

ПРИКЛАДНІ СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ

УДК 316.77

DOI <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2022.5.2/47>

Білуцак Т. М.

Національний університет «Львівська політехніка»

Прімакова Д. І.

Національний університет «Львівська політехніка»

ВИКОРИСТАННЯ ВІРТУАЛЬНОЇ ВИСТАВКИ ДЛЯ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ УКРАЇНСЬКОЇ ЕМІГРАЦІЇ В РАМКАХ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ

Метою роботи є розгляд віртуальної виставки як засобу Інтернет-маркетингової стратегії в популяризації культурної спадщини української еміграції. Методологія дослідження. Для вирішення поставлених у роботі завдань був проведений теоретичний аналіз наукової літератури щодо популяризації культурної спадщини українських емігрантів в мережі Інтернет. Також для досягнення поставленої мети в роботі використана методологія, яка базується на застосуванні загальнонаукових та спеціальних методів пізнання. Для виявлення науково-теоретичних основ використання інформаційно-комунікаційних технологій в популяризації культурної спадщини української еміграції було використано методи аналізу й синтезу, соціокультурний. Для встановлення кількості, обсягу і тематичного спрямування віртуальних виставок використовувався метод контент-аналізу. Для визначення спільних і відмінних рис щодо форматів представлення, закономірностей транслювання, специфіки подання контенту віртуальних виставок використовувався порівняльний метод. Метод систематизації дозволив визначити та описати особливості використання різних платформ для поширення контенту культурної спадщини української еміграції. Наукова новизна роботи полягає в тому, що в статті розглянуто віртуальну виставку як засіб Інтернет-маркетингової стратегії в популяризації культурної спадщини української еміграції серед молоді в умовах становлення цифрового суспільства. Реалізована віртуальна виставка забезпечує можливість опрацювання як консолідованого інформаційного ресурсу при популяризації культурної спадщини української еміграції з інтерактивною взаємодією із користувачем. Висновки. На основі наукових розвідок розглянуто особливості популяризації культурної спадщини українських емігрантів в мережі Інтернет на прикладі опрацьованої наукової літератури та практичної інформації. Для узагальнення досвіду проведено аналіз сучасних закордонних віртуальних виставок, які репрезентують проблеми еміграції. Здійснено характеристику сервісів та реалізовано віртуальну виставку для популяризації культурної спадщини української еміграції серед молоді.

Ключові слова: віртуальна виставка, популяризація, культурна спадщина, Інтернет-маркетинг, українська еміграція, творчий доробок, віртуальна колекція, інформаційно-комунікаційних технології.

Постановка проблеми. Діяльність української еміграції завжди супроводжувалася науковим та культурним надбанням. Українська діаспора в Західній Європі зробила чимало для розвитку і збереження національної культури, підвищення позитивного іміджу України у міжнародній спільноті і ця спадщина є унікальною і потребує вивчення та популяризації.

В умовах російського повномасштабного вторгнення та військової агресії на території України зростає потреба у відновленні історичної пам'яті, формуванні національної свідомості та вивченні історії життя українців, які мешкають у країнах світу, їх суспільної діяльності, надбав у галузі науки, культури, мистецтва, літератури та освіти.

Тому особливої актуальності набуває вивчення та популяризація культурної спадщини української еміграції серед молоді за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій в умовах становлення цифрового суспільства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченням української діаспори займалася велика частина дослідників України та через призму різних напрямів, зокрема, це такі науковці як: Біловус Л., Вінтонів Х., Карась Г., Коляда О., Матяш І., Нечитайло А., Палієнко М., Райчева А., Сидоренко О. [1, 3, 5–11] Зокрема, у дослідженнях [2, 4, 12] розглянуто віртуальних виставок у репрезентації історико-культурної спадщини.

Проте недостатньої уваги приділено аналізу впливу популяризації культурної спадщини українських емігрантів на розвиток сучасної молоді за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій, цьому і присвячене дане дослідження.

Постановка завдання. *Метою роботи є розгляд віртуальної виставки як засобу Інтернет-маркетингової стратегії в популяризації культурної спадщини української еміграції.* Досягнення поставленої мети зумовило розв'язання таких дослідницьких завдань: простежити ключові особливості популяризації культурної спадщини українських емігрантів в мережі Інтернет на прикладі опрацьованої наукової літератури та практичної інформації; провести аналіз сучасних віртуальних виставок, які репрезентують проблеми еміграції; здійснити характеристику сервісів для реалізації популяризації культурної спадщини української еміграції серед молоді.

