

Закирова Сайера Абдулхаковна

Доцент кафедры «Информатика и менеджмент»

Национальный институт изобразительного искусства и дизайна

имени Камолитдина Бехзода

ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В МИРЕ ИСКУССТВА

Аннотация: В данной статье анализируется роль цифровых технологий в мире искусства.

Ключевые слова: культура, дизайн, интернет, социальные сети

Zakirova Sayera Abdulkhakovna

Associate Professor of the Department of Informatics and Management

National Institute of Fine Arts and Design named after Kamoliddin Behzod

DIGITAL TECHNOLOGIES IN THE WORLD OF ART

Abstract: This article analyzes the role of digital technologies in the art world.

Keywords: culture, design, internet, social networks

Культурные организации, такие как театральные труппы, оркестры и художественные музеи, используют Интернет, социальные сети и мобильные приложения, чтобы привлекать и вовлекать аудиторию, обеспечивать более глубокий контекст искусства и распространять свои работы за пределами сцены и галереи.

Интернет и социальные сети являются неотъемлемой частью искусства в Узбекистане. Опрос художественных организаций показывает, что использование технологий пронизывает эти организации, их маркетинговые и образовательные усилия и даже их предложения по перформансу. Более того, многие организации используют Интернет и социальные сети для увеличения количества онлайн-спектаклей и выставок, расширения своей аудитории, продажи билетов и сбора средств в Интернете, позволяя посетителям делиться контентом, оставлять комментарии и даже размещать свой собственный контент в организациях.

Интернет и цифровые технологии также разрушили большую часть традиционного мира искусства. Это изменило ожидания аудитории, оказало большее давление на художественные группы, заставив их активно участвовать в социальных сетях, и, в некоторых случаях, подорвало миссии организаций и потоки доходов. Меняется понятие искусства: большое количество респондентов согласны с утверждением, что цифровые технологии «сыграли большую роль в расширении границ того, что считается искусством».

С этим принятием технологий связано широко распространенное мнение о том, что цифровые технологии имеют решающее значение для распространения искусства: многие считают, что Интернет и цифровые технологии «очень важны» для популяризации искусства, повышения вовлеченности аудитории, некоторые считают цифровые технологии «очень важными» для сбора средств. Большинство согласны с тем, что Интернет «очень важен» для повышения организационной эффективности и для их участия в пропаганде искусства. Технологии и социальные сети сделали искусство более доступным для участия и они помогли сделать художественную аудиторию более разнообразной.

Использование технологий широко распространено в художественных организациях и они сегодня имеют в своем распоряжении десятки инструментов Интернета и мобильных технологий; инструменты, которые можно использовать для повышения осведомленности об их организации, продвижения мероприятий и выставок, обеспечения индивидуального взаимодействия с посетителями, продажи билетов или товаров, оптимизации потребностей клиентов в обслуживании и расширения их работы, ориентированной на миссию. Но есть затраты, связанные с внедрением технологий, даже в тех случаях, когда интернет-инструменты бесплатны; есть проблемы с персоналом и обучением, а также есть проблемы, связанные с обслуживанием баз

покровителей с разными вкусами в отношении технологического опыта искусства. Однако без колебаний художественные организации погружаются в мир цифровых технологий.

Социальные сети открывают новые формы участия аудитории в искусстве. Революции в области цифровых технологий затронули и художественные организации. Наряду с достижениями в области вычислительной техники, широкополосного подключения и мобильных телефонов были разработаны социальные сети, такие как Facebook, Twitter, службы обмена фотографиями Instagram, видеосайты YouTube. Сочетание компьютеров, более доступных широкополосных и беспроводных сетей, а также приложений, облегчающих продвижение, общение и совместное использование, создает мощное сочетание не только для публики, но и для сферы искусства. Художественные организации теперь имеют в своем распоряжении десятки интернет-инструментов; инструменты, которые можно использовать для повышения осведомленности об их организации, продвижения мероприятий и выставок, предоставления индивидуализированных услуг посетителям, продажи билетов или товаров, оптимизации потребностей клиентов в обслуживании и расширения доступа к искусству. Тем не менее, даже когда интернет-инструменты бесплатны, есть затраты; те, которые связаны с потенциалом и обучением персонала, инвестициями в технологическую инфраструктуру и насущной необходимостью обслуживать как можно более широкую клиентскую базу. Сегодня художественные организации решают вопрос о том, как лучше всего использовать эти инструменты для выполнения своей миссии.

Презентация и проведение мероприятий является основной функцией многих художественных организаций. Интернет рассматривается как ценный инструмент, который «очень важен» для основной организационной работы. Интернет и цифровые технологии

являются относительно новыми (и постоянно развивающимися) разработками.

