

*Н. С. Чемеріченко*

*Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна*

**Інтернет-комунікація довкола музейної тематики в контексті туризму  
(на прикладі Києва, Львова і Харкова)**

**Чемеріченко Н. С. Інтернет-комунікація довкола музейної тематики в контексті туризму (на прикладі Києва, Львова і Харкова).** Репрезентація туристичних об'єктів України в мережі Інтернет популяризує у світі Україну як країну зі сприятливим туристичним кліматом, допомагає швидше інтегруватися країні в міжнародний туристичний простір. У статті досліджується відображення українських спільнотематичних туристичних об'єктів різних регіонів України на прикладі музеїв і виявлення туристичної комунікації відносно до цих об'єктів, що наразі є дуже актуальним, бо комунікація туристів у публікаціях блогерів і на сайтах туристичного та іншого спрямування є вкрай важливою для впливу на обрання вітчизняними та іноземними туристами об'єкту для подорожі й розуміння подібностей і відмінностей між однаковими туристичними об'єктами в різних регіонах нашої країни. Для аналізу було обрано музеї з однаковою тематикою, розташовані на Східній, Західній і Центральній Україні, зокрема музеї-аптеки. Аналіз музеїв відбувався за самостійно розробленими критеріями, що так чи інакше впливають на обрання туристами об'єкту для відвідування, а саме: позиціонування туристичного об'єкту; особливості як об'єкту туристичного маршруту; цікаві факти про туристичний об'єкт; розташування туристичного об'єкту; специфіка того, що знаходиться всередині; фотографії, відео; відгуки і комунікація туристів. Для аналізу музеїв-аптек у Харкові, Києві і Львові було обрано по 6 українських блогів і сайтів туристичної та іншої направленості. У статті проаналізовано спільні й відмінні риси спільнотематичних музеїв, розташованих у різних регіонах України, та комунікацію туристів стосовно них – і виявлено, що для формування повного загального уявлення про музей певного типу, що існує в кількох регіонах країни, достатньо відвідати один в обраному регіоні. На основі аналізу туристичної комунікації виявлено потенційний вплив публікацій про туристичні об'єкти на вибір мандрівниками туристичного напрямку.

**Ключові слова:** *інтернет-комунікація, музейна тематика, репрезентація туристичних об'єктів, туризм, блог, сайт.*

**Чемеріченко Н. С. Интернет-коммуникация вокруг музейной тематики в контексте туризма (на примере Киева, Львова и Харькова).** Репрезентация туристических объектов Украины в сети Интернет популяризирует на мировой арене Украину как страну с благоприятным туристическим климатом, помогает быстрее интегрироваться стране в международное туристическое пространство. В статье исследуется отображение украинских общетематических туристических объектов различных регионов Украины на примере музеев и выявление туристической коммуникации по отношению к этим объектам, что в данный момент актуально, так как коммуникация туристов в публикациях блогеров и на сайтах туристической и другой направленности крайне важна для влияния на избрание внутренними и иностранными туристами объекта для посещения и понимания сходств и различий между однотипными туристическими объектами в различных регионах нашей страны. Для анализа были выбраны музеи с одинаковой тематикой, расположенные в Восточной, Западной и Центральной Украине, в частности музеи-аптеки. Музеи анализировались по самостоятельно разработанным критериям, так или иначе влияющим на выбор туристами объекта для посещения, а именно: позиционирование туристического объекта; особенности как объекта туристического маршрута; интересные факты о туристическом объекте; расположение туристического объекта; специфика того, что находится внутри; фотографии, видео; отзывы и коммуникация туристов. Для анализа музеев-аптек в Харькове, Киеве и Львове было выбрано по 6 украинских блогов и сайтов туристической и другой направленности. В статье проанализированы одинаковые и разные характеристики общетематических музеев, расположенных в разных регионах Украины, и коммуникацию туристов по ним – и определено, что для формирования полного общего представления о музее определенного типа, расположенного в нескольких регионах страны, достаточно посетить один в выбранном регионе. На основе анализа туристической коммуникации обнаружено потенциальное воздействие публикаций о туристических объектах на выбор путешественниками туристического направления.

**Ключевые слова:** *интернет-коммуникация, музейная тематика, репрезентация туристических объектов, туризм, блог, сайт.*

**Chemerichenko N. Internet Communication on Museum Subjects in the Context of Tourism (on the example of Kyiv, Lviv and Kharkiv).** Representation of tourist sites of Ukraine on the Internet widely popularizes Ukraine as a tourist friendly and interesting country, and thus, helps the country to integrate into the international tourist community faster. The article explores the mapping of Ukrainian tourist-related special sites in various regions of Ukraine on the example of museums. We study tourist communication as a feedback to these objects, which is currently relevant, as tourists' communication via blogging and on tourist and other websites influences domestic and foreign tourists when they choose, which place to visit, and helps to understand the similarities and differences between tourism objects of the same type in different regions of our country. For our analysis, we have chosen thematically similar museums, located in Eastern, Western and Central Ukraine, in particular, apothecary museums. These museums have been analyzed according to independently developed criteria, which somehow affected tourists' choice of an object to visit, namely: self-positioning of a tourist object; its advantages as a tourist object; interesting facts about a tourist site; location of a tourist site; the specifics of its interior; photos, videos; reviews and communication of tourists. For the analysis of apothecary museums in Kharkiv, Kyiv and Lviv, six Ukrainian blogs and sites of a tourist and other orientation have been selected. The article analyzes both common and different characteristics of general thematic museums located in different regions of Ukraine, and the communication of tourists through them – and it is determined that to form a complete general idea of a museum of a certain type, located in several regions of the country, it is enough to visit one in the selected region. The analysis of tourist communication demonstrates the potential impact of publications about tourist sites on the choice of tourism destinations.