Виклад основного матеріалу. Тема еміграції є болючою для кожного народу. Шукаючи кращого життя, люди вимушені залишати рідні домівки та вирушати до інших країн. Причин для еміграції є безліч, але найбільш поширеними є війна, бідність, репресії та дискримінація.

Вивчаючи проблему еміграції, вчені зробили велику кількість наукових досліджень, розкриваючи причини еміграції, соціальні групи, що були вимушені переїжджати за кордон, а також наслідки цього демографічного явища. Згодом почали з'являтися виставки, присвячені цій темі, а сьогодні частина із них переведена у віртуальний формат. Розглянемо три віртуальні виставки, присвячені проблемі еміграції.

Departures (<https://www.migrationmuseum.org/exhibition/departures/>) – це виставка, що проходила у Лондонському музеї міграції у лютому 2022 року. Вона розповідає про 400 років еміграції з Великої Британії – починаючи з від-

правлення корабля «Mayflower» у 1620 році до сьогодні. Джерела інформації, на яких базується виставка – розповіді мігрантів, мистецтво та медіа. Мета виставки – розкрити проблему виїзду населення Англії за кордон та розповісти про причини та наслідки такого руху населення.

Експонати виставки – картини, фотографії, дитячі малюнки, фрагменти щоденників та особисті листи емігрантів. Представлені також валізи, мапи та квитки на кораблі чи літаки, а сама виставкова зала має вигляд аеропорту.

Виставка була переведена у віртуальний формат у вигляді YouTube-відео тривалістю у годину. У відео представлені фотографії експонатів, а також розповіді творців виставки про представлені події та те, що стало натхненням для її створення.

Окрім YouTube-відео, виставка представлена у форматі подкасту на платформі PodBean. Подкаст розділений на частини-експозиції; кожна частина розкриває окремий період еміграції від 17 сторіччя до сьогодення. Кожен розділ подкасту триває близько 30 хвилин, а загальна тривалість виставки складає 4 з половиною години.

Refuge in the Heights (<https://www.lbi.org/exhibitions/virtual-refuge-heights/>) – віртуальна виставка, присвячена масовій імміграції євреїв до США у 1933–1944 роках. Виставка розповідає про район Вашингтон-Хайтс, що у Нью-Йорку. Мета виставки – розповісти про те, як іммігранти з Німеччини та Австрії, а також Пуерто-Ріко, Куби, Греції, Вірменії та Ірландії знайшли новий дім у Вашингтон-Хайтс, побудувавши у ньому розмаїте суспільство з багатою культурою.

Виставка поділена на 6 експозицій:

Вступ. Перша частина виставки служить її вступом. У ній представлені статистичні дані щодо імміграції до США у 1933–1945 роках. Особлива увага приділяється руху євреїв, що втікали від нацистського режиму Німеччини. У цій експозиції переважає текстова інформація, проте є і фотоекспонати – графік руху біженців, створений у 1945 році, та фото пасажирів на човні СС Навемар, що прямував до США у 1941 році та ін.

Від сільської місцевості до міста (From rural terrain to urban destination) У другій експозиції розповідається історія Нью-Йоркського району, що став притулком до вимушено переселених людей. Експонати – фото та листівки із зображенням Вашингтон-Хайтс у перші роки його заснування, мапи місцевості та перші поселенці. Крім того, тут описана історія побудови Вашингтонського мосту, що з'єднує Нью-Йорк із Нью-Джерсі.

Почати спочатку у Нью-Йорку (Starting over in New York) Третя експозиція розкриває основні проблеми, з якими зіткнулися новоприбулі до США євреї – проблеми зі знанням мови, житлом та роботою. На експозиції представлена детальна мапа району, фото дітей, що вчать англійську мову, та чоловіків у пошуку роботи. Інші експонати – рекламні постери, сертифікати, списки доступного житла.

Спільнота у Хайтс (A community in the Heights) Четверта частина виставки розповідає про побудову спільноти у Вашингтон-Хайтс. Глядач може дізнатися про те, як засновувалися єврейські початкові й старші школи та центри, друкувалися перші газети тощо. Тут описані й негативні чинники, з якими зіштовхнулися євреї Вашингтон-Хайтс – антисемітизм та конкуренція з іншими громадами, особливо з ірландцями.

