

**СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**

1. Дункевич, С. Г. Танцевальные телевизионные шоу как элемент визуальной культуры (на примере проекта «Танцы со звездами») / С. Г. Дункевич // Ученые записки Крымск. федер. ун-та им. В. И. Вернадского. Сер. : Социология. Педагогика. Психология. – 2014. – Т. 27 (66). – № 1. – С. 69–74.
2. Садыкова Дарья Андреевна Танец как феномен медиакультуры // Вестник Санкт-Петербургского университета. Политология. Международные отношения. 2014. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tanets-kak-fenomen-mediakultury>.

Ротько Д.В., студент 508 группы  
заочной формы обучения

Научный руководитель – Жилинская Т.С.,  
кандидат педагогических наук, доцент

**ПОПУЛЯРИЗАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ШКОЛЬНОГО МУЗЕЯ  
СРЕДСТВАМИ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

Общепризнано, что музей является не только площадкой сосредоточения историко-культурного и природного наследия, но и выступает транслятором накопленных достижений в области науки, материальной и духовной культуры. Однако не только музеи реализуют идею аккумуляции знаний и предметов, с целью консолидации их в единое информационное и материальное пространство и передачи следующим поколениям. Аналогичные задачи стоят и перед школой. Об исторической близости данных социальных институтов говорит тот факт, что «вплоть до эпохи Просвещения под «музеумом» подразумевалось не столько место расположения художественных собраний, сколько место для учебных занятий» [4, с. 73].

Деятельность музея в современной школе дает основания презентовать его как особое культурно-образовательное пространство. Понятие культурно-образовательного пространства активно вводится в категориальный аппарат

современной педагогики и в ее рамках глубоко исследуются различные аспекты данного феномена. Однако целостного представления о системе формирования социально значимых качеств личности учащихся средствами школьного музея в современных условиях в педагогической науке не разработано.

Школьный музей является мощным средством воспитания, благодаря творческой деятельности коллектива школы (учеников и преподавателей), но в условиях информационного общества популярность школьного музея снижается, поэтому для вовлечения учащихся в творческую деятельность музея необходимо использовать информационные технологии.

Исследование возможностей популяризации деятельности музея посредством внедрения инновационных и информационно-коммуникационных технологий отвечает потребностям практиков современного музейного дела и помогает осознать пути и перспективы развития музеев. В современном теоретическом и практическом музееведении существует потребность выработать целостную концепцию музея, способную связать воедино все функции музея, объяснить различные аспекты музейной деятельности в их взаимосвязи с общими направлениями социокультурных и технологических трансформаций.

Среди задач, стоящих сегодня перед национальной системой образования в целом и средней общеобразовательной школой в частности, важнейшее место занимает воспитание достойных граждан своей страны. Эта задача подразумевает обеспечение комплексного подхода к духовно-нравственному развитию подрастающего поколения, органическое единство учебного и воспитательного процессов, формирование у учащихся научного мировоззрения, высоких гражданских качеств, воспитание национального самосознания, развитие исторического мировоззрения.

В связи с этим возрастает роль школьных музеев как формы работы, направленной на развитие творческой самодостаточной личности с активной гражданской позицией. Способствуя активизации учебно-воспитательного

процесса с помощью комплекса специфических средств, школьные музеи прошли сложный путь становления, связанный с развитием школы и музейного дела. История школьных музеев начинается с XIX в., хотя некоторые предпосылки для их возникновения существовали уже в XVIII ст. Современный тип школьного музея сформировался в результате постепенного обогащения содержания и методов его деятельности, роста его возможностей и роли в обучении и воспитании, обретение черт, отличающих его от школьной выставки, предметного кабинета и т.п. [1, с. 15]. Сегодня школьные музеи остаются центрами истории и культуры, воспитания и образования.

Музей образовательного учреждения сегодня – не отдельно стоящий институт, а одно из ключевых звеньев воспитательной работы в школе. Деятельность музея разнопланова. Она реализует целый комплекс форм, методов и приемов работы. В музее распространение знаний о природе и обществе, истории и культуре страны и региона ведется на основе подлинных памятников материальной и духовной культуры народа. Музей становится средством творческой самореализации, инициирует лично ориентированное воспитание и образование, является маленьким исследовательским центром по сохранению, возрождению и развитию локальных культурно-исторических традиций, участвует в диалоге поколений и культур [5].

Развитие современного школьного музея во многом зависит от разработки и внедрения инновационных технологий, направленных на совершенствование методической работы и расширение его сервисных возможностей. Интерактивные мероприятия, информационные технологии способны значительно расширить возможности современного школьного музея. Необходимо понимать, что в музей сегодня идёт ребёнок, который знаком со многими источниками информации, многими из них владеет. Поэтому перед школьным музеем стоит важная задача – объединить умения ребёнка по использованию информационных технологий и возможности его приобщения к музейным ценностям.