**Keywords:** *internet communication, museum subjects, representation of tourist sites, tourism, blogs and sites.*

Завдяки туризму Україна наразі гармонійно входить у світовий економічний простір і стає невід'ємною частиною європейської спільноти, що дуже важливо для презентації країни в світі як самодостатньої і суверенної, розвиненої, а також туристично привабливої держави. Завдяки введенню безвізового режиму між Євросоюзом і Україною, що набув чинності 11 червня 2017 року, українські туристи отримали можливість набагато простіше та швидше відвідувати різні країни світу, також європейські туристи охоче відвідують Україну, яка приваблює їх об'єктами культурної спадщини, природними рекреаційними зонами, історичними пам'ятками, великими можливостями для різних форм відпочинку та дозвілля. Все частіше на вибір вітчизняними та іноземними туристами об'єктів для відвідування впливає не робота професійних туристичних агентств, а яскраве, цікаве та всебічне відображення туристичного об'єкту в мережі Інтернет, зокрема відгуки й коментарі мандрівників, які вже відвідали цей туристичний об'єкт.

На жаль, тема туризму, зокрема в інформаційно-комунікаційних інтернет-ресурсах, досі недостатньо вивчена журналістикознавцями та потребує більш детального різнобічного дослідження. О. Александров у роботі «Теоретичні проблеми дослідження сучасного українського тревелогу» [1] зазначає: «Невиправданим є те, що сучасний український тревелог фактично поза увагою українських журналістикознавців, адже він став соціокомунікаційним феноменом, який, з одного боку, відображає кризу традиційної для нашої ментальності з її культом роду і землі картини світу, а з іншого, – суттєво впливає на формування нової» [1].

Однак, тема туризму дуже часто фігурує в усіх ЗМІ (зокрема, в інтернет-виданнях і в друкованих засобах масової інформації туристичної та іншої направленості, у блогах тощо). Існує безліч матеріалів, де автори розповідають про ті чи інші туристичні об'єкти, що знаходяться на заході України, на сході, на півдні і в центральній її частині. Ці публікації дають внутрішнім та іноземним туристам загальне уявлення про туристичні об'єкти України. Пишучи про публікації туристичного змісту, В. Перехейда стверджує у своїй роботі «Комунікативна місія внутрішнього туризму в Україні як інтегратора суспільства» [19]: «Завдання полягає в тому, щоб виявити й запропонувати туристу щось особливе –

донести, що в кожному регіоні України є унікальні місця, різноманітні ресурси» [19].

В цьому випадку не має жодного значення, чи матеріал про туристичні об'єкти України був написаний професійним журналістом, чи просто любителем подорожей та пригод. Як правило, публікації непрофесійних журналістів мають розважальний характер, вони оцінюють цікаві місця з погляду власного досвіду перебування там. Натомість зміст журналістських матеріалів так чи інакше направлений на стимулювання споживчої активності людей у галузі туризму. У роботі «Особливості місцевої тревел-журналістики в контексті розвитку внутрішнього туризму» [20] Ю. Полежаєв стверджує, що на формування думки споживачів туристичних послуг однаково впливають публікації як професійних журналістів, так і аматорів: «Авторами робіт про визначні пам'ятки й видатних людей рідного краю виступають як професійні журналісти, так і позаштатні автори. Публікації, в яких самовиражаються пересічні громадяни – любителі та шанувальники рідного краю, не завжди відповідають суворим професійним критеріям журналістики, але разом з тим вони нерідко мають надзвичайно важливі якості – щирість та свіжість сприйняття, непідробне прагнення поділитися своїми живими враженнями» [20].

У роботі використовувалися дослідження сучасних українських журналістикознавців, що стосуються теми туризму в Україні, зокрема таких авторів, як О. Александров, В. Перехейда, Ю. Полежаєв та інші. Вчені, зокрема сучасні українські дослідники з різних галузей, неодноразово торкалися теми туризму в різноманітних контекстах, однак більшість таких досліджень відбувається під кутом зору категорії іміджу, а не вивчає музеї як самостійне явище в межах туристичної комунікації.

Мета роботи полягає у виявленні основних інформаційно-комунікаційних параметрів інтернет-ресурсів із рецепцією однотипних туристичних об'єктів (на прикладі музеїв) різних регіонів України та у визначенні їх ролі у підвищенні туристичної активності.

*Методи дослідження.* Для досягнення мети дослідження використано комплекс загальнонаукових методів, серед яких:

- аналітичний метод використано для відокремлення ознак і характеристик об'єкта дослідження та їх поглибленого вивчення;

- метод наукового синтезу використано для вивчення характеристик і частин об'єкта дослідження у їх цілісному поєднанні;

- метод порівняння допоміг виявити особливості надання інформації про однотипні туристичні об'єкти різних регіонів України у блогах і на інтернет-сайтах та специфіку туристичної комунікації.

На присвячених туризму інтернет-ресурсах можна зустріти описи туристичних об'єктів, інформацію про умови відпочинку, вартість, можливі маршрути, а також відгуки українських і іноземних туристів про ті чи інші туристичні об'єкти України. Це безумовно допомагає мандрівникам скласти туристичний маршрут і зупинити свій вибір на окремій місцині, яку б хотілось відвідати. Зокрема, з таких публікацій туристи можуть дізнатися про велику кількість музеїв, що працюють на території України: художні музеї, галереї, арт-простори, музеї-аптеки, наукові музеї, краєзнавчі музеї, історичні, музеї стародавньої архітектури та інші музеї. Унікальність українських музеїв полягає в тому, що у Східній, Центральній та Західній Україні існують різні музеї з однаковою тематикою. Наприклад, такими є музей-аптека, музей народної архітектури та побуту, художній музей. Відвідування таких музеїв у будь-якій частині України може дати уявлення не тільки про окремий регіон, а й про країну загалом.