Нашей самой большой проблемой при внедрении цифровых технологий является непостоянный уровень знакомства нашей аудитории с различными технологиями: некоторые из наших посетителей не используют или не знают, как использовать ряд цифровых систем, в то время как другие клиенты предполагают и требуют такую информацию. .

Самой большой проблемой является получение финансовых ресурсов, необходимых для найма дополнительного персонала и оборудования для приобретения цифрового контента и управления работой в Интернете.

Кадровое обеспечение — время, необходимое для создания, управления и обслуживания этих технологий.

Другие говорят о проблеме поиска денег для инициатив, которые могут улучшить опыт посетителей, но которые трудно связать с ростом аудитории:

Пожалуй, сложнее всего финансировать инфраструктуру и техническое обслуживание. Благодаря цифровым технологиям возможности музея могут вырасти в управлении коллекциями, управлении цифровыми активами, цифровом контенте и разработке веб-сайтов, обслуживании и распространении информации. В то время как многие из этих элементов обеспечивают доступ для большой и разнообразной аудитории к физическому и виртуальному взаимодействию с музейными коллекциями и выставками, для технологической инфраструктуры и технического обслуживания доступно мало средств, которые не могли бы напрямую отражать влияние на аудиторию.

Художественных организаций способствует вовлечению в искусство, обслуживает всех типов художников и аудиторию и представляет все регионы страны и аудиторию всех возрастов. Таким образом, их идеи дают

всесторонний взгляд на то, как современные художественные организации используют Интернет, социальные сети и другие цифровые технологии для достижения своих целей.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Keith Nurse .The digital creative economy and trade: strategic options for developing countries 2019.
2. Zakirova S. A. Computer graphics as a tool for the development of students'creative and intellectual abilities in classes on the basics of information technology //academia: An International Multidisciplinary Research Journal. – 2020. – Т. 10. – №. 6. – С. 1419-1423.
3. Zunnunova U., Zakirova S., Fayziyev T. Academic and organizational aspects of entrepreneurship education in art universities of Uzbekistan //Journal of critical reviews. – 2020. – Т. 7. – №. 13. – С. 1893-1897.
4. Zakirova S. A. Использование мультимедиа на уроках и во внеурочной деятельности //Теория и практика современной науки. – 2019. – №. 2. – С. 85-88.
5. GULOMOVNA Z. U. Development Trends of the Organization of Information Processing at the Enterprise //International journal of advanced research in science, engineering and technology. – 2020. – Т. 7. – С. 2.
6. Zunnunova U. G. Kinds of innovation strategy and risks of innovative activity //Мировая наука. – 2019. – №. 1. – С. 24-26.
7. Zakirova S. A., Pîrvan L. R., Zunnunova U. G. Challenges and prospects in art higher education of uzbekistan and romania //European Journal of Research and Reflection in Educational Sciences (EJRRES). – 2020. – Т. 8. – №. 10.
8. Zakirova S. A., Kodirov R. R., Berdiev R. K. Segmentation of modern art market in art marketing //Asian Journal of Multidimensional Research. – 2020. – Т. 9. – №. 3. – С. 315-318.
9. Бердиев Р. К. Компьютерная графика и её применение //Теория и практика современной науки. – 2019. – №. 2. – С. 14-16.
10. Бердиев Р. К. Понятие и история компьютерной графики //Экономика и социум. – 2019. – №. 5. – С. 407-409.
11. Mirzaeva N. A., Umarov A. S. Practical Proposals and Results of The Sceince And Pisa International Assessment Programs for The Development of Natural Literacy of Pupils in Uzbekistan //International Journal of Academic Pedagogical Research. – 2021. – Т. 5. – №. 4. – С. 69-71.

12. Умаров А. С., Рахимов А. К., Мирзаева Н. А. Дарс сифатининг таҳлили–таълим тараққиёти мезони //Ta'lim va rivojlanish tahlili onlayn ilmiy jurnali. – 2022. – С. 80-88.
13. Umarov A.S. Mirzaeva N. A. Methods of using creative tasks of the pisa program in the development of natural literacy// Proceedings of Online International Multidisciplinary Scientific Conference on "Recent Developments in Social Sciences, Humanities, Philology and Psychology". -2021.- 2(1)–С. 88-90.
14. Qodirov R. Musiqi pedagogikasi //Т., " OzDK. – 2015.
15. Rakhmonovich Q. R. Information Technologies and Their Role in Society //International Journal on Economics, Finance and Sustainable Development. – 2021. – Т. 3. – №. 4. – С. 54-58.
16. Hakimov B., Qodirov R. The issues of accounting debtor loans in the balance sheet //International Finance and Accounting. – 2018. – Т. 4. – №. 8.