

УДК 727.7

DOI <https://doi.org/10.24919/2308-4863/74-2-7>

Вікторія МАЛАНЮК,
orcid.org/0000-0002-8002-4613

кандидат архітектури,
старший викладач кафедри дизайну і технологій
Київського національного університету культури і мистецтв
(Київ, Україна) vik_malanyuk@ukr.net

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКСПОЗИЦІЙНОМУ ДИЗАЙНІ СУЧАСНИХ КОРПОРАТИВНИХ МУЗЕЇВ

У статті проаналізовано особливості використання інноваційних технологій в експозиційному дизайні сучасних корпоративних музеїв на прикладі музейних корпоративних установ, зведених на початку XXI століття в країнах Західної Європи та США. Сучасні корпоративні музеї та центри для відвідувачів є потужним інструментом формування позитивного образу підприємства та презентації цінностей бренду. Корпоративні музеї приносять значні переваги, оскільки культурний потенціал простору, де будуються музеї, зростає. З початком розвитку інформаційних технологій музеї різних типів, зокрема й корпоративні музеї, починають активно конкурувати за увагу відвідувачів і шукати нові форми роботи з експозицією. Дизайнери зазвичай мають на увазі кілька стратегій, коли розробляють експонати. Розробники дизайну експозицій у сучасних корпоративних музеях часто стурбовані тим, щоб експонати були розроблені таким чином, щоб вони мали як освітні, так і розважальні функції. При цьому враховується орієнтація відвідувача не стільки на інформацію, скільки на отримання задоволення. Увагу відвідувачів часто привертає архітектурне вирішення музеїв даного типу. Проте, не менш важливою є організація внутрішнього простору музею, композиційно вдале та науково обгрунтоване поєднання традиційних методів та інноваційних технологій експозиційного дизайну. Експозиційний дизайн сучасного корпоративного музею часто відіграє роль візуальної комунікації. З'ясовано, що із розмаїтою палітри інноваційних музеїв притаманне використання: медіа-інсталяцій та інтерактивних інсталяцій (музей BMW у Мюнхені, музей Porsche у Штутгарті, обидва – Німеччина; Центр для відвідувачів Macallan у Спейсайді, Велика Британія; Корпоративний музей Lindt Home of Chocolate у Кільхберзі, Швейцарія); проєкційних технологій, які представлені DLP-проекторами (музей історії чавуноливарного заводу МАГМА у м. Фоллоніка, Італія); технологій доповненої реальності (Центр для відвідувачів Apple Park у Купертіно, США).

Ключові слова: корпоративний музей, експозиційний дизайн, інновації, виставка, інтер'єр.

Viktoriia MALANIUK,
orcid.org/0000-0002-8002-4613

Ph. D. in Architecture,
Senior Lecturer at the Department of Design and Technology
Kyiv National University of Culture and Arts
(Kyiv, Ukraine) vik_malanyuk@ukr.net

INNOVATIVE TECHNOLOGIES IN THE EXHIBITION DESIGN OF MODERN CORPORATE MUSEUMS

The article analyzes the peculiarities of the use of innovative technologies in the exhibition design of modern corporate museums on the example of museum corporate institutions built at the beginning of the 21st century in the countries of Western Europe and the USA. Modern corporate museums and centers for visitors are a powerful tool for forming a positive image of the enterprise and presenting brand values. Corporate museums bring significant benefits, as the cultural potential of the space where the museums are built increases. With the beginning of the development of information technologies, museums of various types, including corporate museums, begin to actively compete for the attention of visitors and look for new forms of work with the exposition. Designers usually have several strategies in mind when designing exhibits. Exhibit designers in today's corporate museums are often concerned that exhibits are designed to be both educational and entertaining. At the same time, the orientation of the visitor is taken into account not so much on information as on obtaining pleasure. The attention of visitors is often attracted by the architectural design of museums of this type. However, no less important is the organization of the museum's internal space, a compositionally successful and scientifically based combination of traditional methods and innovative exhibition design technologies. The exhibition design of a modern corporate museum often plays the role of visual communication. It was found out that from the diverse palette of innovative technologies used in the exhibition design of modern museum institutions, the following are typical for corporate museums: media installations and interactive installations (BMW Museum in Munich, Porsche Museum in Stuttgart, both in Germany; Macallan Visitor Center in Speyside, Great Britain; Lindt Home of Chocolate Corporate Museum in Kilchberg, Switzerland); projection technologies represented by DLP projectors (Museum of the history of the MAGMA iron foundry in Follonica, Italy); augmented reality technologies (Apple Park Visitor Center in Cupertino, USA).