Музеї-аптека працюють в Харківській, Львівській та Київській областях і є популярними туристичними об'єктами, про що свідчать багаточисленні відображення на різних сайтах туристичної та іншої направленості. Щоб переконатися в тому, що відвідування кожного з них може дати уявлення не тільки про окремий регіон України, а й про нашу країну в цілому, розглянемо детально, як ці туристичні об'єкти відображаються у блогах та інтернет-публікаціях.

На обрання туристами об'єкту для відвідування часто впливають деякі характеристики туристичних об'єктів, так чи інакше присутні на туристичних та інших сайтах України. Аналіз музеїв відбувався за такими самостійно розробленими критеріями:

- 1) позиціонування туристичного об'єкту;
- 2) особливості як об'єкту туристичного маршруту;
- 3) цікаві факти про туристичний об'єкт;
- 4) розташування туристичного об'єкту;

- 5) специфіка того, що знаходиться всередині;
- 6) фотографії, відео;
- 7) відгуки і комунікація туристів.

Розглянемо за цією схемою однотипні музеї-аптеки, наявні у кількох містах.

#### *Аптека-музей у Харкові*

Для аналізу музею-аптеки у Харкові ми обрали 6 українських блогів і сайтів туристичної та іншої направленості:

- Інтернет-видання «Сегодня юа»;
- «В интересах» – пошукова система, що дозволяє знайти людину за інтересами або організацію за відгуками;
- Медіа група «Об'єктив»;
- Блог «Україна. Збірка мандрівок». Цікаві подорожі по Україні;
- Інтернет-видання «VGORODE.UA». Головний сайт міста;
- Інтернет-видання проект «KHARKOVGO».

1. Аналізовані сайти позиціонують харківський музей-аптеку як невід'ємну частину однієї з найстаріших фармацевтичних фабрик Харкова, нині хімфармзаводу «Красная звезда». Унікальне місце, особливість якого полягає в тому, що аптека працює вже протягом ста років: «одно уникальное место – аптеку, которая существует более ста лет» [18].

2. Судячи з аналізу запропонованих сайтів туристичної та іншої суміжної спрямованості музей-аптека у Харкові – унікальний самостійний туристичний об'єкт, що не входить в стандартні туристичні маршрути.

3. Сайти надають коротку історичну довідку: музей-аптеку було відкрито у 2014 році директором великого фармацевтичного підприємства «Красная звезда» на місці аптеки, заснованої ще у 1877 році, коли на все місто було лише кілька аптек: «Она стала восьмой по счету аптекой в Харькове» [18]. Розповідають, що музей-аптека розташований у будинку, що раніше належав дворянці Зайцевій.

4. Лише 4 сайти з 6-ох аналізованих надають точну адресу розташування аптеки-музею: «вулиця Воскресенська, 19, Харків, Харківська область, Україна, 61000» [7]. Майже всі сайти надають точну інформацію про графік роботи музею, ціну на вхідні квитки для різних категорій відвідувачів, що, за інформацією сайтів, різниться від 5 до 10 грн. для дітей і студентів та від 10 до 20 грн. для дорослих.

Крім того, можна дізнатися номер телефону музею та інформацію про вихідні дні.

5. Сайти переважно детально розповідають про експонати музею-аптеки та їх загальну кількість: «Коллекция из более чем 2500 экспонатов формировалась более 20 лет» [14]. Відомо, що експонати музею розміщені в трьох основних залах музею: «Он состоит из трех залов, экспонаты которого сформированы в хронологическом порядке» [14]. 5 із 6-ти сайтів перелічують найцікавіші експонати, що можна побачити в музеї-аптеці: «В музее представлены инструменты для приготовления лекарств, банки и флаконы с фирменными знаками, старинные книги, рецепты и экзотические настойки» [15], крім того, тут можна побачити старовинні меблі, посуд для приготування ліків, паперові рецепти, інструменти, ваги, старовинні парфуми і косметику та інше.

6. Кожен із аналізованих сайтів пропонує туристам роздивитися фотографії, де зображено будинок музею ззовні та всередині, експонати музею, меблі, зали. Сайти пропонують від 1 до 50 фотографій, але лише один сайт пропонує переглянути відео.

7. Туристична комунікація у вигляді коментарів та відгуків присутня лише на 3-х сайтах з 6-ти аналізованих у кількості від 6 до 7. Здебільшого туристи діляться один з одним позитивними враженнями від побаченого, розповідають про експонати музею, на які варто подивитись. Є й коментарі, де туристи розповідають, що відвідували такі ж самі музеї-аптеки у інших регіонах України: «В Киеве тоже есть отличный музей-аптека» [14], що, звісно, є важливим для інших туристів, які про це не здогадуються: «Спасибо, буду знать. Надеюсь когда-нибудь и до киевского музея доберусь» [14].



[14].

### Музей-аптека в Києві

Для аналізу музею-аптеки в Києві було обрано 6 українських блогів і сайтів туристичної та іншої спрямованості, серед яких:

- Сайт туристичної компанії «Gold Coast»;
- Doroga.UA – сайт для автотуристів;
- Інтернет-довідник «Топ-20»;
- KudaGo.com – «сервис по продвижению событий»;

- Сайт туроператора «Первое украинское бюро»;
- Блог інтернет-магазину подарунків та вражень bodo.ua.

1. Київський музей-аптека позиціонується на обраних сайтах як перша в місті приватна аптека, що досі діє і водночас є музеєм: «це перша приватна аптека Києва» [16]. Майже всі сайти називають аптеку найоригінальнішим незвичайним музеєм та невід'ємною частиною

життя й побуту Києва як зараз, так і протягом багатьох років: «Необыкновенная аптека-музей в Киеве, которой более 100 лет, расскажет об истории фармацевтики» [13].

2. Майже всі аналізовані сайти пропонують музей-аптеку як частину туристичного маршруту Києвом: «Ми продовжуємо подорожувати Подолом, де зосереджено багато цікавих історичних місць та музеїв» [16]. З 3 з 6 аналізованих сайтів пропонують разом з музеєм-аптекою відвідати від 5 до більш ніж 85 інших музеїв Києва різної тематичної спрямованості та різні постійні й короткострокові експозиції і виставки.