Вдома у Хайтс (At home in the Heights) П'ята експозиція присвячена процесу побудови єврейських громад. Тут описується релігійне життя діаспори, нові можливості у пошуку роботи після 1945 року, а також заснування першого єврейського вищого навчального закладу.

Мінливе сусідство (A changing neighborhood) Остання експозиція висвітлює процеси внутрішньої міграції у США після 1948 року. У цій частині описані зміни етнічного складу Вашингтон-Хайтс, а також сучасне життя району.

Leaving Europe: A New Life in America (<https://www.europeana.eu/en/exhibitions/leaving-europe>) – це віртуальна виставка, що розповідає про міграцію європейців до Америки у 19–20 сторіччі. Проект розкриває тему масової імміграції до США та описує причини та наслідки цього демографічного явища.

Виставка розділена на 6 експозицій:

Батьківщина мігрантів (The Homeland of Migrating Groups). Перша експозиція виставки розповідає, з яких регіонів Європи відбувалася міграція до США. Експозиція поділена на частини (Ірландія та Велика Британія, Західна, Східна та Південна Європа, Скандинавія). Кожна з частин розповідає про причини еміграції населення, а також представляє експонати: картини, вірші, книги та фотографії.

Мотивація та прагнення (Motivations and Aspirations). Друга експозиція є логічним продовженням першої і детально описує мотивацію переселенців. Тут представлені фото перших іммігрантів, листівки, вірші, карикатури та ілюстрації з газет.

Відправлення та прибуття (Departure and Arrival). У третій експозиції описані міста та

порти, з яких відбувалося відправлення кораблів та човнів до Америки, а також основні порти, що приймали мігрантів. Крім того, у цій експозиції глядач може дізнатися про те, які процедури повинні були пройти емігранти – починаючи з перевірок документів та реєстрації до медичних оглядів. На експозиції представлені фото та малюнки груп емігрантів, скановані книги медичних оглядів переселенців, ілюстрації з газет та листівки.

Життя в Америці (Life in America). Четверта частина віртуальної виставки описує будні іммігрантів: їхнє життя на фермі чи у місті, роботу, створення громад. Текст проілюстрований численними фотографіями родин мігрантів, працівників, дітей, житла.

Нативізм (Nativism). У п'ятій експозиції розповідається про проблему, з якою зіткнулися новоутворені громади іммігрантів – нативізм. Нативізм – це рух проти імміграції, учасники якого звинувачували переселенців у проблемах економіки США. У цій частині представлені відомості про найактивніші анти-імміграційні організації, такі як Ку-клукс-клан, Ліга обмеження імміграції, Американська захисна асоціація тощо. Тут описані проблеми соціалізму та анархії, дискримінації проти незахищених верств населення, а також обмеження імміграції з Європи до США на законодавчому рівні.

Зв'язок з Батьківщиною (Contact with Homelands). У заключній експозиції розповідається про те, як іммігранти підтримували контакт зі своїми родинами на Батьківщині. У цій частині показані листівки та фотокартки, листи, карикатури, вірші та музика. Остання частина віртуальної виставки також розповідає про повернення мігрантів додому.

Виставка була створена Цифровою публічною бібліотекою Америки та проектом Europeana.

Порівняльна характеристика програм для створення віртуальних виставок. Для створення онлайн-виставок можна використовувати конструктори для веб-сайтів. Популярними програмами є Figma, Uizard та Moqups. Ці програми широко використовуються веб-дизайнерами, адже дозволяють розробляти прототипи інтерактивних веб-сторінок з текстовою, графічною, відео та аудіоінформацією.

Figma – це сервіс для розробки інтерфейсів та прототипування. Програма підходить для створення простих прототипів, дизайнів веб-сторінок, порталів та мобільних додатків. Figma доступна як онлайн-програма та додаток для комп'ютера.

Uizard – це сервіс від однойменної данської компанії-розробника програмного забезпечення.

Програма використовується для прототипування та дизайну вебсторінок та мобільних додатків. Сервіс дає доступ до широкого асортименту готових шаблонів, що значно полегшує роботу розробника. Станом на 2022 рік Uizard доступний лише у онлайн-форматі.

