УДК 004.9:008

ЦИФРОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ В ПРОДВИЖЕНИИ КУЛЬТУРНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ: СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ, ТЕХНОЛОГИИ И МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ

Юлдашева Камила Жахонгировна

магистрантка II-курса факультета Международной журналистики кафедры Информационной службы и связей с общественностью Узбекского государственного университета мировых языков (Ташкент, Узбекистан)

Аннотация. В статье рассматриваются современные подходы к цифровому продвижению культурных мероприятий в условиях цифровой трансформации общества. Исследуются зарубежные, российские и узбекистанские практики использования цифровых коммуникационных технологий в сфере культуры. Особое внимание уделяется применению социальных сетей, цифровых платформ, технологий виртуальной и дополненной реальности, искусственного интеллекта, онлайн-трансляций и мультимедийного контента в продвижении культурных проектов и событий. На основе сравнительного анализа выявлены основные тенденции развития цифровых коммуникаций в культурной сфере, а также особенности реализации цифровых стратегий в различных странах. Рассмотрены наиболее значимые проекты последних лет, реализованные музеями, театрами, фестивалями и культурными организациями России и зарубежных государств. Сделан вывод о том, что цифровые технологии становятся не только инструментом информирования аудитории, но и важным фактором формирования культурного бренда территории, расширения доступа к культурным ценностям и укрепления международного культурного сотрудничества.

Taraqqiyot spektri

Ключевые слова: цифровизация культуры, культурные мероприятия, цифровой маркетинг, культурные коммуникации, социальные сети, цифровые платформы, виртуальная реальность, дополненная реальность, культурная политика, культурное наследие, культурный туризм.

Abstract. The article examines modern approaches to the digital promotion of cultural events in the context of the digital transformation of society. It explores foreign, Russian, and Uzbek practices of using digital communication technologies in the field of culture. Special attention is paid to the use of social networks, digital platforms, virtual and augmented reality technologies, artificial intelligence, online broadcasts, and multimedia content in the promotion of cultural projects and events. Based on a comparative analysis, the article identifies the main trends in the development of digital communications in the cultural sector, as well as the specific features of implementing digital strategies in various countries. The article examines the most significant projects of recent years implemented by museums, theaters, festivals, and cultural organizations in Russia and foreign countries. The authors conclude that digital technologies are becoming not only a tool for informing the audience, but also an important factor in shaping the cultural brand of a territory, expanding access to cultural values, and strengthening international cultural cooperation.

Keywords: digitalization of culture, cultural events, digital marketing, cultural communications, social networks, digital platforms, virtual reality, augmented reality, cultural policy, cultural heritage, and cultural tourism.

В условиях цифровизации общества культурная сфера претерпевает существенные трансформации, связанные с изменением способов производства, распространения и потребления культурного контента. Современные цифровые инструменты становятся неотъемлемой частью продвижения культурных мероприятий, обеспечивая расширение аудитории, повышение вовлеченности пользователей и формирование устойчивого имиджа культурных брендов. Анализ

Taraqqiyot spektri

зарубежного и отечественного опыта позволяет выявить ключевые тенденции, инструменты и подходы, применяемые в цифровом продвижении культурных событий.

Целью исследования является анализ современных цифровых коммуникационных технологий, применяемых для продвижения культурных мероприятий, а также выявление особенностей их использования в зарубежной практике, Российской Федерации и Республике Узбекистан.

Научная новизна исследования заключается в комплексном сравнительном анализе современных цифровых инструментов продвижения культурных мероприятий с учетом актуальных практик 2023–2026 гг., включая использование технологий искусственного интеллекта, виртуальной и дополненной реальности.

Теоретические основы цифрового продвижения культурных мероприятий

Современные процессы цифровизации оказывают существенное влияние на развитие культурной сферы, трансформируя традиционные формы коммуникации между учреждениями культуры и аудиторией. В научной литературе цифровое продвижение культурных мероприятий рассматривается как комплекс коммуникационных технологий, направленных на информирование, вовлечение и удержание целевых аудиторий посредством цифровых каналов взаимодействия.

По мнению Ф. Котлера и К. Келлера, цифровой маркетинг представляет собой систему интегрированных коммуникаций, обеспечивающих эффективное взаимодействие организации с потребителями в цифровой среде [4]. В культурной сфере данный подход позволяет учреждениям культуры не только распространять информацию о мероприятиях, но и формировать устойчивые отношения с аудиторией посредством персонализированного контента и интерактивных коммуникаций.