Key words: corporate museum, exposition design, innovations, exhibition, interior.

Постановка проблеми. Сучасні корпоративні музеї є потужним інструментом формування позитивного образу підприємства та презентації цінностей бренду. Даний тип музеїв – це тематичні комерційні будівлі, що належать певній фірмі, де представлена історія розвитку фірми та продуктів. Корпоративні музеї приносять значні переваги, оскільки культурний потенціал простору, де будуються музеї, зростає. Їх розташування за містом економічно активує забудовані зони міста. Корпоративні музеї розширюють туристичну та культурну пропозицію міста, а їх будівлі стають впізнаваним елементом маркетингового іміджу міста (Piatkowska, 2014: 29). Проте, корпоративні музеї є найбільш часто ігнорованими та малодослідженими областями музейного світу. Їх можна ідентифікувати як музеї, а також як виставкові зали, центри для відвідувачів та інформаційні центри, а також екскурсії на фабрики. Загалом це виставкові об'єкти, якими володіють і керують публічні або приватні компанії, які часто виконують такі функції, як зв'язки з громадськістю та маркетинг (Nissley, Casey, 2002: 36). Увагу відвідувачів часто привертає архітектурне вирішення музеїв даного типу, яким притаманні наступні тенденції: використання таких стилістичних напрямів, як деконструктивізм і дигітальна архітектура; трактування споруди як арт-об'єкта; органічне поєднання функціональної, естетичної складових і енергоефективних технологій; образність і емоційна виразність будівлі; застосування в архітектурно-планувальному рішенні будівлі символічності, яка транслює відвідувачу музею основні цінності компанії та є рекламою основних унікальних характеристик продукції бренду; використання в колористичних рішеннях екстер'єрів фірмових кольорів компанії (Маланюк, 2021: 24). Не менш важливою є організація внутрішнього простору музею, композиційно вдале та науково обґрунтоване поєднання традиційних методів та інноваційних технологій експозиційного дизайну.

Аналіз досліджень. Особливості формування дизайну та планувальної структури виставкового простору, композиційні прийоми, варіативність розташування й оформлення експонатів, їх освітлення та кольорове рішення в інтер'єрі висвітлено у праці В. А. Абізова та А. О. Сідорової. Проблематику дизайну сучасної музейної експозиції в контексті розвитку інноваційних технологій досліджено дисертаційній роботі В. Д. Северин. Питанням запровадження в експозиційну, науково-фондову й освітню діяльність музеїв інноваційних методик і практик присвячено наукову розвідку В. М. Банаха.

Аналіз суті й особливостей експозиційної роботи як важливого напрямку діяльності музею, концептуальні засади музейної експозиції представлено у праці Н. Барановської. Специфіка використання інтерактивних технологій в організації предметно-просторового середовища музейно-експозиційних комплексів розкрито у науковій розвідці Н. С. Брижаченко.

Сучасні тенденції в архітектурі корпоративних музеїв досліджено у публікації В. Маланюк. Специфіку корпоративних музеїв крізь призму організаційної пам'яті досліджують N. Nissley, A. Casey. Мультимодальному підходу при переформатуванні дизайну виставок і музеїв за допомогою цифрових технологій присвячена праця М. Borsotti, L. Bollini. Наукова колективна розвідка іноземних вчених Nouran K. Morsi, Yasser M. Mansour, Shaimaa M. Kamel, Ayman A. Farid присвячена дослідженню інтерпретації культурних ідентичностей у фізичному контексті корпоративних музеїв через порівняльний аналіз між двома «храмами автомобілів» у Штутгарті, Німеччина, музеєм Porsche та музеєм Mercedes Benz. Роль дизайну у розробці виставок та експозицій для музеїв висвітлено у праці S. M. Maina.

Огляд фахової літератури за темою дослідження дозволяє зробити висновок про те, що тема використання інноваційних технологій в експозиційному дизайні сучасних корпоративних музеїв на цей час ще не є достатньо дослідженою.

Мета статті – проаналізувати особливості використання інноваційних технологій в експозиційному дизайні сучасних корпоративних музеїв.

