

УДК 008

Особенности художественной коммуникации в условиях цифровой культуры

Мешкова Людмила Николаевна

Кандидат философских наук,
заведующая кафедрой изобразительного искусства и культурологии,
Пензенский государственный университет,
440026, Российская Федерация, Пенза, ул. Красная, 40;
e-mail: lmeshkova@rambler.ru

Аннотация

В статье рассматривается влияние цифровых технологий на процесс художественной коммуникации. Целью статьи было выявление вызванных цифровизацией изменений в художественной коммуникации, которая осуществляется в Интернете и в музее. При анализе Интернета как пространства художественной коммуникации было показано, что новые технологии позволяют авторам расширять свою аудиторию, дают больше возможностей для творческой реализации и независимости. В то же время авторская позиция в Сети может ослабляться. Интернет формирует новые коммуникативные стратегии для всех участников художественной коммуникации, характеризующиеся демократичностью и интерактивностью. Анализ цифровой трансформации музейной деятельности показал, что она в первую очередь направлена на привлечение аудитории. Иммерсивные и иные цифровые технологии погружают зрителя в художественное пространство, делают искусство более близким и понятным. Однако следует учитывать определенные риски, связанные с цифровыми технологиями, которые могут негативно сказаться на художественной коммуникации: деконтекстуализация произведений, излишняя зрелищность, цифровой разрыв и др. Делается вывод, что главные изменения в художественной коммуникации в условиях цифровой культуры касаются возрастающей роли аудитории.

Для цитирования в научных исследованиях

Мешкова Л.Н. Особенности художественной коммуникации в условиях цифровой культуры // Культура и цивилизация. 2024. Том 14. № 12А. С. 99-107.

Ключевые слова

Художественная коммуникация, искусство, цифровая культура, Интернет, музей, интерактивность, гипертекстуальность, иммерсивные технологии.

Введение

Искусство как область художественной деятельности не существует вне тех изменений, которые происходят в культуре и обществе. Одним из ведущих направлений современного социокультурного процесса стала цифровизация. Цифровую трансформацию переживают различные области человеческого существования, так как цифровые технологии прежде всего применяются для сохранения и передачи информации, влияя на процесс коммуникации в культуре. Развитие и распространение электронных средств коммуникации, обусловивших формирование «нового ценностно-смыслового и символического пространства» [Астафьева, Никонорова, Шлыкова, 2018, 521], возникновение новых культурных практик и форм деятельности, дали толчок к появлению цифровой культуры как особого типа культуры.

Искусство не осталось в стороне от происходящих цифровых преобразований. Цифровые технологии используются в качестве средства художественного творчества, породив тем самым новое направление в искусстве – цифровое искусство. Кроме того, они повлияли на процесс взаимоотношения между автором и аудиторией, между произведением и реципиентом. Взаимодействие «автора-художника и читателя (зрителя, слушателя) посредством произведения искусства как сообщения, или высказывания» определяется как художественная коммуникация [Фещенко, 2021, 25].

Цифровая культура создает новые условия для осуществления художественной коммуникации. Рассмотрим две области, в которых наиболее явно видны изменения, касающиеся взаимодействия автора, произведения искусства и реципиента. Во-первых, это цифровое сетевое пространство, которое является реализацией цифровых технологий. Это новое пространство для искусства, поэтому оно создает свои условия для коммуникативного художественного процесса. Во-вторых, это музейно-выставочное пространство. Казалось бы, это традиционная область существования и презентации произведений изобразительного искусства. Однако музеи включаются в процесс цифровой трансформации, используя новые технологии для художественной коммуникации в музейной области. Отметим, что указанные области в настоящий период времени не существуют изолированно друг от друга.

Интернет как пространство художественной коммуникации

Интернет – это информационно-коммуникационная среда. Специфика представления информации и организации коммуникации в Интернете будут определять и происходящую здесь художественную коммуникацию.

Информационный аспект Интернета характеризуется открытостью, насыщенностью, многообразием контента, в том числе относящегося к искусству. Здесь мы находим сведения и о произведениях и их авторов прошлых эпох, и об актуальном художественном процессе. Более того, на художественную коммуникацию влияет появление цифрового искусства, то есть таких видов «художественной деятельности, концептуальная и продуктивная база которых определяется компьютерной средой» [Шавлыгин, Обморокова, 2015, 102]. Использование новых технических средств в художественно-творческом процессе привело к появлению новых художественных форм и жанров, ряд которых предполагают именно интернет-существование.