Сегодня инновационная деятельность в сфере школьного музееведения развивается по нескольким направлениям: выпуск новых видов музейного продукта: исследование, проект, передвижные выставки; интерактивных экскурсий, туристических поездок; использование PR-технологий для разработки PR-стратегии его продвижения:

1. Рекламная деятельность. Музей, как и иные учреждения культуры в наши дни нуждается в дополнительном финансировании или спонсорской поддержке для реализации собственной деятельности. На наш взгляд, наиболее актуальными для популяризации деятельности школьного музея могут быть следующие средства распространения рекламы: *печатная реклама* (красочные буклеты, визитки, плакаты, календари, листовки), *создание музейных сувениров, рекламное мероприятие (акция)*.

Музеи проводят такого рода мероприятия с целью привлечения внимания общественности к чему-либо: к самому музею, его деятельности, продуктам и услугам. Специальное событие может определенным образом воздействовать на целевую группу, привлекать и мотивировать участников, содействовать перенесению позитивного впечатления от события на сам музей.

В рамках школьного музея изготовлением сувенирной продукции могут заниматься сами учащиеся. Следует также отметить, что ряд специалистов, в качестве сувенирной продукции рассматривают полиграфические и мультимедийные музейные материалы (например, каталоги, книги, путеводители, диски) [3, с. 78].

В последнее время популярны интерактивные выставки. Такие выставки отличаются от традиционных функционалом и активным использованием интерактивных инструментов: свет, звук и др. Интерактивные выставки производят на посетителя большое впечатление, так как воздействуют сразу на несколько органов чувств.

2. Работа со СМИ. Средства массовой информации являются главными партнерами для музея в общественной коммуникации и продвижении. Наличие публикаций о музее в СМИ – один из наиболее популярных

инструментов для формирования имиджа музея и информирования широкой общественности о его деятельности и привлечения целевых аудиторий [2].

3. Информационные активы. Сегодня наличие сайта – обязательное условие для осуществления коммуникационной стратегии продвижения музеев и в целом, и школьного, в частности, в современном информационном пространстве. Сайт – это не только визитная карточка музея, но и является эффективным инструментом привлечения потенциальных посетителей.

Таким образом, для продвижения деятельности школьного музея можно использовать все перечисленные мероприятия, а также прибегать к использованию социальных сетей. Наиболее популярными площадками являются Facebook, Twitter, Instagram и Вконтакте. Иногда используются такие сервисы, как YouTube и TikTok. Их применение должно основываться на специфике музея. Таким образом, ежедневное пополнение информационными активами сайтов и группы в социальных сетях, формируют активную обратную связь.

#### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Банникова, Л. А. Интерактивная и воспитательная составляющие печатной образовательной продукции для детей (из опыта музеев Франции) / Л. А. Банникова // Музей. – 2019. – № 10. – С. 15-19.

2. Калачев, М. А. Новейшие технологии в музейном пространстве / М. А. Калачев. // Молодой ученый. – 2018. – № 6 (192) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/192/48263/>. – Дата доступа: 20.02.2023.

3. Музей и современные технологии // Материалы Всероссийских научных конференций / отв. ред. Э.И. Черняк. – Томск : Изд-во Том. У-нта, 2006. 300 с

4. Музей, школа, Интернет [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://museum.npstoik.ru>. – Дата доступа: 12.03.2023.

5. Нагорский, Н. В. Музейная педагогика и музейно-педагогическое пространство / Н. В. Нагорный [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://portalus.ru/modules/shkola/rus\\_readme.php?archive=1196814959&amp;](http://portalus.ru/modules/shkola/rus_readme.php?archive=1196814959&amp;) – Дата доступа: 12.03.2023.

Рябцева И.А., студент 132 группы  
дневной формы обучения

Научный руководитель – Вайцехович Н.Ю.,  
кандидат педагогических наук, доцент

## **ФОРЕНЗИКА КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ЗАЩИТЫ АВТОРСКИХ ПРАВ В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВА**

В современном обществе, в век развития информационных ресурсов и сети Интернет, особенно остро стоит вопрос защиты интеллектуальной собственности. Данная статья посвящена общим вопросам защиты авторских и смежных прав в сфере культуры и искусства и форензике как относительно новому инструменту этой защиты.

Интеллектуальная собственность представляет собой права на создание, защиту и использование результатов интеллектуальной и творческой деятельности. Сюда относятся, кроме прав промышленной собственности, также авторское (наука, литература, искусство), и смежное (фонограмма, радио– и телепередача, база данных) права. Существование авторского и смежного права выделяется среди ответвлений интеллектуальной собственности тем, что они не предполагают юридического подтверждения (патента), имеют безоговорочный характер, являются абсолютными. Авторские и смежные права являются институтами интеллектуального права (термин бельгийского ученого О. Пиккара), которые связаны с созданием и использованием предметов творческой деятельности, выраженных в объективной форме. То есть они имеют одинаковую важность в рассматриваемым нами вопросе. К тому же, смежные права не могут