. 3.2.31. Допис Музею Вікторії та Альберта до Китайського Нового року, 29.01.2025.

Хештеги у публікаціях виконують функцію тематичних індексів, що закріплюють ключові акценти допису – від часових подій і виставкових ініціатив до тематичних ідентифікаторів і форматного позиціонування контенту. У профілі Музею Вікторії та Альберта, наприклад, святковий допис до

Китайського Нового року (29.01.2025) супроводжується комплексом хештегів: #SpringFestival, #ChineseNewYear, #LunarNewYear, #YearOfTheSnake, #蛇年, #春节, які окреслюють культурну тематику публікації та формують транскультурну рамку рецепції (рис. 3.2.31). Британський музей використовує #AprilFools у сатиричній публікації з гравюрами Роберта Сеймура, апелюючи до жанрової специфіки карикатури й календарного маркера, тоді як у дописі про *Cha-U-Kao* застосовано #QueerHistories як маркер інституційної підтримки інклюзивної історіографії (рис. Б.63-64).

Природничий музей активно структурує контент за допомогою тегів, що відповідають тематиці галерей і виставок: у дописі про нову експозицію "Space: Could Life Exist Beyond Earth?" (16.05.2025) фігурують #Space, #Mars, #Moon, #Planet, що фокусують увагу на науковому вимірі проєкту, а публікація з опитуванням про улюблену галерею супроводжується #Gallery, #Minerals, #Dinosaurs і спрямовують увагу на відповідні сегменти колекції (рис. 3.2.32).

Національна галерея, презентуючи подкаст *"Stories in Colour"*, використовує хештеги #StoriesInColour, #Podcast, #ArtHistory, що маркують одночасно й тематичну глибину (колористика, історія мистецтва), і форматну специфіку (аудіоконтент). У профілі Національної портретної галереї хештег #PortraitoftheDay використовується для регулярної рубрикації та підтримує сталу динаміку публікацій і водночас актуалізує архівні матеріали. Зокрема, у публікації про Одрі Гепберн цей тег поєднано з #DogsofInstagram, який відкриває допис до ширшого жанрового поля візуального сторітелінгу (рис. Б.65). У дописі до Міжнародного жіночого місяця, використано #WomensHistoryMonth та #Portraiture. Обидва хештеги окреслюють інтерпретаційний фрейм автопортрета Ґвен Джон (рис. Б.66).

Британський музей у соціомедійній комунікації підкреслює інституційну відкритість і підтримує візуальну самопрезентацію відвідувачів. Хештег #YourMuseum узгоджується з фото та відео відвідувачів, і індивідуальні враження перетворюються на публічний візуальний коментар. У разі репосту

музейною сторінкою цей індивідуальний досвід отримує інституційне підтвердження, стаючи частиною офіційного дискурсу.

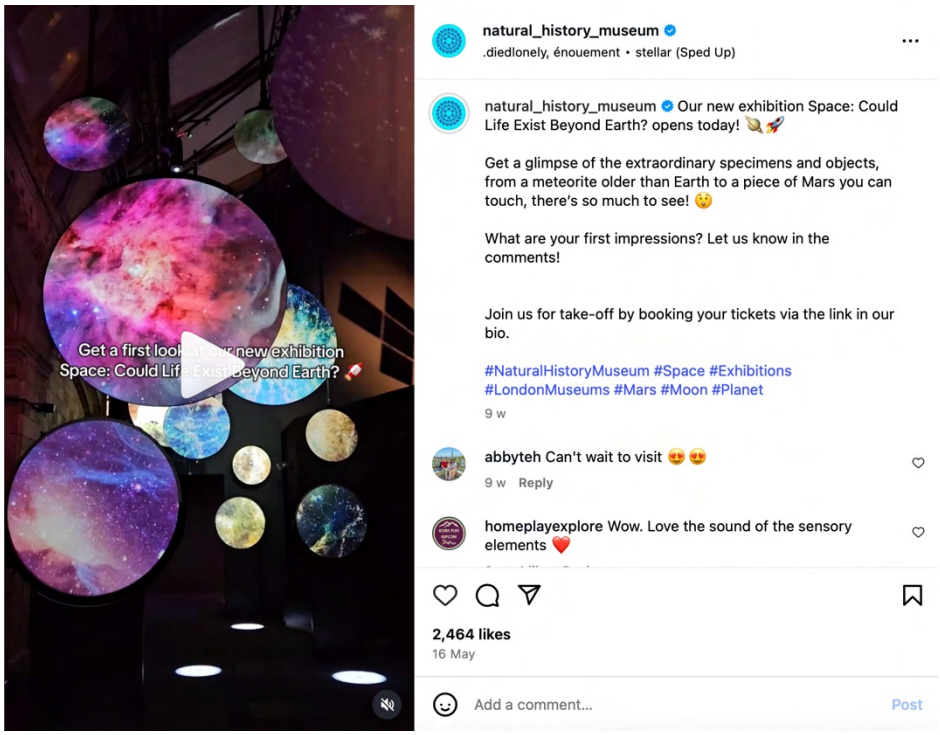


Рис. 3.2.32. Допис Природничого музею про експозицію “Space: Could Life Exist Beyond Earth?”, 16.05.2025.

Особливу роль у візуальній динаміці цифрових публікацій Британського музею відіграють емодзі, інтегровані в текстову структуру як семіотичні акценти. Їхня присутність не є декоративною, вони виконують функцію емоційної структуризації повідомлення та задають тон читацької інтерпретації. Так, у дописі *“Time for some bricks* 🧱*”* (04.11.2024) використано емодзі цеглини, що виступає одночасно як буквальне посилання на LEGO-фігурки в кадрі та як іронічний коментар до монументальності античних скульптур на фоні (рис. Б.67). Розміщення 🧱 у фіналі фрази створює ефект візуальної крапки. Емодзі завершує повідомлення й закріплює жартівливо-ігровий регістр допису. У публікації з іграшкою авокадо (02.01.2025) використано три емодзі луп (🔍🔍🔍) для візуалізації процесу дослідження, що співвідноситься з написом *“Ripe and ready to explore”* (рис. Б.68). У підписі *“We love seeing the Museum through your*

eyes! 🏛️*”* (07.01.2023) використано два однакових емодзі 🏛️ - на початку і в кінці речення (рис. Б.69) для створення візуальної симетрії та відсилання до колонадної архітектури музею.

В Instagram-стратегіях британських музеїв простежується тенденція до форматного розмаїття: поряд із відеопублікаціями активну роль відіграють дописи у форматі “каруселі” (*carousel post*) – публікації, що складаються з послідовності зображень або відео, які користувач переглядає шляхом горизонтального гортання. Запроваджений платформою у 2017 році, цей формат дозволяє структурувати наратив, розгортати тему поетапно та підвищувати інтерактивність, зокрема завдяки поєднанню візуального акценту з текстовими інструкціями до взаємодії. Характерним прикладом такого формату є дописи Природничого музею з числовою категоризацією. Число в заголовку окреслює кількість пунктів, а послідовна нумерація впорядковує читання й зменшує когнітивне навантаження. Налічується значна кількість публікацій на зразок: *“5 ways to help urban birds”, “5 ways to create a bee friendly garden”, “5 perfectly pink animals”, “5 dazzling rainbow animals”, “3 climate actions that will work for you”, “5 birds to spot this summer”, “5 signs that spring is on its way to brighten your day”* (рис. Б.70-72). Регулярне використання числових заголовків свідчить про цілеспрямоване впровадження числової категоризації як засобу когнітивного структурування цифрового контенту музею. Завдяки передбачуваній структурі такі заголовки полегшують сприйняття, активізують читацьке очікування та підсилюють освітню функцію допису. У цих публікаціях мультимодальний контент реалізується через поєднання фото тварин, візуально виділених заголовків і текстів супроводу, що доповнені тематичними емодзі, наприклад, у серії *“5 ways to help urban birds”* (15.06.2024) зображення дрозда, синиці та горобця. Вербальні інструкції, наприклаад *“Provide nesting spaces and materials* 🟤*”* і *“Put out fresh water for drinking and bathing* ⛲*”*, оформлено у форматі порад. Поруч розміщено емодзі 🟤, ⛲ як елементи інтерфейсного маркування (рис. Б.73). Емодзі в рядках порад працюють візуальними орієнтирами й прискорюють зчитування ключових дій. Піктограма кота 🐈 біля *“Redirect cats’*

killer instincts” концентрує увагу на ризиках від домашніх тварин, попереджувальний знак ☢️ у пункті про пестициди й обробки від бліх сигналізує небезпеку хімічних засобів, знак нічного міста 🌃 поряд з *“Reduce lights at night”* позначає рекомендацію з надмірним штучним освітленням у нічний час. Позначки нумерації від 1 до 5 (1️⃣–5️⃣) утримують покроковість викладу інформації і сегментують теми. Аналогічно вибудовується й наратив про бджіл у публікації “5 ways to create a bee friendly garden” (15.08.2024): фотографії пухнастих комах на квітах конюшини, шавлії чи жовтого буркуну супроводжуються меседжами на кшталт *“To weed, or not to weed”* чи *“Bees love clover”,* підсиленими емодзі 🐝, 🍀, 🌼 (рис. Б.74).

Окремі дописи супроводжуються розгорнутими текстовими описами візуального контенту *(image descriptions)*, розміщеними в коментарях або під візуальною частиною публікації (рис. Б.75). Вони виконують інклюзивну функцію та слугують засобом розширеного семіотичного тлумачення, доповнюючи зображення деталями, що можуть залишатися поза межами первинного візуального сприйняття. Наприклад, у публікації *“3 tips for stargazing this summer”* (29.06.2025) вказівка *“Image descriptions in the comments”* слугує маркером інклюзивної практики, орієнтованої на забезпечення доступності контенту та його глибшого розуміння. Текстовий опис, наданий у коментарях, містить покадрову деталізацію: *“A dark purple night sky with multiple shining stars. In the background, there are multiple bushes and trees. On the image, there's text saying '1. Find a good spot!' followed by eyes emoji…”; “A dark blue and purple night sky with multiple shining stars. In the middle ground, there's a large body of water…”* .

Схожу стратегію реалізовано в серії дописів із запитанням *“Can you guess who drew these sketches?* ✏️*”* (10.04.2025). Ілюстрації з архіву музею подають деталізовані наукові зображення черепів, зубів і викопних решток, доповнені коментарями з розгорнутими вербальними описами (рис. Б.76-78). Наприклад, *“An intricate drawing of a creature’s skull…”* або *“A drawing of what seems to be multiple teeth…”* задають спосіб розглядання зображення й спрямовують

інтерпретацію, забезпечуючи багаторівневе прочитання візуального тексту. Отже, опція *image descriptions* у цифровому музейному дискурсі не обмежується вимогами доступності, а водночас є інструментом інтерпретації музейного наративу в мультимодальному середовищі.

Окрему увагу привертає вбудований у зображення заклик до дії – "*Share your guesses in the comments!* 👇", який дублюється і в підписі до публікації, підсилюючи інтерактивний характер допису. У поєднанні з провокаційним питанням "*Can you guess who drew these sketches?* ✏️" та варіантами відповідей, зокрема *"Charles Darwin", "Mary Anning", "Alfred Russel Wallace"*, музей ініціює гру на впізнавання, що стимулює інтерпретаційну активність аудиторії. Додана підказка "*This person made groundbreaking fossil discoveries, including some on display at the Museum* 🔍" підкреслює зв'язок між цифровим наративом і фізичними експонатами, інтегруючи архівні матеріали в сучасний музейний дискурс. Структура допису поєднує візуальний і текстовий компоненти, інклюзивні описи, елементи гейміфікації та запрошення до коментаря, що актуалізує цифрову платформу музею як простір відкритого публічного залучення та партисипативної взаємодії.

Іншим прикладом ігрової взаємодії слугує допис із запитанням "*Can you name these 4 bees?*" (15.04.2025), що поєднує високоякісні макрознімки бджіл із текстовими фрагментами й емодзі 🌼🐝. Користувачам пропонується впізнати види бджіл на фото, зіставивши їх із наведеними назвами, наприклад "*Tree bumblebee", "Red mason bee"* тощо, а також залишити відповіді у коментарях (рис. Б.79-81). Ігрове завдання на впізнавання видів поєднує візуальні макрознімки з вербальними підказками та подає пізнавальну інформацію через загадку. Вербальні підказки доповнюються текстовими описами зображень у коментарях, що надають точний опис кольору, форми й дії зображених комах, розширюючи когнітивне сприйняття візуального контенту. Інтерактивний елемент *"Swipe to explore!* 👉*"*, вбудований у зображення, активізує динаміку перегляду, створюючи ефект поступового виявлення знань.

Характерною ознакою публікацій у форматі серії зображень (*carousel post*) є використання текстових інструкцій, що супроводжують перший слайд і виконують функцію візуального маркера навігації. Підказки, накшталт *“Swipe to explore! 👉”, “Swipe for a close-up 👉”, “Swipe to find out more 👉”, “Share your guesses in the comments 👇*”, розміщуються безпосередньо на зображенні у нижній частині кадру та виступають засобом активізації взаємодії з користувачем (рис. Б.82-87). Наприклад, у публікації про мінерал із підписом “*Introducing… the Dragon!*” інструкція *“Swipe for a close-up 👉*” виконує роль навігаційного імператива, спонукаючи глядача до подальшого перегляду об’єкта в деталях. У дописі про природні зимові явища текст “*Swipe to explore! 👉*” окреслює шлях до серії візуальних прикладів, спрямованих на пізнавальне занурення. Аналогічна структура *“Swipe to find out more”* спостерігається в каруселі про тарганову осу, динозавра T. rex, вимерлого птаха додо та дописі до #OzoneDay про відновлення озонового шару. Функціонально ці маркери поєднують інформативність, інтерфейсну орієнтацію та ігрову динаміку, вписуючи рух у наративну структуру допису. Карусельна подача виконує функцію інтерактивного навігаційного формату, що активізує залучення й підтримує мультимодальну динаміку музейної комунікації.

Аналогічна стратегія реалізується і в Reels-публікаціях Британського музею. Відео *“3 things you didn’t know about Michelangelo”* (24.05.2024) поєднує числову категоризацію з повноцінним мультимодальним наративом: кожен із трьох фактів подано у вигляді синхронізованого фрагмента, що складається з аудіооповіді, субтитрів і візуального ряду (рис. 3.2.33). Темпоральна організація забезпечується ритмічним монтажем: кадри змінюються відповідно до тексту аудіодоріжки, створюючи ефект ілюстрованого супроводу – від фрагментів живопису та історичних зображень до стилізованої графіки. Структура заголовків “*1. His career took off because of a forgery”, “2. He has a strange self-portrait in the Sistine Chapel”, “3. He could have been executed as a traitor”* організовує сприйняття у трьох кроках і закріплює послідовність викладу теми (рис. 3.2.34).

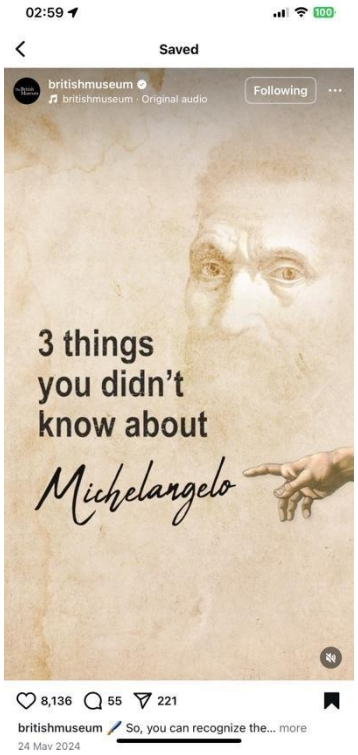


Рис. 3.2.33. Публікація Британського музею "3 things you didn't know about Michelangelo", 24.05.2024.

Рис. 3.2.34. Кадр з заголовком "*1. His career took off because of a forgery"*, 24.05.2024.

Рис. 3.2.35. Кадр з анімаваною рукою та грошима, 24.05.2024.

Ключовим візуальним маркером відео виступає образ руки – стилізований фрагмент фрески "Створення Адама", що з'являється у змінених контекстах і виконує функцію метафоричного коментаря до розповіді. Наприклад, коли йдеться про фальсифіковану скульптуру Купідона, рука тримає анімовані гроші, акцентуючи увагу на комерційній мотивації дій митця (рис. 3.2.35); у момент розповіді про те, що Мікеланджело рідко підписував свої роботи, з'являється рука з олівцем, яка символічно стирає підпис. Подібні візуальні вставки створюють внутрішній ритм і підтримують ігровий характер оповіді, не порушуючи при цьому історичної достовірності наративу. У підписі до Reels використано емодзі 🖌️ та 🏛️ як інтерфейсні маркери: 🖌️ позначає мистецьку тематику, 🏛️ вказує на зв'язок із музеєм. У цьому прикладі Reels виступає як

форма цифрового наративу, що синтезує звук, текст, динамічну іконографію та символічні жести в єдину мультимодальну комунікативну систему.

Показовою є також публікація *“5 ways the Middle Ages shaped romance”* (14.02.2025). Кожен слайд оформлено як автономний мікротекст із чіткою композиційною схемою: номінативний заголовок, візуальний артефакт, пояснювальний фрагмент (рис. Б.88-93). Така організація забезпечує синтаксичну компактність, когерентність структури та лінійність сприйняття.

Візуальні компоненти (ювелірна підвіска, середньовічні мініатюри, різьблений сюжет із шахами) виконують роль семіотичних репрезентантів історичного контексту й активізують інтертекстуальні сценарії любовного дискурсу. Їхня функція виходить за межі ілюстративності, трансформуючись у культурні індекси, що підтримують наративну стратегію.

Вербальний рівень побудований із використанням риторичних запитань “*Are you playing your love games with me?*”, метафоричних конструктів тиких як “*giving your heart”* або *“the thrill of the chase”* та стилістично гібридної лексики, наприклад “*thy beloved’s DMs*”, у якій поєднуються середньовічні архаїзми (“*thy beloved”*) з сучасним цифровим жаргоном *(“DMs”*). Поєднання архаїчних формул і лексики соціальних медіа узгоджує історичний сюжет із мовними кодами цифрової аудиторії.

Емодзі (💌, 🌸, 😉) виконують паралінгвістичну функцію, маркуючи емоційний модус повідомлення та посилюючи жанрову відповідність Instagram-дискурсу. Персоналізоване звертання у другій особі створює ілюзію діалогу та підтримує механізм залучення. Завершальний слайд супроводжується закликом до дії “*Fall deeper in love with the full story at britishmuseum.org/blog*”. Він слугує транзитивним маркером, спрямованим на перенесення комунікації до блогу (рис. Б.93).

Цифрова трансформація музейного дискурсу включає також активну інтеграцію трендового контенту, який апелює до актуальних форматів взаємодії у середовищах Instagram і TikTok. Одним із таких форматів є POV *(point of view)*, орієнтований на подання події від першої особи. Інший популярний жанр –

ASMR (*autonomous sensory meridian response*), орієнтований на сенсорну реакцію, яку викликають специфічні звуки чи візуальні патерни. Обидва тренди простежуються в цифровому контенті Природничого музею й засвідчують адаптацію до динаміки цифрових платформ.

Публікація з відео "*POV: you get a first look at the new immersive experience featuring David Attenborough at the Natural History Museum"* (17.06.2025) демонструє фрагменти експозиції від першої особи (рис. Б.94-96). Текстовий напис "*POV: you get a first look…*" одразу занурює глядача у позицію відвідувача, активуючи ефект присутності. Зоровий канал доповнюється кінетичними ефектами – у відео змінюються яскраво освітлені проєкційні зали з рухомими зображеннями, наприклад тропічний ліс або космос, що проектуються на підлогу, стіни та меблі. Простір трансформується у візуально-звукову екосистему, яка імітує природні середовища. Таким чином, POV-формат виконує роль когнітивного інтерфейсу, що симулює вхід у виставкову подію.

У цьому ж напрямі реалізовано й іншу публікацію Природничого музею, що адаптує POV-формат до інтерпретативної подачі культурного контексту. Відеоряд відкривається підписом "*POV – the Met Gala theme is the Garden of Time, but you can't stop seeing deep-sea vibes* 🌊😍" (07.05.2024), який задає іронічну оптику сприйняття події високої моди крізь природничу призму (рис. Б.97-99). Структура посту побудована на візуальному зіставленні образів відомих особистостей із морськими істотами. Усі пари доповнено вербальними реакціями на кшталт "*..she's fierce* 🔥" або "*..the most beautiful sea anemone in the ocean* 🌷", що моделюють комунікативний стиль соцмереж. Емодзі забезпечують емоційну стилізацію, а динамічний аудіосупровід задає ритм сприйняття відповідно до музичних трендів TikTok. Музей переозвучує культурну подію та вводить її в поле цифрової наукової інтерпретації, перетворюючи популярний контент на інструмент біологічної асоціативності й мультимодальної екопросвіти.

Натомість відео *"ASMR: Cleaning and patching a southern tamandua specimen"* (24.11.2022) орієнтоване на аудіальну афективність (рис. Б.100-102).

Візуальні плани зосереджені на деталях роботи музейного фахівця: м'яке розчісування шерсті пензлем, добір за кольором клаптиків волокна, точне накладання реставраційних елементів. Камера фіксує дрібні рухи рук у рукавичках і дотик до текстур, зокрема шерсті, дерева та інструментів. Інструктивний інтерфейсний напис *"sound on"* заохочує увімкнути аудіо, тож саме звук стає основним каналом сприйняття. Слуховий контекст передає шелест, тертя, шурхіт – звуки, які викликають релаксаційну або сенсорну реакцію. У такий спосіб музей апелює до неінституційного досвіду – задоволення, що не пов'язане безпосередньо з науковим змістом, але створює відчуття наближеності до щоденної роботи музею.

В усіх прикладах мультимодальна організація вибудовується через узгодження візуальних ефектів, динамічного зображення, текстових елементів і звукового супроводу. Звернення до актуальних цифрових жанрів *(POV, ASMR)* фіксує орієнтацію музею на соціально-медійні практики та підтримує інформативність і сучасні способи репрезентації музейного змісту в цифровому середовищі.

Музейні інституції Великої Британії активно впроваджують цифрові формати, у яких освітній зміст поєднується з гейміфікованими механіками, жанровою варіативністю та візуальною динамікою. Цифрові публікації музеїв демонструють концептуально цілісну комунікативну стратегію: освітній контент, комерційні повідомлення та розважальні елементи синхронізуються в інтерактивних форматах, орієнтованих на участь через ігрові дії: квізи, опитування тощо. Музейні об'єкти в цифрових публікаціях стають центром візуальних жартів, стилістичних експериментів і сезонних інтерпретацій.

Підхід до розважального залучення аудиторії демонструє допис Природничого музею, опублікований 17 липня 2024 з нагоди #WorldEmojiDay. У ньому музей використовує емодзі-гру як центральний елемент комунікації (рис. 3.2.36-3.2.38). Аудиторії пропонується відгадати назви музейних експонатів, зашифровані комбінаціями емодзі. Ігрова структура побудована на

трирівневій системі складності *(easy, hard, super difficult mode)*, кожен з яких передбачає розв’язання ребусів, сконструйованих із послідовностей емодзі.

Рис. 3.2.36. Допис Природничого музею з нагоди #WorldEmojiDay, 17.07.2024.

Рис. 3.2.37. Слайд з завданням і рівнем складності *“Hard mode”*, 17.07.2024.

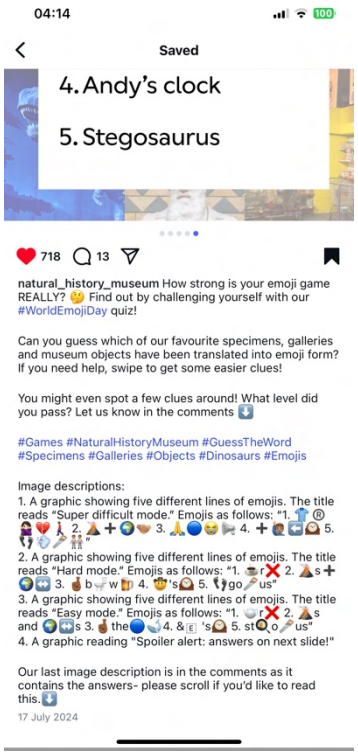


Рис. 3.2.38. Текстовий опис до публікації з нагоди #WorldEmojiDay, 17.07.2024.

Кожне завдання кодує назву об’єкта з музейної колекції за допомогою візуальної метафори. Наприклад, комбінація ☕+❌ означає *“T. Rex”*, візуальний ланцюг 🙏🔵😭📢 – назву Hope the blue whale, де емодзі 🙏 позначає семантику надії *(hope)*, а 🔵 маркує колір *(blue)*. Послідовність 👠🌬️🏏👫 активує асоціацію зі Stegosaurus через фонетичне і семантичне кодування. Така форма інтерпретації перетворює музейний зміст на гру з культурними, семіотичними, лінгвістичними кодами. Зміст допису трансформується у специфічну мову символів, придатну для комунікації в цифровому середовищі. Вербальний супровід до емодзі-допису активізує ігровий режим взаємодії, задаючи змагальну інтенцію через риторичне запитання-виклик: *“How strong is your emoji game REALLY?”*. Композицію

допису організовано у форматі каруселі. Стартові слайди пропонують емодзі-ребуси, а наступні слайди подають підказки. Фінальний слайд містить правильні відповіді. Послідовність завдання, підказка, розв'язання утримує увагу підписника до завершення перегляду. Підписник розшифровує емодзі-ланцюги та співвідносить їх із назвами колекції, тож ігрова логіка спрямовує увагу на експонати. Запам'ятовування назв посилюється завдяки розшифруванню emoji-ребусів і звірянню з текстовими відповідями на фінальному слайді.

Подібна стратегія гейміфікації візуального контенту простежується й у публікації Британського музею від 26 грудня 2022 року, що демонструє візуально-інтерактивну адаптацію історичного матеріалу в межах соціальної платформи. У фокусі – гравюра *"Skating in Hyde Park"* британського художника Джона Ліча, створена приблизно в 1832–1864 роках. Підпис до публікації відкривається фразою "*Today we're going ice skating in London's Hyde Park* ⛸️❄️☃️", задає ігрову, неформальну тональність і водночас фреймує експонат як частину сучасного досвіду (рис. 3.2.39). Далі користувачам пропонується знайти на ілюстрації п'ять об'єктів: чоловіка біля вугілля (🔥), джентльмена, що застібає ковзани (⛸️), собаку, яка гавкає на чоловіка у формі (🐶), кошик з апельсинами (🍊) та капелюх на краю ковзанки (🎩). Матеріал подано у форматі гейміфікованого пошуку об'єктів, а експонат перетворюється на візуальне поле гри. Використання емодзі у переліку об'єктів виконує навігаційну функцію, забезпечуючи візуальну розмітку й утримуючи увагу користувача в динамічному ритмі перегляду. Instagram дає музею можливість оформити матеріал у формат мінігри. Перегляд переходить у пошук і перевірку відповідей. Додаткові інструменти або застосунки не залучаються. Пост презентує артефакт і організовує довкола нього сценарій активного перегляду, релевантний комунікативній стратегії залучення через мікроігрові механіки.

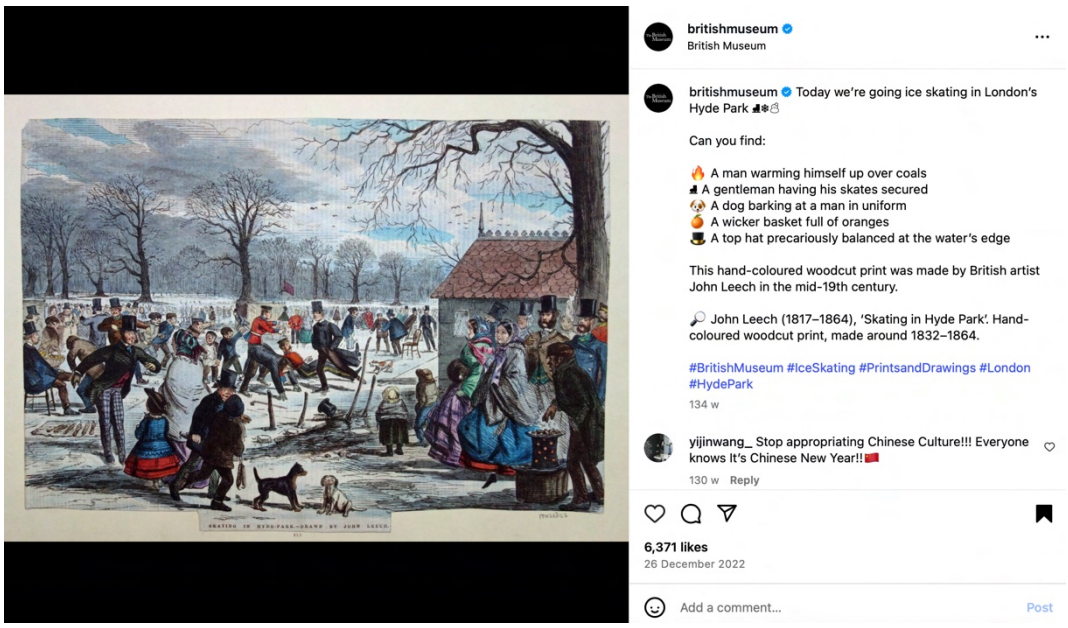


Рис. 3.2.39. Публікація Британського музею, 26.12.2022.

У цьому ж напрямі розвивається інша форма цифрової ігрової взаємодії – інтерактивне відео з елементами гейміфікації. Серія відео з назвами *"Choose your in-game weapon"* (16.04.2025), *"Choose your armour"* (02.04.2025) та *"Choose your armour – Part 2"* (03.05.2025) поєднує музейні об'єкти з естетикою комп'ютерних ігор, створюючи динамічний формат взаємодії (рис. 3.2.40-3.2.42). Вибір зброї, шолома або обладунка здійснюється дотиком до екрана під час швидкої зміни кадрів. Вербальна інструкція *"Choose your…"* поєднується з прискореним монтажем, а тактильна дія стає умовою відбору. Дотик у довільний момент зупиняє послідовність і закріплює персональний результат. Механіка випадкового добору переводить перегляд у ігровий режим і виводить експонати в поле інтерактивного вибору.

Візуальна організація публікацій моделюється за принципами інтерфейсної естетики відеоігор: рейтингові шкали за критеріями *"damage", "style", "protection", "visibility"* виконують функцію жанрової стилізації та забезпечують семіотичну впізнаваність контенту для молодіжної аудиторії. Текстові вставки на кшталт "*Tap and hold to see how you'll defend yourself, Warning – Fast frame rate may mimic flashing lights"* функціонують як інструктивні та застережні повідомлення, що задають кроки взаємодії й попереджають про

можливі сенсорні тригери (швидка зміна кадрів), забезпечуючи доступність і безпечне сприймання контенту.

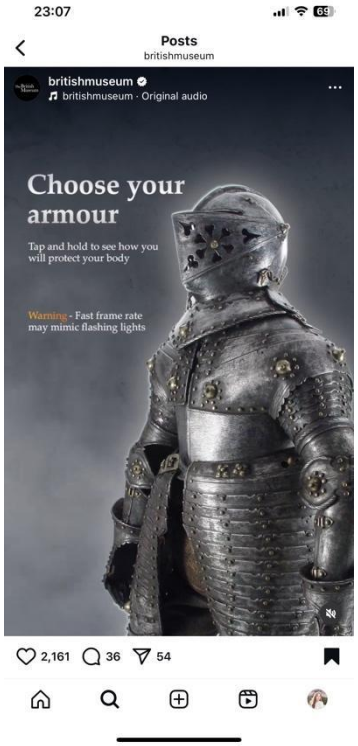


Рис. 3.2.40. Інтерактивна відео-публікація Британського музею з елементами гейміфікації.

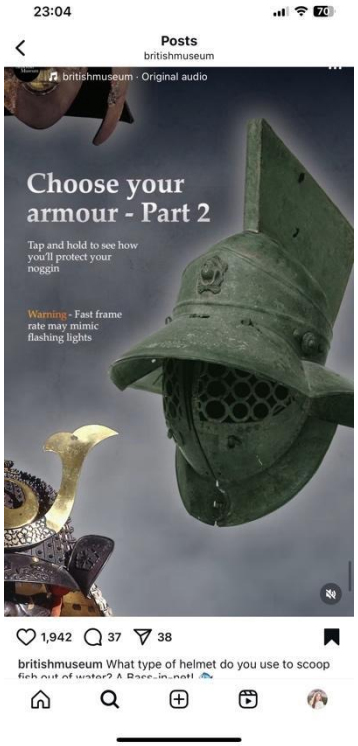


Рис. 3.2.41. Відео-публікація *“Choose your armour – Part 2”*.

Рис. 3.2.42. Відео-публікація *“Choose your in-game weapon”*.

Паралельно музей вдається до стилістично легкої, дотепної тональності описів, що супроводжуються грою слів: “*When the sword hits your knee but no damage to thee, that’s armour-é!* ⚔️”, “*Get thee to an armoury”, “What type of helmet do you use to scoop fish out of water? A Bass-in-net!* 🐟”, а також емодзі, які підсилюють гумористичний ефект і задають ігровий тон допису: ⚔️🤺🪖🐟. Використання емодзі (мечі, шоломи, лицарі, рибки тощо) виконує декоративну та інтерпретативну функції, позначаючи жанрову стилістику й наближаючи музейну мову до цифрового повсякдення користувача. Ключовою особливістю цих дописів є те, що біля кожного з артефактів, броні, шолома, сокири, меча, подано короткий фактологічний опис: зазначено матеріал, час і місце створення,

наприклад: “*Armour made of bronze and turtle-shell plates, produced between the 18th–19th century and found in Sarawak, Malaysia”* або *“Steel battle-axe inlaid with silver and gold, made during the Mughal dynasty in the late 14th Century”* (рис. Б.103-105).

Ще одним виявом ігрового підходу в цифровій музейній комунікації є відеопублікація *“Pick a card, any card”* (11.07.2024) з візуальним рядом карт Таро з колекції музею (рис. Б.106-108). Натискання й утримання екрана під час швидкої зміни кадрів дає можливість обрати карту й отримати передбачення. Принцип взаємодії відтворює практику ворожіння. Відбір карти відбувається через зупинку кадру в довільний момент. Візуальна складова реалізована за допомогою оцифрованих гравюр карт Марсельського Таро з чіткою стилізацією: підпис *“Pick a card, any card… Tap and hold for your future*” супроводжується попередженням про швидку зміну кадрів “*Warning – Fast frame rate may mimic flashing lights”*, що поєднує елементи гри, інструкції та застереження. Серед прикладів з відео – карта *“Temperance (XIIII)”*, на якій зображено фігуру з крилами, що переливає рідину з одного глека в інший, – символ внутрішньої рівноваги, гармонії та контролю. Її інтерпретація у підписі звучить як заклик зберігати спокій і баланс у часи хаосу. Інша карта, *“The Magician (LE BATELEUR)”*, репрезентує нові починання та вольовий імпульс; на зображенні персонаж з великим капелюхом стоїть біля столу з магічними інструментами, що унаочнює тему потенціалу й творчості. Карта *“The Star (XVII)”* – із жіночою постаттю, що наливає воду, оточена зірками, – асоціюється з надією та оновленням. *“Justice (VIII)”* демонструє короновану постать з мечем і терезами – символ чесності та морального вибору. На карті *“The World (XXI)”* представлено фігуру в лавровому вінку, обрамлену зображеннями тварин. Вона символізує завершення циклу, досягнення гармонії. У текстовому супроводі до публікації використано єдиний тип емодзі – ✨, який передує кожній назві карти Таро. Емодзі ✨ перед назвами карт упорядковує перелік, виокремлює рубрики у стрічці та підсилює містичну тональність допису.

Ще два приклади реалізації інтерактивної гейміфікованої взаємодії – публікації “*Where did you place on the Olympic podium?*” (11.08.2024) і “*Which enemy of the Roman Legion are you?*” (05.06.2024). У першій публікації демонструються історичні олімпійські медалі з колекції музею, наприклад Афіни 1896, Лондон 1908, Токіо 1964, Пекін 2008 (рис. Б.109-111). Емодзі 🥇🥈🥉 маркують місця на віртуальному п’єдесталі. Візуальний модус підтримує змагальну стилістику допису. У другій публікації користувачеві пропонується зупинити відео у випадковий момент, щоб визначити, ким із ворогів Римської імперії він є (рис. Б.112-114). Серед візуальних варіантів – Клеопатра, Спартак і Ганнібал, кожен з яких супроводжується іронічним набором характеристик (наприклад, *“Enjoys seducing Romans”, “Will die for freedom but not entertainment”, “Literally promised to never be a friend of Rome”*). Емодзі виконують структурно розмежовані функції. Емоційний маркер 😤 підсилює іронічну тональність опису тривалої історії Римської імперії. Символ ⚔️ апелює до теми протистояння та воєнної символіки. Емодзі 💥 у попередженні про швидку зміну кадрів маркує інтерфейсне застереження щодо перегляду. Піктограма концентрує увагу на попередженні про можливий дискомфорт, пов’язаний із мерехтінням. Розмаїття емодзі у дописі керує увагою читача й виділяє найважливіші елементи повідомлення.

У цьому ж стилістичному ключі публікація “Which Museum cat are you?” (08.08.2024), створена до Міжнародного дня котів (рис. Б.115-117). Формат відео побудований як послідовний візуальний перегляд, у якому кожен кадр відповідає певному місяцю народження та асоціюється з конкретним “музейним котом”. Механіка взаємодії передбачає зупинку відео на потрібному місяці з подальшим визначенням відповідного образу. У візуальному ряді подано варіанти *“Sleepy cat”* (січень), *“Party cat”* (лютий), *“Empty inside cat”* (квітень), *“Playful cat”* (травень), *“Anxious cat”* (липень), *“WFH cat”* (листопад), *“Scratchy cat”* (грудень) та інші. Номінації поєднують маркери емоційних станів і моделей повсякденної поведінки, підтримуючи цифрову самоідентифікацію через лаконічні ярлики. Емодзі 🛹 і 🐈 подано візуальними еквівалентами фрази *“from*

skateboard cat to empty inside cat”. Піктографічний і текстовий модуси оформлюють іронічну шкалу самооцінки настрою. Замість нейтральної презентації експонатів публікація пропонує персоналізоване співвіднесення музейних об’єктів з образами котів. Яскраве тло і контрастний текст підтримують інтерфейсну читабельність.

Британський музей розширив свою стратегію гейміфікації через партнерство з метавсесвітом The Sandbox, у межах якого реалізовано трансмедійний проєкт у форматі гри, що став частиною Alpha Season 5. Відеофрагменти з ігровим аватаром у віртуальному просторі музею були оприлюднені на сторінках обох партнерів, @britishmuseum та @thesandboxgame (23.04.2025), що підкреслює динамічну присутність інституції в багатоканальній цифровій екосистемі (рис. Б.118-120). Гравцям пропонується обрати сторону *“HEROES* 💥*”* або *“CREATURES”* і трансформувати своїх аватарів у Medusa 🐍 або Heracles 💪, виконуючи до 20 тематичних квестів у стилізованому ігровому середовищі, натхненному експозицією музею. У якості винагород передбачено віртуальні предмети *(Heracles’ club* 🔨*, Medusa’s snake pet* 🐍*)*, а також ексклюзивні NFT-артефакти, Hero Helmet, Abandoned Relic Gloves, VaporWave Skullcrusher, що функціонують як цифрові трофеї. Публікація супроводжується динамічними емодзі, ігровими закликами, зокрема “*Choose your side* 💥*”* та *“Unlock your form*”, а також елементами гумору та словесної гри на кшталт *“Fight for glory”,* які сприяють залученню аудиторії в жанрових рамках геймерської культури. Формат взаємодії переорієнтовує музейну комунікацію від лінійної презентації знань до інтерактивного досвіду та передбачає співавторство користувачів під час створення контенту. Залучення інструментів метавсесвіту, NFT та UGC демонструє спробу адаптації інституційного наративу до цифрових звичок молодіжної аудиторії соціальних платформ і переосмислення культурної спадщини в межах гейміфікованого середовища.

Завдяки поєднанню ігрової естетики, гумору, емодзі, текстових інструкцій і науково-точних підписів до експонатів, публікації реалізують мультимодальну стратегію гейміфікованого навчання. Історичні об’єкти зберігають статус

артефактів минулого, а візуальний ряд і вербальні підписи інтегрують їх у практики сучасної цифрової культури. У результаті формується багаторівнева комунікативна модель, у якій музейна експозиція набуває ознак інтерактивної симуляції, адаптованої до звичок і очікувань аудиторії соціальних мереж.

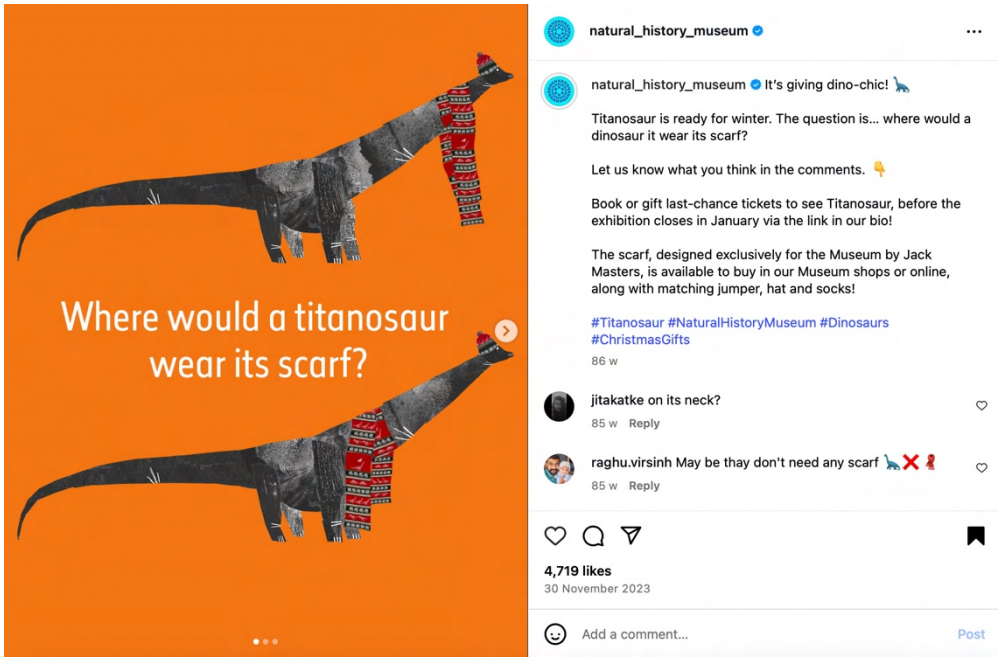


Рис. 3.2.43. Публікація Природничого музею, 30.11.2023.

Одним із прикладів інтерактивної гумористичної комунікації є сезонна публікація Природничого музею, приурочена до зимового періоду, в якій актуалізується стратегія стилізованої персоніфікації музейного експоната. На яскравому помаранчевому тлі зображено титанозавра з червоним шарфом із тематичним візерунком, що стає візуальним центром посту (рис. 3.2.43). Підпис містить іронічне запитання *"Where would a titanosaur wear its scarf?"* (30.11.2023). Далі подано жартівливий коментар *"It's giving dino-chic!"*, у якому використано лексику сфери моди. Така лінгвістична гра, поєднана з візуальним жартом, робить образ динозавра учасником наративу про моду і трансформує музейний артефакт у носія сучасної популярної культури.

Комунікативна структура посту поєднує розважальну й рекламну функції. В описі до публікації зазначено, що виставка "Titanosaur" невдовзі завершується, і користувачам пропонується придбати або подарувати квитки: "*Book or gift last-*

chance tickets to see Titanosaur, before the exhibition closes in January via the link in our bio!”. Гумористичний тон використано як інструмент “м’якого” інформування про дедлайни, що підтримує невимушений характер взаємодії з аудиторією. Заключний акцент публікації зосереджено на фірмових сувенірах музею – зазначено, що зображений шарф є частиною офіційної колекції, розробленої дизайнером Джеком Мастерсом для Природничого музею. Комерційний компонент інтегровано в розважальний контент. Елементи сувенірної продукції музею подано символічним продовженням експозиції та способом розширення музейної присутності в культурному медіаполі.

Окрема категорія цифрового контенту британських музеїв пов’язана з промоцією партнерських ініціатив, що поєднують тематичну інституційну репрезентацію з естетично привабливою візуалізацією. Показовим є проєкт Природничого музею “Blooming British Afternoon Tea”, реалізований у співпраці з готелем Royal Lancaster London. Два типи публікацій, карусельний фотодопис (12.09.2024) і відеоформат Reels (15.08.2024), утворюють узгоджену комунікативну пару. Фотосерія підтримує статичний візуальний модус, Reels додає динамічний відеоряд і текстові вставки (рис. Б.121-123). У фотосерії зафіксовано сервірований чайний сет із флористичним декором на тлі квітів і десертів з текстовим підписом *“Treat yourself to a blooming afternoon out* 💐*”*. Емодзі 💐 підтримує метафору розквіту, пов’язаний із сезонністю та емоційно позитивним настроєм. Додатковий текст про сезонність, запилювачів і флору формує екологічно орієнтований контекст. Відеопублікація Reels поглиблює досвід через динамічну візуалізацію чаювання крупним планом, а також текстові вставки *“Celebrating the best of British seasonal produce…”* та фінальне звернення *“See you there?* 😍*”*. Емодзі 😍 пом’якшує тон звернення й робить його ближчим до дружнього запрошення. Аналогічну модель застосовано в дописі, присвяченому події *“Breakfast at Audrey’s Afternoon Tea”* (27.11.2024), в якому візуальна репрезентація десертів, а саме бірюзової коробочки, губної помади, макаронів із перлинами, виконує функцію символічних маркерів гламурного повсякдення. Вони конструюють атмосферу витонченості, естетизуючи

музейний простір у форматі культурного сценарію, пов'язаного з естетикою розкішного стилю життя. Текстовий супровід з емодзі 🍵🎨 виконує ритмізувальну та акцентуаційну функції, формуючи легкий тон запрошення та водночас встановлюючи концептуальний міст між гастрономічною подією та виставкою "Francis Bacon: Human Presence".

У сучасному музейному дискурсі музейні куратори виступають експертами у своїй галузі та комунікативними медіаторами між інституцією й аудиторією. Їхня присутність у відео, дописах і розважальних форматах надає музейній комунікації особистісного виміру, трансформує офіційний наратив у доступніший і відкритий до взаємодії формат. Відповідна подача поєднує науковий зміст із неформальними жанрами, наближеними до повсякденних цифрових практик користувачів. Відео *"A day in the life of a beetle scientist"* (08.11.2024) презентує щоденну роботу молодої дослідниці Талай, поєднуючи динамічний монтаж, закадровий коментар і кадри з ентомологічною колекцією (рис. Б.124). У результаті дослідницька праця подана доступною та захопливою, із персоналізованим наративним фокусом. Відео *"Our scientist wants to show you her favourite bugs and you'd better get excited about them"* (10.07.2025) акцентує візуальну присутність співробітниці музею на інвалідному візку (рис. Б.125). Наратив відео розгортається без спеціального акценту на інвалідності. Вербальний коментар і візуальні плани зосереджують увагу на досвіді співробітниці та роботі з колекцією. Узгодження модусів підтримує інституційні пріоритети інклюзії та відкритості.

Серія *"The content team draws dinosaurs"* (24.06.2024) реалізує стратегію гейміфікації в розважальному форматі. У кадрі працівники музею малюють динозаврів у неформальній ситуації. Результати супроводжують стилізовані титри *"✅ Good head frill"* і *"🎉 The legs are legs-ing"* (рис. Б.126-127). Загалом аналогічні публікації відображають зсув музейної цифрової комунікації до відкритішої, мультивокальної та емпатійної моделі. Інституційний голос набуває людського виміру через обличчя працівників. Вербальний модус титрів у

поєднанні з візуальним модусом процесу малювання підтримує спільний досвід, неформальну взаємодію, соціальне залучення.

В інституційній комунікації соціальні платформи формують окремий канал висвітлення інклюзивних практик музеїв. Публікація Британського музею з нагоди Deaf Awareness Week демонструє жестову розповідь гіда Едварда Річардса. Мовою жестів він пояснює роботу підрозділу, відповідального за інклюзивні та доступні формати відвідування. У фокусі повідомлення перебуває створення можливостей для гостей із порушенням слуху *(d/Deaf)* глибше взаємодіяти з історією та експонатами (рис. Б.128). Візуально-вербальний супровід включає титри великим шрифтом на контрастному тлі. Обране рішення підвищує доступність контенту. Титри також вводять візуальний переклад для ширшої аудиторії. Паралельно публікація Національної портретної галереї використовує персоналізований ракурс досвіду відвідування. Відео подає траєкторію відвідувачки на інвалідному візку (рис. Б.129). Кадри входу до музею, ліфтів, експозиційних просторів та інклюзивної вбиральні супроводжує текстовий опис із акцентом на доступ без сходів *(step-free access)*. Поєднання візуального модусу руху в інтер'єрі та вербального модусу пояснювальних написів підсилює інформативність і довіру. Вербальні написи повідомляють про доступність ключових зон, візуальні кадри демонструють маршрути без сходів. Обрані рішення орієнтовані на потреби маломобільних груп. Обидва приклади демонструють мультимодальну комунікативну модель. Інклюзивність у цих прикладах не є чимось винятковим, вона входить до стандартної інформації для відвідувачів.

У цифровому середовищі музеї розподіляють контент між платформами. Окрема платформа соціальних мереж підтримує власну комунікативну роль, від трансляції інституційного наративу до розважальних і партисипативних форматів. Узгодженість змісту, візуального оформлення та навігації дає змогу одночасно зберегти наукову достовірність, підсилити емоційне залучення, підвищити інтерфейсну доступність. Поліфонічність музейної присутності у соціальних мережах посилює стилізація фото, відеоряду, супровідні написи та

емодзі. Акаунти музеїв у соціальних мережах структурують інституційну ідентичність у цифровому просторі й підкреслюють експертність, відкритість та адаптивність музейної комунікації.

Показовим прикладом реалізації цього підходу є стратегія Природничого музею, яка розмежовує функції своїх соціальних каналів. Facebook та Instagram позиціонують інституцію як науково верифіковане джерело знань, що комунікує з аудиторією у форматі ціннісно-орієнтованого просвітництва. Текстові описи профілів "🦕 *Using the power of science and 80 million specimens to create a future where people and planet thrive", "*🌍 *Protecting the planet, it's in our nature", "Using our 80 million specimens to share stories with the world. Book a ticket for guaranteed entry* 🦕" формують інституційний імідж музею. У вербальній самопрезентації акцентовано науковий авторитет, екологічну відповідальність та готовність до взаємодії з аудиторією. Когезія підтримується повтором профільних маркерів.

Водночас TikTok-акаунт Природничого музею виконує функцію простору неформального контакту. Його профільна формула *"Follow us for nature facts, weird science & behind the scenes. Plus, dinosaurs* 🦕" апелює до гібридного жанру розваги й пізнання, типового для молодіжної цифрової культури. Контент орієнтовано на короткі відеоформати з іронічною стилістикою, бекстейджами та візуально привабливими моментами з музейного життя. Наукові теми тут адаптовано до жанру інфотейнменту, що сприяє зниженню дистанції між музеєм та аудиторією. Незалежно від платформи, Природничий музей послідовно використовує тематичні емодзі (🦕🌍), що відповідають природничій тематиці музею.