Цифровые технологии расширяют творческие возможности для авторов и одновременно позволяют увеличить аудиторию для своих произведений. Достаточно большое количество деятелей искусства, будь то представители музыкальной индустрии, изобразительного искусства или других творческих профессий, имеют официальные аккаунты в соцсетях и

собственные сайты, ведут блоги. Благодаря этому они знакомят со своим творчеством интернет-аудиторию, расширяют круг своих почитателей и могут получить от них обратную связь. Интернет изменил характер взаимодействия между автором и реципиентом, поставил автора в новую ситуацию – ситуацию большей свободы и большей самостоятельности. Как отмечает Б. Гройс, «Интернет ... дал возможность художникам самим документировать произведенные ими события, избегая тем самым цензуры и процесса отбора» [Гройс, 2018, www]. Сетевая деятельность художников позволяет реализовать стремление «создать альтернативные существующим институциям пространства презентации искусства» [Могилевская, 2000, www]. Таким образом, интернет упрощает авторам проявление своего таланта, при этом помогает стать независимыми от издательств, кураторов, галерей или иных сложившихся институций, а также предоставляет широкие возможности найти свою аудиторию и завоевать авторитет среди публики и профессионалов.

Однако позиция автора в Сети оказывается в неоднозначной ситуации. Цифровые технологии могут ослаблять статус автора. Автор становится производителем контента, а произведение искусства, размещенное в Сети, становится частью информационной среды. Произведения не может существовать в киберпространстве изолированно, вне окружающего его информационного контекста. Многочисленные перепосты, комментарии, цитаты делаются источником новых смыслов. Такое свойство интернет-среды, как гипертекстуальность, будет определять восприятие произведения, влиять на его понимание и интерпретацию.

А.М. Сафина, характеризуя Интернет как новый хронотоп процесса художественного творчества, отмечает, что в «связи с этим изменяется не только способ воспроизводства и распространения художественных ценностей, но и сам способ их производства и потребления» [Сафина, 2018, 120]. В Сети произведение искусства превращается в коммуникативный объект [там же, 120]. Здесь оно обрастает комментариями, интерпретациями. Благодаря интернет-публикациям у нас может сформироваться оценка по поводу того или иного фильма, выставки и т.п. еще до того, как мы сами встретимся с этим произведением. Тем самым, между реципиентом и произведением теряется непосредственность восприятия. Как зрители, мы можем чувствовать неуверенность от того, собственные ли эмоциональные впечатления мы испытываем или же они нам навязаны коллективным сетевым мнением.

На коммуникативную стратегию в интернет-пространстве может влиять свойственный для него способ организации информации. Для информационного пространства в Интернете характерна фрагментированность. Кроме того, оно структурировано таким образом, что мы получаем информацию в соответствии с уже сделанными ранее запросами. Интернет – «зеркало наших индивидуальных интересов и желаний» [Гройс, 2018, www]. Формулируя запрос, мы сами определяем направление поиска информации. Кроме того, как известно, алгоритм поиска в Интернете учитывает наши предшествующие запросы, подстраивается под нас. Тем самым встретить там что-то принципиально новое для нас, можно, скорее, случайно. Данное замечание касается и художественного творчества. Поэтому встреча автора с читателем, зрителем, слушателем, к которому он адресуется в Сети, может и не произойти.

Отличительной особенностью интернет-пространства является не только гипертекстуальность, но и интерактивность. Пользователь не только находит нужный контент, но имеет возможность высказать свое мнение, сделать отзыв, участвовать в голосовании, представить свою интерпретацию. В результате он уже не является пассивным зрителем или слушателем, а становится активным участником художественного процесса. Киберсреда формирует такие условия коммуникации, где автор и адресат оказываются в равных позициях коммуникантов.

