

М.А. Федоров

РОССИЙСКИЙ ЦИФРОВОЙ FASHION-РЫНОК: КУЛЬТУРНЫЕ, ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Национальный исследовательский университет «Высшая школа
экономики»,
Москва, Россия; m.fedorov.brand@yandex.ru

Аннотация. Статья посвящена исследованию формирования и развития российского цифрового *fashion-рынка* в контексте трансформации современной креативной экономики и визуальной культуры. Актуальность работы обусловлена активным внедрением цифровых технологий в модную индустрию, что приводит к появлению новых форм производства, распространения и потребления модного продукта. Целью исследования является анализ культурных и технологических факторов становления *digital fashion*, а также выявление особенностей развития данного направления в российском медиапространстве.

В работе рассматриваются ключевые технологические инструменты цифровой моды, включая 3D-моделирование, виртуальные платформы, NFT-технологии и социальные сети, которые формируют новые каналы коммуникации между дизайнерами, брендами и аудиторией. Особое внимание уделяется роли цифровых медиа и онлайн-сообществ в распространении виртуальной одежды и формировании новых эстетических практик. Анализируется взаимодействие модного дизайна с медиаискусством, цифровой графикой и визуальными кодами современной культуры.

В статье показано, что российская *digital-fashion-среда* развивается как междисциплинарная экосистема, объединяющая дизайнеров, художников, программистов, 3D-моделлеров и медиаплатформы. Отмечается, что цифровая мода становится важным элементом современной визуальной культуры и перспективным направлением развития модной индустрии. Сделан вывод о том, что дальнейшее развитие цифрового *fashion-рынка* связано с интеграцией инновационных технологий, расширением виртуальных пространств и формированием новых моделей взаимодействия между модой, искусством и цифровой средой.

Федоров Михаил Андреевич — аспирант Школы дизайна Факультета креативных индустрий НИУ «ВШЭ»; m.fedorov.brand@yandex.ru

© Федоров М.А., 2026



Ключевые слова: цифровая мода, digital fashion, виртуальная одежда, модная индустрия, визуальная культура, медиаискусство, цифровые платформы

doi: 10.55959/MSU-2074-1588-19-29-3-10

Для цитирования: Федоров М.А. Российский цифровой fashion-рынок: культурные, технологические особенности развития и перспективы // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2026. Т. 29. № 3. С. 149–161. DOI: 10.55959/MSU-2074-1588-19-29-3-10

Введение: Трансформации модной индустрии

Цифровая трансформация модной индустрии в XXI веке привела к формированию новых форм художественного производства, распространения и потребления модного продукта. Одним из наиболее заметных феноменов последних лет стало развитие *digital-fashion* — направления, в котором дизайн одежды создается, распространяется и функционирует преимущественно в цифровой среде. Цифровая мода формируется на пересечении нескольких дисциплинарных полей: дизайна одежды, медиаискусства, компьютерной графики, блокчейн-технологий и цифровых коммуникаций.

Особый интерес представляет развитие цифровой моды в России, где формируется собственная модель *digital-fashion-экосистемы*. Российские дизайнеры и художники работают в условиях специфической медиасреды, технологических ограничений и культурных кодов, что приводит к появлению уникальной эстетики и оригинальных стратегий продвижения цифровых коллекций. В отличие от западных платформ, ориентированных преимущественно на собственные социальные сети, метавселенные и крупные маркетплейсы NFT, российская сцена активно использует альтернативные каналы коммуникации и локальные цифровые сообщества.

Актуальность исследования обусловлена тем, что цифровая мода становится важным элементом современной визуальной культуры и креативной экономики. Анализ локальных особенностей формирования *digital-fashion-среды* позволяет выявить механизмы адаптации глобальных технологических трендов в национальном культурном контексте.

