

**DOI <https://doi.org/10.32405/2663-5739-2025-9-109-120>****УДК 069:159.9+069Ю51:069.12****Олексій Караманов,**

доктор педагогічних наук, професор,  
професор кафедри загальної педагогіки та педагогіки вищої школи,  
завідувач Лабораторії музейної педагогіки,  
Львівського національного університету імені Івана Франка,  
м. Львів, Україна  
ORCID ID: 0000-0002-0067-0747  
e-mail: [ank@online.ua](mailto:ank@online.ua)

## **МУЗЕЙНА ПСИХОЛОГІЯ В ЕКСПОЗИЦІЙНОМУ ПРОСТОРИ: ВІД ДИФЕРЕНЦІАЦІЇ ВІДВІДУВАЧІВ ДО ЕФЕКТИВНОЇ ТЕРАПІЇ**

*Анотація.* У статті аналізується сучасне розуміння та інтерпретація музейної психології – міждисциплінарної галузі знань, що розкриває психологічні засади музейної комунікації та специфіку сприйняття аудиторією музейного простору. Музейна психологія досліджує особливості діяльності й поведінки відвідувачів, їх маршрутів у межах музейної експозиції, проводить диференціацію відвідувачів за різноманітними ознаками, активно зосереджує увагу на вивченні їх психічних процесів, станів та властивостей в музейному просторі. Розкрито значення трьох компонентів музейної комунікації в контексті музейної психології – функціональний, особистісний та ідентифікаційний, котрі дотичні до формування психологічної атмосфери музею, емоційної залученості відвідувачів в тематику експозицій, визначення їх приналежності до певної соціальної спільноти.

Виокремлено найважливіші аспекти освітнього середовища музею, що сприяє формуванню психологічно комфортної атмосфери в музеї, вирізняється своєю урочистістю, святковістю та витонченістю, формує естетичні потреби особистості. Психологічна атмосфера музею виявляється у чіткій та послідовній організації музейного простору шляхом втілення у музейну практику різних моделей комунікації, побудованих на основі сучасних концепцій наукової освіти, смарт-музею, ед'ютейнменту, відкритого музею, партисипативного музею.

Акцентовано на особливій ролі музейної психології у процесі інтерпретації музейних експонатів на різних типах занять та розгортанні музейних активностей з метою актуалізації матеріальної і нематеріальної культурної спадщини, формування відповідних вражень та створення унікальних музейних подій. Узагальнено перспективи втілення музейної психології у процесі застосування різних психологічних методик в експозиційному просторі, взаємодії різних наукових дисциплін та актуалізації культурно-освітньої діяльності музеїв.

**Ключові слова:** музей, музейна психологія, музейна комунікація, музейна

педагогіка, музейний простір, музейне середовище, експозиційна діяльність музеїв, партисипація.

**Постановка проблеми у загальному вигляді.** Сучасні стратегії розвитку педагогічного та історико-педагогічного знання нездійсненні без усебічного міждисциплінарного бачення дослідницької проблематики, яка часто вимагає візуалізації, «озвучення», «насичення емоціями», проговорення у відповідних аспектах, бачення нових контекстів тощо. Важливим майданчиком для цього є освітній просторі та освітнє середовище музею, яке уможливорює створення ефектів занурення, заглиблення, співпричетності відвідувача до відповідної експозиційної тематики. Очевидно, що розуміння різних аспектів комунікації у просторі музею неможливе без знання, усвідомлення та урахування психологічних засад цієї діяльності, зумовлених динамічними змінами у глобальних процесах розвитку, навчання, виховання та рекреації для аудиторії різного віку.

Однією зі сфер музейної комунікації є музейна психологія – сучасний міждисциплінарний науково-практичний напрям, який комплексно досліджує особливості сприйняття музею його відвідувачами, вивчає функціонування механізмів соціальної пам'яті, розуміння «мови музею» та особливості комунікації в музейному просторі (Караманов, 2021, с. 111).