Виклад основного матеріалу. У межах даного дослідження під експозиційним дизайном розуміємо архітектурно-художнє оформлення музейної експозиції, організацію внутрішнього простору, розташування й оформлення експозиційних залів, створення потрібного тла чи відповідного середовища для демонстрування матеріалів музейної експозиції (Микульчик, Слободян, Діденко, Рак, 2012: 17). Термін «експозиційний дизайн» також включає сукупність естетичних і функціональних якостей цілісного предметно-просторового середовища музейної експозиції. Експозиційний дизайн вибирає архітектурно-просторову організацію експозиційних матеріалів, конструктивну побудову й устаткування, колірне та світлове рішення, створення образу на основі художньо-композиційних принципів і прийомів. Він виступає як образно-виразна складова експозиції, забезпечує її комунікативність і високий рівень утилітарно-функціональних якостей (Северин, 2015: 34). Корпоративний музей (також вживаються терміни «музей підпри-

емства», «виробничий музей») – це тип музею, який є власністю підприємства й у якому збирають, досліджують і популяризують пам'ятки з історії діяльності підприємства (Микульчик, Слободян, Діденко, Рак, 2012: 66).

До основних прийомів і засобів дизайну, які сприяють формуванню якісного та гармонійного експозиційного середовища, вітчизняні дослідники відносять: організацію раціонального графіку руху глядачів, у залежності від параметрів приміщень і експонатів; композиційні прийоми їх розташування; масштабність, контрастність, нюансність розташування й оформлення експозиції; організацію відповідного освітлення та кольорового вирішення у цілому та різноманітних експонатів (Абизов, Сідорова, 2020: 10). Під час побудови експозиції та під час розроблення експозиційного устаткування необхідно враховувати особливості музейних предметів, їхню властивість привертати увагу. Наприклад, об'ємні експонати привертають більше уваги, ніж площинні, багатокольорові – більше, ніж однотонні, раритетні – більше, ніж типові. Силу впливу експоната на глядача має яскравість світла, його колір, характер освітлення (Барановська, 2015: 15–16).

Музейна виставка по суті є формою візуальної комунікації. Вона досягає цього за допомогою музейних предметів і творів мистецтва, завдяки використанню графіки та письмової інформації у формі текстових панелей, підписів і окремих етикеток предметів. Кінцевим наміром має бути передача повідомлення експозиції чи виставки чіткою та точною візуальною та письмовою мовою (Maina, 2015: 805).

З початком розвитку інформаційних технологій музеї різних типів, зокрема й корпоративні музеї, починають активно конкурувати за увагу відвідувачів і шукати нові форми роботи з експозицією. Дизайнери зазвичай мають на увазі кілька стратегій, коли розробляють експонати. Зокрема, розробники дизайну експозицій у сучасних корпоративних музеях часто стурбовані тим, щоб експонати були розроблені таким чином, щоб вони мали як освітні, так і розважальні функції. При цьому враховується орієнтація відвідувача не стільки на інформацію, скільки на отримання задоволення.

Широке впровадження нових аудіовізуальних інтерактивних мультимедійних, голографічних, LED-технологій у музейний експозиційний дизайн пропонує відвідувачу не тільки знання, але й яскраві, незабутні враження (Северин, 2015: 81). Низка європейських компаній спеціалізується на створенні експозиції на основі інтерактивних технологій: Atelier Brunkner, Jangled Nerves, J. Mayer (Брижаченко, 2013: 63).

Показовим прикладом використання медіа-інсталяцій у експозиційному дизайні корпоративного музею є створена у 2008 році медіатека «Сфери» у музеї BMW у Мюнхені, Німеччина. Даний об'єкт є спільним проектом студії ART+COM (медіапродукція й інтерактивні інсталяції) й Atelier Brückner (архітектура та виставка). Засновані у 1988 році ART+COM студії у Кельні та Берліні використовують нові медіа для проектування та розробки інсталяцій, об'єктів і просторів як в аналоговому, так і в цифровому форматі, створюючи середовище, яке дозволяє людям насолоджуватися враженнями, які інакше було б неможливо уявити в повсякденному житті. У проектній практиці ART+COM – аналогові та цифрові виставки, бренд-простори, виставки та музеї, які залучають людей і спонукають їх до взаємодії. Дизайнерська фірма Atelier Brückner (Штутгарт, Німеччина) проектує архітектуру та простори для брендів, виставок, ярмарків і музеїв, розробляє інноваційні концепції, що запам'ятовуються та встановлюють міжнародні стандарти. Музей BMW – це музей мобільності, тому завданням було створити динамічне середовище для цього місця. Підхід полягав у тому, щоб перетворити поверхню будівлі на медіатеку, засновану на засобах, що мають найбільший динамічний вплив на людське сприйняття: рухоме зображення (Borsotti, Bollini, 2009: 29). З внутрішнього, центрального простору в новому музеї BMW відвідувачі можуть досліджувати сім «будинків», у яких розташовані різні виставкові зони. Багатоповерхові «будинки» та їх переходи дозволяють побачити площу та транспортні засоби, що на ній розміщені, згори, створюючи враження громадської площі.