Moqups – це додаток для створення макетів та інтерактивних прототипів. За допомогою спеціалі-

зованих інструментів можна створювати прототип сайтів або мобільного додатків. Moqups дає користувачам доступ до великої кількості шаблонів та готових елементів, тож процес створення проєктів обмежується до перетягування – drag-n-drop.

Щоби обрати найкращу програму для створення віртуальної виставки, проведемо порівняльну характеристику Figma, Uizard та Moqups (табл. 1).

Таблиця 1

Порівняльна характеристика сервісів створення віртуальної виставки в Інтернет-маркетингової стратегії в популяризації культурної спадщини української еміграції

№ з/п	Характеристика	Назва програми		
		Figma	Uizard	Moqups
1	Доступність та авторизація	Онлайн-версія програми та додаток для комп'ютера є безкоштовними. Для початку роботи необхідно пройти реєстрацію.	Онлайн-сервіс є безкоштовним. Для початку роботи необхідно пройти реєстрацію.	Онлайн-версія програми є безкоштовною. Необхідна реєстрація. Існує додаток для комп'ютера, проте станом на жовтень 2022 року він є недоступним.
2	Наявність настільної версії додатку	Є додаток для комп'ютера та смартфона. Мобільний додаток дозволяє переглядати прототипи, але функціонал програми обмежений.	–	Додаток розроблено, проте він є недоступним.
3	Пакели послуг	Доступні 4 пакети послуг: Starter (безкоштовний), Professional (від 12\$/місяць), Organization (від 45\$/місяць), Enterprise (від 75\$/місяць).	Доступні три пакети послуг: Free (безкоштовний), Pro (від 12\$/місяць) та Enterprise (від 39\$/місяць) .	Доступні 4 пакети послуг: Free (безкоштовний), Solo (від 13\$/місяць), Team (від 23\$/місяць), Unlimited (від 67\$/місяць).
4	Обмеження безкоштовної версії	При роботі з безкоштовною версією користувач може одночасно мати 3 проєкти Figma. Кількість особистих файлів, плагінів, віджетів, шаблонів, шрифтів тощо необмежена.	Безкоштовна версія сервісу дає доступ до 3 проєктів та 10 слайдів у кожному проєкті. Є обмеження по кількості доступних шаблонів.	У безкоштовній версії користувач може одночасно мати 2 проєкти. Асортимент готових шаблонів та елементів є обмеженим.
5	Можливість роботи в команді	Обидві програми дозволяють запрошувати працівників для роботи у команді.		Додати працівників до команди можна лише при купівлі тарифу Team чи Unlimited.
6	Інструментарій	– Фрейми (артборди); – Модульна сітка для впорядкування елементів; – Геометричні фігури та криві; – Зображення; – Ефекти і маски; – Текстові поля; – Плагіни; – Програма дає доступ до великого асортименту шрифтів.	– Фрейми; – Геометричні фігури та прями; – Текстові поля; – Зображення; – Кнопки та перемикачі; – Шаблони.	– Фрейми; – Геометричні фігури та лінії; – Текстові поля; – Зображення – Кнопки, перемикачі, розкриті списки, календар, таблиці тощо; – Аудіо- та відеопрогравач – Карти; – Елементи навігації; – Діаграми та графіки; – Елементи для блок-схем.
7	Попередній перегляд	Усі три програми мають функцію попереднього перегляду проєктів.		
8	Інше	Програма має зручний мінімалістичний та інтуїтивний інтерфейс. Є доступ до великої кількості відеоуроків користування сервісом.	Готові шаблони та кнопки значно полегшують процес розробки проєкту. Інтуїтивний інтерфейс.	Надзвичайно широкий асортимент кнопок, перемикачів та шаблонів.

Проаналізувавши функціональні можливості трьох програм, ми вирішили, що для реалізації проекту віртуальної виставки найкраще підходить сервіс Figma.

Для найкращого висвітлення культури української діаспори ми розбили проєкт віртуальної виставки на 4 розділи (<https://cutt.ly/sNQxgwG>): культура, наука, освіта та суспільство. Кожен з цих розділів представляє собою віртуальний стенд, на якому розміщені по шість експозицій (рис. 1).

Стенд 1: Мистецтво. Для опису мистецтва української еміграції ми взяли за основу діяльність таких художників та скульпторів: Олександра Архипенка, Олекси Грищенка, Михайла Андрієнка-Нечитайла, Юліана Буцманюка, Василя Кричевського та Юрія Магалевського. Фотографії митців, що розміщені на віртуальному стенді, є обкладинками окремих експозицій та працюють як кнопки для переходу до них.

