



Говорим, что
музей — это нескучно

ГБУК РК «Крымский литературно-художественный мемориальный музей-заповедник»

Номинация: «Социальные медиа года»

Instagram: chekhov__yalta

Музей сам выходит к людям, чтобы рассказать гостям о том, каким был Антон Павлович Чехов, чем живет Белая дача и как «чеховское остроумие» продолжает жить в новом веке.

Мы стремимся популяризировать, как сам музей, так и рассказать о любви к литературе и искусству.

А.П.ЧЕХОВ → Н.А.ЛЕЙКИНУ

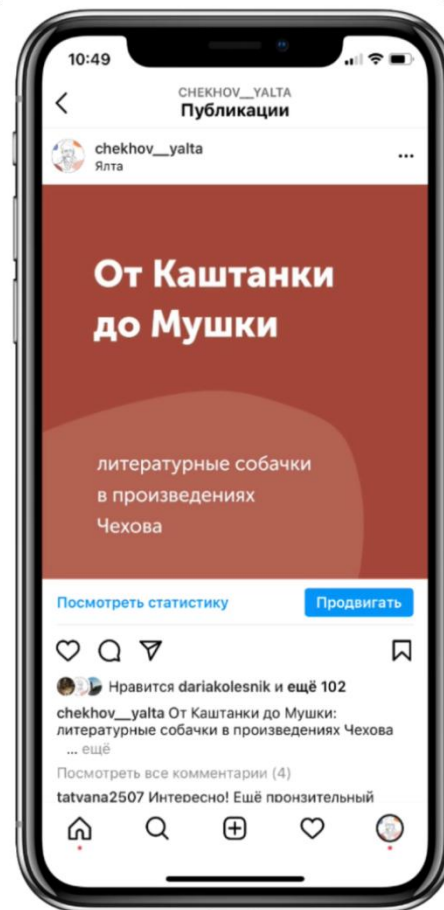
17 июля 1887 года

Где Вы и что с Вами, добрейший Николай Александрович? Я положительно не знаю, чем объяснить Ваше продолжительное молчание в ответ на моё последнее письмо? Что-нибудь из трёх: или Вы уехали, или больны, или сердитесь.

Если уехали в Финляндию, то давно уже пора вернуться; если бы были больны, то об этом я узнал бы через Билибина. Очевидно, Вы сердитесь. Если так, то за что? Надеюсь, что причины моего неприязда, изложенные в моём последнем письме (которое Вы получили до 12-го июня), достаточно уважительны и не могут послужить причиною Вашего молчания... За что же Вы сердитесь? Жду ответа, а пока желаю Вам здоровья и кланяюсь Вашей семье.



А особенно это актуально в среде думающей и читающей молодежи прогрессивного общества, способного к новаторским идеям и поступкам ведь и сам Чехов тоже был новатор.



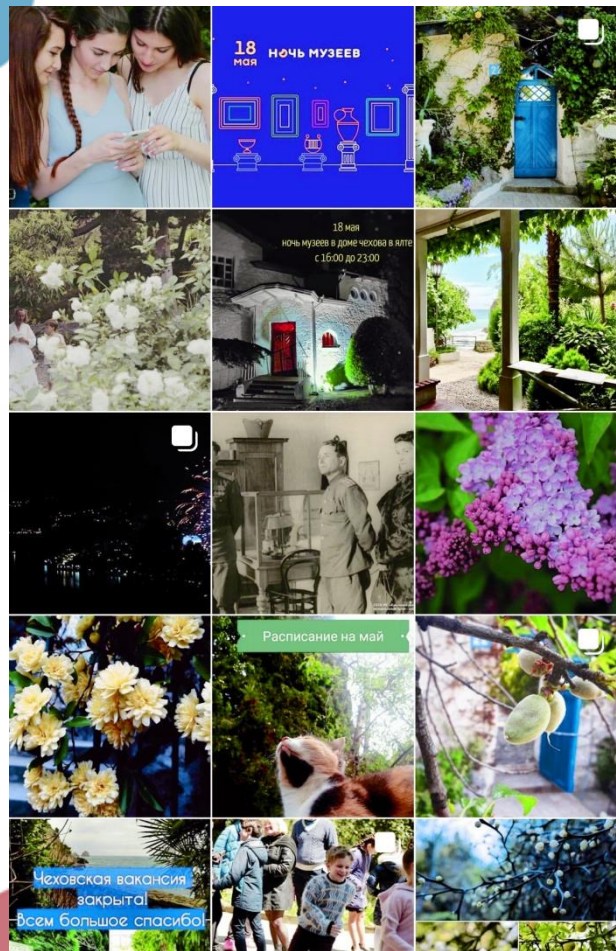
*В век информационного общества,
крайне важно, чтобы учреждения
культуры говорили с аудиторией на
языке современности.*

*Не просто озвучивать сухие факты,
транслировать прописные истины, а
именно волновать, интересовать,
восхищать аудиторию, раскрывая ей
новые главы и страницы нашего
многокультурного национального
наследия.*



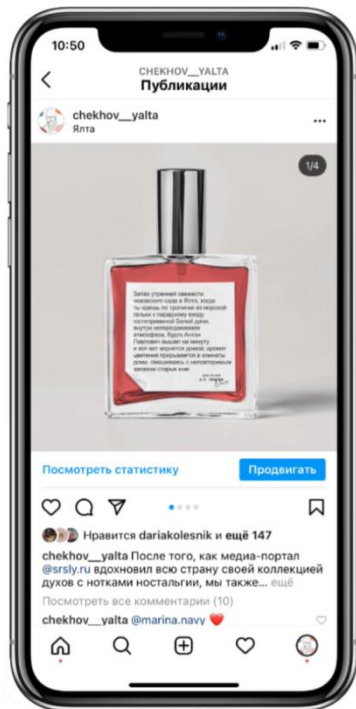
Придерживаясь последних тенденций в области SMM, мы старались развивать не только информационную часть в виде постов, но и публиковать уникальный видео-контент, а также, придерживаясь общей визуализации, подбирать иллюстративный материал в соответствии с композиционным восприятием ленты и цельности эстетической раскладки.

