

УДК 18

DOI: 10.32326/2618-9267-2024-7-2-121-132

ЦИФРОВОЙ ОБРАЗ В ДИДЖИТАЛ МОДЕ КАК ЧАСТЬ ВИРТУАЛЬНОЙ РЕАЛЬНОСТИ БУДУЩЕГО

Музалевская Юлия Евгеньевна – кандидат искусствоведения, доцент, Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна. Российская Федерация, 191186, г. Санкт-Петербург, ул. Большая Морская, д. 18; e-mail: muz-yuliya@yandex.ru, ORCID: 0009-0006-1139-9725

Вторжение цифрового мира в мир реальный, происходящее в данный исторический период, обусловило изменение взаимоотношений человека с обществом и с самим собой, что вызывает в научной среде опасения относительно утраты человечности. Однако расширение свободы в некоторых областях жизнедеятельности, таких как дизайн-проектирование, виртуальная реальность, предоставляет новые возможности для развития. Вестиментарная мода, переходящая в цифровой формат и называемая диджитал модой, обладает принципиально иным содержанием и формой, поскольку обращается не к реальному человеку, а к его виртуальной версии – аватару. В такой моде понятие «виртуальное», известное ещё с древнегреческих времён, дополнилось новым содержанием, включающим цифровые технологии, благодаря которым воображаемое обретает вполне осязаемое материальное бытие. Аватар, то есть виртуальное проявление, не соотносящееся с настоящим человеком и не обладающее тем комплексом чувств и эмоций, которое присуще реальному человеку, в полной мере можно назвать симулякром. Но аватар в контексте современного стремления к гедонизму, к «жизни напоказ» в соцсетях, оказывается востребованным. Сего помощью диджитал мода открывает новые перспективы для субъекта, предоставив ему возможность выбора индивидуального своеобразия, но при этом устраняя необходимость в материальной реализации идей дизайнера. Являясь своеобразной игрой, мода обладает возможностью удовлетворения внутренней потребности индивида в новизне. Положительной стороной является и сбережение экологии, поскольку избранные модели могут существовать лишь в виртуальном пространстве. Так как цифровая одежда внедряется сравнительно недавно, многие аспекты её существования и сосуществования с реальной модой не оценены и не проанализированы. Будущее цифровой одежды пока остаётся неясным, поэтому тема представляется актуальной в нескольких аспектах. Несомненно одно – компьютерные технологии предоставляют дизайнерам инструмент нового порядка, расширяющий возможности творчества и не предполагающий изменения духовно-этического потенциала чело-

века.

Ключевые слова: виртуальная реальность, бытие, цифровые технологии, диджитал мода, аватар, дизайн, костюм, человек, индивидуальность

Цитирование: Музалевская Ю.Е. Цифровой образ в диджитал моде как часть виртуальной реальности будущего // Цифровой учёный: лаборатория философа. 2024. Т. 7. № 2. С. 121-132. DOI: 10.32326/2618-9267-2024-7-2-121-132

Рукопись получена: 21 февраля 2024

Пересмотрена: 23 апреля 2024

Принята: 30 апреля 2024

THE DIGITAL IMAGE IN DIGITAL FASHION AS PART OF THE VIRTUAL REALITY OF THE FUTURE

Yuiya E. Muzalevskaya – PhD in Art History, Associate Professor, St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design. 18 Bolshaya Morskaya Str., Saint-Petersburg 191186, Russian Federation; e-mail: muz-yuliya@yandex.ru, ORCID: 0009-0006-1139-9725