3. Із 6-ти запропонованих нами сайтів 5 подають коротку історичну довідку про музей-аптеку. Зазначається, що аптека, заснована ще у 1728 році, за версією одного з сайтів у 1718 році, досі працює і є водночас музеєм, де проводять екскурсії: «Аптека в цій будівлі відкрилася в 1728 році. Це була перша приватна аптека в Києві. Одним з її перших власників був Георг Бунге» [8]. За свою історію будинок, де знаходилась аптека, кілька разів продавався, горів і реставрувався, після чого був переданий міській громаді і відкритий у якості аптеки-музею. Цікаво, що експонати до аптеки-музею у Києві шукали по всій Україні: «Аптека-музей была открыта в 1986 году. Со всей Украины собирались экспонаты для нее» [5]. Унікальність аптеки полягала в тому, що там продавалися медичні препарати на будь-яку кишеню: «Все лекарственные и косметические препараты делились на 2 категории – для бедных и богатых. В зависимости от суммы, которой располагал покупатель, ему могли предложить скромное мыло из собачьего жира или же средства личной гигиены из оливкового масла» [13].

4. Із 6-ти аналізованих сайтів 5 надають точну адресу аптеки-музею: «г. Киев, ул. Притисско-Никольская, 7» [9]. Також пропонують міський номер телефону музею, точні координати, на одному сайті можна побачити на карті точне розташування музею та прочитати, як саме пройти пішки від найближчої станції метро: «От ст. м. «Контрактовая площадь» пройти по улице Хорива до храма Николая Притиска, свернуть на Притисско-Никольскую улицу» [13], подається інформація про вартість відвідування для різних груп населення (від 15 до 30 грн.) та графік роботи аптеки-музею (щоденно з 9:00 до 17:00), але час закриття музею дехто змінює з 17:00 на 18:00.

5. Всі аналізовані сайти, крім одного, детально описують експонати, наявні всередині музею. Сайти одностайні в тому, що музей є достатньо великим і налічує велику кількість експонатів, що за версією різних джерел складає 2000, 3000 або 50000 експонатів: «У 12 залах музею відтворено історію та розвиток не тільки фармакології та медицини, але й побуту лікарів, селян та знахарів минулих століть» [16]. Цікаво, що експонати зібрані в різних залах, відповідно до часу використання. Серед найбільш вагомих експонатів виділяють стародавню аптечну книгу, куди записували рецепти ліків: «Жемчужина коллекции – старинная аптечная книга 1884 года» [5]. Загалом в аптеці можна побачити такі речі: «На вітринах розташувалися посуд для приготування трав'яних сумішей, різноманітні банки і склянки для лікарських препаратів, старовинні рецепти, інструменти фармацевтів минулих століть, заспиртовані змії і краби, з яких колись виготовлялися дивовижні препарати. Але, крім ліків, на тутешніх полицях можна побачити старовинні банки з кремом, пудрою, духами, зубним порошком і навіть чорнилами, бо всі ці речі раніше продавалися виключно в аптеках» [8].

6. Про розмір музею-аптеки і кількість розташованих там музейних історичних експонатів свідчать численні фотографії, розміщені на абсолютно усіх аналізованих сайтах у кількості від 3-х до 20-ти. На них зображено аптеку-музей всередині і ззовні.

7. На 4-х аналізованих сайтах з 6-ти присутня комунікація туристів у вигляді коментарів до публікації чи відгуків у кількості від 2-х до 46-ти. За допомогою зворотного зв'язку на сайтах туристи спілкуються між собою і повідомляють один одному та потенційним мандрівникам про те, що насправді можна побачити в київському музеї-аптеці, що краще все ж замовити екскурсію і в якому залі музею обов'язково слід побувати: «Интересная экспозиция. Если заказывать экскурсию, то в нее входит чаепитие в очень колоритном подвале. Ходили туда с ребенком несколько раз и каждый раз нравилось» [9]. Багато позитивних відгуків – туристи вважають, що музей не лише є цінним під кутом зору історії медицини, а й загалом цінний як культурна спадщина міста Києва: «Дуже цікавий музей. Однозначно варто відвідати як гостям так і жителям Києва, і не тільки шанувальникам медицини» [9]. Є кілька негативних відгуків стосовно організації

роботи музею-аптеки та вартості квитків: «Як-то печально и не організовано. В понеділок созванивались – сказали, що заказать

екскурсію можна на любой день. Сегодня (среда) внезапно выяснилось, что на выходных экскурсии не проводятся» [13].



[8].

### *Музей-аптека у Львові*

Для аналізу музею-аптеки у Львові було обрано 6 українських блогів і сайтів туристичної та іншої спрямованості, а саме:

- Doroga.UA – сайт для автотуристів;
- VisitLviv.net – веб-проект про культурний та туристичний Львів;
- «Відпочинок у Львові» – сайт про відпочинок та розваги у Львові;
- Туристичний портал «Експерсія» – агенція подорожей Україною;
- «MD-UKRAINE» – сайт про подорожі Україною;
- Discover Ukraine – проект про подорожі Україною.

1. Аналізовані сайти позиціонують музей-аптеку у Львові як музей, що водночас є і діючою аптекою, та наголошують на тому, що це унікально: «Це єдина в Україні та Європі діюча аптека-музей» [12]. Кожен із аналізованих сайтів називає аптеку-музей за назвою «Під чорним орлом», дехто розповідає причину такої назви: «виникла від символу,

який висів при вході до неї. За давніх часів було заведено вішати символ на вхід і від нього заклади автоматично отримували назву» [11], сайти позиціонують аптеку як найдавнішу у Львові.

