

*Ю. В. Кавалёва, аспірант кафедры
гісторыі Беларусі і музеязнаўства
Беларускага дзяржаўнага
ўніверсітэта культуры і мастацтваў,
вядучы навуковы супрацоўнік
Музея гісторыі горада Мінска*

МУЗЕЙ ГІСТОРЫІ ГОРАДА МІНСКА Ў САЦЫЯЛЬНЫХ СЕТКАХ

Сучасныя музеі актыўна прадстаўлены ў сацыяльных сетках і выкарыстоўваюць іх для прамоўшана сваёй дзейнасці. Дадзены кірунак работы музеяў з'яўляецца дастаткова новым і малавывучаным. Відавочная карысць і маркетынжавы патэнцыял сацыяльных сетак, тым не менш, патрабуюць навуковага аналізу і даследавання.

Музей гісторыі горада Мінска створаны ў 2010 г. У яго структуру ўваходзяць дзевяць аб'ектаў: Мастацкая галерэя Міхаіла Савіцкага, Гарадская мастацкая галерэя твораў Л. Д. Шчамялёва, Майстэрня-музей Івана Міско, Арт-гасцёўня «Высокае места», Мінская гарадская ратуша, Археалагічны музей, экспазіцыі «Карэтная» і «Мінская конная чыгунка», Музей «Лошыцкая сядзіба». Музей прадстаўлены ў чатырох сацыяльных сетках праз 9 акаўнтаў. Найбольш актыўна выкарыстоўваюцца сацыяльныя сеткі «ВКонтакте» [7, 8, 9], «Фэйсбук» [1, 2, 3], «Інстаграм» [4, 5], менш актыўна – «Жывы Журнал» [6].

Першы акаўнт музея з'явіўся ў 2011 г. у сетцы «ВКонтакте» [9]. Група сяброў музея аб'ядноўвае на сённяшні дзень 475 чалавек. Свае старонкі ў дадзенай сетцы маюць філіялы музея: Гарадская мастацкая галерэя твораў Л. Д. Шчамялёва [7] і «Лошыцкая сядзіба» [8], на якія падпісаны 160 і 125 чалавек адпаведна. Акаўнт музея ў «Фэйсбуке» з'явіўся ў канцы 2014 г. і існуе ў выглядзе старонкі, на якую падпісаны 565 чалавек [3]. Сваю групу ў «Фэйсбуке» з 460 сяброў мае музей «Лошыцкая сядзіба» [2] і Арт-гасцёўня «Высокае места» [1], на якую падпісаны 156 чалавек. Самы малады акаўнт музея з'явіўся ў «Інстаграме» вясной 2017 г. [4]. У гэтай сетцы для абмену фотаздымкамі музей «Лошыцкая сядзіба» [5] мае 126 падпісчыкаў, а галоўны акаўнт – 64. Такім чынам, агульная колькасць інтэрнэт-аўдыторыі музея складае 2131 чалавек, пры гэтым не-

абходна ўлічваць той факт, што некаторыя з іх могуць быць адначасовымі падпісчыкамі розных сацыяльных сетак.

Працу з сацыяльнымі сеткамі ў Музеі гісторыі горада Мінска ажыццяўляюць навуковыя супрацоўнікі розных аддзелаў, якія з'яўляюцца кіраўнікамі адпаведных інтэрнэт-суполак. Дадзеная работа афіцыйна ўзгоднена з кіраўніцтвам музея.

Больш падрабязна будзе разгледжана работа з акаўнтамі ў сацыяльных сетках «ВКонтакте» [7, 8, 9] і «Фэйсбук» [1, 2, 3]. Музей гісторыі горада Мінска выкарыстоўвае іх для вырашэння наступных задач:

- распаўсюджванне рэкламнай інфармацыі;
- знаёмства інтэрнэт-аўдыторыі з дзейнасцю музея;
- камунікацыя з аўдыторыяй праз адказы на паведамленні і каментарыі да публікацый.

Адной з галоўных функцый сацыяльных сетак для музея з'яўляецца рэкламая. Самы распаўсюджаны тып публікацый – абвесткі пра культурна-асветніцкія мерапрыемствы, якія звычайна робяцца за некалькі дзён да самой падзеі і змяшчаюць афішу і кароткае паведамленне. Некаторыя з мерапрыемстваў музея патрабуюць больш пільнай увагі, у такім выпадку супрацоўнікі распрацоўваюць рэкламную стратэгію і серыю публікацый. Напрыклад, у 2016 г. музей займаўся падрыхтоўкай навукова-адукацыйнага праекта «Па слядах маманта», які шырока асвятляўся праз сацыяльныя сеткі штодзённымі публікацыямі за тыдзень да дня адкрыцця і штотыднёвымі пастамі на працягу ўсяго перыяду работы выстаўкі [3].

Другі тып рэкламнай публікацыі – фотасправаздача аб мерапрыемстве. Падбор лепшых фотаздымкаў прыцягвае ўвагу падпісчыкаў і закліканы пабудзіць іх да наведвання музея. Вядзецца работа па адсочванню публікацый у СМІ і публікацый актыўных карыстальнікаў з мэтай іх перапастаў у акаўнт музея, што пашырае ахоп аўдыторыі патэнцыяльных наведвальнікаў. Найбольш эфектыўным сродкам рэкламы ў дадзеным выпадку аказваюцца публікацыі аб музеі, зробленыя інтэрнэт-сябрамі, удзельнікамі групы, знакамітымі людзьмі, асобамі з вялікай колькасцю падпісчыкаў.