Паралельно із жанровим розмаїттям контенту, важливу роль відіграє його календарна структурованість, яка дозволяє музеям синхронізувати інституційний наратив із логікою культурних сезонів. Святкові сюжети такі як Різдво, Великдень, Хеловін, День матері та інші тематично окреслені події функціонують як точка перетину між науковою репрезентацією, культурною впізнаваністю та жанровою динамікою соціальних мереж.

У публікаціях до Дня батька (Музей Вікторії та Альберта, 16.06.2024) та Дня матері (Національна портретна галерея, 30.03.2025) поєднуються архівні чорно-білі світлини й лаконічні текстові описи, що апелюють до теми родинної близькості (рис. Б.130-131). Візуальний акцент зосереджено на жестах і поглядах, які передають інтимний емоційний тон, а емодзі ❤️ позначає універсальний маркер турботи. У дописі до Дня матері також використано інклюзивний опис зображення "*A little girl is sat in front of a woman. She is pulling on her pearl necklace. They are both smiling*". Опис підсилює зрозумілість повідомлення та емоційний тон контенту.

Цю ж емоційну стратегію візуальної пам'яті розвиває Британський музей у публікації до Міжнародного дня собак (26.08.2023), де представлені графічні естампи з улюбленцями королеви Вікторії та принца Альберта (рис. Б.132-133). У тексті використано емодзі 👑 і 🐶, а також 👉 як інтерфейсну підказку до гортання слайдів. Візуальний та вербальний рівні публікації працюють синхронно, підтримуючи жанрову динаміку та сприяючи інтерактивності сприйняття.

Серія до Міжнародного дня котів (08.09.2024), підготовлена Музеєм Вікторії та Альберта, фокусується на творчості Луїса Вейна, у якій образ кота стає головним художнім мотивом (рис. 3.2.44-3.2.46). Завершальний фрагмент допису виконує функцію структурованого опису: кожен слайд позначено тематичним емодзі (🐱, 😸, 😻) і супроводжено назвою та датою створення ілюстрації, наприклад, "🐱 *'Afternoon at Home' a cat tea-party, ca. 1900-1925*", "😸 *'A good read', date unknown*", "😻 *'Funiculi Funicula' a tabby cat playing a banjo, ca. 1920*", "🐱 *A cat climbing a beanstalk', date unknown*". Оформлення підтримує навігацію всередині серії та відтворює ігрову стилістику художника. Також присутній хештег #InternationalCatDay, який пов'язує допис із календарною подією.

Рис. 3.2.44. Публікація Музею Вікторії та Альберта до Міжнародного дня котів, 08.09.2024.

Рис. 3.2.45. Кадр з ілюстрацією кота, 08.09.2024.

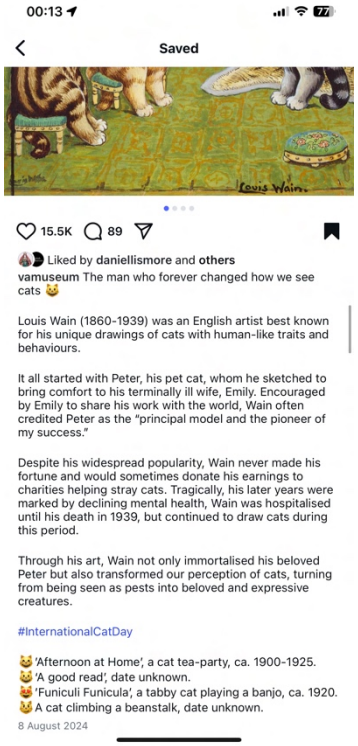


Рис. 3.2.46. Текстовий опис публікації до Міжнародного дня котів, 08.09.2024.

Інший формат мультимодального залучення демонструє Британський музей у публікації до Міжнародного дня поцілунку (06.07.2024), де добірка зображень із артефактами, що репрезентують сцени поцілунків у мистецтві різних культур, поєднана з вбудованою аудіодоріжкою *Kiss Me* гурту Sixpence None The Richer (рис. Б.134-136). Аудіо активується через значок звуку у правому нижньому куті слайда, що виконує функцію інтерфейсного маркера. Текстова частина включає цитату з Байрона, емодзі 😘 і 💋, а також вигук *Mwah!* і стилістично поєднує романтичну тематику з елементами поп-культури.

Інший приклад сезонного залучення демонструє Британський музей у різдвяній публікації від 25 грудня 2023 року (рис. 3.2.47). Зображення містить стилізовану ілюстрацію Розетського каменю, прикрашеного святковою гірляндою й омелою, на тлі зоряного неба, поруч із яким зображено мультяшного

таксу з червоною стрічкою. Візуальна стилізація робить артефакт композиційним центром різдвяної листівки, вбудовуючи музейний символ у популярну естетику зимових свят. Використання емодзі у підписі (⛄🎅🎄) підсилює неформальну, дружню інтонацію та надає тексту візуальної ритмічності.

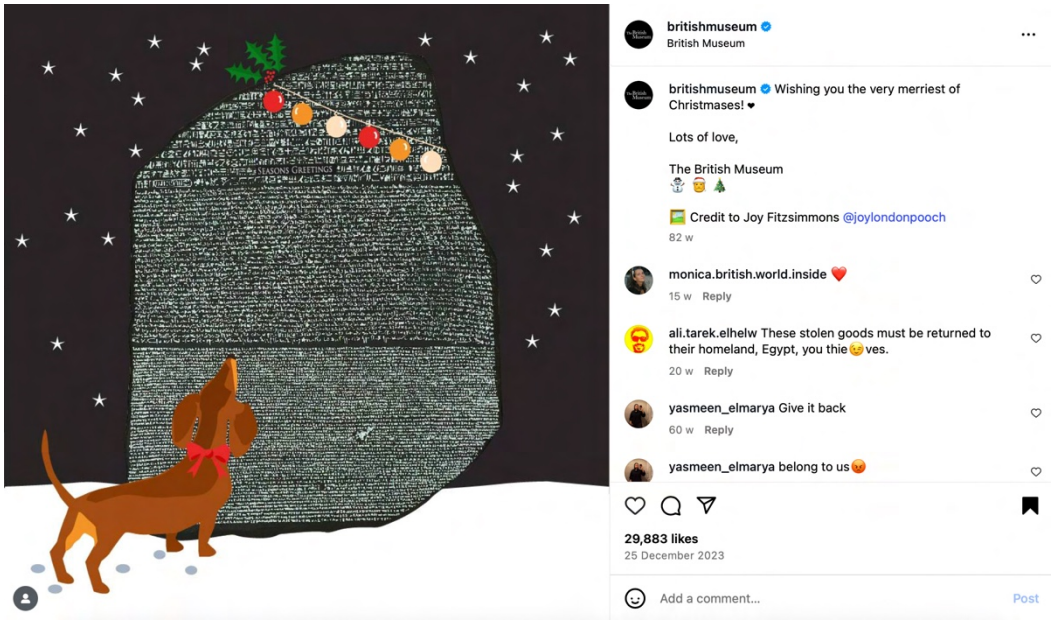


Рис. 3.2.47. Публікація Британського музею, 25.12.2023.

Адресна форма побажання "*Lots of love, The British Museum*" створює ефект персоналізованої комунікації, наближаючи інституцію до користувача на емоційному рівні. У тексті допису наведено дані про авторку: зазначено ім'я ілюстраторки *(Joy Fitzsimmons)* та посилання її профіль @joylondonpooch, що вказує на практику колаборації з художниками і водночас інтеграцію UGC-контенту з кураторською інтерпретацією. Акцент зміщується з інституційної трансляції знань на комунікацію, орієнтовану на емоційне залучення. Музей позиціонує себе учасником культурного обміну та адаптує академічні символи до форматів святкових публікацій у соціальних мережах.

Натомість у різдвяній комунікації Природничого музею виразно простежується стратегія візуального брендингу через повторюваний образ тиранозавра у святковому светрі, що щороку отримує нову інтерпретацію (рис.

3.2.48-3.2.50). У публікаціях 2022–2024 років тиранозавр є одночасно музейним об’єктом і персонажем із персоніфікованими рисами.

Рис. 3.2.48. Різдвяна публікація Природничого музею за 2022р.

Рис. 3.2.49. Різдвяна публікація Природничого музею за 2023р.

Рис. 3.2.50. Різдвяна публікація Природничого музею за 2024р.

Його зображують у сніговому антуражі, поруч із Сантою, у різних моделях светрів. Паралельно колекція светрів представлена у фірмовому онлайн-магазині. Інтермодальна репрезентація поєднує інституційну ідентичність із упізнаваними образами й мотивами Різдва. Текстовий супровід дописів спирається на ігрові прийоми, залучення авдиторії та персоналізацію звернення: вислови на кшталт “*Twin with our T. rex with your very own Christmas jumper just like his* 🦖” або “*What do you think these two are talking about? Caption this photo below!* 🎄👇”. Формат звернення спонукає аудиторію залишати коментарі й долучатися до обговорення. Структура дописів охоплює поєднання візуальних елементів (світлини, відеофрагменти), текстових інструкцій, описів і хештегів

(#ChristmasJumperDay, #Trex). Поєднання модусів формує інтегровану наративну форму.

Хеловінська публікація побудована за логікою короткого відео Reels і TikTok через використання впізнаваного саундтрека *“Spooky Scary Skeletons”* (31.10.2024), швидкі зміни кадрів від опереного птаха до його скелета та серію текстових вставок із лякаючою шрифтовою стилізацією.

Рис. 3.2.51. Хеловінська публікація Природничого музею, 31.10.2024.

Рис. 3.2.52. Кадр з текстовим фрагментом *“show the evolutionary”*, 31.10.2024.

Рис. 3.2.53. Кадр з текстовим фрагментом *“between dinosaurs and birds?”*, 31.10.2024.

Написи поетапно виводять вислів, розподіляючи повідомлення між кадрами й формуючи риторичне запитання: *“Did you know that Spooky scary skeletons show the evolutionary link between dinosaurs and birds?”* (рис. 3.2.51-3.2.53). Мультимодальна композиція поєднує науковий зміст про еволюційний зв’язок птахів і динозаврів із розважальною риторикою короткого відеоформату, типовою для цифрових практик TikTok. Контрастний шрифт із ефектом стікання

підтримує хеловінську естетику текстових вставок. Графічне оформлення літер підсилює загрозливу інтонацію запитання, виділяє ключові слова та спрямовує читання між кадрами. У відеопублікаціях музеїв шрифт належить до регулярних засобів смислотворення. Контраст, кегль, насиченість і декоративні ефекти визначають, які фрагменти тексту зчитуються першими, а також задають послідовність читання текстових вставок у кадрі. Узгодження шрифтового оформлення з відеорядом і звуковим супроводом підтримує цілісність повідомлення в короткому форматі.

Також, у музейному дискурсі простежується спрямованість на репрезентацію квір-наративів та підтримку LGBTQ+ спільнот, що особливо актуалізується в межах святкування *Pride Month*. Тематичні публікації супроводжуються характерними тегами #PrideMonth, #Pride та візуальними маркерами 🌈, які закріплюють належність контенту до глобального квір-дискурсу.

Контент Національної галереї презентує інформативні відео, в яких художній наратив переплітається з сучасними ідентичнісними інтерпретаціями. Звернення до теми нарцисизму через міфологічну постать Нарциса в інформаційному ролику (19.06.2024), що супроводжується підписом *“The man who died for beauty”* та тегами #PrideMonth #ArtHistory #GreekMythology #NationalGallery, ілюструє переосмислення класичних сюжетів у світлі квір-естетики (рис. Б.137-138). У відео з участю Голлі Джеймс Джонстон (яка позиціонує себе як письменниця та дреґ-кінг *(drag king)*) наратив будується навколо аналізу образу Нарциса в мистецтві від Ренесансу до сучасності. Акцент зроблено на тому, як цей міф резонує з квір-мистецькими та літературними колами, утворюючи міст між античною традицією та сучасними формами ідентичності. Відеоряд включає візуальні та текстові посилання на твори Клода (1644), Болтраффіо (бл. 1500) та Вотергауса (1903). Інтертекстуальна побудова підкреслює транскультурний вимір і актуалізує переосмислення канонічних сюжетів у інклюзивному наративі. Таке ж відео було продубльовано Національною галереєю 5 лютого 2025р, але з іншим дописом та тегами, що не

приурочені саме до #PrideMonth: *“A story of forbidden desire and tragic beauty* 💛 *”*, #LGBTplusHM, #QueerArtHistor, #GreekMythology, #Narcissus, #NationalGallery.

Ще одним прикладом послідовної квір-репрезентації є повторна (у 2024 та 2023 роках) відео-публікація, присвячена художниці Розі Бонер (рис. Б.139-140). Пост із запитанням *“Is Rosa Bonheur a queer icon?”* супроводжується відповідним емодзі 🌈 і тегами #PrideMonth та #ArtHistory, #Pride2024, #NationalGallery. У відео озвучено питання: *“Are we looking at her life through our own 21st-century lens?”*, що демонструє рефлексивний характер музейної комунікації: замість однозначної відповіді пропонується критичний погляд на історичну постать у контексті сучасного дискурсу про видимість і спадщину квір-осіб.

Іншим показовим прикладом цілеспрямованої квір-репрезентації є публікація Національної галереї до International Drag Day 🏳️‍🌈 (16.07.2023). У межах цієї ініціативи було представлено колаборацію з цифровим художником *(digital artist)* Гаррі Дж. Бартлеттом (@sassicism), який перетворив історичний портрет *“Chevalier d’Eon”* (1792) на яскравий драґ-образ (рис. Б.141-143). Стратегія галереї ґрунтується на принципі візуального перетворення: користувачам пропонується “змахнути” зображення, щоб побачити драґ-версію, оформлену з елементами квір-естетики – поліхромний макіяж, райдужна стрічка, декоративні деталі. Перегортання зображення робить перегляд інтерактивним і відкриває послідовну зміну двох візуальних станів портрета. Публікація виражає повагу до квір-історії та закріплює її актуальність у сучасній цифровій комунікації музею.

Текстова частина допису вирізняється декларативними формулами *“Happy International Drag Day* 🏳️‍🌈*” і “*⭐*Swipe to see the reveal*⭐*”*. У підписі окреслено намір висвітлити мистецьку драґ-практику у перспективі поєднання історичного портретного канону з сучасною інтерпретацією. Емодзі зірочки, пензлі, райдужний прапор функціонують як паралінгвістичні маркери. Вони підсилюють експресивність повідомлення та позначають солідарність із

LGBTQ+ спільнотою. Звернення до аудиторії подано двома закликами. Перший *("Comment below with your favourite Drag artist 💕")* стимулює участь аудиторії через коментування, другий *("Head to the link in bio to learn more about @sassicism's work in our Meet the artist series ⭐")* спрямовує до посилання в профілі, пов'язує допис із серією "Meet the artist" та скеровує користувача до суміжних матеріалів і пов'язаних публікацій. Хештеги #InternationalDragDay, #LGBTQ і #NationalPortraitGallery підсилюють пошукову видимість допису та пов'язують його з ширшим цифровим обігом контенту про квір-присутність.

У Музеї Вікторії та Альберта центральним прикладом є офорт Девіда Хекні *"In the dull village"* (1966), натхнений гомоеротичною поезією К.П. Кавафіса (09.06.2024) (рис. Б.144-145). Візуальний ряд супроводжується коротким емоційно маркованим підписом *"Weekend energy"* з емодзі 🌅 та хештегом #PrideMonth. Окремий блок становить відеопублікація у співпраці з Gay Times (27.06.2024) про регулярні LGBTQIA+ тури. Акцент перенесено на коментар координатора про потребу висвітлення раніше замовчуваних квір-історій (рис. Б.146-147). Реакції інших інституцій демонструють міжмузейну солідарність через короткі репліки у коментарях:*"Great to see!* 🏳️‍🌈*"* та "🏳️‍🌈🏳️‍🌈🏳️‍🌈 *wonderful"*.

У Британському музеї відео до Місяця прайду (2023, 2024) містять динамічно змонтовані кадри підняття прапора прайду на даху (рис. Б.148-149). Вербальний супровід підтримують емодзі 🌈🏛️📽️✨ та хештеги #PrideInLondon, #Pride, #London, #RoofTimeBaby. Додатково артикулюється відкритий доступ до ресурсів про LGBTQ-історії в колекції. У фотопублікаціях збережено лаконічний формат привітання *"Happy Pride Month!* 🏳️‍🌈*"* і ключове повідомлення *"Museum reveals the rich history of LGBTQIA+ individuals across time and cultures"* (рис. Б.150-151). Візуальний ряд доповнює фото фасаду з піднятим прапором прайду (29.06.2024) (рис. Б.152).

У Природничому музеї публікації *Pride Month 2022* року транслюють інклюзивність через символічні зображення прапора *Progress Pride* з природних матеріалів та фрази *"Diversity is what makes the natural world beautiful"* і *"Join us*

this #Pride Month in celebrating our wonderfully diverse staff from all parts of the rainbow". Тематичну прив'язку підсилюють #PrideMonth, #LGBTQ, #Diversity та емодзі 🌈 (рис. Б.153-154).

Дискурсивна стратегія інституційного наближення до аудиторії реалізується також через регулярні пости, пов'язані з пам'ятними датами народження знакових культурних фігур. Цей жанровий формат активно експлуатує потенціал #otd-наративу, що поєднує темпоральну прив'язаність, архівну репрезентацію та емоційну залученість аудиторії. Хештег-абревіатура #otd *(on this day)* позначає цифрову практику пригадування знакових подій або постатей, пов'язаних з конкретною датою, і широко використовується у соціальних мережах для конструювання спільної культурної пам'яті в режимі реального часу.

У вітальному дописі Музею Вікторії та Альберта з нагоди дня народження Пола Маккартні (18.06.2024) реалізується візуально-комунікативна стратегія, що поєднує персональну присутність, історичну репрезентацію та брендовану інституційну ідентичність. Центральний візуальний акцент – портрет самого Маккартні, зроблений під час його візиту до музею, де на фоні експонуються знакові знімки "The Beatles" авторства Річарда Аведона (1967) (рис. Б.155-156). Текст допису тримається жанрової лаконічності привітання, а емодзі 🎂 позначає святковий тон. Рекламний компонент подано через згадку про виставку "Fragile Beauty" та кураторське походження проєкту, пов'язане з колекцією Елтона Джона і Девіда Ферніша. Окремим смисловим акцентом виступає партнерство з Gucci, яке підкреслює брендову гібридність сучасної музейної комунікації.

Іншим варіантом є стратегія архівного медіанаративу, реалізована Національною портретною галереєю у дописі до дня народження Фредді Мерк'юрі (05.09.2024). Центром повідомлення стає чорно-біле сценічне фото Ніла Престона 1986 року (рис. Б.157-158). Біографічний супровід подано у хронологічно деталізованій формі. Текст містить емоційні інтенсифікатори на кшталт *"the man, the myth, the legend…"*, які надають допису тон урочистого привітання з нагоди дати, а також хештеги #Portraiture #FreddieMercury та заклик

залишити коментар: *“Which Queen song is your favourite? Tell us in the comments”*. Після позначки *“[IMAGE]”* розміщено опис зображення у квадратних дужках, який розширює інклюзивність сприйняття візуального матеріалу. Подібна структура демонструє прагнення музею репрезентувати постать крізь призму спадщини, пам’яті та цифрової етики.

На противагу цьому Британський музей у пості до дня народження Беатрікс Поттер (28.07.2023) використовує стратегію візуальної емпатії через ілюстрацію (рис. Б.159-160). Зображення з *“The Tale of the Flopsy Bunnies”* передає візуальний код казковості та дитинства. Підпис висвітлює історію публікації її першої книги у формі короткого оповідного есе. Візуальні об’єкти – емодзі 🐰📚🛍️ структурно оформлюють текст, а фінальний заклик до відвідання онлайн-магазину трансформує пост у гібрид освітнього та комерційного повідомлення.

Важливим у цій комунікативній екосистемі є також підкреслення соціальної ролі музейної інституції через вітальні пости з акцентом на сучасних патронах (рис. Б.161). У дописі Музеєю Вікторії та Альберта з нагоди дня народження Принцеси Уельської (09.01.2025) центральним об’єктом є зображення взаємодії з дітьми під час відкриття Young V&A. Фотографія фіксує мить живої комунікації, а текст виявляє подяку за підтримку дитячої творчості та ініціатив, пов’язаних із Young V&A. Музей реалізує стратегію соціального авторитету через патронат. У дописі наголошено на підтримці освітніх і творчих ініціатив для дітей. Окреме місце посідає приклад візуального оформлення привітання у публікації Національної портретної галереї, присвяченій акторці Джуді Денч (09.12.2023) (рис. Б.162-163). Завдяки поєднанню гумористичного підпису “*When is too much Judi Dench too much? NEVER*” та динамічного відеофрагмента експозиції “Portrait Artist of the Decade”, привітання набуває іронічного тону з фокусом на дружній прихильності до акторки. Візуальна варіативність та нестандартна подача портретної експозиції підтримують цей тон.

Особливої динаміки у жанрі музейного вітального допису набувають приклади з гумористичною гіперболізацією, інфантилізацією або символічною антропоморфізацією, зокрема накладання святкових елементів на музейне зображення або об’єкт, візуальні маркери дитячого дня народження на музейному об’єкті та адресування привітання експонатові або історичній постаті.

Рис. 3.2.54. Публікація Природничого музею *“Happy birthday Mary Anning!* 🦴🥳*”*, 21.05.2025.

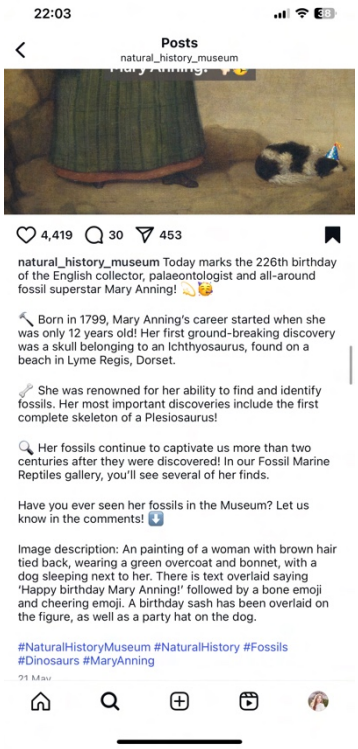


Рис. 3.2.55. Текстовий опис публікації *“Happy birthday Mary Anning!* 🦴🥳*”*, 21.05.2025.

У публікації до 226-річчя Мері Еннінг (21.05.2025) візуальний образ доповнено графічними елементами: рожевою стрічкою з написом *“Birthday Girl”* та святковим ковпаком на голові собаки поруч із героїнею (рис. 3.2.54-3.2.55). Графічні доповнення створюють іронічний візуальний ефект. Постать Еннінг інтерпретується крізь призму сучасної цифрової культури. У тексті використано серію емодзі: 🦴 (палеонтологія), 🥳 (святкування), 🔨 (інструмент дослідника), 🔍 (знак наукового пошуку), що разом утворюють семіотичний комплекс міждисциплінарної ідентичності героїні.

Контрастний прийом демонструє допис на честь 99-річчя Девіда Аттенборо (08.05.2025): мінімалістичний портрет вченого у класичному вбранні подано без накладеної графіки, з акцентом на урочистості й авторитеті (рис. Б.164-165). Попри стриманий візуальний стиль, мультимодальність утримується через використання емодзі 🎉, яке позначає вітальний характер публікації. Текстова частина фокусує увагу на участі Аттенборо в іммерсивному проєкті музею, що свідчить про інтеграцію персонального авторитету в інституційний наратив.

У пості до дня народження Чарльза Дарвіна (12.02.2025) Природничий музей вдається до іронізованої персоналізації: статую вченого доповнено цифровим ковпаком, що створює комічну рамку довкола серйозного мармурового образу (рис. 3.2.56-3.2.57). Візуальна трансформація супроводжується текстом “Happy birthday Charles Darwin!” Емодзі 🥳🎈 підкреслюють святкову тональність повідомлення та позначають вітальний характер допису. Основна частина публікації реалізує структуру мікронаративів, що супроводжуються тематичними емодзі: 📖 позначає публікацію *“On the Origin of Species”* (1859), 🦥 – відкриття черепа мегатерія під час подорожі на судні “Бігль” (*HMS Beagle)*, 🦪 – експерименти з птахами, пов’язані з формуванням концепції природного добору.

Стилістичне зміщення від традиційного образу до напівжартівливого цифрового аватара засвідчує перехід до гнучкішого формату взаємодії з аудиторією в умовах цифрової культури.

Рис. 3.2.56. Публікація Природничого музею *"Happy birthday Charles Darwin! 🥳🎈"*, 12.02.2025.

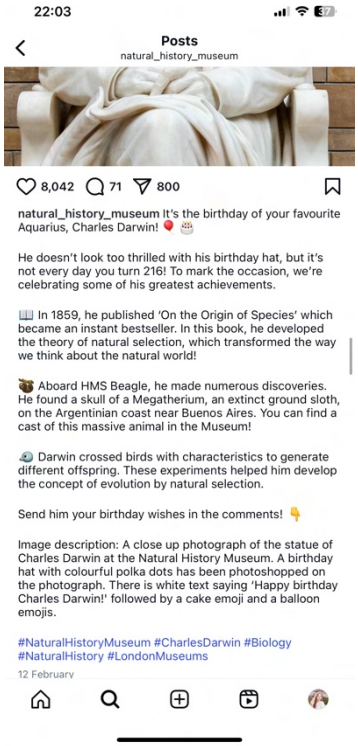


Рис. 3.2.57. Текстовий опис публікації *"Happy birthday Charles Darwin! 🥳🎈"*, 12.02.2025.

Ігровий формат святкового привітання також реалізується у публікації до першої річниці бронзового диплодока Ферна (18.07.2025). Експонат представлено повноцінним учасником святкової події: на голову накладено цифрову тіару з написом *"Happy Birthday"*, над композицією розміщено барвисту гірлянду *"FERN IS ONE!"*, а серед зелені встановлено велику воскову свічку у формі цифри 1 (рис. 3.2.58-3.2.59).

Візуальна антропоморфізація експоната перетворює скульптурний об'єкт на персонажа соціомедійного наративу. Вербальна частина допису звертається до підписників у формі ігрового запитання: *"What would you give a Diplodocus for a birthday gift?"*, спрямовуючи комунікацію на креативну взаємодію.

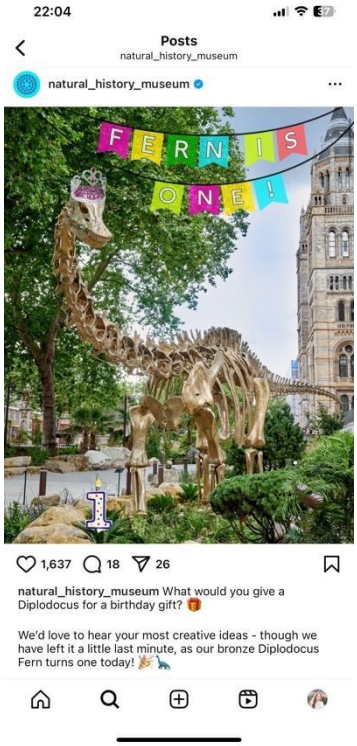


Рис. 3.2.58. Публікація Природничого музею про диплодока Ферна, 18.07.2025.

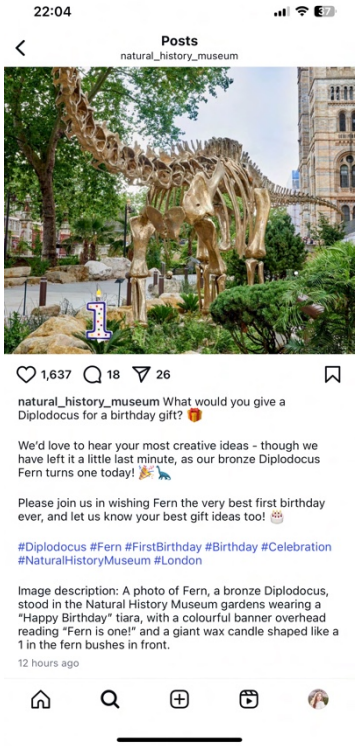


Рис. 3.2.59. Текстовий опис публікації про диплодока Ферна, 18.07.2025.

Використані емодзі 🎁🦕🎉🎂 позначають урочисту тональність повідомлення та підтримують читацьку інтерпретацію через семіотично навантажені графічні символи.

3.3. Подкасти та блоги

Блоги та подкасти інтегруються до цифрових стратегій провідних музеїв, створюючи альтернативні формати репрезентації знання та інституційної присутності в публічному просторі. Поширення цих форматів засвідчує зміщення акценту з фізичної експозиції на наративне розгортання змісту через текстову й аудіальну модальності, що сприяє розширенню комунікативного охоплення та залученню нових аудиторій. У Британському музеї, Музеї Вікторії та Альберта, Природничому музеї, Національній галереї та Національній портретній галереї подкасти й блоги слугують засобами пояснення експозицій,

висвітлення музейного життя та популяризації культурної спадщини. Вони сприяють поглибленню взаємодії між музеєм і користувачем, формуючи більш відкриту й залучену комунікацію.

Вербальний компонент офлайн-експозиції зазвичай обмежується короткими підписами, етикетками та інструктивними формулами, інколи з іронічним тонуванням. Цифрові музейні платформи допускають інший обсяг і жанрову різноманітність текстів. Окрім лаконічних назв і довідкових описів, з'являються розгорнуті каталожні статті, кураторські есе, матеріали про консервацію, архівні коментарі та освітні тексти. Розширений формат письмового викладу дає фахівцям музею можливість детальніше подати контекст об'єкта, пояснити його авторство, датування, походження, а також додати ширший довідковий матеріал, доповнений гіперпосиланнями та мультимедіа.

Блог і подкаст Британського музею (рис. Б.166) функціонують як інтегральна частина його цифрового дискурсу, реалізуючи стратегію освітнього наративу та публічного залучення. Мультимодальна структура розділу Blog передбачає ієрархічно впорядковану навігацію, що охоплює категорії *"All", "Curator's corner", 'Exhibitions and events", "Museum stories", "News", "Objects in focus", "Podcasts"* і створює цілісний інтерфейс із гнучкими сценаріями використання.

Кожна публікація супроводжується візуальними компонентами (зображеннями артефактів, виставкових просторів або архівних матеріалів), лаконічним заголовком, вступним фрагментом тексту та гіперлінком до повного матеріалу. Завдяки цьому досягається ефект інтуїтивної навігації, а також створюється естетично збалансований контент, який водночас інформує, розважає та поглиблює знання користувача.

Аудіоформат представлений у підрозділі *"The British Museum podcast"* (рис. 3.3.1), який пропонує слухачам тематично насичені випуски, присвячені різноманітним аспектам музейного життя – від збереження колекцій та історії музейної архітектури до питань деколонізації та гендерної репрезентації.

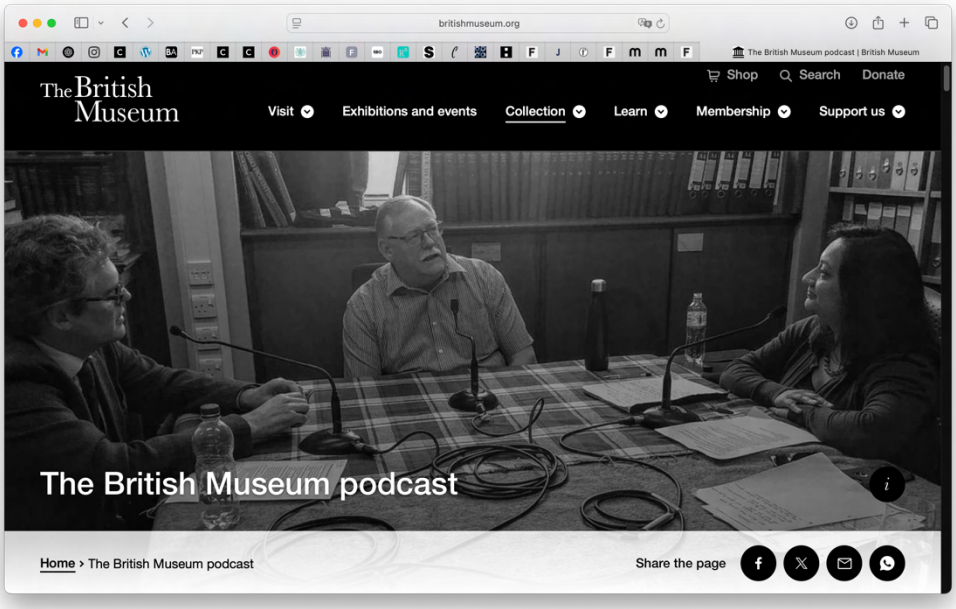


Рис. 3.3.1. Підрозділ The British Museum podcast, 30.06.2025 *(https://www.britishmuseum.org/the-british-museum-podcast)*

Наприклад, епізод *"The Great Court at 20"* розкриває архівну історію створення центрального простору музею та досліджує розвиток експозиційної архітектури. Випуск *"The Arctic, Renaissance jewels and illicit antiquities"* охоплює виставкову діяльність, а також музейну репрезентацію історичних об'єктів. Теми на кшталт *"LGBTQ+ histories", "WOMEN!"* чи *"Accessibility"* свідчать про прагнення музею залучати широку аудиторію через висвітлення соціально значущих тем у популярному аудіоформаті. Кожен епізод подкасту забезпечений мультимодальною підтримкою: коротким описом, ілюстраціями та інтерактивною опцією перегляду транскрипції, що робить контент доступним для ширшого кола користувачів, включаючи осіб із порушенням слуху. Додатково реалізована можливість слухати подкасти безпосередньо на сайті або перейти на платформу SoundCloud *("Listen to more podcasts")*, що підсилює інституційний брендинг у зовнішніх медіаплатформах.

Також слід виокремити трансмедіальність – на сторінці вбудовано звернення до аудиторії з пропозицією оцінити подкаст або долучитися до діалогу

через X (formerly Twitter): "*Like what you hear? If you enjoy the podcast please take a minute to rate and review us or send us a tweet @britishmuseum"* (рис. Б.167). Таким чином формується простір динамічного діалогу між інституцією та публікою, що перевищує межі лінійного інформування й набуває ознак двосторонньої взаємодії.

На сайті головного музею Вікторії та Альберта (V&A South Kensington) блогова платформа (рис. Б.168) виконує роль мультимодального текстового архіву, де візуальні й вербальні модальності взаємодіють у форматах інтерв'ю, новин, кураторських коментарів і об'єктних історій. Наприклад, публікація "V&A Wedgwood Collection: 10 years in 10 objects" (рис. Б.169-170) поєднує аналітичну оповідь з добіркою зображень експонатів, візуалізуючи зв'язок між локальною історією кераміки та сучасними музейними практиками. Цей семіотично оформлений простір підтримується чіткою структурою сторінки, візуальним мінімалізмом та інтерфейсною доступністю, що сприяє інтуїтивному сприйняттю матеріалу.

Водночас подкастова платформа V&A Dundee, шотландської філії музею (рис. Б.171-172), подає музейний дискурс переважно через аудіальний модус. У подкастах порушено критичні теми сучасного дизайну, культури та екології. Серія *"A Fragile Correspondence"*, доступна на Spotify, SoundCloud та Apple Podcasts, є одним із прикладів аудіоінтерпретації виставкового проєкту, у якій через фрагментовані інтерв'ю з кураторами, художниками та дослідниками розкривається концептуальний задум експозиції, а формат подкасту надає слухачеві можливість умовної реконструкції музейного простору та логіки його оформлення (рис. Б.173-175). Зокрема, в епізоді *"AI, Language and Writing with YPC"* молодіжний колектив музею *(YPC)* бере на себе його повну реалізацію: обговорює використання AI-зображення як візуальної айдентики виставки та вплив штучного інтелекту на шотландську мову, а також презентує авторські тексти, створені в межах програми YPC. Аудіоепізоди супроводжуються текстовими описами. Текстове попередження *"Content warning"* вказує на можливу ненормативну лексику й підкреслює невимушений молодіжний

характер епізоду. Інші аудіопроєкти, зокрема *“Talking Tartan with Alan Cumming and Simon Sladen”, “On Quant: Meredith More meets Heather Tilbury Phillips”* або *“Back to the 60s: an audio tour of Mary Quant”*, демонструють різні формати подкасту, зорієнтовані на інклюзивність, освітню комунікацію та емоційне залучення.

У цифровому середовищі Природничого музею представлено розділ Discover із тектовою самопрезентацією *“Our online magazine about the natural world”*. Розділ організовано у форматі мультимодальної платформи з ознаками онлайн-журналу, науково-популярного блогу та інтерактивної освітньої стрічки (рис. 3.3.2).

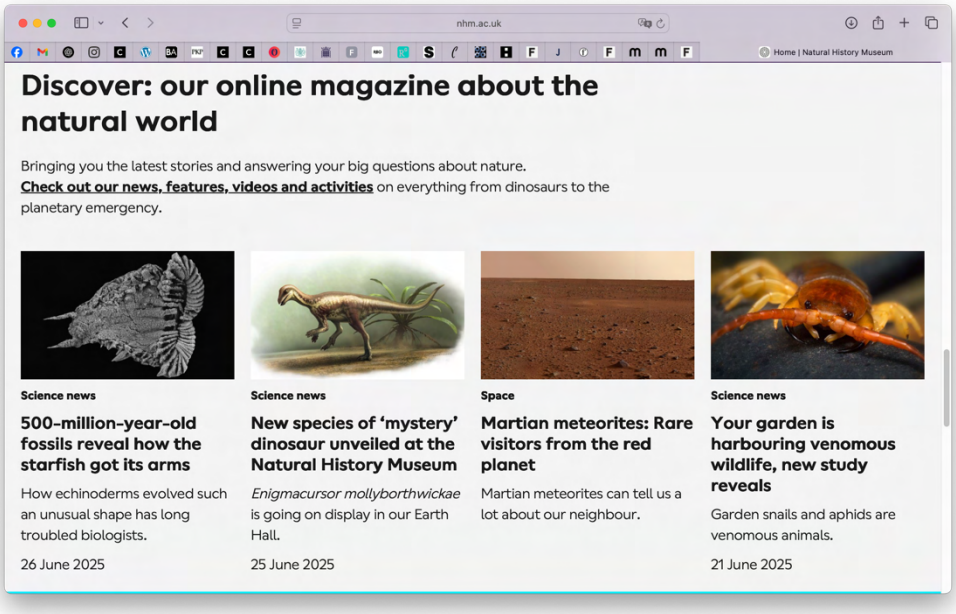


Рис. 3.3.2. Онлайн-журнал Природничого музею, 30.06.2025 *(https://www.nhm.ac.uk/discover.html)*

Лозунг “*Bringing you the latest stories and answering your big questions about nature*” виконує функцію метадискурсивного маркера, який окреслює пізнавальну спрямованість та доступність контенту. Тематичний діапазон, позначений через звернення, підкреслює багатоформатність і міждисциплінарність розділу: *“Check out our news, features, videos and activities*

on everything from dinosaurs to the planetary emergency”. Структура розділу побудована за принципом інтеграції семіотичних ресурсів: текстові матеріали супроводжуються ілюстраціями, відео, гіперпосиланнями та інтерактивними вставками, що утворює цілісне комунікативне середовище (рис. Б.176-179).

На головній сторінці розділу акцент зроблено на інтригуючих заголовках, лаконічних підписах та яскравих зображеннях, які одразу занурюють користувача у зміст. Наприклад, у публікації *"500-million-year-old fossils reveal how the starfish got its arms"* (рис. Б.178) (26.06.2025) поєднуються чорно-біле зображення скам’янілості, стислий виклад еволюційної гіпотези та дата публікації. Сприйняття матеріалу відбувається у режимі швидкого читання завдяки комбінації зображення, короткого пояснення та дати публікації. Інша стаття, *"New species of ‘mystery’ dinosaur unveiled at the Natural History Museum"* (25.06.25), містить візуальну реконструкцію динозавра “*Enigmacursor mollyborthwickae”*, а також чітко структурований супровідний текст, що розміщений поруч із зображенням. Візуальний і вербальний компоненти подано в одному полі огляду. Це підсилює крос-модальну узгодженість повідомлення (рис. Б.179). У такому ж стилі оформлено сторінку Science blog з текстовим закликом *“Go behind the scenes and explore our work through the eyes of our scientists”* (рис. Б.180-181).

У Національній галереї, як і в інших провідних музеях, також наявні подкасти та блог. Центральним елементом є серія подкастів *“Stories in Colour”* (рис. 3.3.3), присвячена культурній, науковій та емоційній ролі кольору в історії мистецтва. Серія охоплює такі аспекти, як торгівля, релігія, реклама, дизайн, нейропсихологія сприйняття кольору, а також дослідження пігментів.

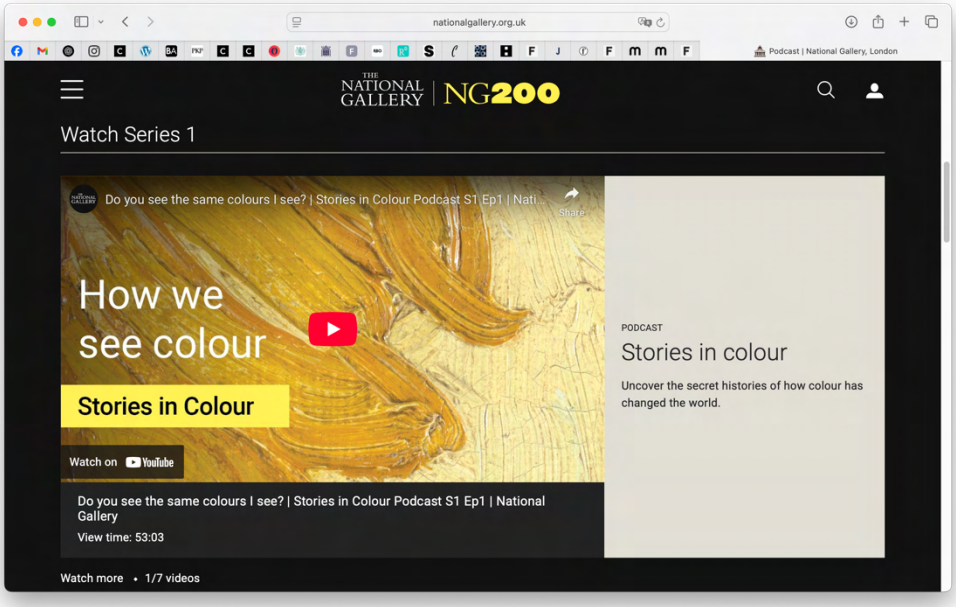


Рис. 3.3.3. Серія подкастів *“Stories in Colour”* Національної галереї, 30.06.2025 (*https://www.nationalgallery.org.uk/podcast*)

Серія реалізована у форматі відеоподкасту на YouTube. Візуальний модус представлено безперервною присутністю ведучих у кадрі та екранними вставками з експонатами й добіркою прикладів із колекції, релевантних темі випуску, а вербальний та аудіальний модуси репрезентовано діалогічною взаємодією ведучих.

На сайті Національної портретної галереї окремий комунікативний сегмент формує розділ “Stories”, організований за логікою редакційного блогу: у верхній частині сторінки зосереджено інструменти відбору, нижче подано стрічку публікацій у форматі карток із домінуванням візуального матеріалу та заголовка (рис. 3.3.4–3.3.5).

У поданні контенту простежується мультимодальна узгодженість: зображення в картці задає первинний фокус уваги, заголовок виконує роль смислового маркера, дата структурує актуальність, короткий фрагмент тексту підтримує аналітичний тон. Поряд із матеріалами про консервацію, виставки й атрибуцію представлено відеоформати, що розширюють модальний репертуар сторінки.

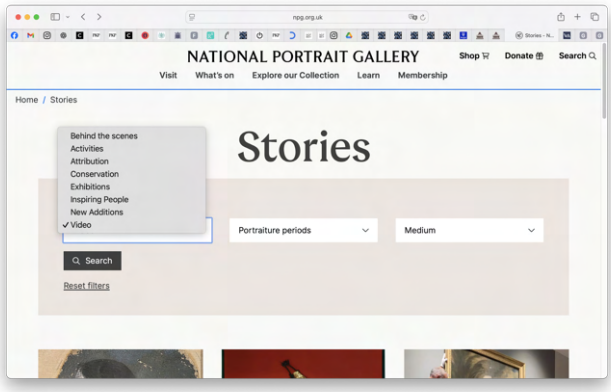


Рис. 3.3.4. Розділ “Stories”, 01.01.2026.

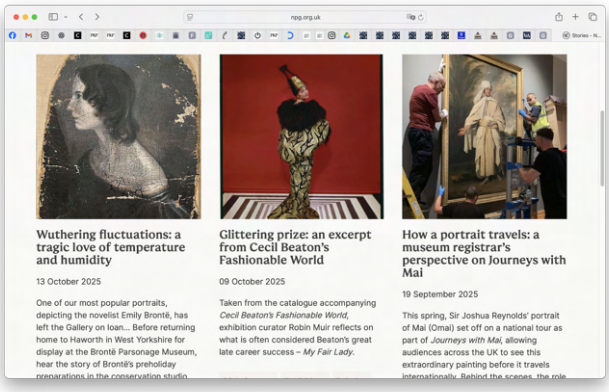


Рис. 3.3.5. Стрічка публікацій розділу “Stories”, 01.01.2026.

(https://www.npg.org.uk/blog)

У розділі “Stories” інтерфейс забезпечує навігацію та відбір контенту за заданими параметрами. Блок *“Filter by topic”* пропонує тематичні рубрики *“Behind the scenes, Activities, Attribution, Conservation, Exhibitions, Inspiring People, New Additions, Video”;* випадаючі меню *“Portraiture periods”* (*18th Century, 19th Century, 20th Century, Stuarts & Civil War, Tudor, Victorian & Edwardian, Contemporary*) та *“Medium”* (*Painting, Photography, Sculpture*) задають хронологічні й медійні параметри відбору. Окремо винесено *“Search”* і *“Reset filters”*.

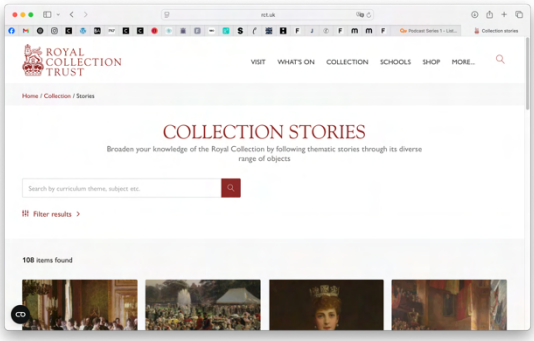


Рис. 3.3.6. Розділ Collection Stories, 30.06.2025.

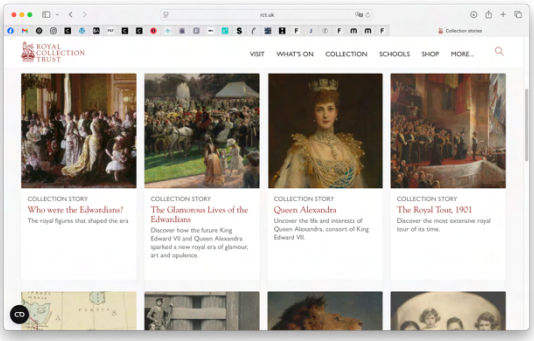


Рис. 3.3.7. Стрічка публікацій розділу Collection Stories, 30.06.2025.

(https://www.rct.uk/collection/stories)

Більшість палаців і замків не мають автономної цифрової репрезентації, а входять до складу більших інституційних платформ, зокрема Royal Collection Trust, до якої належать Віндзорський замок і Букінгемський палац, або Historic Royal Palaces, що об'єднує Тауер, Кенсінгтонський палац, Гемптон-Корт та інші об'єкти. Тому їхня цифрова присутність реалізується переважно через сайти відповідних організацій, а не через окремі повноцінні ресурси. Офіційний сайт Royal Collection Trust містить схожий цифровий розділ – "Collection Stories" (рис. 3.3.6-3.3.7). Розділ має формат тематичного архіву, організованого навколо визначних об'єктів Королівської колекції. Кожна історія поєднує текст із зображеннями живопису, ювелірних виробів, архівних документів і портретної фотографії. Візуальний ряд формує провідні смислові акценти та становить опору інтерпретації матеріалу. Добір зображень публікації *"The Glamorous Lives of the Edwardians"* підкреслює королівську репрезентацію через мотиви розкоші та моди епохи Едварда VII. У публікації *"The Darnley Jewel"* послідовність фотографій коштовності створює візуально-історичний наратив, зосереджений на символіці та функції окремої прикраси.

Висновки до третього розділу

Дискурс провідних британських музеїв в онлайн-форматі є медіатизованим комунікативним середовищем, у якому інституційний смисл конструюється завдяки координації інтерфейсних рішень, вербально-візуальних комплексів, аудіальних форматів і механізмів цифрової взаємодії. Матеріал музеїв засвідчує зсув у репрезентації колекцій музеїв від логіки одностороннього інформування до логіки керованої участі, де когнітивний і комунікативний результат залежить від сценарію навігації, темпоритму контенту, ступеня інтерактивності та вбудованих каналів зворотного зв'язку. Цю трансформацію виразно демонструють формати вебсайтів і соціальних платформ, на яких інституційний дискурс інтегрує стратегії залучення через Instagram Stories, емодзі-орієнтовані квізи, сенсорні рюкзаки та креативні набори для занять удома, переводячи взаємодію в площину мікродій і практик участі. Відповідно,

музеї перебудовують власні комунікативні й освітні ролі онлайн, використовуючи мультимодальні стратегії як механізми залучення, що поєднують гейміфікацію, інтерфейсну інтерактивність і включення сенсорного досвіду. Роль мультимодальності в медіатизації полягає в організації смислу: мультимодальні конфігурації визначають доступ до знання, режим інтерпретації та емоційно-ціннісне налаштування аудиторії.

Аналіз музейних вебсайтів, серед яких British Museum (www.britishmuseum.org), Victoria and Albert Museum (www.vam.ac.uk; www.vam.ac.uk/blog/) та National Portrait Gallery (npg.org.uk), демонструє перетворення вебінтерфейсу на окремий експозиційний простір у цифровому середовищі, в якому відбір модусів і їхня ієрархія задають пріоритети комунікації. Провідний медіавізуальний елемент на головних сторінках (відео/зображення), структуровані навігаційні меню, тематичні кластери розділів і контрастна типографіка формують керований сценарій входження користувача в інституційний простір та закріплюють модель музею як комунікативно-освітньої інституції, зорієнтованої на різні групи відвідувачів. Виразно простежується мультимодальна інтеграція інклюзивності: транскрипти, аудіоописи, гіперпосилання на адаптовані медіаверсії й узгоджена візуальна навігація забезпечують розширений доступ до контенту та врахування різних потреб користувачів.