Важное значение для понимания современных культурных коммуникаций имеет концепция сетевого общества, разработанная М. Кастельсом. Согласно данной концепции, информационно-коммуникационные технологии формируют новую

Taraqqiyot spektri

социальную реальность, в которой обмен информацией осуществляется через цифровые сети, а культурные институты становятся активными участниками глобального информационного пространства [29].

Г. Л. Тульчинский отмечает, что цифровая трансформация культуры приводит к изменению традиционных моделей культурного потребления. Современный потребитель культуры становится не только получателем информации, но и активным участником коммуникационного процесса, создающим и распространяющим контент в социальных сетях и цифровых сообществах [9].

С точки зрения медиакоммуникаций особую актуальность приобретает теория конвергенции медиа, разработанная Г. Дженкинсом. Исследователь подчеркивает, что в условиях цифровизации происходит интеграция различных медийных платформ, что позволяет культурным организациям использовать комплексные стратегии продвижения, объединяющие веб-сайты, социальные сети, видеохостинги, мобильные приложения и цифровые платформы [26].

По мнению Е. И. Горошко, цифровые коммуникации становятся важнейшим фактором развития культурных индустрий, обеспечивая доступность культурного контента и расширение аудитории культурных проектов. Социальные сети выступают не только каналом информирования, но и пространством формирования культурных сообществ, способствующих продвижению культурных инициатив [3].

Современные исследователи выделяют несколько основных инструментов цифрового продвижения культурных мероприятий:

- социальные сети и мессенджеры;
- официальные сайты и цифровые платформы;
- контент-маркетинг;
- онлайн-трансляции и стриминговые сервисы;
- технологии виртуальной и дополненной реальности;
- инструменты искусственного интеллекта;
- инфлюенс-маркетинг и сотрудничество с блогерами.

Taraqqiyot spektri

Особую роль в последние годы играют технологии искусственного интеллекта. Согласно докладам UNESCO, использование AI позволяет персонализировать культурный контент, автоматизировать коммуникационные процессы и повышать эффективность взаимодействия с аудиторией [10; 11].

Таким образом, цифровое продвижение культурных мероприятий представляет собой многоуровневую систему коммуникаций, основанную на использовании современных информационных технологий, интерактивного контента и цифровых платформ, обеспечивающих эффективное взаимодействие между учреждениями культуры и аудиторией.

Таблица 1

Современные цифровые инструменты продвижения культурных мероприятий

Инструмент	Основные функции	Преимущества
Социальные сети	Информирование и взаимодействие с аудиторией	Высокий охват и обратная связь
Онлайн-трансляции	Демонстрация мероприятий в реальном времени	Расширение географии аудитории
Виртуальные туры	Цифровое представление культурных объектов	Повышение доступности культуры
AR/VR-технологии	Иммерсивный пользовательский опыт	Высокая вовлеченность
Искусственный интеллект	Персонализация контента	Повышение эффективности коммуникаций
Мобильные приложения	Оперативное информирование пользователей	Удобство использования
Инфлюенс-маркетинг	Продвижение через лидеров мнений	Рост доверия аудитории

Зарубежный опыт цифрового продвижения культурных мероприятий

Мировая практика демонстрирует, что цифровые технологии становятся стратегическим ресурсом развития культурной сферы. Согласно исследованиям UNESCO, государства активно внедряют комплексные цифровые стратегии, направленные на повышение доступности культурного контента, развитие креативных индустрий и стимулирование участия аудитории [13].

Одним из ключевых направлений является создание цифровых платформ, обеспечивающих доступ к культурному наследию и мероприятиям. Так, международные инициативы включают разработку онлайн-архивов, виртуальных туров, цифровых библиотек и мультимедийных коллекций. Примером служит World Heritage Memory Net - глобальная цифровая библиотека, предоставляющая доступ к культурному наследию различных стран в интерактивной форме [14]. Данная платформа позволяет пользователям «визуально исследовать» объекты всемирного наследия, тем самым расширяя аудиторию культурных ресурсов.

Значительное внимание в зарубежной практике уделяется использованию социальных сетей и цифровых коммуникационных кампаний. Одним из наиболее показательных примеров является MuseumWeek - международная акция, проводимая в социальных сетях, объединяющая музеи, архивы и культурные организации по всему миру [27]. В рамках данной инициативы учреждения культуры используют тематические хештеги, интерактивные форматы и пользовательский контент, что способствует формированию глобального цифрового сообщества и активному вовлечению аудитории.