Медіатека Spheres (Сфери) займає фасади будинків навколо площі та візуально розширює простір за допомогою 3D-графіки та рухомих зображень. Для цього загалом 700 квадратних метрів стіни було покрито монохромними білими світлодіодами, а потім закрито сатинованим склом. Таким чином технічна система не упізнається, а зображення стають частиною динамічних фасадів.

Медіатека використовується як з суто абстрактними, так і з абстрактно-фігуративними мотивами. Близько 20 різних анімацій створюють атмосферу, яка є водночас технічною та поетично-емоційною. Оточені потоком образів, відвідувачі відчують простір заново щоразу, коли проходять через нього. Це створює інтенсивний просторово-часовий досвід. Анімація в основному є автоматичною. Але якщо в музеї небагато людей, система переходить у реактивний режим. Система відеоспостереження записує точне положення та

рух відвідувачів, що потім впливає на графіку. Відвідувачі відчувають музей як динамічне місце, яке вони змінюють своєю присутністю.

Окрім наведеного вище прикладу застосування інтерактивності експозиції у музеї BMW, поняття музейної «інтерактивності» часто пов'язують із науково-освітньою діяльністю музею, яка проявляється у диференційованому підході до різних категорій відвідувачів, впровадження у традиційну екскурсію ігрових і театралізованих елементів, можливості для відвідувачів тактильного доступу до експонатів. Як зазначає дослідник В. М. Банах, «поєднання інновації та інтерактивності часто відбувається з метою унаочнення навчального процесу в музеї, прагненням зробити його цікавішим та атракційнішим, особливо серед дитячої аудиторії музейних відвідувачів» (В. М. Банах, 2016: 3).

Музей Porsche, розташований на площі Поршеплац у Штутгарті (Німеччина), був спроектований The Delugan Meissl Associated Architects і відкритий для публіки в січні 2009 року. Вхід до музею Porsche здійснюється через цоколь під світловідбиваючим подіумом, який веде до зони прийому гостей, де відвідувач може піднятися сходами у зовнішній простір за межами визнаного світу, на таємничу та унікальну виставку Porsche. Музей Porsche постійно працює над розширенням своєї оглядової колекції. Наприкінці огляду експонатів є інтерактивна стіна «Porsche Touchwall», яка запрошує відвідувачів досліджувати історію компанії в ігровій формі. Коли відвідувач наближається до сенсорної стіни довжиною 12 метрів, інтелектуальна система відстеження людей відкриває рівень вмісту стіни, що дозволяє віртуально подорожувати у часі дев'ятьма десятиліттями історії автомобіля. Відвідувачі можуть переглядати на стіні колекцію з понад 3 000 фотографій, малюнків, плакатів і рекламних оголошень періоду з 1931 року до сьогодні, включаючи великий вибір зображень і технічних даних про майже всі вуличні транспортні засоби та гоночні автомобілі, на яких зображено логотип Porsche (Morsi, Mansour, Kamel, Farid, 2018). Новий вміст імпортується та додається щодня – повністю автоматично – через інтерфейс стіни до бази даних історичних архівів. Ще одна особливість – навігація за допомогою сенсорних фреймів, які дозволяють декільком відвідувачам одночасно керувати медіа за допомогою мультисенсорних жестів. Навіть найдрібніші деталі можна переглянути за допомогою функції масштабування.