Медіатизація дискурсу на інституційних сайтах охоплює освітньо-розважальні й дитячо-орієнтовані формати, у яких мультимодальність підпорядковується навчальній логіці подання матеріалу та організовує залучення відвідувачів до експозицій та колекцій через інтерактивне й сенсорне навчання. Засвоєння контенту відбувається через активну взаємодію: користувач виконує послідовні дії, повторює кроки, обирає варіанти та співвідносить отриманий зворотний зв’язок з інструкцією і очікуваним результатом, тому знання формується як результат індивідуального, самостійного опрацювання матеріалу, а не пасивного перегляду. У Британському музеї партисипативний сценарій підтримують *“Family Backpacks”*, в яких освітній формат взаємодії організується

через завдання з кольоровим маркуванням для різних сенсорних каналів: "*Look – green, Smell – blue, Feel – orange, Listen – purple*". Домашній вимір музейного наративу представлено завданнями "*Build Your Own Trojan Horse*" і "*Dive into the World of the Nereids*", які переносять сюжети міфів у побутовий простір, стимулюючи інсценування, виготовлення артефактів і публічне поширення результатів через "@britishmuseum". У Природничому музеї цей вектор розгортається в блоці "Activities for All", у якому участь підтримується поєднанням активностей на відкритому повітрі, наприклад *"Make a den", "Balance a stone"*, екологічних проєктів на зразок "*Build a hedgehog house*" та наукових творчих занять у приміщенні *(indoor science crafts)*. Гейміфікований зворотний зв'язок, позначений фразою "*Yay, you did it!*" і конфеті-анімацією, разом з імперативом "*Go further*" формує механізм заохочення через винагороду та підтримує мультимодальну узгодженість, у якій гумор, інструктивність і участь разом підтримують бажання рухатися далі в інтерфейсі. Залучення кінестетичного компонента через домашні творчі завдання імітує тілесний вимір музейного досвіду поза фізичним простором інституції і створює умови для продовження навчальної діяльності вдома.

Аналіз соціальних платформ (на матеріалі профілів British Museum, Victoria and Albert Museum (V&A), Natural History Museum, National Gallery і National Portrait Gallery) засвідчує, що цифрова присутність музеїв у соціальних медіа підпорядковується логіці публічного позиціонування й емоційного утримання уваги, де пріоритет отримують візуально-орієнтовані платформи та інтерактивні жанри. Виявлена ієрархія активності фіксує домінування Instagram як каналу з високим рівнем залучення, слабшу динаміку Facebook і фрагментарність TikTok-присутності. Соціальна мережа в цьому аналізі виступає дискурсивною сценою, в якій сталість стилю та повторювані шаблони подачі підтримують музейну ідентичність. Перевагу надано коротким форматам із чіткою подачею контенту. Вони розраховані на швидке сприйняття під час гортання стрічки.

Результатом аналізу є окреслення механізмів партисипативності в Instagram-дискурсі, де інтерфейсні інструменти (опитування, мініквізи, реакції, слайдери, емодзі-головоломки, інтерактивний вибір маршруту) організовують мікронаратив і переводять відгук аудиторії у площину смислотворення, змінюючи траєкторію цифрової розповіді. У цьому форматі зворотний зв'язок у реальному часі позиціонує користувача співучасником комунікації, а гумор, іронія й ігрові завдання знижують інституційну дистанцію та узгоджують музейний тон із повсякденною практикою взаємодії в соціальних медіа. Відповідно Instagram Stories і дописи набувають ознак динамічних мультимодальних наративів і переводять глядача в позицію учасника, оскільки інтерфейс робить участь передумовою просування сюжету. Показовою є логіка, за якою Природничий музей у інтерактивних Stories для виставки "Space: Could Life Exist Beyond Earth?" поєднує опитування, емодзі-підказки та анімовані стікери, а візуальний ефект падаючих сніжинок виконує функцію інтерфейсної метафори, що відсилає до крижаних супутників і синхронізує миттєву сенсорну реакцію з науковим змістом, фактично прив'язуючи когнітивне розуміння до мікродії в інтерфейсі. У Британському музеї партисипативність набуває ще виразнішого гейміфікованого виміру, наприклад, емодзі головоломки до Міжнародного дня емодзі (#WorldEmojiDay) і серія *"Choose your in-game weapon/armour"* подають експонати та артефакти як елементи ігрового інтерфейсу, а торкання екрана або зупинка рандомайзера фіксує обраний користувачем варіант, таким чином мікрожест керує сценарієм сприйняття.

Синхронізоване дублювання контенту між платформами, зафіксоване у матеріалі, підкреслює прагнення інституцій утримувати єдність бренду в поліструктурному цифровому просторі, водночас демонструючи різні комунікативні режими: від раціонально-інформативної подачі з мінімізацією емодзі та гейміфікації до емоційно-інтерактивних сценаріїв.

Подкасти й блоги належать до форматів розгорнутої комунікації, що забезпечують триваліше утримання теми через поглиблене представлення змісту, пояснення складних аспектів і структуровані уточнення. Аудіоконтент

подається у мультимодальному супроводі: транскрипції, ілюстрації та додаткові матеріали забезпечують текстово-візуальний супровід і розширюють можливості ознайомлення з контентом, а інтеграція з зовнішніми сервісами (SoundCloud, YouTube) збільшує охоплення аудиторії поза межами музейних платформ і підтримує інституційну видимість у цифровому середовищі. Тематичне розгортання епізодів і публікацій демонструє залучення музею до соціально значущих дискусій (інклюзивність і доступність, гендерна репрезентація, участь представників різних соціальних груп у ролі спікерів і героїв епізодів), тоді як інтерфейсні запрошення до оцінювання й подальшої взаємодії через соціальні мережі вводять діалогічний компонент і трансмедійний формат подальшої взаємодії.

ВИСНОВКИ

Комунікація провідних музеїв Великої Британії у XXI столітті є інституційною за формою організації, характеризується регламентованими моделями подання змісту, доступу до знання, процедурами інтерпретації і моделями взаємодії з аудиторією у двох середовищах, у фізичному експозиційному просторі й на цифрових платформах. Концептуальну цілісність дискурсу підтримують узгоджені кураторські сценарії, інтерфейсні рішення, навігаційні механізми та педагогічно зорієнтовані пояснення. Тексти регулярно містять посилання на джерела, зазначення авторства й датування. Структурована подача матеріалу та можливість перевірки фактів підтверджують інституційний авторитет музею й зміцнюють довіру до наданої інформації. Інституційний характер проявляється у впорядкованості тематичних ліній, стандартизації мікрожанрів і сталих механізмів доступу до матеріалу (пошук, фільтрація, рубрикація, посилання), а також у керуванні діалогом, оскільки музей задає тему, порядок і тон комунікації, а аудиторія реагує запитаннями, коментарями та інтерактивними діями.

Смислотворення в музейному дискурсі забезпечується системною взаємодією семіотичних ресурсів, реалізованих у різних модусах і медіа. Мультимодальна організація повідомлень музеїв у двох середовищах підпорядкована принципу крос-модальної узгодженості, за якого різні модуси підтримують один одного, зменшуючи когнітивну невизначеність, зокрема коли візуальне уточнює вербальне, а інтерфейс підказує траєкторію сприйняття, підвищуючи керованість інтерпретації. Інтеграція працює як механізм синхронізації трьох рівнів: когнітивного (формування уявлень і пояснень про зміст повідомлення), перцептивного (спрямування уваги та сенсорного сприйняття) та навігаційного (організація переміщення в експозиції або переходів між розділами в інтерфейсі). Унаслідок цього інтерпретація музейного змісту вибудовується як керована послідовність дій: аудиторія читає, дивиться,

слухає, торкається, рухається та взаємодіє з об’єктами або інтерфейсами за заданою логікою доступу.

Мультимодальність музейної комунікації у фізичному середовищі пов’язана з просторово-матеріальною природою експозиції, у якій значення формується через поєднання предметної фактури артефактів, сценографії, світлового дизайну, візуальних репрезентацій, акустичного супроводу, тактильних поверхонь і об’єктів взаємодії, графічних навігаційних сигналів та інструктивних текстів. Роль окремих модусів розподіляється функціонально: візуальні ресурси забезпечують наочність, зіставлення й емоційне підсилення; матеріальні, просторові й тактильні ресурси формують перспективу огляду, ритм руху та тілесну залученість відвідувача; аудіальні засоби додають атмосферність та пояснювальний супровід; вербальні елементи надають інструкції відвідувачам, уточнюють і категоризують зміст, а також окреслюють інституційні межі допустимого.

В офлайн-експозиціях спостерігається посилення ролі тактильних платформ, проєкційних візуалізацій, цифрових модулів взаємодії та інструктивно-навігаційних рішень, завдяки яким інтерпретація змісту переходить у режим дії. Практики вибору маршруту, послідовне виконання завдань, робота з інтерактивними елементами експозиції, експериментування з сенсорними станціями створюють ситуацію, в якій аудиторія не обмежується оглядом, а переходить до виконання завдань. Взаємодія організована поетапною послідовністю кроків. Тактильні платформи підсилюють роль дотику у сприйнятті експозиції. Інтерактивні модулі організовують взаємодію через конкретні дії: вибір варіанта на екрані, натискання кнопок й маніпуляції з елементами експозиції. Інструктивні тексти закріплюють нормативну рамку взаємодії, визначаючи порядок, тривалість, безпекові обмеження та очікуваний результат. Показовою є практика тактильно дозволеної взаємодії, у якій загальноприйняту заборону дотику експонатів заміщено адресованими директивами на кшалт *“Please touch / Please touch carefully”*, зазвичай підсиленими піктограмою руки або локальними елементами шрифту Брайля. У

такій конфігурації текст виконує регулятивну функцію, надаючи право на дотик та окреслюючи межі тілесного дослідження матеріалу. Подібний принцип реалізовано в костюмованих інтерактивах: серія лаконічних інструкцій "*TRY ON…", "TIE…"* задає послідовність дій, а розміщені поруч інформаційні таблиці стисло окреслюють історичний контекст, урівноважуючи ігрову участь контрольованим поясненням.

Цифрове середовище музеїв організовується через інтерфейсну архітектоніку платформ і жанрову сегментацію контенту. Цифрові колекції, добірки, сторінки-огляди, короткі формати на кшталт Stories, а також мультимодальні відеонаративи формують моделі партисипативної взаємодії й афективного залучення. Послідовність інтерпретації задається інтерфейсними переходами, кнопками дії, модульною структурою подання, механіками реакцій, опитувань, мініквізів, коментарів, збережень, поширень, а також мікронаративним розгортанням теми у серії кадрів або дописів. Алгоритмічна видимість контенту й логіка платформи впливають на способи презентації знання: інституційний голос адаптується до коротких жанрів, а пояснення розподіляється на дрібні смислові фрагменти.

Спільність офлайн- та онлайн-середовищ простежується на рівні механізмів керування увагою, сегментації змісту, інструктивності та сценарності. В обох форматах музейна комунікація спрямовує увагу аудиторії, підказує, на що дивитися спочатку, у якій послідовності переходити між блоками інформації та які дії виконати, використовуючи заголовки й виділення, короткі пояснювальні блоки поруч із демонстрацією об'єкта, а також інструкції та навігаційні підказки. Водночас розбіжність пов'язана з природою реалізації семіотичних ресурсів: у фізичному просторі домінує матеріально-просторовий спосіб організації, у цифровому – інтерфейсний, модульний і платформно опосередкований. Режими участі відрізняються: офлайн-взаємодія передбачає тілесну присутність, просторове переміщення й контакт із середовищем; онлайн-взаємодія залежить від переходів між екранами, кліків, реакцій, перегляду

стрічки та переміщення в межах сторінки, алгоритмічних підказок і інтерактивних елементів платформи.

Проаналізовано дискурсивні параметри інтерактивності й гейміфікації як засобів інтенсифікації залучення. У фізичній експозиції інтерактивність реалізується через елементи, що спонукають відвідувача до дії, переводячи огляд у режим виконання завдань. Взаємодія передбачає прості й зрозумілі дії відвідувача: натиснути кнопку, перемістити елемент, обрати варіант на екрані, запустити демонстрацію та побачити результат. У складніших випадках відвідувач проходить завдання крок за кроком або самостійно обирає маршрут огляду за підказками експозиції. Репрезентативним є формат інтерактивних станцій, у яких текстовий стимул і цифрові підказки задають послідовність кроків, а фізичні тригери (кнопки/позначені зони) запускають звук, відео або анімацію. Відповідно взаємодія оформлюється як проходження етапів із передбачуваним ефектом і фіксованим сценарієм участі.

Гейміфікація переводить взаємодію в режим гри, коли дії відвідувача подаються як завдання з послідовними кроками, зокрема у форматі квестів, сімейних маршрутів і коротких тематичних сценаріїв. Завдяки цьому відвідування сприймається як проходження етапів із конкретною метою та очікуваним результатом. У цифровому дискурсі інтерактивність забезпечують інструменти платформи та типові формати публікацій, зокрема опитування, слайдери, реакції, квізи, завдання з відповіддю в коментарях, серії сторіс із вибором подальшого кадру, коментарна взаємодія та повторне використання контенту аудиторією у власних публікаціях. Гейміфікація підтримує увагу, задає темп перегляду та стимулює регулярне повернення до контенту.

У музейній комунікації текст з’єднує різні модуси та утримує спільний смисл, особливо там, де зображення або простір можуть тлумачитися по-різному. Лексичні одиниці називають об’єкти й явища, групують матеріал, пояснюють і уточнюють контекст, а також задають правила взаємодії та обмеження. У фізичній експозиції текст подається в ергономічних форматах, що відкривають доступ до змісту: підписи до експонатів, заголовки тем,

пояснювальні блоки, короткі довідки, інструкції для взаємодії та попередження. У цифровому просторі текст виконує додаткові ролі, пов'язані з інтерфейсом: він допомагає орієнтуватися на сайті, здійснювати пошук, переходити між розділами й категоріями колекції, читати описи, а також формує короткі наративи в дописах і сценаріях у стислих форматах. У фізичній експозиції домінують короткі тексти, орієнтовані на швидке зчитування під час руху. Інструкції та попередження встановлюють правила взаємодії відвідувача з експозицією. На музейних сайтах обсяг тексту суттєво більший. Куратори й фахівці публікують розгорнуті описи, довідкові матеріали й метадані, тому аудиторія отримує ширший контекст про об'єкти колекції.

Навігаційне керування увагою значною мірою спирається на мовні засоби, які задають порядок дій і пріоритети перегляду. У фізичному просторі мовні маркери спрямовують рух і фіксують режим взаємодії: дієслівні форми наказового способу, лаконічні інструкції, попередження, поради, маркери послідовності дій ("далі", "назад", тощо), позначення напрямків, тематичні рубрики. У цифрових інтерфейсах мова інтегрована у кнопки, меню, ярлики, підказки, мікроповідомлення, фільтри й системи сортування; лексика таких елементів водночас інформує й керує дією, створюючи ефект керованого читання через набір допустимих переходів. Спостерігається тенденція до мінімізації довгих пояснень у навігаційних вузлах із перенесенням розгорнутих коментарів у спеціальні блоки або супровідні матеріали.

Мовні засоби у музейній комунікації забезпечують узгодження модусів і спрямовують переходи між ними. Текст називає об'єкт і підказує, на що звернути увагу, позначає наявність аудіоматеріалів і пропонує їх прослухати, пояснює, коли й як дозволено торкатися, задає напрям руху в експозиції та організовує переходи в цифровому інтерфейсі через короткі підказки й назви кнопок. У фізичному та цифровому середовищах інтерпретація формується поступово через послідовне опрацювання фрагментів матеріалу та виконання запропонованих дій. У фізичній експозиції цю послідовність задають маршрут огляду, переходи між зонами й інструкції, що визначають порядок взаємодії. У

цифровому форматі послідовність забезпечують посилання, меню, ланцюжки сторінок, каруселі та серії кадрів, а також інструменти платформи, які спрямовують наступний крок. Значення накопичується поетапно в процесі переходів між фрагментами, скерованих інституційними підказками.

Кросмодальна узгодженість визначається через співвіднесення змісту й комунікативного наміру між модусами одного повідомлення, незалежно від цифрового або експозиційного формату. Ознакою узгодженості є спільний предмет повідомлення, присутній у назві матеріалу, зображенні або експонаті, підписі, датуванні, метаданих або довідковій інформації, а також відсутність суперечностей між вербальним змістом, візуальною репрезентацією, звуковим супроводом і підказками взаємодії. У музейному дискурсі присутні елементи, орієнтовані на взаємодію з аудиторією, зокрема звертання до аудиторії, питання, інструкції *“Swipe”, “Comment”, “Play”, “Next”*, попередження *“Content warning”,* хештеги та емодзі в онлайн просторі, а в офлайн експозиції імперативні формули на панелях, піктограми дотику, QR позначки, маркери маршруту, повідомлення про сенсорні правила. Порядок сприйняття в цифровому середовищі визначають розміщення зображення, заголовка, дати й текстового фрагмента на екрані, а також виокремлення ключових елементів шрифтом і графічним оформленням. У просторі музею послідовність організовують планування залу, дистанції перегляду, світлові акценти, звукові рішення та розташування інтерактивних станцій. Для інтерактивних елементів важливою ознакою узгодженості є відповідність інструкції очікуваному результату взаємодії, у цифровому форматі йдеться про передбачуваний перехід за кнопкою або свайпом, в експозиційній залі про зрозумілий зворотний зв’язок після дотику, натискання чи сканування. На рівні навігації узгодженість в зберігається через сталі засоби відбору, пошук, фільтри, рубрики та меню на сайті, а в музейному просторі через вказівники напрямку, назви тематичних зон і послідовну термінологію на підписах до експонатів, інформаційних панелях, мапах та в інтерфейсах інтерактивних екранів.

Подальша робота може бути спрямована на поглиблення аналізу мовних механізмів інструктивності та навігаційного керування увагою в різних типах музейних інтерфейсів, на встановлення моделей крос-модальної узгодженості в мультимедійних експозиційних рішеннях, а також на системне зіставлення моделей партисипативної взаємодії на соціальних платформах з урахуванням їхніх жанрових і алгоритмічних параметрів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гао, Ц. "Критичний дискурс-аналіз у контексті когнітивної лінгвістики: синтез ідей і поглядів." *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Літературознавство. Мовознавство. Фольклористика*, no. 1(37), 2025, pp. 15-19. https://doi.org/10.17721/1728-2659.2025.37.03.

2. Годісь, Ю. Я. *Комунікативно-когнітивні засади мотиваційного жанру "мистецтво успіху" в англомовному дискурсі*. Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата філологічних наук, Львівський національний університет імені Івана Франка, 2019.

3. Заболотська, О. О. "Реалізація образу кутюр'є в мультимодальному аспекті (на матеріалі кінострічок "Коко де Шанель", "Дім Gucci")." *Наукові праці Міжрегіональної Академії управління персоналом. Філологія*, no. 1, 2023, pp. 23-29. https://doi.org/10.32689/MAUP.PHILOL.2023.1.4.

4. Зражевська, Н., and О. Литвиненко. "Комунікативні трансформації як наслідок розвитку сучасних цифрових інтернет-технологій." *Інтегровані комунікації*, no. 1(15), 2023, pp. 36-41. https://doi.org/10.28925/2524-2644.2023.155.

5. Киселюк, Н. "Pragmatics of interaction of verbal and non-verbal emotive means of communication in formation of ecological message in English literary discourse." *Актуальні питання гуманітарних наук*, vol. 8, no. 35, 2021, pp. 127-132. https://doi.org/10.24919/2308-4863/35-8-20.

6. Ключко, Ю. М. "Проектна діяльність як форма соціальної активності сучасних музеїв." *Питання культурології*, no. 33, 2017, pp. 140-148. https://doi.org/10.31866/2410-1311.33.2017.141595.

7. Крисальна, Ю. В. *Когнітивні модифікації релігійних концептів в сучасному комунікативному просторі*. Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата філологічних наук, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 2019.

8. Крисанова, Т. "Анотація як інструмент мультимодального аналізу: від тексту до смислу." *Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. Серія: Іноземна філологія. Методика викладання іноземних мов*, no. 100, 2024, pp. 29-38.

9. Крисанова, Т. А., and І. С. Шевченко. "Конструювання емотивного смислу в кінодискурсі: інтерфейс "слово - зображення - звук"." *Міждисциплінарні обрії інтермедіальності: Лінгвістика - літературознавство - перекладознавство*, edited by О. П. Воробйова, Laurus, 2023, pp. 144-163.

10. Лисакова, І. "Діалогічний дискурс у музейній педагогіці України та Іспанії." *Естетика і етика педагогічної дії*, no. 16, 2017, pp. 94-105. https://doi.org/10.33989/2226-4051.2017.16.175985.

11. Макарук, Л. Л. *Мультимодальність сучасної англомовної масмедійної писемної комунікації*. Вежа-Друк, 2018.

12. Макарук, Л. Л. "Кореляція вербальних та невербальних компонентів у корпусі англомовних масмедійних мультимодальних текстів." *Актуальні питання іноземної філології*, no. 10, 2019, pp. 210-219.

13. Макарук, Л. Л. "Мультимодальна лінгвістика та її метамова (Multimodal Linguistics and its Metalanguage)." *Philological Science and Education: Transformation and Development Vectors: Collective Monograph*, vol. 1, Baltija Publishing, 2021, pp. 304-339. https://doi.org/10.30525/978-9934-26-083-4-16

14. Мартинюк, А. В. "Дискурсивна інтернет-особистість у мультимодальному контексті." *Психолінгвістика в сучасному світі - 2019: матеріали XIV Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (24-25 жовтня 2019 р., м. Переяслав-Хмельницький)*, 2019, pp. 179-183. https://doi.org/10.5281/zenodo.3516414.

15. Мартинюк, А., and І. Набокова. "Інтерфейси зображення і вербального тексту Інтернет-мемів: когнітивний аналіз." *Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. Серія: Іноземна філологія. Методика викладання іноземних мов*, no. 99, 2024, pp. 16-21.

16. Олтаржевський, Д. О. *Цифрові комунікації: навчальний посібник із дисципліни "Медіавиробництво: промоція"*. Навчально-науковий інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, 2023.

17. Олтаржевський, Д. О. "Корпоративні медіа та сучасне інформаційне суспільство." *Бібліотечний вісник*, no. 3, 2010, pp. 51-57.

18. Руденко, С. "Спокутування "музейних гріхів" Т. Шоли як напрям інженерної музеології." *Notes on Art Criticism*, no. 34, 2018. https://doi.org/10.32461/2226-2180.34.2018.184767.

19. Сидоров, М., and Д. Табаков. "Інтернет як засіб соціальної комунікації та соціального впливу." *Політичний менеджмент*, no. 4(31), 2008, pp. 119-125.

20. Холод, І. В., and Т. М. Калініченко. "Вплив цифрових технологій на мовні норми та стилістику в умовах трансформації комунікації у нових медіа." *Вісник гуманітарних наук*, no. 1, 2024, pp. 45-53.

21. Яхонтова, Т. В. *Лінгвістична генологія наукової комунікації*. Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2009.

22. Abd El-Wareth, A. *Integrating Digital Techniques / Technologies in Developing Egyptian Museums (Case Study: Alexandria Library Museums - Alexandria City).* 2024. https://doi.org/10.21608/SEJ.2024.257467.1049.

23. Abdillah Noor, S., and R. Ekawati. "Multimodal Discourse Analysis of Sumenep Tourism Guidebook for Lombang Beach." *Journal of Linguistics and Social Studies*, vol. 2, no. 1, 2025, pp. 35-48. https://doi.org/10.52620/jls.v2i1.156.

24. "Actors take to the stage as Shakespeare's Birthplace announces the return of live performances." *Shakespeare's Birthplace Trust*, 29 Jan. 2024, press release, https://www.shakespeare.org.uk/about-us/news-media/press-releases/actors-take-to-the-stage-as-shakespeares-birthplace-announces-the-return-of-live-performances-this-february-half-term/.

25. Ainsworth, S., et al., editors. *Multimodality and Multilingualism: Towards an Integrative Approach*. Multilingual Matters, 2023.

26. Alabau, A., et al. "Enriching User-Visitor Experiences in Digital Museology: Combining Social and Virtual Interaction within a Metaverse Environment." *Applied Sciences*, vol. 14, no. 9, 2024, article 3769. https://doi.org/10.3390/app14093769.

27. Alberge, D. "Want to smell the pre-Raphaelites? UK gallery to use scent alongside paintings." *The Guardian*, 25 Aug. 2024.

28. Alifah, N., and A. R. Hidayat. "A Multimodal Discourse Analysis of Wardah Cosmetics Advertisement." *Jurnal Impresi Indonesia (JII)*, vol. 3, no. 3, 2024, pp. 260-266. https://doi.org/10.58344/jii.v3i3.4734.

29. Ander, E., et al. "Generic well-being outcomes: towards a conceptual framework for well-being outcomes in museums." *Museum Management and Curatorship*, vol. 26, no. 3, 2011, pp. 237-259. https://doi.org/10.1080/09647775.2011.585798.

30. Anderson, S. "Visitor and audience research in museums." *The Routledge Handbook of Museums, Media and Communication*, edited by K. Drotner et al., Routledge, 2019, pp. 80-95. https://doi.org/10.4324/9781315560168-7.

31. Androutsopoulos, I., et al. "Generating multilingual personalized descriptions of museum exhibits - The M-PIRO Project." *Archaeological Informatics: Pushing the Envelope. CAA2001. Computer Applications and Quantitative Methods in Archaeology*, Archaeopress, 2002, pp. 233-242.

32. Ang, I. *Desperately Seeking the Audience*. Routledge, 1991.

33. Angermuller, J., and P. Blanchard. *Careers of the Professoriate: Academic Pathways of the Linguists and Sociologists in Germany, France and the UK*. Springer, 2023. https://doi.org/10.1007/978-3-031-25241-9.

34. Anastasovitis, E., et al. "Enhanced Inclusion through Advanced Immersion in Cultural Heritage: A Holistic Framework in Virtual Museology." *Electronics*, vol. 13, no. 7, 2024, article 1396. https://doi.org/10.3390/electronics13071396.

35. Aykaç, E., and O. Diker. "Bibliometric evaluation of research on museology as a carrier of culture." *Journal of Multidisciplinary Academic Tourism*, special issue 2, 2024, pp. 59-69. https://doi.org/10.31822/jomat.2024-SP-2-59.

36. Bager, A. "A Multimodal Discourse Analysis of Positioning and Identity Work in a Leadership Development Practice." *Communication & Language at Work*, vol. 6, no. 1, 2019, pp. 1-20, https://tidsskrift.dk/claw/article/view/116704.

37. Baggesen, R. H. "Mobile Media, Mobility and Mobilisation in the Current Museum Field." *The Routledge Handbook of Museums, Media and Communication*, edited by K. Drotner et al., Routledge, 2019, pp. 115-127. https://doi.org/10.4324/9781315560168-10.

38. Bachiller, C., et al. "Augmented and Virtual Reality to Enhance the Didactical Experience of Technological Heritage Museums." *Applied Sciences*, vol. 13, no. 6, 2023, article 3539. https://doi.org/10.3390/app13063539.

39. Bai, Q., et al. "A Systematic Review of Emoji: Current Research and Future Perspectives." *Frontiers in Psychology*, vol. 10, 2019, article 2221. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.02221.

40. Baldry, A., and P. J. Thibault. *Multimodal Transcription and Text Analysis: A Multimedia Toolkit and Coursebook*. Equinox, 2006.

41. Barber, N., and A. Z. QudeebAl-Ban. *SPARKLAB: Children's Science Museum*. Thesis, 2023. https://doi.org/10.13140/RG.2.2.10330.52165.

42. Baptista, J. "Between the Arch and the Basket: Queer Notes on Heterocentric Indigenous People in Museums and Museology." *Cadernos de Sociomuseologia*, vol. 61, no. 17, 2021, pp. 43-65. https://doi.org/10.36572/csm.2021.vol.61.02.

43. Bautista, S., and A. Balsamo. "Understanding the Distributed Museum: Mapping the Spaces of Museology in Contemporary Culture." *Museums and the Web 2011: Proceedings*, edited by J. Trant and D. Bearman, Archives & Museum Informatics, 2011.

44. Belova, A. D.. "Digital Multimodality of Museums Discourse during COVID-19 Pandemic." *Studia Linguistica*, vol. 18, 2021, pp. 9-23. https://doi.org/10.17721/StudLing2021.18.9-23.

45. Belova, A. D. "Virtual Influencers in Multimodal Advertising." *The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series: Philology*, issue 93, 2021, pp. 15-23. https://doi.org/10.26565/2227-8877-2021-93-02.

46. Belova, A. D. "Google Doodles as Multimodal Storytelling." *Cognition, Communication, Discourse*, no. 23, 2021, pp. 13-29. https://doi.org/10.26565/2218-2926-2021-23-01.

47. Belova, A. D. "Multimodal Communication of British Museums on Facebook." *Studia Linguistica*, vol. 20, 2022, pp. 9-21. https://doi.org/10.17721/StudLing2022.20.9-21.

48. Belova, A. D. "Storytelling in Advertising and Branding." *Cognition, Communication, Discourse*, no. 22, 2021, pp. 13-26. https://doi.org/10.26565/2218-2926-2021-22-01.

49. Bellifemine, C. "Non-referential Beat Gestures and Their Function of Self-repair in Children's Narratives." *Journal of Child Language Acquisition and Development (JCLAD)*, vol. 12, issue 1, 2024, pp. 963-987. https://doi.org/10.5281/zenodo.11542115.

50. Ben, A. O., and E. O. O. Duke. "The Significance of Anthropological Method and Approaches in Academic Study of Museum, Religion and Culture." *African Journal of Literature and Humanities*, vol. 6, issue 1, 2025, pp. 228-239.

51. Benammar, S. "Multimodal Figuration in Internet Memes." *metaphorik.de*, H. 34, 2023, pp. 125-151, https://www.wehrhahn-verlag.de/metaphorik-de-34-2023/.

52. Bezugla, L., et al. "Multimodal Metapragmatics of German Advertising Discourse." *The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series: Foreign Philology. Methods of Foreign Language Teaching*, issue 98, 2023, pp. 7-14. https://doi.org/10.26565/2786-5312-2023-98-01.

53. Biliuk, J.. "History and Modernity: Multimodality and Interactivity of Museums' Communication (Based on Coronation 2023 Exhibitions at British Museums)." *Current Issues of Ukrainian Linguistics: Theory and Practice*, no. 49, 2024, pp. 201-218. https://doi.org/10.17721/APULTP.2024.49.201-218.

54. Biliuk, J. "Multisensory Exhibiting in Modern Museum Discourse (Based on Natural History Museums' Exhibitions in London, Oxford, Cambridge)." *Linguistic and Conceptual Worldviews*, vol. 2, no. 78, 2025, pp. 146-163. https://doi.org/10.17721/2520-6397.2025.2.08.

55. Biliuk, J. "Experiencing Shakespeare: Multimodal Communication and Multisensory Engagement in Stratford-upon-Avon." *Current Issues of Ukrainian Linguistics: Theory and Practice*, no. 50, 2025, pp. 122-140. https://doi.org/10.17721/APULTP.2025.50.122-140.

56. Biliuk, Ju. "Multimodal Strategies of Children's Exploratory Engagement in the Digital Discourse of British Museums." *The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series: Foreign Philology. Methods of Foreign Language Teaching*, no. 102, 2025. https://doi.org/10.26565/2786-5312-2025-102-02.

57. Biliuk, J. E. "Gamification, Multimodality, and Audience Engagement in British Museums' Instagram Content." *Studia Linguistica*, no. 27, 2025, pp. 9-20. https://doi.org/10.17721/StudLing2025.27.9-20.

58. Blackledge, A. *Discourse and Power in a Multilingual World*. John Benjamins Publishing Company, 2005. https://doi.org/10.1075/dapsac.15.

59. Blunden, J., et al. "Multimodality and Museums: Innovative Research Methods and Interpretive Frameworks." *Multimodality & Society*, vol. 4, no. 3, 2024, pp. 249-258. https://doi.org/10.1177/26349795241270436.

60. Blyth, T., and A. Boyle. "Theory and Every Thing: Acquiring the Office of Professor Stephen Hawking as a Resource for History and Museology." *Science Museum Group Journal*, May 2024. https://doi.org/10.15180/242107.

61. Boiko, Y. "Diachronic Plurality in Translation of Shakespeare's Plays: A Cognitive-discursive Perspective." *Cognition, Communication, Discourse*, no. 26, 2023, pp. 41-67. https://doi.org/10.26565/2218-2926-2023-26-03.

62. Boneva, V. "The Website as a Virtual Host of the Museum: a Comparative Study. Three National Museums Meet Digital Audiences." *Cultural and Historical Heritage: Preservation, Presentation, Digitalization (KIN Journal)*, vol. 9, issue 2, 2023, pp. 24-37. https://doi.org/10.55630/KINJ.2023.090202.

63. Bouaouina, S. A., et al. "Visiting a Museum with All the Senses: Multisensorial Practices of Visually Impaired Persons and Their Sighted Assistants." *Journal of Interactional Research in Communication Disorders*, vol. 15, no. 3, 2025, pp. 226-268. https://doi.org/10.3138/jircd-2024-0015.

64. Boyd, C. P., and R. Hughes. "Museology, Cultural Geography, and Non-representational." *Emotion and the Contemporary Museum*, Springer, 2020. https://doi.org/10.1007/978-981-13-8883-5_1.

65. Boyraz, B. *From Showcase to Virtual Museum: A Brief Investigation on Turkish Museology and Actual Exposition Technologies*. Artikel Akademi (Karadeniz Kitap), 2020.

66. Bruns, A. *Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond: From Production to Produsage*. Peter Lang, 2008.

67. Brzezińska, A. W. "From Museology to the Anthropology of Things. Training Personnel for Cultural Institutions in the Poznań Ethnological Centre." *Zbiór Wiadomości do Antropologii Muzealnej*, nr 10, 2023, pp. 161-178. https://doi.org/10.12775/ZWAM.2023.10.08.

68. Budge, K., and L. MacDowall. *Instagram and Cultural Institutions: A Report into Social Media and Cultural Audiences in Australia*. Western Sydney University and University of Melbourne, 2018, https://www.academia.edu/36925097/Instagram_and_Galleries_Libraries_Museums_and_Archives.

69. Budianta, S. *Tiwon*. Palgrave Macmillan Singapore, 2023, pp. 271-296. https://doi.org/10.1007/978-981-99-1995-6_15.

70. Cai, Y., editor. *The Museum in Asia*. Routledge, 2025. https://doi.org/10.4324/9780367815264.

71. Cao, T. L. "Rethinking Openness: A Social Constructivist Approach to the Promises of the New Museology." *Internet Histories*, vol. 8, nos. 1-2, 2024, pp. 114-135. https://doi.org/10.1080/24701475.2023.2244341.

72. Carvalho, M., et al. "Informational Heritage and the Relation Between Information Science Museology: Information Professional Performance Projects." *Advances in Tourism, Technology and Systems*, edited by J. V. Carvalho et al., Springer, 2023, pp. 533-540. https://doi.org/10.1007/978-981-99-0337-5_44.

73. Carvalho, L. Menezes de, and A. C. Gelmini de Faria. "Introduction. Legacy and Impact: Latin American and Caribbean Museology Today." *ICOFOM Study Series*, vol. 52-2, 2024, pp. 7-9. https://doi.org/10.4000/12o9q.

74. Carignani, F., et al. "Museums and Communication Channels: Insights from Social Media Choices." *Proceedings of the Excellence in Services International Congress (EISIC 2021)*, 2021.

75. Carrozzino, M., and M. Bergamasco. "Beyond Virtual Museums: Experiencing Immersive Virtual Reality in Real Museums." *Journal of Cultural Heritage*, vol. 11, no. 4, 2010, pp. 452-458. https://doi.org/10.1016/j.culher.2010.04.001.

76. Castaldi, J. "Refining Concepts for Empirical Multimodal Research: Defining Semiotic Modes and Semiotic Resources." *Frontiers in Communication*, 2024. https://doi.org/10.3389/fcomm.2024.1336325.

77. Castlefield Gallery. "A Journey into Olfactory Art and the World of Smell." 17 Aug. 2024.

78. Centre of Discourse Studies, Barcelona. 2017, https://www.discoursestudies.org/. Accessed 8 Jan. 2026.

79. Chen, C.-Y., et al. "Multimedia Augmented Reality Information System for Museum Guidance." *Personal and Ubiquitous Computing*, vol. 18, no. 2, 2014, pp. 315-322. https://doi.org/10.1007/s00779-013-0647-1.

80. Chen, Y., et al., editors. *The Routledge Handbook of Corpus Approaches to Discourse Analysis*. Routledge, 2020.

81. Chervonenko, O., and D. Kepin. "Natural History Museology: Establishment and Formation of Its Theoretical Bases." *History of Science and Technology*, vol. 12, issue 1, 2022, pp. 11-30. https://doi.org/10.32703/2415-7422-2022-12-1-11-30.

82. Chernenko, O. V. "Semiotic and Multimodal Representation of Existential Conflict in Fictional Discourse." *Alfred Nobel University Journal of Philology*, no. 2(26/2), 2023, pp. 225-237. https://doi.org/10.32342/2523-4463-2023-2-26/2-14.

83. Chilton, P. *Language, Space and Mind: The Conceptual Geometry of Linguistic Meaning*. Cambridge University Press, 2014.

84. Chilton, P., and C. Schäffner, editors. *Politics as Text and Talk: Analytic Approaches to Political Discourse*. John Benjamins Publishing Company, 2002. https://doi.org/10.1075/dapsac.4.

85. Christidou, D., and S. Diamantopoulou. "Seeing and Being Seen: The Multimodality of Museum Spectatorship." *Museum & Society*, vol. 14, no. 1, 2016, pp. 12-32. https://doi.org/10.29311/mas.v14i1.623.

86. Ciafrino, A., and P. Gonçalves. "To Counter-Colonise Brazilian History Instead of Decolonising It: On the Problematics around Decolonisation in Museological Exhibitions." *Museological Review*, issue 27, 2025. https://doi.org/10.29311/mr.vi27.4896.

87. Cliffe, L., et al. "The Audible Artefact: Promoting Cultural Exploration and Engagement with Audio Augmented Reality." *AM'19: Proceedings of the 14th International Audio Mostly Conference: A Journey in Sound*, ACM, 2019, pp. 176-182. https://doi.org/10.1145/3356590.3356617.

88. Constantin, C., and A. Kavoura. "Boosting Multilingualism of Websites in Digital Cultural Heritage with Chat Generative Pre-training Transformer (ChatGPT) in Accredited Museums - Romania." *Strategic Innovative Marketing and Tourism: 11th IACuDiT Conference Proceedings*, Springer, 2024, pp. 651-660. https://doi.org/10.1007/978-3-031-51038-0_70.

89. Corona, L. "Museology and Communication within the Virtual Museum." *Ulakbilge Dergisi*, vol. 44, no. 8, 2020, pp. 26-31. https://doi.org/10.7816/ulakbilge-08-44-03.

90. Cortés, S. "Young Creators in Open Spaces: Digital Ethnography." *Digital Education Review*, no. 33, 2018, pp. 185-202. https://doi.org/10.1344/der.2018.33.185-202.

91. Couldry, N., and A. Hepp. *The Mediated Construction of Reality: Society, Culture, Mediatization*. Polity Press, 2017.

92. Cunha, J. F., and M. de P. T. Paulinelli. "A Proposal for a Methodological Analysis of the Digital Meme Genre." *Arts, Linguistics, Literature and Language Research Journal*, vol. 3, no. 1, 2022, pp. 2-10. https://doi.org/10.5281/zenodo.7850051.

93. Czachowski, H. "Where Do We Come From? Who Are We? Where Are We Going? Ethnographic Museology at the Crossroads of the 21st Century." *Zbiór Wiadomości do Antropologii Muzealnej (Annual Review of Museum Anthropology)*, 2024, pp. 83-100. https://doi.org/10.12775/ZWAM.2024.11.06.

94. Czachowski, H. "The Museum in Ethnography: Teaching Museology Within Anthropology and Ethnology." *Zbiór Wiadomości do Antropologii Muzealnej*, vol. 10, no. 10, 2023, pp. 149-160. https://doi.org/10.12775/ZWAM.2023.10.07.

95. Daroy, A., and P. Prescott. *Shakespeare, Ecology and Adaptation: A Practical Guide*. Bloomsbury Arden Shakespeare, 2025. https://doi.org/10.5040/9781350282940.

96. Darda, K. M., et al. "Art Impacts in Museums Compared to Digital Encounters." 2024. https://doi.org/10.21203/rs.3.rs-5716793/v1.

97. Dawson, E. "Smallpox Baby Revisited: Exploring an Authorised Science Heritage Discourse in Science Museum Exhibitions." *Museum & Society*, vol. 23, no. 1, 2025, pp. 133-145. https://doi.org/10.29311/mas.v23i1.4423.

98. Decroupet, S. "Translating Environmental Memory in a Natural History Museum." *Museum Management and Curatorship*, vol. 39, no. 1, 2024, pp. 45-61. https://doi.org/10.1080/09647775.2024.2331458.

99. de Carvalho Souza, A. M., et al. "DinosaurVR: Using Virtual Reality to Enhance a Museum Exhibition." *Journal on Interactive Systems*, vol. 14, no. 1, 2023, pp. 1-12. https://doi.org/10.5753/jis.2023.3464.

100. de Groot, F. O. "Multimodal Creativity and Identity in Digital Discourse: Meme Practices in China." *Multimodal Communication*, vol. 14, no. 1, 2025. https://doi.org/10.1515/mc-2024-0101.

101. de Oliveira, F. A. "Playing through metaphors: an analysis of metaphor use in life simulation games / Jogando com metáforas: uma análise do uso de metáforas em jogos de simulação de vida." *Revista de Estudos da Linguagem*, vol. 28, no. 2, 2020, pp. 871-891. https://doi.org/10.17851/2237-2083.28.2.871-891.

102. Deroo, M. R., and M. Galante. "Disciplinary Literacy Learning at the Museum: Supporting Preservice Teachers' Expanded Understandings of Multimodality." *Literacy Research and Instruction*, vol. 62, no. 4, 2023, pp. 350-370. https://doi.org/10.1080/19388071.2022.2138647.

103. Diamantopoulou, S., et al. "Multimodality and Museums: Innovative Research Methods and Interpretive Frameworks." *Multimodality & Society*, vol. 4, no. 3, 2024, pp. 249-258. https://doi.org/10.1177/26349795241270436.

104. Diamantopoulou, S., and S. Ørevik, editors. *Multimodality in English Language Learning*. Routledge, 2022.

105. Djonov, E., and S. Zhao, editors. *Critical Multimodal Studies of Popular Discourse*. Routledge, 2014. https://doi.org/10.4324/9780203104286.

106. Dolák, J. *Museology and Its Theory*. Technical Museum in Brno, 2022.

107. Domański, J., et al. "Terra Incognita in Anatomical Museology - A Literature Review from the Perspective of Evidence-Based Care." *Annals of Anatomy - Anatomischer Anzeiger*, vol. 245, 2023, article 152013. https://doi.org/10.1016/j.aanat.2022.152013.

108. Dong, S. "Research on the Application of Digital Media Technology in Museum Exhibition Design: A Case Study of the National Museum of Singapore." *SHS Web of Conferences*, vol. 181, 2024, 04031. https://doi.org/10.1051/shsconf/202418104031.

109. Douthwaite, J., et al., editors. *Cold War Museology*. Routledge, 2024. https://doi.org/10.4324/9781032690414.

110. Drotner, K., et al. "Media, Mediatisation and Museums: A New Ensemble." *The Routledge Handbook of Museums, Media and Communication*, Routledge, 2019, pp. 1-12. https://doi.org/10.4324/9781315560168.

111. Duarte Cândido, M. M. D. "The Future of Museology Is Social." *Müzecilikte Yeni'nin Peşinde / Chasing the New in Museum Studies*, Dokuz Eylül Üniversitesi Yayınları, 2023, pp. 27-41.

112. Duarte Cândido, M. M. D., and G. Pappalardo. "From a Babel Tower to a Common Ground. Trans-national and Undisciplined Dialogues about Insurgent Museologies and Urban Planning." *Cadernos de Sociomuseologia*, vol. 66, no. 22, 2023, pp. 97-113.

113. du Bois, I. "Age and Gender Differences in Meme Humor: A Multimodal Variationist Mixed-Method Approach." *Multimodal Communication*, vol. 13, issue 3, 2024, pp. 375-396. https://doi.org/10.1515/mc-2024-0051.

114. du Bois, I. "Inside the Commentator's Booth: a Multimodal (Inter)action and Conversation Analysis on the Production of First Division Football Commentary on TV." *Multimodal Communication*, 2023. https://doi.org/10.1515/mc-2023-0019.

115. Duncum, P. "Visual Culture Isn't Just Visual: Multiliteracy, Multimodality and Meaning." *Studies in Art Education*, vol. 45, no. 3, 2004, pp. 252-264. https://doi.org/10.1080/00393541.2004.11651771.

116. d'Orey, R., et al. "Dematerializing Materials: Description of the First Stages to Digitize a Museum Exhibition with 3D Technologies." *Proceedings of the ACM Conference on Human Factors in Computing Systems*, 2023. https://doi.org/10.1145/3623462.3623466.

117. Eardley, A. F., et al. "Redefining Access: Embracing Multimodality, Memorability and Shared Experience in Museums." *Curator: The Museum Journal*, vol. 59, no. 3, 2016, pp. 263-286. https://doi.org/10.1111/cura.12163.

118. Ekström, A. "Walk-in Media: International Exhibitions as Media Space." *The Routledge Handbook of Museums, Media and Communication*, edited by

K. Drotner et al., Routledge, 2019, pp. 17-30. https://doi.org/10.4324/9781315560168-3.

119. Erbay, M. "Museology and Exhibition Examples." *Art and Interpretation*, no. 44, 2024, pp. 89-97. https://doi.org/10.47571/sanatyorum.1465923.

120. "Experience the essence of Shakespeare at a re-scheduled immersive tour at his birthplace." *Shakespeare's Birthplace Trust*, 13 Feb. 2023, press release, https://www.shakespeare.org.uk/about-us/news-media/press-releases/experience-the-essence-of-shakespeare-at-a-re-scheduled-immersive-tour-at-his-birthplace/.

121. Fang, K., H. et al. "Exploring Interactive Museum Experiences through Multisensory Perception." 2025. https://doi.org/10.70693/itphss.v2i1.86.

122. Fairclough, N. *Analysing Discourse: Textual Analysis for Social Research*. Routledge, 2003.

123. Fairclough, N. *Discourse and Social Change*. Polity Press, 1992.

124. Fairclough, N. *Language and Power*. 3rd ed., Routledge, 2015.

125. Fairclough, N., and R. Wodak. "Critical Discourse Analysis." *Discourse Studies: A Multidisciplinary Introduction. Vol. 2. Discourse as Social Interaction*, edited by T. A. van Dijk, Sage, 1997, pp. 258-284.

126. Fatmawati, E. "An Analysis of Multimodal Discourse Analysis towards English Textbook Used by Students at School." *Journal of Namibian Studies: History Politics Culture*, vol. 33, 2023, pp. 613-624.

127. Feng, D., and Y. Wang. *The Routledge Handbook of Cultural Discourse Studies*. Routledge, 2024.

128. Ferreira, J., et al. "Analysis of Oleotourism and Museology: Bibliometric Analysis and Systematic Literature Review." *International Conference on Tourism Research*, vol. 15, no. 1, 2022, pp. 135-141. https://doi.org/10.34190/ictr.15.1.373.

129. Firmansyah, M. "Multimodal Conception in Learning." *ISLLAC: Journal of Intensive Studies on Language, Literature, Art, and Culture*, vol. 2, no. 1, 2018, pp. 40-44. https://doi.org/10.17977/UM006V2I12018P040.

130. Forero Parra, M. A. "Museo Q: Museology in Motion." *Museum International*, vol. 72, nos. 3-4, 2020, pp. 142-153. https://doi.org/10.1080/13500775.2021.1873503.

131. Foucault, M. *The Archaeology of Knowledge*. Pantheon Books, 1972.

132. Foucault, M. *Power/Knowledge: Selected Interviews and Other Writings, 1972-1977*. Pantheon Books, 1980.

133. Gaia, G. "Museum Websites of the First Wave: The Rise of the Virtual Museum." *EVA London Proceedings*, 2020. https://doi.org/10.14236/EWIC/EVA2020.4.

134. Gee, J. P. *An Introduction to Discourse Analysis: Theory and Method*. 5th ed., Routledge, 2025.

135. Georgiou, G., et al. "EPANASTASIS-1821: Designing an Immersive Virtual Museum for the Revival of Historical Events of the Greek Revolution." *Digital Heritage. Progress in Cultural Heritage: Documentation, Preservation, and Protection (EuroMed 2020)*, edited by M. Ioannides et al., Springer, 2021, pp. 334-345. https://doi.org/10.1007/978-3-030-73043-7_28.

136. Giannachi, G. "Into the Space of the Digital Museum." *Moving Spaces. Enacting Dance, Performance, and the Digital in the Museum*, edited by S. Franco and G. Giannachi, Edizioni Ca' Foscari - Digital Publishing, 2021, pp. 119-132. https://doi.org/10.30687/978-88-6969-534-6/012.

137. Giannini, T., and J. P. Bowen, editors. *Museums and Digital Culture: New Perspectives and Research*. Springer, 2019. https://doi.org/10.1007/978-3-319-97457-6.

138. Gledhill, J. "Bunker Museology: Reincarnating a Scottish Cold War Monument as the Gairloch Museum." *Journal of Contemporary Archaeology*, vol. 10, no. 2, 2024, pp. 171-191. https://doi.org/10.1558/jca.23925.

139. Goren-Bar, D., et al. "I Like It - An Affective Interface for a Multimodal Museum Guide." *Affective Interaction: The Computer in the Affective Loop Workshop at Intelligent User Interfaces (IUI 2005)*, 9-13 Jan. 2005, https://www.researchgate.net/publication/276914090.

140. Grigoriadis, I. N. "Developing Archaeology and Museology in the Ottoman Empire, Turkey and Greece: Théodore Macridy, an Ottoman Greek 'Liminal Scientist'." *European Journal of Archaeology*, vol. 26, no. 2, 2023, pp. 228-250. https://doi.org/10.1017/eaa.2022.45.

141. Gualberto, C., et al. "Multimodal Metaphors: From Language as a Condition to Text to the Notion of Texture as a Meaning-making Semiotic Resource." *ReVELin / Revista de Estudos da Linguagem*, vol. 28, no. 2, 2020, pp. 893-915. https://doi.org/10.17851/2237-2083.28.2.893-915.

142. Güncan, Ö. "Reflection of Digital Game Culture on Museology: Digital Game Museums." *VIII. International European Congress on Social Sciences*, 4-5 Dec. 2022, IKSAD Publishing House, 2022.

143. Halliday, M. A. K., and C. M. I. M. Matthiessen. *Halliday's Introduction to Functional Grammar*. 4th ed., Routledge, 2014.

144. Harahap, A., et al. "Development of Museology Textbook Based on Case Method and Project in Historical Education Department of Medan State University." *Proceedings of the 4th International Conference on Innovation in Education, Science and Culture (ICIESC 2022)*, 11 Oct. 2022. https://doi.org/10.4108/eai.11-10-2022.2325364.