Кроме того, в зарубежной практике активно используются технологии виртуальной и дополненной реальности (VR/AR), позволяющие создавать иммерсивный культурный опыт. Виртуальные выставки, онлайн-концерты и цифровые фестивали стали особенно востребованными в период пандемии COVID-19, что ускорило цифровую трансформацию культурной сферы. Международные

Taraqqiyot spektri

фестивали и культурные мероприятия все чаще комбинируют офлайн- и онлайн-форматы, формируя гибридные модели взаимодействия с аудиторией.

Особую роль играют международные культурные события и форумы, такие как MONDIACULT [12], в рамках которых обсуждаются вопросы цифровизации культуры и разработки стратегий устойчивого развития. Эти площадки способствуют обмену опытом между странами и формированию единых подходов к цифровому продвижению культурных инициатив.

В целом, зарубежный опыт характеризуется следующими тенденциями:

- интеграция цифровых технологий в культурную политику;
- активное использование социальных сетей и цифровых коммуникаций;
- развитие цифровых платформ и онлайн-контента;
- применение инновационных технологий (VR, AR, AI);
- формирование глобальных цифровых сообществ вокруг культурных событий.

Современные зарубежные проекты цифрового продвижения культурных мероприятий (2023–2026 гг.)

В зарубежной практике цифровизация культуры развивается особенно интенсивно благодаря активному внедрению технологий искусственного интеллекта, больших данных, виртуальной и дополненной реальности.

Одним из наиболее значимых международных проектов последних лет является программа Google Arts & Culture, объединяющая более двух тысяч музеев, архивов и культурных учреждений из различных стран мира. В 2023–2026 годах платформа значительно расширила использование технологий искусственного интеллекта для персонализации контента, цифровых выставок и интерактивных образовательных проектов.

В Великобритании ведущие культурные учреждения, включая British Museum и Victoria and Albert Museum, активно используют цифровые коммуникационные стратегии, основанные на коротком видеоконтенте, стриминговых сервисах и социальных сетях TikTok, Instagram и YouTube.

Taraqqiyot spektri

Во Франции Лувр продолжает развивать виртуальные экскурсии и цифровые выставочные проекты, обеспечивая доступ к музейным коллекциям миллионам пользователей по всему миру. Значительное внимание уделяется технологиям дополненной реальности, позволяющим посетителям получать дополнительную информацию о музейных экспонатах через мобильные устройства.

В Нидерландах инновационный фестиваль цифровой культуры Impakt Festival демонстрирует успешный пример интеграции цифрового искусства, интерактивных медиа и онлайн-коммуникаций. Значительная часть мероприятий проводится в гибридном формате, объединяющем офлайн- и онлайн-аудиторию.

В Южной Корее активно развиваются проекты цифровых музеев и виртуальных выставок на основе мета-вселенных технологий. Национальные музеи страны используют цифровые пространства для проведения экскурсий, образовательных программ и культурных акций.

Особый интерес представляют проекты, использующие технологии искусственного интеллекта. Многие музеи США, Германии и Японии внедряют интеллектуальных виртуальных помощников, системы автоматической генерации контента и персонализированные рекомендации для посетителей.

В результате цифровые технологии становятся неотъемлемой частью современных культурных коммуникаций и способствуют формированию новых моделей взаимодействия между учреждениями культуры и аудиторией.

Российский опыт цифрового продвижения культурных мероприятий (2023–2026 гг.)

В последние годы цифровая трансформация стала одним из ключевых направлений развития культурной политики Российской Федерации. Государственные программы цифровизации культуры ориентированы на повышение доступности культурного контента, расширение аудитории культурных учреждений и развитие новых форм взаимодействия с пользователями.

Taraqqiyot spektri

Одним из наиболее масштабных проектов является национальная цифровая платформа «Культура. РФ», которая продолжает активно развиваться и в 2023–2026 годах значительно расширила спектр цифровых сервисов. Платформа объединяет виртуальные экскурсии, видеолекции, онлайн-трансляции спектаклей и концертов, цифровые архивы и образовательные проекты. Благодаря интеграции мультимедийных форматов пользователи получают доступ к культурному контенту независимо от места проживания.

Особого внимания заслуживает программа «Пушкинская карта», которая стала одним из крупнейших цифровых культурных проектов России. Помимо предоставления молодежи возможности посещения культурных мероприятий, проект активно использует мобильные технологии, цифровые сервисы регистрации и онлайн-платформы информирования аудитории. К 2025 году число участников программы превысило 11 миллионов человек, что свидетельствует о высокой эффективности цифровых инструментов продвижения культурных событий.