Для таго, каб старонкі музея ў сацыяльных сетках не ўспрымаліся толькі як рэкламая платформа, вядзецца работа па асвячэнні розных кірункаў яго дзейнасці. Распрацоўваюцца

такія рубрыкі, як падзеі з жыцця музея, важныя даты ў гісторыі горада Мінска, фондавыя калекцыі музея і цікавыя экспанаты, пацешныя выпадкі ў паўсядзённай музейнай рабоце. Некаторыя з такіх публікацый аказваюцца больш папулярнымі ў параўнанні з рэкламай музейных мерапрыемстваў.

Найбольш паспяховымі прыкладамі пастоў пра дзейнасць музея можна назваць наступныя. Публікацыя, прысвечаная 95-годдзю з дня нараджэння Героя Беларусі, народнага мастака Беларусі, ганаровага грамадзяніна г. Мінска Міхаіла Андрэевіча Савіцкага. Для гэтага паста былі выкарыстаны рэдкія фондавыя матэрыялы – фотаздымкі з сямейнага архіва мастака, якія раней не публікаваліся.

Высокі рэйтынг мела публікацыя, прысвечаная 125-годдзю з дня адкрыцця першага грамадскага транспарту горада Мінска – мінскай коннай чыгункі, дзейнасць якой асвячаецца ў новай (2017 г.) экспазіцыі музея.

Сапраўдную падтрымку карыстальнікаў выклікала публікацыя, якая расказвала пра аперацыю па выратаванні вітража з будынка БелЭКСПА. Вітраж атрымалася захаваць дзякуючы намаганням супрацоўнікаў Музея гісторыі горада Мінска. Цяпер ён знаходзіцца ў разабраным выглядзе і ўключаны ў фондавыя калекцыі музея [3].

Адной з форм удзячнасці музея гараджанам з’яўляецца інтэрнэт-падзяка за перададзеныя ў фонды каштоўныя прадметы. Так, мінчанка Ала Яўгенаўна Малыхіна стала адной з першых наведвальнікаў экспазіцыі «Мінская конная чыгунка» і перадала ў дар музею фотакартку сваёй стрыечнай бабулі, якая працавала кандуктарам на мінскай концы. Такія публікацыі адрасаваны ў тым ліку і да людзей, якія захоўваюць у хатніх умовах прадметы, звязаныя з гісторыяй Мінска і, магчыма, ператворацца ў дарыльшчыкаў музея.

Важнае значэнне для набыцця папулярнасці ў сацыяльных сетках адводзіцца стылю паведамленняў. Захоўваючы навуковы і сур’ёзны падыход, музей размаўляе з карыстальнікамі на простае мове, без імкнення да настаўлення. Зрабіць старонку больш цікавай дапамагаюць невялікія пасты пра пацешныя выпадкі з музейнага жыцця: гісторыі музейных экскурсаводаў, каментарыі з кнігі водгукаў, рэакцыя дзяцей на новую для іх інфармацыю з мінулага горада Мінска.

Сацыяльныя сеткі з'яўляюцца зручным інструментам для наладжвання камунікацыі з падпісчыкамі. Кіраўнікі акаўнтаў музея імкнуцца даваць кваліфікаваныя адказы на прыватныя паведамленні, якія паступаюць ад карыстальнікаў. Акрамя таго, ні адзін каментарый да музейнай публікацыі не застаецца без увагі супрацоўнікаў музея. Такім чынам, любая актыўнасць падпісчыкаў заахвочваецца.

Сацыяльныя сеткі становяцца ўсё больш папулярнымі ў сучасным грамадстве. Музеі актыўна выкарыстоўваюць іх патэнцыял у сваёй рабоце. Маладая ўстанова Музей гісторыі горада Мінска знаходзіцца на стадыі свайго станаўлення і арыентавана на выкарыстанне сучасных метадаў і падыходаў ва ўсіх кірунках музейнай дзейнасці. Работа з сацыяльнымі сеткамі пабудавана па прынцыпу пастаноўкі канкрэтных задач, распрацоўкі стратэгіі і планавання публікацый, аналізу рэакцыі інтэрнэт-аўдыторыі.

1. Арт-гостиная «Высокое место» [Электронны рэсурс]. – Рэжым доступу: <https://www.facebook.com/vysokomesto/>. – Дата доступу: 23.10.2017.

2. Гарадская мастацкая галерэя твораў Л. Шчамялёва [Электронны рэсурс]. – Рэжым доступу: https://vk.com/galereya_shchemeleva. – Дата доступу: 23.10.2017.

3. Лошыцкая сядзіба [Электронны рэсурс]. – Рэжым доступу: <https://www.facebook.com/loshytsamuseum/>. – Дата доступу: 23.10.2017.

4. Музей гісторыі горада Мінска [Электронны рэсурс]. – Рэжым доступу: <https://www.facebook.com/muzejminska/>. – Дата доступу: 23.10.2017.

5. Музей истории города Минска [Электронны рэсурс]. – Рэжым доступу: <https://vk.com/club24666665>. – Дата доступу: 23.10.2017.

6. Музей истории города Минска [Электронны рэсурс]. – Рэжым доступу: <http://muzejminska.livejournal.com/>. – Дата доступу: 23.10.2017.

7. Музей «Лошыцкая сядзіба» [Электронны рэсурс]. – Рэжым доступу: <https://www.instagram.com/loshytsamuseum/>. – Дата доступу: 23.10.2017.

8. Музей «Лошыцкая сядзіба» [Электронны рэсурс]. – Рэжым доступу: <https://vk.com/loshytsamuseum>. – Дата доступу: 23.10.2017.

9. Museum of history of Minsk [Электронны рэсурс]. – Рэжым доступу: <https://www.instagram.com/minskmuseum/>. – Дата доступу: 23.10.2017.