

**Новачинський Юрій Михайлович,**  
*аспірант кафедри історії і теорії мистецтва,  
керівник відділу видавництва та інформації  
Львівської національної академії мистецтв  
[y.novachynskyy@lnam.edu.ua](mailto:y.novachynskyy@lnam.edu.ua)*

## ОНЛАЙН РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ МИСТЕЦЬКОЇ ІНСТИТУЦІЇ НА ПРИКЛАДІ ГАЛЕРЕЇ ЛНАМ

У статті досліджено стрімкі зміни в оптиках цифрової репрезентації мистецького життя у зв'язку з обставинами епохи Covid-19. Підкреслено наявність фактору жорсткої конкуренції мистецького дискурсу з популярним контентом в умовах фрагментованої соціальної дійсності пандемії. Наведено моделі й методи реалізації конкретних комунікативних стратегій, метою яких було донесення до різноманітних цільових аудиторій історико-мистецьких смислів, акумульованих культурними інституціями. На прикладі галереї ЛНАМ продемонстровано широкий спектр можливостей реалізації ефективного просування мистецького контенту в умовах обмежень з використанням цифрових технологій. Підкреслено значущість диверсифікації каналів комунікації для охоплення якомога більших аудиторій культурних реципієнтів та якомога точнішого таргетування культурних меседжів у відповідності з їхніми кінцевими запитами.

**Ключові слова:** інституція, репрезентація, комунікація, аудиторія.

## ONLINE REPRESENTATION OF AN ART INSTITUTION USING THE EXAMPLE OF THE LNAA GALLERY

The article considers sweeping changes in the digital representation of artistic life due to the circumstances of the Covid-19 era. It is highlighted the presence of the factor of fierce competition of artistic discourse with popular content amidst the fragmented social reality of the pandemic. The author provides models and methods of realization of concrete communicative strategies, the purpose of which was to convey the historical and artistic meanings accumulated by cultural institutions to different target audiences. The case of the LNAA (Lviv National Academy of Arts) gallery demonstrates a wide range of opportunities for the effective promotion of artistic content in the context of limitations with the use of digital technologies. It is emphasized the importance of diversification of communication channels to reach the largest possible audiences of cultural recipients and the most accurate targeting of cultural messages in accordance with their final requests.

**Key words:** institution, representation, communication, audience.

Стрімка віртуалізація життя, зумовлена вимушеним закриттям всіх інституцій навесні 2020 року стрімко змінила дискурс онлайн репрезентації мистецьких інституцій, який існував до того. Вже не достатньо присутності чи періодичної активності у соціальних мережах. Нова реальність вимагає створення динамічного контенту для різних цільових аудиторій та комунікацію з ними в умовах жорсткої конкуренції з масовим, популярним та вірусним контентом. Множинність інтересів користувачів соціальних мереж зумовлює чітке ранжування контенту згідно індивідуальних переваг та поведінки кожного окремого користувача, а лояльність до інституції залежить не лише від її репутації, але й від здатності зацікавити інформацією чи способом її подачі.

У березні 2020 р. галереї Львівської національної академії мистецтв виповнилось 5 років від започаткування. Заплановані заходи були скасовані, виставкові плани перенесені, а простір фізично замкнений. З врахуванням карантинних обмежень та для підтримки заходів, що реалізуються в межах простору протягом 2020 року в межах конкурсної програми «Мережі та аудиторії» Українського культурного фонду було подано проєкт «Комунікаційна кампанія галереї ЛНАМ», що отримав підтримку експертів та був затверджений для реалізації.

На момент старту комунікаційного проєкту у галереї ЛНАМ існували наступні канали комунікації: офіційний сайт ЛНАМ, Instagram та Facebook акаунти. Основною метою проєкту було вивчити

цільову аудиторію мистецького простору, виділити окремі категорії стейкхолдерів та реалізувати ряд комунікаційних заходів, скерованих на кожну з аудиторій для розширення мережі відвідувачів та прихильників арт-простору.

В межах проєкту були заплановані 10 публікацій у засобах масової інформації. Частина з них була побудована за географічним принципом, а саме розповідала про митців, які є вихідцями з певної області та реалізовували свої проєкти в межах арт-простору. Такий розподіл сприяв вибору важливих регіональних ЗМІ та ефективному налаштуванню реклами публікацій з соціальних мережах. Командою проєкту було обрано наступні області: Івано-Франківська, Закарпатська, Волинська, Вінницька, Одеська.

Назви статей та рекламні критерії підбирались у співпраці з менеджерами з агентства з публічних комунікацій PerfectPR та врахуванням особливостей цільової аудиторії. Для прикладу публікація про митців із Закарпаття має назву «6 молодих митців із Закарпаття: спецпроєкт галереї Львівської національної академії мистецтв» в онлайн-виданні **VAROSH**. У статті – знайомство з тими, чия творчість є виразно-колеритною та несподіваною серед простору актуального мистецтва України, а саме Миколою Молчаном, Гейзою Дьєрке, Юрієм Шкрюбою, Вікторією Дорр (Зимомря), Яною Масалович, а також деякими учасниками «Відкритої групи».

Інформація про митців, їх творчість та досягнення у публікаціях значно відрізнялась від мистецтвознавчих текстів, адже основною метою було залучення нової аудиторії читачів. Дані публікації таргетувались після А/Втестування локальної аудиторії за сферами зацікавлень, дотичних до мистецтва (для прикладу: живопис, скульптура, сучасне мистецтво, галереї сучасного мистецтва, акварельний живопис тощо).