**Аналіз основних досліджень і публікацій.** Різноманітні аспекти психологічних аспектів музейної комунікації, музейної психології та музейної соціології були окреслені у працях вітчизняних та закордонних дослідників С. Бітгуда, Л. Гайди, Ю. Євдокімової, Н. Капустіної, Є. Ковальчук, Р. Маньковської, Т. Мишевої, Г. Рудик, Т. Харитонової, О. Харченко та ін., які вивчали психологічні особливості музейного середовища та дизайну в музеях у контексті музейно-педагогічної діяльності та передачі соціальної інформації, традиційно-побутових музейних практик, проєктування музеїв в закладах освіти, розвиток психології у музеях художнього профілю; фактори, що впливають на увагу і реакцію відвідувачів на музейних виставках,

проблематику відвідувачів у процесі вивчення музейної аудиторії та культурно-освітньої роботи, принципи ефективності музейної комунікації тощо. З огляду на відсутність синтетичних досліджень необхідним є узагальнення накопиченого досвіду в окремій публікації.

**Мета та завдання статті.** Головна мета нашого дослідження – проаналізувати ключові аспекти музейної психології, розглянути їх застосування під час організації комунікації з відвідувачами музею, а також окреслити перспективи її розвитку у контексті взаємодії з музейною педагогікою та музейною соціологією.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** З-поміж найперших завдань, поставлених перед музейною психологією, було вивчення діяльності й поведінки відвідувачів, їхніх маршрутів у межах музейної експозиції, загальних реакцій на зміст самої експозиції, оціночних суджень та рефлексій. Такі завдання здебільшого зумовила необхідність вималювати «портрет середньостатистичного відвідувача», його різну мотивацію до музейного візиту та різноманітних очікувань від цього.

Іще одним важливим завданням музейної психології можна визначити диференціацію відвідувачів за різноманітними ознаками (вік, стать, соціальний статус, актуальна професія, сімейний стан тощо), що слугує підвищенню ефективності та результативності проведення музейних уроків, семінарів, екскурсій, майстер-класів та інших активностей.

Крім цього, музейна психологія активно зосереджувала увагу на вивченні психічних процесів, станів та властивостей відвідувачів в музейному просторі, зокрема, особливостей рис характеру й типу темпераменту, загальної спрямованості особистості, можливостей концентрації та переключення уваги, формування пізнавальної активності, мислення та уяви, розвиток інтелектуальних здібностей, включення резервів пам'яті тощо.

За своєю спрямованістю музейна психологія охоплює три компоненти музейної комунікації:

- *функціональний*, який пов'язаний з оцінкою психологічної

атмосфери музею, що виявляється у різних аспектах організації простору;

- *особистісний*, що дотичний до оцінки емоційної залученості відвідувачів в тематику експозицій – модель оцінки емоцій PAD (задоволення, збудження, домінування);

- *ідентифікаційний*, що відображає приналежність до соціальної спільноти відвідувачів, адже музей бере участь у спілкуванні з відвідувачами не тільки за допомогою експонатів і простору, а є джерелом комунікаційних повідомлень, які формують певні очікування та інтерсуб'єктний простір.

Окремо можна виділити вивчення різноманітних емоційних станів, зумовлених рівнем активності людини, актуальними стресовими ситуаціями, синдромом хронічної втоми, тривожності, загостреними проявами деструктивної поведінки.

Вагомі акценти музейної психології концентруються довкола базових психічних процесів особистості – відчуття і сприймання, що дає нагоду звернути увагу на особливості формування відповідного музейного простору та музейного середовища, яке може бути комфортним, зручним, мотиваційним, заохочувальним та інклюзивним. Це ж стосується й принципів уваги відвідувачів, яким притаманна вибірковість, наявність стимулів для концентрації на певних експонатах, фізична або інтелектуальна втома від перенасичення враженнями (Bitgood, 2022).

Відомо, що музейний простір посилює процес сприйняття експонатів у контексті діалогу різних культур, подолання стереотипів мислення й упереджених суджень. Таке сприйняття базується на реконструкції частини минулого через призму історії окремих предметів, відтворенні лінії подій, інтерпретації фактів, аналізі етапів життя і творчості конкретної особистості. Усвідомлення цього процесу сприяє додатковому залученню відвідувачів до споглядання та аналізу музейних колекцій, виявленню тих зрозумілих аспектів, що дозволяють вільно отримувати необхідну інформацію (Караманов, 2013, с. 292).

Розкриваючи структуру освітнього середовища музею, можна звернути

увагу на взаємодію особистості з цим середовищем у суб'єкт-суб'єктній системі відносин, коли відбувається їх взаємовплив; знання вікових особливостей відвідувачів; організацію навчально-пізнавальної діяльності на основі провідної діяльності у взаємозв'язку з іншими її видами (Караманов, 2020, с. 297), урахування процесів соціалізації особистості (Караманов, 2007, с. 58–64).

