

УДК 069.5:7.025.3:659.127.8(477.63-25)
DOI <https://doi.org/10.24919/2308-4863/88-2-12>

Сергій НЕСМАЧНИЙ,
orcid.org/0000-0002-8497-7059

доктор філософії,
старший викладач кафедри експертизи культурних цінностей та дизайну
Університету митної справи та фінансів,
заступник директора з наукової роботи
Комунального закладу культури «Дніпровський художній музей» Дніпровської міської ради
(Дніпро, Україна) sergey.nesmachniy@gmail.com

Володимир ШОСТАКОВИЧ,
orcid.org/0009-0005-2818-5777

UI/UX дизайнер
Missouri Star Quilt Company,
засновник та виконавчий директор
VOVA Design Studio
(Сан-Франциско, Каліфорнія, США) v.g.shostakovich@gmail.com

Олена КАПШУКОВА,
orcid.org/0000-0003-2423-1324

аспірантка кафедри мистецтвознавчої експертизи
Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв,
старша наукова співробітниця
Комунального закладу культури «Дніпровський художній музей» Дніпровської міської ради
(Дніпро, Україна) len.kapshukova@gmail.com

ІДЕЇ, КОНЦЕПЦІЯ ТА ВІЗУАЛЬНІ РІШЕННЯ ОНОВЛЕНОЇ ОСНОВНОЇ ЕКСПОЗИЦІЇ ДНІПРОВСЬКОГО ХУДОЖНЬОГО МУЗЕЮ

У статті розглянуто процес трансформації основної експозиції Дніпровського художнього музею як ключового елемента візуальної ідентичності культурної інституції.

Музейна експозиція в контексті її функціонування як культурного феномена зазнала суттєвих змін протягом останніх десятиліть – від традиційної моделі, орієнтованої на лінійне історико-хронологічне представлення матеріалу, до формату сучасної візуальної комунікації, що ґрунтується на принципах сторітелінгу, інтерпретації та міждисциплінарного діалогу. У такій парадигмі оновлення основної експозиції розглядається не лише як технічне або естетичне переосмислення музейного простору, а як комплексна стратегія репрезентації колекції та формування публічного образу музею.

Проблематика дослідження полягає в усвідомленні ефективності нових експозиційних практик у контексті українських музеїв, які функціонують в умовах обмежених ресурсів, воєнного стану та відсутності послідовної культурної політики. Водночас особливої актуальності набувають завдання деколонізації музейного простору, переосмислення радянської спадщини та пошуку релевантних форм взаємодії з аудиторією.

Метою статті є аналіз концепції та реалізації оновленої основної експозиції Дніпровського художнього музею впродовж 2018–2021 років як прикладу візуально-комунікативної трансформації. Дослідження спирається на сучасні методології музейної інтерпретації, практики провідних європейських музеїв і авторський досвід роботи над експозицією.

У результаті розвідки проаналізовано основні структурні, змістові та візуальні рішення, що стали підґрунтям нової експозиції, а також визначено її роль у формуванні актуального публічного образу музею. Окреслено застосування сторітелінгу, підкреслено значення колористичних і просторових елементів дизайну, мультимедійної комунікації та персоналізованого підходу до історичного наративу через пости-художників, колекціонерів і музейних діячів. Продемонстровано, як в умовах обмежених фінансових і кадрових ресурсів музейна команда реалізувала візуально цілісну, концептуально вивірену та комунікативно ефективну експозицію, яка стала вагомим складовим візуальної ідентичності установи. Підкреслено значущість цього досвіду для ширшого контексту розвитку сучасної музейної справи в Україні.

Ключові слова: Дніпровський художній музей, основна експозиція, репрезентація колекції, експозиційний дизайн, візуальна ідентичність, сторітелінг, музейна комунікація.