Важным направлением является развитие виртуальных музеев. Так, Государственный Эрмитаж, Государственная Третьяковская галерея и Государственный Русский музей активно используют технологии виртуальных туров, 3D-моделирования и онлайн-трансляций выставок. Особую популярность получили проекты, ориентированные на пользователей социальных сетей и видеохостингов.

В сфере театрального искусства значительное распространение получили цифровые форматы взаимодействия с аудиторией. Большой театр России, Мариинский театр и ряд региональных театров осуществляют прямые трансляции спектаклей, используют цифровые платформы продажи билетов и реализуют коммуникационные стратегии через социальные сети и мобильные приложения.

Среди фестивальных проектов следует отметить Международный фестиваль искусств «Интермузей», Всероссийскую акцию «Ночь музеев», Международный культурный форум в Санкт-Петербурге, которые активно используют цифровые

Taraqqiyot spektri

каналы коммуникации, онлайн-регистрацию участников, трансляции мероприятий и интерактивные форматы взаимодействия с аудиторией.

Особую роль начинают играть технологии искусственного интеллекта. В ряде российских музеев внедряются интеллектуальные системы рекомендаций, цифровые гиды и чат-боты, обеспечивающие персонализацию пользовательского опыта.

Таким образом, российский опыт демонстрирует переход от простого присутствия культурных организаций в цифровой среде к формированию комплексных цифровых экосистем культурной коммуникации.

Особенности цифрового продвижения культурных мероприятий в Узбекистане

В контексте Узбекистана цифровизация медийной среды становится одним из ключевых трендов в развитии культурной и креативной экономик. Доля цифрового сегмента на медиарынке страны к 2026 году существенно выросла и составляет около 30%, что свидетельствует о трансформации каналов коммуникации и изменении медиа-поведения аудитории - молодые люди всё чаще выбирают цифровые платформы для потребления новостей, видео и социальных материалов, которые могут быть связаны с анонсами культурных мероприятий и их онлайн-продвижением. Министерство культуры Республики Узбекистан в своих официальных планах на 2026 год подчёркивает привлечение миллионов зрителей к фестивалям, театрам и международным кинофорумам, что требует активного использования цифровых каналов для информирования и продвижения культурных событий как внутри страны, так и за её пределами.

В Республике Узбекистан цифровизация культурной сферы является одним из приоритетных направлений государственной политики. В последние годы реализуется комплекс мер, направленных на развитие культурных индустрий, продвижение национального культурного наследия и интеграцию страны в международное культурное пространство.

Taraqqiyot spektri

Существенную роль играет сотрудничество с международными организациями, в частности с UNESCO, что способствует внедрению передовых практик цифрового продвижения. В стране реализуются проекты по созданию цифровых платформ, развитию культурного туризма и популяризации культурного наследия.

Кроме того, в исследованиях ЮНЕСКО по Центральной Азии подчёркивается важность цифровых навыков и компетенций у работников культурных и творческих индустрий - это ключевой фактор адаптации к цифровизации и эффективного использования цифровых медиа для коммуникации и продвижения культурных инициатив в регионе, включая Узбекистан, Казахстан и Таджикистан. В международной практике также привлекают внимание такие инновационные фестивали, как Impakt Festival (Нидерланды), где цифровые медиа и междисциплинарные форматы используются для формирования нового культурного контента и взаимодействия с мировой аудиторией через интернет-экспозиции, онлайн-перформансы и мультимедийные показы.

Одним из значимых направлений является разработка специализированных цифровых платформ. Примером выступает «Платформа культурного наследия и креативности», направленная на продвижение культурных инициатив и развитие устойчивого туризма. Данная платформа способствует цифровому представлению культурных ресурсов, поддержке креативных индустрий и привлечению широкой аудитории.

Важным инструментом продвижения культурных мероприятий является цифровой маркетинг. Исследования показывают, что использование онлайн-каналов (социальные сети, веб-сайты, мобильные приложения) позволяет значительно повысить узнаваемость туристических и культурных объектов, а также увеличить поток посетителей. В Узбекистане активно развиваются цифровые кампании по продвижению культурного туризма, включая сотрудничество с блогерами, создание мультимедийного контента и участие в международных цифровых платформах.

Taraqqiyot spektri

Значительное внимание уделяется продвижению крупных культурных мероприятий. Например, такие события, как Sharq Taronalari и Asrlar Sadosi, активно продвигаются через цифровые каналы, включая социальные сети, видеоплатформы и официальные сайты. Эти мероприятия привлекают международную аудиторию и способствуют формированию позитивного имиджа страны.