The invasion of the digital world into the real world, taking place in this historical period, has led to a change in human relationships with society and with oneself, which causes fears in the scientific community about the loss of humanity. However, the expansion of freedom in some areas of life, such as design engineering, virtual reality, provides new opportunities for development. Vestigial fashion, which is turning into a digital format and is called digital fashion, has a fundamentally different content and form, since it does not appeal to a real person, but to his virtual version – an avatar. In this fashion, the concept of "virtual", known since ancient Greek times, has been supplemented with new content, including digital technologies, thanks to which the imaginary acquires a completely tangible material existence. An avatar, that is, a virtual manifestation that does not relate to a real person and does not possess the complex of feelings and emotions that are inherent in a real person, can be fully called a simulacrum. But the avatar in the context of the modern desire for hedonism, for "life on display" in social networks, is in demand. With its help, digital fashion opens up new perspectives for the subject, giving him the opportunity to choose an individual identity, but at the same time eliminating the need for the material realization of the designer's ideas. Being a kind of game, fashion has the ability to satisfy an individual's inner need for novelty. The positive side is also the conservation of ecology, since the selected models can only exist in virtual space. Since digital clothing has been introduced relatively recently, many aspects of its existence and coexistence with real fashion have not been evaluated and analyzed. The future of digital clothing remains unclear, so the topic seems relevant in several aspects. One thing is certain – computer technologies provide designers with a new order tool that expands the possibilities of creativity and

does not imply a change in the spiritual and ethical potential of a person.

Keywords: virtual reality, digital fashion, virtual costume, avatar, digital space

How to cite: Muzalevskaya, Yu.E. (2024). The digital image in digital fashion as part of the virtual reality of the future. *The Digital Scholar: Philosopher's Lab, 7 (2): 121-132*. DOI: 10.32326/2618-9267-2024-7-2-121-132 (In Russian)

Received: 21 February 2024

Revised: 23 April 2024

Accepted: 30 April 2024

Обоснование актуальности темы

Условия бытия человека в современном мире меняются, появляются новые возможности, связанные с активным вторжением цифрового мира в структуры реальности. Философы современности обращают внимание на распространение виртуализации из игровой сферы в область жизнедеятельности, влияющее на характер взаимоотношений человека с обществом и с самим собой. Процесс виртуализации жизни, по их мнению, связан с «возможными антропологическими рисками, сопряжёнными с новой парадигмой взаимодействия человека с миром в информационной модели реальности» (Белоглазова, 2023, с. 203). Тема виртуальности, как сферы возрастающих возможностей реальности, вызывает положительные реакции в творческой среде. Взятая в пространстве дизайна, эта сфера имеет множество сценариев развития в различных направлениях. Благодаря инновационным технологиям можно, например, управлять «умными» неодушевлёнными вещами, общаться с роботами, свободно перемещаться по виртуальному миру на любые расстояния. В иных нематериальных мирах, в которых действуют свои законы, можно кардинально изменить свою внешность, заменив себя цифровым аватаром, создать жизненное пространство, взять с собой образы только самых необходимых реальных вещей. Воображаемая жизнь таким образом может стать настоящей, её проектирование, эстетическое наполнение, получает в свои руки индивид. Все эти и другие безграничные возможности представляют большой интерес, но их влияние на человека, соотношение пользы и вреда не изучены до конца. В этой связи цифровое будущее, завоевывающее всё большую популярность, представляет интерес для исследователей, а предложенная тема обладает актуальностью.

Виртуальная реальность с точки зрения философии

Понятие «виртуальная реальность» не является чем-то новым в философии, оно восходит к «объективному идеализму Платона» (Каган, 2001, с. 215) и трансформируется одновременно с развитием философской мысли. Так, Н.А. Носов в своём труде «Виртуаль-