Sergii NESMACHNYI,

orcid.org/0000-0002-8497-7059

PhD,

Senior Lecturer at Department of Expertise of Cultural Values and Design

University of Customs and Finance,

Deputy Director for Research

Municipal Cultural Institution “Dnipro Art Museum” of the Dnipro City Council

(Dnipro, Ukraine) sergey.nesmachniy@gmail.com

Volodymyr SHOSTAKOVYCH,

orcid.org/0009-0005-2818-5777

UI/UX Designer

Missouri Star Quilt Company,

Founder/CEO

Vova.Design Studio

(San Francisco, California, USA) v.g.shostakovich@gmail.com

Olena KAPSHUKOVA,

orcid.org/0000-0003-2423-1324

Postgraduate Student at the Department of Art History Expertise

National Academy of Culture and Arts Management,

Senior Researcher

Municipal Cultural Institution “Dnipro Art Museum” of the Dnipro City Council

(Dnipro, Ukraine) len.kapshukova@gmail.com

IDEAS, VISUAL SOLUTIONS AND THE CONCEPT OF THE UPDATED MAIN EXHIBITION OF THE DNIPRO ART MUSEUM

The article explores the process of transforming the main exhibition of the Dnipro Art Museum as a key element of the visual identity of a cultural institution.

Museum exhibition, as a cultural phenomenon, has undergone significant changes over the past decades – from a traditional model focused on linear historical and chronological presentation to a format of contemporary visual communication based on the principles of storytelling, interpretation, and interdisciplinary dialogue. In this paradigm, the renewal of the main exhibition is considered not only a technical or aesthetic rethinking of museum space, but also a comprehensive strategy for representing the collection and shaping the museum's public image.

The research problem addressed in the study is the need to assess the effectiveness of new exhibition practices within the context of Ukrainian museums, which operate under limited resources, martial law, and the absence of a consistent cultural policy. At the same time, tasks such as decolonizing museum spaces, rethinking Soviet heritage, and finding relevant forms of audience engagement are gaining particular importance.

The purpose of the article is to analyze the concept and implementation of the updated main exhibition of the Dnipro Art Museum in the period 2018–2021 as an example of visual-communicative transformation. The research draws on contemporary methodologies of museum interpretation, practices of leading European museums, and the author's direct experience in exhibition development.

The study identifies and analyzes the core structural, conceptual, and visual solutions that underpin the updated exhibition, and defines its role in shaping the museum's contemporary public image. It highlights the use of storytelling, the importance of color and spatial design elements, multimedia communication, and a personalized approach to historical narrative through the figures of artists, collectors, and museum professionals. The article demonstrates how, under conditions of limited financial and human resources, the museum team succeeded in creating a visually coherent, conceptually grounded, and communicatively effective exhibition – a meaningful component of the institution's visual identity. The significance of this experience is emphasized in the broader context of the development of contemporary Ukrainian museology.

Key words: *Dnipro Art Museum, permanent exhibition, collection representation, exhibition design, visual identity, storytelling, museum communication.*

Постановка проблеми. Суттєві зрушення в підходах до організації музейного простору та візуальної комунікації з аудиторією – сталий загальносвітовий тренд останніх десятиліть. Тра-

диційна модель експозиції, заснована на лінійному історико-хронологічному викладі матеріалу поступово втрачає свою актуальність. Натомість у репрезентації колекцій на перший план вихо-

дять принципи інтерпретації, сторітелінгу та інтерактивності. В умовах культурної деколонізації та політичних трансформацій перед українськими музеями постає завдання комплексного оновлення – зокрема й через переосмислення візуальної ідентичності. У цьому контексті особливої актуальності набуває аналіз локальних кейсів – таких, як трансформація основної експозиції Дніпровського художнього музею, – як вияву здатності інституцій до саморефлексії, нових комунікаційних стратегій і дизайнерських рішень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