145. Heath, C., and D. vom Lehn. "Interactivity and Collaboration: New Forms of Participation in Museums, Galleries, and Science Centres." *Museums in a Digital Age*, edited by R. Parry, Routledge, 2010, pp. 266-280.

146. Heijes, C. *Transdisciplinary Shakespeare Pedagogy*. Cambridge University Press, 2025. https://doi.org/10.1017/9781009564267.

147. Hoffman, D. L., and T. P. Novak. "Marketing in Hypermedia Computer-Mediated Environments: Conceptual Foundations." *Journal of Marketing*, vol. 60, no. 3, 1996, pp. 50-68. https://doi.org/10.2307/1251841.

148. Hooper-Greenhill, E. *Museum, Media, Message*. Routledge, 1995.

149. Hooper-Greenhill, E. "Culture and Meaning in the Museum." *Museums and the Interpretation of Visual Culture*, Routledge, 2000, pp. 1-22. https://doi.org/10.4324/9781003124450-1.

150. House, D. "Audiovisual Representation of Prosody in Expressive Speech Communication." *Speech Communication*, vol. 46, nos. 3-4, 2005, pp. 473-484. https://doi.org/10.1016/j.specom.2005.02.008.

151. Insulander, E., and S. Selander. "Designs for Learning in Museum Contexts." *Designs for Learning*, vol. 2, no. 2, 2009, pp. 8-21. https://doi.org/10.16993/dfl.21.

152. ITV News. "Twenty million in UK tune in to watch the moment the King was crowned." *ITV News*, 7 May 2023, https://www.itv.com/news/2023-05-07/twenty-million-in-uk-tune-in-to-watch-the-moment-the-king-was-crowned. Accessed 6 Feb. 2026.

153. Jeffery, T. *Museums for the Planet: Critical Realist Philosophy and the Possibility of an Eco-decolonial Museology*. PhD thesis, 2021. https://doi.org/10.21504/10962/192692.

154. Jewitt, C., editor. *The Routledge Handbook of Multimodal Analysis*. Routledge, 2009.

155. Jewitt, C., J. Bezemer, and K. L. O'Halloran. *Introducing Multimodality*. Routledge, 2016.

156. Johnstone, E., et al. "How Does It Feel? Space and Text as Affective Affordances in the Multimodal Museum." *Multimodality & Society*, vol. 4, no. 3, 2024, pp. 314-329. https://doi.org/10.1177/26349795241270437.

157. Jokanović, M. "Perspectives on Virtual Museum Tours." *INSAM Journal of Contemporary Music, Art and Technology*, vol. 2, no. 5, 2020, pp. 46-57. https://doi.org/10.51191/issn.2637-1898.2020.3.5.46.

158. Jones, R. H. *Discourse Analysis: A Resource Book for Students*. Routledge, 2024.

159. Jones, C., and E. Ventola, editors. *From Language to Multimodality: New Developments in the Study of Ideational Meaning*. Equinox, 2008.

160. Jovaišaitė-Blaževičienė, I. "Features of the Observation Method in Museum Audience Behaviour Research." *Information & Media*, no. 99, 2024, pp. 164-184. https://doi.org/10.15388/Im.2024.99.9.

161. Kahraman, Ö., and D. Katlan Candan. "Experience Museology and Ephesus Experience Museum." *Yedi (Sanatta Dijitalizm Özel Sayısı)*, 2024, pp. 115-127. https://doi.org/10.17484/yedi.1504176.

162. Kang, X., W. Chen, and J. Kang. "Art in the Age of Social Media: Interaction Behavior Analysis of Instagram Art Accounts." *Informatics*, vol. 6, no. 4, 2019, article 52. https://doi.org/10.3390/informatics6040052.

163. Kasprzyk, D. "Teaching Museology, Understanding the Museum. On the Increased Need for Dialogue, Listening, and Observation (Voice From Łódź)." *Zbiór Wiadomości do Antropologii Muzealnej*, no. 10, 2023, pp. 221-238. https://doi.org/10.12775/ZWAM.2023.10.12.

164. Kenderdine, S., et al. "Computational Archives for Experimental Museology." *Emerging Technologies and the Digital Transformation of Museums and Heritage Sites*, Springer, 2021, pp. 3-18. https://doi.org/10.1007/978-3-030-83647-4_1.

165. Kidd, J. *Museums in the New Mediascape: Transmedia, Participation, Ethics*. Ashgate, 2014.

166. Kidd, J., et al. "Negotiating Hybridity, Inequality, and Hyper-visibility: Museums and Galleries' Social Media Response to the COVID-19 Pandemic." *Cultural Trends*, 2022. https://doi.org/10.1080/09548963.2022.2122701.

167. Kim, S. "Virtual Exhibitions and Communication Factors." *Museum Management and Curatorship*, vol. 33, no. 3, 2018, pp. 243-260. https://doi.org/10.1080/09647775.2018.1466190.

168. "King Charles: Crown Jewels projection tours UK for coronation." *BBC News*, 2023, https://www.bbc.co.uk/news/uk-england-london-65225823. Accessed 8 Jan. 2026.

169. "King Charles III and Queen Camilla's coronation outfits to go on display this summer." *Harper's Bazaar*, 2023, https://www.harpersbazaar.com/uk/culture/culture-news/a44529881/coronation-exhibition-buckingham-palace/. Accessed 8 Jan. 2026.

170. Kirsch, O., et al. "Brno Museology: The Context of Museological Thinking in the Second Half of the 20th Century." *Theory of Museology. Main Schools of Thought 1960-2000*, edited by D. Tzortzaki and S. Keramidas, Norwegian Institute at Athens, 2022.

171. Kjellmer, V. "Scented Scenographics and Olfactory Art: Making Sense of Scent in the Museum." *Konsthistorisk tidskrift/Journal of Art History*, vol. 90, no. 2, 2021, pp. 72-87. https://doi.org/10.1080/00233609.2020.1775696.

172. Kopf, S. "Unravelling Social Media Critical Discourse Studies: SM-CDS and Its Four Approaches to Studying Social Media through the Critical Lens." *Critical Discourse Studies*, 2025.

173. Kovalova, N., and V. Levchenko. "The Contemporary Museum as a Communicative Space: Claire Bishop' Conception of Radical Museology." *Δόξα / Doksa (Збірник наукових праць з філософії та філології)*, issue 2, no. 40, 2023, pp. 56-64. https://doi.org/10.18524/2410-2601.2023.2(40).307201.

174. Kress, G. *Multimodality: A Social Semiotic Approach to Contemporary Communication*. Routledge, 2010. https://doi.org/10.4324/9780203970034.

175. Kress, G., and T. van Leeuwen. *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. 3rd ed., Routledge, 2021. https://doi.org/10.4324/9781003099857.

176. Kress, G., and T. van Leeuwen. *Multimodal Discourse: The Modes and Media of Contemporary Communication*. Arnold, 2001.

177. Krstović, N. "Colonizing Knowledge: New Museology as Museology of News." *Prace Etnograficzne*, vol. 48, no. 2, 2020, pp. 125-139. https://doi.org/10.4467/22999558.PE.20.011.12636.

178. Krysanova, T., and I. Shevchenko. "Conceptual Blending in Multimodal Construction of Negative Emotions in Film." Peter Lang, 2021. https://doi.org/10.3726/b18012.

179. Kucirkova, N. I., and L. J. Speed. "Children's Multisensory Experiences in Museums: How Olfaction Interacts with Color." *Frontiers in Education*, vol. 8, 2023, article 1242708. https://doi.org/10.3389/feduc.2023.1242708.

180. Kui Yi, et al. "Immersive Empathy in Digital Music Listening: Ideas and Sustainable Paths for Developing Auditory Experiences in Museums." *SAGE Open*, vol. 14, no. 2, 2024. https://doi.org/10.1177/21582440241256339.

181. Laclau, E., and C. Mouffe. *Hegemony and Socialist Strategy: Towards a Radical Democratic Politics*. 2nd ed., Verso, 2001.

182. Landau, B., et al. "From #MuseumAtHome to #AtHomeAtTheMuseum: Digital Museums and Dialogical Engagement Beyond the COVID-19 Pandemic." *Journal on Computing and Cultural Heritage*, vol. 15, no. 2, 2022, article 30. https://doi.org/10.1145/3480955.

183. Larsen, A. H. "What Is Museology?" *Nordisk Museologi*, vol. 35, nos. 1-2, 2023, pp. 85-108. https://doi.org/10.5617/nm.10821.

184. Lazaro, M. J., and S. Kim. "Mind the Mix: Exploring the Cognitive Underpinnings of Multimodal Interaction in Augmented Reality Systems." *CHI EA '24: Extended Abstracts of the CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 2024. https://doi.org/10.1145/3613905.3650874.

185. Leake, N. "10 Best Royal Exhibitions to Continue the Coronation Celebrations, from Buckingham Palace to Blenheim." *Tatler*, 2023, https://www.tatler.com/gallery/10-best-royal-exhibitions-to-continue-the-coronation-celebrations.

186. Legêne, S. *Museums in a Digital Culture*. Amsterdam University Press, 2017. https://doi.org/10.1515/9789048524808.

187. Lei, Z. "Analyzing Identity Storytelling for On-site Learning in Museums: A Comparative Study of 3 City Museums with an Identity Education Framework." 2024. https://doi.org/10.3991/ijac.v17i3.43739.

188. Lei, Z. "On-site Learning in Museums: Re-conceptualizations and Re-directions for Museum Education in the Post-pandemic Digital Age." *Asian Journal of Education and Social Studies*, vol. 49, no. 4, 2023, pp. 7-19. https://doi.org/10.9734/ajess/2023/v49i41182.

189. Lemke, J. L. "Travels in Hypermodality." *Visual Communication*, vol. 1, no. 3, 2002, pp. 299-325. https://doi.org/10.1177/147035720200100303.

190. Lessig, L. *Remix: Making Art and Commerce Thrive in the Hybrid Economy*. Penguin Press, 2008.

191. Li, P. "Cultural Communication in Museums: A Perspective of the Visitors Experience." *PLOS ONE*, vol. 19, issue 5, 2024, e0303026. https://doi.org/10.1371/journal.pone.0303026.

192. Lindor, W. "Experience Retrieval Exercise (ERE): A Pedagogical Approach to Shakespeare, Race, and Empire." *Literature Compass*, vol. 22, no. 1, 2025. https://doi.org/10.1111/lic3.70019.

193. Lisanti, V. "How COVID-19 Changed the Digital Presence of Italian Museums: Comparing Influencer Marketing Attempts at the Uffizi Galleries and the Museums of Bologna." *Art Museums and Digital Cultures International Conference*, MAAT Museum, 2021.

194. Liu, J. "A Review of the Application and Development of Artificial Intelligence Technology in Museums." *AIBDF 2024: Proceedings of the 4th Asia-Pacific Artificial Intelligence and Big Data Forum*, ACM, 2025. https://doi.org/10.1145/3718491.3718523.

195. Liu, S., and J. Guo. "Smart Museum and Visitor Satisfaction." 2023. https://doi.org/10.32629/jai.v7i3.1242.

196. Lorente, J. P. *Reflections on Critical Museology: Inside and Outside Museums*. Routledge, 2022.

197. Lorente, J. P. "Museology in Spain: From Museum Studies and Museology to Heritology." *Journal of International Museum Education*, vol. 6, 2024, pp. 107-115. https://doi.org/10.51637/jimuseumed.1405713.

198. Luo, D., et al. "Multisensory Museum Experience: an Integrative View and Future Research Directions." *Museum Management and Curatorship*, 2024, pp. 1-28. https://doi.org/10.1080/09647775.2024.2357071.

199. Macdonald, S., and J. Tinius. "The Recursivity of the Curatorial." *The Anthropologist as Curator*, edited by R. Sansi, Bloomsbury Academic, 2020, pp. 35-57. https://doi.org/10.5040/9781350081970.

200. Macgilchrist, F. "Theories of Postdigital Heterogeneity: Implications for Research on Education and Datafication." *Postdigital Science and Education*, vol. 3, no. 3, 2021, pp. 660-667. https://doi.org/10.1007/s42438-021-00232-w.

201. Machin, D., and A. Mayr. *How to Do Critical Discourse Analysis: A Multimodal Introduction*. 2nd ed., SAGE, 2023.

202. Maio, N., et al. "Vincenzo Mazza and the Origin of Veterinary Museology in Napoli." *Museologia Scientifica. Nuova serie*, vol. 18, 2024, pp. 38-53. https://doi.org/10.53246/ANMS0042.

203. Makaruk, L. "Types of Multimodal Syntactic Constructions in Modern English Mass Media Texts." *Science and Education a New Dimension. Philology*, vol. 6, issue 183, 2018, pp. 184-187. https://doi.org/10.31174/SEND-Ph2018-183VI54-10.

204. Makaruk, L. "Multimodal Strategies for Dynamic Expression in the English-Language Printed Mass Media." *Reading beyond Words: Approaches to Multimodality in the Media. Book of Abstracts*, ArtsOne, Queen Mary University of London, 2019, p. 22.

205. Makinde, P. O., and B. Adejumo. "Linguistic Appeals in Political Discourse: A Multimodal Discourse Analysis of 2023 Presidential Election Billboards and Posters in Nigeria." *Journal of English Language Teaching and Linguistics*, vol. 9, no. 3, 2024, pp. 287-299. https://doi.org/10.21462/jeltl.v9i3.1406.

206. Mamur, N., et al. "Digital Learning Experience in Museums: Cultural Readings in a Virtual Environment." *International Journal of Contemporary Educational Research*, vol. 7, no. 2, 2020, pp. 335-350. https://doi.org/10.33200/ijcer.799643.

207. Mancini, F. "Incorporating User Participation in Heritage Institutions: Approaching Institutional Strategies in Relation to New Social Media and Audience Needs." *Journal of New Media and Mass Communication*, vol. 2, no. 1, 2015, pp. 1-15. https://doi.org/10.18488/journal.91/2015.2.1/91.1.1.15.

208. Marakos, P. "Museums and Social Media: Modern Methods of Reaching a Wider Audience." *Mediterranean Archaeology and Archaeometry*, vol. 14, no. 4, 2014, pp. 75-81, https://www.researchgate.net/publication/297561993.

209. Martin, C. *Discourse and Ideology: A Critique of the Study of Culture*. Bloomsbury Academic, 2021.

210. Martin, D., et al. "Multimodality in VR: A Survey." *arXiv*, 2021, arXiv:2101.07906. https://doi.org/10.48550/arXiv.2101.07906.

211. Martin, J. R., and P. R. R. White. *The Language of Evaluation: Appraisal in English*. Palgrave MacMillan, 2005.

212. Marty, P. F., and K. B. Jones, editors. *Museum Informatics: People, Information, and Technology in Museums*. Routledge, 2008.

213. McCormick, I. *Woke Shakespeare: Rethinking Shakespeare for a New Era*. Quibble Academic, 2024.

214. McMillan, S. J. "Exploring Models of Interactivity from Multiple Research Traditions: Users, Documents, and Systems." *The Handbook of New Media*, edited by L. A. Lievrouw and S. Livingstone, Sage, 2006.

215. Mesinioti, P. "Multimodal Discourse Analysis in Health Communication: Sketching Out the Field." *Qualitative Health Communication*, vol. 4, no. 1, 2025, pp. 2-16. https://doi.org/10.7146/qhc.148808.

216. Message, K. *The Disobedient Museum: Writing at the Edge*. Routledge, 2018.

217. Midigo, J. O., et al. "Multimodality in the Television Advertisement of Raha Premium Maize Meal." *International Journal of Science and Research Archive*, vol. 12, no. 2, 2024, pp. 1157-1165. https://doi.org/10.30574/ijsra.2024.12.2.1368.

218. Miotto, L. "Using Scents to Connect to Intangible Heritage: Engaging the Visitor Olfactory Dimension: Three Museum Exhibition Case Studies." *2016 22nd International Conference on Virtual System & Multimedia (VSMM)*, 2016. https://doi.org/10.1109/VSMM.2016.7863208.

219. Mohamad Kamil, I. M., et al. "Exploring the Need for Islamic Museology in Contemporary Museum Development." *BITARA International Journal of Civilizational Studies and Human Sciences*, vol. 8, issue 1, 2025, pp. 192-204.

220. Moutinho, M. C. "Evolving Definition of Sociomuseology: Proposal for Reflection." *Cadernos de Sociomuseologia*, vol. 38, 2010, pp. 27-31.

221. Museo Nacional del Prado. *The Essence of a Painting. An Olfactory Exhibition*. Museo Nacional del Prado, 2022.

222. Napoli, P. M. *Toward a Model of Audience Evolution: New Technologies and the Transformation of Media Audiences*. Donald McGannon Communication Research Center, Fordham University, 2008.

223. Navarretta, C., and P. Paggio. "Dialogue Act Annotation in a Multimodal Corpus of First Encounter Dialogues." *Proceedings of the Twelfth Language Resources and Evaluation Conference (LREC 2020)*, 2020, pp. 634-643, https://aclanthology.org/2020.lrec-1.79/.

224. Nepal, A. "Context of Museology in Social Entrepreneurship IBS Study in Nepal and Sandal Private Museum." *ACCESS: Access to Science, Business, Innovation in Digital Economy*, vol. 2, no. 1, 2021, pp. 5-16. https://doi.org/10.46656/access.2021.2.1(1).

225. "New exhibition set to explore the formative influences that helped shape Shakespeare." *Shakespeare's Birthplace Trust*, 3 Mar. 2025, press release, https://www.shakespeare.org.uk/about-us/news-media/press-releases/new-exhibition-set-to-explore-the-formative-influences-that-helped-shape-shakespeare/.

226. Nikolaou, P. "Museums and the Post-Digital: Revisiting Challenges in the Digital Transformation of Museums." *Heritage*, vol. 7, no. 3, 2024, pp. 1784-1800. https://doi.org/10.3390/heritage7030084.

227. Noor, N., and A. Arshad. "Memes as a Mirror of Society: A Multimodal Critical Discourse Analysis of Pakistani Memes Culture." *Journal of English Language, Literature and Education*, vol. 6, issue 4, 2024, pp. 84-118. https://doi.org/10.54672/jelle.2024.0604247.

228. Norris, S. *Analyzing Multimodal Interaction: A Methodological Framework*. Routledge, 2004. https://doi.org/10.4324/9780203379493.

229. Noy, C. "Participatory Media and Discourse in Heritage Museums: Co-constructing the Public Sphere?" *Communication, Culture & Critique*, vol. 10, no. 2, 2017, pp. 280-301. https://doi.org/10.1111/cccr.12160.

230. O'Toole, M. *The Language of Displayed Art*. 2nd ed., Routledge, 2011.

231. Olinsson, S. B. "A Museology for Open-Air Museums." *Journal of Conservation and Museum Studies*, vol. 21, no. 1, 2023, pp. 1-17. https://doi.org/10.5334/jcms.223.

232. Olszewski, W. "Toruń University Ethnology in Relation to Museology Education." *Zbiór Wiadomości do Antropologii Muzealnej*, no. 10, 2023, pp. 211-220. https://doi.org/10.12775/ZWAM.2023.10.11.

233. Osbourne, A. "Decolonial Museology, Space Travel and the Mineral Cabinet." *Museum & Society*, vol. 22, nos. 2-3, 2024. https://doi.org/10.29311/mas.v22i2-3.4589.

234. Otaif, F. A., and A. Asiri. "“Why do they not want to play with me?”: a Multimodal Critical Discourse Analysis of the Construction of Colourism in Cartoon Films." *Multimodal Communication*, 2025. https://doi.org/10.1515/mc-2024-0080.

235. Oxford Lifelong Learning, University of Oxford. "Scent and Museums: Crafting Olfactory Experiences." 15-16 Apr. 2025.

236. "Tasty and Smelly: A Different Way to Connect to Art." *Time Out London*, 19 Apr. 2017.

237. ""Tasty and Smelly" at Tate Modern: Multisensory Engagement in the Art Gallery." *Diaspora, Integration and Museums (Conference Programme)*, 2017.

238. Toffler, A. *The Third Wave*. William Morrow, 1980.

239. Parry, R., editor. *Museums in a Digital Age*. Routledge, 2010.

240. Parry, R. "The End of the Beginning: Normativity in the Postdigital Museum." *Museum Worlds: Advances in Research*, vol. 1, no. 1, 2013, pp. 24-39. https://doi.org/10.3167/armw.2013.010103.

241. Paschou, S., and G. Papaioannou. "Exploring the Digital Atmosphere of Museums: Perspectives and Potential." *Technologies*, vol. 11, no. 5, 2023, article 149. https://doi.org/10.3390/technologies11050149.

242. Patten, F., and G. Lowan-Trudeau. "Museums, Climate Change and Energy Education: A Digital Discourse Analysis." *Australian Journal of Environmental Education*, vol. 40, no. 4, 2024, pp. 676-692. https://doi.org/10.1017/aee.2024.16.

243. Patterson, M. E. "Toward a Critical Children's Museology: The Anything Goes Exhibition at the National Museum in Warsaw." *Museum & Society*, vol. 19, no. 3, 2021, pp. 330-351. https://doi.org/10.29311/mas.v19i3.3393.

244. Pauwels, L. "A Multimodal Framework for Analyzing Websites as Cultural Expressions." *Journal of Computer-Mediated Communication*, vol. 17, no. 3, 2012, pp. 247-265. https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2012.01572.x.

245. Pauwels, L., and D. Mannay, editors. *The SAGE Handbook of Visual Research Methods*. SAGE, 2020.

246. Paggio, P., et al. "Automatic Detection and Classification of Head Movements in Face-to-Face Conversations." *Proceedings of the LREC 2020 Workshop "People in Language, Vision and the Mind" (ONION2020)*, 2020, pp. 15-21, https://aclanthology.org/2020.onion-1.3/.

247. Pieprzak, K. "Afterword - Minoritised Memory and Affect in a Museology of Disaster." *The Art of Minorities: Cultural Representation in Museums of the Middle East and North Africa*, edited by K. Pieprzak, Edinburgh University Press, 2020, pp. 299-307. https://doi.org/10.1515/9781474443784-019.

248. Pierroux, P. "Innovating Visitor Research within Museums: Concepts, Tools and Practices." *Multimodality & Society*, vol. 4, no. 3, 2024, pp. 275-295. https://doi.org/10.1177/26349795241265256.

249. Polycheva, Y. V., and V. Vetokhin. "Multimodal Approach to the Study of Specialized Texts in Technical Discourse." *Alfred Nobel University Journal of Philology*, no. 2(26/2), 2023, pp. 45-58. https://doi.org/10.32342/2523-4463-2023-2-26/2-3.

250. Putra, C. K., et al. "Digitization of Historical Museology Laboratory (E-Museum) Based on QR Code as an Innovative Historical Resource." *JP (Jurnal Pendidikan): Teori dan Praktik*, vol. 9, no. 1, 2024, pp. 27-35. https://doi.org/10.26740/jp.v9n1.p27-35.

251. Putranto, K. D., et al. "Generic Structure Potential of Rollingstone Magazine Cover February 9th, 2006 Edition; Critical Multimodal Discourse

Analysis." *English Teaching Journal: A Journal of English Literature, Language and Education*, vol. 6, no. 1, 2019, pp. 25-31. https://doi.org/10.25273/ETJ.V6I1.4451.

252. Qing-Mei, Z. "Design of Micro-course as Re-semiotization in Technologically Multimodal Context." *International Journal of Languages, Literature and Linguistics*, vol. 6, no. 2, 2020, pp. 61-66. https://doi.org/10.18178/IJLLL.2020.6.2.260.

253. Qiu, Y. "An Investigation of the Use of Digital Interactive Art in Museums Preserving Intangible Cultural Assets." 2024. https://doi.org/10.1051/shsconf/202419304002.

254. Quasar, D. "Progress Pride Flag." 2018, *Designs by Daniel Quasar*, https://designsbydanielquasar.com/pages/freelance-and-commissions. Accessed 13 Feb. 2026.

255. Quek, F. K. H., et al. "Enabling Multimodal Communications for Enhancing the Ability of Learning for the Visually Impaired." *Proceedings of the 8th International Conference on Multimodal Interfaces (ICMI '06)*, 2006, pp. 326-332. https://doi.org/10.1145/1180995.1181056.

256. Ramšak, M. "Intangible Olfactory Heritage in Museum Practice." *The Anthropology of Smell*, 2024. https://doi.org/10.1007/978-3-031-61759-1_10.

257. Rashid, G. "The Emoji Effect: Unpacking Emotion in the Digital Age." *Journal of Discourse Review*, vol. 1, no. 1, 2025, pp. 75-84, https://discoursereview.com/article/the-emoji-effect-unpacking-emotion-in-the-digital-age/.

258. Ravelli, L., and X. Wu. "History, Materiality and Social Practice: Spatial Discourse Analysis of a Contemporary Art Museum in China." *Multimodality & Society*, vol. 2, 2022, pp. 333-354. https://doi.org/10.1177/26349795221134982.

259. Ravelli, L. J. "Centering Multimodality: A Personal and Disciplinary Journey." *Multimodality & Society*, vol. 4, no. 3, 2024, pp. 259-274. https://doi.org/10.1177/26349795241265262.

260. Recuero Virto, N., et al. "Unveiling the Instagram Effect: Decoding Factors Influencing Visiting Intentions of Superstar Spanish Museums." *Journal of*

Destination Marketing & Management, vol. 33, 2024, article 100881. https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2024.100881.

261. Reisigl, M., and R. Wodak. *Discourse and Discrimination: Rhetorics of Racism and Antisemitism*. Routledge, 2001. https://doi.org/10.4324/9780203993712.

262. "Revolutionary Life and Style of the Georgians Explored in Major Exhibition at the Queen's Gallery." *Royal Collection Trust*, 2023, https://www.rct.uk/about/press-office/press-releases/revolutionary-life-and-style-of-the-georgians-explored-in-major.

263. Resta, G., et al. "The Impact of Virtual Tours on Museum Exhibitions after the Onset of COVID-19 Restrictions: Visitor Engagement and Long-term Perspectives." *SCIRES-IT (SCIentific RESearch and Information Technology)*, vol. 11, no. 1, 2021, pp. 151-166. https://doi.org/10.2423/i22394303v11n1p151.

264. Ricci, C. *Art in the Era of Social Media: How Instagram Has Shaped a New Relationship between Museums, Galleries, and Their Visitors*. 2019.

265. Rizqika, M. K., and W. R. Wahyudi. "Engaging with the Public: Comparing the National Museum of Indonesia and the Kolong Tangga Museum from the New Museology Perspective." *Trajectories of Memory: Excavating the Past in Indonesia*, edited by M. Budianta and S. Tiwon, Palgrave Macmillan, 2023, pp. 271-296. https://doi.org/10.1007/978-981-99-1995-6_15.

266. Rodríguez-Vera, A. del P., et al. "Instagram Communication Strategies of European Museums." *Cogent Arts & Humanities*, vol. 11, no. 1, 2024, article 2360793. https://doi.org/10.1080/23311983.2024.2360793.

267. Roussou, M., et al. "The Museum as Digital Storyteller: Collaborative Participatory Creation of Interactive Digital Experiences." *MW2015: Museums and the Web 2015*, 2015, http://mw2015.museumsandtheweb.com/paper/the-museum-as-digital-storyteller-collaborative-participatory-creation-of-interactive-digital-experiences/.

268. Russo, A., et al. "Social Media and Cultural Interactive Experiences in Museums." *Nordisk Museologi*, no. 1, 2007, pp. 19-29.

269. Rukhsar, A. "Digitalization of Museums and Academic Benefits for Tourists (Slemani Museum as Case)." *Application of Modern Trends in Museums*, IntechOpen, 2023. https://doi.org/10.5772/intechopen.104681.

270. Ryding, K., et al. "Interpersonalizing Intimate Museum Experiences." *International Journal of Human-Computer Interaction*, vol. 37, no. 12, 2021, pp. 1151-1172. https://doi.org/10.1080/10447318.2020.1870829.

271. Salajegheh, S. "A Study of Text-Image Interaction at Omidvar Brothers Museum." *Translation and Interpreting Research*, vol. 2, no. 5, 2025, pp. 1-16. https://doi.org/10.22054/tir.2025.84548.1037.

272. Sari, H. R., et al. "Spatial Evaluation of New Museology Concept in Sepuluh November Museum Surabaya using Space Syntax." *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, vol. 1218, 2023, 012003. https://doi.org/10.1088/1755-1315/1218/1/012003.

273. "Science Museum – Who am I?, 2010 (Exhibition)." *Graphic Thought Facility*, 2010, https://graphicthoughtfacility.com/science-museum-who-am-i-exhibition-2010/.

274. Seymour, L. *Shakespeare and Neurodiversity*. Cambridge University Press, 2025. https://doi.org/10.1017/9781009295932.

275. Shah, M. M., and M. Islam. "Media, Power, and Persuasion: A Multimodal Discourse Analysis of Print Media Advertisements in Pakistan." *Journal of English Language Literature and Education*, vol. 6, no. 4, 2024, pp. 65-83. https://doi.org/10.54692/jelle.2024.0604242.

276. Sharp, H., Y. Rogers, and J. Preece. *Interaction Design: Beyond Human-Computer Interaction*. 5th ed., Wiley, 2019.

277. Shelton, A. "Critical Museology." *The Encyclopedia of Archaeological Sciences*, edited by S. L. López Varela, John Wiley & Sons, 2018, pp. 1-6. https://doi.org/10.1002/9781119188230.saseas0142.

278. Shi, W., et al. "Cognitive Insights into Museum Engagement: A Mobile Eye-Tracking Study on Visual Attention Distribution and Learning

Experience." *Electronics*, vol. 14, no. 11, 2025, article 2208. https://doi.org/10.3390/electronics14112208.

279. Shikhri, R., et al. "Analyzing Behavior and User Experience in Online Museum Virtual Tours." *arXiv*, 2023, arXiv:2310.11176, https://arxiv.org/abs/2310.11176.

280. Shirodkar, S. "Virtual Museums Challenge the Art World's Status Quo." *WIRED*, 18 Oct. 2021, https://www.wired.com/story/pandemic-changes-art-experience/.

281. Shu-Wing, T. "Shakespeare as a Source of Dramaturgical Reconstruction." *Shakespeare Survey*, vol. 77, Cambridge University Press, 2024. https://doi.org/10.1017/9781009531351.019.

282. Sidabutar, N., et al. "Multimodal Analysis on a Vocational English Book and Its Effect on Students' English Proficiency." *Linguistics and Culture Review*, vol. 5, no. S3, 2021, pp. 1651-1665. https://doi.org/10.21744/lingcure.v5nS3.1951.

283. Sillars, S. "Shakespeare and the Visual Arts." *British and Irish Literature*, Oxford University Press, 2025. https://doi.org/10.1093/obo/9780199846719-0210.

284. Simon, N. *The Participatory Museum*. Museum 2.0, 2010.

285. Simpson, A. "Two Horizons: Two-way Museology, a Multi-knowledge System Exploration." *Voicing the Living Archive: Working with First Nations Collections in Higher Education*, University of Canberra, 18 July 2024.

286. Sitzia, E. "Multiple Narratives and Polyvocality as Strategies of Inclusive Public Participation: Challenges and Disruption in the History Museum." *Muséologies. Les cahiers d'études supérieures*, vol. 10, no. 2, 2023, pp. 51-63. https://doi.org/10.7202/1108037ar.

287. Slemon, A. "Absences and Silences in Critical Discourse Analysis: Methodological Reflections." *International Journal of Qualitative Methods*, 2025. https://doi.org/10.1177/16094069251321250.

288. "Smart Museum Technology Needs These 7 IoT Solutions!" *MokoSmart*, 2022, https://www.mokosmart.com/iot-in-museum/.

289. Smith, L. *Uses of Heritage*. Routledge, 2006.

290. Song, H., et al. "Understanding Exhibition Image in Digital Exhibitions: an Application of Cognitive Appraisal Theory." *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, vol. 28, no. 7, 2023, pp. 667-681. https://doi.org/10.1080/10941665.2023.2264988.

291. Song, Y., and H. Evans. "The Museum of Digital Things: Extended Reality and Museum Practices." *Frontiers in Virtual Reality*, vol. 5, 2024, article 1396280. https://doi.org/10.3389/frvir.2024.1396280.

292. Sonoda, N. "Introduction: Twenty-Year of International Cooperation for Museums and Museology." *New Horizons for Asian Museums and Museology*, edited by N. Sonoda, Springer, 2016, pp. 1-15. https://doi.org/10.1007/978-981-10-0886-3_1.

293. Soro, T. "How Online Discourse Networks Fields of Practice: The Discursive Negotiation of Autonomy on Art Organisation About Pages." *Humanities and Social Sciences Communications*, vol. 10, 2023, article 120. https://doi.org/10.1057/s41599-023-01748-1.

294. Spiliopoulou, A.-Y., et al. "Cultural Institutions in the Digital Age: British Museum's Use of Facebook Insights." *Participations: Journal of Audience & Reception Studies*, vol. 11, no. 1, 2014, pp. 286-303, https://www.participations.org/volume-11-issue-1/.

295. Spyropoulos, G. "Recognizing Museums for Their Achievements in Innovation and Public Quality, as Well as Their Commitment to Excellence in Their Human Values." *Academia Letters*, 2021. https://doi.org/10.20935/AL826.

296. Steiner, M. A., and K. Crowley. "The Natural History Museum: Taking on a Learning Agenda." *Curator: The Museum Journal*, vol. 56, no. 2, 2013, pp. 267-272. https://doi.org/10.1111/cura.12024.

297. Stenglin, M. K. "Space Odyssey: Towards a Social Semiotic Model of Three-Dimensional Space." *Visual Communication*, vol. 8, no. 1, 2009, pp. 35-64. https://doi.org/10.1177/1470357208099147.

298. Steuer, J. "Defining Virtual Reality: Dimensions Determining Telepresence." *Journal of Communication*, vol. 42, no. 4, 1992, pp. 73-93. https://doi.org/10.1111/J.1460-2466.1992.TB00812.X.

299. Sugara, B., et al. "The New Museology Discourse at the Radyapustaka Surakarta Museum." *International Journal of Multi Discipline Science (IJ-MDS)*, vol. 7, no. 2, 2024, pp. 186-195. https://doi.org/10.26737/ij-mds.v7i2.6634.

300. Sugianto, A., et al. "The Teacher's Use of Gesture and Speech in a British Sitcom." *International Journal of Systemic Functional Linguistics*, vol. 5, no. 2, 2022, pp. 38-45. https://doi.org/10.55637/ijsfl.5.2.6.

301. Šteiner, P. "Current State of Military Museology in Slovakia." *Muzealnictwo*, no. 61, 2020, pp. 66-74. https://doi.org/10.5604/01.3001.0014.1511.

302. Tallon, L., and K. Walker, editors. *Digital Technologies and the Museum Experience: Handheld Guides and Other Media*. AltaMira Press, 2008.

303. Thomas, M. "Visual Rhetoric: How Children's Museums Could Benefit from a Paratextual Compositional Strategy in a New Age of Rhetorical Design." *Journal of Undergraduate Research*, vol. 27, 2024.

304. Tian, F., et al. "An Empirical Study of Virtual Museum Based on Dual-mode Mixed Visualization: the Sanxingdui Bronzes." *Heritage Science*, vol. 12, 2024, article 146. https://doi.org/10.1186/s40494-024-01241-1.

305. Valtýsson, B. "Conditioned Participation: Technology, Context and User-manoeuvrability." *International Journal of Media & Cultural Politics*, vol. 10, no. 3, 2014, pp. 337-345. https://doi.org/10.1386/macp.10.3.337_3.

306. Valtýsson, B., and N. Holdgaard. "The Museum as a Charged Space: The Duality of Digital Museum Communication." *The Routledge Handbook of Museums, Media and Communication*, edited by K. Drotner et al., Routledge, 2019, pp. 159-171. https://doi.org/10.4324/9781315560168-13.

307. van Dijk, T. A. *Discourse and Context: A Sociocognitive Approach*. Cambridge University Press, 2008.

308. van Dijk, T. A. *Discourse and Power*. Palgrave Macmillan, 2008.

309. van Dijk, T. A. *Society and Discourse: How Social Contexts Influence Text and Talk*. Cambridge University Press, 2009. https://doi.org/10.1017/CBO9780511575273.

310. van Dijk, T. A. *Discourse and Knowledge: A Sociocognitive Approach*. Cambridge University Press, 2014. https://doi.org/10.1017/CBO9781107775404.

311. van Dijk, T. A. "Critical Discourse Studies: A Sociocognitive Approach." *Methods of Critical Discourse Studies*, edited by R. Wodak and M. Meyer, SAGE Publications Ltd, 2015, pp. 62-85.

312. van Dijk, T. A. *Antiracist Discourse: Theory and History of a Macromovement*. Cambridge University Press, 2021. https://doi.org/10.1017/9781108956079.

313. van Dijk, T. A. "Analyzing Frame Analysis: A Critical Review of Framing Studies in Social Movement Research." *Discourse Studies*, vol. 25, no. 2, 2023, pp. 153-178. https://doi.org/10.1177/14614456231155080.

314. van Dijk, T. A. *Social Movement Discourse: An Introduction*. Routledge, 2024. https://doi.org/10.4324/9781003455486.

315. van Dijk, T. A. *Discourse and Ideologies of the Radical Right*. Cambridge University Press, 2024. https://doi.org/10.1017/9781009549929.

316. van Leeuwen, T. *Multimodality and Identity*. Routledge, 2022. https://doi.org/10.4324/9781003186625.

317. van Leeuwen, T., and S. Selander. *Semiotics of Toys and Games: The Childhood Artefacts That Introduce Us to the World*. Bloomsbury Academic, 2024. https://doi.org/10.5040/9781350324923.

318. van Leeuwen, T. *"Multimodality and Multimodal Research."* The SAGE Handbook of Visual Research Methods, edited by L. Pauwels and D. Mannay, 2nd ed., SAGE Publications, 2020, pp. 465-483. https://doi.org/10.4135/9781526417015.n29.

319. Varano, S., and A. Zanella. "Design and Evaluation of a Multi-sensory Representation of Scientific Data." *Frontiers in Education*, vol. 8, 2023, article 1082249. https://doi.org/10.3389/feduc.2023.1082249.

320. Varinlioglu, G., and S. M. Halici. "Gamification of Heritage through Augmented Reality." *Proceedings of 37 eCAADe and XXIII SIGraDi Joint Conference "Architecture in the Age of the 4th Industrial Revolution"*, 2019, pp. 513-518. https://doi.org/10.5151/proceedings-ecaadesigradi2019_168.

321. Verbeek, C., et al. "How Can Scents Enhance the Impact of Guided Museum Tours? Towards an Impact Approach for Olfactory Museology." *The Senses and Society*, vol. 17, no. 3, 2022, pp. 315-342. https://doi.org/10.1080/17458927.2022.2142012.

322. Vial, A. D., et al. "Social Museology and the Iny Karajá Health Campaign in Brazil." *ICOFOM Study Series*, vol. 49, no. 1, 2021, pp. 77-90. https://doi.org/10.4000/iss.3177.

323. Vrettakis, E., et al. "Narralive - Creating and Experiencing Mobile Digital Storytelling in Cultural Heritage." *arXiv*, 2019, arXiv:1912.01368, https://arxiv.org/abs/1912.01368.

324. vom Lehn, D. "Examining 'Response': Video-based Studies in Museums and Galleries." *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, vol. 4, no. 1, 2010, pp. 33-43. https://doi.org/10.1108/17506181011024742.

325. Waern, A., and A. Sundnes Løvlie, editors. *Hybrid Museum Experiences: Theory and Design*. Amsterdam University Press, 2022. https://doi.org/10.5117/9789463726443.

326. Walz, M. "Western, Eastern, Unified Germany: One Language, Two Developments of Museological Theory." *Theory of Museology: Main Schools of Thought, 1960-2000*, edited by D. Tzortzaki and S. Keramidas, Norwegian Institute at Athens, 2021, pp. 231-263.

327. Wang, H., et al. "Gamifying Cultural Heritage: Exploring the Potential of Immersive Virtual Exhibitions." *Telematics and Informatics Reports*, vol. 15, 2024, article 100150. https://doi.org/10.1016/j.teler.2024.100150.

328. Wang, H., et al. "Application of Social Media Communication for Museum Based on the Deep Mediatization and Artificial Intelligence." *Scientific Reports*, vol. 14, 2024, article 28661. https://doi.org/10.1038/s41598-024-80378-2.

329. Wang, R., and L. Gao. "Cultural Identity in Museum Exhibits: Power Symbols in Intercultural Communication." *Lecture Notes in Education Psychology and Public Media*, vol. 52, issue 1, 2024, pp. 246-250. https://doi.org/10.54254/2753-7048/52/20241591.

330. Wang, R. "Between Myth and Reality: Examining Mosuo Society's Portrayal in Digital Spaces." *Scholarly Review Journal*, no. 11, 2024. https://doi.org/10.70121/001c.127438.

331. Wang, Z., et al. "VirtuWander: Enhancing Multi-modal Interaction for Virtual Tour Guidance through Large Language Models." *Proceedings of the 2024 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, ACM, 2024, article 463. https://doi.org/10.1145/3613904.3642235.

332. Wang, X., and X. Chen. "Discourse, Modes, Media, and Meaning in an Era of Pandemic: A Multimodal Discourse Analysis Approach." *Social Semiotics*, vol. 33, no. 4, 2023, pp. 512-530. https://doi.org/10.1080/10350330.2023.2265836.

333. Wang, X., et al. "Natural Movement: Measuring Optimal Pathway Configuration of Museum Layout and Pedestrian Accessibility through Visibility Graph Analysis and Intelligent Agent Simulation." *Frontiers of Architectural Research*, vol. 14, no. 5, 2025, pp. 1228-1248. https://doi.org/10.1016/j.foar.2025.03.001.

334. Waszczyńska, K. "The Presence and Absence of Museology Themes in the Educational Process of the Institute of Ethnology and Cultural Anthropology at the University of Warsaw." *Zbiór Wiadomości do Antropologii Muzealnej*, no. 10, 2023, pp. 195-210. https://doi.org/10.12775/ZWAM.2023.10.10.

335. Watson, F. *The New Curator: Exhibiting Architecture and Design*. Routledge, 2021.

336. Wells, S. *What Was Shakespeare Really Like?* Cambridge University Press, 2023. https://doi.org/10.1017/9781009340403.

337. Wen, J., and B. Ma. "Enhancing Museum Experience through Deep Learning and Multimedia Technology." *Heliyon*, vol. 10, 2024, article e32706. https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e32706.

338. Wetherell, M. *Affect and Emotion: A New Social Science Understanding*. Sage, 2012.

339. White, M., et al. "Multimodal Mixed Reality Interfaces for Visualizing Digital Heritage." *International Journal of Architectural Computing*, vol. 5, no. 2, 2007, pp. 322-337. https://doi.org/10.1260/1478-0771.5.2.322.

340. "Who Am I?" *Casson Mann*, 2010, https://www.cassonmann.com/projects/who-am-i.

341. "Who Am I?" *Science Museum*, n.d., https://www.sciencemuseum.org.uk/see-and-do/who-am-i.

342. Widharsyah, R., et al. "Exploration of Visitors' Experience and Preferences on Virtual-reality Application in Museum." *Jurnal Sosioteknologi*, vol. 23, no. 3, 2024, pp. 374-386. https://doi.org/10.5614/sostek.itbj.2024.23.3.6.

343. Wilson, J. R. "Shakespeare across the Disciplines." *Shakespeare and the Poetics and Politics of Relevance*, Springer, 2024. https://doi.org/10.1007/978-3-031-66898-2_10.

344. Wodak, R., editor. *Language, Power and Ideology: Studies in Political Discourse*. John Benjamins Publishing Company, 1989. https://doi.org/10.1075/ct.7.

345. Wodak, R., and P. Chilton, editors. *A New Agenda in (Critical) Discourse Analysis: Theory, Methodology and Interdisciplinarity*. John Benjamins Publishing Company, 2005. https://doi.org/10.1075/dapsac.13.

346. Wodak, R., et al. *The Discursive Construction of National Identity*. Edinburgh University Press, 2009.

347. Wodak, R., et al., editors. *Right-Wing Populism in Europe: Politics and Discourse*. Bloomsbury Academic, 2013.

348. Wodak, R., and J. E. Richardson. "On the Politics of Remembering (or not)." *Critical Discourse Studies*, vol. 6, no. 4, 2009, pp. 231-235. https://doi.org/10.1080/17405900903180954.

349. Wodak, R. "Analysing the Politics of Denial: Critical Discourse Studies and the Discourse-Historical Approach." *Discourses in Action: What Language Enables Us to Do*, edited by K. Krippendorff and N. Halabi, Routledge, 2020, pp. 19-36. https://doi.org/10.4324/9780429356032-1.

350. Wodak, R. *The Politics of Fear: What Right-Wing Populist Discourses Mean*. Sage, 2015. https://doi.org/10.4135/9781446270073.

351. Wodak, R. *The Politics of Fear: The Shameless Normalization of Far-Right Discourse*. 2nd ed., Sage, 2021. https://doi.org/10.4135/9781529739664.

352. Wodak, R. "Critical Linguistics and Critical Discourse Analysis." *Handbook of Pragmatics: Manual*, 2nd ed., John Benjamins, 2022, pp. 426-443.

353. Wodak, R. "Critical Discourse Analysis/Studies." *The Routledge Companion to English Studies*, Routledge, 2024, pp. 31-44. https://doi.org/10.4324/9781003221265-4.

354. Wodak, R., and S. Boukala. "European Identities and the Revival of Nationalism in the European Union: A Discourse-Historical Approach." *Journal of Language and Politics*, vol. 14, no. 1, 2015, pp. 87-109. https://doi.org/10.1075/jlp.14.1.05wod.

355. Wong, A. "The Complexity of 'Community': Considering the Effects of Discourse on Museums' Social Media Practices." *Museum & Society*, vol. 13, no. 3, 2015, pp. 296-315. https://doi.org/10.29311/mas.v13i3.332.

356. Wünsch-Nagy, N. "Teaching Multimodality in the Museum through Embodied Experiences." *Multimodality & Society*, vol. 4, no. 3, 2024, pp. 348-353. https://doi.org/10.1177/26349795241262776.

357. Xiang, M., and A. Wang. "When Gestures also Argue: Multimodal Viewpoint Shift as a Rhetorical Strategy in American Political Talk Shows." *International Journal of English Linguistics*, vol. 14, no. 6, 2024. https://doi.org/10.5539/ijel.v14n6p15.

358. Xu, L., et al. "Multimodal Discourse Interpretation of the Paris Olympics Mascot." *Quality in Sport*, vol. 32, 2024, article 55976. https://doi.org/10.12775/QS.2024.32.55976.

359. Yan, L. "Emerging Technologies in Digital Museums: A Literature Review of Educational Application and Evaluation Methods." *Transactions on Social*

Science, Education and Humanities Research, vol. 11, 2024, pp. 88-101. https://doi.org/10.62051/c4vbr380.

360. Yang, C., and F. Cui. "Multimodal Mediation in Translation and Communication of Chinese Museum Culture in the Era of Artificial Intelligence." *Chinese Semiotic Studies*, 2024. https://doi.org/10.1515/csh-2023-0020.

361. Yang, X., et al. "Evolving Narrative Forms in Digital-Age Museum Spaces: From Static Displays to Interactive Experiences." *International Journal of Creative Multimedia*, vol. 6, issue 1, 2025, pp. 94-107. https://doi.org/10.33093/ijcm.2025.6.1.6.

362. Yefymenko, V. "Text-Image Relationships in Contemporary Fairy Tales." *Cognition, Communication, Discourse*, no. 15, 2017, pp. 123-139. https://doi.org/10.26565/2218-2926-2017-15-09.

363. Yefymenko, V. "Multimodality and Cross-modal Cohesion in Manga." *Cognition, Communication, Discourse*, no. 24, 2022, pp. 103-114. https://doi.org/10.26565/2218-2926-2022-24-08.

364. Yefymenko, V. "Multimodal Text-Image Synergy in Representing Interpersonal Relations in Picture Books." *Cognition, Communication, Discourse*, no. 28, 2024, pp. 102-109. https://doi.org/10.26565/2218-2926-2024-28-07.

365. Yefymenko, V. "Multimodality of Animated Webcomics." *Studia Linguistica*, no. 27, 2025, pp. 57-67. https://doi.org/10.17721/StudLing2025.27.57-67.

366. Yum, M. S. "New Museology Approaches in Cultural Heritage Centers." *Journal of Interior Design and Academy*, vol. 4, no. 1, 2024, pp. 13-42. https://doi.org/10.53463/inda.20240270.

367. Zhang, J. "Digital Revitalization of Museums: An Analysis of the Digital Marketing Strategy of the Sanxingdui Museum." *Advances in Economics, Management and Political Sciences*, vol. 86, issue 1, 2024, pp. 170-176. https://doi.org/10.54254/2754-1169/86/20240969.

368. Zhang, J., et al. "Research on the Design of Digital Museum Information Presentation Based on Cognitive Load Theory." *Proceedings of the 2024 6th*

International Conference on Computing and Big Data (ICCBD '24), 2024, pp. 116-123. https://doi.org/10.1145/3695080.3695100.

369. Zingone, M. "Instagram as Digital Communication Tool for the Museums: A Reflection on Prospectives and Opportunities through the Analysis of the Profiles of Louvre Museum and Metropolitan Museum of New York." *European Journal of Social Sciences Education and Research*, vol. 6, no. 3, 2019, pp. 72-76. https://doi.org/10.26417/ejser.v6i3.p72-76.

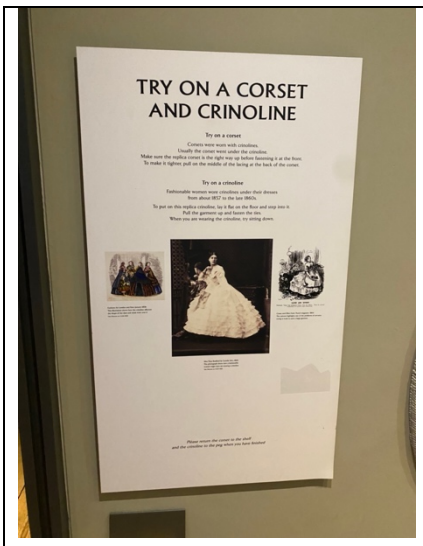
370. Żuchowska-Skiba, D., and A. Olszewska. "Shadowing as a Method of Monitoring the Museum Experience of People with Disabilities: Toward a Comprehensive Multimodality Design." *Przegląd Socjologii Jakościowej*, vol. 20, no. 4, 2024, pp. 256-273. https://doi.org/10.18778/1733-8069.20.4.12.

