

Ссылка для цитирования этой статьи:

Цзоу Ваньнин, Муслимова Л.Ф. Менеджмент цифрового искусства и цифровой культуры // Human Progress. 2024. Том 10, Вып. 6. URL: http://progress-human.com/images/2024/Tom10_6/Zou.pdf DOI 10.46320/2073-4506-2024-6a-7.

МЕНЕДЖМЕНТ ЦИФРОВОГО ИСКУССТВА И ЦИФРОВОЙ КУЛЬТУРЫ

Цзоу Ваньнин

бакалавр 4 курса

Художественно-графический факультет

Московский педагогический государственный университет

г. Москва, Российская Федерация

Муслимова Лариса Фанильевна

кандидат философских наук, доцент кафедры философии, истории и социального инжиниринга

Уфимского государственного нефтяного технического университета

г. Уфа, Российская Федерация

Аннотация. Пересечение пространства культуры и цифровых технологий на этапе современного развития общества требует не просто внедрения новых инструментов менеджмента, но и переосмысления подхода к управлению искусством и культурой в целом. Научная проблематика заключается в построении моста между традициями и инновациями, когда культурное наследие сохраняется и масштабируется в цифровом обществе. Объектом исследования является цифровое искусство и культура. Предмет исследования – новое состояние менеджмента культурной среды. Цель исследования – определить форму и содержание цифрового искусства и цифровой культуры как объекта управления. В статье выделены ключевые факторы, определяющие успешное управление культурой и искусством в цифровой среде. Представлены ключевые элементы финансовой экосистемы цифровой культурой и искусством. В статье сделаны вывод, что эволюция управления культурой отражает более широкую трансформацию общества в сторону глобализации культурного пространства и технологического развития и по мере того, как субъекты культуры адаптируются к этим изменениям, они находят новые инновационные способы сохранить свое культурное наследие, одновременно ориентируясь на будущее, что хотя и сопряжено с определёнными трудностями, тем не менее меняет культурный ландшафт цифровой эпохи.

Ключевые слова: стартап, цифровое пространство, цифровая культура, произведения искусства, эстетика, культурное пространство, культурное наследие.

Введение

Цифровые технологии являются триггером значительных изменений во многих сферах человеческой жизни, включая культурную сферу, которая традиционно основывалась на конкретных и осязаемых произведениях искусства. Цифровое искусство, такое как 3D-виртуальная реальность (VR) или методы компьютерной графики, стало новой средой, позволяющей художникам совершать революцию в традиционных формах искусства. Фактически, это новый инструмент, открывающий новые горизонты для реализации творческого потенциала и преодоления барьеров воображения.

Актуальность исследования состоит в том, что развитие цифровых технологий привело к трансформации культурного и общественного пространства и процесса покупки произведений искусства, который ранее был монополизирован постоянными клиентами аукционных домов, появляются онлайн-рынки, предлагающие доступные картины и рисунки, меняя правила игры на рынке спроса и предложения и тысячи ранее неизвестных художников получили доступ к онлайн-рынку, а также к широкому спектру программного обеспечения для мониторинга продаж, которое автоматизирует процессы покупки и продвижения. Всё вышперечисленное требует научного подхода к разработке принципиально новых методов управления, так современное цифровое искусство и культура открывают новые горизонты для эстетических художественных впечатлений, особенно в контексте организации выставок, спектаклей, балета и оперы, когда виртуальная реальность стала ключевым инструментом для создания этих впечатлений - теперь можно полностью погрузиться в мир искусства и ощутить, что значит находиться в центре творения, что меняет саму действительность восприятия.

Основная часть

Современный мир, пронизанный цифровыми технологиями, оказывает значительное влияние на управление культурой и искусством, особенно это становится заметно в сфере стартапов, где слияние культурных ценностей и цифровых инноваций порождает как уникальные проблемы, так и перспективные возможности для развития: «...киберфизические системы инноваций развертываются через множество узлов, приобретающих цифровых партнеров, сотрудничество развертывается в физическом, социальном и цифровом пространствах, а участники могут использовать сложные методы, управляемые программным обеспечением, и получать информацию из данных и аналитики» [1]. Ключевые факторы, определяющие успешное управление культурой и искусством в цифровой среде [2], [3]:

1. Цифровая грамотность, когда в основе трансформации лежит умение управленцев в сфере культуры эффективно использовать цифровые платформы не только для маркетинга, но и для создания и поддержания взаимодействия с сообществом деятелей искусства и культуры. К примеру, культурное учреждение специализирующиеся на искусстве коренных народов, может использовать социальные сети для распространения знаний и привлечения глобальной аудитории, преодолевая географические и пространственные барьеры.