За результатами аналізу історіографії проблеми з'ясовано, що питання візуальної ідентичності музеїв, експозиційного дизайну та музейної комунікації досліджуються як зарубіжними, так і українськими науковцями. Зокрема, у працях Г. Боделя та Г. Краусса (Baudelle, Krauss, 2014), П.-І. Ян (Yang, 2024), Ф. Даль Фалько та С. Вассос (Dal Falco, Vassos, 2017) акцентовано увагу на сторітелінговому потенціалі експозицій, візуальній драматургії та взаємодії глядача з музейним простором. У дослідженні Л. Вежбовської та Т. Осадчої (Вежбовська, Осадча, 2021) розглянуто приклади українського музейного брендингу й розкрито роль дизайну як культурної стратегії. Водночас у вітчизняному науковому дискурсі наразі бракує аналітичних наукових розвідок, присвячених локальним практикам оновлення музейних експозицій у контексті формування нової візуальної мови й комунікації з аудиторією. Зауважимо, що окремі аспекти актуальної експозиційної діяльності Дніпровського художнього музею висвітлені у працях В. Бойка (Boiko, 2024), А. Кравченко (Кравченко, 2024), І. Несен (Несен, 2024). Але все ж таки, маємо зазначити, що кейс Дніпровського художнього музею, як приклад цілеспрямованого внутрішнього переформатування досі не став об'єктом цілісного наукового аналізу та не опинявся у центрі фахового зацікавлення.

Мета статті – дослідити процес трансформації основної експозиції Дніпровського художнього музею в контексті оновлення його візуальної ідентичності, розкрити принципи формування нової експозиційної стратегії, дизайнерських і комунікаційних рішень, а також проаналізувати цей кейс як репрезентативний приклад сучасної музейної практики в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Упродовж останніх десятиліть музейна експозиція як культурно-мистецький феномен зазнала суттєвої трансформації – від традиційної моделі, орієнтованої на лінійне подання фактів і демонстрацію об'єктів за історико-хронологічним принципом, до

комплексної комунікаційної системи, що спонукає відвідувача до співтворення смислів. Сучасні підходи до формування експозицій ґрунтуються на принципах інтерпретації, інтерактивності, емоційного впливу та сторітелінгу – побудови експозиційного наративу, що має логіку, динаміку й чітку візуальну драматургію (Dal Falco, Vassos, 2017).

У цьому контексті основна музейна експозиція постає не лише засобом репрезентації колекції, а й ключовим інструментом візуальної мови, якою інституція транслює власну ідентичність, цінності й бачення історичних і культурних процесів. Просторове рішення, графічне оформлення, мультимедійні елементи, світлові сценарії – це лише частина складної комунікативної системи, що має доносити глядачеві культурне повідомлення. Відтак експозиційний дизайн дедалі частіше сприймається як ключовий компонент візуальної ідентичності музею, а візуальне оповідання – як визначальний інструмент залучення.

Промовистим прикладами таких трансформацій є оновлені постійні експозиції провідних європейських музеїв. У Нідерландському національному художньому музеї – Рейксмузеумі (Амстердам) – після реконструкції 2013 року було запроваджено новий принцип «експозиції як наративу», відповідно до якого історія Нідерландів подається у формі візуального оповідання: живопис, скульптура, предмети побуту та зброя функціонують як фрагменти єдиного контексту (Yang, 2024). Для посилення ефекту залучення застосовано мінімалістичні графічні рішення, збалансоване освітлення та динамічну навігацію.

Вартий уваги й досвід французького музею сучасного мистецтва – Центру Помпідю-Мец (філії Національного центру мистецтва й культури імені Жоржа Помпідю). Тут експозиційна стратегія вирізняється сміливими архітектурними та сценографічними рішеннями, а виставки будуються за принципом візуальної метафори. Сторітелінг реалізується через поєднання оригінальних творів, документальних матеріалів, мультимедійного супроводу та змінної конфігурації простору. Такий підхід дає змогу створювати інтелектуально ємні й водночас емоційно насичені проекти, що розгортаються від теми до теми, формуючи гнучкий і динамічний музейний наратив (Baudelle, Krauss, 2014).

Отже, досвід європейських музеїв засвідчує ефективність поєднання ґрунтовної концептуалізації, експозиційної драматургії та дизайну у формуванні сучасного музейного простору. Такий підхід дає змогу не лише повніше розкрити зміст

і цінність колекції, а й перетворити звичайне відвідування музею на інтелектуально-емоційний досвід, у якому сторітелінг виступає ключовим інструментом комунікації з публікою.

Упродовж останнього десятиліття (від другої половини 2010-х років і до початку повномасштабного вторгнення 24 лютого 2022 року, коли переважна більшість музеїв була змушена демонтувати та убезпечити свої основні експозиції) низка українських музеїв ініціювала оновлення візуальної ідентичності. Це стало кроком до формування нового позитивного образу сучасної культурної інституції, адаптації до актуальних стандартів комунікації та залучення нових аудиторій.

