

Таким образом, с помощью тщательно продуманной рекламной кампании возможно как успешное позиционирование культурного бренда посредством гармоничного сочетания визуальных элементов и выстраивания эффективной коммуникации с целевой аудиторией, так и полное уничтожение репутации в глазах общественности, используя неэффективные рекламные решения, которые могут вызвать негативные ассоциации.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Галиахметова, А. И. Корпоративный имидж нефтяных компаний как объект PR-проектирования. / В сб.: Актуальные проблемы современной когнитивной науки. Уфа, Омега Сайнс, 2019. – С. 28–30.
2. Гуцалов, А. А. Основные характеристики культурного бренда // Культурное наследие России, 2019. – № 2. – С. 127.
3. Король, А.Н. Корпоративная (имиджевая) реклама как коммуникационный инструмент формирования имиджа и деловой репутации компании. / А. Н. Король, –Вестник Хабаровского государственного университета экономики и права, 2018. – № 4. – С. 92–104.
4. Кривоносов, А.Д. Основы теории связей с общественностью. / А. Д. Кривоносов // СПб, 2012.–384 с.
5. Саврин, А. Ю.Имиджевая реклама: особенности и возможности / А. Ю. Саврин, Е. Н. Садченко, К. Л. Степанченко // Инновационные аспекты развития науки и техники, 2021. – № 7.

Гриб Э.А., студент 202 группы
очной формы получения образования
Научный руководитель – Смаргович И.Л.,

ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПРОСТРАНСТВЕ ГАЛЕРЕЙНО-ВЫСТАВОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Сохранение историко-культурного наследия проявляется через различные формы в сфере культуры, что представляет собой интересную тему для изучения деятельности человека по охране, распространению, развитию продуктов культуры. Преимущественно подобной деятельностью занимается такая культурная организация, как музей. Именно музеи занимаются изучением, популяризацией, использованием музейных предметов для культурно-просветительской и образовательной деятельности. В «Кодексе Республики Беларусь о культуре» музеи классифицируют по следующим профилям: исторические, естественные, литературные, научно-технические, художественные и комплексные (совмещение нескольких профилей) музеи. К художественному музею относятся музеи изобразительных искусств, декоративно-прикладного искусства, народного искусства, дворцового и паркового искусства, дизайна, фотографии, художественные монографические, другие художественные музеи [7]. Также к категории художественного музея относят такое понятие как галерея. Исследователь О. С. Коваленко определила, что «галерея – государственное, общественное или частное предприятие, постоянно занимающееся экспонированием, хранением, изучением и пропагандой искусства» [6, с. 9]. В свою очередь искусствовед Д. А. Пушко выделила два вида галерей: «Некоммерческие галереи – это некоммерческие институты, которые занимаются хранением, экспонированием и изучением предметов искусства, но ни в коем случае не их продажей... коммерческие галереи – наоборот, нацелены именно на продажу» [9].

Мир стремительно меняется и благодаря научно-техническому прогрессу появились новые технологии, которые способствуют развитию сферы культуры. Цифровые технологии с XX века и по сегодняшний день стремительно меняют социальную и культурную жизнь каждого человека, предоставляя доступ к различным видам информации с огромной скоростью, способствуют облегчению коммуникации между людьми, и каждый человек может познакомиться с искусством вне зависимости от расстояния. Цифровые технологии применяются во всех сферах жизнедеятельности человека, но особенно интересно их применение в искусстве. Цифровизация активно внедряется в сферу культуры, что приводит к переменам в способах ознакомления с культурным наследием и открывает возможности для новых форм взаимодействия с культурным содержанием. Так, С. В. Ерохин отмечает, что «... под цифровым (компьютерным) искусством понимают творческую деятельность, основанную на использовании компьютерных (информационных) технологий, результатом которой являются художественные произведения в цифровой форме...» [4, с. 145], а в свою очередь «... термин «цифровое искусство» используется для обозначения художественных произведений как традиционных, перенесенных в цифровой формат или изначально созданных в цифровом формате, так и принципиально новых их видов, основной средой существования которых является компьютерная среда...» [4, с. 145].