Ще однією новою особливістю постійної експозиції є інтерактивна звукова інсталяція «Porsche

in the Mix», яка є унікальним експонатом у всьому світі. Тут відвідувач спочатку обирає улюблену з семи моделей транспортних засобів. Експонат відтворює характерні звуки автомобілів. Відвідувач може активувати та деактивувати вісім додаткових звуків за допомогою сенсорного екрану. Звуки, такі як індикатори, закриття дверей і звуки двигуна, інтегровані в «базову доріжку». Це поступово призводить до повної композиції. Джерела звуку базуються на оригінальних звуках автомобіля Porsche, які візуалізуються за допомогою відео й анімації на поверхні стіни. Світлодіодні індикатори рівня звуку ширяють у просторі та змінюються за висотою та рухом відповідно до звуку автомобіля та його гучності. Відвідувачі можуть створити власний музичний твір і надіслати його додому електронною поштою. «Porsche in the Mix» дає відвідувачам динамічний аудіовізуальний досвід, який дозволяє їм емоційно відчути бренд Porsche унікальним способом.

Цікавим прикладом комплексного використання інноваційних технологій в експозиційному дизайні є музей історії чавуноливарного заводу МАГМА (MAGMA, м. Фоллоніка, Італія). Цей виробничий музей розташований у будівлі старого заводу, де під його дахом розмістилася колекція експонатів, що демонструються за допомогою мультимедіа, інтерактивні інсталяції, скульптура, діорама. Привертає увагу й арт-інсталяція, яка імітує процес виплавки чавуну на місці старої доменної печі. Центральна частина експозиції за допомогою великої кількості DLP-проекторів створює об'ємну композицію на рельєфних стінах, яка відтворює етапи процесу плавки. Відвідувачі музею на собі відчувають специфіку виробництва завдяки сучасним технологіям, віртуально знаходячись поруч з майстрами ливарного мистецтва (Северин, 2015: 125). Зображення у мультимедіапроекторах формується завдяки LCD-технології (рідкокристалічні проектори) та DLP-проекторам (технологія мікродзеркальних чіпів). LCD-проектор – це пристрій, який проектує на екран зображення, створене однією або декількома рідкокристалічними матрицями. У DLP-проекторі зображення створюється мікроскопічно маленькими дзеркалами, що розташовані у вигляді матриці на напівпровідниковому чіпі, званому Digital Micromirror Device (DMD, цифровий мікродзеркальний пристрій) (Северин, 2015: 120–121).

У контексті використання інноваційних технологій у виставковому дизайні заслуговує на увагу і Центр для відвідувачів Apple Park, зведений у 2017 році у Купертіно (США) за проектом архітектурного бюро «Foster + Partners» (Лондон,

Велика Британія). Центр для відвідувачів Apple Park розташований уздовж проспекту Тантау. Він спроектований як ексклюзивний громадський вхід до Apple Park, має велику терасу на даху з приголовшлливим видом на головну будівлю, звідки відкривається унікальний панорамний вид на Apple Park. Центр розташований у дбайливо висадженому оливковому гаю. Надзвичайно прозорий об'єм розміщений під консольним тонким дахом з вуглецевого волокна, що нависає над прозорими стінами, закриваючи місця для сидіння на відкритому повітрі з обох боків. Панорамне скління на всю висоту дематеріалізує об'єм будівлі. Відвідувачі можуть побачити тривимірну модель Apple Park, оживлену за допомогою технології доповненої реальності (Apple Park, 2017). Ця будівля визначається структурним склом від компанії Seele, яке не потребує додаткових конструктивних елементів. Огороджувальний фасад складається з плоских і криволінійних скляних панелей висотою до 6 м і шириною до 3 м. У плані контур цієї будівлі з вигнутими панелями, створеними за моделлю кривих Безье, нагадує iPhone (Structural glass, 2017).

У Спейсайді в Шотландії 2 червня 2018 року відкрила свої двері для відвідувачів нова винокурня та центр для відвідувачів провідного у світі односолодового віскі The Macallan. Різноманітна виставка, яка звертається до всіх почуттів, пропонує сценічну обстановку для історії та мистецтва дистиляції спирту, який користується попитом у всьому світі. Розроблена ATELIER BRÜCKNER виставка представлена у формі екскурсії новим лікеро-горілчанним заводом. Зв'язок з автентичним місцем, а також тривалий досвід дистиляції односолодового віскі виражаються у сценічних просторах, присвячених певним темам. Неповторне відчуття створюється завдяки взаємодії денного світла виставки з архітектурою та вражаючим навколишнім ландшафтом. Нова будівля, яка гармонійно вписується в горбисті околиці завдяки трав'яному даху, була спроектована архітектурним бюро Rogers Stirk Harbour + Partners. Центр для відвідувачів вітає гостей «фірмовою стіною» заввишки до стелі. Світлові та проєкційні фільми створюють декор для скляних полиць, на яких виставлені пляшки найновіших сортів віскі, щоб створити настрої бренду та продукту. Безпосередньо за нею знаходиться «Скринька коштовностей», яка представляє архівний скарб – віскі Macallan, які сягають 1841 року. На екскурсійні групи чекає прогулянка видовишною виробничою зоною, яка вражає як змістом, так і архітектурою. По дорозі є інтерактивні станції з розумними кінетичними моделями, які в ігровій

формі передають відвідувачам зміст екскурсії (The Macallan Brand, 2018).