ная психология» упоминает, что важной категорией виртуальная реальность представляла ещё для Фомы Аквинского, который «с её помощью разрешал проблему онтологического сосуществования реальностей разного иерархического уровня», «разделял душу мыслящую, душу животную и душу растительную» (Гермашова, 2009, с. 18). Дунс Скотт продолжил формулировать понятие «виртуальная реальность», пытаясь охарактеризовать разрыв между той единой реальностью, которая сформирована нашим сознанием, и той действительностью, которую предоставляет разнообразный опыт бытия. Все ранние определения виртуальной реальности основывались на способности человеческого мозга её генерировать. Индивид на протяжении жизни в своём сознании накапливает множество различных образов, мозг перерабатывает миллионы вариантов ситуаций, которые воображение предлагает ему в качестве своеобразного калейдоскопа – например, во время сна. Психика человека устроена так, что он не может избавиться от воображаемых картин, создающих ему «новые чувственные или мыслительные образы и идеи на основе преобразования впечатлений, полученных от реальности, от прошлого» (Антипов, 2018, с. 84). Способности нашей мыслительной деятельности, подстёгиваемой воображением, неисчерпаемы. Они, как «предвосхищение результата деятельности, направляющего процесс его достижения» (Каган, 2001, с. 59), играют важнейшую, определяющую роль прежде всего в художественном и проектном творчестве. «"Функция воображения – творить небытие", предварительно бытие осмыслив. Психологической силой, способной достичь этой цели, и является "продуктивное", – как точно определял его И. Кант, – воображение» (Каган, 2001, с. 57). Понятие виртуальной реальности, как синоним понятий искусственной реальности и киберпространства, сформулировано в 1970-х гг. в связи с развитием информационных технологий. В научный обиход оно введено Джароном Ланье, подчеркнувшим техническую природу виртуальной реальности, то есть виртуальность – это реальность иллюзорная, порождённая компьютерными технологиями (Носов, 2002). Ланье подчёркивал идентичность его понимания виртуальной реальности с интерпретацией немецко-американского философа и теолога Пауля Тиллиха: «Виртуальное» есть «интеллектуальная способность самого человека создавать виртуальные вещи, выступать творцом виртуального мира» (Lanier, 2010, p. 167). С этим трудно не согласиться. Возможности воображения, которыми наделён человек, лежат в основе терминов древних философов. В новом определении, не исключаяющем старых, виртуальный мир дополнен современными реалиями технологий, благодаря которым, он обретает, кажущееся вполне осязаемым, бытие.

*Костюм для «виртуального двойника» человека
в цифровом пространстве*

Костюм в современной ситуации виртуального существования вещей дизайнеры также переводят в цифровое состояние. В этом случае он становится лишь виртуальной оболочкой для аватара, при этом образ можно предъявить другим лишь посредством цифровых технологий. Трансляция изображений при помощи новых инструментов, предоставляемых социальными сетями, значительно упрощает самопрезентацию человека обществу. И это не имидж, создаваемый человеком лично или специалистами, а постоянная парадоксальная интерпретация личности, доведённая до крайности идея индивидуализма. Образ аватара соответствует в полной мере наблюдающейся в настоящее время в соцсетях тенденции представлять «жизнь напоказ». С внедрением цифровых технологий открываются новые, не существовавшие ранее перспективы, ещё более привлекательные и в глазах индивида оправдывающие такой вид существования костюма. Среди пользователей создаётся впечатление, что виртуальная реальность сегодня предоставляет человеку возможность выйти за рамки физической.

Обязательным условием пребывания в современной виртуальной реальности является то, что разум человека существует отдельно от его физического тела, которое замещает некий *виртуальный двойник*. Чтобы понять сущность этого понятия, достаточно вспомнить фильм «Аватар» 2009 г. знаменитого режиссёра Джеймса Кэмерона. В кинокартине человек изменяет свой облик до неузнаваемости для общения с жителями другой планеты и спасения их цивилизации, которую люди хотят уничтожить.

Для восприятия себя как части объективного мира необходимо Другое Я. В цифровом мире пользователь, подобно герою фильма, может выбирать внешний вид, который будет отличаться от его настоящего образа.

Виртуальное проявление может не соотноситься с настоящим человеком, оно не обладает широким спектром чувств и эмоций. Следуя логике Ж. Бодрийяра, аватар можно назвать симулякром (Дряева, Канаев, 2020, с. 5). Жизнь в нереальном, придуманном пространстве способна формировать иное мировосприятие и впоследствии мировоззрение. Человек получает возможность, например, мгновенно и без сборов переместиться в любое место на земле. Исчезает потребность физического перемещения тела. Следовательно, можно говорить о замещении реальности симулякром, у которого отсутствует телесное. Физическое тело не учитывается, остаётся картинка, которую можно редактировать средствами графики.