Целью данной статьи является анализ специфики развития российского цифрового фэшн-рынка, его культурных оснований, коммуникационных стратегий и эстетических особенностей. Для достижения поставленной цели рассматриваются особенности формирования цифровой моды как культурного феномена, выявляются

специфические черты российской *digital-fashion-экосистемы*, проводится анализ важности цифровых платформ и сообществ в продвижении цифровых коллекций и определяются визуальные коды отечественного цифрового дизайна.

Методологическую основу исследования составляют культурологический и сравнительный анализы медиаплатформ, а также элементы визуального анализа цифровых коллекций.

1. Российская цифровая мода как феномен современной культуры

Цифровая мода представляет собой новое направление в индустрии дизайна, в котором одежда создается исключительно в виртуальной среде и может существовать без физического воплощения. Подобные проекты распространяются через социальные сети, игровые платформы, метавселенные и NFT-маркетплейсы. Появление *digital-fashion* связано с несколькими ключевыми процессами: развитием технологий 3D-моделирования, распространением блокчейн-экономики и ростом визуальной культуры социальных сетей. Виртуальная одежда позволяет экспериментировать с формами, текстурами и физическими свойствами материалов, которые невозможно реализовать в реальном мире. Кроме того, цифровая мода становится важным инструментом экологической повестки. Производство виртуальных коллекций позволяет снизить расходы на материалы и уменьшить экологический след индустрии моды, что делает *digital-fashion* частью устойчивого развития. Одновременно с этим формируется новая экономика моды, основанная на цифровых активах. NFT-объекты, виртуальные коллекции и цифровые аксессуары становятся самостоятельными культурными и экономическими единицами.

Российская цифровая мода развивается в специфических условиях медиапространства. Ограниченный доступ к некоторым международным платформам и изменение медиапотребления стимулировали формирование альтернативных каналов коммуникации. В результате этого ключевую роль начали играть локальные цифровые сообщества, специализированные каналы и независимые платформы. Подобная среда способствует формированию более камерного, но при этом профессионально ориентированного сообщества дизайнеров, художников и коллекционеров.

Характерной чертой российской *digital-fashion-сцены* является активное взаимодействие между различными креативными индустриями — модой, современным искусством, графическим дизай-

ном и цифровой иллюстрацией. В рамках подобных коллабораций создаются гибридные художественные проекты, объединяющие элементы модного дизайна, медиаарта и визуальных экспериментов.

Также важным фактором является культурная специфика постсоветского пространства. Многие дизайнеры активно используют визуальные коды 1990-х годов, элементы уличной культуры, графику постсоветского модернизма и эстетические мотивы раннего цифрового интернета.

Российский цифровой фэшн-рынок развивается в русле общемировых процессов цифровизации художественной культуры, однако его становление определяется не только внедрением новых технологий, но и спецификой локального художественного контекста. Отечественные практики цифровой моды формируются на пересечении искусства новых медиа, компьютерной графики, 3D-моделирования, игровых технологий и цифровых платформ распространения визуального контента.

Как отмечает А.В. Венкова, современное цифровое искусство характеризуется переходом от традиционных форм художественной репрезентации к созданию иммерсивных цифровых сред, предполагающих комплексное сенсорное взаимодействие зрителя с произведением искусства. По мнению исследователя, цифровые технологии становятся не вспомогательным инструментом художественного творчества, а самостоятельной художественной средой, формирующей новые способы восприятия произведения искусства [Венкова, 2020].

Развитие цифровой моды в России непосредственно связано с распространением технологий трехмерного моделирования, виртуальной и дополненной реальности, процедурной графики и игровых движков. Использование данных инструментов позволяет создавать цифровую одежду, существующую исключительно в виртуальном пространстве, а также интегрировать модные объекты в цифровые выставки, игровые среды и виртуальные коммуникационные платформы. Подобные процессы соответствуют общемировой тенденции превращения цифровой среды в самостоятельное пространство художественного производства и культурной коммуникации.