Освітнє музейне середовище (або музейне середовище навчання – О. К.) сприяє формуванню й відповідної психологічно комфортної атмосфери в музеї, що вирізняється своєю урочистістю, святковістю та витонченістю, виховує естетичні потреби особистості. Психологічна атмосфера музею виявляється у чіткій та послідовній організації музейного простору завдяки емоційному залученню відвідувачів до тематики експозиції (Караманов, 2021, с. 111).

На основі численних міждисциплінарних досліджень і освітніх практик музейної психології можна виокремити найважливіші аспекти творення освітнього середовища через втілення у музейну практику різних моделей комунікації, заснованих на сучасних концепціях наукової освіти (*science education*), смарт-музею (*smart museum*), ед'ютейнменту (*edutainment*), відкритого музею (*open museum*), партисипативного музею (*participatory museum*) та ін.

Наприклад, концепція наукової освіти це – педагогічний концепт, метою якого є популяризація та вивчення науки серед учнів. Вона охоплює такі сфери, як науковий контент, наукові методи, засоби та принципи, деякі суспільні науки, а також педагогічні технології та методики, ґрунтуючись на автономності учня в освітньому процесі та передбачає самостійний пошук і виконання освітніх завдань як окремих проектів та досліджень (Ласкова-Ярмоленко, 2021, с. 54). Ця концепція головно реалізується в музеях науки і техніки, акцентуючи на пізнавальну, пошукову і проектну діяльність, базовану на формуванні допитливості та мотивації.

Концепція смарт-музею акцентує на використанні музеями сучасних технологій для покращення своїх пропозицій, зокрема, отримання інсайту з

цільової аудиторії (відвідувачів), завдяки збору даних про їхню поведінку та інтереси); пошук нових засобів вимірювання продуктивності колекції – без урахування кількості відвідувачів та доходів; адаптацію майбутніх експозицій до інтересів (потенційних) відвідувачів (Яким має бути smart-музей, 2018). Це відбувається під час відстеження пересування відвідувачів та розуміння психологічних контекстів цього процесу, відстеження місця розташування відвідувачів у реальному часі, ідентифікації відвідувачів та застосування біометричних сенсорів.

Концепція ед'ютейнменту відображає спосіб мотивації дітей до навчання та є новою освітньою технологією, що ґрунтується на задоволенні, яке дитина та педагог отримують від процесу навчання на основі принципів системності, діяльності та безперервності, домінанти, варіативності та психологічної комфортності (Крутій, 2017, с. 3–5). Ед'ютейнмент активно втілюється у діяльності інтерактивних музеїв, у яких діти не лише ознайомлюються із зовнішнім виглядом та структурою експонатів, а й набувають досвіду маніпулювання цими предметами, проводячи з ними різноманітні експерименти.

Концепція відкритого музею («живого музею» – О. К.) передбачає психологічне забезпечення занурення у життя людей у минулому та ґрунтується на посередництві нематеріальної колекції через активну участь відвідувачів, що використовується для розвитку трьох тісно пов'язаних між собою ресурсів, що відповідають конкретним цілям, а саме:

- соціальному призначенню (застосування різноманітної педагогічної методології, що використовує активну участь та живу історію для залучення широких груп відвідувачів);
- економічній підзвітності (втіленні розмаїтих педагогічних методик для практичного залучення відвідувачів);
- економічній стійкості (підприємницька діяльність, що ґрунтується на розробці курсів з нематеріальної спадщини);

- культурної стійкості (використання нематеріальної спадщини як засобу для підтримки та розвитку ремесел і живої історії) (Olinsson, 2023, p. 13).

Концепція партисипативного музею розглядає його як місце, де відвідувачі можуть творити та поширювати контент, а також об'єднуватися один з одним навколо нього, розширюючи розуміння та функцію музею, створюючи зв'язки між людьми, інститутами, поняттями, концепціями, смислами. Загалом, партисипація орієнтується на так звану «культуру участі» – роботи, яка по суті своїй спрямована на суспільну терапію, збільшення толерантності, розвитку здатності людей приймати іншу думку та жити у складному світі, який «простішим уже не стане» (Цит. за: Ловак, 2019, с. 177).