Более того, развитие Интернета позволило цифровым художникам не только знакомить публику со своими работами, но создавать интерактивное искусство, где происходит непосредственное взаимодействие с интернет-аудиторией. Примером может служить появившееся в 1990-х годах так называемое сетевое искусство, или Net-Art. Произведения сетевого искусства характеризовались динамичностью, пластичностью, нелинейностью и часто зависели от взаимодействия с пользователями. Пользователь становился соучастником и соавтором творческого процесса, переходя по ссылкам, взаимодействуя с цифровым интерфейсом. Художники могли создавать работы, которые реагировали на действия зрителя, что делало их увлекательными и захватывающими [Wei, 2024, 47]. Специфика подобного сетевого искусства заключалась в том, что здесь на первый план выходит не законченное произведение, а процесс коммуникации автора и реципиента. Хотя сейчас Net-Art практически уже ушел в прошлое, он повлияло на демократичность и доступность цифрового искусства.

Рассматривая процесс коммуникативного взаимодействия автора и аудитории, нельзя не сказать о его коммерческой стороне. Интернет создает условия для распространения произведений искусства. Существуют сайты (например, <https://artnow.ru/>), где представлены произведения современных художников как для знакомства с их творчеством, так и для продажи. Существуют платформы, где авторы могут продавать свои цифровые работы напрямую, минуя традиционные галереи. Одна из существенных проблем, связанных с цифровым искусством, с тем, что они легко копируются и распространяются, – это соблюдение авторских прав. В связи с этим одним из актуальных направлений цифрового искусства стало криптоискусство или NFT, когда «произведение искусства представляет собой цифровой актив, который можно приобрести на маркетплейсе за криптовалюту» [Быкова, 2024, 2]. Исследователями подчеркивается роль NFT в защите прав собственности и в продвижении на рынке. Данная технология позволяет цифровым художникам устранить разрыв в неравенстве и выйти на рынок искусства [Рева, Акоева, 2023, 26]. Отмечается, что применение «блокчейн/NFT-технологий может оказать по-настоящему трансформирующее воздействие на творческие индустрии. Результатом его полнофункционального использования может стать новая институциональная модель рынка творческих продуктов, предполагающая вовлечение широких масс», дающая им возможность устанавливать социокультурные связи с деятелями искусства, «инвестировать и получать доход от использования произведений ... в новых юридико-экономических реалиях» [Будник, 2023, 600].

Таким образом, художественная коммуникация в интернет-пространстве по-новому определяет взаимодействия между автором и реципиентом, делает последнего активным соучастником творческого процесса, характеризуется интерактивностью и демократичностью. У автора появляется возможность получить непосредственный отклик на свое творчество, увеличить свою аудиторию и получить не только известность и признание, но и доход. Однако художественная коммуникация в цифровом мире может сталкиваться и с рядом трудностей, связанных с гипертекстуальностью и фрагментированностью структуры информационного поля.

Цифровые технологии как фактор изменения художественной коммуникации в музее

Цифровизация, охватившая в настоящее время различные сферы деятельности человека, стала важным направлением музейной работы. Активное использование цифровых средств в музейной среде обусловлено новыми требованиями к музеям, переосмыслением места и роли

музеев в современной культуре. Музеи сохраняют свои традиционные функции хранителя и транслятора памяти человечества. Однако современные музеи всё больше обращаются к публике, к музейной аудитории. Происходит переход на сторону посетителя [Васильева, Качуровская, Михайлова, Феоктисова, 2018, www], который выражается в учете интересов и потребностей аудитории, в создании таких условий, которые бы формировали желание снова вернуться в музей. В результате возрастающего применения цифровых технологий роль музейного работника претерпевает изменения: от хранителя объектов культуры и искусства он превращается в культурного посредника, который использует цифровые инновационные способы привлечения аудитории [Ап, 2024, 505].

Использование в музее инновационных цифровых технологий создает музейное пространство, отвечающее условиям новой эпохи и созвучное современной аудитории. Исследователи отмечают «прямую зависимость роста интереса к музеям, характеризующего последние десятилетия, от применения электронных технологий в музейной практике» [Поляков, Зотова, Пустовойт, Нельзина, Корнеева, 2021, 165].

Сайты музеев, официальные страницы в социальных сетях рассказывают о работе музея, о происходящих там событиях. Но они не только информируют о своей деятельности. Уже эти страницы музеев в Интернете стремятся привлечь аудиторию, предлагая интерактивные способы взаимодействия, например, виртуальные туры.