Корпоративний музей Lindt Home of Chocolate, розташований у новій будівлі, запроєктованій швейцарськими архітекторами Christ & Gantenbein у штаб-квартирі Lindt & Sprüngli в Кільхберзі поблизу Цюріха (Швейцарія), був відкритий у 2020 році. Штаб-квартира Lindt & Sprüngli, швейцарського виробника шоколаду, заснованого в 1845 році, розташована біля Цюріхського озера на околиці найбільш густонаселеного міста Швейцарії. Довга й успішна історія фірми з виробництва шоколаду демонструє творіння Lindt & Sprüngli як втілення якісного шоколаду. У штаб-квартирі Lindt & Sprüngli є фабрика, склади, офісна будівля та новий вихід до кампусу. Цей багатофункціональний простір поєднує орієнтовану на користувача програму змішаного використання у винятково новому типі цивільної архітектури. Підносячи упізнаваність швейцарської шоколадної промисловості на нові висоти, він створений, щоб спокусити відвідувачів багатьма принадами шоколаду. Він містить інтерактивну захоплюючу виставку про шоколад, науково-дослідний центр для майбутніх рецептів шоколаду, виробничий цех, шоколадну крамницю, кафе та офіси – усі вони з'єднані гвинтовими сходами та каскадними доріжками, що перетинають величезний атриум. У центрі будівлі автор виставки ATELIER BRÜCKNER створив ефектний дев'ятиметровий фонтан із шоколаду. Звуки, запахи, медіастанції та системи участі відвідувачів дозволяють їм стати частиною різних сценаріїв. Кожен виставковий зал, спроектований індивідуально, спілкується за допомогою органів чуття та інформації, щоб передати певний аспект світу шоколаду. Спочатку відвідувачі подорожують на какао-плантацію в Гані, де дізнаються все про вирощування, збирання, ферментацію та сушку какао-бобів, а також про процес забезпечення якості. Кімната «Історія шоколаду», присвячена 5 000-літній історії шоколаду, має цифрову анімовану 360-градусну панораму та круглий медіа-столік посередині. Це показує, як приготування та споживання шоколаду змінювалося протягом століть. Про те, як Швейцарія стала «батьківщиною шоколаду», розповідають у кімнаті «Swiss Pioneers». Перша шоколадна фабрика була відкрита тут ще в 1819 році. Кругова панорама Швейцарії, розписана вручну, запрошує до власних відкриттів. «Дім шоколаду» відповідає логіці, історії та міській структурі фабрики Lindt & Sprüngli: класична індустріальна коробка перебуває у діалозі з навколишніми фабричними будівлями. Величезний атриум завдовжки 64 метри,

15 метрів заввишки та 13 метрів завширшки розкриває як драматичну порожнечу, так і елементарну присутність архітектурного порядку. Серія круглих несучих стовпів і стін створює міцну структуру, навколо якої організуються всі дії. Колони відкривають будівлю, повну руху; сходи, ліфти, доріжки та мости створюють просторові та емпіричні зв'язки та комунікацію, що є основою Lindt Home of Chocolate, радикально контрастуючи з його майже спокійним зовнішнім виглядом (Lindt Home, 2020).

Висновки. Підсумовуючи зазначене вище, можемо констатувати, що із розмаїтої палітри

інноваційних технологій, які застосовуються в експозиційному дизайні сучасних музейних закладів, саме для корпоративних музеїв притаманне використання: медіа-інсталяцій та інтерактивних інсталяцій (музей BMW у Мюнхені, музей Porsche у Штутгарті, обидва – Німеччина; Центр для відвідувачів Macallan у Спейсайді, Велика Британія; Корпоративний музей Lindt Home of Chocolate у Кільхберзі, Швейцарія); проєкційних технологій, які представлені DLP-проєкторами (музей історії чавуноливарного заводу МАГМА у м. Фоллоніка, Італія); технологій доповненої реальності (Центр для відвідувачів Apple Park у Купертіно, США).