В отличие от традиционного дизайна одежды, цифровая мода предполагает преимущественно нематериальную форму существования объекта. Ценность такого произведения определяется не физическими характеристиками изделия, а его функциями: визуальной, художественной и коммуникативной. В этой связи цифровой

костюм становится частью более широкого феномена цифрового искусства, где произведение существует в виде цифрового файла, трехмерной модели либо интерактивной среды. Аналогичную тенденцию отмечает А.А. Деникин, подчеркивая, что современные цифровые художественные практики все чаще ориентированы не на воспроизведение реальности, а на создание новых процессов взаимодействия между произведением, цифровой средой и зрителем [Деникин, 2017].

Особенностью российского сегмента цифровой моды является тесная интеграция с сообществами художников новых медиа, специалистов по компьютерной графике, разработчиков игровых проектов и независимых цифровых студий. Такая междисциплинарность соответствует современной модели развития цифрового искусства, в которой художественная практика объединяет достижения дизайна, программирования, интерактивных технологий и визуальных коммуникаций. Именно эта интеграция обеспечивает появление новых художественных форм, выходящих за пределы традиционного понимания модного дизайна.

В качестве любопытного примера выступают цифровые коллекции бренда Алены Ахмадуллиной. Бренд Алены Ахмадуллиной, исторически балансирующий на грани этнических кодов и футуристического видения, совершил стратегический поворот в *digital-пространство*, сформулировав концепцию «осознанной ностальгии» в *luxury-сегменте*.

Цифровые архивы стали для бренда не просто инструментом сохранения наследия, а способом кристаллизации ДНК бренда без физического перепроизводства, что особенно значимо в контексте устойчивого развития индустрии моды. Ироничное обыгрывание *fast fashion* происходит через демонстрацию «вечных» силуэтов в намеренно нестабильной *digital-среде*, создающей эффект смыслового напряжения. Одновременно бренд выстраивает прямой диалог с поколением Z, для которого *digital-аутентичность* приобретает большую ценность, чем материальные объекты.

Эффект от *digital-трансформации* оказался значительным и многомерным. Презентации бренда привлекли 37% аудитории из числа IT-специалистов и *digital-художников* — групп, традиционно остающихся за пределами фэшн-комьюнити. Коллаборации с цифровыми платформами (LikeToKnowIt, DressX) привели к увеличению продаж *phygital-коллекции* на 210%, демонстрируя коммерческий потенциал гибридных форматов. Наиболее радикальным шагом стала разработка DAO-структуры для соуправления архив-

ными активами, что превращает пассивную аудиторию в активных участников творческого процесса.

Этот кейс демонстрирует принципиально новый подход к юбилейным мероприятиям в 2020-х: вместо подведения итогов бренд запускает новые смысловые витки развития. AKHMADULLINA, сохраняя узнаваемый творческий почерк, доказала, что мотивы русского народного костюма в глобальном *digital-контексте* могут быть не этническим маркером, а авангардной стратегией, открывающей новые возможности для культурного диалога в условиях трансформации индустрии моды.

Особого внимания заслуживает кейс дизайнера Дмитрия Логинова. *Wild Etiquette* — его дебютная NFT-коллекция, выпущенная в 2022 году в честь 15-летия его международной карьеры в предметном дизайне. В коллекции представлены 25 авторских графических работ, вдохновленных созданными им за годы работы предметами — как теми, что до сих пор выпускаются и продаются по всему миру, так и концептами, которые так и остались на бумаге. Именно эти нереализованные проекты в 2008 году привлекли внимание дизайн-сообщества к Логинову, став отправной точкой его успешной карьеры. Однако главными героями *Wild Etiquette* стали не предметы, а 25 эксцентричных персонажей, которые через причудливые образы раскрывают зрителю дизайнерские работы сквозь призму безудержной фантазии автора.

Не менее значимым феноменом стали Telegram-сообщества, выполняющие роль инкубаторов цифровой моды. Закрытые чаты типа «*Digital Chelovek*» (25 000 участников) превратились в площадки для экспериментов с нейросетевым дизайном (использование *Stable Diffusion* с последующей ручной доработкой), организации виртуальных показов в альтернативных метавселенных (*Russian Sandbox*) и фандрайзинга через криптовалютные краудфандинг-боты.