Особлива роль музейної психології появляється під час інтерпретації музейних експонатів на різних типах занять та музейних активностей (майстер-класів, хакатонів) з метою актуалізації матеріальної і нематеріальної культурної спадщини, формування відповідних вражень та створення унікальних музейних подій. Учасниками таких подій може бути різновікова аудиторія, що уможлиблює цілісне музейне дійство на основі запланованих сценаріїв, а також спеціально розроблених музейно-педагогічних програм і проєктів, які можна втілити і у віртуальному просторі за допомогою сучасних цифрових технологій (VR/AR), що дає змогу інтенсивніше долучатися до теми мистецтва та занурюватися в атмосферу музейних експозицій (Харченко, 2020, с. 27).

Музейна психологія активно застосовує свій інструментарій у процесі організації та проведення діагностичних, терапевтичних, корекційних заходів в музейних закладах різного типу й профілю (Cotter & Pawelski, 2021). Ці заходи, наприклад, можуть бути спрямовані на відновлення психоемоційного стану людей, які перебували у зоні бойових дій, зазнали насильства; психічних травм або хвороб; що могло призвести до порушень фізичного та психологічного стану; стали жертвами певного збігу несприятливих обставин тощо.

Музейну психологію активно втілюють у багатьох вітчизняних та світових музейних закладах, які застосовують різні психологічні методики, техніки та прийоми як в експозиційному просторі, так і у роботі з

відвідувачами, наголошуючи на моделюванні візуального ряду та музейних образів, техніках занурення у минуле, озвучення різних історичних явищ і подій тощо.

Особливого значення це набуває у так званих психологічних музеях, створених по всьому світу, з-поміж яких можна виокремити *Музей розуму у Гарлемі (Нідерланди)* (пропонує здійснити інтерактивну подорож для відкриття власного розуму та розуму інших людей на виставках з аутсайдерським мистецтвом, де художники демонструють свої уявні внутрішні світи) (Museum of the Brain), *Музей Фрейда у Лондоні (Великобританія)* (прагне пояснити відвідувачам різні аспекти психоаналізу на основі репрезентації кабінету вченого, його особистих речей, зокрема, картин і фотографій, реалізуючи дослідницькі програми і освітні проекти) (Freud Museum London), *Музей розбитих стосунків у Загребі (Хорватія)* розповідає повчальні людські історії взаємних стосунків та втраченого кохання на основі артефактів, що слугує своєрідною терапією для відвідувачів) (Museum of Broken Relationships), *Музей мозку в Лімі (Перу)* (репрезентує різні аномалії й патології розвитку головного мозку людини, викликані соціальними чинниками, неврологічними захворюваннями, психічними розладами, токсикоманією) (Museum of the Mind) тощо.

Практичним втіленням музейної психології у освітньому процесі ЗВО є розроблені нормативні курси, які викладають у Київському національному університеті імені Тараса Шевченка («Психологія в музейній діяльності») та Львівському національному університеті імені Івана Франка («Основи музейної психології»), що є свідченням актуальності цієї дисципліни у міждисциплінарних аспектах культурно-освітньої та музейно-педагогічної діяльності.

**Висновки.** На основі проведеного дослідження визначимо, що роль музейної психології у просторі музею може бути визначена у таких форматах:

- *прикладної галузі знань*, яка вивчає загальні особливості поведінки музейної аудиторії на експозиції та диференційований підхід до неї з метою

організації ефективної музейної комунікації;

- *наукової дисципліни*, що охоплює багатоаспектне вивчення психічних процесів, станів та властивостей особистості у просторі музею, зокрема, різних ефектів та емоційних станів – від споглядання і осмислення до переживання і рефлексії;

- *субдисципліни музейної педагогіки*, спрямованої на осмислене сприйняття багатоаспектності музейних експонатів й формування своєрідної психологічно комфортної музейної атмосфери для міжособистісної комунікації та взаємодії;

- *субдисципліни музейної соціології*, зосередженої на науково-практичному дослідженні музейної аудиторії, розробці відповідного інструментарію, проведенні моніторингу позицій та настроїв людей, залучених до сфери культурно-освітньої діяльності музею;

- *технології* послідовної дидактичної інтерпретації музейних експонатів та проведення музейних подій для ефективного навчання й виховання відвідувачів, у тому числі із залученням віртуального простору та цифрових технологій (VR/AR);

- *терапевтичної діяльності*, котра фокусує увагу на реабілітації різних категорій населення у музейному просторі у процесі формування спеціального середовища комунікації;

- *інклюзивного центру* – створення безбар'єрного простору для осіб з інвалідністю та дітей з інвалідністю різних нозологій і технік універсального дизайну.