У якості приводів для інформування мешканців м. Львова було розповсюджено ряд прес-релізів, що стосувались створення муралу поблизу арт-простору, виставкових проєктів, що реалізовувались в цей період, оновлення брендингу галереї ЛНАМ, онлайн активності, що стали реакцією на карантинні обмеження, публікація у газеті газета «Львівська пошта» (стаття «Галерея ЛНАМ: п'ять років, локацій

і море планів»). Рекламна підтримка інформаційних приводів на локальну аудиторію була більш вузькоспеціалізованою в залежності від комунікаційного повідомлення.

Серед інших публікацій було обрано майданчики з всеукраїнським охопленням аудиторії, а саме: журнал Національної спілки художників України «Образотворче мистецтво» (№ 2/2020, ст. 46–47), газета «Esthete» (№ 8/2020 с. 11–12), аудіоподкаст від проєкту «Галерея101» під назвою «Як це, творити галерею у навчальному закладі. Галерея ЛНАМ», стаття «Молоді художниці у галереї ЛНАМ» у співпраці з сайтом «Гендер у деталях». Для прикладу в останній публікації авторка Олена Якимова спілкувалась з п'ятьма молодими мисткинями – Мариною Наумчук, Жанною Петренко, Ксенією Жижій, Надією Собко, Анною Варшавською, які розмірковували не просто про жінку у мистецтві сьогодення, а про мисткиню у Львівській академії мистецтв, навчальному закладі з давніми традиціями класичної мистецької школи.

Ознайомитись з усіма публікаціями можна на сайті Львівської національної академії мистецтв [lnam.edu.ua](http://lnam.edu.ua) у розділі «Творчість» – «Галерея ЛНАМ» – «Архів виставок».

За період 2015–2019 рр. у галереї ЛНАМ було реалізовано більше сотні різнопланових проєктів: збірні виставки, що репрезентували діяльність усіх творчих спеціальностей ЛНАМ, персональні проєкти студентів та випускників; колективні молодіжні, концептуальні творчі проєкти; виставки, що представляли зріз діяльності окремих освітніх програм; а також спільні, міжвузівські проєкти всеукраїнського та міжнародного рівня. Найвні архівні матеріали репрезентують не лише історію молодіжного арт-простору, але й актуальний зріз творчих пошуків митців-вихованців Львівської національної академії мистецтв. За час існування простору галерея стала місцем для творчих дебютів таких молодих митців як: Назар Симолюк, Петро Грицюк, Андрій Савчук, Руслан Лучко, Андрій Чижов, Інна Делієва, Ксенія Жижій, Марина Наумчук, Ян Левша, Макар Москалюк, Анна Варшавська, Артур Солецький, Марія Уторова, Надія Собко тощо. Щоб розповісти про них мистецьким інституціям, ми підготували та видали друком каталог реалізованих виставок. Однак карантинні обмеження не дозволяли організувати масштабну офлайн

презентацію, тож у процесі підготовки було вирішено доповнити його розширеною онлайн версією, яка розміщена за адресою: <https://lnam.edu.ua/uk/exhibitions.html> (3). Це мало на меті у вільному доступі представити розширені фотозвіти з проектів та творче портфоліо молодих митців, яке вони матимуть змогу оновлювати. Кожна з виставок містить актуальні контакти митців та можливість залишити відгук, який буде опублікований на сайті. Таким чином ми намагаємось зробити онлайн архів цікавим для різних груп стейкхолдерів та надати можливість залишати зворотній зв'язок щодо того чи іншого проекту.

Окрім того, було заплановане розширення каналів комунікацій, а саме запуск Telegram та Youtube каналів. Якщо перший з них є необхідним для охоплення молоді аудиторії, якій важлива зручність ділитись контентом, то другий став майданчиком для розміщення мистецького контенту для постійної аудиторії. Серія відео-інтерв'ю та лекції «Доступно про мистецтво» зорієнтовані в першу чергу на аудиторію, що вже знає про функціонування простору та бажає довідатись більше

про засновників, кураторів, інституцію загалом. Відео майстер-класів від митців, які демонструють процес створення їх творів – це реальні історії з майстерень митців нашої Академії та розповідь про «маленькі» секрети того, як створюються об'єкти, які згодом побачить глядач на виставці у галереї чи у арт-салонах. Серед митців, котрі демонструють процес створення робіт у своїх майстернях – Ксенія Жижій, молода керамістка; Назар Симотюк, художник по дереву; Олександр Гончарук, скульптор; Остап Іванишин, скляр; Катерина Кусько, художниця текстилю.

Диверсифікація каналів комунікації та зростання аудиторії ставить свої вимоги щодо створюваного контенту. В умовах нестабільної роботи та обмежень для організації заходів, питання якості, подачі інформації та експертності виступають важливими чинниками для розширення аудиторії.

Загалом, комплекс онлайн комунікацій молодіжного простору галереї ЛНАМ базується на відкритості до діалогу та критики, свободі самовираження та експертності у різних дотичних сферах.

#### Список використаних джерел:

1. Вовк Н. & Лісіна С. Репрезентація культурної спадщини України через електронні виставки. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2019. № 2.
2. Меднікова Г. С. Концепт «культурні практики» та його роль у трансформації сучасної культури. *Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова*. 2017. Вип. 37 (50). С. 30–39.
3. Волков С. М. Соціокультурна динаміка інституалізаційних, інтеграційних та регіоналізаційних процесів в мистецькій освіті України : культурологічний аспект : дис. ... д-ра культурології : 26.00.01 / М-во культури України ; Нац. акад. керівних кадрів культури і мистецтв. К., 2013. 413 с.
4. Герчанівська П. Е. Культурологія: термінологічний словник. К. : Національна Академія керівних кадрів культури і мистецтв, 2015. 439 с.