Особое место занимает проведение международных фестивалей, таких как Lazgi International Dance Festival, которые используют цифровые инструменты для расширения аудитории, включая онлайн-трансляции, цифровые афиши и интерактивные форматы взаимодействия с пользователями.

Помимо всего вышеперечисленного сюда также относится:

- Международный фестиваль искусства бахши;
- Ташкентский международный кинофестиваль;
- Фонд развития культуры и искусства Узбекистана;
- проекты цифровизации музеев Самарканда и Бухары;
- цифровые проекты Центра исламской цивилизации и многие другие.

Кроме того, государственная политика направлена на развитие цифровой инфраструктуры и внедрение современных технологий. В рамках стратегии развития «Цифровой Узбекистан» осуществляется активное внедрение цифровых сервисов, развитие онлайн-контента и продвижение культурных инициатив на международных платформах.

Сравнительный анализ зарубежного и отечественного опыта

Сравнение зарубежного и узбекистанского опыта позволяет выявить как общие тенденции, так и специфические особенности.

К числу общих характеристик относятся:

- использование цифровых платформ для распространения культурного контента;
- активное применение социальных сетей;
- развитие онлайн-форматов мероприятий;

Taraqqiyot spektri

- ориентация на расширение аудитории и повышение вовлеченности.

В то же время существуют и различия. Зарубежные страны обладают более развитой цифровой инфраструктурой и активно внедряют инновационные технологии (VR, AR, искусственный интеллект). В Узбекистане данный процесс находится на стадии активного развития, однако уже демонстрирует положительную динамику.

Отличительной особенностью узбекистанского опыта является акцент на продвижении национального культурного наследия и формировании туристической привлекательности страны. Цифровые инструменты используются не только для информирования аудитории, но и как средство культурной дипломатии и укрепления международного имиджа государства.

Кроме того, в Узбекистане наблюдается тесная взаимосвязь между культурной политикой и стратегией социально-экономического развития. Культура рассматривается как фактор устойчивого развития, а цифровые технологии - как инструмент повышения эффективности культурной деятельности.

Таблица 2

Сравнительный анализ цифрового продвижения культурных мероприятий

Критерий	**Зарубежный опыт**	**Российский опыт**	**Опыт Узбекистана**
Цифровые платформы	Высокий уровень развития	Активное развитие	Формирование инфраструктуры
VR/AR технологии	Широкое применение	Точечное внедрение	Начальная стадия
Искусственный интеллект	Активное использование	Пилотные проекты	Перспективное направление
Социальные сети	Основной канал коммуникации	Основной канал коммуникации	Основной канал коммуникации

Онлайн-трансляции	Повсеместное использование	Активное использование	Активное развитие
Государственная поддержка	Высокая	Высокая	Высокая

Перспективы использования искусственного интеллекта в продвижении культурных мероприятий

В последние годы искусственный интеллект становится одним из наиболее перспективных инструментов цифрового продвижения культурных мероприятий. Технологии AI используются для анализа поведения аудитории, персонализации контента, автоматизации коммуникаций и прогнозирования эффективности маркетинговых кампаний.

Современные культурные организации применяют чат-боты, интеллектуальные рекомендательные системы, генеративные технологии создания контента, автоматизированные системы обработки пользовательских данных и алгоритмы прогнозирования потребительских предпочтений.

Использование искусственного интеллекта позволяет существенно повысить эффективность коммуникационных стратегий, увеличить вовлеченность аудитории и оптимизировать процессы управления культурными проектами.

Таким образом, анализ зарубежного, российского и отечественного опыта применения цифровых инструментов в продвижении культурных мероприятий позволяет сделать следующие выводы:

1. Цифровизация является ключевым фактором трансформации культурной сферы.
2. Зарубежный и российский опыт демонстрируют высокий уровень интеграции цифровых технологий и инновационных решений.
3. В Узбекистане наблюдается активное развитие цифрового продвижения культурных мероприятий, поддерживаемое государственной политикой и международным сотрудничеством.

Taraqqiyot spektri

4. Основными инструментами цифрового продвижения являются социальные сети, цифровые платформы, онлайн-мероприятия и мультимедийный контент.

5. Перспективы развития связаны с внедрением инновационных технологий, расширением цифровой инфраструктуры и усилением международного сотрудничества.