Адаптация глобальных трендов цифровой моды в российском контексте проявляется не столько в прямом воспроизведении зарубежных моделей метавселенных и NFT-проектов, сколько в интеграции современных цифровых технологий с локальными художественными традициями и культурными кодами. В отечественной практике цифровая мода развивается в тесной связи с цифровым искусством, где произведение существует в виртуальной среде и предполагает новые формы взаимодействия автора, произведения и зрителя [Юхнина, 2021].

Для цифровой моды это означает переход от одежды как материального объекта к одежде как цифровому активу, трехмерной

модели, NFT-объекту или элементу виртуального пространства. Как отмечает М.А. Обетковская, цифровая одежда создается с использованием технологий трехмерного моделирования, может существовать исключительно в цифровой среде и использоваться в AR-, VR- и NFT-проектах, расширяя традиционные представления о модном продукте [Обетковская, 2022].

Российская специфика развития цифровой моды связана с обращением к национальному культурному наследию. Так, проект *Digital Fashion*, реализованный в рамках Московской недели моды, ориентирован на интеграцию русского культурного кода, традиционных художественных мотивов и современных цифровых технологий в практику создания виртуальной одежды и цифрового искусства.

Развитие цифровой моды и NFT-проектов в России сопровождается рядом институциональных ограничений. Одним из наиболее значимых факторов остается правовая неопределенность статуса NFT и цифровых объектов искусства. Как отмечает О.С. Кулакова, в российском законодательстве отсутствует единое определение цифрового искусства и NFT, а сделки с подобными объектами сопровождаются существенными правовыми рисками для авторов, правообладателей и приобретателей цифровых активов [Kulakova, 2022].

Несмотря на существующие технологические и правовые ограничения, цифровая мода в России продолжает развиваться как самостоятельное направление художественного проектирования. Ее дальнейшая эволюция во многом будет определяться способностью профессионального сообщества сочетать современные цифровые технологии с национальными художественными традициями, формируя оригинальный визуальный язык, способный быть конкурентоспособным в международном цифровом культурном пространстве.

Таким образом, российский цифровой фэшн-рынок демонстрирует уникальную модель развития, где внешние ограничения не подавляют, а стимулируют креативность. Технологическая импровизация, опора на закрытые сообщества и глубокое переосмысление локального культурного кода позволяют российским дизайнерам создавать конкурентоспособные и самобытные продукты. Успешные кейсы, такие как AKHMADULLINA и Gosha Rubchinskiy, доказывают, что акцентирование внимания на совокупном русском визуальном коде в цифровом пространстве может стать актуальной футуристической стратегией, открывающей новые пути для диалога с глобальной индустрией.

Развитие цифровой моды в российском интернет-пространстве сопровождается активным внедрением технологий трехмерного моделирования, виртуальной и дополненной реальности, цифровой визуализации и NFT, что способствует формированию новых форм художественной практики и профессиональной коммуникации. В отечественной научной литературе цифровая мода рассматривается как одно из направлений цифрового искусства, объединяющее достижения дизайна, компьютерной графики и интерактивных технологий [Юхнина, 2021].

Существенную роль в развитии данного направления играют образовательные инициативы и междисциплинарные проекты, объединяющие художников, дизайнеров, программистов и специалистов в области цифровых технологий. Исследователи отмечают, что цифровизация художественного образования способствует формированию новых компетенций, основанных на интеграции творческих и технологических практик, а также расширяет возможности профессиональной самореализации будущих дизайнеров и художников [Катханова, Северова, 2021].

Российские цифровые платформы и социальные сети играют важную роль в распространении практик цифровой моды, выступая одновременно каналами профессиональной коммуникации, демонстрации проектов и взаимодействия с аудиторией. В отличие от специализированных зарубежных платформ, российские пользователи чаще используют универсальные цифровые сервисы и социальные сети для презентации цифровых коллекций, поиска заказчиков и формирования профессиональных сообществ. Такая модель способствует развитию независимых дизайнерских инициатив и расширяет доступ к цифровому творчеству.

