

мистецького твору на кожного глядача. Картини Л. Савкової, експонента виставки «Цінують красу життя!» надихали відвідувачів до бачення в оточуючій дійсності усього гармонійного та прекрасного. А роботи В. Пустильника спонукали глядачів до критичного мислення та формування власних ціннісних орієнтацій. Експозиції тимчасових музейних виставок незмінно привертала увагу глядачів, чим виявляли значимість для соціокультурного життя містян.

Автор дослідження виділяє три основні аспекти соціокультурного спрямування виставкової діяльності музею: виховний (формування естетичного сприйняття творів образотворчого мистецтва, музейної культури, художнього смаку); освітній (формування досвіду спілкування з музейними предметами і навичок творчої діяльності), розвиваючий (творче вдосконалення особистості і формування її ціннісних орієнтацій, пробудження та розвиток творчих здібностей). Зорієнтована на людину, соціокультурна робота в експозиційному просторі тимчасових музейних виставок 2020 р. мала творчий характер. Вона певним чином впливала на збагачення культурно-мистецького життя Миколаївщини, сприяла залученню глядачів до художньо-мистецьких цінностей, розвитку їх духовного та творчого потенціалу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Підгора В. Міфологізм Андрія Антонюка / В. Підгора // Образотворче мистецтво. – 2002. – №1. – С. 53-56.
2. Довженко К. Шлях у мистецтві / Клавдія Довженко, Олег Требух. Григорій Овксентійович Довженко // Каталог робіт із зібрань Баштанського краєзнавчого музею. – Поліграфічне підприємство СПД Румянцева Г. В. 2019. – 64 с.

Бабенко Л. О.,
завідувачка відділу науково-освітньої
роботи, Комунальний заклад культури
«Миколаївський обласний художній
музей ім. В. В. Верещагіна»,
м. Миколаїв

ІНТЕРНЕТ-ПРОЄКТ «МУЗЕЙНА СКАРБНИЦЯ» ЯК ПРИКЛАД НОВІТНЬОЇ ІНФОРМАЦІЙНОЇ КОМУНІКАЦІЇ З ВІДВІДУВАЧЕМ. (НА ДОСВІДІ РОБОТИ МИКОЛАЇВСЬКОГО ОБЛАСНОГО ХУДОЖНЬОГО МУЗЕЮ ІМ. В.В. ВЕРЕЩАГІНА)

Інформаційно-комунікативні технології (ІКТ) – стали явищем не лише професійного функціонування, але й повсякденної практики людини, новим виміром міжособистісної комунікації. Застосування соціальних мереж в маркетингу музейної справи у ХХІ столітті – столітті передових технологій,

відіграє ключову роль у формуванні позитивного іміджу та просування культурного продукту.

У роки становлення української державності значно зріс інтерес громадян до національної історії, культури та традицій. У роки зростаючого інтересу до національної духовної культури, підвищення національної свідомості та патріотизму вкрай актуальним стало питання генезису культури. Особливе місце в цьому процесі відведено музеям. Трансформація української економіки та соціальної сфери поставила музеї, які як правило є бюджетними установами, в умови обмеженості та конкурентоздатності. Від музеїв сьогодні вимагається впровадження нової маркетингової політики, яка буде орієнтуватися на відвідувача «нового покоління». Сучасна комунікація перейшла у площину віртуального спілкування. Аудиторія соціальних мереж сьогодні налічує понад мільярд користувачів. Існують тисячі самих різноманітних соціальних мереж різнопрофільного спрямування: як то комунікаційних, блогів, новин, професійних мереж, відео- та багато інших. У соціальних мережах зареєстрований практично кожен. Причому дані ресурси зуміли підкорити користувачів будь-якого віку, від малого до великого. Різноманітних соцмереж стає все більше. Серед них є фаворити. На поточний момент найбільше користувачів налічується в Facebook. Хоча мережа трохи здала позиції в порівнянні з аналогічним періодом 2017 року. Мережу заснував Марк Цукерберг. З моменту появи вона користується підвищеним попитом, тривалий час утримується на першій позиції в рейтингу (62,18%). Pinterest займає друге місце (16,12%) і активно почав набирати популярність, в першу чергу, завдяки своїй новій можливості пошуку по картинкам. Третій рядок YouTube (8,71%) за останній рік випередив Twitter який тепер на 4-му місці (8,17%). Вибирають його за міні-блоги. Тут є акаунти у багатьох відомих людей [3].

Комунікативний простір музею в добу постмодерну характеризується доступністю, масовістю, можливістю трансляції цінностей культури у віртуальному просторі. Поляризаційна діяльність музею як одна з ключових функцій сьогодні нерозривно пов'язана з розвитком сучасних технологій, зокрема Інтернет. З появою мережі Інтернет музеї та інші заклади культури поступово переоцінюють свої завдання та функції у суспільстві. Соціальні мережі, офіційні сайти, веб-портали використовуються музейниками для популяризації музейної колекції, комунікації з потенційним відвідувачем, передачі інформації між колегами.

Робота музею у соціальних мережах – справа не менш серйозна, ніж щоденна взаємодія з громадськістю у реальному режимі.

Використання Інтернет та Facebook – це одна з можливостей без вкладання великих ресурсів наблизитися до «світових стандартів музейництва», які у більшості залишаються на папері, і самостійно інтегруватися до світової музейної спільноти.

Сьогодні сучасні музеї не лише сприяють збереженню та накопиченню колекції, а що важливо грають роль актуалізатора та популяризатора національного культурного надбання. З цим нелегким завданням, враховуючи

сталість та патологічну адинамічність музеїв, поступово справляється художній музей у Миколаєві.