Многие исследователи отмечают как положительное, так и отрицательное влияние цифровых технологий на искусство. Еще в XIX веке многие деятели искусства выказывали опасения использованием новых технологий в сфере художественной деятельности, когда постепенно началось распространение техники фотографии, а затем кино- и аудиотехники. Знаменитый французский поэт Ш. Бодлер был категорически против использования технологий в искусстве, так как считал, что использование технических средств, по мнению некоторых мыслителей, неминуемо ведет к атрофии творческого потенциала,

деградации художественного творчества и, в конечном счете, к гибели искусства. Среди приверженцев такой точки зрения значатся такие философы, как Б. Гройс и Ж. Бодрийяр [4].

Немецкий философ В. Беньямин наиболее конструктивно подошел к анализу данной проблемы. В своей работе «Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости» (1936), он отмечает, что дебаты XIX века о художественной ценности живописи и фотографии кажутся сегодня бессмысленными и отвлекающими от главного. Беньямин предлагает переформулировать вопрос: не является ли фотография искусством, а как именно изобретение фотографии повлияло на саму природу искусства [4]. Дальнейшее развитие культуры подтверждает, что в XX веке постепенно люди отказывались от консерватизма в искусстве и стремились к нестандартным формам проявления искусства через использование цифровых технологий. На современном этапе развития искусства использование цифровых технологий в этой сфере является переходом в абсолютно новую реальность – виртуальную, что позволяет раскрываться многим творцам в совершенно разных направлениях и создавать новые уникальные произведения искусства.

Развитие цифрового искусства начинается примерно в 1950-х годах в рамках научно-технической революции, когда художники впервые предпринимали попытки использовать компьютеры. С помощью компьютеров создавали цифровые изображения, состоящие в основном из простых геометрических фигур. Так, в Нью-Йорке в галерее Говарда Уайза прошла первая выставка компьютерного искусства – «Компьютерные картинки». А в 1969 году в Лондоне состоялась другая масштабная выставка, посвященная современному компьютерному искусству – Cybernetic Serendipity [5].

Сегодня модернизированные и улучшенные версии компьютеров, гаджеты, смартфоны, графические планшеты широко применяются для создания новых шедевров в сфере искусства. В создании различных произведений

искусства все активнее участвуют роботы и искусственный интеллект. На днях в компании Google провели испытания искусственных нейронных сетей, разработанных для распознавания и описания изображений. Компьютер с легкостью генерировал необычные и впечатляющие картины по любому запросу, а также самостоятельно фантазировал, создавая одновременно красивые и сложные произведения. Также Google создал платформу Google Arts & Culture, которая оцифровывает и выставляет произведения искусства по всему миру, что является ярким примером интерактивной галереи [1]. Для продажи произведений современного искусства используется огромное количество платформ и маркетплейсов, которые представлены в форме цифровых галерей. В 2021 году цифровая картина «Автопортрет» работа-андроида Софии была продана в виде NFT-токена на платформе Nifty Gateway, что можно считать одним из ярких примеров современной формы галереи с полным использованием цифровых технологий. На платформе Nifty Gateway была проведена виртуальная выставка, где были продано около 30 экземпляров картин Софии [2]. На современном этапе развития цифрового искусства происходит развитие дополненной и виртуальной реальности (AR / VR). В Кливлендском музее искусств (Cleveland Museum of Art) посетителям предоставляется уникальная возможность прикоснуться к миру искусства, став его активным участником. Благодаря использованию технологий дополненной реальности, зрители могут создавать собственные произведения искусства, заниматься скульптурой и другими видами художественной деятельности [3].

В XXI веке всё большую популярность приобретают фиджитал-галереи – гибридные арт-пространства, объединяющие физические объекты искусства (скульптуры, картины, инсталляции) с цифровыми технологиями (дополненная реальность, виртуальная реальность, проекции, интерактивные сенсоры, искусственный интеллект, NFT) [8].

Одним из пионеров этого направления стала парижская галерея VS Unio (VS Gallery), основанная в 2014 году в Париже. Коллектив галереи, состоящий из искусствоведов, архитекторов, дизайнеров, художников и менеджеров, сотрудничал с представителями современного искусства из разных стран. В сентябре 2022 года VS Gallery открыла новую площадку в Москве (бизнес-центр «Арма»), став фиджитал-галереей. Проект ориентирован на работу с новыми медиа и цифровым искусством, предлагая посетителям переосмысление этических и эстетических представлений об искусстве, а также новые формы взаимодействия человека и технологий.