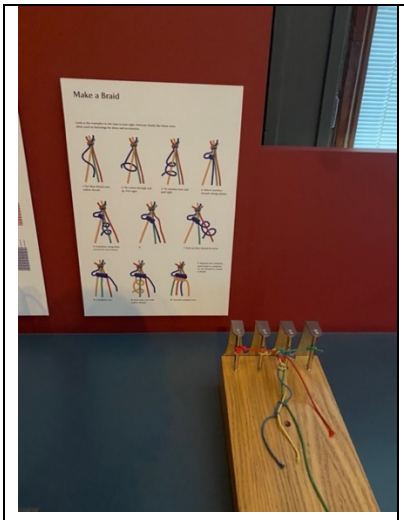
ДОДАТКИ

Додаток А

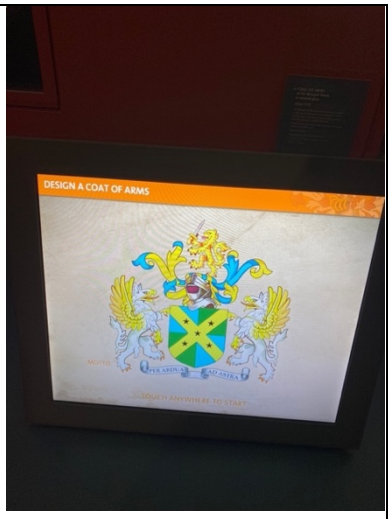
1. Декоративні елементи меблів Regency furniture mounts (1810–1840) з можливістю тактильного ознайомлення (Please touch).	**2.** Dressing the Great Bed of Ware: зразки тканин і постільних шарів історичного ліжка для тактильного ознайомлення.

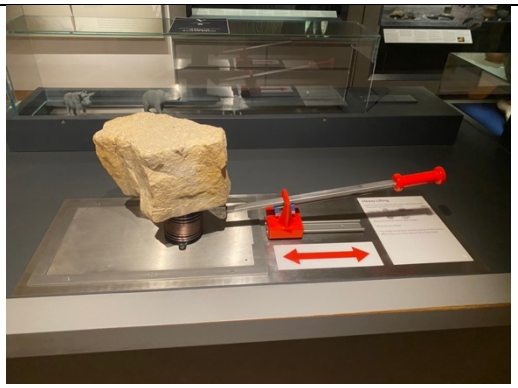
3. Інтерактивна станція примірювання елементів убрання “TRY ON A RUFF”.	**4.** Інтерактивна станція примірювання елементів убрання “TIE A CRAVAT”.	**5.** Інтерактивна станція примірювання елементів убрання “TRY ON AN INVERNESS CAPE”.

		
6. Інтерактивна станція примірювання елементів убрання “TRY ON A CORSET AND CRINOLINE”.	**7.** Інтерактивна станція примірювання елементів убрання “TRY ON A HOOP AND PETTICOAT”.	**8.** Елемент убрання на відвідувачеві.

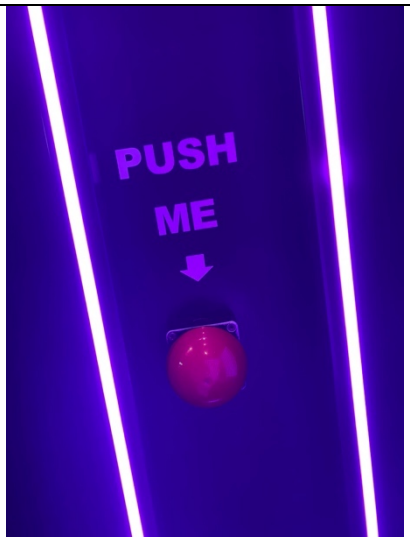
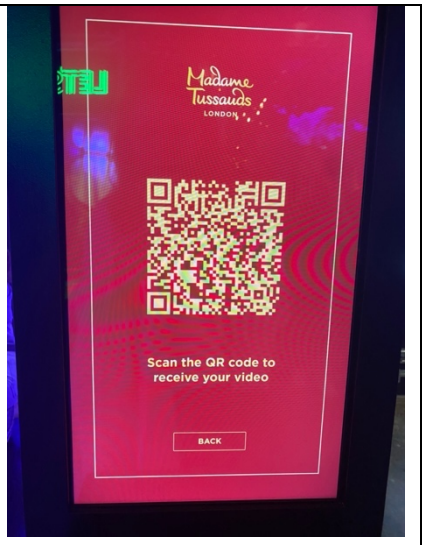
		
9. Інтерактивна станція примірювання елементів убрання “Make a braid”.	**10.** Інтерактивна станція примірювання елементів убрання “Examine a	**11.** Інтерактивна станція примірювання елементів убрання “Build a Crystal Palace”.

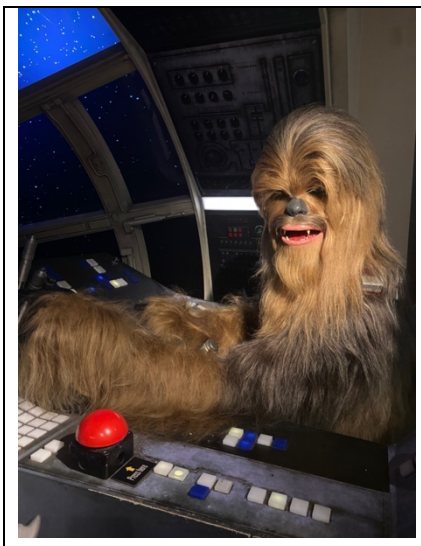
	Chippendale-style chair”.	

		
12. Гра “Design a Monogram”.	**13.** Етап завершення з повідомленням.	**14.** Гра “Design a Coat of Arms”.

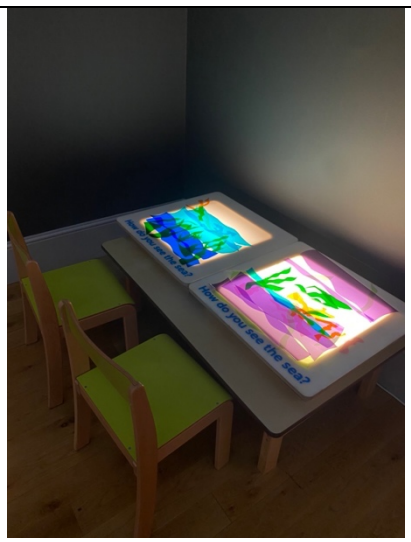
	
15. Вправа “Cylinder seals”.	**16.** Експеримент “Heavy Lifting”.

17. Зона переможця премії “Оскар”.	**18.** Кнопка з написом “And the winner is…”

		
19. Сцена з фігурою співачки Beyoncé.	**20.** Червона кнопка “Push me”.	**21.** Текстова інструкція “Share your video, Scan the QR code to receive your video”.

	
22. Червона кнопка з написом “Press here”.	**23.** Кабіна космічного корабля “Millennium Falcon” із Чубаккою.

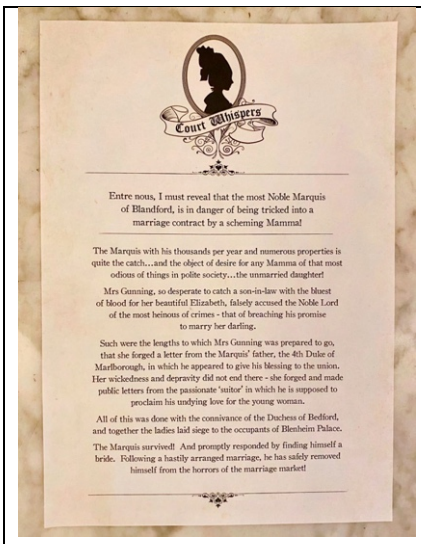
24. Сенсорні панелі на виставці “Tiffany & Co”.	**25.** Повідомлення переміщується по поверхні експозиційної стіни.

	
26. Ігровий автомат “Queer Code Breaker”.	**27.** Інтерактивні столи для дітей.

28. Короткі інструктивні фрази на кришках столів.	**29.** Матеріали для гри та творчості.	**30.** Мольберти з папером та олівцями.

31. Репліки мантії помазання, державного й імператорського вбрання та супертуніки. Бленгеймський палац.	**32.** Репліка коронаційної сукні. Бленгеймський палац.

33. Експозиційні панелі з текстовими та візуальними описами суконь фрейлін, Бленгеймський палац.	**34.** Репліки шести суконь фрейлін, Бленгеймський палац.



Court Whispers

Entre nous, I must reveal that the most Noble Marquis of Blandford, is in danger of being tricked into a marriage contract by a scheming Mamma!

The Marquis with his thousands per year and numerous properties is quite the catch…and the object of desire for any Mamma of that most odious of things in polite society…the unmarried daughter!

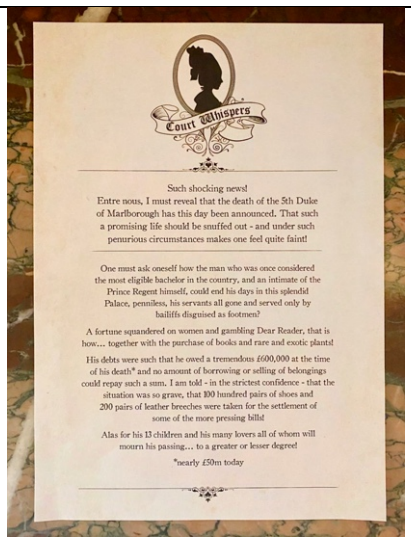
Mrs Gunning, so desperate to catch a son-in-law with the bluest of blood for her beautiful Elizabeth, falsely accused the Noble Lord of the most heinous of crimes - that of breaching his promise to marry her darling.

Such were the lengths to which Mrs Gunning was prepared to go, that she forged a letter from the Marquis' father, the 4th Duke of Marlborough, in which he appeared to give his blessing to the union. Her wickedness and depravity did not end there - she forged and made public letters from the passionate 'suitor' in which he is supposed to proclaim his undying love for the young woman.

All of this was done with the connivance of the Duchess of Bedford, and together the ladies laid siege to the occupants of Blenheim Palace.

The Marquis survived! And promptly responded by finding himself a bride. Following a hastily arranged marriage, he has safely removed himself from the horrors of the marriage market!

35. Друкований аркуш з матеріалами «Court Whispers», палац Бленгейм.



Court Whispers

Such shocking news!

Entre nous, I must reveal that the death of the 5th Duke of Marlborough has this day been announced. That such a promising life should be snuffed out - and under such penurious circumstances makes one feel quite faint!

One must ask oneself how the man who was once considered the most eligible bachelor in the country, and an intimate of the Prince Regent himself, could end his days in this splendid Palace, penniless, his servants all gone and served only by bailiffs disguised as footmen?

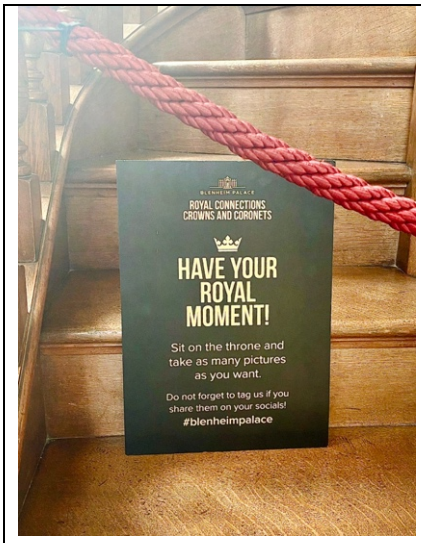
A fortune squandered on women and gambling Dear Reader, that is how… together with the purchase of books and rare and exotic plants!

His debts were such that he owed a tremendous £600,000 at the time of his death* and no amount of borrowing or selling of belongings could repay such a sum. I am told - in the strictest confidence - that the situation was so grave, that 100 hundred pairs of shoes and 200 pairs of leather breeches were taken for the settlement of some of the more pressing bills!

Alas for his 13 children and his many lovers all of whom will mourn his passing… to a greater or lesser degree!

*nearly £50m today

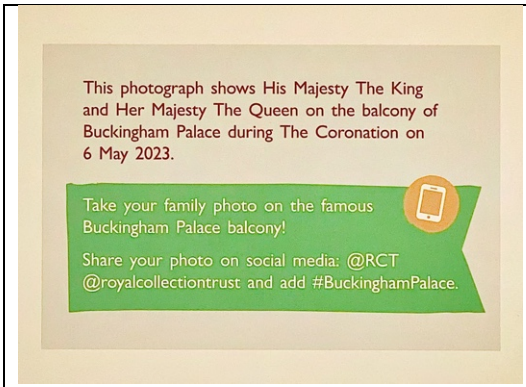
36. Інший друкований аркуш з матеріалами «Court Whispers», палац Бленгейм.

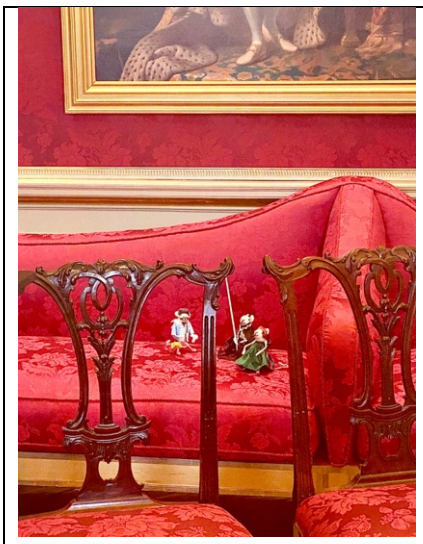
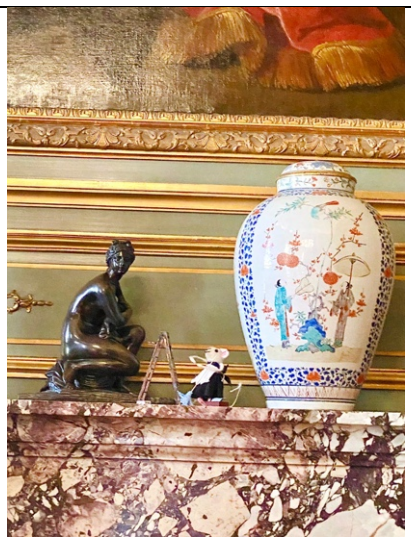


37. Текстова інформація для залучення відвідувачів, Бленхеймський палац.

38. Різноманітні іграшкові корони, доступні для примірювання відвідувачами, Бленхеймський палац.

39. Фотоінсталяція з королівською каретою, Королівські стайні.	**40.** Тектовий супровід “SITTING IN STYLE!”

	
41. Текстовий опис фотозони з інтеграцією у соціальні мережі, Букінгемський палац.	**42.** Текстовий супровід, що демонструє онлайн- та офлайн-залучення відвідувачів, Букінгемський палац.

		
43. Мініатюрні фігурки іграшкових мишенят, розміщені в різних залах Бленгеймського палацу.	**44.** Мініатюрна фігурка на каміні.	**45.** Мініатюрна фігурка на годиннику.

46. Тактильна модальність в аудіогідах, Королівські стайні.	**47.** Відкрите нове зображення за допомогою дотику.

48. Пам’ятні речі до коронації в крамниці Королівської колекції (Royal Collection Shop), сувенірна крамниця Букінгемського палацу.	**49.** Сувенірний посуд.

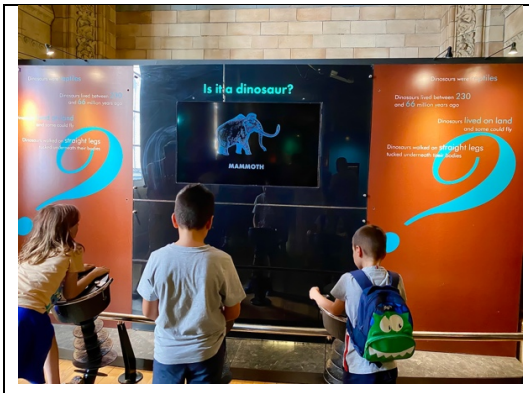
50. Різдвяні прикраси у формі корони, крамниця Галереї королеви.	**51.** Різдвяні прикраси коронаційної тематики, крамниця Галереї королеви.

52. Різдвяні прикраси коронаційної тематики, палац Хемптон-Корт.	**53.** Книга “Style & Society: Dressing the Georgians”, крамниця Галереї королеви.

54. Руда лисиця, Природничий музей, Оксфорд

55. Американський чорний ведмідь, Природничий музей, Оксфорд

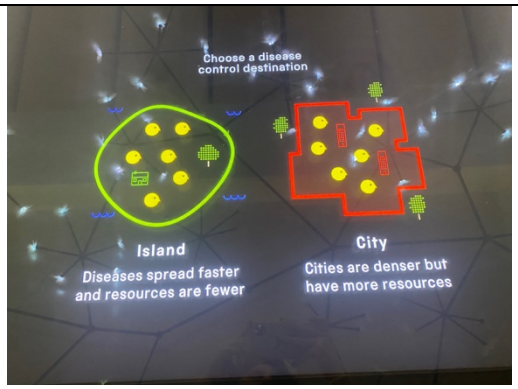
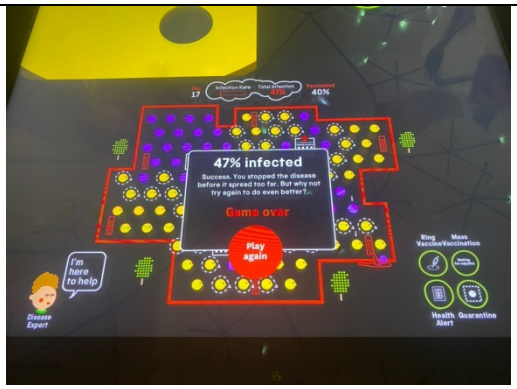
56. Гра QuakeQuiz.

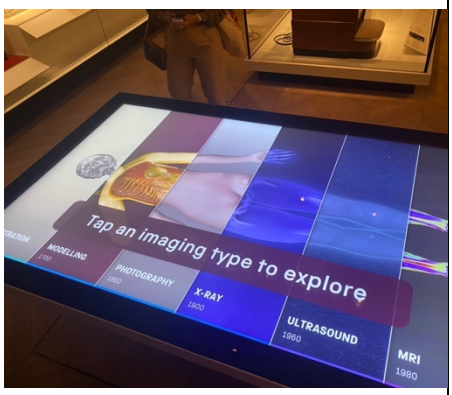


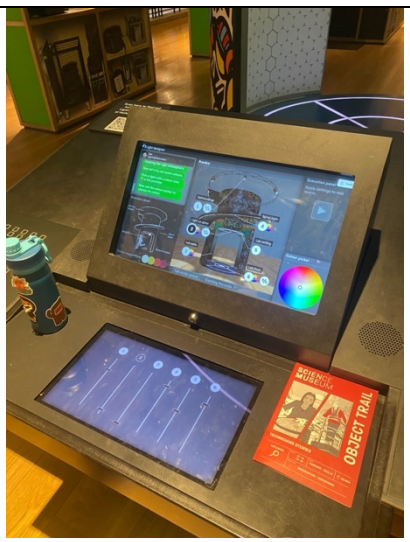
57. Мультимедійна вікторина з кількома гравцями «Is it a dinosaur?», Природничий музей, Лондон	**58.** Інтерактивні ваги «Massive mammals», Природничий музей, Лондон

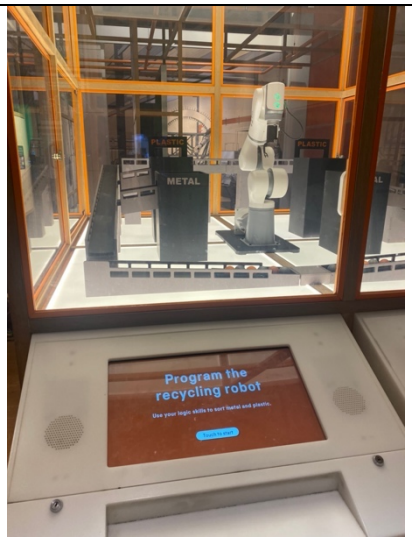
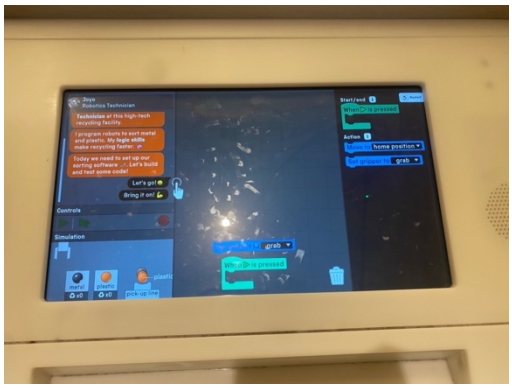
59. Роботизована модель тиранозавра, Природничий музей, Лондон	**60.** Роботизована модель скорпіона, Природничий музей, Лондон

61. Фотозона зеленого екрана “Creepy Crawly”, Музей природної історії, Лондон	**62.** Фотозона зеленого екрана “Dinosaur photos”, Музей природної історії, Лондон

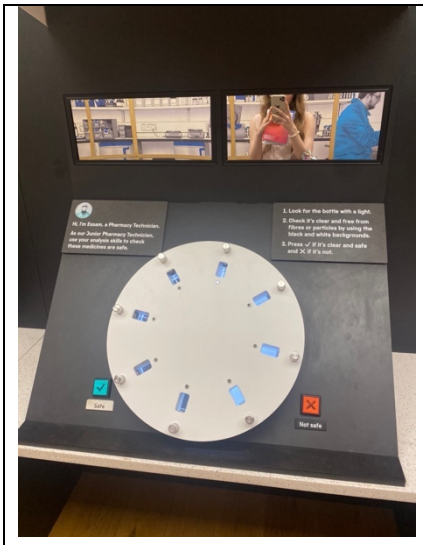
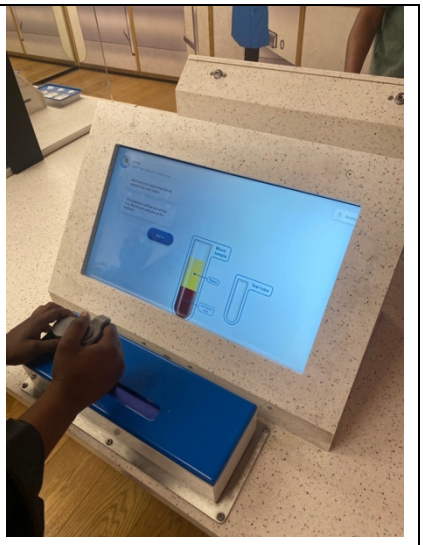
	
63. Інтерактивна інсталяція “Elimination Game”.	**64.** Фінальне вікно з повідомленням “Game over”.

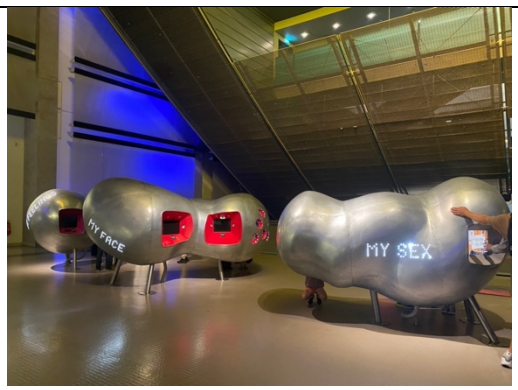
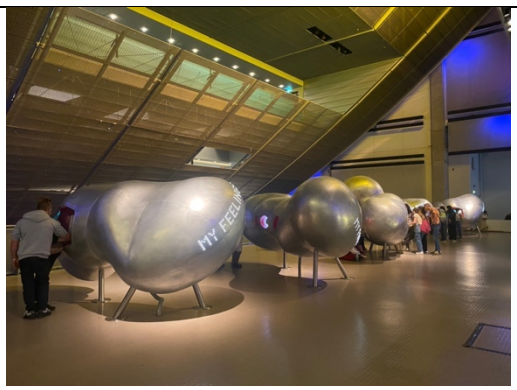
		
65. Запрошення “Tap an imaging type to explore”.	**66.** Візуальний модус у вигляді зображення скелета.	**67.** Інтерактивна інсталяція процедура ендоскопічного обстеження.

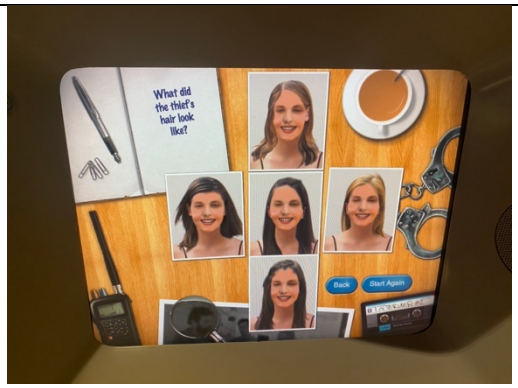
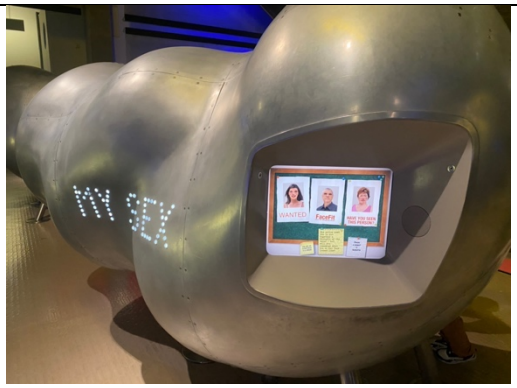
	
68. Інтерактивна станція звукозапису.	**69.** Інтерактивна станція монтажу і дийзайну світла.

	
70. Інтерактивна станція “Program the recycling robot”.	**71.** Команди на кшталт “Move to home position” чи “Set gripper to grab”.

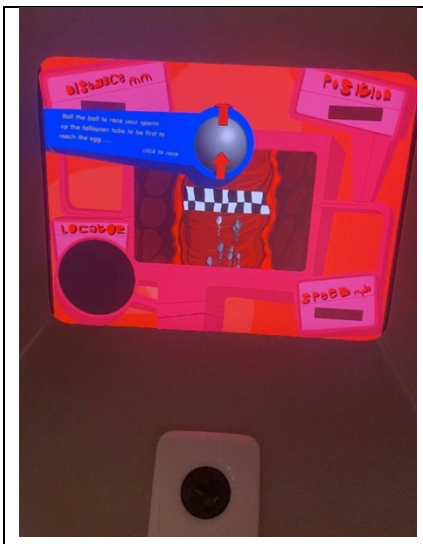
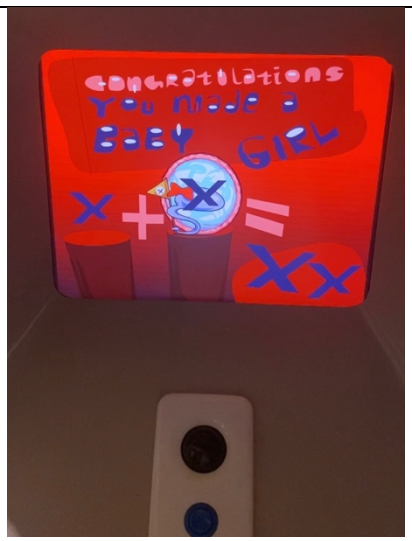
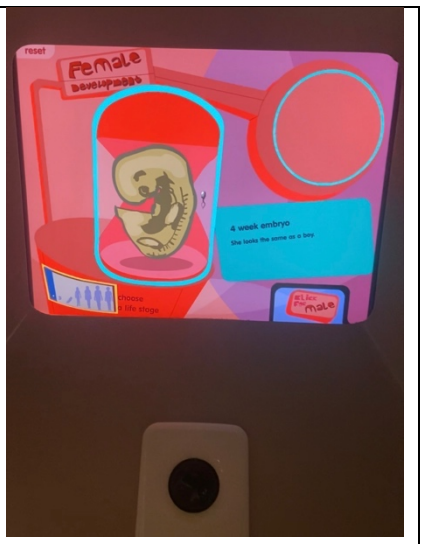
72. Інтерактивна станція “Find substation faults”.	**73.** Вербальні маркери на екрані.

		
74. Інтерактивна станція “Junior Pharmacy Technician”.	**75.** Панель “Prepare the blood sample”.	**76.** Інтерфейс з директивами та коментарями.

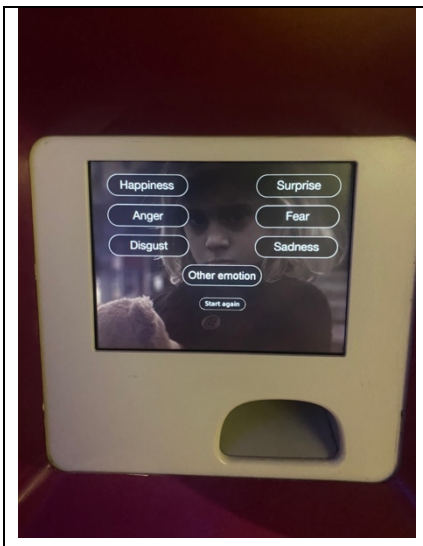
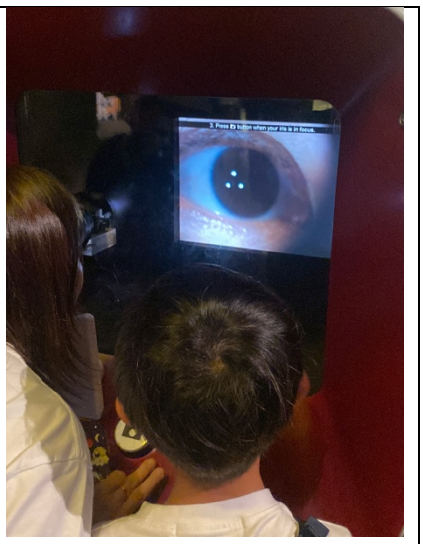
	
77. Інтерактивна галерея “Who am I?”.	**78.** Металеві капсули.

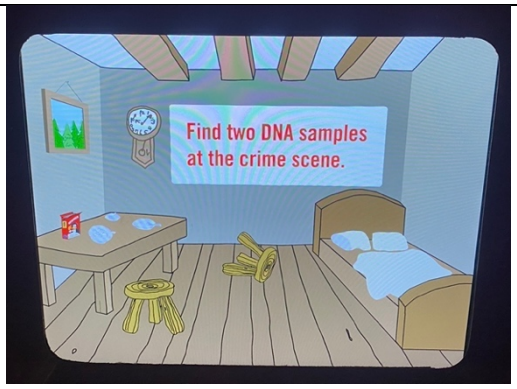
	
79. Гра “FaceFit”.	**80.** Капсула “My sex”.

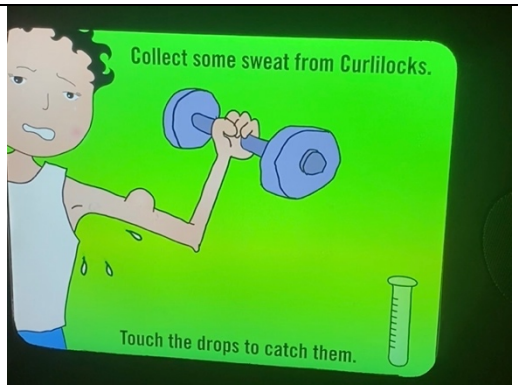
81. Інтерактив “What’s in a surname?”.	**82.** Клавіатура з текстовою інструкцією.

		
83. Гра-симуляція “Make a baby”.	**84.** Повідомлення “Congratulations…”	**85.** Візуальний та текстовий компонент гри.

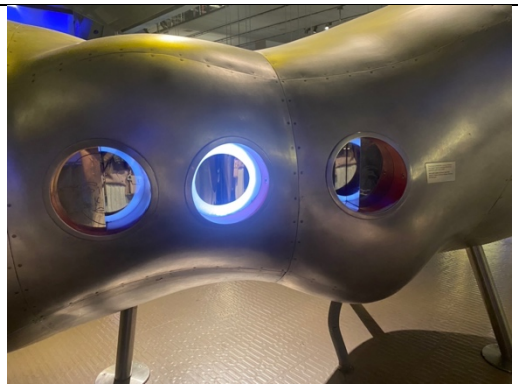
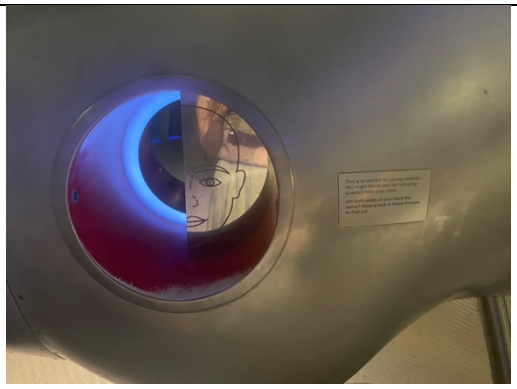
86. Інтерактивна гра “Staying Alive featuring Billie’s Genes”.	**87.** Імперативна підказка “Choose a hobby for Billie”.	**88.** Імперативна підказка “Choose how much alcohol Billie drinks”.

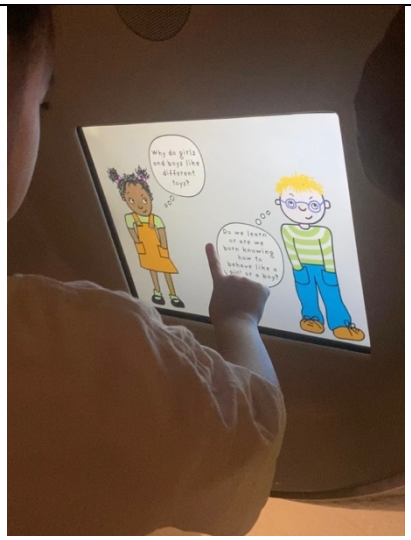
		
89. Перелік емоцій на екрані.	**90.** Відеофрагмент з текстовим супровідом.	**91.** Інструкція “Press button when your iris is in focus”.

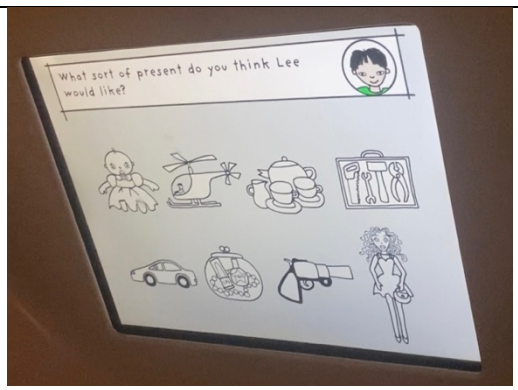
	
92. Гра “DNA Profiling with the Three Bears”.	**93.** Інструкція “Find two DNA samples at the crime scene”.

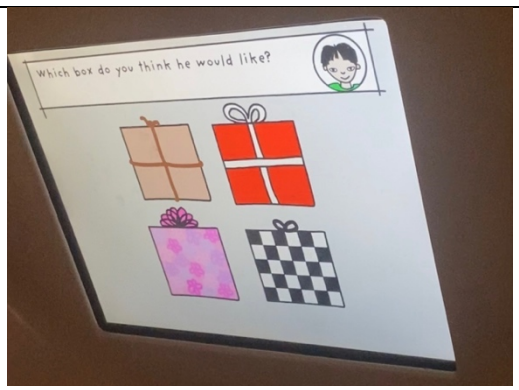
94. Інструкція “Collect some sweat from Curlilocks”.	**95.** Інструкція “Touch the drops to catch them”.

	
96. Експеримент із симетрією обличчя.	**97.** Текстова інструкція “Are both sides of your face the same? Have a look in these mirrors to find out”.

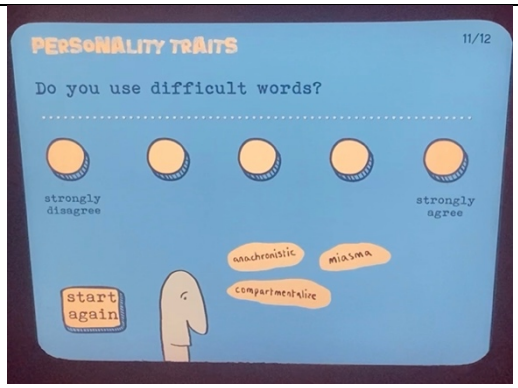
	
98. Гра-перегони.	**99.** Гра про гендері стереотипи.



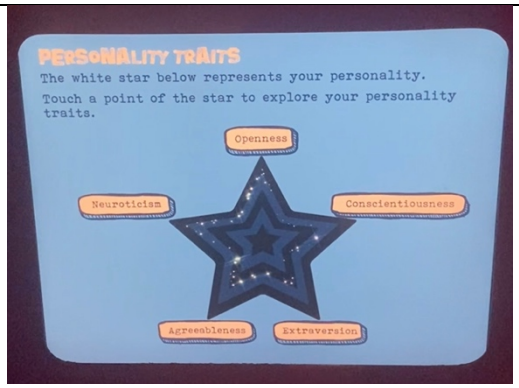
100. Візуальні підказки у вигляді іграшок.



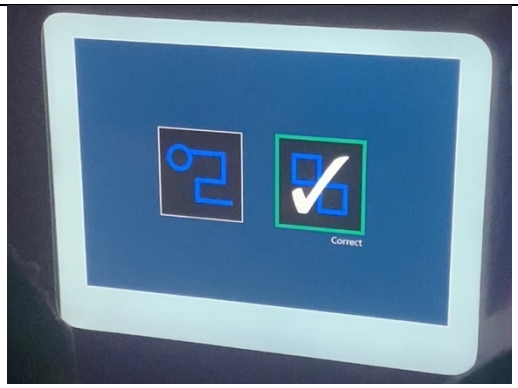
101. Вибір кольору подарункової коробки.



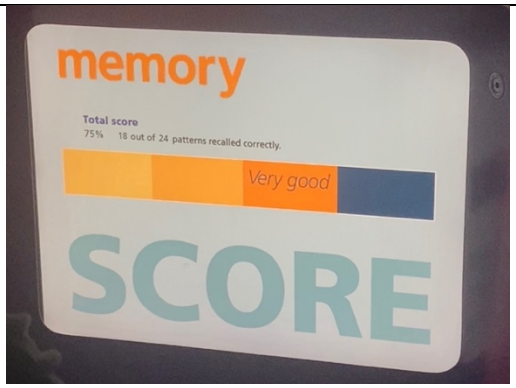
102. Гра-тест “Personality traits”.



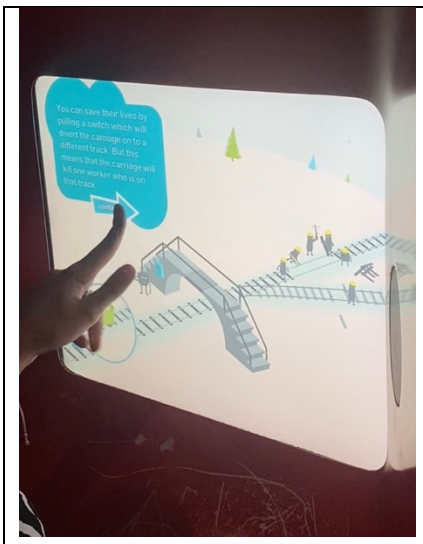
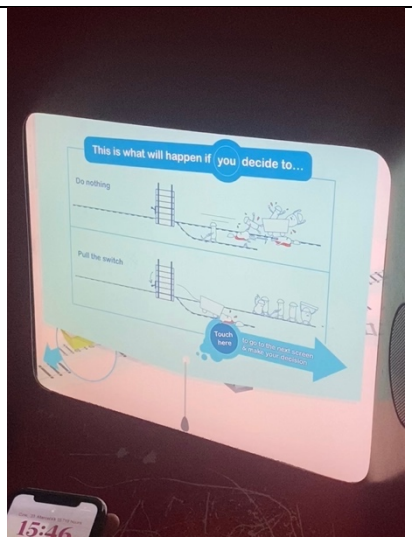
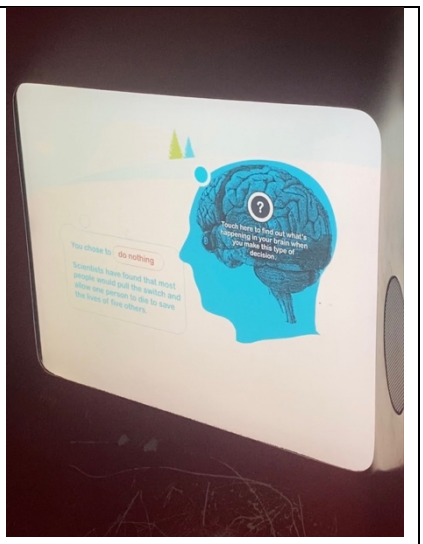
103. Схема з ключовими рисами особистості.



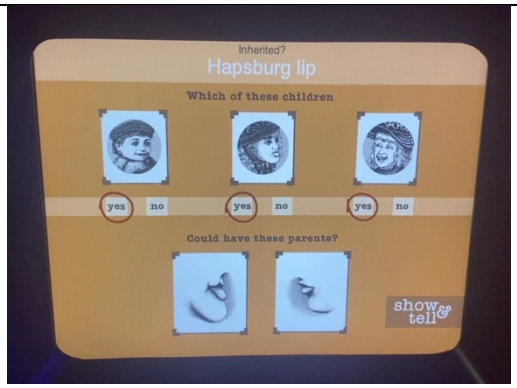
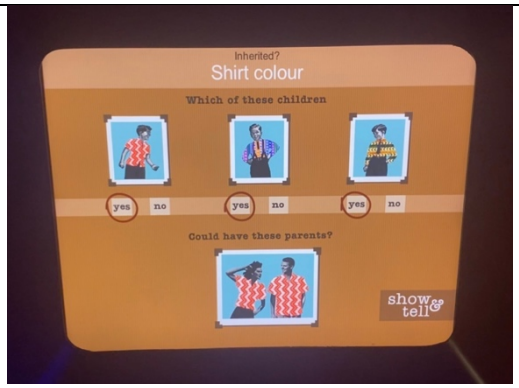
104. Гра на пам'ять.



105. Останній кадр з підсумком.

		
106. Гра “Moral Dilemma”.	**107.** Завдання з вагонеткою.	**108.** Візуальний рівень з текстовими інструкціями.

109. Інсталяція “Inherited Traits”.	**110.** Тема “Tongue rolling”.

	
111. Тема “Hapsburg lip”.	**112.** Тема “Shirt colour”.

113. Фінальний екран з текстовою частиною.

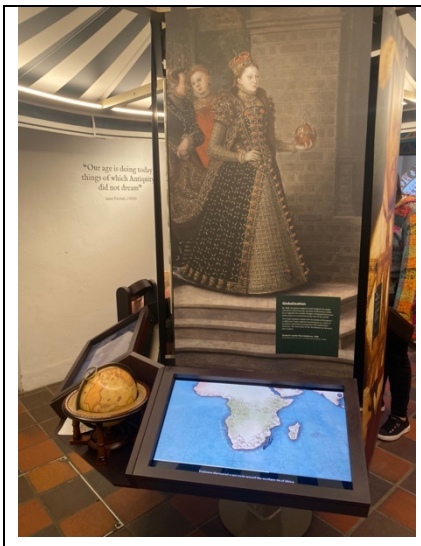
114. Кухні палацу Гемптон-Корт.

115. Відеопроєкція на столі.

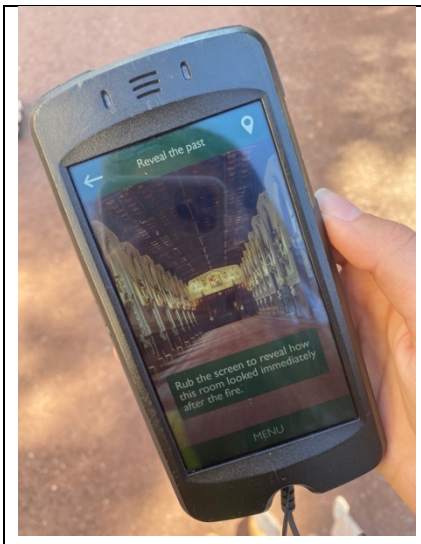
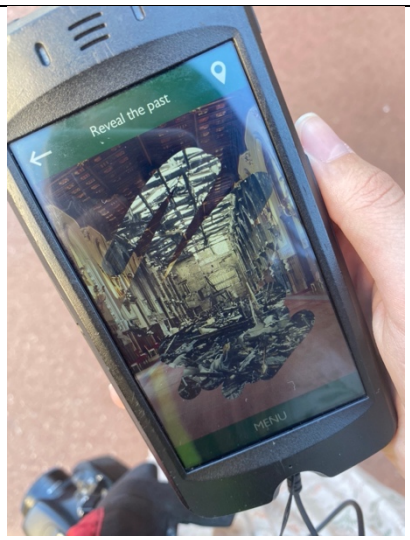
116. Проєкція з постатями членів ради.

117. Проєкція “The Field of Cloth of Gold”.	**118.** Інсталяція “Glory and Violence”.

119. Проєкція з текстом листа Вінстона Черчилля.	**120.** Цифрова реконструкція сімейного фотоальбому.

121. Інсталяція “Globalisation”.	**122.** Інсталяція “A New Universe”.

	
123. Аудіогід у замку Віндзор.	**124.** Прихований шар реконструкції інтер’єру.

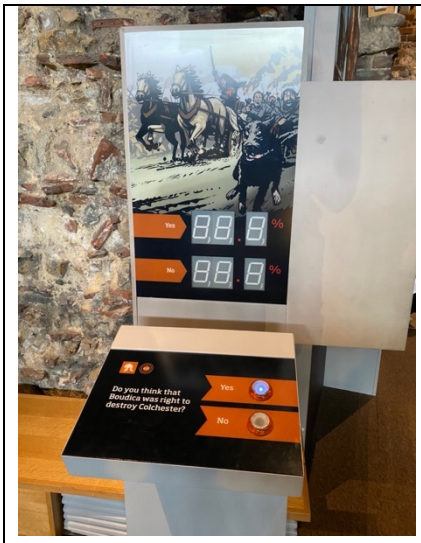
125. Інструкція “Come and stand under…”	**126.** Інтерактивна локація з гілками дуба.	**127.** Капелюхи, оснащені динаміками.

128. Інсталяція “Choose your god”.	**129.** Прихований зіст.

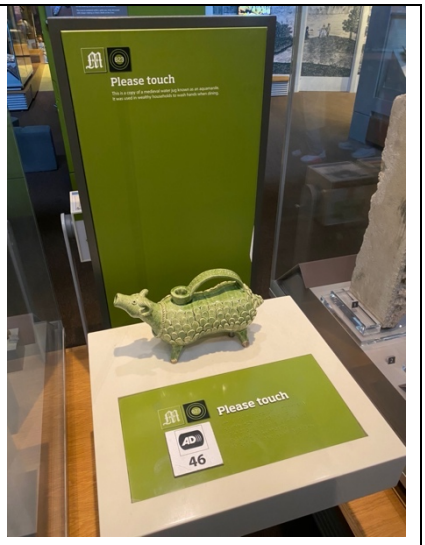
130. Блок “Family fortunes”.	**131.** Короткі текстові фрагменти і зобраадження побутових сцен.

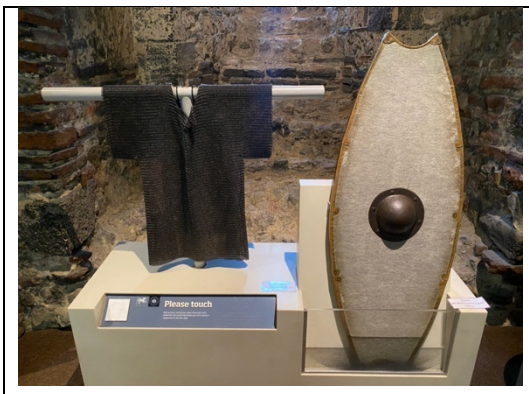
132. Інтерактив із медальйонами.	**133.** Пояснювальні панелі “Mothers/Daughters”.

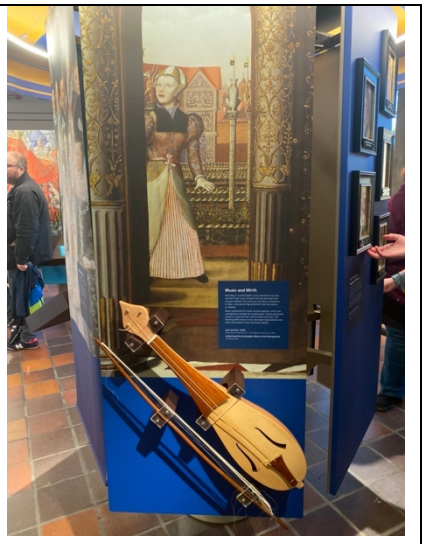
134. Серія підсвічених панелей із персонажами римського періоду.	**135.** Предмети для дотику з маркером “Please touch”.

	
136. Модуль-голосування з запитанням.	**137.** Кнопки “Yes/No” та цифрові індикатори.

138. Текстовий заклик “Can you make all…”	**139.** Фігури драконів з кнопками навпроти.

		
140. Копія надгробка Марка Факіліса.	**141.** Гладіаторський шолом.	**142.** Середньовічний глечик.

	
143. Кольчуга та щит.	**144.** Зона “Interactive displays and handling objects”.

		
145. Блок “Artistic Touches”.	**146.** Блок “Bricks and Mortar”.	**147.** Блок “Music and Mirth”.

148. Текстовий описом на зовнішній панелі.	**149.** Дерев’яні контейнери з історичними об’єктами.

150. Сенсорні тригери у Кенсінгтонському палаці.	**151.** Світлова панель із генеалогічним деревом королеви Вікторії.	**152.** Макет театру.

153. Скрині “Dressing Up Box”.	**154.** Скрині з історичним одягом.

155. Щити та списи для тактильної взаємодії.	**156.** Щити й елементи зброї для тактильної взаємодії.

157. Інструкції “Soldier” і “Shield”.	**158.** Щит із зображенням восьминога.	**159.** Прямокутний скутум із символікою крил та блискавок.

160. Примірка шоломів.	**161.** Реконструкції захисних шоломів.

162. Стенд полку фузилерів.	**163.** Реконструкція кавалерійського меча.

164. Стенд “How to put on my bridle”.

165. Завдання “Make your own mosaic”.

166. Завдання “Make your own mosaic”.

167. Гра “Classification”.

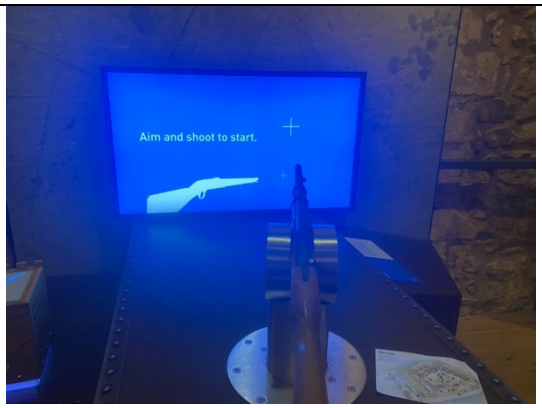
168. Стенд “Make your own stained glass”.	**169.** Інструкція “Use one of the patterns to…”

170. Блок “Medieval craft skills”.

171. Освітня зона Колчестерського замку.	**172.** “Role play cards” із персонажами.	**173.** Мініатюра круглої хати.

174. Інженерна гра “Build an Arch”.	**175.** Інструктивна панель із трьома кроками.

176. Інструкція “Pull a rein to start” на екрані.	**177.** Симуляція римських перегонів.	**178.** Візуальна сцена перегонів.

	
179. Симуляція стрільби з лука.	**180.** Імператив “Aim and shoot to start”.

181. The Alchemist's Tent – тематична інсталяція Лондонського Тауера, Хелловін 2023.	**182.** The Lost Observatory – святкова інсталяція Лондонського Тауера, Хелловін 2024.