Май 2019

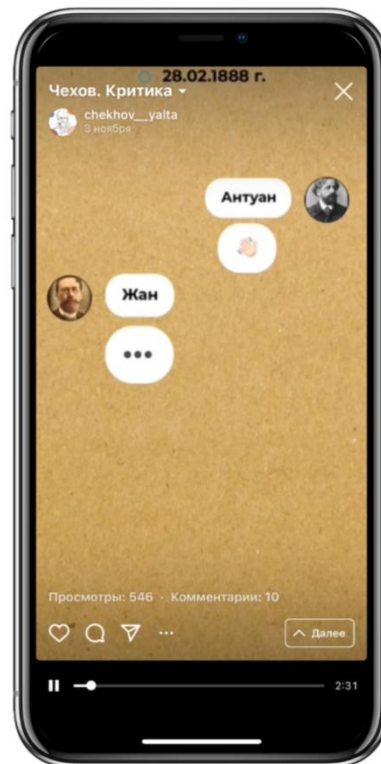


Февраль 2020

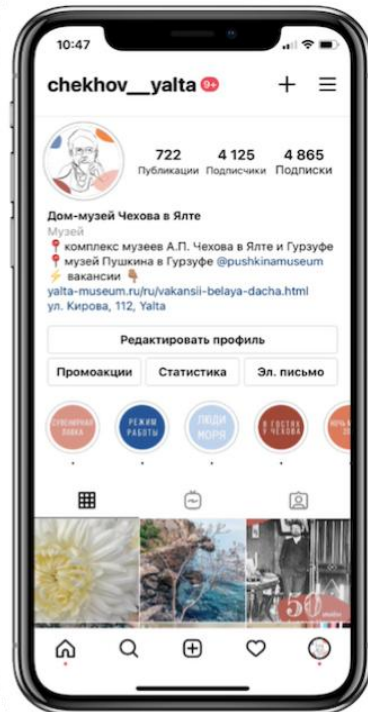




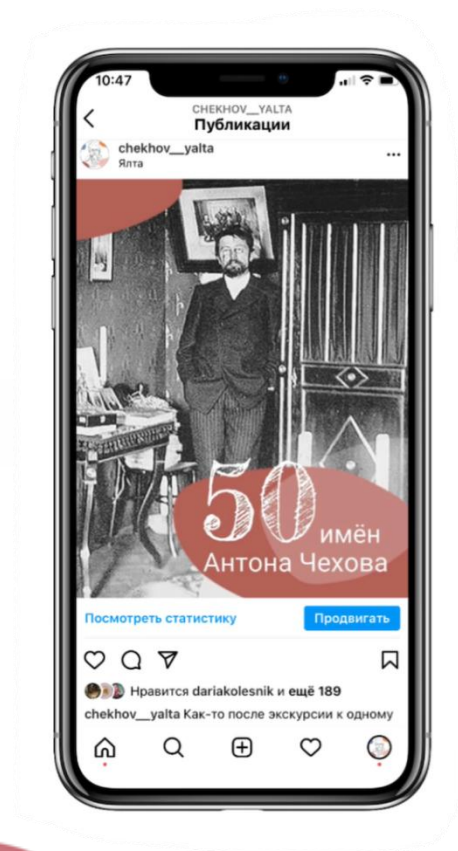
Тренды социальных сетей и различные инфоповоды также успешно интегрируются в культурный контент интернет-коммуникации.



Особый подход и к созданию авторского видео-контента.
Если это экскурсия, то она уходит с привычных маршрутов и превращается в мини-сериал.
Выставка или лекция – короткометражный фильм или анимационный ролик.
Прямые эфиры с известными артистами и режиссерами.



Если еще в 2019 году количество подписчиков нашего музея в социальной сети Instagram насчитывало порядка 500 человек, то теперь их больше 4000, соответственно, появилось больше заинтересованности к истории, искусству, литературе и, конечно же, к самому музею.



Мы целенаправленно искали нестандартный выход — старались не только дотянуться до зрителя, но и пригласить его к нам. Подарить ему возможность ощутить, услышать, прикоснуться к нашим сокровищам. Немало важно и то, что мы стремились заинтересовать и молодое поколение, донести до них мысль, что музей — это нескучно.



Над проектом работают:

Мальцева Наталья Игоревна – заместитель директора;
Кожин Владислав Владимирович – главный хранитель;
Панасенко Дарья Сергеевна – начальник отдела приема посетителей, организации мероприятий и развития;
Рачкова Екатерина Евгеньевна – специалист по маркетингу;
Кравченко Лидия Владимировна – дизайнер;
Чабан Евгения Юрьевна – дизайнер.