У цей період в українських музеях поступово відбувався перехід від традиційного експозиційного формату до гнучкіших, концептуально вивірених і візуально актуалізованих моделей репрезентації колекцій. Попри те що ці процеси розпочалися із запізненням порівняно з провідними європейськими інституціями, вони продемонстрували яскраві приклади переосмислення ролі експозиції як засобу комунікації, інтерпретації та формування музейної ідентичності.

Зазвичай під візуальною ідентичністю музею розуміють комплекс заходів, пов'язаний із розробленням та впровадженням елементів фірмового стилю – логотипа, брендбука, фірмових шрифтів тощо. Однак не менш важливим аспектом візуальної ідентичності слід уважати переосмислення основної експозиції як репрезентативної форми представлення колекції. Саме вона є ключовим культурним продуктом музею та визначальним чинником його публічного образу.

Одним із найпоказовіших прикладів такої комплексної трансформації став ребрендинг і оновлення експозиційної стратегії Національного художнього музею України (Київ). Ключовою метою стало прагнення перетворити музей на відкриту платформу для діалогу. Це виявилось в розробленні нової візуальної айдентики (у співпраці з креативною агенцією Banda), зміні комунікаційної назви (з НХМУ на NAMU) та переосмисленні візуальної мови, просторових рішень і сценаріїв виставкових проєктів (Вежбовська, Осадча, 2021: 182–187).

Особливої уваги заслуговує той факт, що навіть в умовах воєнного стану музейно-виставкові інституції України не припинили активної діяльності. Вони продовжують реалізовувати масштабні концептуальні проєкти на національному й міжнародному рівнях, зокрема у форматі міжмузейної співпраці. Так, у 2023–2024 роках

було реалізовано два резонансні виставкові проєкти – «Футуромарення» (організатор: Мистецький арсенал) та «В епіцентрі бурі. Модернізм в Україні. 1900–1930» (організатор: Національний художній музей України). Обидва проєкти стали прикладами міжінституційної взаємодії та репрезентації художньої спадщини України за її межами. До їхніх експозицій увійшли твори з багатьох художніх музеїв України, активну участь у проєктах узяв і Дніпровський художній музей.

Попри відсутність цілісної державної політики у сфері реформування музейної справи, ініціативи окремих команд, кураторів і закладів культури свідчать про потенціал українських музеїв та їхню здатність адаптуватися до викликів сучасного культурного середовища.

На цьому тлі особливої уваги заслуговують не лише широко відомі приклади інституційних трансформацій, а й локальні кейси – зокрема, проєкт оновлення основної експозиції Дніпровського художнього музею.

Процес оновлення основної експозиції музею тривав понад чотири роки. Його початком можна вважати 19 травня 2018 року – дату презентації оновленої експозиційної зали №4 «Модерн. Авангард. Символізм» (Модерн. Авангард, 2018). Завершенням цього процесу стала презентація в травні 2021 року оновленої зали №1 «Українське сакральне мистецтво кінця XVII – початку XIX століття» (Путівник, 2021: 5). Наразі твори, що були представлені в експозиційних залах, демонтовано з міркувань безпеки у зв'язку з воєнним станом в Україні.

Переосмислення основної експозиції Дніпровського художнього музею стало важливою складовою процесу оновлення візуальної ідентичності установи, який тривав упродовж 2015–2022 років і розпочався зі створення ключового елемента сучасної айдентики закладу – логотипа, розробленого дизайнером Володимиром Шостаковичем за підсумками участі команди музею у 2014–2015 роках у семінарській програмі «Презентаційна продукція і промоція музею» (Промоакція, 2015).

Починаючи з часу відновлення незалежності України й до означеного періоду, основна експозиція Дніпровського художнього музею залишалася побудованою переважно за радянськими принципами репрезентації мистецьких колекцій. Вона ґрунтувалася на історико-хронологічному викладі матеріалу, покликаною демонструвати послідовність розвитку образотворчого мистецтва, навіть якщо склад музейної збірки не завжди відповідав цьому завданню.

