

центрах. Слід відзначити, що останнім часом дедалі частіше лунають застереження стосовно того, що делегування штучному інтелекту складних завдань, раніше традиційно виконуваних лише людиною, може мати негативні наслідки для суспільства, зокрема невикористання прихованих потенційних знань; скорочення повноважень щодо прийняття рішень з точки зору демократичного ладу суспільства в глобальному сенсі та ін. Питання наслідків від впровадження і повсюдного використання тих чи інших інтелектуальних систем як симбіозу людини й машини залишається дискусійним. Та попри це використання інтелектуальних систем в умовах цифрової культури стає дедалі очевиднішим.

Таким чином, виходячи з того, що основним результатом діяльності інформаційно-аналітичного центру є створення алгоритму практичного вирішення конкретної проблеми, а інтелектуальним продуктом — ідеї і рішення, представлені у вигляді оцінки, теорії, пропозиції, попередження, довгострокового плану або прогнозу, опису методики, статистичних викладок, аналізу тощо, затребуваність подібних центрів стає показником того, наскільки влада і громадськість тієї чи іншої країни відповідають смислому змісту інформаційного суспільства, під яким, згідно з класичним формулюванням, розуміють міру узагальнених знань цього суспільства.

Я. О. Жукова

ЦИФРОВЕ МАЙБУТНЄ УКРАЇНСЬКОЇ МОДИ

Ya. O. Zhukova

DIGITAL FUTURE OF UKRAINIAN FASHION

У вересні 2015 р. у Нью-Йорку відбувся Саміт ООН зі сталого розвитку. Основуючись на підсумковому документі «Перетворення нашого світу: порядок денний у сфері сталого розвитку до 2030 року», індустрія є одним із найбільших забруднювачів навколишнього середовища у світі. Величезне модне перевиробництво та надмірне споживання — основні фактори безпосереднього забруднення. Гостра необхідність переосмислення цих процесів пов'язана з глобальними змінами, яких потребує суспільство задля стабільності та безпеки наступних поколінь. Адже кількість матеріальних предметів одягу, що виробляється нині, набагато більша, ніж потребує людство.

Ми звикли вважати, що одяг — найближчий до тіла людини об'єкт матеріальної культури, але сьогодні викликає дослідницьке зацікавлення діджитал, або віртуальна мода, яка існує винятково в цифровому просторі. Тобто людина купує в онлайн-магазині одяг, який не може принести додому, адже в матеріальному просторі його не існує. Зростаючий тренд цифровізації одягу є запорукою не виробляти взагалі, адже 3D-дизайнер одягає лише статичне зображення — фото. Таким чином, змінюється та розширюється поняття «одяг», нині він стає не тільки предметом матеріальної, а й цифрової культури. Доповнюються функції одягу — працювати на ефект, але, наприклад, не гарантувати фізичний комфорт. Утилітарна функція цифрового одягу також вимірюється можливістю одягнути його на фото людини з технічної точки зору.

У сучасному культурному полі формується новий культурний досвід — споживання цифрової, або віртуальної моди. Цифровий одяг призначений

«для виходу у світ», але реальності соцмереж. Ця практика змінює перебування сучасної людини у віртуальному просторі.

Основні смислові акценти зроблені на функціонуванні цього культурного явища за допомогою цифрових пристроїв, що сприяє виникненню нових інформаційно-віртуальних форм культури (3D-дизайн одягу, Net Art, комп'ютерна музика, віртуальні інсталяції тощо), а також нових видів культурної комунікації (web-спілкування) та діяльності (ІТ-волонтерство, «Greening IT» та ін.).

Наша країна безпосередньо бере участь в еволюції світової модної індустрії. 2 серпня 2020 р. розпочався новий проєкт Dress-X — перший у світі мультибрендовий ритейлер у діджитал-моді, який об'єднує колекції сучасних брендів і 3D-дизайнерів. Його заснували українки — Наталя Моденова та Дарина Шаповалова у 2019 р. в Сан-Франциско. Дебютними дизайнерами, які приєдналися до платформи, стали Paskal, Ophelica, Nina Doll, Arnaud Pepin-Donat, Eva Sviridova. Нині це єдиний проєкт, який об'єднує шістнадцять брендів і 3D-дизайнерів з різних куточків світу та їх кількість невпинно зростає.

Серед українських митців 3D-дизайну — вже відомі Waone, Ksenia Schneider, Маша Вороніцька.

Dress-X уперше представляють цифрові шедеври піонерів цифрової моди The Fabricant на своїй платформі. Будинок цифрової моди Fabricant працює з такими брендами, як Puma, Off-White, Tommy Hilfiger, Marques Almeida та A Bathing Ape. Проєкт має на меті підтримати місцевих художників по всьому світу, надаючи їм творчу платформу для самовираження через моду.

Теоретичні аспекти розвитку сучасного культурного інформаційно-комунікаційного середовища, зокрема активне впровадження цифрових технологій, зумовлює розширення в науковому обігу категорій «цифрової культури», «цифрового споживання», «цифрового одягу» та оновлення поняттєвого апарату, що поглиблює подальше теоретичне осмислення цих понять.

Українська цифрова мода — усвідомлений перехід до епохи цифрових трансформацій нашої держави. Її розвиток забезпечує досягнення глобальних цілей, втілених в Указі Президента «Про Цілі сталого розвитку України на період до 2030 року» від 30 вересня 2019 р. Вона уособлює один зі стратегічних напрямів інноваційного розвитку в умовах подальшої інтеграції України у світовий економічний та науково-технологічний простір.

В. В. Завершинський

КУЛЬТУРОЛОГІЧНИЙ ПІДХІД ДО ФОРМУВАННЯ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТЬОГО ДИЗАЙНЕРА ІНТЕР'ЄРА

V. V. Zavershinskiy

CULTURAL APPROACH TO THE FORMATION OF THE COMMUNICATIVE COMPETENCE OF THE FUTURE INTERIOR DESIGNER

Імплементація стратегічного курсу сучасного українського суспільства на відродження національної духовності, утвердження ставлення до кожної людини як до особистості актуалізує формування в майбутніх фахівців-дизайнерів культури міжособистісних відносин уміння організовувати