

Тетяна Яцечко-Блаженко

Іван Рудянин

(м. Луцьк)

ПОЛЬСЬКИЙ ДОСВІД ВИСВІТЛЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ МУЗЕЇВ У ТВІТТЕРІ

XXI століття принесло для нашого покоління багато соціальних благ, серед яких важливе місце зайняв Інтернет. Більшість із нас не уявляють свого дня без перегляду найважливіших подій на сторінках інтернет ресурсів та листування з колегами та друзями. Інтернет значно мобілізує наш час, дозволяє мандрувати в просторі, швидко знаходити потрібну інформацію, не покидаючи стін свого кабінету. Отже, якщо ми так пов'язані з інтернетом, то варто використовувати його переваги з повна.

Напевно, чи не кожен третій із нас сьогодні має свою сторінку в соціальних мережах. Проте не усі вони є для нас однаково корисні в робочому процесі. За останній рік значно збільшив свою популярність такий інтернет ресурс, як Твіттер.

Якщо говорити про її генезу, то назва мережі Твіттер походить (від англ. слова twitter — цвірінкати, щебетати). Від початку це мала бути мережа мікроблогів, яка дає змогу користувачам надсилати короткі текстові повідомлення (до 140 символів), використовуючи при цьому SMS-повідомлення, служби миттєвих повідомлень і сторонні програми-клієнти. Твіттер порівняно молодий ресурс, він був створений у 2006 р. Довгий час він був лише англomовним, що створювало деякі незручності. Але від 20 березня 2012 р. користувачам стала доступна бета-версія україномовного інтерфейсу, що значно популяризувало його серед відвідувачів із різних куточків України.

Закордоном Твіттер є дуже зручною площадкою для розміщення інформації про музеї, їх діяльність, новини, головні події. Перевагою цього сайту, є те, що він моментально поширює новину, на яку ви підписались, серед ваших знайомих і підписувачів на ваші блоги.

Практика показує, що маркетинг музеїв в соціальних медіа позитивно сприймають не тільки «digital natives» (ті, хто виростили в епоху Інтернету), а й так звані «digital immigrants» (ті, хто виростили не в епоху Інтернету, але освоїли

його як культурну техніку). Все частіше позитивним досвідом у сфері інтернет-маркетингу є обмін не лише своїми емейлами, а й акаунтами на Твіттері серед колег під час тематичних конференцій по музейній справі. Тобто тепер мало дати свою адресу, потрібно запропонувати посилання і на акаунт, цим самим презентувати свій музей.

Наші волинські музеї вже не один рік є активними користувачами мережі Інтернет, ми активно відвідуємо їх сайти, користуємось ресурсами, читаємо статті, що дуже допомагає нам в пошуку необхідної інформації. Проте, не всі музеї мають свої групи чи сторінки-акаунти в соцмережах, а це могло б позитивно вплинути на розширення кола відвідувачів музею, зокрема, молодшого віку.

Цінним і пізнавальним є досвід наших колег із сусідньої Польщі, які вже понад п'ять років є активними користувачами Твіттера. Мова йде якраз про поширення інформації стосовно діяльності музеїв на сторінках цього ресурсу.

Одним із перших користувачів став Музей сучасного мистецтва у м. Варшава та Музей Варшавського повстання [3]. Їх сторінки були створені ще за часів англomовності Твіттеру. Ситуація разюче змінилась у 2012 р., коли Польща, отримала Твіттер на державній польській мові. Завдяки цьому за короткий період коло польських користувачів від сотень тисяч зросло до кількох мільйонів.

Для працівників музеїв Твіттер є неоціненним у своєму досвіді, адже там можна швидко віднайти людей, які працюють в тому чи іншому музеї світу, зв'язатися з ними, відіслати повідомлення, ознайомитись із останньою версією онлайн-музеїв. Одним словом Твіттер для музейного працівника є сьогодні джерелом нових знань і контактів. В порівнянні із Фейсбуком він є набагато відкритішим.

Станом на 2014 р. у Твіттері зареєстровано 500 мільйонів акаунтів по всьому світі. Перевагою ресурсу є те, що твоє повідомлення на сторінці є доступним для усіх користувачів. Через Твіттер легко прослідкувати популярність музею, активність та кількість відвідувачів. Якщо цього не має, то ситуацію легко можна виправити, завдяки новим дописам на сторінці, які

неодмінно когось зацікавлять.

За допомогою опцій ресурсу можна зручно розмістити посилання на ваш музей в інтернеті, якщо є, то офіційну сторінку, що значно збільшить кількість відвідувачів. Мережа є цінною в презентації новин, майбутніх заходів.

Проаналізувавши досвід перебування польських музеїв в Твіттері можна сказати, що він добре працює за для їх популяризації. Правда певний відсоток музеїв зареєстрували свої сторінки і на цьому зупинились, можливо це пов'язано із відсутністю цікавих подій в житті музеїв [7].