Однако именно включение цифровых средств в музейную среду осуществляет новый вариант коммуникации зрителя и экспонатов. Цифровые технологии, используемые в современной выставочной практике, создают новые варианты представления художественного материала, позволяющие погружать зрителя в особое визуальное или игровое пространство. Речь, в первую очередь, идет о формировании иммерсивной художественной среды, под которой понимается «часть социокультурного пространства, сопряженного с художественно-эстетической деятельностью, и обладающего возможностями вовлечения и погружения субъекта в новые для него практики посредством организации и интенсификации его кинестетического и чувственно-эмоционального восприятия» [Никифорова, Воронова, 2023, 62-63]. Посредством технологий дополненной реальности (AR) и виртуальной реальности (VR) конструируется интерактивная, мультисенсорная среда, которая полностью вовлекает зрителя. Данные технологии используются, в частности, при проведении ставших популярными иммерсивных выставок [Giannini, Bowen, 2022, 2], когда создается эффект погружения в мир картины, когда стирается граница между виртуальным и реальным мирами, наполненными художественными образами. Примером может служить мультимедийная экспозиция с VR-погружением «Потерянные миры: Карл Брюллов “Последний день Помпеи”», располагающаяся в Центре мультимедиа Русского музея.

Иммерсивные технологии направлены на то, чтобы сделать искусство более близким зрителю, произвести на него впечатление, обогатить его рецептивный опыт. Однако иммерсивное искусство делает акцент на эмоциональность, на сенсорное восприятие, порой носит развлекательный характер, не требует от реципиента глубокого проникновения в семиотико-смысловое пространство произведения. В то же время рефлексивность, нацеленность на постижение смысла художественного произведения может уходить на второй план.

Внедрение разнообразных мультимедийных технологий в экспозиционно-выставочное пространство (мультимедийные проекторы, сенсорные экраны, 3D-инсталляции, технологии расширенной и виртуальной реальности, видеомэппинг и т.д.) ведет к объединению

физического и цифрового пространства и появлению третьего пространства – смешанной реальности [Ап, 2024, 504]. Сочетание физического и виртуального пространства в художественном музее, соединение различных типов визуальной коммуникации открывает новые условия для общения и «дает возможность для множественности интерпретаций художественного образа» [Астахов, Черняева, 2021, 759].

Одним из направлений деятельности современного музея стала образовательная деятельность, в которой цифровые технологии играют немалую роль. Сюда можно отнести онлайн лекции сотрудников музея, виртуальные экскурсии, которые можно включать в образовательный процесс. Музей становится не только культурным, но и образовательным центром, который «позволяет всем субъектам образования органично коммуницировать и сотрудничать с музеями в различных форматах при организации учебного процесса» [Коровникова, 2021, 153]. Таким образом, художественная коммуникация включается в более широкий образовательный контекст, способствует эстетическому воспитанию личности.

Помимо преимуществ, использование цифровых технологий в музейно-выставочной деятельности влечет за собой определенные риски.

В частности, отмечается, что оцифровка произведений и их помещение в виртуальную среду ведет к деконтекстуализации, в результате чего артефакты теряют свою историческую и культурную значимость [Ап, 2024, 514]. Кроме того, меняются условия восприятия художественного объекта, когда виртуальное взаимодействие сменяет физическое. Однако цифровое воспроизведение является фрагментированным, не может передать целостность материального произведения, его ауру. Увлечение цифровыми возможностями создает опасность превращения произведений в объект зрелищ и развлечений [Ап, 2024, 516], трансформации музеев в разновидность «цифрового парка», в котором «основное внимание уделено не столько культурно-историческим объектам, сколько цифровым технологиям» [Коровникова, 2021, 151]. Все перечисленные риски могут негативно сказаться на понимании произведения искусства, а, соответственно, приведет к нарушению художественной коммуникации.

Безусловно, цифровизация музейной сферы будет продолжаться. Поэтому важной задачей становится в этих условиях раскрытие с помощью цифровых средств внутренних смыслов музейных предметов, погружение посетителя в события и процессы, моделируемые в экспозиции [Поляков, Зотова, Пустовойт, Нельзина, Корнеева, 2021, 81].

Заключение

Внедрение цифровых технологий в художественную сферу способствует вовлечению аудитории в процесс взаимодействия с искусством. Они расширяют возможности контактов автора и аудитории, делают доступным многообразие художественных практик, позволяют вести межкультурный диалог сквозь пространство и время.