Серед основних передумов змін, що відбулися у візуальній ідентичності Дніпровського художнього музею, слід виокремити такі:

- усвідомлення того, що успадковані від радянської доби культурні наративи та методологічні підходи з притаманною їм ідеологізованістю й політичною заангажованістю більше не відповідають сучасним ціннісним орієнтирам; формування експозиції за принципом умовної «малої Третьяковської галереї» в суворому історико-хронологічному порядку нині є ані можливим, ані актуальним;

- актуалізацію потреби переосмислення культурно-мистецької спадщини радянського періоду, що зберігається у музейних фондах і часто становить суттєву частину колекцій;

- загострення потреби в деколонізації та деімперіалізації всіх сфер українського життя, зокрема культурної.

Робоча група, яка займалася розробленням і реалізацією концепції оновленої основної експозиції Дніпровського художнього музею, було сформовано з невеликого колективу співробітників установи. До її складу увійшли: заступник директора з наукової роботи Сергій Несмачний, провідні наукові співробітники Ігор Труш та Ольга Щербина, реставратор Ігор Литовченко та головний зберігач Тетяна Хувава. Тривалий період втілення окремих експозиційних кейсів був зумовлений обмеженістю наявних ресурсів і тим, що всі роботи фінансувалися музеєм самостійно – за рахунок власного бюджету.

Концепція оновленої основної експозиції полягала у створенні низки окремих візуальних історій, покликаних розкрити ядро колекції Дніпровського художнього музею – образотворче мистецтво від другої половини XVII до першої чверті XX століття – в найвигіднішому ракурсі та зробити його цікавим для найширшої аудиторії. Зберігаючи загальну історико-хронологічну послідовність викладення матеріалу, команда музею свідомо відійшла від традиційних ідеологізованих підходів, зробивши акцент на унікальності саме власної колекції. Такий підхід передбачав модернізацію важливих історичних експозиційних блоків і створення нових, що відповідають сучасним музейним і комунікаційним стандартам.

Важливим наскрізним наративом у репрезентації оновленої експозиції стало акцентування уваги реципієнта на ключовій ролі окремих видатних постатей – художників, колекціонерів, музейників – у формуванні основних розділів музейної збірки, представленої в межах кожного хронологічно-тематичного блоку.

Для перших двох блоків, що відкривали основну експозицію (зала №1) й репрезентували українське сакральне та світське мистецтво XVIII – початку XIX століть, центральною фігурою виступив видатний учений, історик, етнограф Дмитро Яворницький, адже значна частина експонатів пов'язана з його збиральницькою діяльністю (Путівник, 2021: 8). Для експозиційного сегмента, присвяченого українському образотворчому мистецтву останньої чверті XIX століття (зала №3), такою постаттю став Ісаак Бродський – художник і культурний діяч, який передав до музею понад 300 творів; саме цей дарунок нині формує ядро цього розділу (Путівник, 2021: 34).

Розкриття кожної візуальної історії крізь призму окремої особистості, що справила суттєвий вплив на формування музейної збірки, тобто персоналізація експозиційного наративу, є важливою складовою комунікативної стратегії оновленої експозиції.

Для цілком нового, раніше не представленого в основній експозиції блоку «Західноєвропейське мистецтво XVII – першої половини XIX століття» (зала №2), презентованого влітку 2019 року, узагальненим символічним образом стала постать повітового дворянина – колекціонера Гліба Нечаєва. Згідно з фондовою документацією, джерелом походження значної частини творів, представлених у цьому блоці, є Нікопольський історико-краєзнавчий музей (Дніпропетровська область). Існує висока ймовірність, що ці твори надійшли з приватної колекції заможної родини землевласників і поціновувачів мистецтва – Нечаєвих.

Твори живопису та скульптури французьких, італійських, англійських, австрійських й іспанських майстрів сформували експозицію, яка, попри певну змістову строкатість, постає візуально цілісною та естетично ефектною. Її концепція покликана викликати асоціації зі зібранням освіченого представника повітового дворянства, який володіє витонченим естетичним смаком.