Сучасний Твіттер нараховує близько п'ятдесяти польських музеїв. Три з них ведуть свою діяльність на англійській і польській мові: Національний музей у Варшаві, Музей Варшавського повстання [3] та Національний музей у Кракові. Серед активних музеїв-дописувачів варто згадати також Музей архітектури у м. Вроцлаві [1], Історичний музей в м. Краків [2] та Музей мистецтв у м. Лодзь [4].

Хотілося б сказати, що потенціал польських музеїв порівняно з іншим країнами не висвітлений на високому рівні. В деяких музеїв існують явні проблеми у веденні акаунту. Адже активність сторінки не закінчується на двох-трьох дописах? Сторінка не повинна перетворюватись на примару, якщо вона не працює, значить потрібно змінити відповідального за дописи.

Перевагою Твіттера також є можливість додавання фотографій і відео матеріалів, які слугують рекламою вашого музею, промоцією майбутніх музейних подій.

Усім нам відомо, скільки коштує сьогодні створити свій сайт, а також вести його супровід, адмініструвати ресурс. Погодьтеся, не кожному музею це по кишені. Саме тому при вмілому маркетинговому кроці, завдяки групам в соцмережах можна значно зекономити гроші, і замість витрачання їх на створення інколи безглузлого сайту, відновити експозицію, чи закупити технічні матеріали для вашого музею [6].

Використання ресурсу Твіттер є вирішенням проблеми популяризації новоствореного, невеликого чи провінційного музею, який на перших порах не може собі дозволити створити повноцінний сайт. Все, що вам потрібно для

цього – це інтернет. Проте не варто забувати, що сторінка в соціальній мережі, а у нашому випадку на Твіттері це своєрідна відповідальність. Так, як зареєструвавши новий акаунт не можна кидати справу на пів дороги, і забувати про неї. Сторінка - це своєрідна торгова марка музею. Вона повинна бути стилістично оформлена до вимог вашого музейного продукту. Працівник музею, який є відповідальним за ведення Твіттера повинен бути готовий до спілкування з відвідувачами музею, зацікавленими особами, колегами. Отже компетентність у справах музею не буде зайвою.

Продовжуючи перелік переваг Твіттера, варто сказати про те, що завдяки його технічним можливостям можна проводити онлайн екскурсії, попередньо повідомивши про це користувачів. Ці екскурсії можна зразу обговорити на сторінці музею, поспілкуватися з відвідувачами онлайн, залишити коментарі. Якщо екскурсія буде вдалою, то віртуальні відвідувачі неодмінно прийдуть до приміщення музею, ще й перекажуть про нього іншим. Той, хто ходить в музей в Твіттері завжди розповідає про це іншим на своїй сторінці, сприймає музей по-новому. Зрозуміло, що людина відволікається, поки пише в Твіттер. Але в той же час окремі експонати вона розглядає більш уважно. Таким чином, виставка немов розширюється, виходить за власні рамки. Це доводить, що цифрова техніка може стимулювати принципово нові способи осмислення музейних експонатів.

Отже, можна з впевненістю сказати, що Твіттер для сучасного музейного працівника і відвідувача музею є відмінним інструментом, адже там можна легко розмістити новини про музей, отримати доступ до інформації про останні музейні тенденції, безкоштовно зберегти собі доступний інструмент для контакту з аудиторією і поширювати генерований контент. Саме тому не потрібно боятися нового, варто користуватися новими технологіями нашої епохи, переймати досвід сусідніх країн, адже саме тоді можна досягти успіху на міжнародному музейному рівні.

Джерела та література

1. Muzeum Architektury. – Режим доступу: https://twitter.com/Arch_Muzeum.
2. Muzeum Historyczne – Режим доступу: <https://twitter.com/MHKrakowa>.

3. Muzeum Powstania Warszawskiego. – Режим доступу: <https://twitter.com/search?q=muzeum%20powstania%20warszawskiego&src=tyah&mode=users>.
4. Muzeum Sztuki. – Режим доступу: <https://twitter.com/muzeumsztuki>.
5. Muzeum Wojska Polskiego. – Режим доступу: <https://twitter.com/MuzeumWP/media>.
6. Szymon Zdziebłowski. Twitter w museum. – Режим доступу: <http://muzealnictwo.com>.
7. Zuzanna Stańska. Polskie muzea na Twitterze. Nowe technologie, promocja i marketing, temat wydania. – Режим доступу: <http://muzealnictwo.com>.

Відомості про авторів

Тетяна Володимирівна Яцечко-Блаженко – старший викладач кафедри документознавства та музейної справи Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки

Адреса: м. Луцьк, Чорновола 2в/ кв. 17

т. 0672561007

e-mail – 44tina@rambler.ru

Рудянин Іван Петрович - старший викладач кафедри археології, давньої та середньовічної історії України.

Адреса. Львівська обл., м. Радехів, вул. Кринична 20/2

т. 0973364824

e-mail rudyanini@i.ua