Именно поэтому становится востребованным костюм для аватара – изображаемый объект, замещающий настоящего человека, нуждается в красивой обёртке. Новая среда, тем не менее, требует старых способов презентации своего обитателя другим членам

виртуального сообщества. Теперь для презентации себя можно примерять самые оригинальные образы, при этом нет необходимости воплощать их в материальном мире. Этот процесс напоминает компьютерную игру, в которой каждый представляет себя определённым персонажем, действующим согласно сценарию. Однако в данном случае мы видим не персонажа, а конкретного человека, с которым можем быть знакомы и в реальной жизни. В какой-то степени это игра, примерка образов, но с другой стороны – новое проявление себя в виртуальном мире. Для демонстрации другого себя выбирается иной, более короткий, путь самопрезентации и самоутверждения. Появляется удобный случай создать себя без больших физических усилий по работе над собственной внешностью, имиджем. Различные маски и фильтры, которые пользователь накладывает на своё лицо и фигуру, дают широкие возможности для лёгкого усовершенствования себя. Благодаря анонимности в Сети исчезает необходимость идентифицировать себя в качестве конкретного члена общества, принадлежащего к определённому социальному классу. «Сеть даёт возможность избежать социальной категоризации, классификации по полу, возрасту и т. д. Зачастую именно такая возможность не связанного с реальной идентичностью самовыражения является мотивацией для участников интернет-коммуникации» (Игнатьев, 2009, с. 171).

В настоящее время в мире идет внедрение цифровых (*диджитал*) направлений в разных областях жизни. Попасть в иную реальность до появления новейших компьютерных технологий возможно было лишь мысленно: погрузившись в чтение, увлечшись прослушиванием музыкального произведения или изучением сюжета картины. Произведения искусства дарили зрителю и слушателю впечатления от воображаемых миров. Новые технологии создали кардинально иные условия пребывания внутри виртуальной реальности и позволили выйти за пределы мыслительного процесса. Возможности, которыми обладают компьютерные технологии в создании виртуальной реальности, значительно шире, чем средства традиционного искусства, творящего реальность художественную. «Взаимопереходы бытия и небытия в виртуальном искусстве свидетельствуют не только о художественном, но и философском, этическом сдвиге, связанном с освобождением от парадигмы причинно-следственных связей» (Лукьяненко, 2011, с. 74). Это объясняется тем, что в основе произведений искусства и их восприятия лежит противоположность бытия и небытия, а в мире, порождённом компьютерными технологиями, грань между ними стирается.

Цифровые технологии в дизайне вестиментарной моды

В создании эстетического пространства внешнего мира ведущую роль играет дизайнер. Видение дизайнера, его понимание категории прекрасного и чувство эстетического становятся основой

создаваемой предметной среды. Эвристические методы проектирования (например, ассоциативный) основаны на мыслительном процессе и прежде всего на силе творческого воображения, выступающего на первый план, когда в первую очередь на мудборд (доску воображения) собираются материалы, которые так или иначе связаны с объектами, дающими впоследствии основу для разработки нового дизайна. Проектирование в области вестиментарной моды, создание имиджа человека с помощью костюма и аксессуаров, занимает значительную часть в иерархии предметного мира и творчестве дизайнеров. Воображение – важный элемент творческого процесса проектирования предметной среды и костюма, как важной его составляющей.