Важливим завданням під час розроблення оновленої експозиції став пошук індивідуального дизайнерського рішення для кожної візуальної історії – окремого хронологічно-тематичного блоку. Це рішення реалізовувалося як через певну логіку розміщення музейних об'єктів, так і через використання колористичних акцентів в оформленні експозиційного простору. Для кожного блоку було підібрано власний колір, який, з одного боку, гармонійно взаємодіє із представленими творами образотворчого мистецтва, а з іншого – контрастував із сусідніми тематичними розділами, підкреслюючи індивідуальність кожного з них.



Рис. 1. Дніпровський художній музей. Зала основної експозиції №2 «Західноєвропейське мистецтво XVII – першої половини XIX століття»

Для експозиційної зали «Західноєвропейське мистецтво XVII – першої половини XIX століття» було свідомо обрано насичений червоний колір як основне тло для демонстрації творів (рис. 1). По-перше, цей колір має виразну емоційно-психологічну дію – теплий, глибокий відтінок створює враження урочистості та камерності, фокусуючи увагу глядача. По-друге, він забезпечує вигідний візуальний контраст: золоті рами, живопис у темних і теплих тонах, а також білі мармурові скульптури виразно «звучать» на червоному тлі, підсилюючи перцептивне сприйняття експонатів. По-третє, червоний колір формує асоціативний зв'язок з естетикою палацових і приватних інтер'єрів XVIII–XIX століть, у яких подібні колекції функціонували в первісному середовищі, тим самим відтворюючи умовну історичну рамку. Нарешті, червоний виступає засобом просторового маркування всередині оновленої експозиції, в якій кожен тематичний блок має власне дизайнерське рішення: попередню залу «Народна картина та український портретний живопис XVIII – початку XIX століть» оформлено в зеленому кольорі (рис. 2), а наступну – «Українське мистецтво другої половини XIX століття» – вирізняє стримана сіра палітра (рис. 3). Таке колористичне зонування посилює враження логічної послідовності та візуальної цілісності експозиції загалом.

Суттєвою складовою оновленої експозиції стала система комунікації з глядачем, що базується на принципах відкритості, доступності та мультиформатної взаємодії. Усі представлені

твори супроводжувалися двомовним етикетажем – українською та англійською мовами, що давало змогу ефективно працювати як з вітчизняною, так і з міжнародною аудиторією. До кожної візуальної історії, на яку поділено експозицію, було підготовлено окрему анотацію, що стисло окреслювала контекст і ключові смислові акценти відповідного тематико-хронологічного блоку.

Окрім традиційного текстового супроводу, для посилення залучення глядача було впроваджено цифрові медіаформати. Зокрема, розроблено онлайн-аудіогід, що охоплював 20 обраних експонатів і був доступний для мобільних пристроїв через QR-коди, розміщені безпосередньо поруч із відповідними творами. Особливе місце в медіакомунікації посіли три відеоісторії, які демонструвалися на планшетах. У них наукові співробітники музею розповідали про ключові твори колекції, надаючи кожному об'єкту актуального контексту. Серед творів, що стали об'єктом деталізованого інтерпретування у відеоісторіях, – «Портрет Павла Руденка» (1778 р.) Володимира Боровиковського (рис. 2), «В студії» (1881 р.) Марії Башкірцевої та «В затоці» (до 1918 р.) Михайла Сапожнікова. Ці твори функціонували як жанрово-тематичні домінанти відповідних хронологічних блоків і, відповідно, виконували роль ключових орієнтирів оновленої експозиції.

З метою промоції нового експозиційного проєкту було також видано сучасний ілюстрований путівник, у якому зафіксовано повний перелік представлених творів, подано схеми їх розмі-



**Рис. 2. Дніпровський художній музей. Зала основної експозиції №1Б
«Народна картина та український портретний живопис XVIII – початку XIX століть».
Володимир Боровиковський. «Портрет П. Руденка». 1778 р.**



**Рис. 3. Дніпровський художній музей. Зала основної експозиції №3
«Українське мистецтво другої половини XIX століття»**

щення в залах, а також надано розширений контекст для розуміння логіки побудови експозиції (Путівник, 2021).