Главные изменения в процессе художественной коммуникации, вызванные цифровизацией, касаются изменения роли публики. Зритель или читатель становится не просто пассивным реципиентом, а активным участником творческого процесса. Интерактивность – одна из ключевых черт художественной коммуникации, происходящей в Интернете и современном музее. Благодаря инновационным технологиям посетитель музея становится вовлеченным в художественную среду, получает новый эстетический, интеллектуальный и эмоциональный опыт.

В то же время необходимо учитывать и те риски для художественной коммуникации, которые могут быть связаны с цифровыми средствами. В частности, это касается фрагментированности представления информации, ослабление рефлексивности при цифровой подаче художественного произведения. Кроме того, на художественную коммуникацию в цифровой культуре может повлиять цифровой разрыв. Неравенство в цифровой инфраструктуре, высокая стоимость технологий расширенной и виртуальной реальности, мультимедийных средств может ограничить доступ к художественной культуре, представленной в цифровом мире, для тех, кто не обладает соответствующими ресурсами.

Тем не менее, активно развивающиеся цифровые технологии будут продолжать влиять и расширять сферу художественной практики, создавать новые условия для взаимодействия художников и аудитории.

Библиография

1. Астафьева О.Н., Никонорова Е.В., Шлыкова О.В. Культура в цифровой цивилизации: новый этап осмысления стратегии будущего для устойчивого развития // *Обсерватория культуры*. 2018. Т. 15, № 5. С. 516–531. DOI: 10.25281/2072-3156-2018-15-5-516-531.
2. Астахов О.Ю., Черняева И.В. Художественная коммуникация в современном выставочном пространстве Сибири // *Журнал Сибирского федерального университета. Гуманитарные и социальные науки*. 2021. № 14 (6). С. 757–766.
3. Будник Р.А. Риски и перспективы токенизации творчества // *Journal of Digital Technologies and Law*. 2023. №3. С. 587–611.
4. Быкова П.И. Цифровое искусство как новый канал коммуникации и предмет репрезентации в российских медиа // *Международный научно-исследовательский журнал*. 2024. №3 (141). – URL: <https://research-journal.org/archive/3-141-2024-march/10.23670/IRJ.2024.141.66> (дата обращения: 17.11.2024).
5. Васильева П.О., Качуровская Д.В., Михайлова А.В., Феоктисова С.Э. Музей в цифровую эпоху. Перезагрузка. М.: Издательские решения, 2018. URL: <http://mmbook-hse.ru/books/27/> (дата обращения: 16.11.2024)
6. Гройс Б. Художественная выставка в эпоху интернета. 2018. [Электронный ресурс] – URL: <https://art.sredaobuchenia.ru/groislecture> (дата обращения: 03.11.2024)
7. Коровникова Н.А. Цифровой музей: особенности и перспективы развития // *Социальные новации и социальные науки*. М.: ИНИОН РАН, 2021. № 1. С. 145–154.
8. Могилевская Т. Сетевое искусство – динамика в России [Электронный ресурс] // *Художественный журнал*. 2000. №28-29. – URL: <https://moscowartmagazine.com/issue/79/article/1722> (дата обращения: 15.11.2024)
9. Никифорова А.А., Воронова Н.И. Иммерсивные практики в современном культурном пространстве (мировой и отечественный опыт) // *Философия и культура*. 2023. № 5. С. 60-71.
10. Поляков Т.П., Зотова Т.А., Пустовойт Ю.В., Нельзина О.Ю., Корнеева А.А. Экспозиционная деятельность музеев в контексте реализации «Стратегии государственной культурной политики на период до 2030 года»: монография. М.: Институт Наследия, 2021. 438 с. DOI 10.34685/NI.2020.11.84.020
11. Рева Е.С., Акоева Н.Б. Цифровое искусство в современной культуре // *Современная наука: Актуальные проблемы теории и практики*. Серия: Познание. 2023. № 8. С. 24-27.
12. Сафина А.М. Интернет-пространство как фактор трансформации современного искусства // *Вестник Северного (Арктического) федерального университета*. Сер.: Гуманитарные и социальные науки. 2018. № 5. С. 118–127. DOI: 10.17238/issn2227-6564.2018.6.118
13. Фещенко В.В. Художественная коммуникация: от семиотических моделей к лингвоэстетической теории // *Слово.ру: Балтийский акцент*. 2021. Т.12, №1. С. 7–31.
14. Шавлыгин Д.О., Обморокова А.М. Интеграция цифрового искусства в традиционную художественную среду // *Вестник ЮУрГУ*. Серия «Социально-гуманитарные науки». 2015. Т. 15, № 4. С. 100–107.
15. An, R. (2024). Art curation in virtual spaces: The influence of digital technology in redefining the aesthetics and interpretation of art. // *Humanities, Arts and Social Sciences Studies*, 2024, no. 2, pp. 503–518.
16. Giannini T., Bowen J.B. (2022) Digital Experience in Art and Identity: The Metaverse calls // *Proceedings of the EVA 2022 Florence Proceedings*. – URL: https://www.researchgate.net/publication/364618143_Digital_Experience_in_Art_and_Identity_The_Metaverse_calls (дата обращения: 16.11.2024)
17. Wei W. (2024) The Evolution of Digital Art: From Early Experiments to Con-temporary Practices // *International Journal of Literature and Art Innovation*, 2024, Vol.1 no. 1, pp. 44-49.