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абызов В. А., Сидорова А. О. Особливості дизайну внутрішнього виставкового простору: композиційні прийоми та засоби. *Технології та дизайн*. 2020. № 4. С. 1-12.
2. Банак В. М. Музейні інновації та інтерактивність у теорії та практиці музейної справи. *Historical and Cultural Studies*. 2016. Vol. 3. No. 1. P. 1-5.
3. Барановська Н. Експозиційна робота у діяльності музею. *Historical and Cultural Studies*. 2015. Vol. 2, No. 1. P. 13-17.
4. Брижаченко Н. С. Класифікація музейно-експозиційних просторів, організованих за допомогою використання інтерактивних технологій. *Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв*. 2013. № 3. С. 62-67.
5. Маланюк В. Сучасні тенденції в архітектурі корпоративних музеїв. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2021. Вип. 44. Том 2. С. 21-25.
6. Микульчик Р., Слободян П., Діденко Є., Рак Т. Словник-довідник термінології музейництва. Львів : Вид-во НУ «Львівської політехніки», 2012. 128 с.
7. Северин В. Д. Дизайн сучасної музейної експозиції в контексті розвитку інноваційних технологій : дис. ... канд. мистецтвознавства : 17.00.07. Харків, 2015. 297 с.
8. Apple Park Visitor Center / Foster + Partners. 21 Nov 2017. ArchDaily. Accessed 29 Apr 2024. URL: <https://www.archdaily.com/884071/apple-park-visitor-center-foster-plus-partners> (дата звернення: 29.04.2024).
9. Apple Park Visitor Center opens to the public. URL: <https://www.apple.com/newsroom/2017/11/apple-park-visitor-center-opens-to-the-public/> (дата звернення: 30.04.2024).
10. Borsotti M., Bollini L. Reshaping exhibition & museum design through digital technologies: a multimodal approach. *The International Journal of Virtual Reality*, 2009. Vol. 8(3): P. 25-31.
11. Lindt Home of Chocolate / Christ & Gantenbein. 15 Sep. 2020. ArchDaily. Accessed 30 Apr 2024. URL: <https://www.archdaily.com/947656/lindt-home-of-chocolate-christ-and-gantenbein> (дата звернення: 30.04.2024).
12. Lindt Home of Chocolate. World of Chocolate opened in Kilchberg near Zurich. URL: <https://www.atelier-brueckner.com/en/press/lindt-home-chocolate-world-chocolate-opened-kilchberg-near-zurich> (дата звернення: 30.04.2024).
13. Maina S. M. Looking, seeing and learning: the role of design in developing exhibition and display for museums. *Africa Habitat Journal*, 2015. Vol. 9, Nov. P. 805-822.
14. Morsi N. K., Mansour Y. M., Kamel S. M., Farid A. A. The Interpretation Of Cultural Identities Within The Physical Context Of The Corporate Museums. *Corporate Museums : conference paper (Istanbul, Turkey. October, 2018)* URL: https://www.researchgate.net/publication/332188702_The_Interpretation_Of_Cultural_Identities_Within_The_Physical_Context_Of_The_Corporate_Museums (дата звернення: 30.04.2024).
15. Nissley N., Casey A. Viewing corporate museums through the paradigmatic lens of organizational memory: the politics of the exhibition. *British Journal of Management*. 2002. Vol. 13. Issue 1. P. 35-45.
16. Piatkowska K. The Corporate Museum: A New Type of Museum Created as a Component of Marketing Company. *The International Journal Of The Inclusive Museum*. 2014. Vol. 6. Issue II. P. 29-37.
17. Structural glass designs by seele dominate the first impression of Apple Park. URL: <https://seele.com/references/apple-park-visitor-center-reception-buildings> (дата звернення: 30.04.2024).
18. The Macallan Brand Experience. Superior Whisky gets new Distillery and Visitor Experience. URL: <https://www.atelier-brueckner.com/en/press/macallan-brand-experience> (дата звернення: 30.04.2024).