Вестиментарная мода, будучи важной частью культуры современного общества, также участвует в процессе цифровизации, дизайнеры активно включились в освоение виртуальных пространств. Появление 3D-сканеров позволило снимать мерки без ручных измеров фигуры заказчика, специальные программы дали возможность конструировать более точные лекала. Следующий шаг – создание виртуальной одежды, которую собирают в компьютерных программах, используя аватары реальных людей. Проникновение цифровых технологий в отрасль, где мода находит реальное воплощение, то есть в отрасль лёгкой промышленности, обусловило возникновение новых понятий и разграничение прежних, общих, на более конкретные, частные. «Установлено, что термин “цифровая одежда” учёные используют применительно к производственному процессу изготовления одежды, ... а представители виртуальной среды (виртуальные игры, метавселенные, маркетплейсы, соцсети и т. п.) чаще оперируют термином “виртуальная одежда” в контексте её применения» (Сулейманова, Тихонова, Коваленко, 2023, web). Следуя сложившейся в сфере вестиментарной моды терминологии, далее в тексте будем оперировать понятием «цифровая одежда».

На инновационные технологии возлагают большие надежды, поскольку в современном мире наблюдается колоссальный рост числа реальных продуктов – в частности, одежды. Переизбыток производства товаров привёл к накоплению большого количества отходов. Забота об окружающей среде, а также борьба с излишним потреблением побудили человечество искать пути решения проблем, ставших глобальными. Один из этих путей – работа по созданию новых материалов на базе вторичной переработки (например, пластика, картона, полиэтилена), что позволяет уменьшать затраты на производство продукции, но, что самое главное, помогает ликвидировать отходы. Кроме того, технологии 3D-печати значительно сокращают затраты, так как убирают из производства целый цикл, связанный со швейными фабриками.

Суть моды, отмеченная ещё Г. Зиммелем, состоит в том, что «одежда должна подходить субъектам, при этом учитывая, что она изначально была создана субъектами для субъектов, но

вместо этого оказывается, что субъекты должны подходить объектам, то есть одежде» (Цит. по: Свендсен, с. 180). *Диджитал мода* открывает новые перспективы для субъекта, предоставив ему возможность выбора индивидуального своеобразия, но при этом устранив необходимость в материальной реализации идей дизайнера. В сложившихся условиях уместен вопрос: утрачивает ли мода и вслед за ней костюм свои функции, отвечающие за идентификацию конкретного индивида, его пола, возраста, общественного и социального статуса? Судя по тем возможностям, которые даёт новая реальность, можно предположить, что мода будет постепенно обретать иные функции, выражая скорее желаемое, нежели действительное, её информационная составляющая приобретёт иной потенциал и будет следовать за пожеланиями реального обладателя аватара, который теперь может представить себя любым.

В связи с таким подходом возникает и цифровая, так называемая *диджитал мода* (Галкин, 2004). Начало цифровой моды виртуальной одежды связано с персонажами компьютерных игр, которые создавались с учётом требований игры: они могли быть фантастическими или, напротив, гиперреалистичными, историческими или современными. Дизайнеры использовали весь свой творческий потенциал, предлагали разнообразные и инверсные варианты костюмов для персонажей. Эти образы привлекали тех, кто играл в игры и тех, кто просто наблюдал за их развитием. Так зародились условия для движения косплееров, нашедшего поклонников по всему миру. К сожалению, в реальности не всегда получается создать и примерить на себя такие костюмы. Косплей стал одним из вариантов того, как представить себя в понравившемся образе. Цифровая мода пошла дальше – теперь не нужно воплощать модели в материале, достаточно визуальной картинки. Для этого по заказу конкретного клиента можно создать его цифровой аватар на основе фотографий. Таким образом, любой человек имеет возможность увидеть своё виртуальное воплощение в костюме любимого персонажа или в платье от-кутюр.

Диджитал мода экологична, она не требует производственных мощностей, её легко удалить. Одежду в новом формате можно также продать, купить, обменять. Индустрия моды и красоты переходит в новый дистанционный формат, для которого не требуется большое количество манекенщиц, стилистов и визажистов, дорогостоящих показов и съёмок. Как показало пандемийное время, достаточно продемонстрировать модели одежды на вешалке или манекене, а показ провести на виртуальных демонстраторах в онлайн-формате. Человек, став пользователем *диджитал моды*, может облачиться в модель из коллекции любого дизайнера мира, заказать одежду по меркам своего реального тела и затем сделать фотосессию в ней. При этом нет необходимости содержать большой гардероб, так как виртуальная одежда не занимает места в реальном пространстве, а существует лишь на жёстком диске компьютера.