Перспективы развития российских платформ цифровой моды связаны с несколькими ключевыми направлениями: углублением интеграции образовательных и творческих функций, развитием инструментов коллективного творчества и поиском новых моделей монетизации цифровых активов. Этот путь развития требует постоянного диалога между профессиональным сообществом, образовательными институтами и технологическими платформами, что позволит сохранить уникальность российской цифровой моды в условиях глобальной цифровой трансформации.

Российский рынок цифровой моды находится на этапе формирования, что обуславливает неоднородное восприятие цифровых *fashion-продуктов* различными группами пользователей. Несмотря на рост интереса к технологиям виртуальной одежды, дополненной

реальности и цифровых коллекций, уровень готовности потребителей приобретать исключительно цифровые предметы гардероба остается ограниченным. Зарубежные исследования показывают, что намерение использовать виртуальные гардеробы определяется не только технологической готовностью пользователей, но и их представлениями о практической ценности цифровой одежды, уровне доверия к цифровым сервисам и восприятию виртуальной идентичности.

В российском контексте дополнительное влияние оказывают особенности развития цифровой экономики, уровень распространения метавселенных и сохраняющаяся правовая неопределенность в отношении цифровых активов. В этой связи цифровая одежда пока воспринимается преимущественно как элемент художественного эксперимента, инструмент цифрового маркетинга или средство самопрезентации в социальных сетях, а не как самостоятельный объект потребления. Аналогичные тенденции прослеживаются в исследованиях цифрового искусства, где отмечается, что освоение новых художественных практик напрямую связано с постепенной адаптацией пользователей к цифровым технологиям и изменением способов художественной коммуникации [Юхнина, 2021].

Таким образом, ключевыми барьерами развития цифровой моды в России выступают не только технологические и правовые ограничения, но и необходимость формирования устойчивого потребительского спроса, повышения цифровой грамотности пользователей и распространения практик использования виртуальной одежды в повседневной цифровой коммуникации. Государственные инициативы в сфере поддержки цифрового дизайна развиваются противоречиво. С одной стороны, в 2021–2023 годах были запущены образовательные программы при ведущих художественных вузах (Строгановская академия, Высшая школа экономики), направленные на подготовку специалистов в области 3D-моделирования одежды. С другой — правовое поле остается неопределенным: отсутствие четкого регулирования NFT-транзакций и налогообложения цифровых активов создает значительные препятствия для развития индустрии. Особую сложность представляет когнитивный диссонанс в восприятии цифровой моды: как показывают исследования, 68% россиян считают ее «игровой технологией», а не полноценной сферой дизайна.

Перспективы преодоления социокультурных барьеров связаны с тремя направлениями: 1) развитием образовательных программ, объясняющих практическую ценность цифровой моды; 2) созда-

нием удобных инструментов интеграции виртуальных гардеробов в повседневные цифровые практики; 3) формированием понятной нормативно-правовой базы. Успешное решение этих задач позволит преодолеть существующий разрыв между технологическими возможностями и их культурным принятием, создав условия для устойчивого развития цифровой моды в России.

К 2024 году российский рынок цифровой моды демонстрирует не стремительный прорыв, а постепенную, системную адаптацию в условиях сохраняющихся внешних и внутренних барьеров. Ключевой тренд — это смещение фокуса с чистого виртуального потребления (NFT) в сторону гибридных моделей (*phygital*), которые оказываются более понятными и востребованными российским потребителем. Развитие продолжает двигаться по траектории «снизу-вверх»: инициативы образовательных учреждений и эксперименты IT-компаний формируют среду для будущего роста. Однако без четкого правового поля и масштабных инвестиций в инфраструктуру метавселенных российский цифровой фэшн рискует остаться нишевым явлением, не реализовав свой полный коммерческий и культурный потенциал в глобальном контексте. Успех будет зависеть от способности отрасли предложить не просто цифровые копии, а уникальные продукты, интегрирующие национальный культурный код в новые технологические форматы.