REFERENCES

1. Abyzov V. A., Sidorova A. O. (2020) Osoblyvosti dyzainu vnutrishnoho vystavkovoho prostoru: kompozytsiini pryioymy ta zasoby. [Features of the design of the internal exhibition space: compositional methods and means] *Tekhnolohii ta dyzain - Technologies and design*, 4. 1-12. [in Ukrainian].
2. Banakh V. M. (2016) Muzeini innovatsii ta interaktyvnist u teorii ta praktytsi muzeinoi spravy. [Museum innovations and interactivity in the theory and practice of museum work] *Historical and Cultural Studies*, Vol. 3. 1. 1-5. [in Ukrainian].

3. Baranovska N. (2015) Ekspozytsiina robota u diialnosti muzeiu. [Expository work in museum activities] *Historical and Cultural Studies*, Vol. 2, 1. 13-17. [in Ukrainian].
4. Bryzhachenko N. S. (2013) Klyasyfikatsiia muzeino-ekspozytsiinykh prostoriv, orhanizovanykh za dopomohoiu vykorystannia interaktyvnykh tekhnolohii. [Classification of museum and exhibition spaces, organized using interactive technologies] *Visnyk Kharkivskoi derzhavnoi akademii dyzainu i mystetstv - Bulletin of the Kharkiv State Academy of Design and Arts*, 3. 62-67. [in Ukrainian].
5. Malaniuk V. (2021) Suchasni tendentsii v arkhitekturi korporatyvnykh muzeiv. [Modern trends in the architecture of corporate museums] *Aktualni pytannia humanitarnykh nauk - Current issues of humanitarian sciences*, Issue 44. Vol. 2. 21-25. [in Ukrainian].
6. Mykulchyk R., Slobodian P., Didenko Ye., Rak T. (2012) Slovnyk-dovidnyk terminolohii muzeinytstva. [Dictionary-handbook of museological terminology] Lviv: Publishing House of Lviv Polytechnic University. 128 p. [in Ukrainian].
7. Severyn V. D. (2015) Dyvain suchasnoi muzeinoi ekspozytsii v konteksti rozvytku innovatsiinykh tekhnolohii [The design of a modern museum exhibition in the context of the development of innovative technologies]. Kharkiv. 297 p. [in Ukrainian].
8. Apple Park Visitor Center / Foster + Partners. (2017) URL: <https://www.archdaily.com/884071/apple-park-visitor-center-foster-plus-partners>
9. Apple Park Visitor Center opens to the public. URL: <https://www.apple.com/newsroom/2017/11/apple-park-visitor-center-opens-to-the-public/>
10. Borsotti M., Bollini L. (2009) Reshaping exhibition & museum design through digital technologies: a multimodal approach. *The International Journal of Virtual Reality*. Vol. 8(3): P. 25-31.
11. Lindt Home of Chocolate / Christ & Gantenbein. 15 Sep. 2020. ArchDaily. Accessed 30 Apr 2024. URL: <https://www.archdaily.com/947656/lindt-home-of-chocolate-christ-and-gantenbein>
12. Lindt Home of Chocolate. World of Chocolate opened in Kilchberg near Zurich (2020) URL: <https://www.atelier-brueckner.com/en/press/lindt-home-chocolate-world-chocolate-opened-kilchberg-near-zurich>
13. Maina S. M. (2015) Looking, seeing and learning: the role of design in developing exhibition and display for museums. *Africa Habitat Journal*. Vol. 9, Nov. P. 805-822.
14. Morsi N. K., Mansour Y. M., Kamel S. M., Farid A. A. (2018) The Interpretation Of Cultural Identities Within The Physical Context Of The Corporate Museums. *Corporate Museums : conference paper (Istanbul, Turkey. October, 2018)* URL: https://www.researchgate.net/publication/332188702_The_Interpretation_Of_Cultural_Identities_Within_The_Physical_Context_Of_The_Corporate_Museums
15. Nissley N., Casey A. (2002) Viewing corporate museums through the paradigmatic lens of organizational memory: the politics of the exhibition. *British Journal of Management*. Vol. 13. Issue 1. P. 35-45.
16. Piatkowska K. (2014) The Corporate Museum: A New Type of Museum Created as a Component of Marketing Company. *The International Journal Of The Inclusive Museum*. Vol. 6. Issue II. P. 29-37.
17. Structural glass designs by seele dominate the first impression of Apple Park (2017). URL: <https://seele.com/references/apple-park-visitor-center-reception-buildings>
18. The Macallan Brand Experience. Superior Whisky gets new Distillery and Visitor Experience (2018). URL: <https://www.atelier-brueckner.com/en/press/macallan-brand-experience>