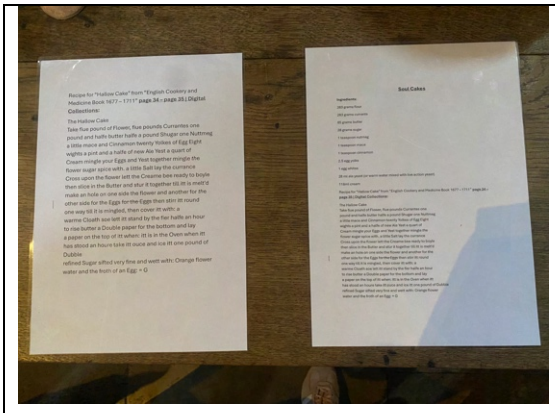
183. Хелловінська фотозона у палаці Гемптон-Корт – дерев'яний навіс з гарбузами та підвішеними стилізованими "рештками".	**184.** Аудіо динамік із моторошним звуковим супроводом.

185. Локація Haunted Forest у палаці Гемптон-Корт, 2024 .	**186.** Аніматронічне дерево.

187. Spider’s Lair у палаці Гемптон-Корт – павутиння, кокони.	**188.** Гігантський павук із червоним підсвічуванням очей і звуковими ефектами.

189. Банери з інструкціями та вказівкми.

190. Банер “WARNING”



191. Друковані аркуші з рецептурною Інформацією.

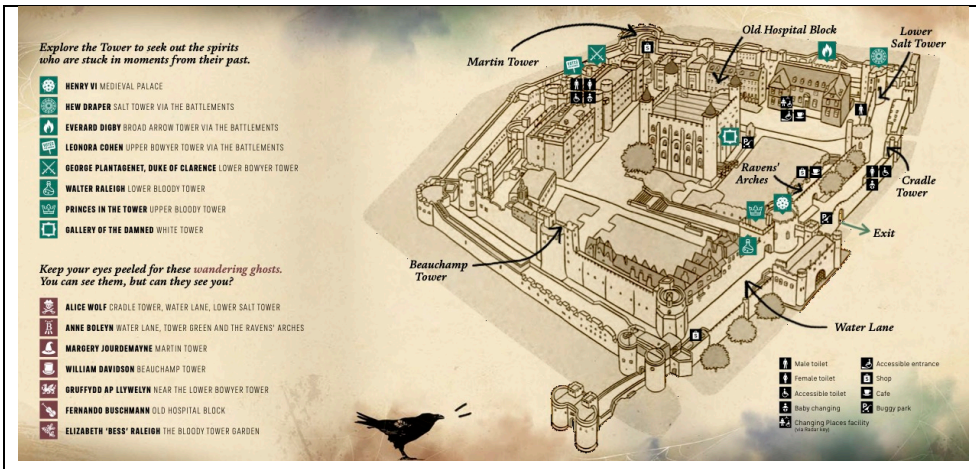
192. Інгредієнти, посуд і готові зразки виробів на робочому столі.

193. Костюмовані “привиди” у Лондонському Тауері та Гемптон-Корті (Анна Болейн, королева Вікторія та Генріх VIII).	**194.** Привид королеви Віктоії.	**195.** Привид Генріха VIII.

196. Актор-мисливець за привидами у Гемптон-Корті.	**197.** Актор-мисливець за привидами у Тауері.

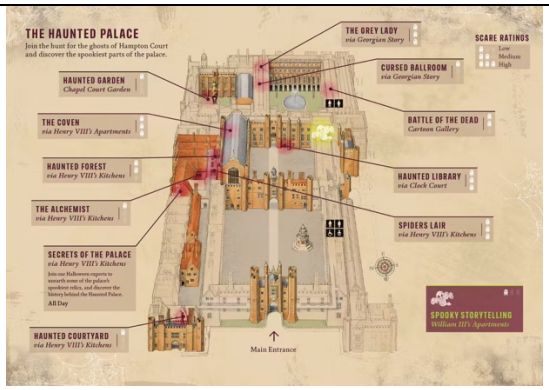
198. Фрагмент буклета з Тауеру (2022).	**199.** Обкладинки буклетів з Тауеру і Гемптон-Корту (2023).

200. Обкладинка з Тауеру 2024 року.

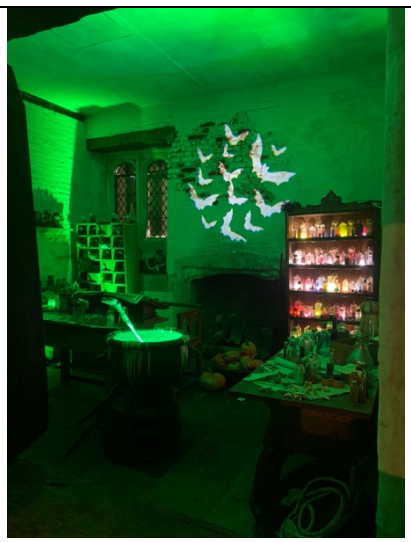


201. Карта Лондонського Тауера з позначенням локацій привидів та маршрутів їхнього пошуку (2022р)

202. Фрагмент буклета Лондонського Тауера (2022р)



203. Карта Гемптон-Корту.

	
204. Алхімік у Хемптон-Корт.	**205.** “Лабораторія” з підсвіченими еліксирами, анімованим котлом із “зіллям” та книгою рецептів, сторінки якої перегортаються автоматично.

206. “Gallery of the Damned” у Гемптон-Корт із проєкцією бурхливої ночі, примарними фігурами та звуковими ефектами грому.	**207.** “Gallery of the Damned” у Гемптон-Корт із кровавою проєкцією.	**208.** Кімната “Coven” з мерехтливими свічками, звуками заклинань і примарним обличчям на центральному столі.

209. Декоративні інсталяції хелловінських маршрутів.	**210.** Привиди з хелловінських маршрутів.

211. Кролик “Lindt”’.	**212.** Інформаційні панелі з ілюстраціями поруч з кроликами.	**213.** Тематична зупинка біля Великої виноградної лози (Great Vine).

214. Лицарські турніри у Бленгеймському палаці (Jousting Tournaments).	**215.** Виступ блазнів.

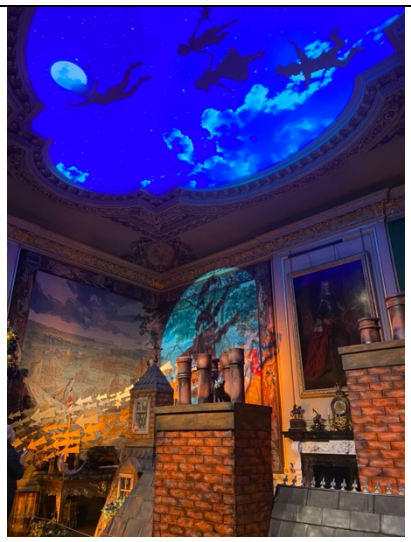
216. Історичний фестиваль (Festival of History) у замку Арундел.	**217.** Метання сокир.

218. Музиканти.	**219.** Прядіння.	**220.** Покази соколиного полювання.

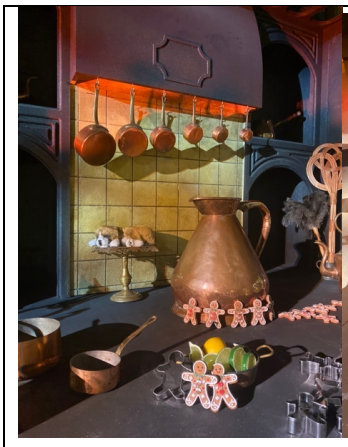
221. Ковалі.	**222.** Плетіння кольчуги.

223. Тематичні майстер-класи.	**224.** Ремісничі демонстрації.	**225.** Кулінарні майстер-класи.

226. Великий циферблат на вході.	**227.** Проєкційне вікно та зоряне небо.

228. Фігура собаки і дитячий потяг поряд.	**229.** Проєкція нічного неба на стелі з силуетами Пітера Пена та його друзів.



230. Фігура собачки серед кухонних атрибутів.	**231.** Фігура кролика у кошику.	**232.** Фігура кота серед посуду.	**233.** Фігури собак біля каміну.

234. Казковий ліс з канатним мостом.	**235.** Попереджувальна вивіска “DANGER” з інструкціями.

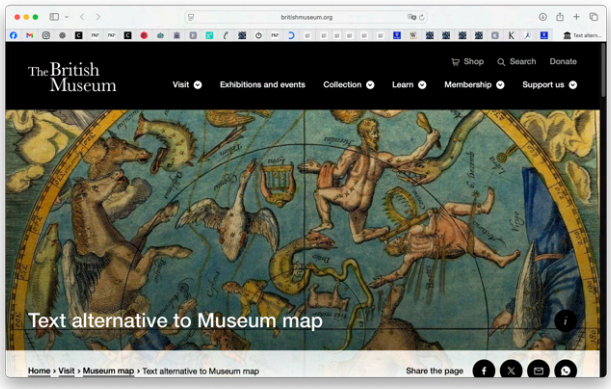
236. Галеон Капітана Гука.

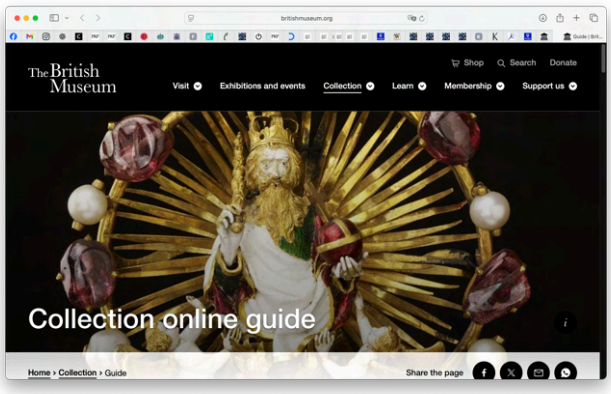
237. Проєкція середньовічного настінного розпису в “Каплиці священика” (Priest’s Chapel): поєднання цифрової реконструкції з оригінальним твором.	**238.** “Відкриття” середньовічного настінного розпису в “Каплиці священика” (Priest’s Chapel).

239. Експозиція реплік костюмів доби Тюдорів у “Шкільній кімнаті Шекспіра та Ґілдголі” (Shakespeare’s Schoolroom & Guildhall), призначених для безпосередньої тактильної взаємодії.	**240.** Експозиція реплік костюмів доби Тюдорів у “Будинку народження Шекспіра” (Shakespeare’s Birthplace), призначених для безпосередньої тактильної взаємодії.

241. Актор у ролі Томаса Дженкінса, директора школи, проводить живу інтерпретацію уроку.	**242.** Класна активність: відвідувачі відтворюють підпис Шекспіра гусиним пером.

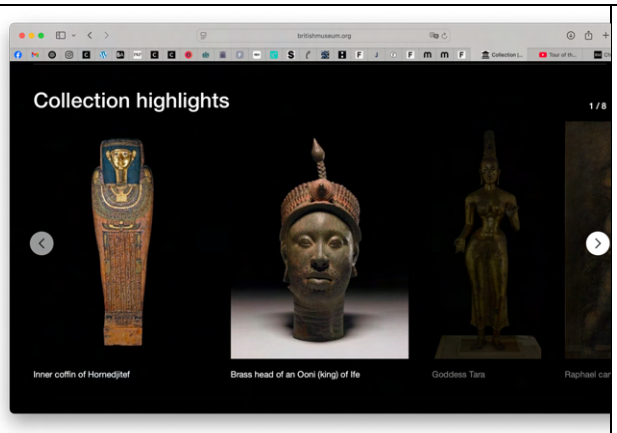
Додаток Б


1. Сторінка “Text alternative to Museum map”. https://www.britishmuseum.org/visit/museum-map/text-alternative-museum-map



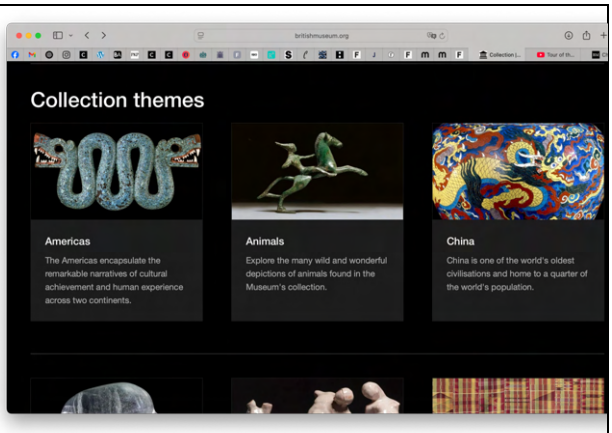
2. Сторінка “Collection online guide”.

https://www.britishmuseum.org/collection/collection-online/guide



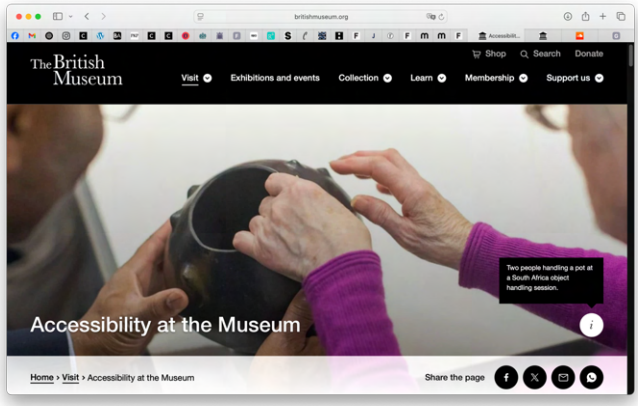
3. Секція “Collection highlights”, 25.06.2025.

(https://www.britishmuseum.org)



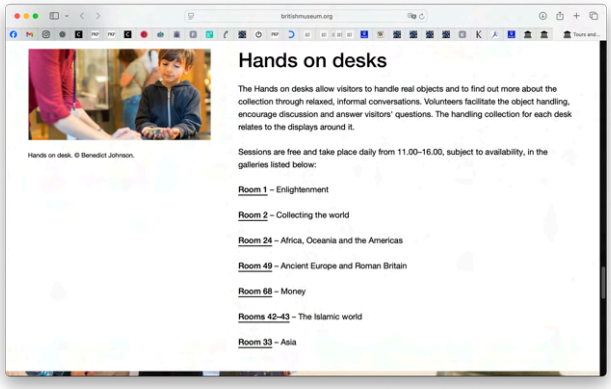
4. Секція “Collection themes”, 25.06.2025.

(https://www.britishmuseum.org)



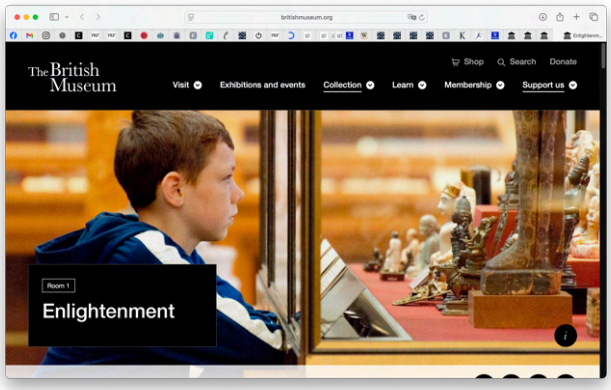
5. Розділ “Accessibility at the Museum”, 25.06.2025.

(https://www.britishmuseum.org/visit/accessibility-museum)



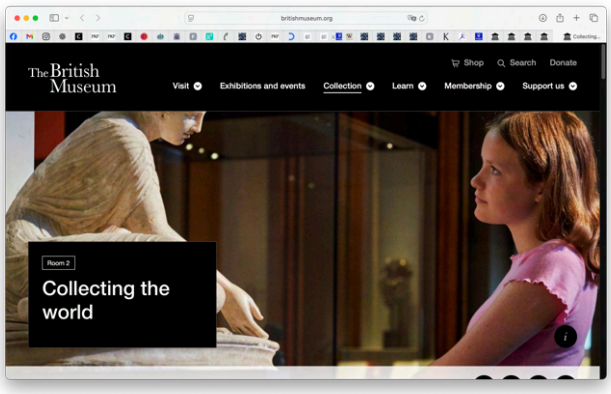
6. Блок “Hands on desks”.

https://www.britishmuseum.org/visit/tours-and-talks#hands-on-desks



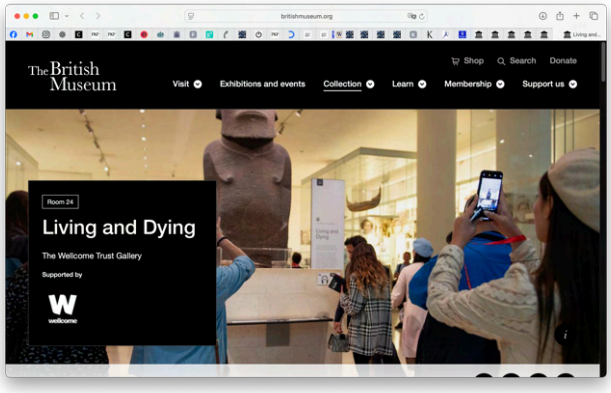
7. Сторінка “ Enlightenment”.

https://www.britishmuseum.org/collection/galleries/enlightenment



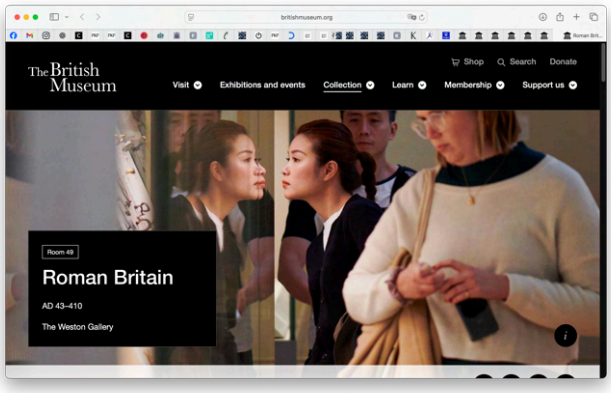
8. Сторінка “ Collecting the world”.

https://www.britishmuseum.org/collection/galleries/collecting-world



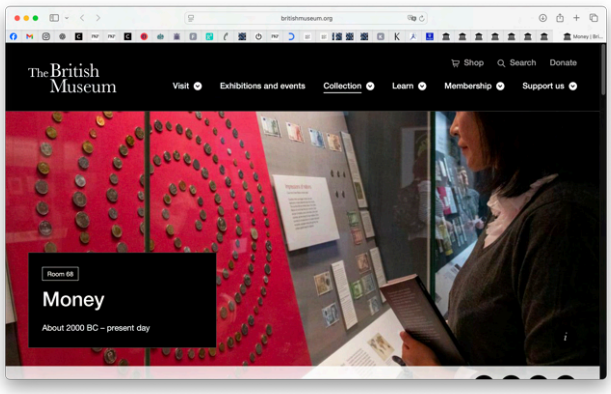
9. Сторінка “Living and Dying”.

https://www.britishmuseum.org/collection/galleries/living-and-dying



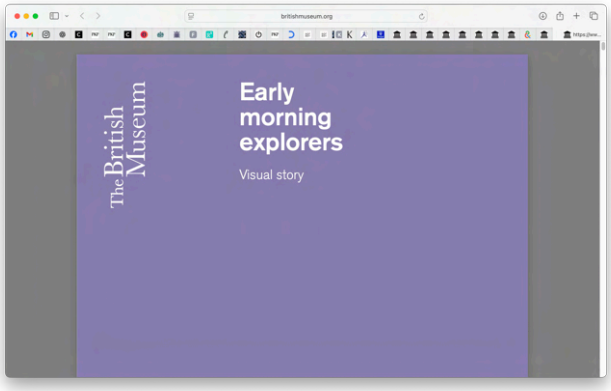
10. Сторінка “Roman Britain”.

https://www.britishmuseum.org/collection/galleries/roman-britain



11. Сторінка “Money”.

https://www.britishmuseum.org/collection/galleries/money



12. Програма Early Morning Explorers.

https://www.britishmuseum.org/sites/default/files/2020-02/EME%20Creatures%20Visual%20Story%20PDF.pdf

EME Revisited – The Story of Odysseus
Script by Olivia Armstrong – April 8th 2020

Introduction

Hello. I am Olivia – I tell stories, Stories that are big and stories that are small. You can listen quietly or you can join in. If you are going to join in, there are some things you will need! Ordinary household things that should be easy to find. I am going to tell you what you need and then why don't you pause the story while you and your grown-ups go and find them? Don't worry if you don't have everything on the list. Whatever you have, there will still be plenty for you to join in with.

Are you ready to write these down? Okay – number one – a handful of uncooked rice emptied onto a baking tray. Two – a sheet, or a piece of cloth. Three – some torn up paper or newspaper in a plastic bag. Three – a piece of tin foil. Four – a small piece of fruit or your favourite snack. Five – a cushion or pillow. Six – a couple of sticks of raw celery and a few strands of uncooked spaghetti. Seven – a small handful of cooked pasta in a bowl. And eight – any shakers or drums or bells you might have. Go and gather those things now. Don't forget to pause the story!

[Pause here while you collect props]

13. Сторінки з серії мультимодальних активностей для дітей *"The Story of Odysseus"* та *"Parthenon Challenge"* 25.06.2025. https://www.britishmuseum.org/sites/default/files/2023-11/EME_Revisited_The_story_of_Odysseus_script.pdf

The British Museum

Parthenon Challenge

The Parthenon was a former temple on the Acropolis dedicated to the goddess Athena, whom the people of Athens considered their patron.

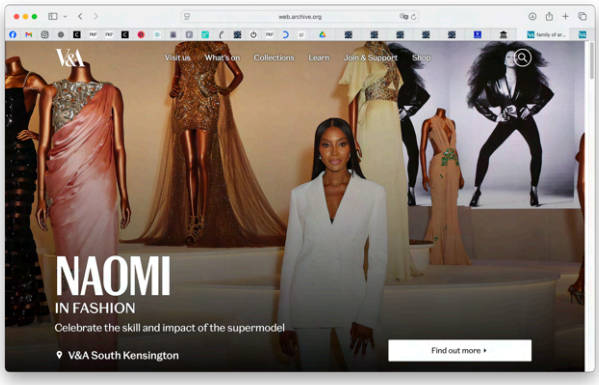
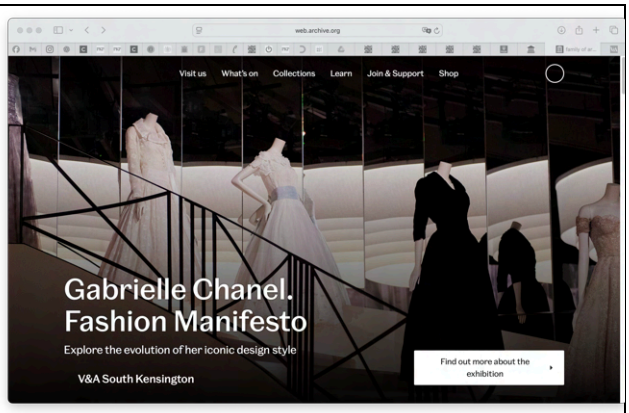
This challenge will take you on a journey back 2000 years ago where the citizens of Athens are having a parade to celebrate Athena's birthday.

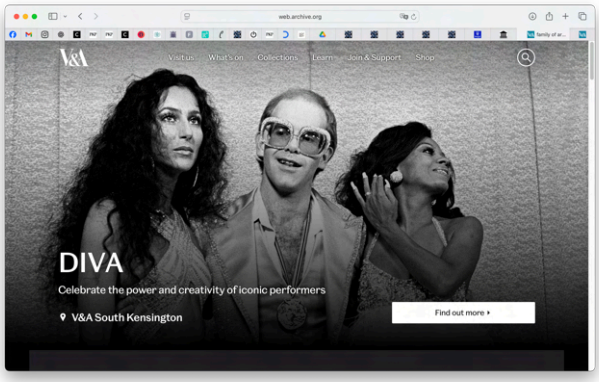
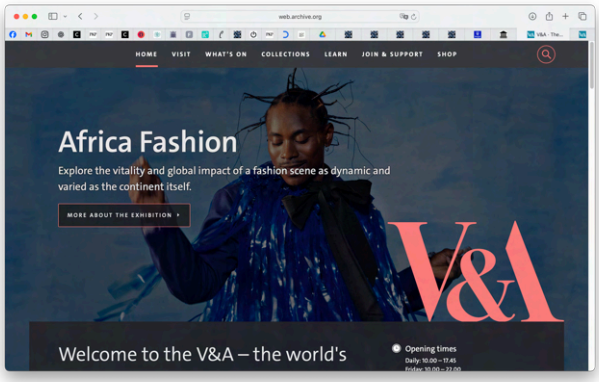
There are **3 challenges** for you to complete plus one **bonus** activity.

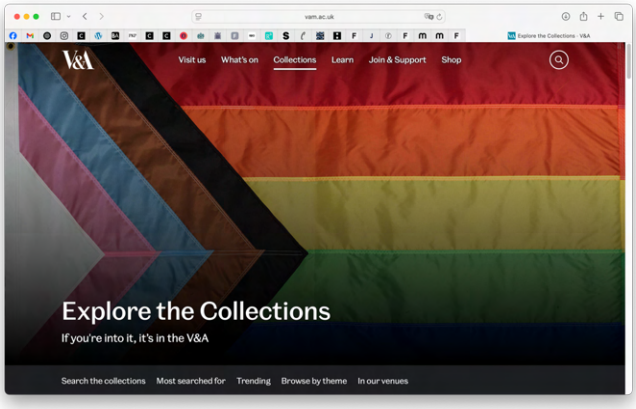
In order to complete the challenge you will need to use Google Street View: https://artsandculture.google.com/streetview/british-museum/AwEp68JO4NECkQ

14. Комплекс "Parthenon Challenge".

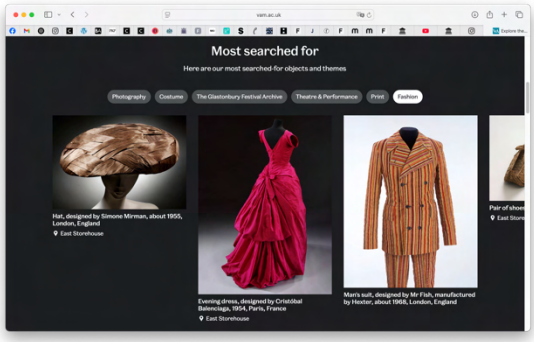
https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://www.britishmuseum.org/sites/default/files/2023-08/Parthenon_Challenge.pdf&ved=2ahUKEwjww83U5dSSAxVdWkEAHVkUGZQQFnoECC4QAQ&usg=AOvVaw2dS0gwBr6H8VIqDRYNbJy2

	
15. Головна сторінка офіційного вебсайту музею Вікторії та Альберта 25.06.2024. *(https://www.vam.ac.uk)*	**16.** Головна сторінка офіційного вебсайту музею Вікторії та Альберта 28.01.2024. (*https://www.vam.ac.uk*)

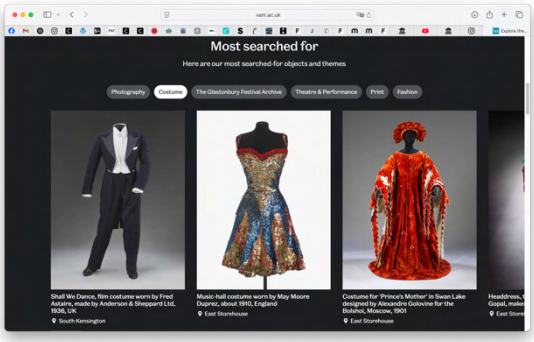
	
17. Головна сторінка офіційного вебсайту музею Вікторії та Альберта 25.06.2023. (*https://www.vam.ac.uk*)	**18.** Головна сторінка офіційного вебсайту музею Вікторії та Альберта 25.06.2022. (*https://www.vam.ac.uk*)



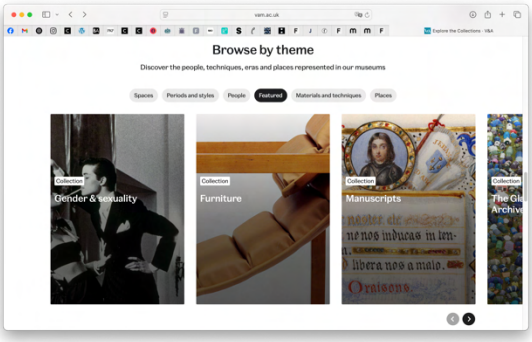
19. Сторінка онлайн-колекції Explore the Collections, 25.06.2025. *(https://www.vam.ac.uk/collections)*

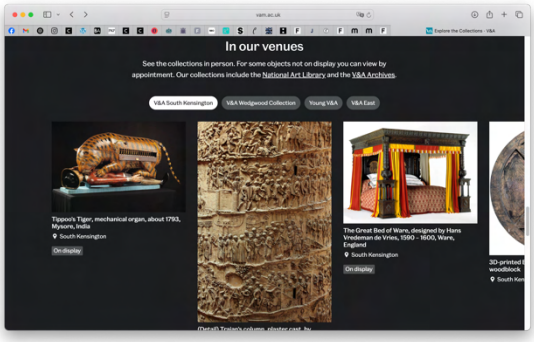


20. Тематична добірка найзапитуваніших об’єктів, 25.06.2025. *(https://www.vam.ac.uk/collections)*

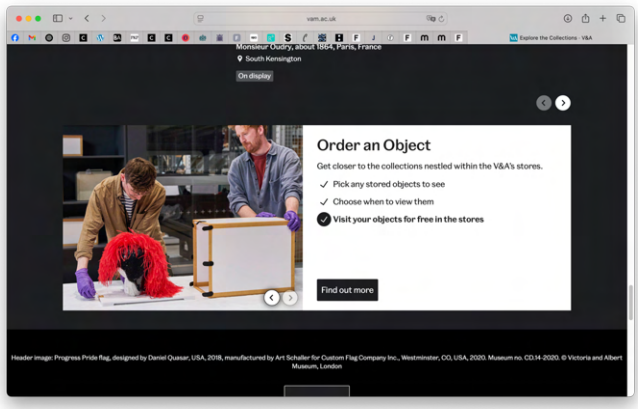


21. Інша тематична добірка найзапитуваніших об’єктів, 25.06.2025. *(https://www.vam.ac.uk/collections)*

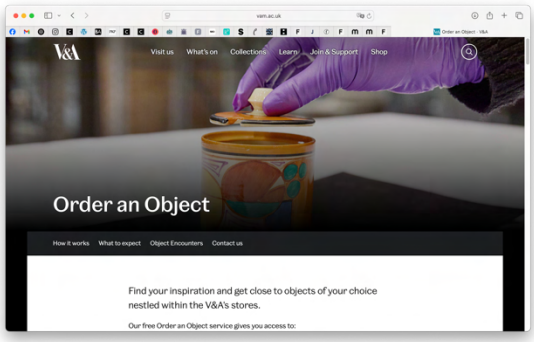


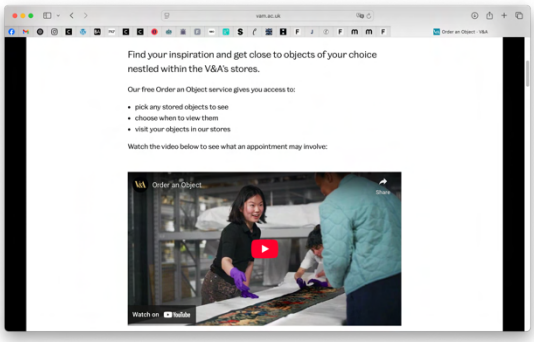


22. Добірка Browse by theme та In our venues, 25.06.2025. *(https://www.vam.ac.uk/collections)*	**23.** Інша добірка Browse by theme та In our venues, 25.06.2025. *(https://www.vam.ac.uk/collections)*

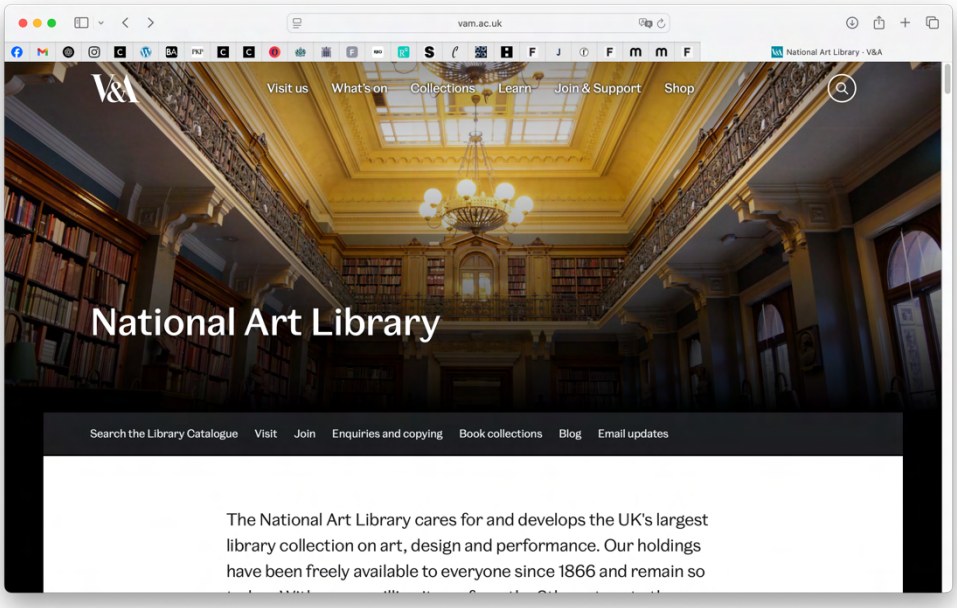


24. Цифровий сервіс Order an Object, 25.06.2025. *(https://www.vam.ac.uk/collections)*



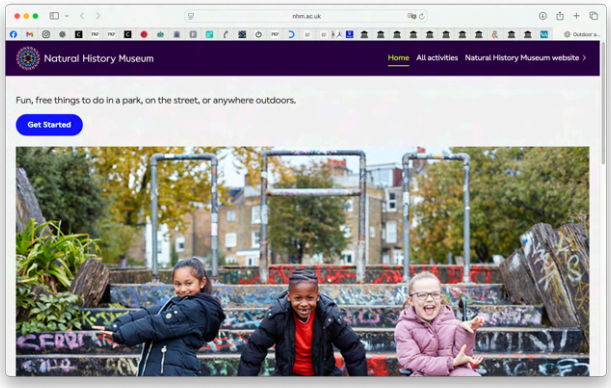


25. Візуальні компоненти сторінки Order an Object, 25.06.2025. *(https://www.vam.ac.uk/info/order-an-object)*	**26.** Відео на сторінці Order an Object, 25.06.2025. *(https://www.vam.ac.uk/info/order-an-object)*



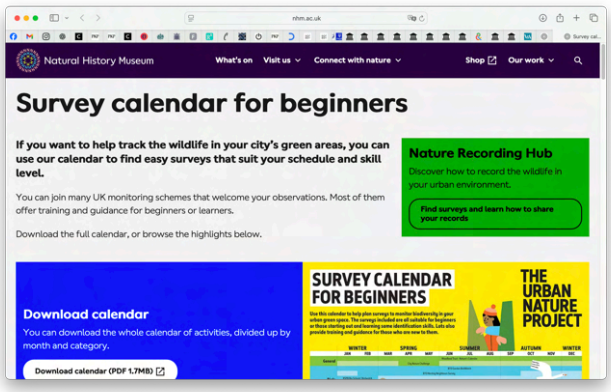
27. Платформа National Art Library, 25.06.2025.

(https://www.vam.ac.uk/info/national-art-library?srsltid=AfmBOoq-NJVOdh0k8y85cgk1Pwk5gX1bAXvELn9Lg5f1ic8UPOyaeq6J)



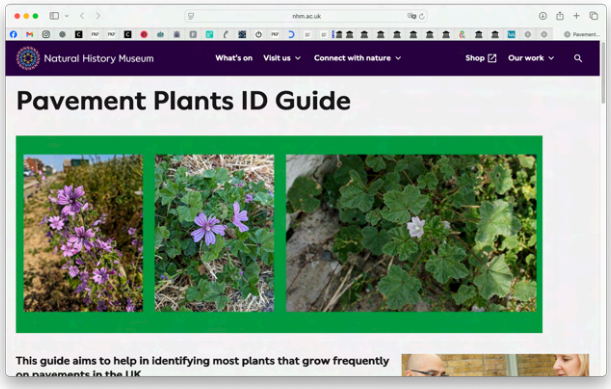
28. Сторінка “Outdoor activities for kids”.

https://www.nhm.ac.uk/take-part/outdoor-activities-for-kids



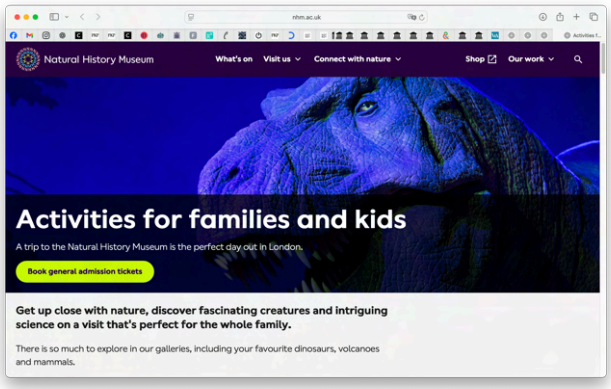
29. Сторінка “Survey calendar for beginners”.

https://www.nhm.ac.uk/take-part/monitor-and-encourage-nature/getting-started-with-wildlife-monitoring/survey-calendar.html



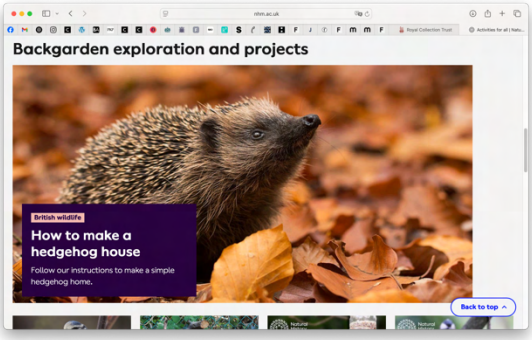
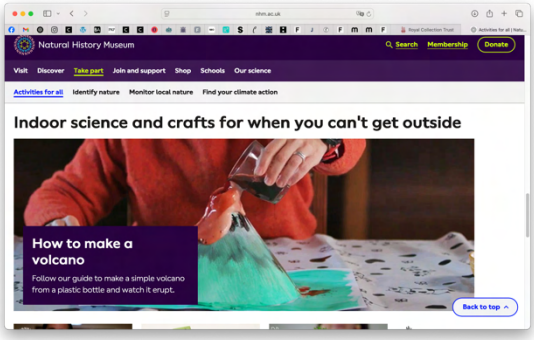
30. Сторінка “Pavement plants guide”.

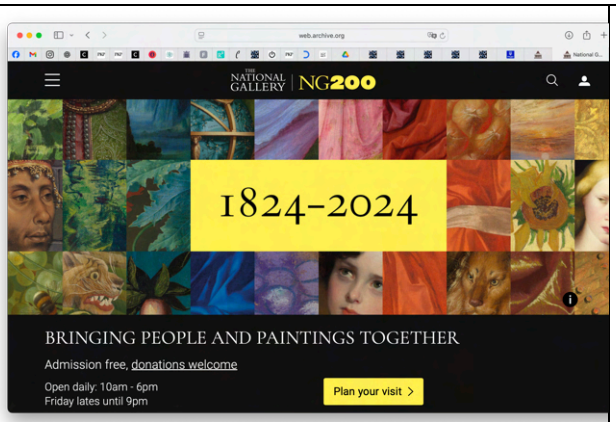
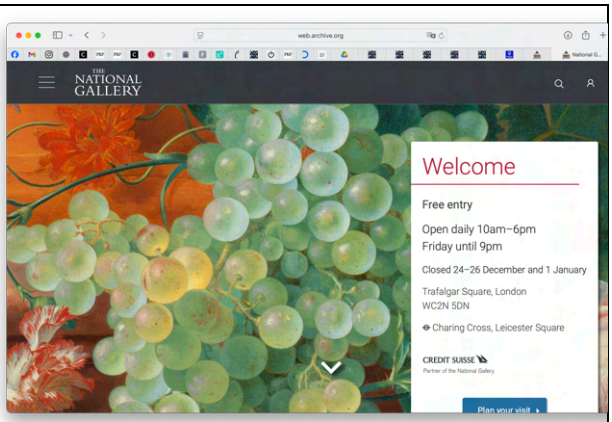
https://www.nhm.ac.uk/take-part/identify-nature/pavement-plants-id-guide.html

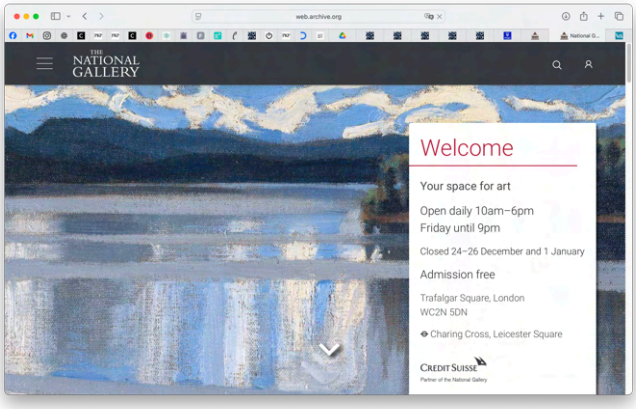


31. Сторінка “Activities for families and kids”.

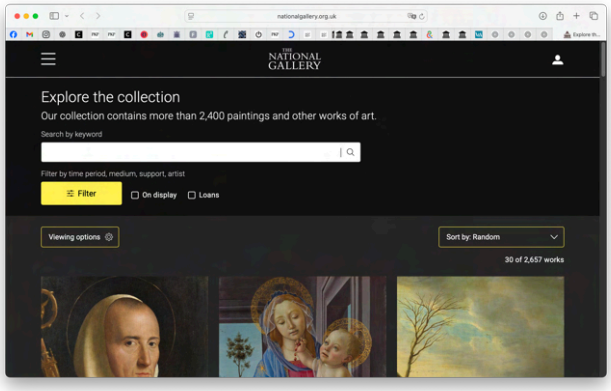
https://www.nhm.ac.uk/visit/activities-for-families-and-kids.html

	
32. Креативні інтерактивні проєкти для дітей, 26.06.2025. *(https://www.nhm.ac.uk/discover/how-to-make-a-hedgehog-house.html)*	**33.** Проєкт “How to make a volcano”. *(https://www.nhm.ac.uk/discover/how-to-make-a-volcano.html)*

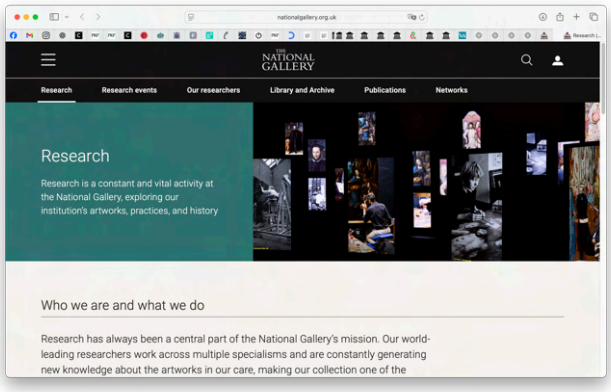
	
34. Головна сторінка Національної галереї у Лондоні, 29.06.2024. *(https://www.nationalgallery.org.uk)*	**35.** Головна сторінка Національної галереї у Лондоні, 29.06.2023. *(https://www.nationalgallery.org.uk)*



36. Головна сторінка Національної галереї у Лондоні, 29.06.2022. *(https://www.nationalgallery.org.uk)*

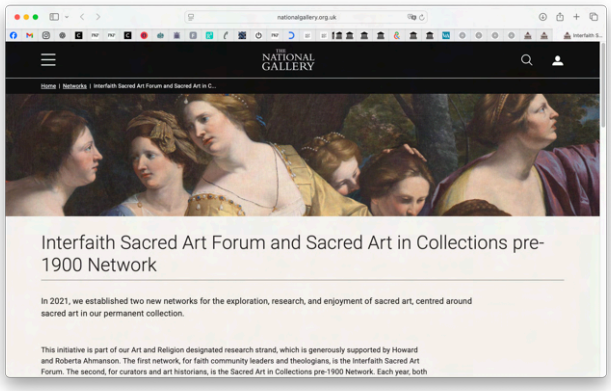


37. Сторінка “Explore the collection”. https://www.nationalgallery.org.uk/paintings/explore-the-collection#q=&sfi=&swo=&ob=Random&obiuc=0&tpf=&tpt=&acf=&act=



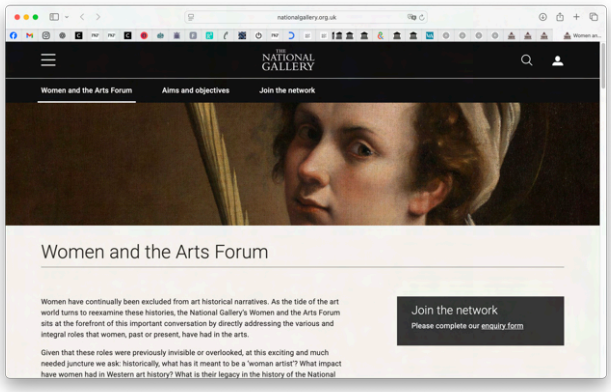
38. Сторінка “Research”.

https://www.nationalgallery.org.uk/research



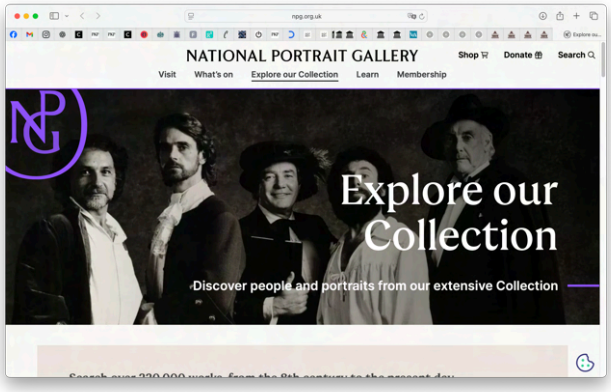
39. Сторінка “Interfaith Sacred Art Forum”.

https://www.nationalgallery.org.uk/networks/interfaith-sacred-art-forum-and-sacred-art-in-collections-pre-1900-network



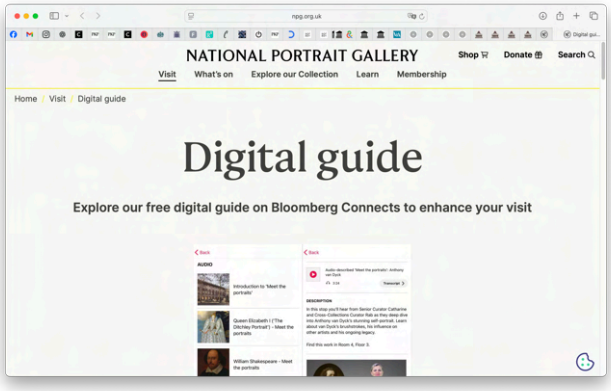
40. Сторінка “Women and the Arts Forum”.

https://www.nationalgallery.org.uk/networks/women-and-the-arts-forum



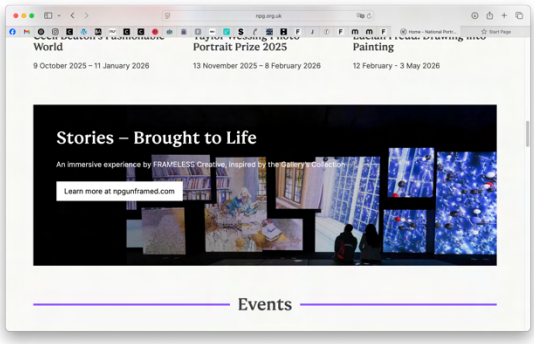
41. Сторінка “Explore our Collection”.

https://www.npg.org.uk/collections/



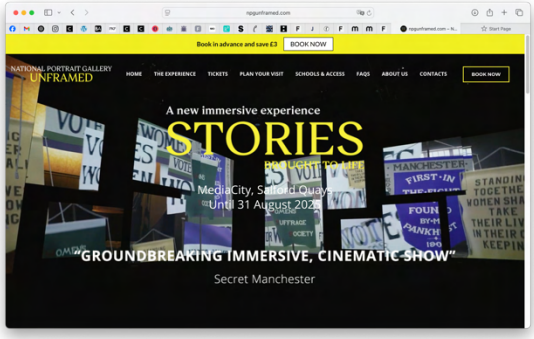
42. Digital guide.

https://www.npg.org.uk/visit/digital-guide/

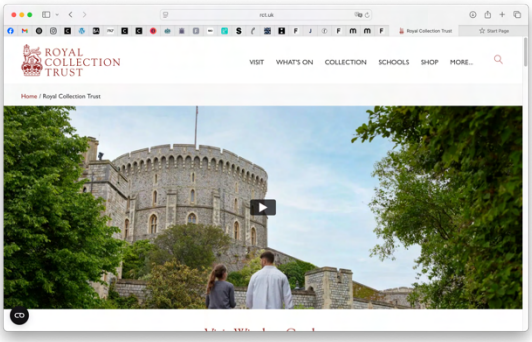


43. Іммерсивна виставка “Stories – Brought to Life”, 28.06.2025.

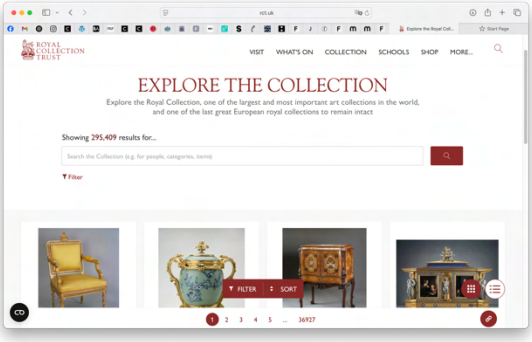
(https://www.nationalgallery.org.uk)



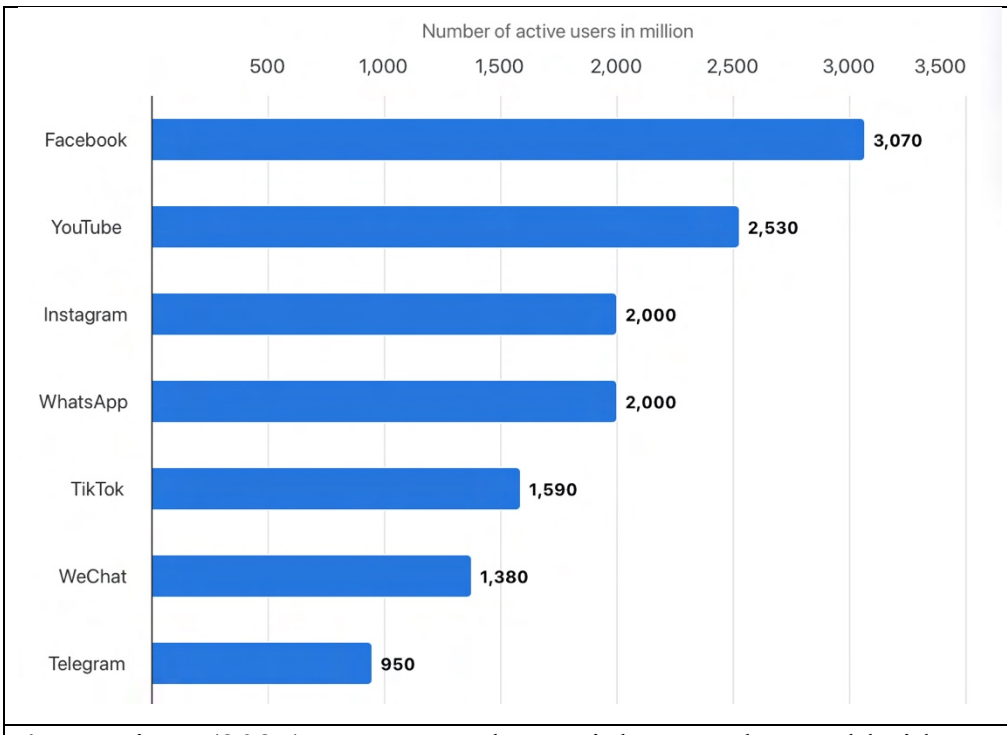
44. Головна торінка виставки “Stories – Brought to Life”, 28.06.2025. *(https://www.nationalgallery.org.uk)* (https://npgunframed.com/#:~:text=Stories%20–%20Brought%20to%20Life%20is,period%20to%20the%20present%20day.)