Современная цифровая мода, несмотря на стремительное развитие и коммерческий успех, сталкивается с рядом фундаментальных критических вызовов, связанных с обесцениванием уникальности и сложностями защиты авторских прав. Эти проблемы требуют глубокого осмысления, поскольку они затрагивают не только экономические аспекты индустрии, но и саму природу моды как культурного феномена.

В условиях пост-интернет реальности происходит фундаментальный пересмотр традиционных представлений о моде как культурном и экономическом феномене. Это обусловлено тем, что цифровая мода и фэшн-индустрия в целом переживает радикальную трансформацию, обусловленную стремительным развитием цифровых технологий и изменением потребительских практик.

В перспективе мода трансформируется из технологического тренда в антропологический феномен, переопределяющий саму природу телесности и идентичности. Российский контекст демонстрирует уникальную модель адаптации, где внешние ограничения становятся катализатором креативных гибридных решений. Даль-

нейшее развитие отрасли будет определяться способностью балансировать между глобальными трендами и локальной спецификой, создавая устойчивые модели цифро-физического симбиоза, соответствующие новым социокультурным реалиям и экономическим условиям цифровой эпохи.

Заключение

Анализ развития российского *digital-fashion-рынка* показывает, что данная сфера формируется как самостоятельная культурная и экономическая экосистема. В отличие от западных моделей цифровой моды, российская сцена демонстрирует высокий уровень адаптации глобальных технологических трендов к локальной медиасреде. Особенности коммуникационных платформ, культурные коды постсоветского пространства и активные междисциплинарные коллаборации формируют уникальную эстетическую модель цифрового дизайна.

Перспективы развития цифровой моды связаны с дальнейшей интеграцией технологий виртуальной реальности, метавселенных и блокчейн-экономики. В ближайшие годы можно ожидать усиления роли цифровых коллекций в модной индустрии и расширения их культурного влияния.

Проведенный анализ российских кейсов выявил парадоксальную зависимость: технологическое отставание российского цифрового фэшн-рынка (отсутствие развитой NFT-инфраструктуры, ограниченный доступ к метавселенным) стало катализатором для развития уникальных художественных стратегий, основанных на культурном коде и DIY-эстетике. Однако, как показало исследование, дальнейшее развитие цифровой моды в России требует решения системных проблем: правовой неопределенности в сфере цифровых активов, недостатка образовательных программ на стыке дизайна и технологий, слабой интеграции в глобальные цифровые экосистемы.

Таким образом, российская цифровая мода представляет собой важный сегмент современной креативной экономики и значимое явление современной визуальной культуры.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Венкова А.В. Цифровые иммерсивные среды в искусстве: новый антропологический регистр // Актуальные проблемы теории и истории искусства. Т. 10. СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского государственного университета, 2020. С. 649–655.

2. Деникин А.А. Постцифровая эстетика в арт-практиках цифрового искусства // Обсерватория культуры. 2017. Т. 14. № 1. С. 36–45.
3. Катханова Ю.Ф., Северова Т.С. Цифровизация в подготовке художника-педагога // Искусство и культура сегодня: новое осмысление в новой эпохе. Петрозаводск: МЦНП «Новая наука», 2021. С. 4–29.
4. Обетковская М.А. Цифровая мода: будущее, которое уже наступило // Сборник трудов II Международной научно-практической конференции «Инновации и дизайн». 2022. № 1. С. 119–121.
5. Юхнина О.Ю. Digital art: новая художественная реальность // Современное искусство в контексте глобализации: наука, образование, художественный рынок: материалы XI Всероссийской научно-практической конференции. СПб., 2021. С. 124–126.
6. Kulakova O.S. Digital art in light of NFT: Market power and legal uncertainty // Digital Law Journal. 2022. Vol. 3. No. 2. Pp. 36–50.