2. З аналізованих 6-ти сайтів туристичної і іншої направленості лише 4 пропонують музей-аптеку як частину повноцінного туристичного маршруту Львовом. Разом із музеєм-аптекою туристам пропонують прогулятися вулицями старого міста, підземеллями. Разом із цим пропонується великий перелік готелів, кафе та інших туристичних об'єктів, розташованих поруч: «Другие интересные места поблизости: Дворец Бандинелли (Музей почты), Музей стекла, Черная каменица» [3].

3. Всі обрані сайти інформують туристів стосовно історії відкриття та безперервної роботи найстаршої львівської аптеки, що з часом перетворилася на музей-аптеку, але не перестала функціонувати: «Ця аптека безперервно функціонує з 1735 року. Спочатку перебувала у власності австрійця Наторпа, потім поляків Склепінських, пізніше українців

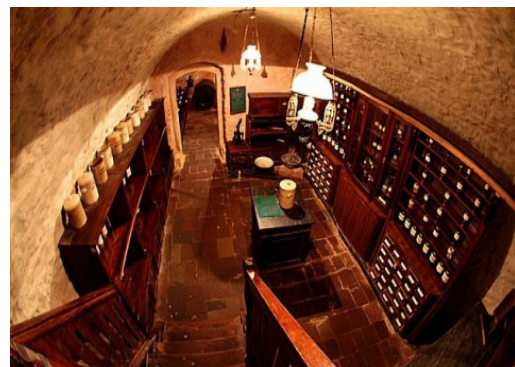
Терлецьких» [17]. Цікаво, що в аптеці є два виходи: зі сторони площі та зі сторони будинків. Унікальністю музею-аптеки «Під чорним орлом» у Львові є те, що тільки тут виробляють і продають настійки «Вигор» і «Залізне вино»: «можно приобрести знаменитое «железное вино» – напиток, обогащенный железом, который улучшает аппетит и повышает уровень гемоглобина в крови. «Железное вино» часто везут как сувенир из Аптеки-музея» [3].

4. Усі сайти без винятку надають туристам повну точну адресу музею-аптеки: «вул. Друкарська, 2. Львів, Львівська область» [2], номери телефонів та графік роботи, але години роботи музею на різних сайтах різняться: з 10:00-17:00 до 10:00-18:00 у вихідні дні. Дехто описує, як можна знайти музей-аптеку, якщо іти пішки: «Знайдеш аптеку за дві хвилини від місцевої ратуші в одному з кутів площі Ринок, на розі вулиць Друкарської та Ставропільської» [11]. Лише на одному сайті надано точні координати розташування туристичного об'єкту, так само як і карта з точним розташуванням музею теж є тільки на одному сайті з 6-ти аналізованих.



Вартість відвідування музею-аптеки на сайтах теж відрізняється від безкоштовного до 5 грн. за людину.

5. Аналізовані сайти ретельно описують, що саме туристи зможуть побачити всередині музею-аптеки: «Зараз експозиція музею значно розширилась і нараховує 16 експозиційних залів загальною площею 700 м. кв. Експозиція представлена більше ніж трьома тисячами експонатів» [12]. Повідомляється, що в різних залах музею можна побачити ліки різних часів, старовинні інструменти для виготовлення ліків, посуд, книги, обладнання, лікарські рослини, меблі та елементи інтер'єрів різних часів: «Високі дубові шафи, прикрашені художньою різьбою, аптечний посуд з фарфору, фаянсу, скла різних кольорів, цікаві ваги в формі засновника медицини Ескулапа та його доньки Гігеї. Варто звернути увагу на прототип сучасного ксерокса – друкарську машинку кінця XIX століття для друку етикеток» [2]. Найціннішими експонатами музею, звісно ж, є старовинні документи: «Найцінніші експонати – документи з історії фармації від давніх часів до сьогодні і видання праць Клавдія Галена, датовані XVII ст.» [11].



[3]

6. Переконалися в красі музею-аптеки «Під чорним орлом» і в кількості експонатів всередині музею можна дуже легко, достатньо лише переглянути фотографії, які пропонують туристам аналізовані українські сайти туристичної та іншої спрямованості. На

кожному сайті є фотографії музею всередині і ззовні у кількості від 1-єї до 43-ох штук.

7. Лише на 2-ох українських сайтах з 6-ти обраних для аналізу є коментарі та відгуки про відвідування туристичного об'єкту музею-аптеки «Під чорним орлом» у Львові.

Коментарі надаються в кількості від 1-го до 8-ми. Комунікація туристів здебільшого містить позитивні відгуки від відвідування музею: «Чудное место, есть что посмотреть, есть что сфотографировать, интересно бродить по лабиринтам. Вошли с аптеку с одной улицы, а вышли уже на другой улице. Получила удовольствие» [10]. Туристи розповідають, що

вони побачили всередині музею, в які зали заходили. Є кілька коментарів та порад стосовно того, що відвідувати музей-аптеку краще з екскурсоводом: «без экскурсовода делать там нечего, полностью теряется впечатление об увиденном» [10], але всі одноставні в тому, що музей обов'язково треба відвідати.