В целом, цифровые инструменты становятся важнейшим механизмом популяризации культурных мероприятий, обеспечивая их доступность, интерактивность и глобальную представленность в условиях цифровой экономики.

Список использованной литературы

1. Акулич М.В. Цифровая трансформация культуры в условиях развития информационного общества // Вестник культуры и искусств. – 2024. – № 2 (78). – С. 15–24.
2. Бакулев Г.П. Массовая коммуникация: западные теории и концепции. – М.: Аспект Пресс, 2023. – 256 с.
3. Горошко Е.И., Полякова Т.Л. Цифровые коммуникации и новые медиа в культурной сфере // Медиаскоп. – 2024. – № 1. – С. 32–45.
4. Котлер Ф., Келлер К. Маркетинг менеджмент. – 16-е изд. – СПб.: Питер, 2023. – 848 с.
5. Министерство культуры Российской Федерации. Государственный доклад о состоянии культуры в Российской Федерации в 2025 году. – М.: Минкультуры РФ, 2026. – 312 с.
6. Министерство культуры Российской Федерации. Пушкинская карта: результаты реализации программы в 2025 году. – М.: Минкультуры РФ, 2025. – 68 с.
7. Национальный проект «Культура»: итоги реализации в 2025 году. – М.: Министерство культуры Российской Федерации, 2026. – 94 с.
8. Полат Е.С. Цифровые технологии в гуманитарной сфере: теория и практика применения. – М.: Юрайт, 2024. – 287 с.

Taraqqiyot spektri

9. Тульчинский Г.Л. Менеджмент в сфере культуры. – 8-е изд. – СПб.: Лань, 2023. – 544 с.
10. UNESCO. Culture and Public Policies for Sustainable Development. – Paris: UNESCO Publishing, 2024. – 158 p.
11. UNESCO. Re|Shaping Policies for Creativity: Addressing Culture as a Global Public Good. – Paris: UNESCO Publishing, 2024. – 412 p.
12. UNESCO. Survey on MONDIACULT Declaration Follow-Up Actions: Findings Report. – Paris: UNESCO Publishing, 2024. – 96 p.
13. UNESCO. Creative Economy Outlook 2024. – Paris: UNESCO Publishing, 2024. – 183 p.
14. European Commission. Culture and Digital Transformation in Europe. – Brussels: European Commission, 2024. – 132 p.
15. Google Arts & Culture. Annual Impact Report 2025. – Mountain View: Google Arts & Culture, 2025. – 74 p.
16. British Museum. Annual Report and Accounts 2024–2025. – London: British Museum, 2025. – 198 p.
17. Victoria and Albert Museum. Digital Strategy and Annual Report 2024–2025. – London: V&A Museum, 2025. – 156 p.
18. Musée du Louvre. Annual Activity Report 2025. – Paris: Louvre Museum, 2025. – 174 p.
19. Государственный Эрмитаж. Годовой отчет за 2025 год. – Санкт-Петербург: Изд-во Государственного Эрмитажа, 2025. – 226 с.
20. Государственная Третьяковская галерея. Публичный отчет за 2025 год. – М.: Государственная Третьяковская галерея, 2025. – 148 с.
21. Государственный Русский музей. Отчет о деятельности за 2025 год. – Санкт-Петербург: Русский музей, 2025. – 137 с.
22. Большой театр России. Годовой отчет за 2025 год. – М.: Большой театр России, 2025. – 121 с.

Taraqqiyot spektri

23. Республика Узбекистан. Стратегия «Цифровой Узбекистан – 2030». – Ташкент: Национальная база данных законодательства Республики Узбекистан, 2023. – 84 с.
24. Министерство культуры Республики Узбекистан. Основные направления развития культуры и искусства на 2025–2026 годы. – Ташкент: Министерство культуры Республики Узбекистан, 2025. – 56 с.
25. Ryan D. Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation. – 6th ed. – London: Kogan Page, 2024. – 432 p.
26. Jenkins H. Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. – New York: New York University Press, 2023. – 352 p.
27. MuseumWeek. Annual Global Impact Report 2025. – Paris: MuseumWeek Organization, 2025. – 61 p.
28. Impakt Festival. Annual Report 2025. – Utrecht: Impakt Foundation, 2025. – 73 p.
29. Castells M. The Rise of the Network Society. – 3rd ed. – Oxford: Wiley-Blackwell, 2023. – 597 p.
30. Flew T. New Media: An Introduction. – 6th ed. – Melbourne: Oxford University Press, 2024. – 328 p.

Taraqqiyot spektri