2. Огромное количество данных, доступных и передаваемых через цифровые каналы, требует стратегического подхода к принятию решений и должны использовать аналитику больших данных для понимания предпочтений аудитории и адаптации своих предложений. Цифровая платформа управления культурными мероприятиями может анализировать поведение пользователей, чтобы предлагать персонализированные рекомендации по культурным событиям, выявляя тренды в искусстве, путём анализа общественного мнения.

3. Цифровая эпоха способствует формированию сетей сотрудничества, позволяющих цифровому пространству культуры и искусства взаимодействовать с технологическими компаниями, художниками и академическими учреждениями, что может способствовать появлению инновационных проектов, например, художественных выставок виртуальной реальности, сочетающих технологическое мастерство с художественным видением.

4. Легкость обмена контентом в цифровом пространстве создаёт угрозы для творцов и защита интеллектуальной собственности становится крайне важной, то есть цифровые платформы должны строго соблюдать законы об авторском праве и принимать меры для защиты своих творений, используя цифровые водяные знаки или системы аутентификации на основе блокчейна.

5. По мере того, как цифровая среда все больше интегрирует цифровые инструменты в культурную деятельность, вопросы устойчивости и этики приобретают первостепенное значение, где важно оценивать влияние цифровой деятельности на окружающую среду и гарантировать соблюдение этических норм в отношении данных, создавая прецедент для ответственного управления культурой.

Переход от традиционных методов управления к технологическим решениям в сфере культуры знаменует собой значительный сдвиг в стратегиях управления, когда трансформация не просто подразумевает замену инструментов, но и представляет собой фундаментальное переосмысление функционирования, взаимодействия с аудиторией и финансовой устойчивости культурных организаций. Традиционно управление культурой характеризовалось иерархическими структурами, где решения часто принимались избранной группой людей (признанных специалистов), но появление цифровых технологий еще больше

масштабировало управление культурой в общественной среде, что обеспечивает глобальный доступ к артефактам, преодолевая физические и географические ограничения и способствуя более тесному культурному диалогу.

Взаимодействие с аудиторией претерпело значительные изменения благодаря социальным сетям и виртуальной реальности, так VR-опыт погружает пользователей в мир художника, создавая захватывающий внутренний опыт, недоступный традиционным моделям управления. Аналитика больших данных теперь влияет на процессы принятия решений в культурных организациях, которые используют данные о посетителях для оптимизации размещения экспонатов и маркетинговых стратегий, обеспечивая эффективное распределение ресурсов в культурном пространстве.

В сфере культурного предпринимательства цифровой ландшафт предоставляет невероятные возможности для инноваций, но одновременно представляет собой сложный процесс организации, требующий грамотного подхода к управлению, поэтому процесс стратегического планирования и управления должен быть гибким и всеобъемлющим, эффективно решая несистемные (несвойственные) факторы, возникающие на стыке культуры и технологий.

Понимание цифровой экосистемы имеет решающее значение – организация цифровой культуры специализирующуюся на создании виртуальных музеев, должен провести глубокий анализ текущих тенденций онлайн-взаимодействия и выявить существующие пробелы на рынке, так как позиционируя себя как поставщика цифровых образовательных виртуальных туров, цифровая платформа может привлечь аудиторию, стремящуюся к культурному обогащению, не выходя из дома: «Эмпирические результаты исследуют, как потребители участвуют в цифровой экосистеме посредством действий с физическими устройствами, цифровыми тактильными ощущениями и платформами. Результаты показывают, как цифровая сущность экосистемы взаимодействия порождает новые виды практики взаимодействия, включая раскрытие, присвоение и развитие» [4, с. 713].

Устойчивое присутствие культурных артефактов в интернете является ключевым фактором успеха, то есть организация культуры может использовать цифровые платформы социальных сетей для демонстрации своих предложений, применяя стратегии таргетированного контента для охвата определенных демографических групп пользователей, как пример: музыкальное приложение, в котором представлены традиционные народные песни, может использовать сторителлинг посредством публикаций и роликов, чтобы установить связь с более молодой аудиторией, формируя условия для развития культурного опыта молодёжи: «Мы пришли к выводу, что возможности интерактивности этого жанра

усиливают социальное измерение культуры, в то время как ключевыми факторами устойчивости являются, главным образом, (а) постоянное продвижение с использованием трансмедийного подхода; (б) оценка и реформа на основе данных; и (в) хорошая история, охватывающая соответствующие ниши и вызывающая особый интерес к истории» [5].