Порівняльна характеристика музеїв-аптек в різних регіонах України

|  | Харків  | Київ  | Львів  |
|--|---|---|--|
| Позиціювання                                 | Невід'ємна частина однієї з найстаріших фармацевтичних фабрик Харкова;<br>Унікальне місце;<br>Сторічна аптека: «одно уникальное место – аптеку, которая существует более ста лет» [18]. | «це перша приватна аптека Києва» [16];<br>Майже всі сайти називають аптеку невід'ємною частиною життя й побуту Києва: «Необыкновенная аптека-музей в Киеве, которой более 100 лет, расскажет об истории фармацевтики» [13].   | Всі сайти позиціонують музей-аптеку у Львові як унікальний музей, що є діючою аптекою;<br>Всі сайти називають аптеку-музей «Під чорним орлом»;<br>Сайти позиціонують аптеку як найдавнішу у Львові.  |
| Особливості як об'єкту туристичного маршруту | Унікальний самостійний туристичний об'єкт, що не входить в стандартні туристичні маршрути   | Майже всі сайти пропонують музей-аптеку як частину туристичного маршруту Києвом;<br>3 з 6 аналізованих сайтів пропонують разом з музеєм-аптекою відвідати від 5 до більш ніж 85 інших музеїв Києва різної тематичної спрямованості.   | 3 з 6-ти сайтів лише 4 пропонують музей-аптеку як частину повноцінного туристичного маршруту;<br>Пропонують також прогулятися вулицями старого міста, підземеллями;<br>Пропонується великий перелік готелів, кафе й інших туристичних об'єктів поруч.  |
| Цікаві факти                                 | Майже всі сайти подають коротку історичну довідку;<br>«Она стала восьмой по счету аптекой в Харькове» [18];<br>Розташований у будинку, що раніше належав дворянці Зайцевій.             | Із 6-ти сайтів 5 подають коротку історичну довідку;<br>Відомості про унікальність аптеки-музею: «Все лекарственные и косметические препараты делились на 2 категории – для бедных и богатых. В зависимости от суммы, которой располагал покупатель, ему могли предложить скромное мыло из собачьего жира или же средства личной гигиены из оливкового масла» [13] | Всі сайти інформують про історію відкриття та безперервної роботи найстаршої функціонуючої львівської аптеки, що перетворилася на музей-аптеку;<br>В аптеці є два виходи: зі сторони площі та зі сторони будинків;<br>Унікальністю музею-аптеки у тому, що тільки тут виробляють і продають настійки «Вигор» і «Залізне вино». |
| Розташування                                 | Лише 4 сайти з 6-ох аналізованих надають точну  | Із 6-ти сайтів 5 надають точну адресу аптеки-музею;   | Усі сайти надають точну адресу музею-аптеки;   |



|  | Харків   | Київ   | Львів   |
|--|--|--|---|
|  | адресу розташування аптеки-музею;<br>Майже всі сайти надають точну інформацію про графік роботи музею, ціну на вхідні квитки для різних категорій відвідувачів, номер телефону, графік роботи.   | Пропонують міський номер телефону музею, точні координати, на одному сайті є карта з точним розташуванням музею і опис пішого шляху від найближчої станції метро;<br>Подається інформація про вартість відвідування для різних груп населення, графік роботи аптеки-музею  | Є опис пішого шляху до аптеки-музею: «Знайдеш аптеку за дві хвилини від місцевої ратуші в одному з кутів площі Ринок, на розі вулиць Друкарської та Ставропігійської» [11];<br>Лише один сайт з 6-ти надає точні координати розташування туристичного об'єкту і карту з точним розташуванням музею.                           |
| Специфіка того, що знаходиться всередині | Сайти переважно детально розповідають про експонати музею-аптеки та їх загальну кількість.   | Всі сайти, крім одного, детально описують експонати музею;<br>Всі сайти повідомляють про великі розміри музею і велику кількість експонатів: 2000, 3000 або 50000 експонатів;<br>«Жемчужина коллекции – старинная аптечная книга 1884 года» [5].   | Аналізовані сайти ретельно описують, що саме туристи зможуть побачити всередині музею-аптеки;<br>Найціннішими експонатами музею, звісно ж, є старовинні документи.  |
| Фотографії, відео                        | Від 1 до 50 фотографій на всіх сайтах;<br>Відео на одному сайті.   | Фотографії розміщені на абсолютно усіх аналізованих сайтах у кількості від 3-х до 20-ти.   | На кожному сайті є фотографії музею всередині і ззовні у кількості від 1-єї до 43-ох штук.  |
| Відгуки і комунікація туристів           | Коментарі та відгуки присутні на 3-х сайтах з 6-ти у кількості від 6 до 7;<br>Є коментарі про такі ж самі музеї-аптеки у інших регіонах України: «В Киеве тоже есть отличный музей-аптека» [14].<br>Це важливо для інших туристів: «Спасибо, буду знать. Надеюсь когда-нибудь и до киевского музея доберусь» [14]. | На 4-х сайтах з 6-ти присутня комунікація туристів у кількості від 2-х до 46-ти;<br>Багато позитивних відгуків – туристи вважають, що музей не лише є цінним для історії медицини, а й цінний як культурна спадщина міста;<br>Є кілька негативних відгуків стосовно організації роботи музею-аптеки та вартості квитків. | Лише на 2-ох сайтах з 6-ти є відгуки про відвідування;<br>Коментарі надаються в кількості від 1-го до 8-ми;<br>Комунікація здебільшого містить позитивні відгуки;<br>Кілька туристів радять відвідувати музей-аптеку з екскурсоводом: «без экскурсовода делать там нечего, полностью теряется впечатление об увиденном» [10]. |

*Висновки.* Було проведено комплексне дослідження українських блогів та сайтів туристичного та іншого спрямування і здійснено аналіз відображення на них однакових туристичних об'єктів на прикладі спільнотематичних музеїв (класичних та специфічних за тематикою) в різних областях України: Харківській, Київській та Львівській. Для цього було використано зазначену вище самостійно розроблену схему. В ході аналізу було виявлено особливості, за якими туристичні об'єкти характеризуються на українських інтернет-ресурсах. У процесі

аналізу туристичних об'єктів на інтернет-сайтах та у блогах було розкрито вплив туристичної комунікації та детального опису туристичних об'єктів на обрання туристами пункту відвідування в будь-якому регіоні України. Задля цього інтернет-ресурси вдаються до детального позиціонування туристичних об'єктів на прикладі музеїв та активно залучають читачів до обговорення об'єктів у коментарях. За допомогою комунікації туристи діляться один з одним досвідом і такою інформацією про музеї, яку неможливо знайти на сторінках інтернет-