Насколько это является необходимым для человека? Не станет ли новый формат потребления продукта модной индустрии очередным игровым полем с новыми правилами для игроков, отдаляющими их от реальности? Такой результат можно предвидеть. Следуя гедонистическому образу жизни, пропагандируемому в молодёжной среде, *диджитал мода* способна вывести индустрию моды на уровень развлекательного контента, который будет, в свою очередь, отдалять людей друг от друга в настоящей реальности. Как можно тогда сохранить данное человеку Богом живое общение, не станет ли это ещё одним шагом к разобщению живых индивидов ради виртуальной игрушки? Такие вопросы возникают в процессе изучения нового феномена.

Цифровые технологии, столь широко насаждаемые, должны помогать людям в повседневной жизни, тогда как *диджитал мода* служит аватару, некому виртуальному существу, в реальности не существующему. Тем не менее представляется, что аватары, становясь симулякрами владельцев, являются для них важными объектами. В то же время вестиментарная мода получила новый инструмент для контроля над умами, который может оказаться опасным или, напротив, многообещающим орудием – в зависимости от того, по какому пути будет развиваться человечество: либо станет мало-мобильным и займётся покорением виртуальных миров, либо всё же возьмёт на вооружение новые возможности, однако приложит их к реальности.

Джарон Ланье автор нового метода программирования и термина «виртуальная реальность», видевший в ней новое средство коммуникации, также рассматривал «опасность нового онлайн-коллективизма» (Lanier, 2010). Сегодня, когда мы становимся очевидцами зарождения новых явлений и вовлечены в их развитие, трудно дать им оценку, поскольку для этого не хватает временной дистанции. Следовательно, можно лишь предполагать, чем обернётся этот процесс: станет ли интересной «игрой в образы аватаров», напоминающей игру в кукол, которые никогда не станут реальностью, или даст толчок к новому прогрессивному развитию, когда не нужно будет проводить гигантских шоу моды, содержать целую индустрию по изготовлению коллекций, а потом загрязнять окружающую среду их остатками. Это тоже один из возможных путей развития *диджитал моды*, не означающий, что будет нечего надеть в реальной жизни, поскольку масс-маркет не уходит со сцены. Возможно, такая игра удовлетворит внутреннюю потребность в новизне и содействует сбережению экологии, что немаловажно в современном мире. Таким образом, компьютерные технологии предоставляют дизайнерам инструмент нового порядка, позволяющий расширить возможности творчества и не предполагающий изменения духовно-этического потенциала человека и тем более создания «биотехновидца» (Панькина, Гавриш, Будрина, 2022, с. 330-334). В такого рода творчестве не кажется опасным обратиться к виртуальной реальности, как к «путешествию в мир зер-

кал... где очень легко заблудиться» (Эпштейн, 2003). Оптимистично видел будущее новых компьютерных наук и технологий Д. Ланье. По его мнению, они произведут на свет невиданный ранее диалект искусства, массовый театр спонтанно разделяемых представлений и воображаемых образов.