45. Цифровий портал Royal Collection Trust, 28.06.2025. *(https://www.rct.uk/visit/palace-of-holyroodhouse?gad_source=1&gad_campaignid=22393344674&gbraid=0AAAAAooe6bj5VvyaJA0VtZeFUIINxf8AR&gclid=CjwKCAiA1obMBhAbEiwAsUBbIoP9BPDIFhfFAiJngPz9zrGh8jRaDUOXGhCljqPiJR06ccQLgiyq3RoC-K4QAvD_BwE)*

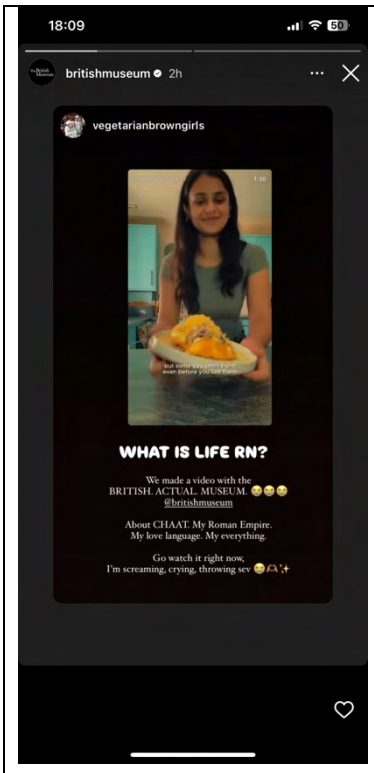
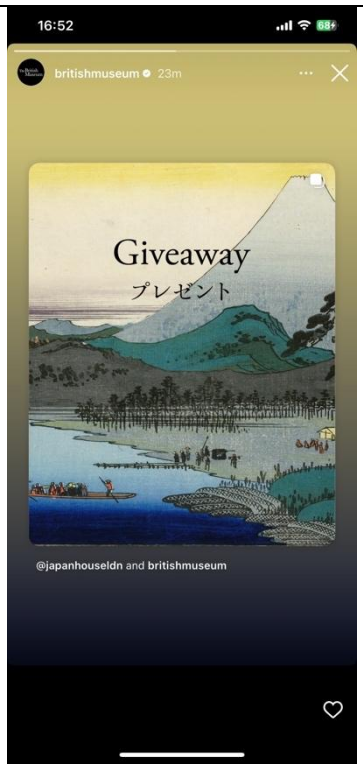


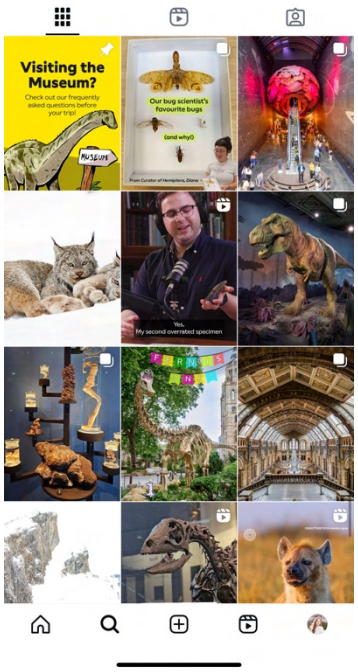
46. Сторінка “Explore the Collection”. *(https://www.rct.uk/collection/search#/page/1)*



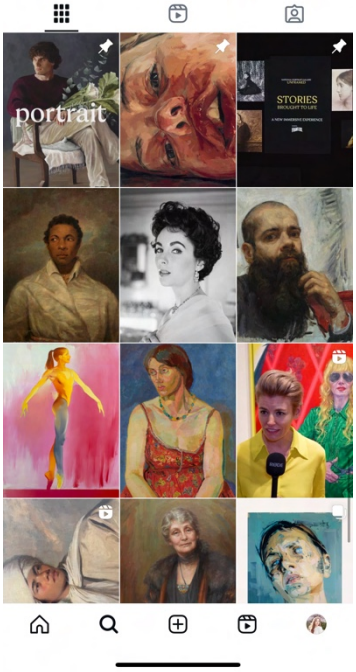
47. Statista. (2025). Most popular social networks worldwide as of February 2025, by number of monthly active users (in millions). Retrieved from https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/

48. Instagram Stories Національної портретної галереї, 14.07.2025.	**49.** Instagram Stories “What’s on”, 14.07.2025.	**50.** Instagram Stories “Herbert Smith…”, 14.07.2025.

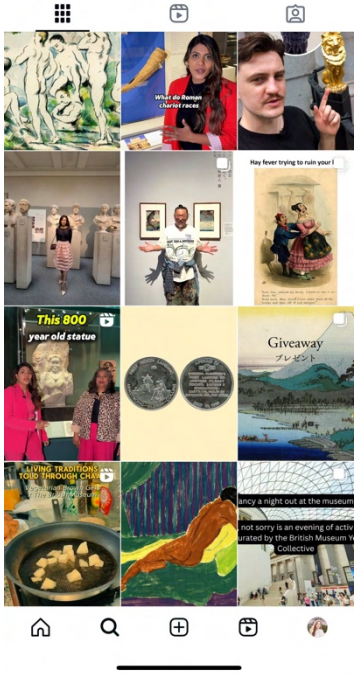
		
51. Instagram Stories Британського музею, 14.07.2025.	**52.** Заголовок “LIVING TRADITIONS TOLD THROUGH CHAAT”.	**53.** Instagram Stories з розіграшем.



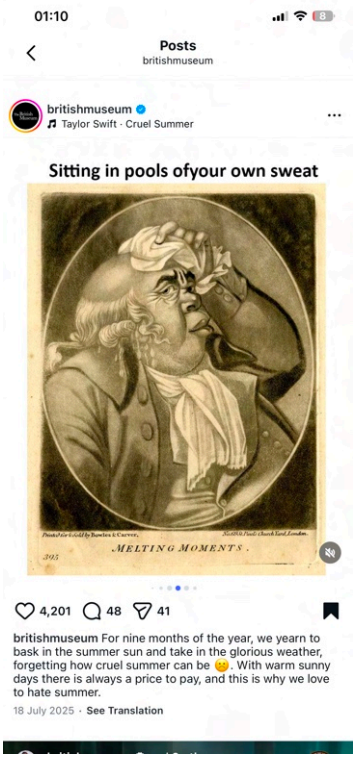
54. Стрічка профілю Природничого музею.

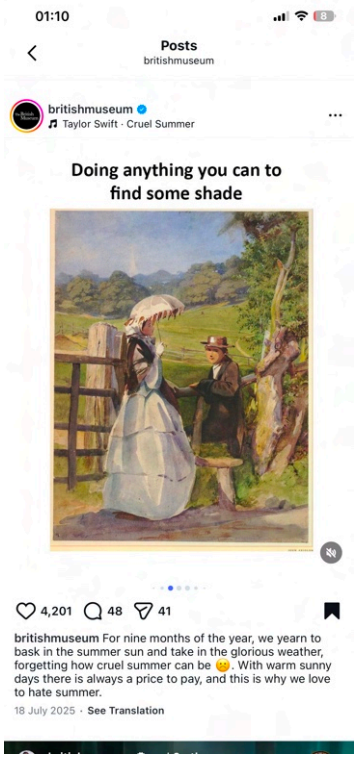


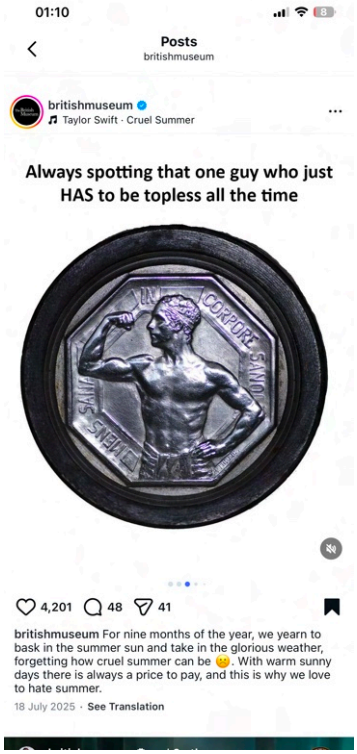
55. Стрічка профілю Національної портретної галереї.



56. Стрічка профілю Британького музею.



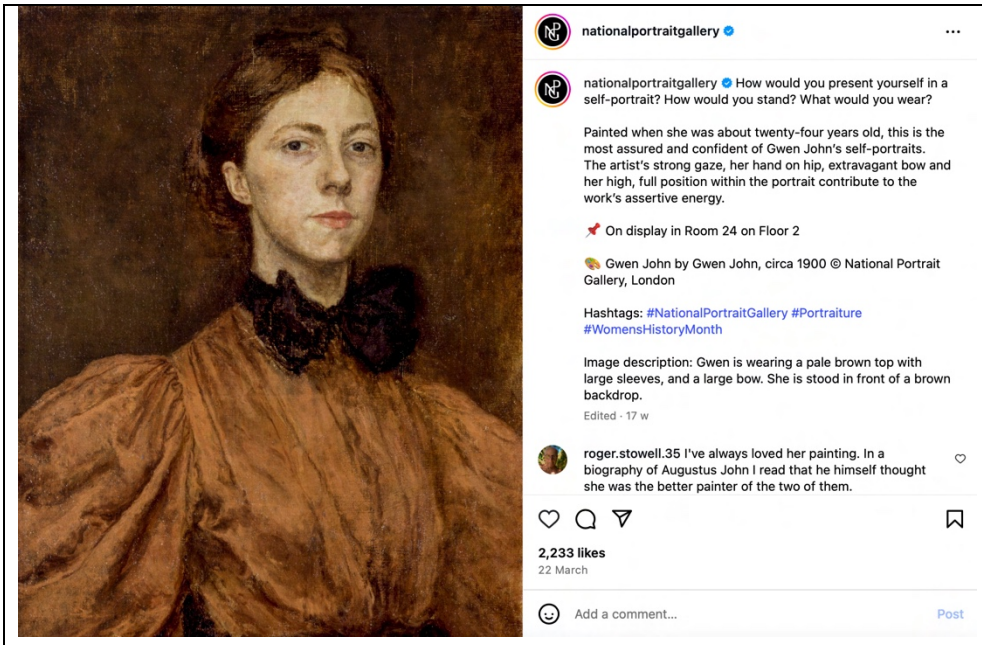


57. Мем “Trying to escape undesirable odours”.	**58.** Мем “Sitting in pools of your own sweat”.	**59.** Мем “Doing anything you can to find some shade”.
		
60. Instagram публікація Британського музею, 18.07.2025.	**61.** Мем “Avoiding all crowds at all costs”.	**62.** Мем “Inevitably getting sunburn”.

63. Британський музей використовує #AprilFools.	**64.** Британський музей використовує #QueerHistories.

https://www.instagram.com/p/DH5cFA2gThJ/?img_index=1	*https://www.instagram.com/p/DFh4feQiley/?hl=en-gb*

65. Публікація про Одрі Гепберн.

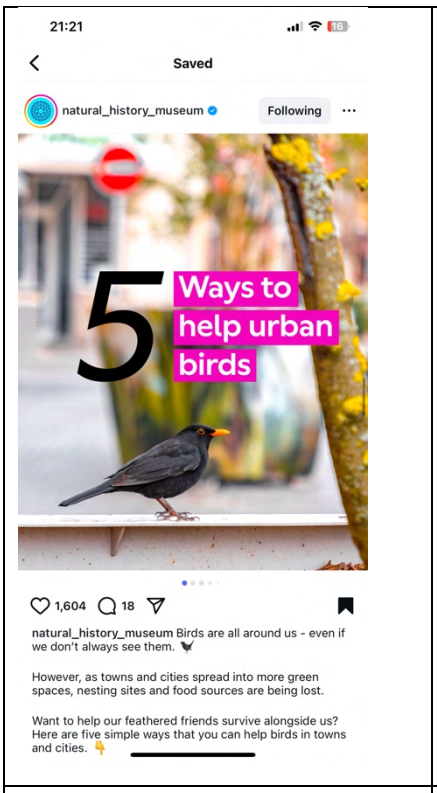


66. Публікація про Ґвен Джон.

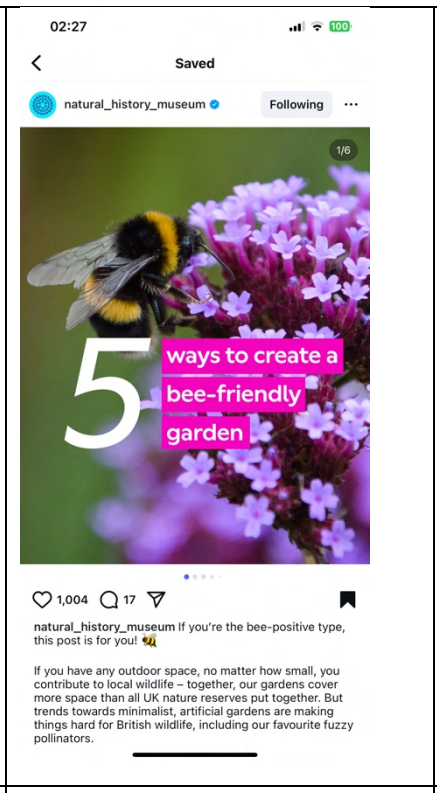
67. Допис “Time for some bricks ”.

68. Допис “Ripe and ready to explore”.

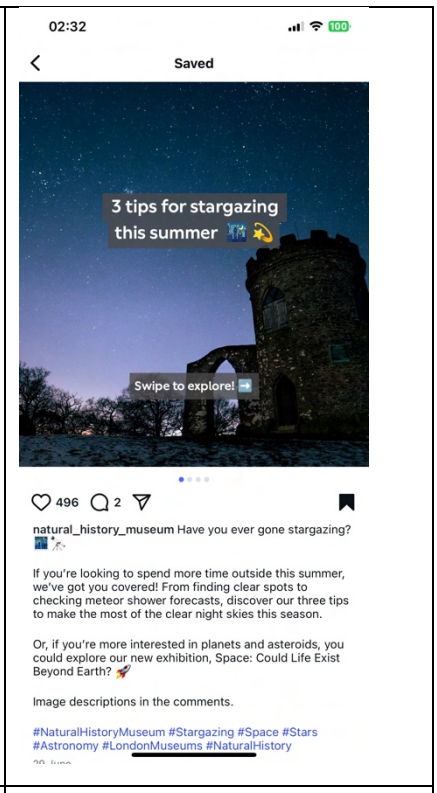
69. Підпис “We love seeing the Museum through your eyes! ” .



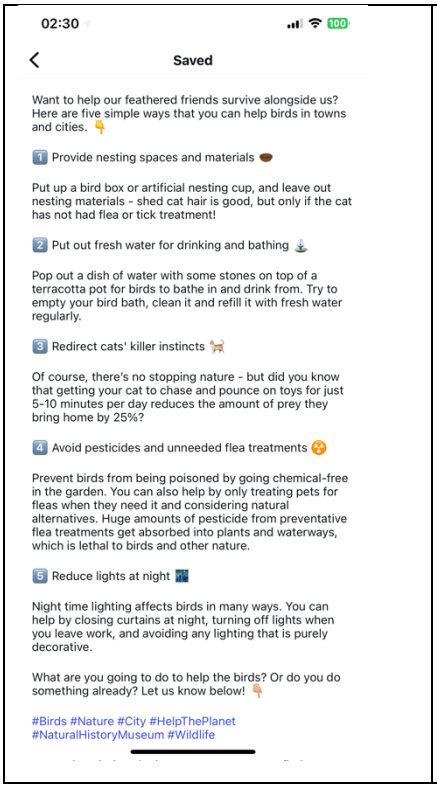
70. Публікація “5 ways to help urban birds”.

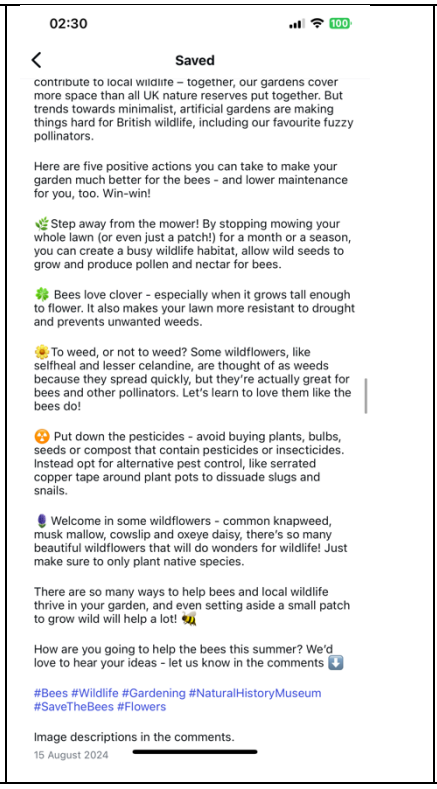


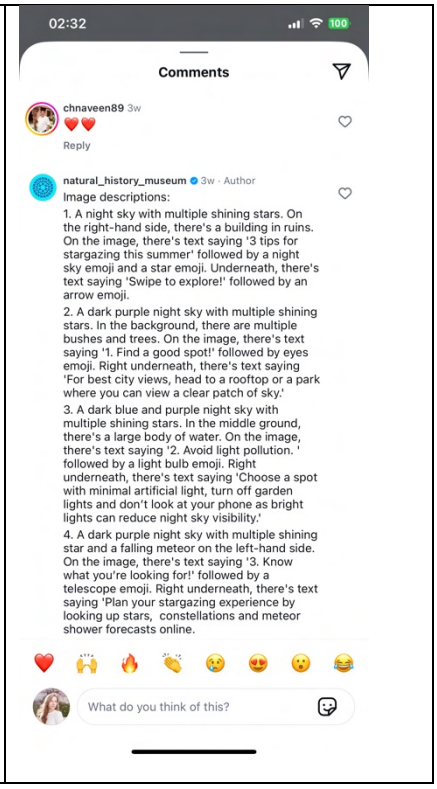
71. Публікація “5 ways to create a bee friendly garden”.

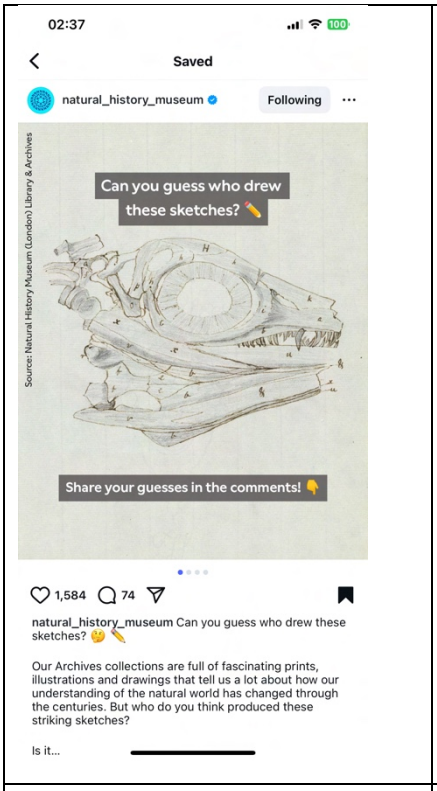
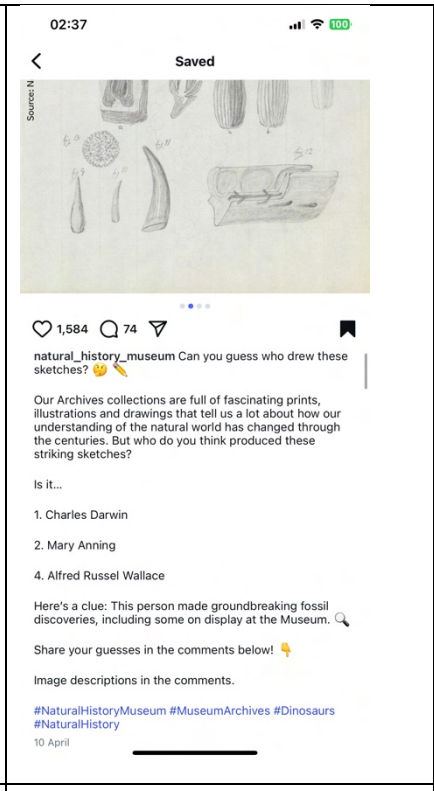
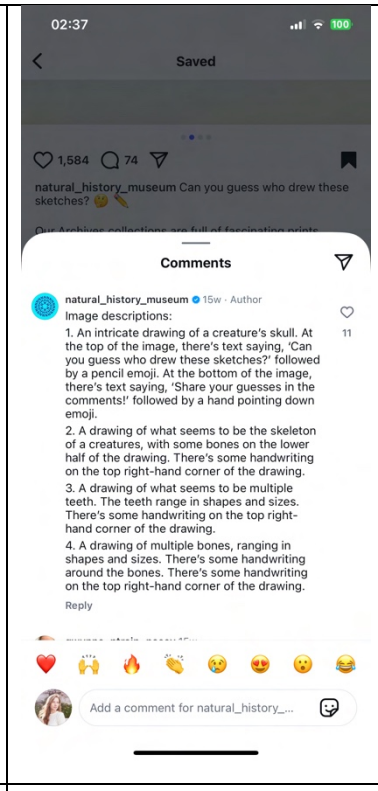


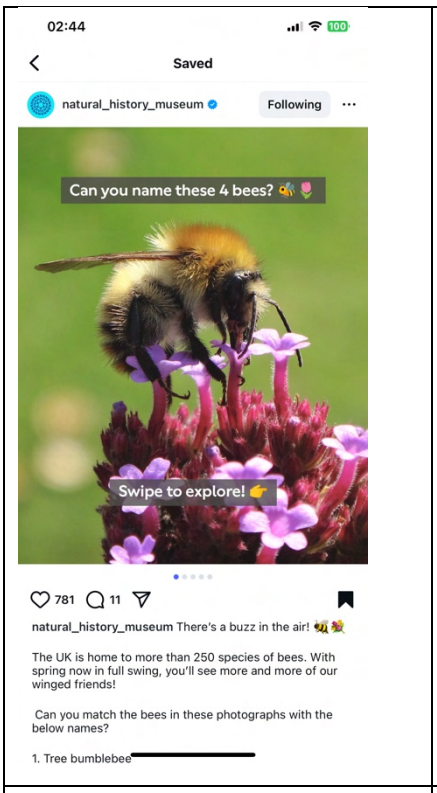
72. Публікація “3 tips for stargazing this summer”.



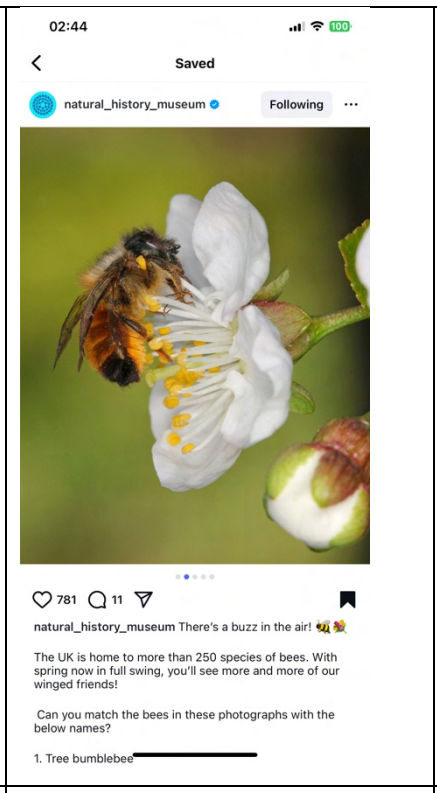




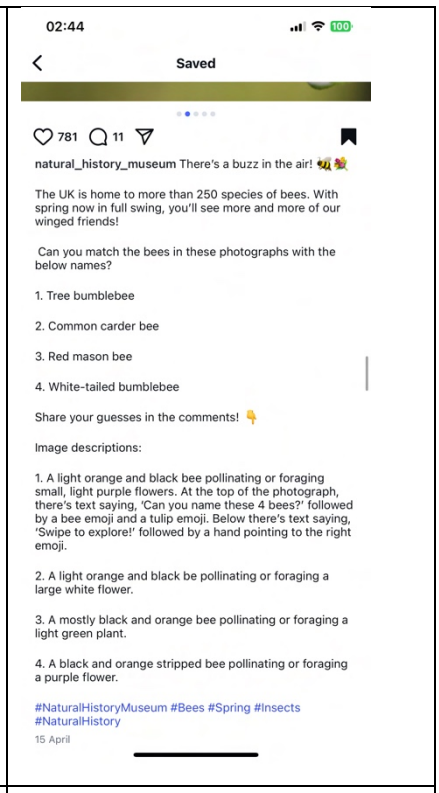
73. Текстова частина допису.	**74.** Текстова частина публікації.	**75.** Image description.
		
76. Допис із запитанням "Can you guess who drew these sketches?"	**77.** Ілюстрації з архіву музею з описом.	**77.** Опція image descriptions.



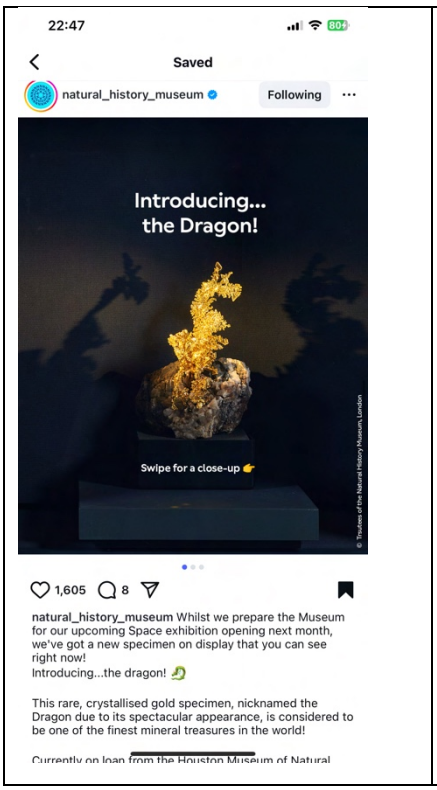
79. Допис із запитанням “Can you name these 4 bees?”

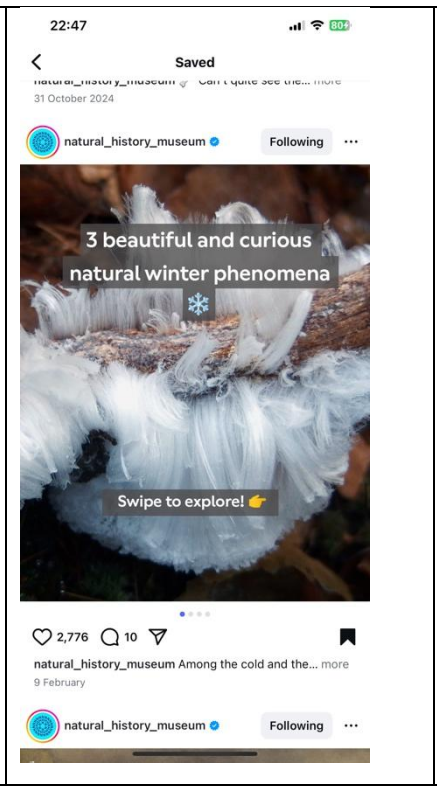


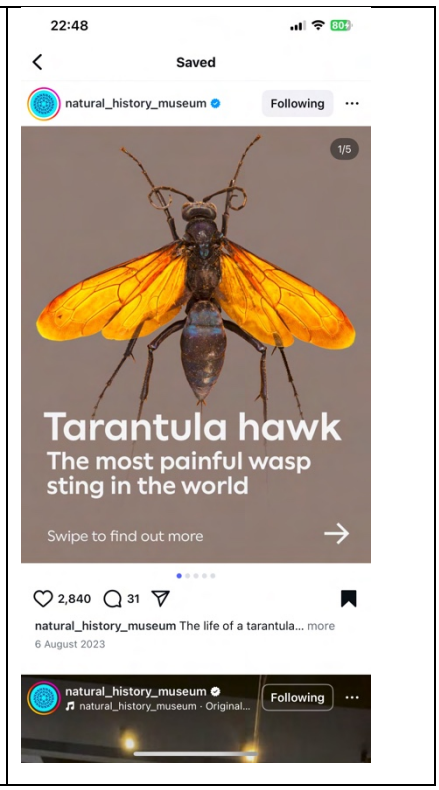
80. Макрознімок бджоли.

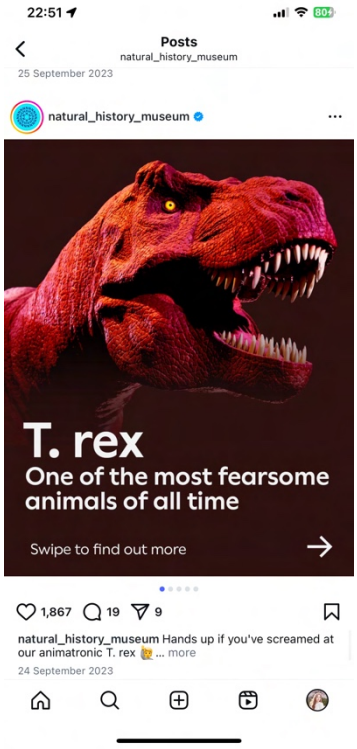
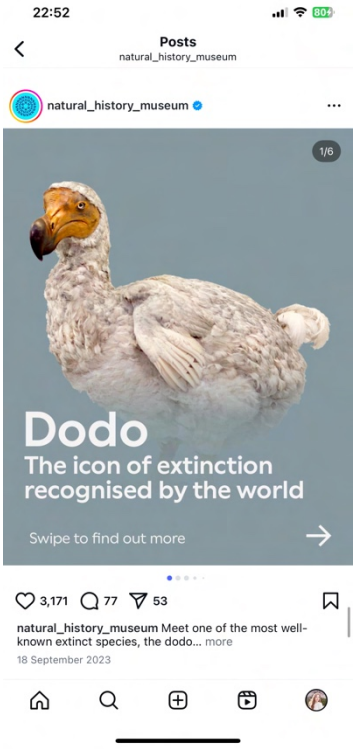
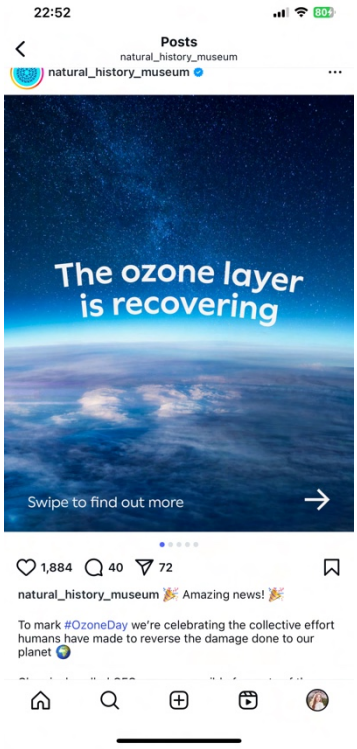


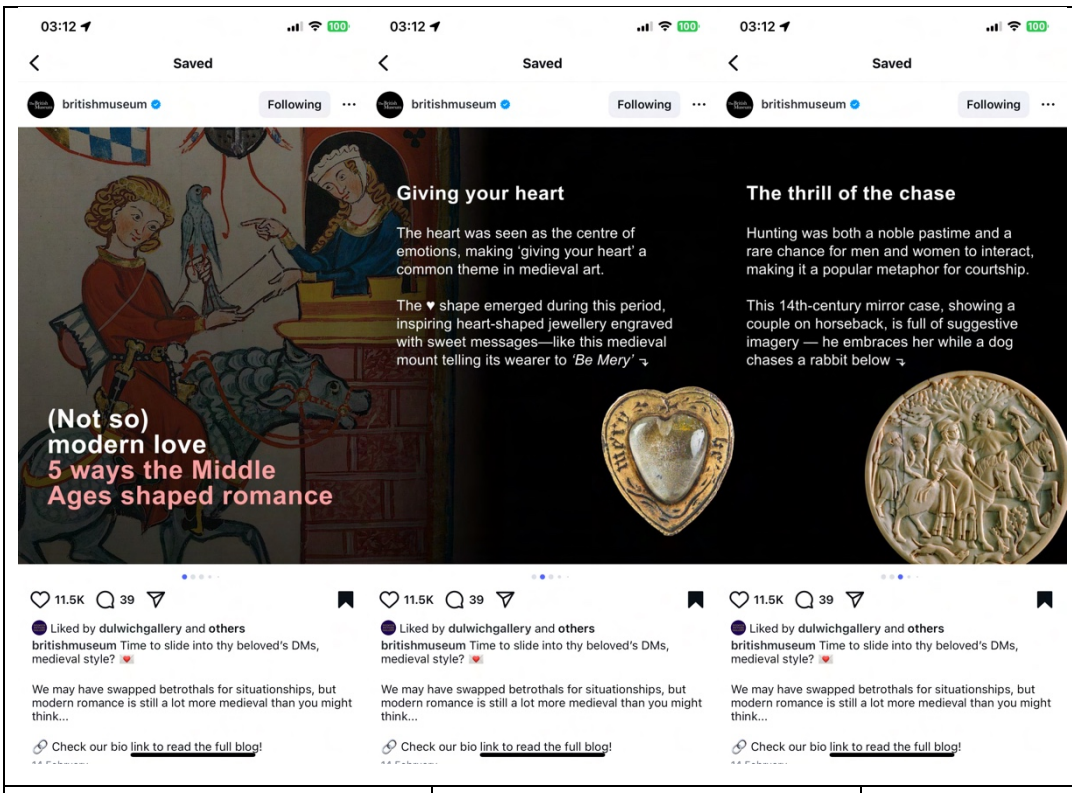
81. Вербальні підказки з назвами бджіл.



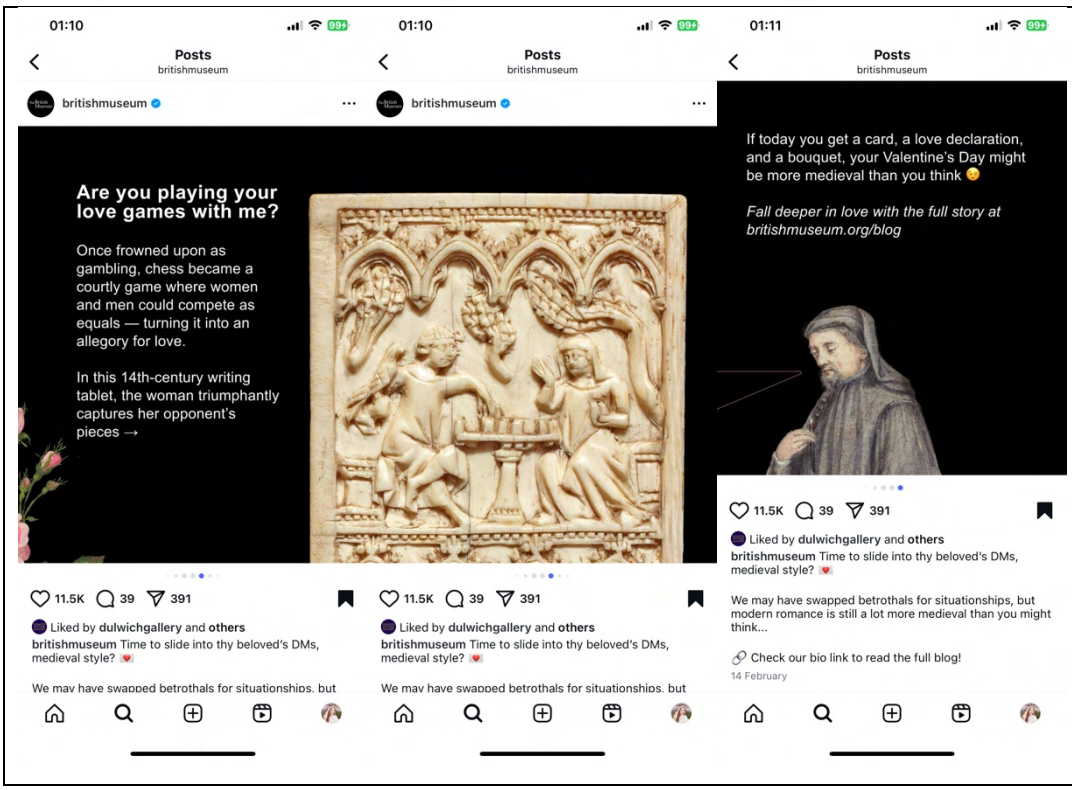




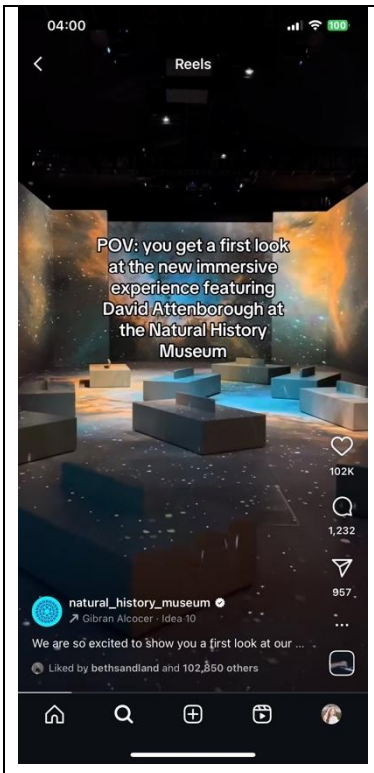
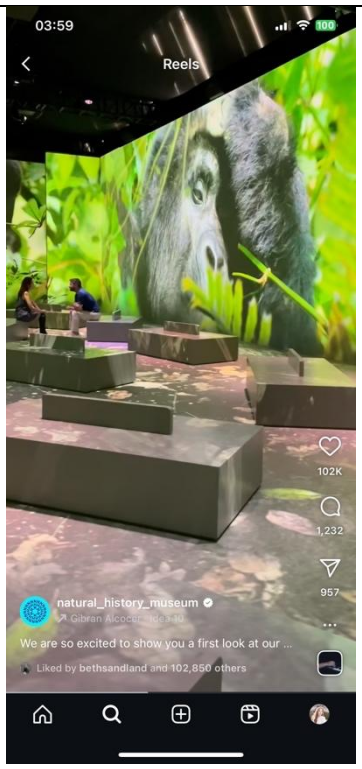
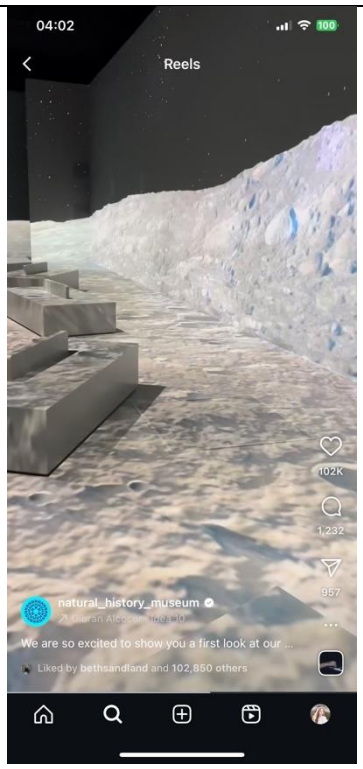
82. Елемент “Swipe to explore! 👉”	**83.** Публікація “3 beautiful and curious…”	**84.** Публікація з візуальним маркером навігації.
		
85. Структура “Swipe to find out more”.	**86.** Публікація “Dodo…”	**87.** Публікація “The ozone layer…”

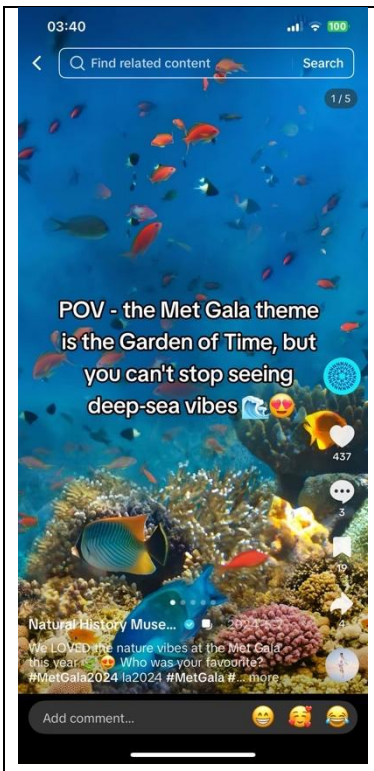
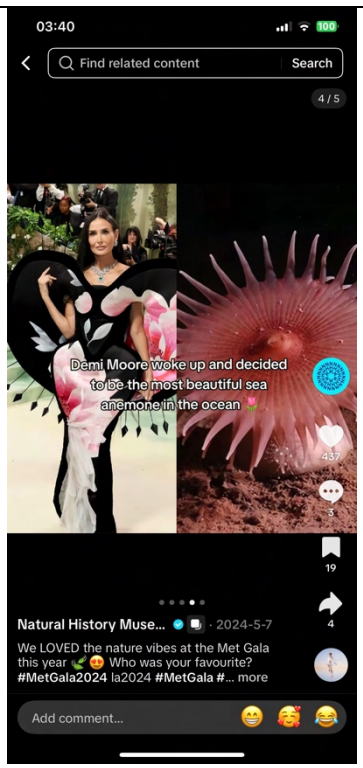
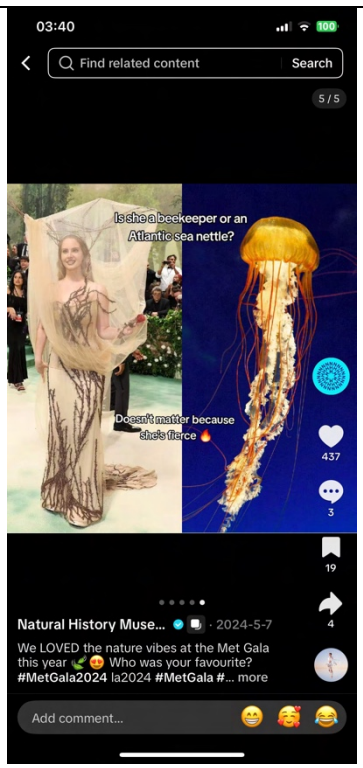


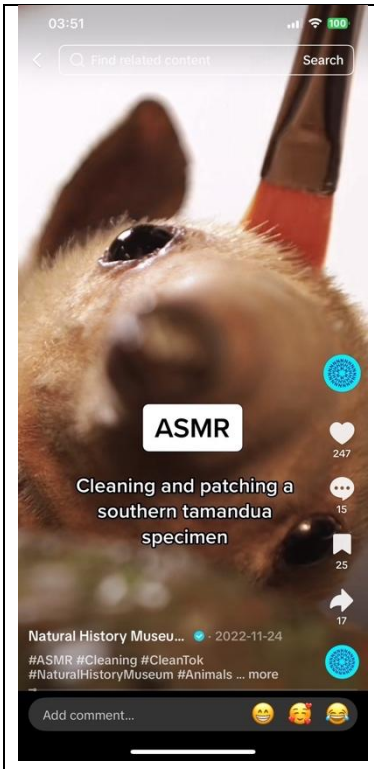
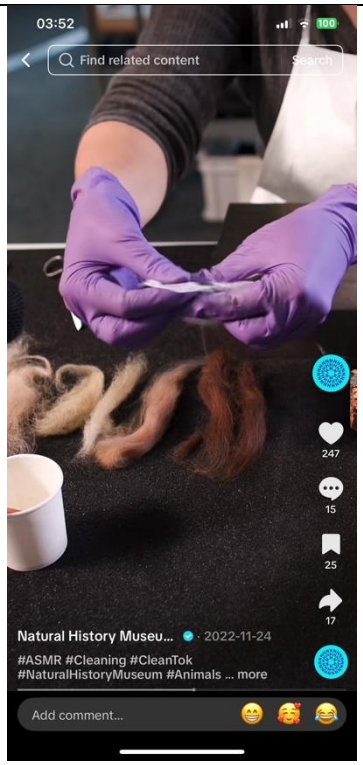
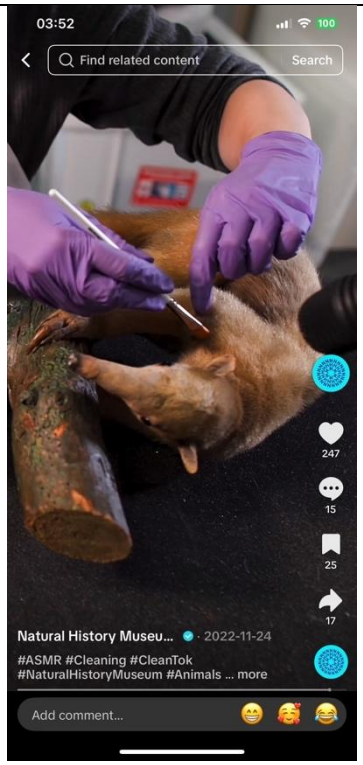
88. Публікація "5 ways the Middle Ages shaped romance".	**89.** Карусельна структура публікації.	**90.** Слайд з текстом "The thrill of the chase…"



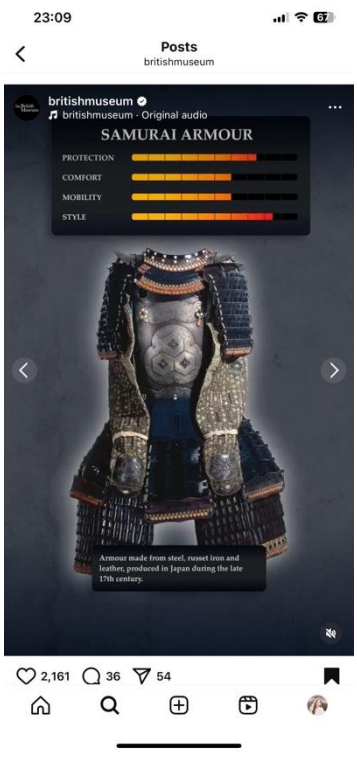
91. Слайд з текстом “Are you playing your love…”	**92.** Зображення експоната.	**93.** Завершальний слайд із закликом до дії.

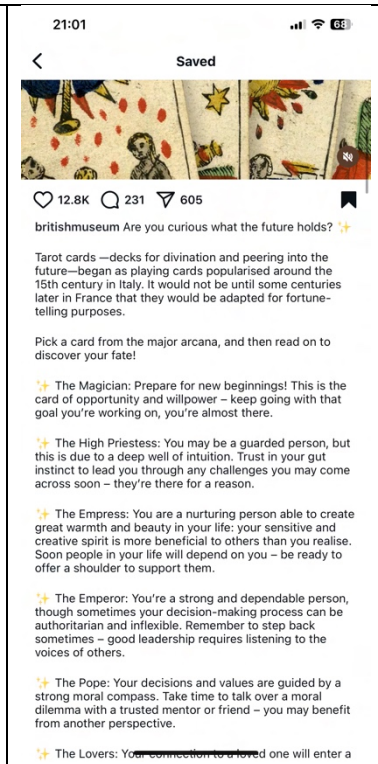
		
94. Публікація з відео “POV: you get a first…”	**95.** Іммерсивний інтер’єр виставки.	**96.** Проєкція на стінах і підлозі зали.

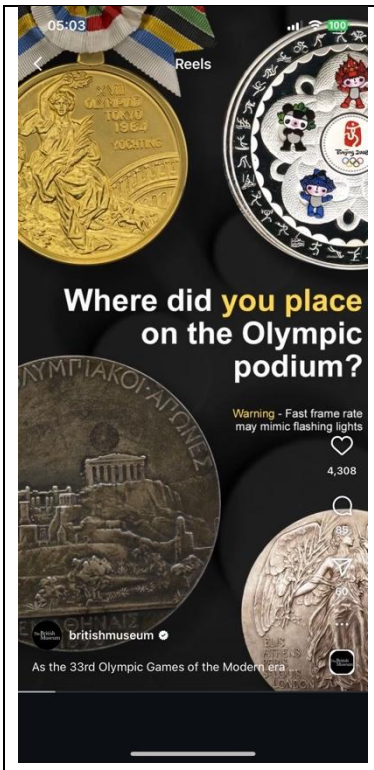
		
97. Публікація з відео “POV – the Met Gala…”	**98.** Вербальна реакція “..the most beautiful sea anemone..”.	**99.** Вербальна реакція “..she’s fierce 🔥”.

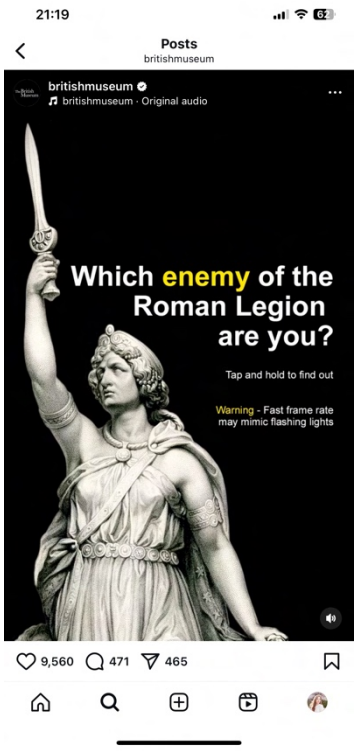
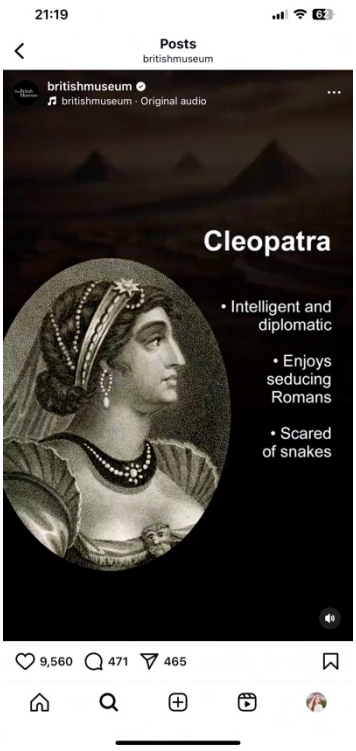
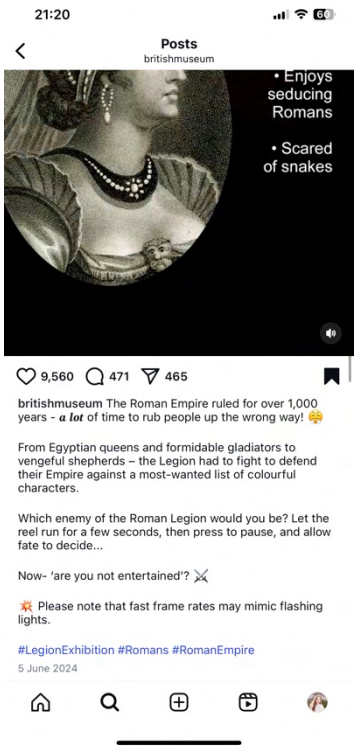
100. Публікація з відео “ASMR…”	**101.** Кадри з відео “ASMR…”	**102.** Кадр роботи музейного фахівця.