видань туристичної та іншої направленості. А саме: інформацією стосовно існування спільнотематичних музеїв в інших містах України, інформацією про організацію роботи музеїв-аптек, поради щодо відвідування, фотографії, позитивні і негативні деталі роботи і специфіки внутрішнього наповнення музеїв. На прикладі відображення однакових музеїв, розташованих у різних регіонах України (східному, центральному та західному), було детально вивчено комунікацію туристів і виявлено, що в Харківській, Київській і Львівській областях існують однакові за тематикою музеї, що майже однаково висвітлюються на інтернет-ресурсах та обговорюються у коментарях під публікаціями. Це дає можливість туристам отримати найбільш повне загальне уявлення про українські музеї-аптеки, відвідавши такий

музей лише в одному найближчому регіоні України. Таким чином, обираючи музей у одній із зазначених областей, можна частково скласти враження про історичні і культурні особливості країни в цілому та туристичні об'єкти по всій території України.

Підсумовуючи, можна сказати, що тема туризму в Україні наразі є актуальною для українців і іноземних туристів, бо просуває український національний туристичний продукт на світову економічну арену. Важливими при цьому є дуже різні – традиційні та новітні – форми інформаційно-комунікаційного позиціонування туристичних об'єктів України (у тому числі музеїв), зокрема відображення туристичних об'єктів України в блогах і на інтернет-сайтах туристичного та іншого спрямування.

### Література

1. Александров О. В. Теоретичні проблеми дослідження сучасного українського тревелогу [Електронний ресурс] / О. В. Александров // Збірник наукових праць “Вісник Львівського університету” / Серія: Журналістика. Вип. 43. – Львів. – 2018. – Режим доступу: <http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/journalism/article/view/8326/8281>.
2. Аптека Музей [Електронний ресурс] // Відпочинок у Львові. – Режим доступу: <http://v.lviv.ua/catalog/museum/apteka-muzej.html>.
3. Аптека-музей [Електронний ресурс] // Discover Ukraine. – Режим доступу: <https://discover-ukraine.info/ru/places/western-ukraine/lviv/816>.
4. Аптека-музей [Електронний ресурс] // Doroga.UA. – Режим доступу: <http://www.doroga.ua/poi/Kievskaya/Kiev/Apteka-muzej/144>.
5. Аптека-музей [Електронний ресурс] // KudaGo.com. – Режим доступу: <https://kudago.com/kev/place/apteka-muzej/>.
6. Аптека-музей [Електронний ресурс] // VGORODE.UA. – Режим доступу: <https://kh.vgorode.ua/reference/muzej/282933-apteka-muzei>.
7. Аптека-музей [Електронний ресурс] // В интересах. – Режим доступу: <http://vinteresah.com/catalog-ua/harkovskaya-oblast/harkov/muzei/apteka-muzei-1215>.
8. Аптека-музей [Електронний ресурс] // Первое украинское бюро. – Режим доступу: <http://www.primetour.ua/uk/excursions/museum/Apteka-muzej.html>.
9. Аптека-музей [Електронний ресурс] // Топ-20. – Режим доступу: <https://20.ua/ru/kyiv/turizm-puteshestvie/muzei-vyistavki/apteka-muzej-1.html>.
10. Аптека-музей «Під чорним орлом» [Електронний ресурс] // Doroga.UA. – Режим доступу: <http://www.doroga.ua/poi/Ljvovskaya/Ljvov/Apteka-muzej/342>.
11. Аптека-музей «Під чорним орлом» [Електронний ресурс] // MD-UKRAINE. – Режим доступу: [https://md-ukraine.com/ua/object/detail/1392\\_apteka-muzej-pid-cornim-orlom.html](https://md-ukraine.com/ua/object/detail/1392_apteka-muzej-pid-cornim-orlom.html).
12. Аптека-музей «Під чорним орлом» [Електронний ресурс] // VisitLviv.net. – Режим доступу: <http://visitlviv.net/institution/ua/apteka-muzej-pid-chornim-orlom/>.
13. Аптека-музей в Киеве: тайны знахарей и монахов [Електронний ресурс] // bodo.ua. – Режим доступу: <https://life.bodo.ua/interesnye-mesta/muzei/226-apteka-muzej-v-kieve>.
14. Аптека-музей в Харькове [Електронний ресурс] // Україна. Збірка мандрівок. – Режим доступу: <https://ua-travels.livejournal.com/3059172.html>.
15. Аптека-музей в Харькове: эликсир с ядом змеи и скорпиона, гиря-свинья и инструменты от морщин [Електронний ресурс] // Сегодня юа. – Режим доступу: <https://www.segodnya.ua/regions/kharkov/apteka-muzej-v-harkove-eliksir-s-yadom-zmei-i-skorpionagiryasvinya-i-instrumenty-ot-morshchin-786254.html>.

16. Аптека-музей на Подолі [Електронний ресурс] // Gold Coast. – Режим доступу : <http://goldcoast.com.ua/ukra%D1%97na/apteka-muzej-na-podoli/>.
17. Екскурсія до Аптеки-музею [Електронний ресурс] // Екскурсія. – Режим доступу : <https://ekskursiya.com.ua/ua/Ekskursiyi-Lvovom/detalno/tour/ekskursija-do-apteki-muzeju.html>.
18. Первый Музей-аптека в Харькове [Електронний ресурс] // KHARKOVGO. – Режим доступу : <https://kharkovgo.com/places/muzei-places/pervyj-muzej-apteka-v-harkove/>.
19. Перехейда В. В. Комунікативна місія внутрішнього туризму в Україні як інтегратора суспільства [Електронний ресурс] / В. В. Перехейда // Наукові записки Інституту журналістики. – 2014 (жовтень – грудень). – Т. 57. – С. 83–87. – Режим доступу : [file:///C:/Users/User/Downloads/Nzizh\\_2014\\_57\\_18.pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/Nzizh_2014_57_18.pdf).
20. Полежаев Ю. Г. Особливості місцевої тревел-журналістики в контексті розвитку внутрішнього туризму / Ю. Г. Полежаев // Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації. – 2013. – Вип. 2 (14). – С. 102–105.
21. Харьковские школьники побывали на экскурсии в аптеке-музее [Електронний ресурс] // Об'єктив. – Режим доступу : <http://archive.objectiv.tv/010616/128698.html>.

