



УДК 7.026

ВІРТУАЛЬНА МОДА: ОДЯГ, СТВОРЕНИЙ ЦИФРОВИМ СПОСОБОМ

БОРЩЕВСЬКА Наталя, ЗІРКЕВИЧ Вікторія

Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, Україна
vz070400@gmail.com

Досліджено вплив цифрових технологій та сучасних інструментів 3D-моделювання виробів на розвиток віртуальної моди. Метою дослідження є визначення процесів реалізації принципів віртуальної моди. Проаналізовано особливості організації комерційних онлайн-ресурсів, створених для популяризації Digital Fashion та способи візуалізації предметів цифрового дизайну, проаналізовано колекції одягу найяскравіших представників даного напрямку.

Ключові слова: цифрова мода, віртуальна мода, digital fashion.

ВСТУП

Науково-фантастичний світ цифрової моди, в якому користувачі соціальних мереж можуть купувати віртуальний одяг, а геймери створювати яскраві готові образи для аватарів, все частіше називають наступним великим проривом в галузі fashion-індустрії. Зростаюча залежність від сучасних цифрових технологій для комунікацій, а також поширення тенденцій свідомого споживання та захисту навколишнього середовища, а саме його забруднення великою кількістю відходів від однієї з найбільших світових індустрій, створили ідеальні умови для розвитку та популяризації нового сегменту Digital Fashion.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Глобальний інтерес до віртуальної моди посилюється під час пандемії COVID-19, яка перенесла взаємодію зі світом на екрани моніторів та обмежила звичну можливість ритм життя. Безумовно такі обставини для суспільства дали потужний поштовх для створення віртуальних fashion-платформ та проведення різноманітних заходів із застосуванням ІТ-технологій. На ринку почали з'являтися віртуальні колекції одягу. Використовуючи цифрові технології, бренди значно скоротили витрати на різні статті та логістику, які суттєво впливають на вартість одягу в цілому. Однією з найважливіших проблем для представників fashion-сегменту стала організація online показів. Перед усім головною ідеєю розвитку Digital Fashion стає поширення методів проектування та способів візуалізації виробів цифрового дизайну, формування цільової аудиторії та конкурентоспроможності віртуального одягу на модному ринку.



РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ЇХ ОБГОВОРЕННЯ

Цифровий одяг є неминучою сходинкою розвитку моди, особливо, коли мова йде про сталий розвиток індустрії. Цифрова концепція моди може потенційно прокласти шлях до більш стійкої бізнес-моделі, коли надмірне споживання одягу різко зменшиться. Звичка «швидкої моди» завдає непоправної шкоди довкіллю, що впливає на зміни клімату більше, ніж річні викиди усіх повітряних та морських подорожей разом. Новий напрям зосереджено на розробці та продажу віртуального одягу, створеного цифровим способом, а не традиційним шляхом.

Саме Digital Fashion дає можливість, придбавши сучасний модний *look*, надати перевагу захисту навколишнього середовища, підтримати тренд на «розумне споживання» та ресурсощадність. Digital Fashion задовольняє найвибагливіші естетичні потреби замовників щодо власного зовнішнього вигляду на просторах світової мережі. У віртуальному просторі з'являється спосіб представити себе ким завгодно, підкреслюючи одягом та іншими атрибутами цифрового дизайну свою особистість. Для представників молоді, що є найактивнішими прихильниками цього напрямку, презентація в Інтернеті є не менш важливою, ніж спосіб, відображення власного стилю у реальному житті. Можливість коригувати свої цифрові образи, які можуть бути більш яскравими та екстравагантними, обумовлює появу та поширення різноманітних ресурсів комерційного характеру для реалізації принципів віртуальної моди.

Норвезький дім моди «*Carlings*» – це один із найдосконаліших брендів віртуальної моди, що розпочав активну роботу в цьому напрямку. Наприкінці 2018 року, «*Carlings*» випустив повністю віртуальну колекцію – «Neo X», яка складалась з 19 семплів вартістю від 9 до 30 доларів США, мала самотутню концепцію та художній задум (рис. 1).



Рис. 1. Колекція віртуального одягу «Neo X»

Нестандартні сміливі поєднання кольорів та фактур: яскраво-жовте пальто із шкіри крокодила, блакитні латексні шапки, прикрашений гаслом «Eat The Glitch» та глибоке змістовне наповнення колекції отримали схвальний відгук від інфлуенсерів моди [1].

На світовому благодійному аукціоні у Нью-Йорку продали перший у світі одяг в стилі «від кутюр» за 7500 фунтів стерлінгів (9500 доларів США).



Автором роботи є Ембер Дже Слоут – креативний директор першого "цифрового будинку моди" «*The Fabrican*», заснованого в Амстердамі, який створив гіперреальний віртуальний одяг. Основною потребою створення кутюрного виробу була необхідність відтворити неповторний авторський дизайн шляхом цифрових технологій з мінімальними витратами ресурсів, прикріпивши його до фотографії замовника [2].