Підсумовуючи, зазначимо: починаючи з 24 лютого 2022 року, у перші дні повномасштабного збройного вторгнення Російської Федерації в Україну, основну експозицію Дніпровського художнього музею було демонтовано, а представлені в ній твори – убезпечено відповідно до вимог воєнного стану.

Наразі тимчасовою альтернативою стала експозиція у форматі виставки творів живопису, графіки, скульптури та декоративно-прикладного мистецтва під назвою «Подарунки сучасних митців до 110-річчя музею», яку презентовано 25 квітня 2024 року.

Колектив музею з надією й готовністю очікує настання миру та перемоги України, аби в найкоротші строки повернути оновлену основну експозицію на її законне місце – як важливий інстру-

мент репрезентації колекції, культурної пам'яті та музейної ідентичності.

Висновки. У сучасному музейному просторі основна експозиція дедалі частіше розглядається як ключовий інструмент не лише репрезентації колекції, а й трансляції цінностей, візуальної ідентичності та світоглядної позиції інституції. Переосмислення традиційних підходів до експозиційної діяльності – від лінійно-хронологічного викладу до побудови візуального наративу з чіткою драматургією й акцентом на сторітелінг – стало ознакою нової музейної парадигми, орієнтованої на діалог із глядачем. Досвід провідних європейських музеїв переконливо демонструє ефективність такого підходу.

Український музейний контекст останнього десятиліття також позначився активізацією процесів оновлення візуальної ідентичності закладів культури. Попри обмежені ресурси й відсутність централізованої державної політики в цій сфері, окремі ініціативи засвідчують готовність українських музеїв до змін та їхню здатність інтегрувати актуальні підходи до експозицій-

ного дизайну, інтерпретації й комунікації з аудиторією.

Проект оновлення основної експозиції Дніпровського художнього музею є показовим прикладом успішної реалізації такого підходу на локальному рівні. Концепція оновленої експозиції поєднала хронологічну структуру з візуальними історіями, індивідуальними дизайнерськими рішеннями для кожного тематичного блоку, персоналізацією історичного наративу через фігури художників, колекціонерів і музейників, а також мультимедійною системою комунікації, що враховує різні типи сприйняття інформації.

Оновлена експозиція не лише представила колекцію в актуалізованому форматі, а й стала важливим чинником формування нового іміджу музею як сучасного комунікаційного простору. В умовах воєнного стану тимчасове призупинення роботи основної експозиції не применшує вагомості реалізованого проекту, який засвідчує цілеспрямованість команди закладу, її професійну відповідальність і стратегічне бачення ролі музею в сучасному культурному ландшафті.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Baudelle G., Krauss G. The governance model of two French national museums of fine arts relocated in the province: Centre Pompidou Metz and Louvre-Lens. *Belgeo*. 2014. № 1. P. 1–12. DOI: <https://doi.org/10.4000/belgeo.12765>.
2. Boiko V. The Sculpture by Vadym Sidur "Monument to the Fallen Children" (1968) – a Unique Exhibit in the Collection of the Dnipro Art Museum. *National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts Herald: Science journal*. 2024. №3. P. 131–135. DOI: <https://doi.org/10.32461/2226-3209.3.2024.327912>.
3. Dal Falco F., Vassos S. Museum Experience Design: A Modern Storytelling Methodology. *The Design Journal*. 2017. Vol. 20, №1. P. 3975–3983. DOI: <https://doi.org/10.1080/14606925.2017.1352900>.
4. Yang P.-Y. The Rijksmuseum's Slavery exhibition, 5 June – 29 August 2021. *Visual Communication*. 2024. Vol. 23, №2. P. 399–402. DOI: <https://doi.org/10.1177/14703572211063561>.
5. Вежбовська Л., Осадча Т. Ребрендинг українських художніх музеїв: дизайн як культурна стратегія. *Деміург: ідеї, технології, перспективи дизайну*. 2021. Т. 4. № 2. С. 176–196. DOI: <https://doi.org/10.31866/2617-7951.4.2.2021.246829>.
6. Кравченко А. І. Репрезентація колекції Дніпровського художнього музею порубіжжя XIX–XX століть в експозиційному блоці «Модерн. Авангард. Символізм». *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2024. №1. С. 180–187. DOI: <https://doi.org/10.32461/2226-3209.1.2024.302058>.
7. Несен І. І. Український портретний живопис XVIII – початку XIX століття в зібранні Дніпровського художнього музею. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2024. №1. С. 229–235. DOI: <https://doi.org/10.32461/2226-3209.1.2024.302071>.
8. Путівник. Дніпровський художній музей / упоряд. С.М. Несмачний. Київ : Сігматрейд, 2021. 60 с.
9. «Модерн. Авангард. Символізм» – нова зала музейної експозиції. *Дніпровський художній музей* : вебсайт. 08.06.18. URL: <https://artmuseum.dp.ua/?p=7726> (дата звернення: 17.06.2025).
10. Промакція «Вихід до міста». *Дніпровський художній музей* : вебсайт. 19.03.15. URL: <http://artmuseum.dp.ua/?p=4571> (дата звернення: 20.05.2025).