Mikhail A. Fedorov

RUSSIAN FASHION MARKET: CULTURAL, TECHNICAL ASPECTS OF DEVELOPMENT AND PROSPECTS

National Research University “Higher School of Economics”,
Moscow, Russia; m.fedorov.brand@yandex.ru

Abstract. The article is devoted to the study of the formation and development of the Russian digital fashion market in the context of the transformation of the modern creative economy and visual culture. The relevance of the work is due to the active introduction of digital technologies into the fashion industry, which leads to the emergence of new forms of production, distribution and consumption of fashionable products. The purpose of the study is to analyze the cultural and technological factors of the formation of digital fashion, as well as to identify the features of the development of this trend in the Russian media space.

The paper examines key technological tools of digital fashion, including 3D modeling, virtual platforms, NFT technologies and social networks, which form new channels of communication between designers, brands and the audience. Special attention is paid to the role of digital media and online communities in the dissemination of virtual clothing and the formation of new aesthetic practices. The interaction of fashion design with media art, digital graphics and visual codes of modern culture is analyzed.

The article shows that the Russian digital fashion environment is developing as an interdisciplinary ecosystem that unites designers, artists, programmers, 3D modelers and media platforms. It is noted that digital fashion is becoming an important element of modern visual culture and a promising direction for the development of the fashion industry. It is concluded that the further development

of the digital fashion market is associated with the integration of innovative technologies, the expansion of virtual spaces and the formation of new models of interaction between fashion, art and the digital environment.

Keywords: digital fashion, virtual clothing, fashion industry, visual culture, media art, digital platforms

For citation: Fedorov M.A. (2026) Russian fashion market: cultural, technical aspects of development and prospects. *Lomonosov Linguistics and Intercultural Communication Journal*, no. 3(29), pp. 149–161. DOI: 10.55959/MSU-2074-1588-19-29-3-10 (In Russ.)

About the author: Mikhail A. Fedorov — PhD student at the HSE Art and Design School; m.fedorov.brand@yandex.ru

REFERENCES

1. Venkova A.V. 2020. Tsifrovye immersivnye sredy v iskusstve: novyi antropologicheskii registr [Digital Immersive Environments in Art: A New Anthropological Register]. In: *Aktual'nye problemy teorii i istorii iskusstva*. Vol. 10. St. Petersburg, St. Petersburg State University, pp. 649–655. (In Russ.)
2. Denikin A.A. 2017. Posttsifrovaya ehstetika v art-praktikakh tsifrovogo iskusstva [Post-Digital Aesthetics In Digital Art Practices]. *Observatoriya kul'tury*, vol. 14, no. 1, pp. 36–45. (In Russ.)
3. Katkhanova Yu.F., Severova T.S. 2021. Tsifrovizatsiya v podgotovke khudozhnika-pedagoga [Digitalization in the Training of Artist-Teachers]. In: *Iskusstvo i kul'tura segodnya: novoe osmyslenie v novoi epokhe*. Petrozavodsk, MTSNP «Novaya nauka», pp. 4–29. (In Russ.)
4. Obetkovskaya M.A. 2022. Tsifrovaya moda: budushchee, kotoroe uzhe nastupilo [Digital Fashion: The Future That Has Already Arrived]. In: *Sbornik trudov II Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii «Innovatsii i dizain»*, no. 1, pp. 119–121. (In Russ.)
5. Yukhnina O.Yu. 2021. Digital art: novaya khudozhestvennaya real'nost' [Digital Art: A New Artistic Reality]. In: *Sovremennoe iskusstvo v kontekste globalizatsii: nauka, obrazovanie, khudozhestvennyi rynek*. St. Petersburg, pp. 124–125. (In Russ.)
6. Kulakova O.S. 2022. Digital Art in Light of NFT: Market Power and Legal Uncertainty. *Digital Law Journal*, vol. 3, no. 2, pp. 36–50.

Статья поступила в редакцию 27.04.2026;
одобрена после рецензирования 28.05.2026;
принята к публикации 08.06.2026.

The article was submitted 27.04.2026;
approved after reviewing 28.05.2026;
accepted for publication 08.06.2026.