

Смаглюк Карина Русланівна

студентка III курсу, спеціальності менеджмент соціокультурної діяльності

Національний університет «Чернігівський колегіум» імені Т. Г. Шевченка

Науковий керівник – Солдатенко О. І., кандидат педагогічних наук, доцент,

доцент кафедри мистецьких дисциплін Національного університету

«Чернігівський колегіум» імені Т.Г. Шевченка

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО МЕНЕДЖМЕНТУ ХУДОЖНІХ ВИСТАВОК

Дана тема є надзвичайно актуальною в умовах стрімкого розвитку цифрових технологій. Сьогодні цифровізація проникає в усі сфери нашого життя: ми маємо змогу розраховуватись за покупки за допомогою смартфонів, спілкуватися у режимі реального часу через онлайн-платформи, та навіть укладати шлюб дистанційно. За таких умов неминучим є цифрове перетворення й у сфері культури, зокрема у формуванні та управлінні художніми виставками. Метою статті є розгляд сучасних інновацій у виставковій сфері.

В організації та управлінні художніми виставками дедалі частіше використовують інноваційні підходи, що поєднують традиційні форми представлення мистецтва з новітніми технологіями. Ці зміни зумовлені не лише технічним прогресом, а й новими запитами аудиторії, яка прагне більш інтерактивного, доступного та персоналізованого культурного досвіду.

Однією з ключових тенденцій є використання цифрових платформ для презентації виставок. Онлайн-галереї, віртуальні тури та 3D-виставкові простори дають змогу відвідувати художні експозиції з будь-якого куточка світу. Такі сервіси, як Google Arts & Culture, вже стали потужними інструментами популяризації мистецтва, особливо серед молодшої аудиторії, яка надає перевагу цифровому формату. У 2022 році було представлено проєкт «Україна поруч» на Google Arts & Culture. Це довгострокова ініціатива з оцифрування та поширення яскравої культурної історії України. «У час, коли Україна переживає найскладніші випробування, наша культура залишається нашою силою та натхненням. Проєкт «Україна Поруч» на Google Arts & Culture

дає можливість кожному відкрити для себе видатних українців, які прославили нашу землю на весь світ: Миколу Леонтовича, Соломію Крушельницьку, Марію Приймаченко, Катерину Білокур та багатьох інших. Сьогодні, коли російські окупанти намагаються знищити нашу спадщину, цей проєкт є особливо важливим. Він не лише зберігає українську культуру, а й популяризує її у світі», – Олена Зеленська, перша леді України [1].

Ще одним інноваційним підходом є застосування доповненої (AR) та віртуальної реальності (VR). Наприклад у виставці «Україна в мініатюрі» унікальні пам'ятки представлені у 3D-моделях, VR-турах та відео. Це інтерактивний досвід, покликаний показати цінність культурної спадщини України у світовому контексті. Серед них є й будівлі, які були зруйновані внаслідок повномасштабного вторгнення Росії на територію України. Спеціально для цього проєкту 29 українських композиторів, саунд-дизайнерів, митців створили унікальні музичні композиції, за допомогою яких можна не лише побачити, а й почути «голоси» будівель, уявити звукові ландшафти та історичні нашарування [2].

У менеджменті виставок дедалі важливішу роль відіграє аналітика даних та цифровий маркетинг. За допомогою спеціалізованого програмного забезпечення менеджери можуть відстежувати інтерес аудиторії, будувати ефективні маркетингові стратегії, адаптувати виставки до потреб різних цільових груп. Використання QR-кодів, інтерактивних афіш, мобільних застосунків із додатковим контентом підвищує залучення відвідувачів та сприяє формуванню глибшого культурного досвіду.

Важливу роль у менеджменті виставок є залучення соціальних мереж. Через Instagram, Facebook, TikTok митці й куратори можуть комунікувати з аудиторією, створювати інтерв'ю, ділитися «закулісним» контентом і отримувати миттєвий зворотний зв'язок. Таким чином, виставка перестає бути «односторонньою» подією і перетворюється на відкритий діалог між митцем і глядачем.

Отже, в епоху цифровізації культура не може залишатися осторонь глобальних трансформацій. Особливо це актуально для України, яка сьогодні веде жорстоку боротьбу не лише за свою територіальну цілісність, а й за національну ідентичність, мову, історичну пам'ять та культурну спадщину. У сучасних умовах війни культурний фронт набуває особливого значення, адже через мистецькі практики ми можемо доносити світові правду про злочини агресора, про знищення Росією наших історичних пам'яток, музеїв, храмів та унікальних об'єктів культурної спадщини.

Сучасні технології відкривають нові можливості для представлення української культури у світі. Онлайн-виставки, цифрові архіви, віртуальні музеї стають не лише інструментами культурної дипломатії, а й засобами збереження та документування того, що зникає під ударами війни.

У цьому процесі важливу роль відіграє менеджер соціокультурної діяльності, який є ключовою фігурою в організації виставкової роботи. Його завдання полягає не лише в плануванні та координації заходів, але й в активному впровадженні інноваційних технологій, аналізі потреб аудиторії, пошуку нових форматів комунікації та залученні громадськості до культурного діалогу. Саме від фаховості та креативності менеджера залежить ефективність презентації мистецьких проєктів як в Україні, так і на міжнародному рівні.

Список використаної літератури

1. Офіційний Блог – Google Україна. «Україна поруч. Новий розділ»: Відкрийте для себе людей, місця та скарби, які формують культуру України. URL.: <https://ukraine.googleblog.com/2024/09/blog-post.html> (дата звернення 28.04.2025).
2. Проєкт «Україна в мініатюрі». URL.: <https://miniature.in.ua/uk/> (дата звернення 28.04.2025).