**Перспективи подальших досліджень.** Перспективами розвитку музейної психології визначимо налагодження активної взаємодії з музейною педагогікою, музейною дидактикою, музейною соціологією та іншими субдисциплінами у контексті формування типового психологічного портрету відвідувача музейного закладу, вивчення його емоційних станів, особливостей характеру та темпераменту, мотивації до музейних візитів; дослідження особливостей формування творчої музейної атмосфери та культури вражень. Це

може відбуватися у форматі теоретичних і прикладних розвідок за допомогою емпіричних методів, а також організації інтеграційних музейно-педагогічних заходів.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

- Караманов, О. В. (2021). Музейна психологія у системі організації комунікації з відвідувачами. *Музейна педагогіка – проблеми, сьогодення, перспективи: матеріали Дев'ятої науково-практичної конференції (Київ, 7-8 жовтня 2021 р.)*, Національний заповідник «Києво-Печерська лавра» (с. 111–113).
- Караманов, О. В. (2013). Освітній простір і навчальне середовище в контексті міжкультурної комунікації в музеї. *Prace Naukowe Akademii im. Jana Długosza w Częstochowie. Pedagogika (Pod red. K. Rędzińskiego, M. Łapota)*, XXII, 291–300.
- Караманов, О. В. (2020). Педагогічна діяльність музеїв в сучасному освітньому просторі України : монографія. Львів.
- Караманов, О. В. (2007). Роль музейної педагогіки у процесі соціалізації особистості. *Вісник Львівського університету. Серія педагогічна*, 22, 58–64.
- Крутий, К. (2017). Едьютейнмент – навчання як розвага. *Дошкільне виховання*, 1, 2–6.
- Ласкова-Ярмоленко, А. (2021). Наукова освіта як основа формування життєвої компетентності молоді в умовах трансформації суспільства. *Освіта та розвиток обдарованої особистості*, II, № 2 (81), 52–56.
- Ловак, В. Б. (2019). Виклики для сучасного музею: зрозуміти та підготуватися. *Vita Antiqua*, 11, 174-179.
- Харченко, О. (2020). Теоретичні аспекти культурно-освітньої роботи з відвідувачами різного віку: розвиток музейної психології у музеях художнього профілю. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Музеєзнавство і пам'яткознавство*, 3(1), 21–32. <https://doi.org/10.31866/2617-7943.3.1.2020.205314>
- Яким має бути smart-музей? (2018). Технології, які здатні змінити сприйняття мистецтва. <https://www.imena.ua/blog/smart-museum/>
- Bitgood, S. C. (2002). Environmental psychology in museums, zoos, and other exhibition centers. In R. B. Bechtel & A. Churchman (Eds.), *Handbook of environmental psychology* (p. 461–480). John Wiley & Sons, Inc.
- Cotter, K. N., & Pawelski, J. O. (2021). Art museums as institutions for human flourishing. *The Journal of Positive Psychology*, 17 (2), 288–302. <https://doi.org/10.1080/17439760.2021.2016911>
- Freud Museum London. <https://www.freud.org.uk/>
- Museum of Broken Relationships. <https://brokenships.com/>
- Museum of the Brain, Lima, Peru. <https://www.incn.gob.pe/museo-del-cerebro/>
- Museum of the Mind. <https://museumvandegeest.nl/english-information/>
- Olinsson, S. B. (2023). A Museology for OpenAir Museums. *Journal of Conservation and Museum Studies*, 21 (1), 1, 1–17. DOI: <https://doi.org/10.5334/jcms.223>

## REFERENCES

- Karamanov, O. V. (2021). Museum psychology in the system of organising communication with visitors. *Muzeina pedahohika – problemy, sohodennia, perspektyvy: materialy Deviatoi naukovo-praktychnoi konferentsii (Kyiv, 7-8 zhovtnia 2021 r.)*, Natsionalnyi zapovidnyk «Kyievo-Pecherska lavra» (p. 111–113). [in Ukrainian].
- Karamanov, O. V. (2013). Educational space and learning environment in the context of intercultural communication in the museum. *Prace Naukowe Akademii im. Jana Długosza w*