Применение передовых технологий может обеспечить конкурентное преимущество, культурная организация разрабатывающая приложение дополненной реальности для изучения исторических мест и может предложить уникальное ценностное предложение ценителям искусства, улучшая сенсорный и эстетический опыт пользователя и создавая запоминающуюся связь с культурным наследием: «Иммерсивные технологии широко вошли в нашу жизнь и применяются нами довольно часто. Иммерсивные технологии связаны с виртуальной и дополненной реальностью... Дословно – это «реальная реальность» или объективная реальность, в которой мы находимся с помощью технических средств и которую мы можем воспринимать собственными органами чувств. Столь же важным и распространенным является термин VR (virtual reality) – виртуальная реальность, когда с помощью технических средств полностью моделируется реальность со всеми ее параметрами – предметами, звуками, тактильными ощущениями и даже запахами» [6, с. 69].

Краудфандинговые кампании, гранты и партнерство с культурными учреждениями могут обеспечить начальный капитал так модель подписки или функция оплаты за просмотр эксклюзивного контента может обеспечить постоянный доход платформе, специализирующейся на выставках цифрового искусства.

Цифровые платформы культурных учреждений должны гарантировать соблюдение законов об авторском праве, особенно при работе с оцифрованными культурными ценностями, то есть сотрудничество с художниками и авторами должно осуществляться основе четких соглашений может защитить интеллектуальную собственность и одновременно способствовать развитию творческой экосистемы.

Создание цифрового сообщества вокруг культурного продукта помогает совершенствовать предложение, прежде всего, через интерактивные платформы, которые позволяют создавать контент, создаваемый пользователями, например приложение для рассказывания историй, которое предлагает пользователям поделиться своим фольклором, могут создать у пользователей чувство собственности и лояльности. Интегрируя эти стратегические аспекты, культурные цифровые платформы могут не только выжить в условиях конкурентной среды, но и процветать в эпоху цифровых технологий, гарантируя, что культура останется динамичной и доступной частью цифровой жизни общества [7]. Каждый шаг в процессе стратегического планирования и управления является важным элементом в

более широкой системе управления культурой, объединяющей традиции и инновации для создания устойчивой и динамичной экономики культуры.

В сфере управления культурой цифровая эра открывает перед обществом как беспрецедентные возможности, так и масштабные вызовы, особенно в контексте обеспечения финансирования и управления финансами. Традиционные методы управления финансированием культуры дополняются, а иногда и вытесняются инновационными финансовыми инструментами и платформами, которые отвечают уникальным потребностям цифровых культурных платформ, которым приходится ориентироваться в сложной финансовой экосистеме, включающей в себя краудфандинг, ангельское инвестирование, венчурный капитал и государственные гранты, каждый из которых имеет собственный алгоритм освоения – рисунок 1.



Рисунок 1. Финансовая экосистема цифровой культуры и искусства

Источник: разработано автором

Каждый из этих способов финансирования требует детального подхода к управлению, полагая балансирующего потребность в капитале со стратегическими целями и ценностями

культурного пространства. Финансовый менеджмент в этом контексте заключается не только в обеспечении средств цифровой платформе, но и в гарантии того, что эти средства распределяются эффективно и с целевым характером, способствуя устойчивому росту и масштабирования культурного пространства [8], [9]. Цифровой век с его стремительными темпами развития и постоянными инновациями во всех сферах человеческой деятельности требует гибкости и дальновидности в финансовом планировании и управлении цифровой культурой и искусством, что делает его одним из ключевых элементов в области управления цифровой культуры и искусством.

Заключение

Эволюция управления культурой отражает более широкую трансформацию общества в сторону глобализации культурного пространства и технологического развития. По мере того, как субъекты культуры адаптируются к этим изменениям, они находят новые инновационные способы сохранить свое культурное наследие, одновременно ориентируясь на будущее, что хотя и сопряжено с определёнными трудностями, тем не менее меняет культурный ландшафт цифровой эпохи.