Експозиції складаються з короткої біографії митця, його фотографії, а також 4–5 робіт. Експонатами є фотографії та скановані версії картин, скульптур та книжкових обкладинок. Усього на стенді представлено 31 експонат.

Стенд 2: Наука. Для відображення наукової діяльності української діаспори ми створили 6 експозицій, присвячених Іванові Горбачевському, Іванові Пулюю, Дмитрові Чижевському,

Ігореві Сікорському, Максиміліанові Левчину та Українській вільній академії наук.

Кожна експозиція містить коротку біографію науковця, його фотографію, а також результати наукової діяльності. Таким чином, експозиція, присвячена Іванові Горбачевському, містить фотокартку учасників української делегації XIII Міжнародного конгресу лікарів у Парижі та рукопис першого підручника з хімії, експозиція Ігоря Сікорського – фотографії його літаків, а стенд Івана Пулюя – результати експериментів з «Х»-променями. Крім того, експозиції містять фотографії пам'ятників та пам'ятних дощок науковців, а також пам'ятні монети та марки.

Усього на віртуальному стенді «Наука» представлено 32 фотоекспонати.

Стенд 3: Освіта. Віртуальний стенд «Освіта» складається з шести експозицій, присвячених навчальним закладам, що були засновані українською діаспорою. На стенді представлені: Український високий педагогічний інститут імені Михайла Драгоманова, Український вільний університет, Український науковий інститут Гарвардського університету, Українська студія пластичного мистецтва, Українська господарська академія та Українська гімназія.

Кожна експозиція містить історію створення закладу освіти, фотографії засновників, викладачів та студентів, а також фотографії будівель та аудиторій. Усього стенд містить 26 фотоекспонатів.



Рис. 1. Головна сторінка віртуальної виставки «Культурна спадщина української еміграції»

Стенд 4: Суспільство. У розділі «Суспільство» представлені шість громадських організацій, що були створені українськими діячами-емігрантами. Для опису суспільного життя української діаспори ми обрали Січ Віденську, Товариство об'єднаних українських канадців, Світовий Конгрес Українців, Центральний союз українського студентства, Союз українок Австралії та Спілку українських студентських товариств Америки. Ми розглянули історію створення цих організацій, описали їхню діяльність та додали фотографії учасників, творців та їхніх проєктів, спрямованих на збереження та збагачення української культури. Всього на 6 експозиціях знаходяться 27 фотоекспонатів та одне відео.

Отже, віртуальна виставка «Культурна спадщина української еміграції» містить 4 розділи, 24 експозиції та 117 експонатів, з яких 116 – фото і 1 – відео.

Структура віртуальної виставки. Для побудови віртуальної виставки у програмі Figma ми використовували такі елементи, як фрейми, геометричні фігури та текстові поля. Фрейм це основа віртуального стенду, а геометричні фігури у програмі Figma використовуються для декорування сторінок та як основа під фотографії. Під час створення проєкту можна зробити план кожної сторінки, розмістивши геометричні фігури на місцях, де мають бути фотографії. Після детального планування стендів у геометричні фігури можна додати фотографії експонатів. Текстові

поля необхідні для наповнення слайдів текстовою інформацією.

Готові фрейми-експозиції необхідно з'єднати між собою, щоби отримати можливість переходити з одного слайду на інший. Для цього використовується режим «Prototype». Таким чином, з головної сторінки виставки «Культурна спадщина української еміграції» можна перейти до кожного з чотирьох розділів, клікнувши на обкладинку віртуального стенду. За таким самим принципом здійснюється перехід від стенду до експозиції. Для навігації кожною сторінкою ми налаштували стрілки «нагору» та «назад».

Також позитивним моментом вважаємо розроблену та розміщену вікторину (<https://www.fyrexbox.com/play/kkzobylnbr4xbnwvd0>) на основі перегляду віртуальної виставки (рис. 2).

Такими чином, зворотній зв'язок користувача проходить через коментарі, а також розроблена та розміщена вікторина дозволяє перевірити здобуті знання після відвідування віртуальної виставки.