- Częstochowie. *Pedagogika* (Pod red. K. Rędzińskiego, M. Łapota), XXII, 291–300 [in Ukrainian].
- Karamanov, O. V. (2020). *Pedagogical activities of museums in the modern educational space of Ukraine: a monograph*. Lviv [in Ukrainian].
- Karamanov, O. V. (2007). The role of museum pedagogy in the process of personality socialisation. *Visnyk Lvivskoho universytetu. Seriiia pedahohichna*, 22, 58–64 [in Ukrainian].
- Krutii, K. (2017). Edutainment – learning as entertainment. *Doshkilne vykhovannia*, 1, 2–6 [in Ukrainian].
- Laskova-Yarmolenko, A. (2021). Science education as a basis for the formation of life competence of young people in the context of social transformation. *Osvita ta rozvytok obdarovanoi osobystosti*, II, № 2 (81), 52–56 [in Ukrainian].
- Lovak, V. B. (2019). Challenges for the modern museum: to understand and prepare. *Vita Antiqua*, 11, 174-179 [in Ukrainian].
- Kharchenko, O. (2020). Theoretical aspects of cultural and educational work with visitors of different ages: development of museum psychology in art museums. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu kultury i mystetstv. Seriiia: Muzeieznavstvo i pamiatkoznavstvo*, 3(1), 21–32. <https://doi.org/10.31866/2617-7943.3.1.2020.205314> [in Ukrainian].
- What should a smart museum look like? (2018). Technologies that can change the perception of art. <https://www.imena.ua/blog/smart-museum/> [in Ukrainian].
- Bitgood, S. C. (2002). Environmental psychology in museums, zoos, and other exhibition centers. In R. B. Bechtel & A. Churchman (Eds.), *Handbook of environmental psychology* (pp. 461–480). John Wiley & Sons, Inc.
- Cotter, K. N., & Pawelski, J. O. (2021). Art museums as institutions for human flourishing. *The Journal of Positive Psychology*, 17 (2), 288–302. <https://doi.org/10.1080/17439760.2021.2016911>.
- Freud Museum London. <https://www.freud.org.uk/>.
- Museum of Broken Relationships. <https://brokenships.com/>.
- Museum of the Brain, Lima, Peru. <https://www.incn.gob.pe/museo-del-cerebro/>.
- Museum of the Mind. <https://museumvandegeest.nl/english-information/>.
- Olinsson, S. B. (2023). A Museology for OpenAir Museums. *Journal of Conservation and Museum Studies*, 21 (1), 1, 1–17. DOI: <https://doi.org/10.5334/jcms.223>.

**Oleksii Karamanov,**

Doctor of Pedagogical Sciences, Professor  
Professor of the Department of General and Higher Education,  
Head of the Laboratory of Museum Pedagogy,  
Ivan Franko National University of Lviv  
Lviv, Ukraine

ORCID ID: 0000-0002-0067-0747

e-mail:[ank@online.ua](mailto:ank@online.ua)

## **MUSEUM PSYCHOLOGY IN THE EXHIBITION SPACE: FROM VISITOR DIFFERENTIATION TO EFFECTIVE THERAPY**

**Abstract.** The author of the article analyses the modern understanding and interpretation of museum psychology, an interdisciplinary field of knowledge that reveals the psychological foundations of museum communication and the specifics of the audience's perception of the museum space. Museum psychology explores the

peculiarities of visitors' activities and behaviour, their routes within the museum exposition, differentiates visitors by various characteristics, and actively focuses on the study of their mental processes, states and properties in the museum space.

The author reveals the significance of three components of museum communication in the context of museum psychology – functional, personal and identification, which are related to the formation of the psychological atmosphere of the museum, the emotional involvement of visitors in the subject matter of the expositions, and the determination of their belonging to a certain social community.

The most important aspects of the museum's educational environment are highlighted, which contributes to the formation of a psychologically comfortable atmosphere in the museum, is distinguished by its solemnity, festivity and sophistication, and forms the aesthetic needs of the individual. The psychological atmosphere of the museum is manifested in the clear and consistent organisation of the museum space by implementing various communication models in museum practice based on modern concepts of science education, smart museum, edutainment, open museum, and participatory museum.

The author of the article emphasises the special role of museum psychology in the process of interpreting museum exhibits at various types of classes and deploying museum activities in order to actualise tangible and intangible cultural heritage, form relevant impressions and create unique museum events. The article summarises the prospects of implementing museum psychology in the process of applying various psychological methods in the exhibition space, interaction of various scientific disciplines and actualisation of cultural and educational activities of museums.

**Keywords:** museum, museum psychology, museum communication, museum pedagogy, museum space, museum environment. exposition activities of museums, participation.