### References

1. Aleksandrov O. V. Teoretichni problemi doslidzhennya suchasnogo ukrayinskogo trevelogu [Elektronniy resurs] / O. V. Aleksandrov // Zbirnik naukovih prats «VIsnik Lvivskogo universitetu» / SerIya : Zhurnalistika. Vip. 43. – LvIv. – 2018. – Rezhim dostupu : <http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/journalism/article/view/8326/828>.
2. Apteka Muzey [Elektronniy resurs] // VIdpochinok u LvovI. – Rezhim dostupu : <http://v.lviv.ua/catalog/museum/apteka-muzej.html>.
3. Apteka-muzey [Elektronniy resurs] // Discover Ukraine. – Rezhim dostupu : <https://discover-ukraine.info/ru/places/western-ukraine/lviv/816>.
4. Apteka-muzey [Elektronniy resurs] // Doroga.UA. – Rezhim dostupu : <http://www.doroga.ua/poi/Kievskaya/Kiev/Apteka-muzej/144>.
5. Apteka-muzey [Elektronniy resurs] // KudaGo.com. – Rezhim dostupu : <https://kudago.com/kev/place/apteka-muzej/>.
6. Apteka-muzey [Elektronniy resurs] // VGORODE.UA. – Rezhim dostupu : <https://kh.vgorode.ua/reference/muzey/282933-apteka-muzei>.
7. Apteka-muzey [Elektronniy resurs] // V interesah. – Rezhim dostupu : <http://vinteresah.com/catalog-ua/harkovskaya-oblast/harkov/muzei/apteka-muzei-1215>.
8. Apteka-muzey [Elektronniy resurs] // Pervoe ukrainskoe byuro. – Rezhim dostupu : <http://www.primetour.ua/uk/excursions/museum/Apteka-muzey.html>.
9. Apteka-muzey [Elektronniy resurs] // Top-20. – Rezhim dostupu : <https://20.ua/ru/kyiv/turizm-puteshestvie/muzei-vyistavki/apteka-muzey-1.html>.
10. Apteka-muzey «PId chornim orlom» [Elektronniy resurs] // Doroga.UA. – Rezhim dostupu : <http://www.doroga.ua/poi/Ljvovskaya/Ljvov/Apteka-muzej/342>.
11. Apteka-muzey «PId chornim orlom» [Elektronniy resurs] // MD-UKRAINE. – Rezhim dostupu : [https://md-ukraine.com/ua/object/detail/1392\\_apteka-muzej-pid-cornim-orlom.html](https://md-ukraine.com/ua/object/detail/1392_apteka-muzej-pid-cornim-orlom.html).
12. Apteka-muzey «PId chornim orlom» [Elektronniy resurs] // VisitLviv.net. – Rezhim dostupu : <http://visitlviv.net/institution/ua/apteka-muzej-pid-chornim-orlom/>.
13. Apteka-muzey v Kieve: tayni znaharey i monahov [Elektronniy resurs] // bodo.ua. – Rezhim dostupu : <https://life.bodo.ua/interesnye-mesta/muzei/226-apteka-muzey-v-kieve>.
14. Apteka-muzey v Harkove [Elektronniy resurs] // Ukrayina. Zbirka mandrIvok. – Rezhim dostupu : <https://ua-travels.livejournal.com/3059172.html>.
15. Apteka-muzey v Harkove: eliksir s yadom zmei i skorpiona, girya-svinya i instrumentyi ot morschin [Elektronniy resurs] // Segodnya yua. – Rezhim dostupu : <https://www.segodnya.ua/regions/kharkov/apteka-muzey-v-harkove-eliksir-s-yadom-zmei-i-skorpiona-girya-svinya-i-instrumenty-ot-morshchin-786254.html>.
16. Apteka-muzey na PodolI [Elektronniy resurs] // Gold Coast. – Rezhim dostupu : <http://goldcoast.com.ua/ukraYina/apteka-muzej-na-podoli/>.
17. EkskursIya do Apteki-muzeyu [Elektronniy resurs] // EkskursIya. – Rezhim dostupu : <https://ekskursiya.com.ua/ua/Ekskursiyi-Lvovom/detalno/tour/ekskursija-do-apteki-muzeju.html>.
18. Perviy Muzey-apteka v Harkove [Elektronniy resurs] // KHARKOVGO. – Rezhim dostupu : <https://kharkovgo.com/places/muzei-places/pervyj-muzej-apteka-v-harkove/>.

19. Pereheyda V. V. Komunikativna mislyaya vnutrishnogo turizmu v Ukrayini yak Integratora suspilstva [Elektronniy resurs] / V. V. Pereheyda // Naukovi zapiski Institutu zhurnalistiki. – 2014 (zhovten – gruden). – T. 57. – S. 83–87. – Rezhim dostupu : file:///C:/Users/User/Downloads/Nzizh\_2014\_57\_18.pdf.

20. Polezhaev Yu. G. Osoblivosti mistsevoyi trevel-zhurnalistiki v konteksti rozvitku vnutrishnogo turizmu / Yu. G. Polezhaev // Derzhava ta regIoni. Seriya : Sotsialni komunikatsiyi. – 2013. – Vip. 2 (14). – S. 102–105.

21. Harkovskie shkolniki pobyivali na ekskursii v apteke-muzee [Elektronniy resurs] // Ob'Ektiv. – Rezhim dostupu : <http://archive.objectiv.tv/010616/128698.html>.