Список литературы

1. Panori A. et al. Smart systems of innovation for smart places: Challenges in deploying digital platforms for co-creation and data-intelligence // *Land Use Policy*. 2021. Т. 111. С. 104631.
2. Proksch D. et al. The influence of a digital strategy on the digitalization of new ventures: The mediating effect of digital capabilities and a digital culture // *Journal of small business management*. 2024. Т. 62. № 1. С. 1-29.
3. Giannini T., Bowen J.P. Museums and digital culture: From reality to digitality in the age of COVID-19 // *Heritage*. 2022. Т. 5. № 1. С. 192-214.
4. Morgan-Thomas A., Dessart L., Veloutsou C. Digital ecosystem and consumer engagement: A socio-technical perspective // *Journal of Business Research*. 2020. Т. 121. С. 713-723.
5. Podara A. et al. Digital storytelling in cultural heritage: Audience engagement in the interactive documentary new life // *Sustainability*. 2021. Т. 13. № 3. С. 1193.
6. Махлина С.Т. Иммерсивность в современной культуре // *Вестник Санкт-Петербургского государственного института культуры*. 2022. № 3 (52). С. 69-79. DOI 10.30725/2619-0303-2022-3-69-79. EDN QEGZCR.
7. Бондаренко А.В. Интуиция и искусство // *Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки*. 2014. № 12-1. С. 37-39. EDN TFGSCT.

8. Худяков В.В., Мерзлов И.Ю. Роль и место «открытого новатора» в модели развития инноваций // Дискуссия. 2024. № 5 (126). С. 67-77. DOI 10.46320/2077-7639-2024-5-126-67-77. EDN YYSQNK.

9. Амеличкин, А. В. Организация проектной деятельности, направленной на сохранение традиционной народной культуры / А. В. Амеличкин, К. А. Еремеева // Евразийский юридический журнал. – 2023. – № 8(183). – С. 435-437. – EDN PGERPD.

MANAGEMENT OF DIGITAL ART AND DIGITAL CULTURE

Zou Wanning

Bachelor of the 4th year
of the Faculty of Art and Graphics
Moscow State Pedagogical University
Moscow, Russian Federation

Muslimova Larisa Familyevna

PhD in Philosophy, Associate Professor of the Department of Philosophy, History and Social Engineering of Ufa State Petroleum Technical University
Ufa, Russian Federation

Annotation. The intersection of the space of culture and digital technologies at the stage of modern development of society requires not only the introduction of new management tools, but also a rethinking of the approach to the management of art and culture in general. The scientific challenge is to build a bridge between tradition and innovation, when cultural heritage is preserved and scaled in a digital society. The object of research is digital art and culture. The subject of the research is the new state of cultural environment management. The purpose of the study is to determine the form and content of digital art and digital culture as an object of management. The article highlights the key factors that determine the successful management of culture and art in the digital environment. The key elements of the financial ecosystem are represented by digital culture and art. The article concludes that the evolution of cultural management reflects a broader transformation of society towards the globalization of cultural space and technological development, and as cultural actors adapt to these changes, they find new innovative ways to preserve their cultural heritage, while simultaneously focusing on the future, which, although fraught with certain difficulties, nevertheless changes the cultural landscape of the digital era.

Key words: startup, digital space, digital culture, works of art, aesthetics, cultural space, cultural heritage.

References

1. Panori A. et al. Smart Innovation Systems for Smart places: Challenges in deploying digital platforms for collaborative data creation and analysis // Land use policy. 2021. Vol. 111. P. 104631.
2. Proksh D. et al. The impact of digital strategy on the digitalization of new enterprises: The mediating effect of digital opportunities and digital culture // Journal of Small Business Management. 2024. vol. 62. № 1. P. 1-29.
3. Giannini T., Bowen J.P. Museums and digital culture: from reality to digitality in the era of COVID-19 // Heritage. 2022. Vol. 5. № 1. P. 192-214.

4. Morgan-Thomas A., Dessart L., Velutsu S. The digital ecosystem and consumer engagement: a socio-technical perspective // *Journal of Business Research*. 2020. Vol. 121. P. 713-723.
5. Podara A. et al. Digital Storytelling in Cultural heritage: engaging the audience in the interactive documentary «New Life» // *Sustainable development*. 2021. Vol. 13. № 3. P. 1193.
6. Makhlina S.T. Immersivity in modern culture // *Bulletin of the St. Petersburg State Institute of Culture*. 2022. № 3 (52). P. 69-79. DOI 10.30725/2619-0303-2022-3-69-79. QEGZCR EMAIL ADDRESS.
7. Bondarenko A.V. Intuition and art // *Humanities, socio-economic and social sciences*. 2014. № 12-1. P. 37-39. EDN TFGSCT.
8. Khudyakov V.V., Merzlov I.Yu. The role and place of the «open innovator» in the model of innovation development // *Discussion*. 2024. № 5 (126). P. 67-77. DOI 10.46320/2077-7639-2024-5-126-67-77. YYSQNK publication NUMBER.
9. Amelichkin, A.V. Organization of project activities aimed at preserving traditional folk culture / A.V. Amelichkin, K. A. Ereemeeva // *Eurasian Law Journal*. – 2023. – № 8(183). – Pp. 435-437. – EDN PGERPD.