Ринок цифрової моди створює конкурентне середовище для всіх представників індустрії. Концепція та принципи роботи для багатьох ще досі не зовсім зрозумілі, але бажання стати на рівні з «Farfetch» або «Net-a-Porter» у світі цифрової моди допомагає опанувати нові інструменти 3D-моделювання. Основою для цифрового дизайну виробів є фото майбутнього замовника, що потрапляє до «цифрових кравців» та вже через деякий час електронною поштою повертається назад до замовника. Ціни на цифровий дизайн коливаються від 15 до 200 доларів США. У реальному житті дизайнерській одяг коштує достатньо дорого та використовується максимум один-два рази через чіткий дизайн, що є недоцільним з точки зору використання природних ресурсів та матеріальних витрат. «XR Couture» під керівництвом креативного директора Субхема Джейна виготовляє одяг традиційним шляхом для таких брендів як River Island, Guess та Asos, паралельно створюючи цифрові зразки, за які бере невелику комісію [3]. Електронна платформа «DressX», засновником якої є відома в Україні журналістка та суспільний діяч Дар'я Шаповалова, об'єднала однодумців та пропагує сучасний підхід до моди та власного стилю, використовуючи інноваційні підходи до цифрового дизайну одягу та взуття [4]. Вартість цифрового одягу «DressX» коливається від 25 до 200 доларів США та залежить від його складності. Вікова група переважної більшості замовників від 25 до 35 років. Віртуальна мода природньо ближче для молодого покоління, оскільки їм подобається мати паралельні особистості – в реальному світі та Інтернет-просторі.

Віртуальний контент в ігровій індустрії вже давно сформував потужний капітал на продажі елементів digital-дизайну, в той час як індустрія моди лише почала усвідомлювати, що це величезний ринок послуг з широкими можливостями. Геймери роками витрачають кошти на розробку образів для своїх аватарів.. В ігровому середовищі ринок шкінів оцінюється в 40 млрд доларів на рік, тоді як глобальний ринок augmented і virtual reality прогнозується на рівні 72,8 млрд доларів [5]. За допомогою програмного забезпечення для 3D-моделювання реалізуються спеціальні ефекти призначені для посилення візуального впливу та реалістичності отриманого дизайну. Аватари, створені за допомогою цифрових технологій, користувач може "носити" на платформах соціальних мереж, медіа-ресурсів, ігровому та віртуальному середовищах.

ВИСНОВКИ

Всебічний вплив Інтернету на соціально-культурний розвиток суспільства відображається і в модній індустрії. В таких умовах світ не може продовжувати виробляти таку кількість одягу з багатьох причин, а саме постійно зростаючих трендів Sustainable Fashion та Digital Fashion. Натомість



технологія, яка є більше схожою на вид мистецтва для соціальних мереж, дозволяє швидко та порівняно недорого задовольнити естетичні потреби великої кількості споживачів. Дизайнерський потенціал при створенні цифрового одягу не відчуває технологічних або конструктивних обмежень. Його ергономічність принципово не впливає на вибір споживачів, а пріоритети зміщуються в бік більш сучасного, креативного дизайну. Дизайнери та бренди, що працюють в даному сегменті, можуть не турбуватися про збільшення бюджету на виготовлення колекцій, використовуючи сучасні технології в галузі 2D, 3D-моделювання та візуалізації. Постійне вдосконалення технологій, які застосовуються при створенні віртуального одягу, передбачає зростання попиту на нього, при цьому бажання володіти цифровим одягом стає нарівні з реальним, а його вартість – зростає по мірі підвищення актуальності та популяризації напряму.

ЛІТЕРАТУРА

1. Офіційний сайт журналу «ELLE». URL: <https://www.elle.com/uk/fashion/a28166986/digital-fashion-dressing-virtually/>.
2. URL: <https://www.dezeen.com/>.
3. Офіційний сайт «XR Couture». URL: <https://xrcouture.com/>
4. Офіційний сайт «DressX». URL: <https://dress-x.com/pages/buffalo-thefabricant>.
5. URL: <https://www.theguardian.com/fashion/2021/feb/23/digital-fashion-designers-uk-degree-digital-couture-gaming-tech>.

BORSHCHEVSKA N., ZIRKEYVCH V.

DIGITAL FASHION: THE DIGITALLY GENERATED CLOTHES APPEARING

The influence of digital technologies and modern tools of 3D-modeling of manufacturers on the development of virtual fashion has been determined. The purpose of the research is to study the implementation of the principles of virtual fashion. Features of the organization of commercial Internet resources wich created to promote Digital Fashion and ways to visualize ready-made manufacturers have been analyzed. The collections of the clothes of the brightest representatives of this direction have been analyzed.

Key words: *digital fashion, augmented reality, virtual reality, virtual fashion, online avatars.*