Features of artistic communication in the context of digital culture

Lyudmila N. Meshkova

PhD in Philosophy,
Head of the Department of Fine Art and Culture Studies,
Penza State University,
440026, 40, Krasnaya str., Penza, Russian Federation;
e-mail: lmeshkova@rambler.ru

Abstract

The article examines the impact of digital technologies on the process of artistic communication. The purpose of the article was to identify the changes caused by digitalization in artistic communication, which is carried out on the Internet and in the museum. When analyzing the Internet as a space of artistic communication, it was shown that new technologies allow authors to expand their audience, provide more opportunities for creative realization and independence. At the same time, the author's position on the Web may weaken. The Internet forms new communication strategies for all participants of artistic communication, characterized by democracy and interactivity. An analysis of the digital transformation of museum activities has shown that it is primarily aimed at attracting an audience. Immersive and other digital technologies immerse the viewer in the artistic space, making art more intimate and understandable. However, it is necessary to take into account certain risks associated with digital technologies that can negatively affect artistic communication: decontextualization of works, excessive entertainment, digital divide, etc. It is concluded that the main changes in artistic communication in the context of digital culture relate to the increasing role of the audience.

For citation

Meshkova L.N. (2024) Osobennosti khudozhestvennoi kommunikatsii v usloviyakh tsifrovoi kultury [Features of artistic communication in the context of digital culture]. *Kul'tura i tsivilizatsiya* [Culture and Civilization], 14 (12A), pp. 99-107.

Keywords

Artistic communication, art, digital culture, Internet, museum, interactivity, hypertextuality, immersive technologies

References

1. An, R. (2024). Art curation in virtual spaces: The influence of digital technology in redefining the aesthetics and interpretation of art. *Humanities, Arts and Social Sciences Studies*, 2, pp. 503–518.
2. Astafeva O.N., Nikonorova E.V., Shlykova O.V. (2018) *Kultura v tsifrovoi tsivilizatsii: novyietap osmysleniya strategii budushchego dlya ustoichivogo razvitiya* [Culture in digital civilization: A new stage of understanding the strategy of the future for sustainable development]. *Observatoriya kultury* [Observatory of Culture], 15(5), pp. 516–531. DOI: 10.25281/2072-3156-2018-15-5-516-531.
3. Astakhov O.Yu., Chernyaeva I.V. (2021) *Khudozhestvennaya kommunikatsiya v sovremennom vystavochnom prostranstve Sibiri* [Artistic communication in the modern exhibition space of Siberia]. *Zhurnal Sibirskogo federalnogo universiteta. Gumanitarnye i sotsialnye nauki* [Journal of Siberian Federal University. Humanities & Social Sciences], 14(6), pp. 757-766.
4. Budnik R.A. (2023) *Riski i perspektivy tokenizatsii tvorchestva* [Risks and prospects of tokenization in creative work].