Миколаївський обласний художній музей ім. В.В. Верещагіна це унікальний заклад зі своїми традиціями, історією та загадками. Заснований у 1914 р., він почесно несе кризь століття ім'я ушавленого художника-баталіста сер. ХІХ – поч. ХХ століття Василя Васильовича Верещагіна. Спадщина митця має не лише значну художню цінність, а й поширює ідеї миру серед народів світу, що залишаються актуальними і в наш час. На сьогодні музейна колекція налічує 18 600 експонатів. Це унікальні високохудожні твори образотворчого мистецтва, що становлять гідну частину світової культурної скарбниці.

Науковими співробітниками музею проводиться активна робота щодо поповнення музейної збірки. Нелегка, але цікава збиральницька робота ніколи не закінчується і триватиме доти, доки існуватиме музей, існуватиме мистецтво. Проводиться значна просвітницько-популяризаційна діяльність та наукова робота. Миколаївський обласний художній музей ім. В.В. Верещагіна – це осередок культури та активного дозвілля. Щорічно, у залах музею розгортають свою експозицію цікаві та пізнавальні виставки. Плідно співпрацює музей з виховними та начальними закладами міста і області. Співробітники музею проводять різнопланову діяльність щодо популяризації музейної колекції, використовують різноманітні форми та методи музейної роботи, що направлені на індивідуальний підхід до окремої вікової категорії. Миколаївський обласний художній музей ім. В.В. Верещагіна сьогодні, популяризує образотворче мистецтво шляхом активної культурно-дозвіллевої діяльності.

У 2019 році до 105-річниці з дня заснування Миколаївський обласний художній музей ім. В.В. Верещагіна підготував новий інтернет-проект «Музейна скарбниця», завдяки якому користувачі мережі Facebook мали змогу побачити приховані шедеври.

Щотижня у соціальних мережах та сайті публікувалися фото та історії експонатів, що зберігаються у фондах музею та експонуються не часто. Таким чином у прихильників музею, шанувальників мистецтва була чудова нагода побачити цікаві експонати, що не входять до постійної експозиції. Ознайомитися з тим, що зберігається у музеї протягом років і те, що майже ніколи не експонувалося. Не виходячи з дому користувачі дізналися історії музейних предметів, цікаві факти про техніки їх створення. Докладніше розглянули технологію створення фарфорових статуеток, керамічних виробів, видування зі скла, розпису та різьблення та багато іншого. Слідкувати за проєктом «Музейна скарбниця» можна було на сайті музею та у соціальних мережах <https://www.facebook.com/VereschaginMuseum/>, <http://vereschagin.com.ua/uk/vistavki/muzejna-skarbniczya.html>

Всі написані публікації розміщалися з хештегом #музейна скарбниця. Роз'яснемо поняття хештег або гештег (англ. hashtag, від hash – «символ ґратки», «октоторп»). Це слово або фраза, яким передає символ «#» (октоторп). Користувачі можуть об'єднувати групу повідомлень за темою або типом з використанням хештегів – слів або фраз, які починаються з #.

Короткі повідомлення в мікроблогах соціальних мереж, таких як Twitter, Tout, identi.ca, Google+, Facebook і VK, можуть бути помічені хештегом, включаючи в себе як одне слово, так і більше об'єднаних слів (але без пробілів).

Хештеги дають можливість групувати інформацію на сторінці музею, таким чином можна знайти хештег і отримати набір повідомлень про проєкт «Музейна скарбниця», які його містять.

У 2020 році тематика проєкту змінилася. Її темою обрано творчість художників Миколаївщини, чії роботи знаходяться в музейному зібранні. Це обумовлено відзначенням у 2020 році 50-річчя від дня заснування Миколаївської організації Національної спілки художників України (1970). Протягом року готувалися публікації про миколаївських художників, членів спілки за півстолітній період. Зважаючи на популярність «Музейної скарбниці» серед віртуальних відвідувачів, музейники вирішили продовжити проєкт і у 2021 році. На разі, створюються пости про географічні місця світу, які зафіксували художники на своїх полотнах.

Проєкт «Музейна скарбниця» показав значний інтерес користувачів до музейної колекції та культурно-дозвіллевої діяльності закладу, а також сприяв залученню аудиторії до музейного середовища. Він позитивно вплинув на імідж закладу, показавши музей з іншого, сучасного, боку. Також проєкт допоміг створити постійну аудиторію соціальної сторінки: підписники регулярно бачать оновлення на своїй стрічці новин, й тому, ймовірніше, будуть неодноразово повертатись на сайт музею й користуватися запропонованими послугами.

Таким чином, необхідність пошуку нових форм взаємодії зі суспільством стимулюють використання і впровадження нових технологій і методів комунікації із публікою. Застосування комунікативного підходу в музейній справі дає можливість впроваджувати нові технології інтерпретації та сприйняття експозиції, використовувати нові медіа в практиці музею. Це неминуче актуалізує переосмислення ролі музею в сучасних соціокультурних умовах.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Сайт «Миколаївський обласний художній музей ім. В.В. Верещагіна». <<http://www.vereschagin.com.ua/>>
2. Сторінка Facebook «Миколаївський обласний художній музей ім. В.В. Верещагіна». – <<https://www.facebook.com/VereschaginMuseum/>>
3. Які соціальні мережі популярні в світі. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: . (<https://marketer.ua/ua/top-social-media-2018/>) (дата звернення – 27.02.2020 р.) – Назва з екрана.