		
103. Кадр, що демонструє “BATTLE-AXE”.	**104.** Кадр, що демонструє “SAMURAI ARMOUR”.	**105.** Кадр, що демонструє “MORION HELMET”.

		
106. Відеопублікація “Pick a card, any card” (11.07.2024).	**107.** Кадр, що демонструє карту “The Star”.	**108.** Емодзі ✨ перед назвами карт у текстовому супроводі до публікації.

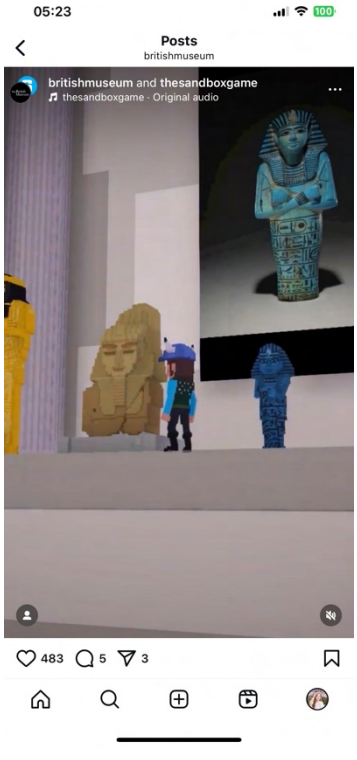
109. Публікація “Where did you place on the Olympic podium?” (11.08.2024).	**110.** Кадр, що демонструє золоту медаль.	**111.** Кадр, що демонструє срібну медаль.

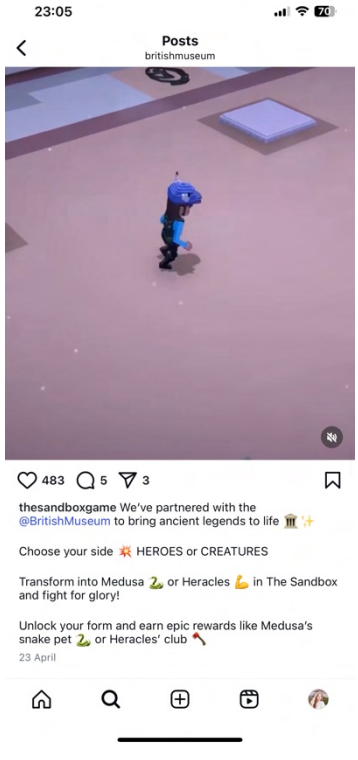
		
112. Публікація “Which enemy of the Roman Legion are you?” (05.06.2024).	**113.** Кадр, що демонструє персонажа “Cleopatra” з набором хаарактеристик.	**114.** Розмаїття емодзі у дописі.

115. Публікація “Which Museum cat are you?” (08.08.2024).

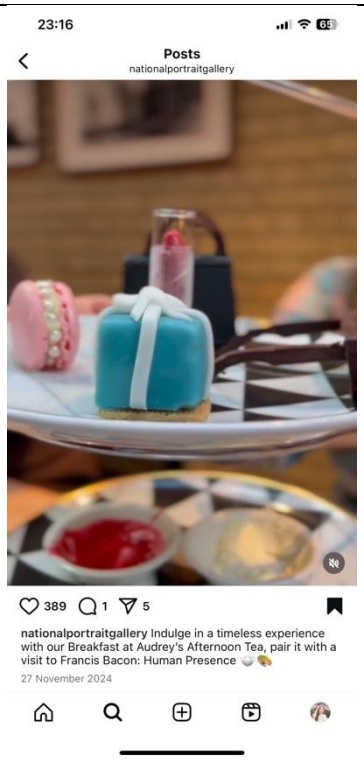
116. Травень – “Playful cat”

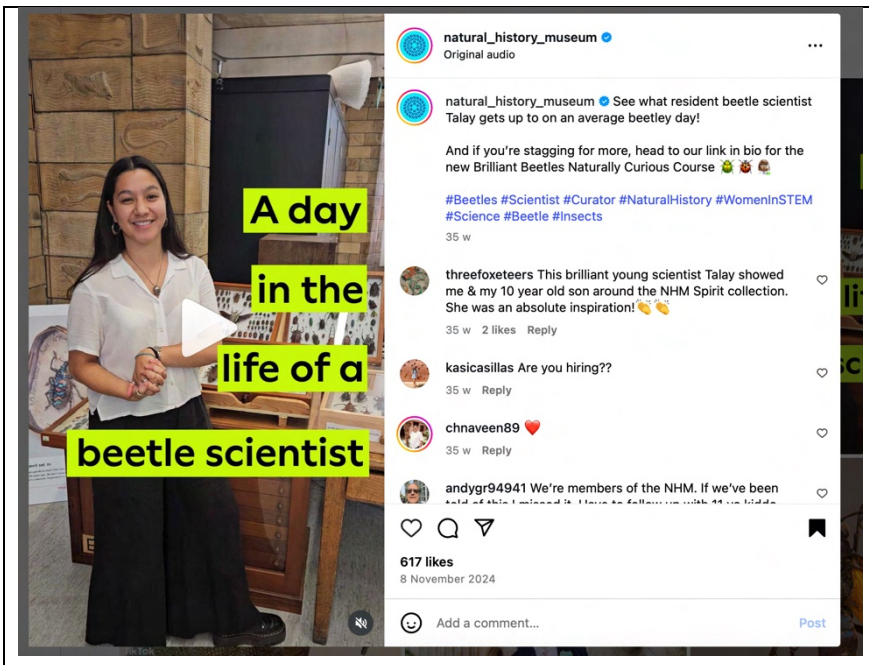
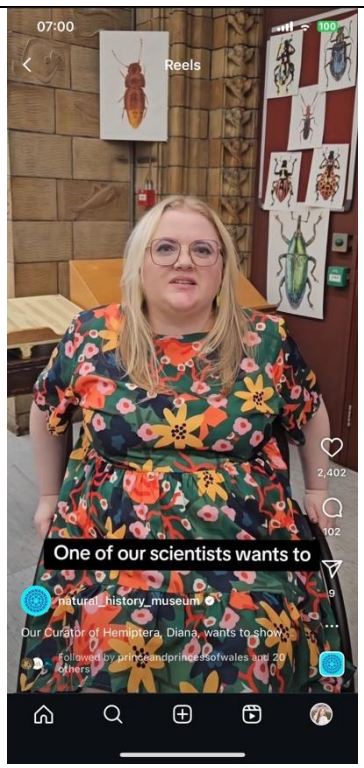
117. Грудень – “Scratchy cat”

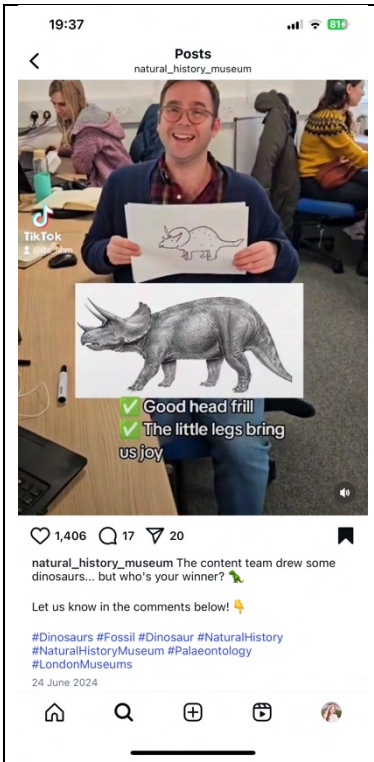




118. Партнерство Британського музею з метавсесвітом The Sandbox.	**119.** Кадр з відео Британського музею.	**120.** Ігрові заклики, зокрема “Choose your side 💥” та “Unlock your form”.

		
121. Проєкт Природничого музею “Blooming British Afternoon Tea”.	**122.** Текстова вставка “Celebrating the best of British seasonal produce…”	**123.** Допис, присвячений події “Breakfast at Audrey’s Afternoon Tea” (27.11.2024).

	
124. Відео “A day in the life of a beetle scientist” (08.11.2024).	**125.** Відео “Our scientist wants to show you her favourite bugs and you’d better get excited about them” (10.07.2025).

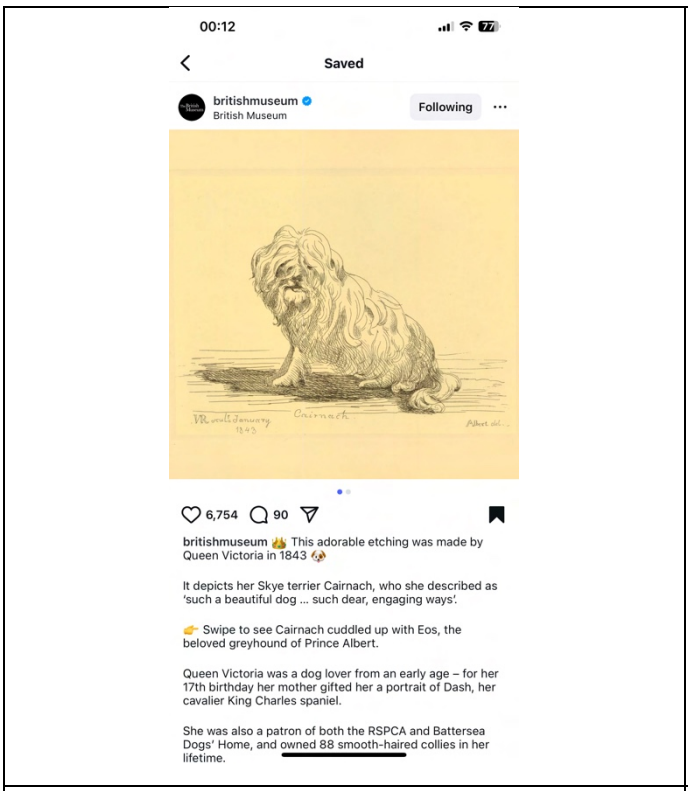


126. Серія “The content team draws dinosaurs” (24.06.2024).

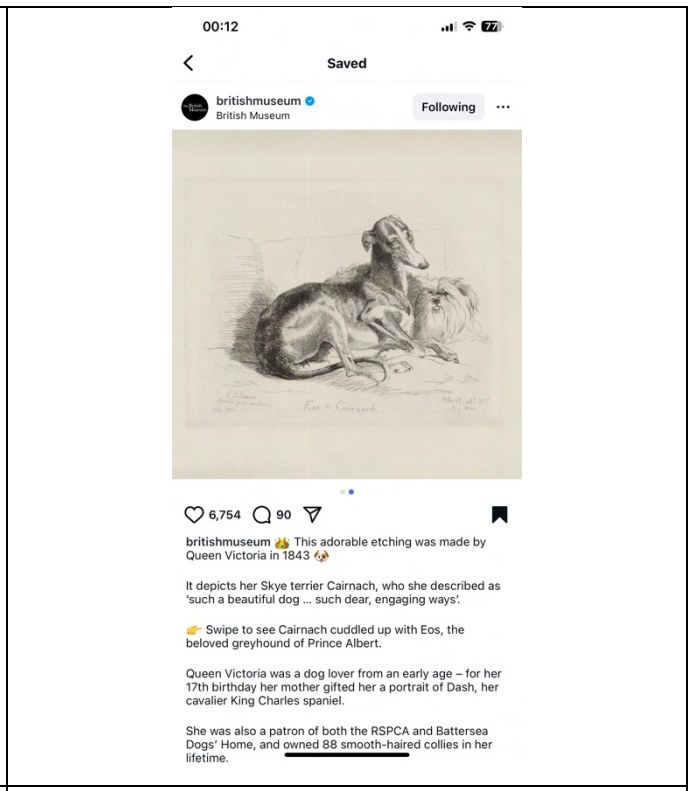
127. Текстовий супровід “🎉 The legs are legs-ing”.

128. Публікація Британського музею з нагоди Deaf Awareness Week.	**129.** Публікація Національної портретної галереї з інклюзивною тематикою.

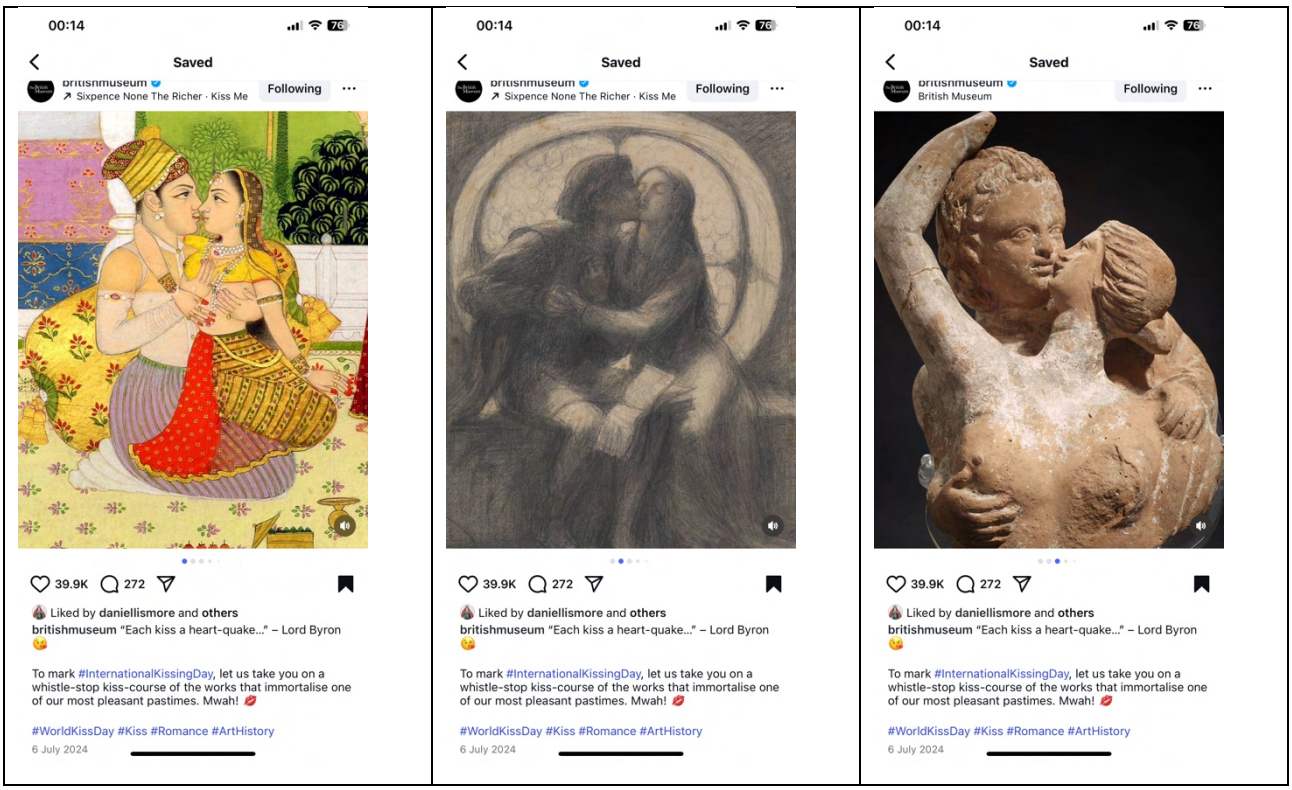
130. Публікація до Дня батька (Музей Вікторії та Альберта, 16.06.2024).	**131.** Публікація до Дня матері (Національна портретна галерея, 30.03.2025).



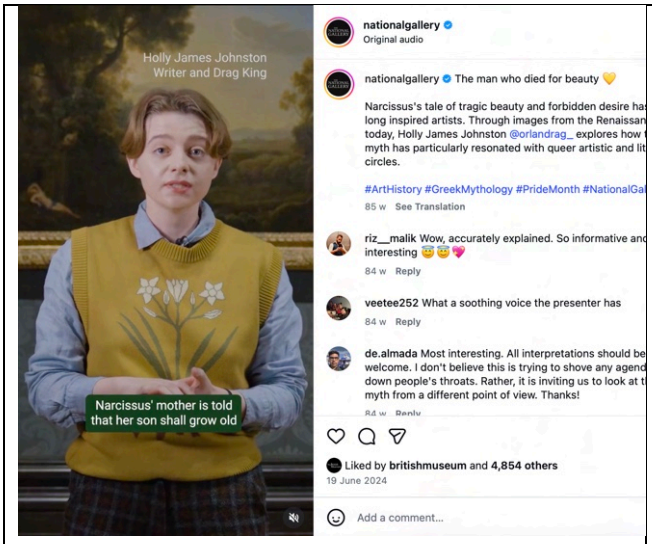
132. Публікація Британського музею до Міжнародного дня собак, 26.08.2023.

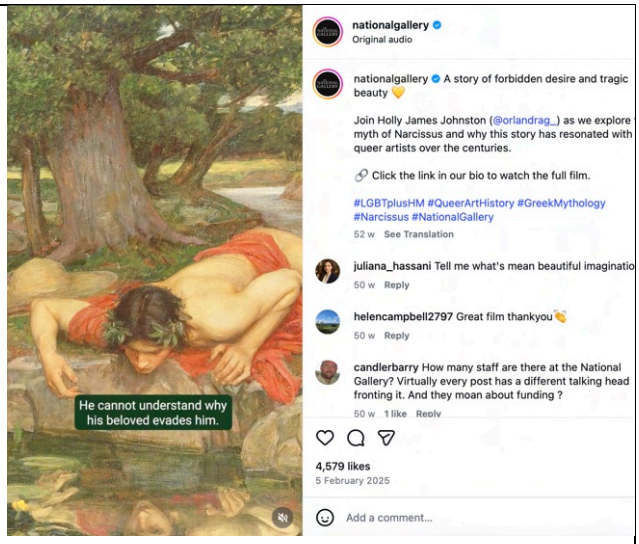


133. Другий слайд з публікації Британського музею до Міжнародного дня собак, 26.08.2023.

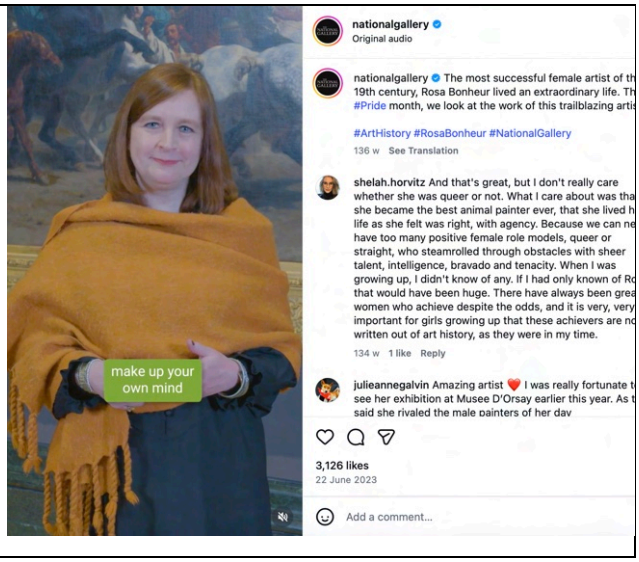


134. Публікація Британського музею до Міжнародного дня поцілунку (06.07.2024).	**135.** Другий слайд з публікації Британського музею до Міжнародного дня поцілунку (06.07.2024).	**136.** Третій слайд з публікації Британського музею до Міжнародного дня поцілунку (06.07.2024).



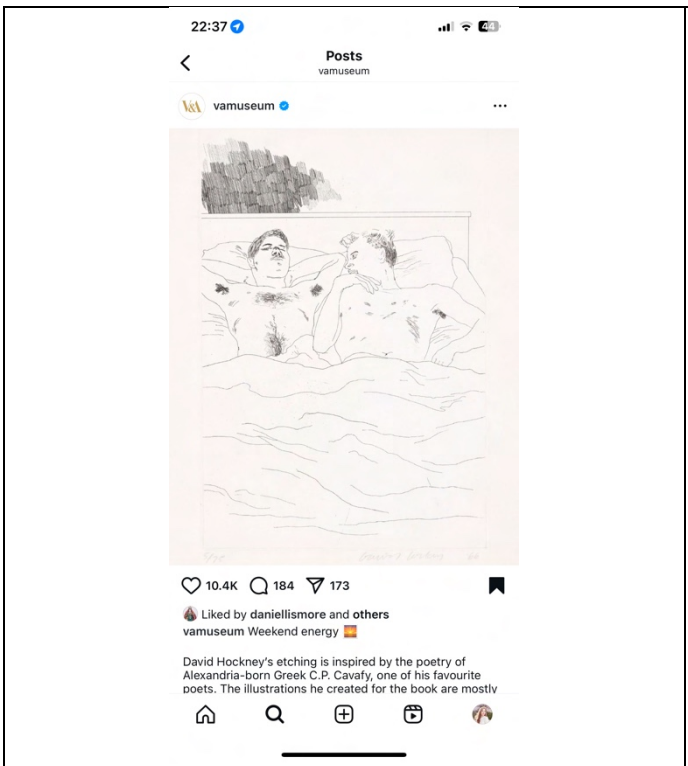


137. Підпис “The man who died for beauty”.	**138.** Допис та теги: “A story of forbidden desire and tragic beauty 💛”, #LGBTplusHM, #QueerArtHistor, #GreekMythology, #Narcissus, #NationalGallery.

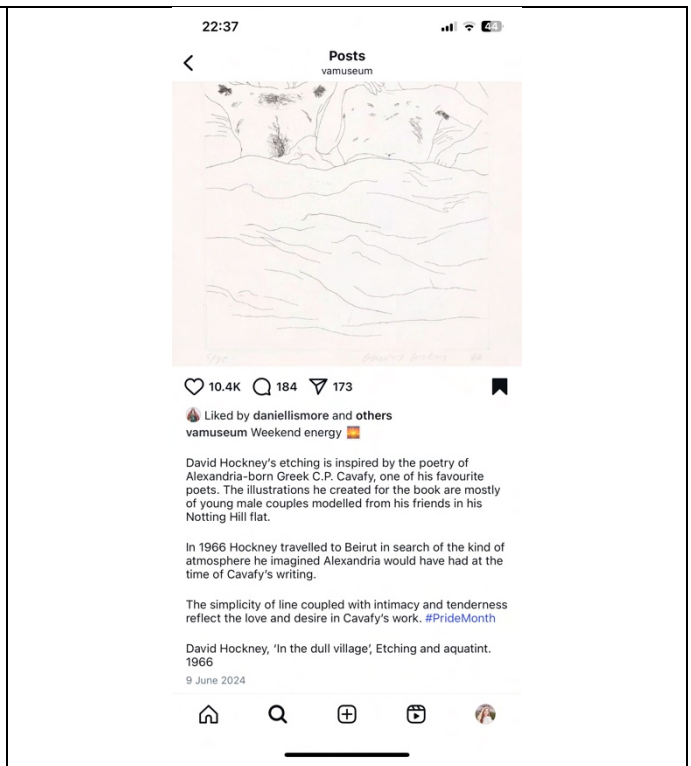


139. Запитання “Is Rosa Bonheur a queer icon?”	**140.** Перша публікація з відео у 2023 році.

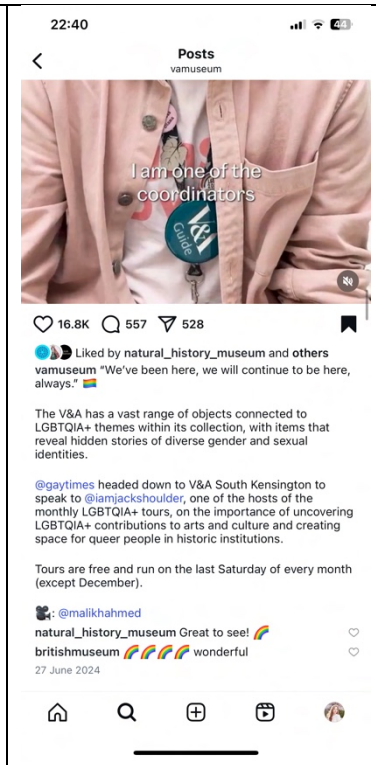
141. Публікація Національної галереї до International Drag Day 🏳️‍🌈 (16.07.2023).	**142.** Другий лайд публікації Національної галереї до International Drag Day 🏳️‍🌈 (16.07.2023).	**143.** Текстова частина публікації Національної галереї до International Drag Day 🏳️‍🌈 (16.07.2023).



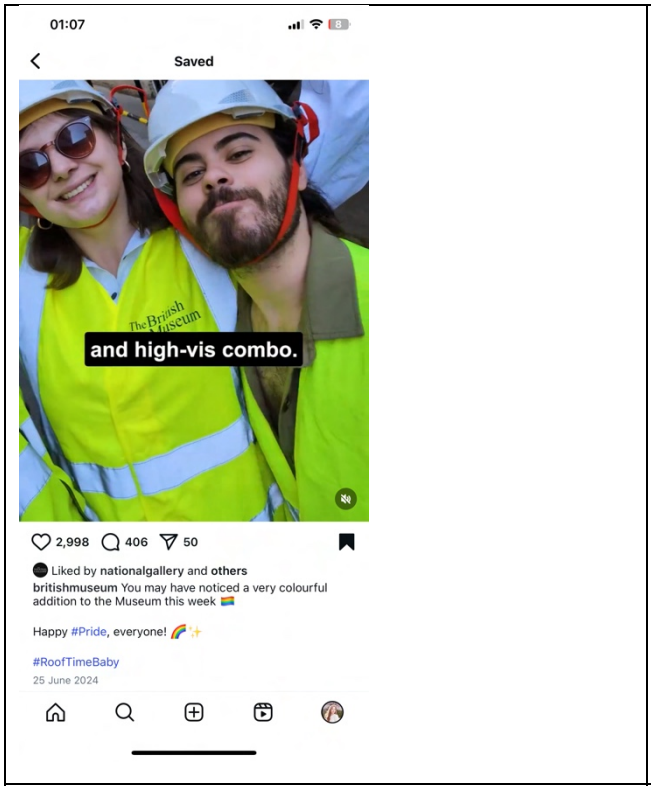
144. Публікація Музеєю Вікторії та Альберта до *Pride Month*, 09.06.2024.

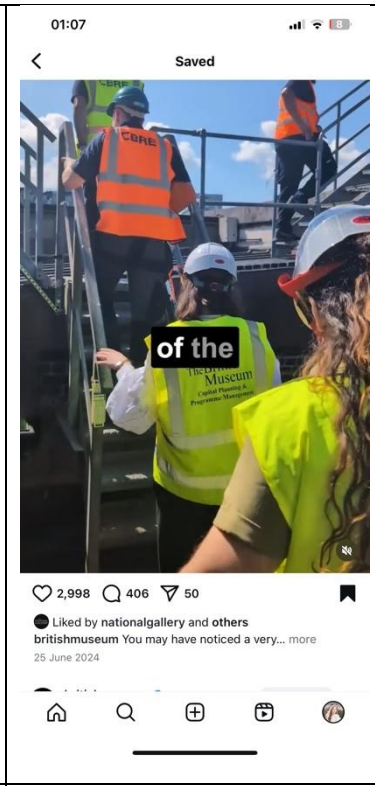


145. Текстова частина публікації Музеєю Вікторії та Альберта до *Pride Month*, 09.06.2024.

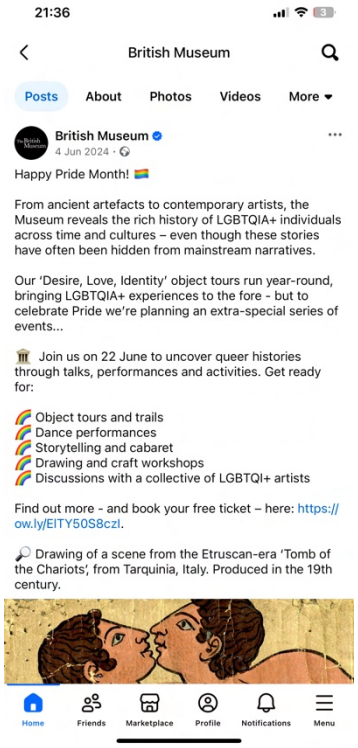


146. Відеопублікація у співпраці з Gay Times (27.06.2024).	**147.** Текстова частина відеопублікації у співпраці з Gay Times (27.06.2024).



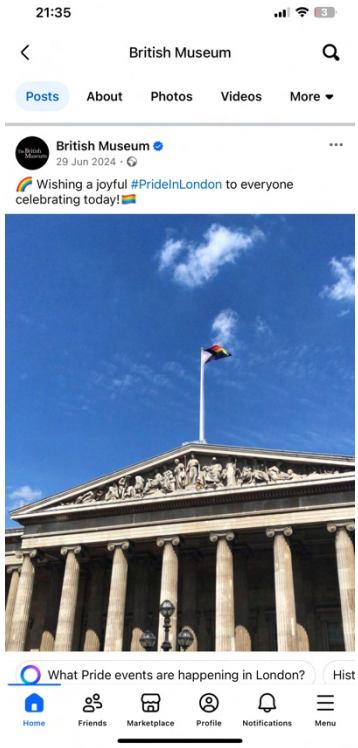


148. Відеопублікація Британського музею до Місяця прайду.	**149.** Кадр з відео Британському музеї до Місяця прайду.



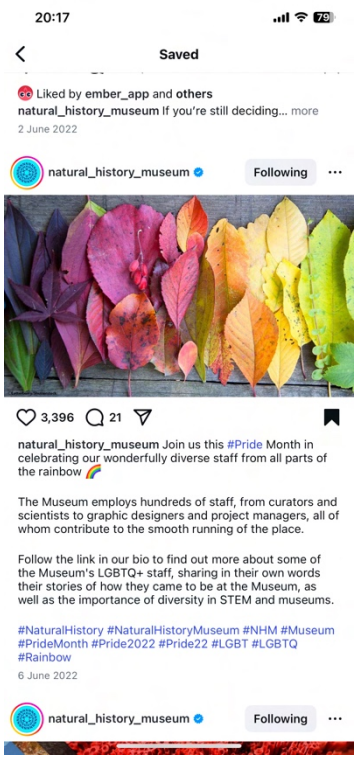
150. Привітання “Happy Pride Month!” і ключове повідомлення “Museum reveals the rich history of LGBTQIA+ individuals across time and cultures”.

151. Публікація Британського музею до Pride Month (04.07.2024).



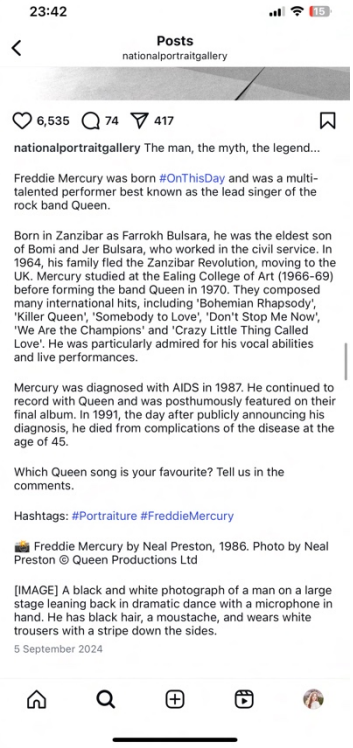
152. Фото фасаду з піднятим прапором прайду (29.06.2024).

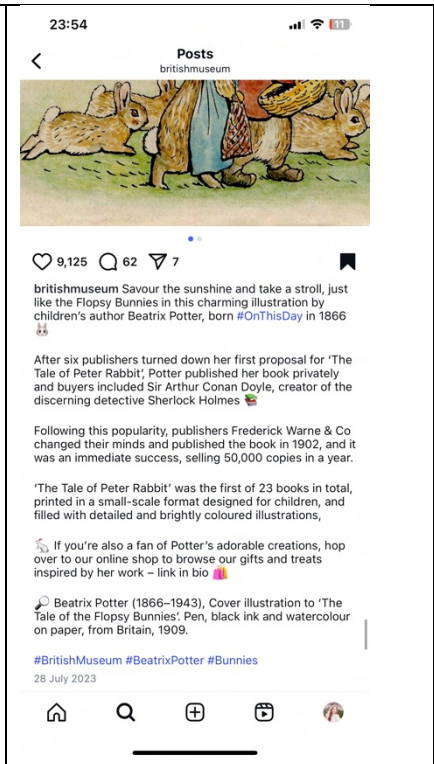
153. Символічне зображення прапора Progress Pride з природних матеріалів.



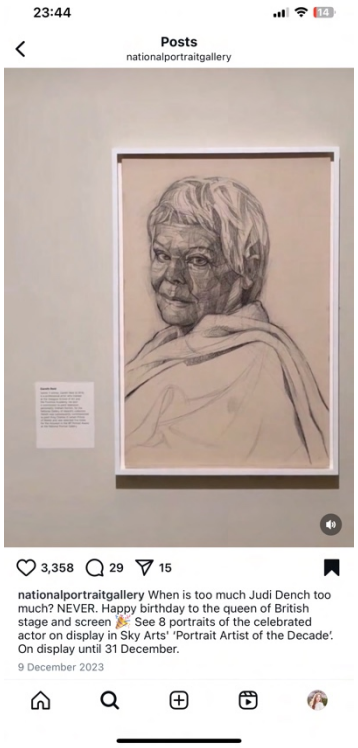
154. Символічне зображення прапора Progress Pride із листя.

155. Вітальний допис Музеєю Вікторії та Альберта з нагоди дня народження Пола Маккартні (18.06.2024).	**156.** Текстова частина вітального допису Музеєю Вікторії та Альберта з нагоди дня народження Пола Маккартні (18.06.2024).

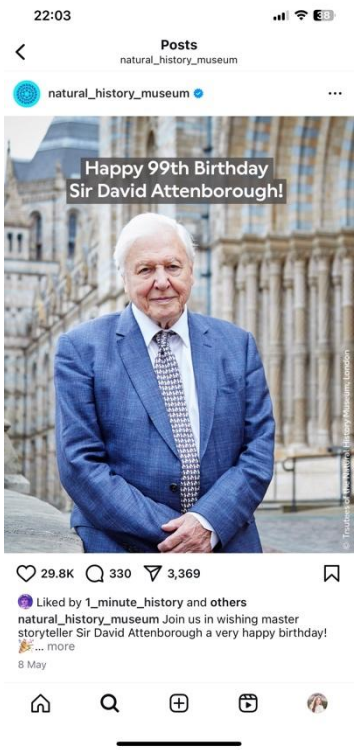
	
157. Публікація Національної портретної галереї, 05.09.2024.	**158.** Текстова частина публікації Національної портретної галереї, 05.09.2024.

		
159. Пост до дня народження Беатрікс Поттер (28.07.2023).	**160.** Текстова частина публікації до дня народження Беатрікс Поттер (28.07.2023).	**161.** Допис Музеєю Вікторії та Альберта з нагоди дня народження Принцеси Уельської (09.01.2025).

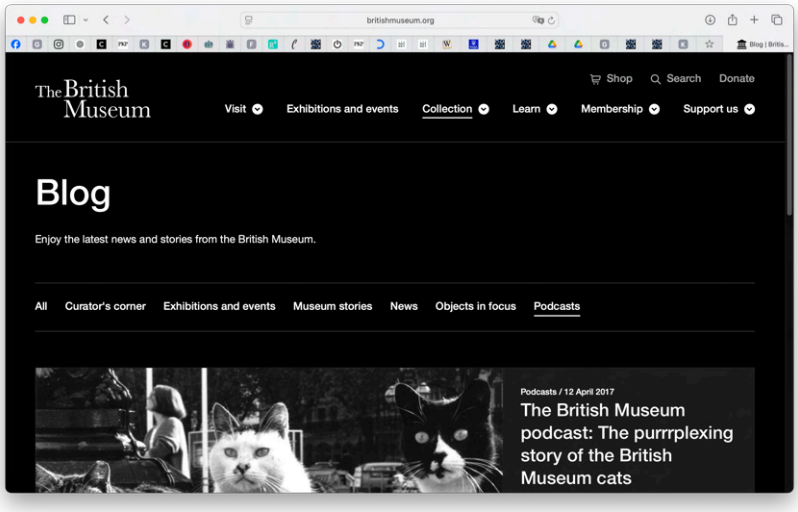
162. Публікація Національної портретної галереї, присвячена акторці Джуді Денч (09.12.2023).



163. Текстова частина публікації Національної портретної галереї, присвяченій акторці Джуді Денч (09.12.2023).

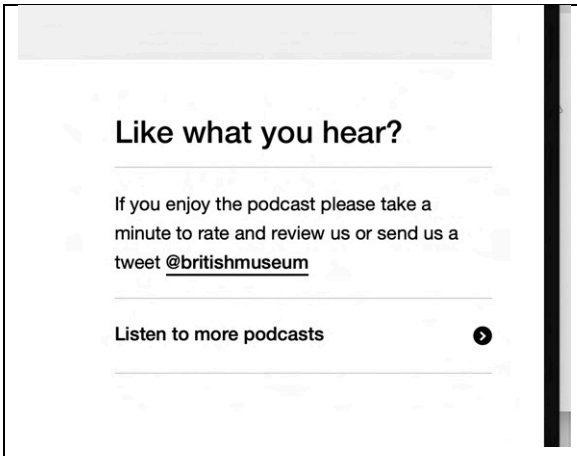


164. Допис на честь 99-річчя Девіда Аттенборо (08.05.2025).	**165.** Публікація на честь 99-річчя Девіда Аттенборо (08.05.2025).

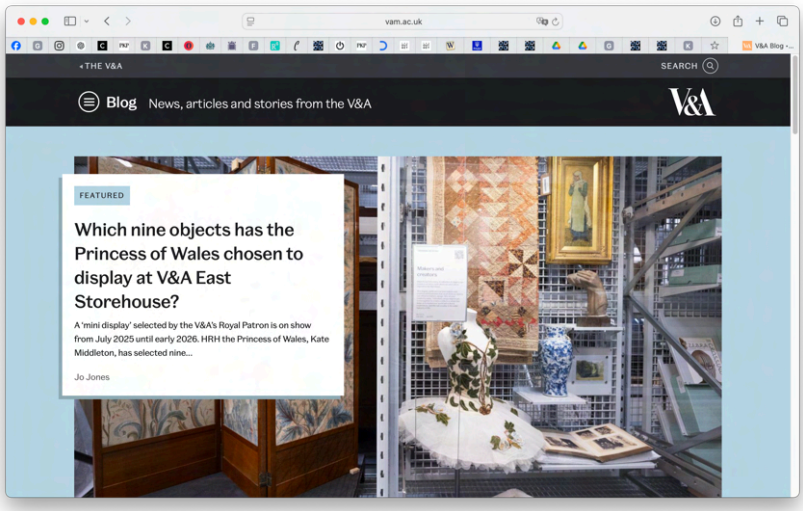


166. Сторінка “Blog”.

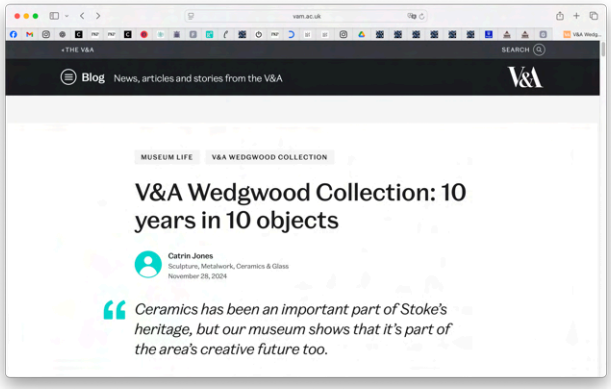
https://www.britishmuseum.org/blog?f%5B0%5D=blog_category%3A645



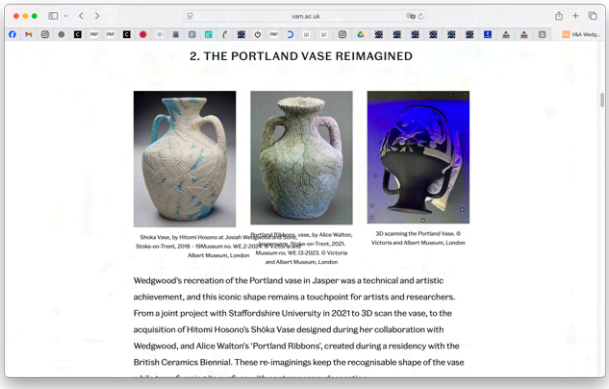
167. Текстове звернення до аудиторії.



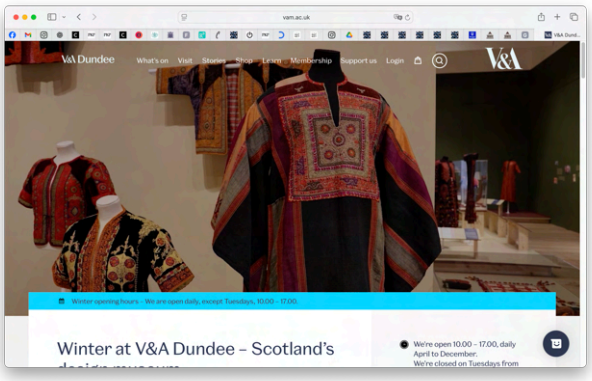
168. Блогова платформа музею Вікторії та Альберта (V&A South Kensington) https://www.vam.ac.uk/blog/ 16.02.2026.



169. Публікація "V&A Wedgwood Collection: 10 years in 10 objects". *https://www.vam.ac.uk/blog/museum-life/va-wedgwood-collection-10-years-in-10-objects?srsltid=AfmBOorHrQdXFIYmqfQZ4mNOqTsWPWoeIihynen-vir3iHXJdoyp0tDM*

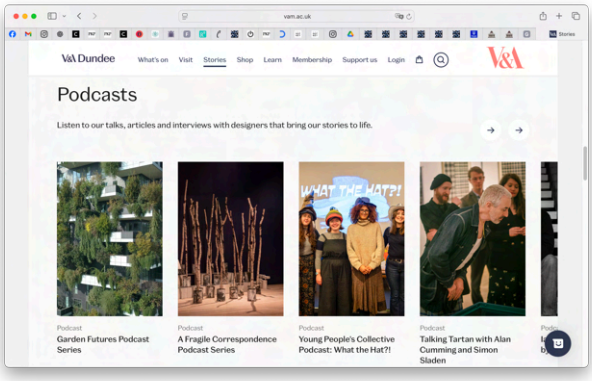


170. Добірка зображень експонатів.



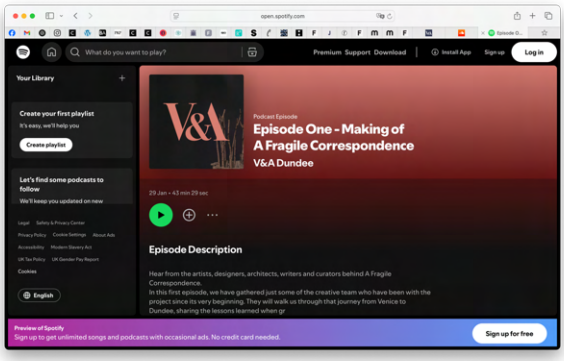
171. Подкастова платформа V&A Dundee.

https://www.vam.ac.uk/dundee?srsltid=AfmBOoodbFGHXs7sVGzRJCZI1TlXwWSUIyeHlswNbH0j7YKF2fRaOdLs

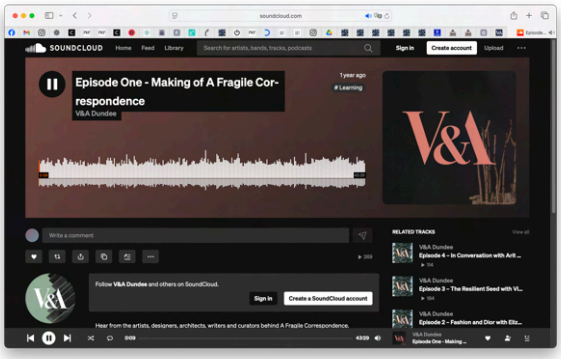


172. Сторінка “Stories: Podcasts”.

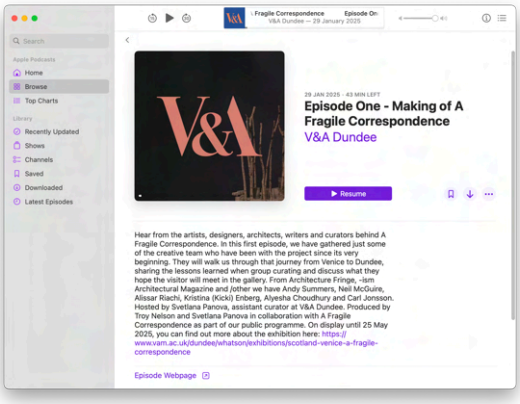
https://www.vam.ac.uk/dundee/stories



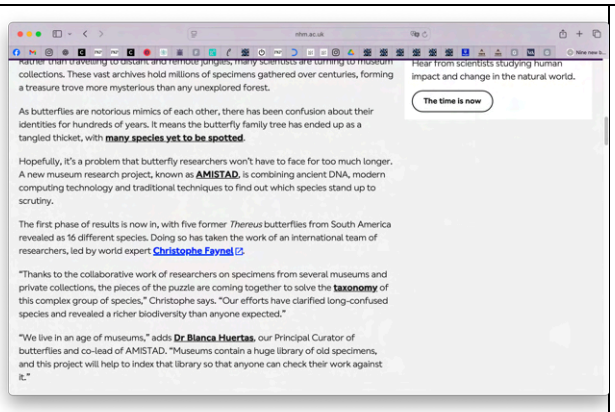
173. Сторінка V&A на Spotify.



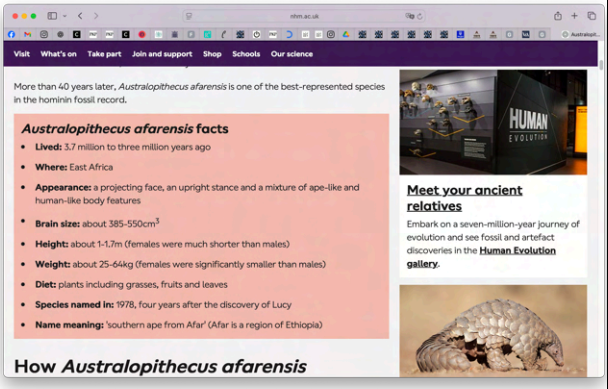
174. Сторінка V&A на SoundCloud.



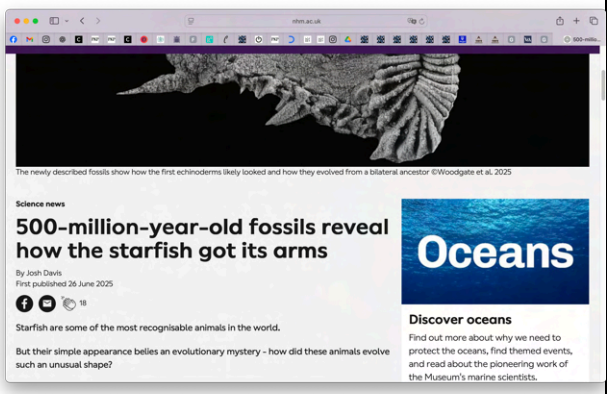
175. Серія A Fragile Correspondence на Apple Podcasts.
https://www.vam.ac.uk/dundee/articles/a-fragile-correspondence-podcast-series



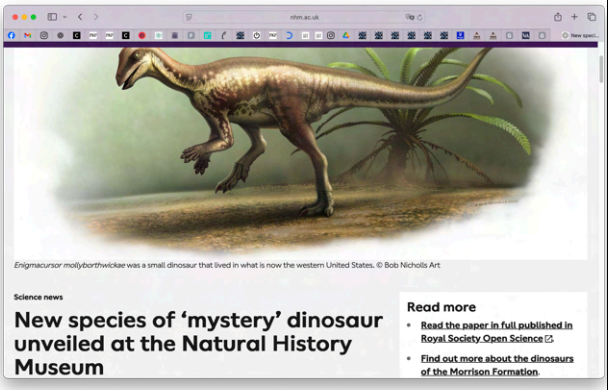
176.



177.

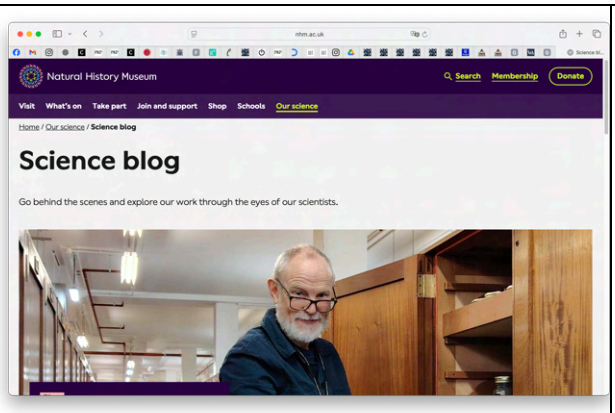
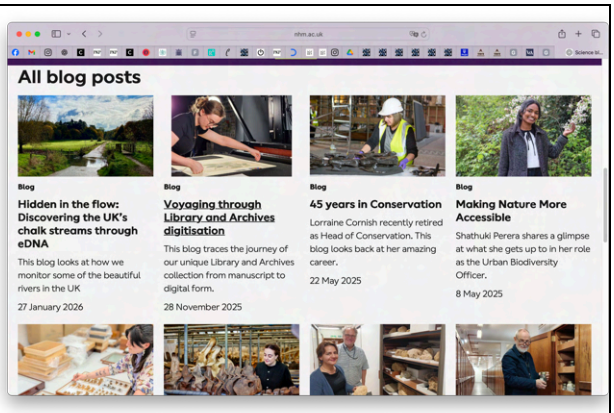


178. Публікація "500-million-year-old fossils reveal how the starfish got its arms" (26.06.2025).
https://www.nhm.ac.uk/discover/news/2025/june/500-million-year-old-fossils-



179. Стаття "New species of 'mystery' dinosaur unveiled at the Natural History Museum" (25.06.25).
https://www.nhm.ac.uk/discover/news/20

reveal-how-the-starfish-got-its-arms.html	*25/june/new-species-mystery-dinosaur-unveiled-natural-history-museum.html*

	
180. Сторінка “Science blog”. https://www.nhm.ac.uk/our-science/blog.html	**181.** Фрагмент сторінки “All blog posts”. https://www.nhm.ac.uk/our-science/blog.html