Lyudmila N. Meshkova

- Journal of Digital Technologies and Law, 3, pp. 587–611.
5. Bykova P.I. (2024) Tsifrovoye iskusstvo kak novyi kanal kommunikatsii i predmet reprezentatsii v rossiiskikh media [Digital art as a new communication channel and a subject of representation in Russian media]. *Mezhdunarodnyi nauchno-issledovatel'skii zhurnal [International Research Journal]*, 3(141). URL: <https://research-journal.org/archive/3-141-2024-march/10.23670/IRJ.2024.141.66> (accessed: 17.11.2024).
 6. Feshchenko V.V. (2021) Khudozhestvennaya kommunikatsiya: ot semioticheskikh modelei k lingvoesteticheskoj teorii [Artistic communication: From semiotic models to linguo-aesthetic theory]. *Slovo.ru: Baltiiskii aktsent [Slovo.ru: Baltic Accent]*, 12(1), pp. 7–31.
 7. Giannini T., Bowen J.B. (2022) Digital Experience in Art and Identity: The Metaverse calls. *Proceedings of the EVA 2022 Florence Proceedings*. URL: https://www.researchgate.net/publication/364618143_Digital_Experience_in_Art_and_Identity_The_Metaverse_calls (accessed: 16.11.2024).
 8. Grois B. (2018) Khudozhestvennaya vystavka v epokhu interneta [Art exhibition in the age of the Internet]. URL: <https://art.sredaobuchenia.ru/groislecture> (accessed: 03.11.2024).
 9. Korovnikova N.A. (2021) Tsifrovoye muzei: osobennosti i perspektivy razvitiya [Digital museum: Features and development prospects]. *Sotsialnye novatsii i sotsialnye nauki [Social Innovations and Social Sciences]*, 1, pp. 145–154.
 10. Mogilevskaya T. (2000) Setevoye iskusstvo – dinamika v Rossii [Net art – dynamics in Russia]. *Khudozhestvennyi zhurnal [Art Magazine]*, 28-29. URL: <https://moscowartmagazine.com/issue/79/article/1722> (accessed: 15.11.2024).
 11. Nikiforova A.A., Voronova N.I. (2023) Immersivnye praktiki v sovremennom kulturnom prostranstve (mirovoy i otechestvennyy opyt) [Immersive practices in modern cultural space (global and domestic experience)]. *Filosofiya i kultura [Philosophy and Culture]*, 5, pp. 60-71.
 12. Polyakov T.P., Zotova T.A., Pustovoyt Yu.V., Nelzina O.Yu., Korneeva A.A. (2021) Ekspozitsionnaya deyatel'nost' muzeev v kontekste realizatsii "Strategii gosudarstvennoy kulturnoy politiki na period do 2030 goda": monografiya [Exhibition activity of museums in the context of the "Strategy of State Cultural Policy until 2030": Monograph]. Moscow: Institut Naslediya. DOI: 10.34685/HI.2020.11.84.020.
 13. Reva E.S., Akoeva N.B. (2023) Tsifrovoye iskusstvo v sovremennoy kulture [Digital art in contemporary culture]. *Sovremennaya nauka: Aktualnye problemy teorii i praktiki. Seriya: Poznanie [Modern Science: Current Issues of Theory and Practice. Series: Cognition]*, 8, pp. 24-27.
 14. Safina A.M. (2018) Internet-prostranstvo kak faktor transformatsii sovremennogo iskusstva [Internet space as a factor in the transformation of contemporary art]. *Vestnik Severnogo (Arkticheskogo) federal'nogo universiteta. Ser.: Gumanitarnye i sotsialnye nauki [Bulletin of the Northern (Arctic) Federal University. Series: Humanities and Social Sciences]*, 5, pp. 118–127. DOI: 10.17238/issn2227-6564.2018.6.118.
 15. Shavlygin D.O., Obmorokova A.M. (2015) Integratsiya tsifrovogo iskusstva v traditsionnyy khudozhestvennyy sredu [Integration of digital art into the traditional artistic environment]. *Vestnik YuUrGU. Seriya "Sotsialno-gumanitarnye nauki" [Bulletin of the South Ural State University. Series "Social Sciences and Humanities"]*, 15(4), pp. 100–107.
 16. Vasileva P.O., Kachurovskaya D.V., Mikhailova A.V., Feoktissova S.E. (2018) Muzei v tsifrovuyu epokhu. Perezagruzka [Museum in the digital age. Reboot]. Moscow: Izdatelskie resheniya. URL: <http://mmbook-hse.ru/books/27/> (accessed: 16.11.2024).
 17. Wei W. (2024) The Evolution of Digital Art: From Early Experiments to Contemporary Practices. *International Journal of Literature and Art Innovation*, 1(1), pp. 44-49.