Висновок. На основі наукових розвідок розглянуто особливості популяризації культурної спадщини українських емігрантів в мережі Інтернет на прикладі опрацьованої наукової літератури та практичної інформації. Для узагальнення досвіду проведено аналіз сучасних закордонних віртуальних виставок, які репрезентують проблеми еміграції. Здійснено характеристику сервісів та реалізовано віртуальну виставку для популяризації культурної спадщини української

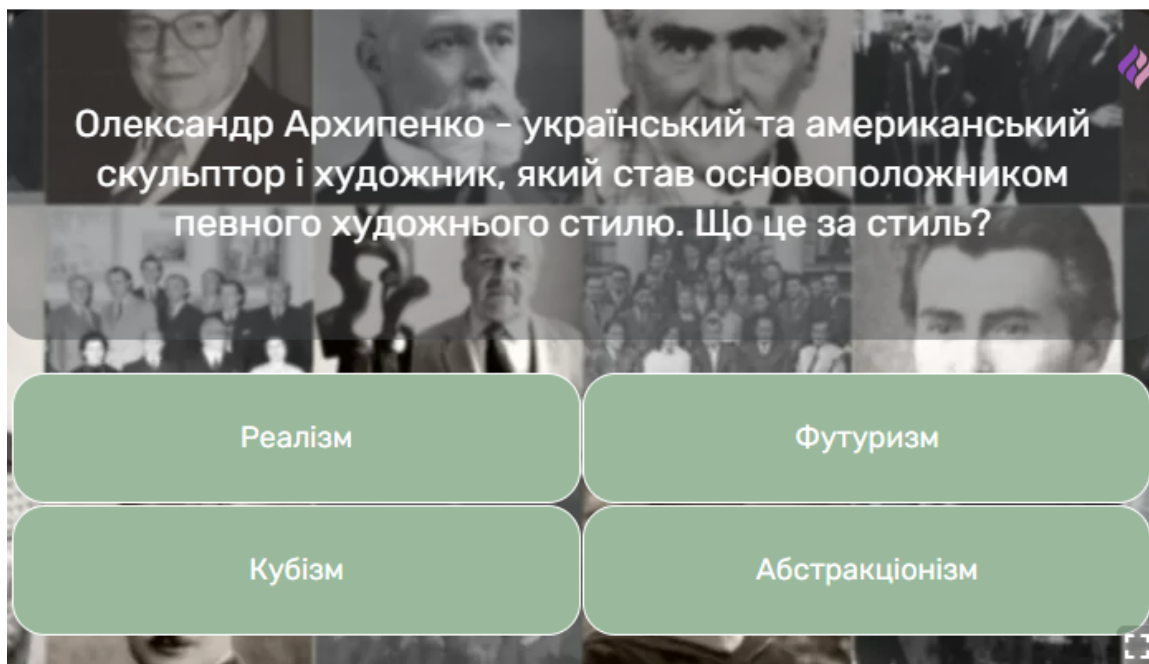


Рис. 2. Фрагмент вікторини «Культурна спадщина української еміграції»

еміграції серед молоді. Реалізована віртуальна виставка забезпечує можливість опрацювання як консолідованого інформаційного ресурсу при популяризації культурної спадщини української еміграції з інтерактивною взаємодією із користувачем. Таким чином, віртуальна виставка як засіб Інтернет-маркетингової стратегії популяризації культурної спадщини українських емігрантів серед молоді в умовах становлення цифрового суспільства покращить вивчення історії укра-

їнців в еміграції та їхньої суспільної діяльності в різних сферах, що є цінним культурним надбанням України.

Використання Інтернет-маркетингових стратегій для популяризації культурної спадщини української еміграції серед молоді становить перспективу подальших досліджень. Зокрема, виділяємо перспективу розроблення крос-медійної платформи для популяризації культурної спадщини української еміграції.

Список літератури:

1. Біловус Л. Веб-сайти україномовних періодичних видань США як джерело дослідження діяльності української діаспори у збереженні національної ідентичності. Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Сер. Історія. 2017. Вип. 2. Ч. 3. С. 58–66.
2. Білушак Т., Вінтонів Х. Формування інформаційно-комунікаційного простору української діаспори Канади. Канадознавство: соціальні та освітні візії : колективна монографія у 2-х кн. Кн.1. Луцьк: Вежа-Друк, 2020. С. 56-71. ISBN 978-966-940-313-1.
3. Вінтонів Х. Українська документна спадщина в Канаді: репрезентація в мережі Інтернет. Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. 2011. № 2. 35–44.
4. Вовк Н. С., Лісіна С. О. Репрезентація культурної спадщини України через електронні виставки. Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв. 2019. № 2. С. 156–161.
5. Карась Г. Методологія трансдисциплінарної інтеграції відкритих освітніх ресурсів у вивченні художньої культури української діаспори. Актуальні питання гуманітарних наук: міжвузів. зб. наук. праць молодих вчених Дрогобицького держ. пед. ун-ту ім. І. Франка. Дрогобич: Вид. дім «Гельветика». 2020. Вип. 28. Том 5. С. 102–10.
6. Коляда О.В., Райчева А. О. Українська діаспора як чинник поглиблення зовнішньоекономічних відносин країни. Економіка і суспільство. 2018. Вип. 15. С. 34–35.
7. Курченко Т. Є. Електронні виставки та віртуальні екскурсії як умова доступу та забезпечення збереження цифрової історико-культурної спадщини на сайтах обласних краєзнавчих музеїв України. Інформаційна освіта та професійно-комунікативні технології ХХІ століття: Мат.-ли VIII Міжнародної науково-практичної конференції, 10–12 вересня 2015 р. Одеса, 2015. С. 134–138.
8. Матяш І. Архівна та рукописна україніка в Канаді. Український археографічний щорічник. 2007. Вип. 12. С. 37–82.
9. Нечитайло А. Патріотичне виховання молоді засобами соціальних мереж у глобальному інформаційному суспільстві. Правова інформатика. 2014. № 4 (44). С. 28–33.
10. Палієнко М. Архівні центри української еміграції (створення, функціонування, доля документальних колекцій). Київ, 2008. 688 с.
11. Сидоренко О. Особливості письмового мовлення української діаспори четвертої хвилі (на матеріалі інтернет-видання УСІМ). Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Серія № 8. Філологічні науки (мовознавство і літературознавство). 2009. Вип.1. Кн. 1. С. 192–198.
12. Myna Zh., Bilushchak T., Melnyk R. Exhibition and exposition activity using advanced information and advertising tools as a powerful way to popularize cultural values of the state. Problem space of modern society: philosophical-communicative and pedagogical interpretations: collective monograph. Part I., Warsaw, 2019. pp. 602–618.

Bilushchak T. M. Primakova D. I. THE USE OF VIRTUAL EXHIBITIONS FOR PROMOTING THE CULTURAL HERITAGE OF THE UKRAINIAN EMIGRATION WITHIN THE INTERNET MARKETING STRATEGY

The aim of the work is to consider the virtual exhibition as a tool of Internet marketing strategy in popularizing the cultural heritage of the Ukrainian emigration. Research methodology. To solve the tasks set in the work, a theoretical analysis of the scientific literature on the promotion of the cultural heritage of Ukrainian emigrants on the Internet was carried out. Also, to achieve the goal, the work uses a methodology based on applied general scientific and special methods of cognition. To identify the scientific and theoretical foundations of the use of information and communication technologies in the popularization of the cultural heritage of the Ukrainian emigration, analytical, synthetical, and socio-cultural methods were used. The method

of content analysis was used to establish the number, volume, and thematic direction of virtual exhibitions. A comparative method was used to determine the common and distinctive features of presentation formats, broadcast patterns, and the specifics of presenting the content of virtual exhibitions. The systematization method helped to determine and describe the peculiarities of the use of various platforms for the distribution of the content of the cultural heritage of the Ukrainian emigration. **The scientific novelty** of the work consists of the fact that the article considers a virtual exhibition as a means of Internet marketing strategy in promoting the cultural heritage of the Ukrainian emigration among young people in the conditions of the formation of a digital society. The implemented virtual exhibition provides an opportunity to work as a consolidated information resource in promoting the cultural heritage of the Ukrainian emigration with interaction with the user. **Conclusions.** Based on scientific research, the features of the popularization of the cultural heritage of Ukrainian emigrants on the Internet are considered, using the example of developed scientific literature and practical information. To generalize the experience, an analysis of modern foreign virtual exhibitions representing the problems of emigration was carried out. Services were characterized and a virtual exhibition was implemented to promote the cultural heritage of the Ukrainian emigration among young people.

Key words: virtual exhibition, popularization, cultural heritage, Internet marketing, Ukrainian emigration, creative achievements, virtual collection, information and communication technologies.