Что касается массовых потребителей цифровой одежды, в большинстве своём являющихся обладателями минималистического капсульного гардероба, то их привлекает в новых технологиях возможность через цифровое Я выражать себя, используя множество новых предметов гардероба, не ограниченных рамками физической реальности. Производители одежды в рекламе цифровых технологий делают акцент на заботе об окружающей среде, на таком моменте, как стимуляция рынка. В их представлении такие технологии обеспечат более тесную связь с фанатами и покупателями, будут способствовать образованию новых сообществ, объединяющих бренды и покупателей. По мнению сторонников новых технологий, цифровой подход позволяет отбросить стереотипы и смотреть на моду как на искусство, что приведёт к демократизации традиционно закрытой среды, которой являются искусство и высокая мода. С другой стороны, искусствоведы (например англичанин Марк Хант) предполагают, что цифровые технологии усредняют мировой дизайн, искусства в них мало, а мода без искусства, как первоисточника её питающего, превращается в функциональное потребление. Кроме того, этот подход предполагает привлечение к творчеству независимых графических дизайнеров, не имеющих познаний в области анатомии человека, как основе костюма. Создание образов, бросающих вызов физическому облику, относится к сфере виртуального и имеет мало общего с практическим применением.

Выводы

Цифровая одежда, несомненно, вызывает неосознанно положительные эмоции, но одежда, предлагаемая реальной модой, обладает способностью вызвать телесную радость, одну из составляющих эстетического наслаждения. Одежда, в зависимости от тактильных свойств материалов, вызывает целую гамму чувств, которую невозможно испытать в цифровом варианте. Следовательно, до тех пор пока наше физическое тело будет иметь приоритет над виртуальной альтернативой, цифровая одежда останется лишь дополнением к традиционной. Представляемые сегодня в цифровом формате образы свидетельствуют о том, что талантливые дизайнеры играют и здесь ведущую роль. Так, известный дизайнер Алёна Ахмадуллина, следуя излюбленной в её творчестве теме русского народного костюма в его современном прочтении, создала цифровые образы, не отступающие от её главной художественной концепции. Её пример говорит о том, что мода, постоянно находящаяся в движении, требует сегодня обращения к креативному дизайну.

Обезличенное наполнение большинства промышленной одежды вытесняет индивидуальное начало и побуждает человека искать выражения своей идентичности. Задача дизайнера как создателя образов состоит в том, чтобы, используя новые технологии, расширяя возможности воображения и проявляя своё самовыражение, не забывая о главной цели творчества – человеке, а также не подменять индивидуальное и человеческое автономными цифровыми двойниками людей или человекоподобными образами. Таким образом, следует относиться к цифровым технологиям как к новому инструменту, «сохраняя разум и здравомыслие». Именно к этому и призывал их автор Д. Ланье. Виртуальные технологии приобретают осязаемое материальное бытие, важно в этом процессе не потерять присутствие духа – в подлинном, а не переносном смысле этого слова. Свобода, предоставленная технологиями, не должна вести к размыванию основных ценностей, заложенных в человеке и демонстрируемых его обликом. Дизайн по-прежнему должен нести идеи гуманизма.

Информация о конфликте интересов

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Declaration of Conflicting Interests

The author declared no potential conflicts of interest with respect to the research, authorship, and/or publication of this article.

Список литературы

- Антипов, 2018 – *Антипов С.С.* Воображение как свойство человека // Философская школа. 2018. № 5. С. 83-93. <https://doi.org/10.24411/2541-7673-2018-10526>
- Носов, 2000 – *Носов Н.А.* Виртуальная психология. М.: Аграф, 2000. 432 с.
- Белоглазова, 2023 – *Белоглазова Л.А.* Перспективы виртуальной реальности: онтологические и философско-антропологические аспекты // Бюллетень социально-экономических и гуманитарных исследований. 2023. Т. 18. С. 75-80. <https://doi.org/10.52270/26585561-2023-18-20-75>
- Галкин, 2004 – *Галкин А.И.* Философские проблемы виртуальной реальности // Известия вузов. Северо-Кавказский регион. 2004. № 4. С. 3-9.
- Гермашова, 2009 – *Гермашова В.А.* Понятие «Виртуальная реальность» в философском знании // Наука. Инновации. Технологии. 2009. № 5. С. 215-221.
- Дряева, Канаев, 2020 – *Дряева Э.Д., Канаев И.А.* Я и Другой: факторы формирования идентичности в информационном обществе. М.: Издательство Московского университета, 2020. 264 с.
- Игнатьев, 2009 – *Игнатьев В.И.* Социальная система как информационное взаимодействие. Новосибирск: НГТУ, 2009. 308 с.
- Каган, 2001 – *Каган М.С.* Метаморфозы бытия и небытия // Вопросы философии. 2001. № 6. С. 57-64.