Фиджитал-галерея «Охра» представляет собой культурное пространство, где современное искусство выражается на языке новых технологий. Виртуальность здесь равноправна с реальностью, позволяя увидеть произведения искусства в физическом мире, виртуальном пространстве или одновременно в обоих. Это обогащает и развивает традиционные визуальные коды. Например, в Санкт-Петербурге была проведена иммерсивная выставка Надежды Бей, которая сочетала в себе физические инсталляции и VR-пространство.

Центр цифрового искусства «Artplay Media» (Москва, Казань) специализируется на интерактивных выставках, которые предлагают увлекательный и современный способ изучения истории и искусства. Зрители вовлекаются в процесс: они могут прикасаться к экспонатам, слушать аудио-сопровождение, участвовать в мастер-классах. Таким образом, обучение гармонично сочетается с развлечением. Атмосферу полного погружения создают голосовой рассказ и музыкальное сопровождение [8].

Цифровые технологии значительно трансформируют галерейно-выставочную деятельность, делая искусство более доступным и интерактивным. Цифровизация экспозиций галерей способствует повышению уровня эмоционального восприятия произведений искусства, делая посещение галерей

более интерактивным и увлекательным опытом. Цифровые платформы и маркетплейсы, виртуальные выставки и технологии VR / AR расширяют возможности презентации и вовлечения аудитории. Однако их внедрение требует баланса между инновациями и сохранением аутентичности искусства. В будущем цифровые инструменты станут неотъемлемой частью выставочных пространств, создавая новые форматы взаимодействия с культурным наследием.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Google Arts & Culture : [сайт]. – Париж, 2011–2025. – URL: <https://artsandculture.google.com/> (дата обращения: 11.03.2025).
2. Nifty Gateway : [сайт]. – Нью-Йорк, 2019–2025. – URL: <https://www.niftygateway.com/sam-spratt-masquerade/> (дата обращения: 11.03.2025).
3. Будагян, Р.Р. Тенденции применения цифровых технологий в пространстве современного музея / Р. Р. Будагян // Сфера культуры. – 2021. – № 1 (3). – С. 61–68.
4. Ерохин, С. В. Цифровые технологии в современном изобразительном искусстве / С. В. Ерохин // Известия ВГПУ. – 2008. – №8. – С. 145–149.
5. Казина, М. И. Цифровые технологии в современном искусстве / М. И. Казина, О. А. Петрова // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. – 2021. – С. 909–911.
6. Коваленко, О. С. Менеджмент галерейно-выставочной деятельности : учеб.-метод. комплекс / О. С. Коваленко. – Минск : Белорус. гос. ун-т культ. и иск., 2019. – 62 с. – URL: <http://repository.buk.by/handle/123456789/21773?show=full> (дата обращения: 17.03.2025).

7. Кодэкс Рэспублікі Беларусь аб культуры : па стане на 6 лют. 2023 г. – Мінск : Нацыянальны цэнтр прававой інфармацыі Рэспублікі Беларусь, 2023. – 280 с.
8. Мирная, Р. Р. Галереи фиджитал-искусства: цифровое искусство внутри арт-мира / Р. Р. Мирная // Социально-культурная деятельность: векторы исследовательских и практических перспектив : Материалы Междунар. науч.-практ. конф., Казань, 17 мая 2024 г. / Казан. гос. ин-т культуры. – Казань, 2024. – С. 169-177.
9. Пушко, Д. А. Арт-рынок: галереи / Д. А. Пушко // Клуб интеллектуального досуга «Факультатив». – URL: <https://facultativ.by/stati/art-rynok-galerei/> (дата обращения: 11.03.2025).

Грипич И.О., студент 319 группы
очной формы получения образования
Научный руководитель – Гудзенко Л.Г.,
старший преподаватель

СОДЕРЖАНИЕ МУЗЫКАЛЬНОГО ОБУЧЕНИЯ СТАРШИХ ШКОЛЬНИКОВ

Для успешного осуществления музыкального обучения необходимо понять: чему и как учить, т.е. каково должно быть содержание образования.

Под содержанием обучения понимается определенная информация, которая используется в процессе обучения. Она включает в себя четыре основных элемента: знания, умения, опыт творческой деятельности и опыт эмоционально-ценностного отношения к действительности. Вся совокупность