REFERENCES

1. Baudelle G., Krauss G. (2014). The governance model of two French national museums of fine arts relocated in the province: Centre Pompidou Metz and Louvre-Lens. *Belgeo*, 1, 1–12. <https://doi.org/10.4000/belgeo.12765>
2. Boiko V. (2024). The Sculpture by Vadym Sidur "Monument to the Fallen Children" (1968) – a Unique Exhibit in the Collection of the Dnipro Art Museum. *National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts Herald: Science journal*, 3, 131–135. <https://doi.org/10.32461/2226-3209.3.2024.327912>
3. Dal Falco F., Vassos S. (2017). Museum Experience Design: A Modern Storytelling Methodology. *The Design Journal*, 20(1), 3975–3983. <https://doi.org/10.1080/14606925.2017.1352900>
4. Yang P.-Y. (2024). The Rijksmuseum's Slavery exhibition, 5 June – 29 August 2021. *Visual Communication*, 23(2), 399–402. <https://doi.org/10.1177/14703572211063561>

5. Vezhbovska, L., & Osadcha, T. (2021). Rebrendynh ukraïnskykh khudozhnikh muzeiv: dyzain yak kulturna stratehiia [Rebranding of Ukrainian Art Museums: Design as a Cultural Strategy]. *Demiurge: Ideas, Technologies, Perspectives of Design*, 4(2), 176–196. <https://doi.org/10.31866/2617-7951.4.2.2021.246829> [in Ukrainian].
6. Kravchenko A. (2024). Reprezentatsiia koleksii Dniprovskoho khudozhnoho muzeiu porubizhzhia XIX–XX stolit v ekspozytsiinomu blotsi «Modern. Avanhard. Symvolizm» [Representation of Dnipro art Museum`s Collection of the Late 19th and Early 20th Centuries at Exposition Block "Modern. Avant-garde. Symbolism"]. *National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts Herald: Science journal*, 1, 180–186. <https://doi.org/10.32461/2226-3209.1.2024.302058> [in Ukrainian].
7. Nesen I. (2024). Ukrayinskyy portretnyy zhyvopys XVIII – pochatku XIX stolittya v zibranni Dniprovskoho khudozhnoho muzeyu [Ukrainian Portrait Painting of the 18th–Early 19th Centuries in the Collection of the Dnipro Art Museum]. *National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts Herald: Science journal*, 1, 229–235 [in Ukrainian].
8. Nesmachnyi S.M. (Eds.). (2021). Putivnyk. Dniprovskyy khudozhnii muzei [Guide. Dnipro Art Museum]. Kyiv : Sigmatrade [in Ukrainian].
9. «Modern. Avanhard. Symvolizm» – nova zala muzeinoi ekspozytsii ["Modern. Avant-garde. Symbolism" – a new museum exhibition hall]. (2018, June 08). *artmuseum.dp.ua*. Retrieved from <https://artmuseum.dp.ua/?p=7726> [in Ukrainian]
10. Promoaktsiia «Vykhid do mista» [Promotion «Engagement with the City»]. (2015, March 19). *artmuseum.dp.ua*. Retrieved from <http://artmuseum.dp.ua/?p=4571> [in Ukrainian].