Лукьяненко, 2017 – Лукьяненко С. Лабиринт отражений. М.: АСА, 2017. 352 с.

Панькина, Гавриш, Будрина, 2022, web – Панькина К.А., Гавриш О.В., Будрина Е.В. Диджитал мода. Предпосылки и влияние // Инновации и дизайн: материалы II международной научно-практической конференции. Владивосток, 2022. С. 158-161. URL: <http://idifashion.ru> (дата обращения 02.04.24)

Свендсен, 2007 – Свендсен Л. Философия моды / Пер. с норв. А. Шипунов. М.: Прогресс-Традиция. 2007. 256 с.

Сулейманова, Тихонова, Коваленко, 2023 – Сулейманова Е.А., Тихонова Н.В., Коваленко Ю.А. Понятие «цифровой костюм» и сфера его применения // Костюмология. 2023. Т. 8. № 4. URL: <https://kostumologiya.ru/PDF/07TLKL423.pdf> (дата обращения 22.04.24).

Эпштейн, 2003 – Эпштейн М.Н. Протеизм. Проективный философский словарь: новые термины и понятия / Ред. Г.Л. Тульчинский, М.Н. Эпштейн. СПб.: Алетейя, 2003. 512 с.

Lanier, 2010 – Lanier J. You Are not a Gadret. A Manifesto. N. Y.: Alfred & Kuopf, 2010. 128 p.

References

Antipov, S.S. (2018). Imagination as an attribute of human. *Philosophy School*, 5, 83-93. (In Russian)

Beloglazova, L.A. (2023). Prospects for virtual reality: ontological and philosophical-anthropological aspects. *Bulletin of Social-Economic and Humanitarian Research*, 1, 75-80. (In Russian)

Dryaeva, E.D., Kanaev, I.A. (2020). *I and the Other: Factors of Identity Formation in the Information Society*. Moscow State University Publ. (In Russian)

Epshtein, M.N. (2003). *Proteism. The Projective Philosophical Dictionary: New Terms and Concepts*. Aleteya Publ. (In Russian)

Galkin, A.I. (2004). Philosophical problems of virtual reality. *University News. North-Caucasian Region*, 4, 3-9. (In Russian)

Gershmanova, V.A. (2009). The concept of “Virtual reality” in philosophical knowledge. *Science. Innovation. Technologies*, 5, 215-221. (In Russian)

Ignatiev, V.I. (2009). *The Social System as Information Interaction*. Novosibirsk State Technical University Publ. (In Russian)

Kagan, M.S. (2001). The metamorphoses of being and non-being. *Issues of Philosophy*, 6, 57-64. (In Russian)

Lukyanenko, S. (2017). *A Maze of Reflections*. ASA Publ. (In Russian)

Lanier, J. (2010). *You Are not a Gadret. A Manifesto*. Alfred & Kuopf.

Nosov, N.A. (2000). *Virtual Psychology*. Agraf Publ. (In Russian)

Pankina, K.A., Gavriish, O.V., Budrina, E.V. (2022). Digital fashion. Prerequisites and impact. In *Innovation and Design. Proceedings of the 2nd International Conference (Vladivostok, 8 September 2022)* (pp. 158-161). Retrieved March 2, 2024 from <http://idifashion.ru> (In Russian)

Suleimanova, E.A., Tihonova, N.V., Kovalenko, Yu.A. (2023). The concept of “digital suit” and its scope. *Costumeology*, 8 (4). Retrieved March 2, 2024 from <https://kostumologiya.ru/PDF/07TLKL423.pdf> (In Russian)

Svendsen, L. (2007). *Fashion: a Philosophy*. Progress-Traditsiya Publ. (In Russian)