

DOI 10.36074/30.10.2020.v3.35

## СУЧАСНИЙ НАПРЯМ В ІНДУСТРІЇ МОДИ: ВІРТУАЛЬНИЙ ОДЯГ

### НАУКОВО-ДОСЛІДНА ГРУПА:

ORCID ID: 0000-0003-4075-2218

**Векліч Анастасія Миколаївна**

аспірант факультету дизайну

*Київський національний університет технологій та дизайну*

ORCID ID: 0000-0001-6760-3728

**Пашкевич Калина Лівіанівна**

д-р. техн. наук, професор, професор кафедри ергономіки і дизайну

*Київський національний університет технологій та дизайну*

ORCID ID: 0000-0001-5665-0131

**Колосніченко Олена Володимирівна**

д-р. мист., доцент, професор кафедри художнього моделювання костюма

*Київський національний університет технологій та дизайну*

**Касс Богдан Вікторович**

аспірант факультету дизайну

*Київський національний університет технологій та дизайну*

**Юхимчук Анастасія Олександрівна**

здобувач вищої освіти факультету дизайну

*Київський національний університет технологій та дизайну*

УКРАЇНА

Ідея віртуального одягу не є новою і вже досить давно використовується розробниками комп'ютерних ігор, але в останні роки вона отримала новий напрям в розвитку – створення цифрового одягу для реальних людей. Новий стан речей в світі в умовах екологічної кризи та пандемії змусив багатьох споживачів переглянути свою споживчу поведінку, а виробників шукати альтернативу традиційному виробництву і продажам в цифрових технологіях та цифровій моді.

Цифрову моду співзасновниця будинку цифрової моди The Fabricant, Amber Jae Slooten, визначає як: «...все, що пов'язано з модою за межами фізичного світу - мода, яку ви можете носити зі своєю цифровий ідентичністю» [4]. Таким чином, цифровий одяг – це речі, яких фактично не існує в реальності, при цьому задум дизайнера відтворюють в комп'ютерній програмі, а потім накладають на фотографію людини за допомогою спеціально розробленого програмного забезпечення. Ці програми дають можливість створювати одяг, взуття, головні убори та аксесуари, надавати їм форми та текстури, які неможливо реалізувати і складно носити в реальному житті.

Одним з перших розробників цифрових образів стала 3D-дизайнерка Cat Taylor (Англія). Перші публікації її робіт з'явилися на сторінці Instagram в 2015 р. [1]. Основним напрямом її роботи є розробка 3D-моделей речей для інтерактивних вітрин та створення віртуального матеріалу для рекламних кампаній світових fashion-брендів таких як: Balenciaga, Vetements, A-Cold-Wall тощо.

В 2018 році креативна агенція Virtue (Данія) та бренд Carlings (Норвегія) спільно випустили першу комерційну колекцію цифрових образів adDRESS\_THE\_FUTURE (Рис. 1) [2]. Однією з цілей створення віртуальної колекції було привернути увагу до негативного впливу індустрії моди на навколишнє середовище.

Технології цифрового дизайну використовують не тільки для створення нових віртуальних моделей, а й для відтворення існуючих виробів. Так бренд одягу Hanifa [5] завдяки віртуальному показу моделей в Instagram зміг прорекламувати свою нову колекцію, реальний показ якої був скасований через пандемію.

На відміну від цифрового, AR-одяг існує як фізичний об'єкт і на ньому розміщено зображення для створення доповненої реальності (англ. augmented reality – доповнена реальність, звідси AR-одяг). Візуальні ефекти стають видимими на екрані смартфона після запуску спеціальної програми при наведенні камери на AR-одяг.

В 2019 році Carlings першими розробили інтерактивну футболку Last Statement T-shirt [6]. На ній розміщено невеликий принт, що дозволяє за допомогою спеціального додатку на смартфоні накладати на виріб певний набір різних анімованих зображень (Рис. 2).



Рис. 1. Модель одягу з першої цифрової колекції Carlings



Рис. 2. Інтерактивна футболка Last Statement T-shirt від бренду Carlings

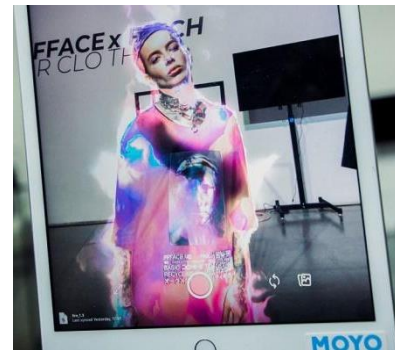


Рис. 3. Моделі AR-одягу FFFACE x FINCH

Український бренд одягу FINCH спільно зі студією з розробки продуктів доповненої реальності FFFACE в 2020 році випустили капсульну колекцію AR-одягу. Світшот і футболка з капсули FFFACExFINCH мають віртуальну 3D-анімацію (Рис. 3) [7]. Перевагами розробки є можливість активації анімації без використання додаткового програмного забезпечення, крім додатку Instagram, а всі оновлення і розширення візуальних ефектів не потребують внесення змін в одяг.

З розвитком значення соціальних мереж в житті людей значно зросла кількість покупок одягу виключно для створення фото- та відеоматеріалу. Річ одягають один-два рази і повертають назад – до магазину, тримають на полиці в шафі або викидають. За таких обставин створення цифрового та AR-одягу набуває, крім практичного, також і екологічного змісту, адже створення цифрового одягу не вимагає ні витрат текстильних матеріалів, ні утилізації відходів, а AR-одяг дає змогу на основі однієї речі отримати кілька візуально різних моделей.

В результаті проведеного аналізу застосування цифрових технологій для створення нових моделей одягу було виділено основні напрями:

–цифровий одяг, що являється віртуальним 3D-зображенням готового виробу;

–AR-одяг, що існує в реальності, але містить зображення, що здатне активувати ефекти доповненої реальності на екрані смартфона.

**Висновки.** Визначено, що використання цифрових технологій в модній індустрії набувають все більшого застосування. Візуалізація виробів за допомогою програмного забезпечення дала змогу брендам поширювати свої модні ідеї в умовах обмежених можливостей проведення показів. Виділено два напрями створення нових моделей з використанням цифрових технологій: розробка цифрового одягу та AR-одягу з доповненою реальністю. Перспективами подальших досліджень є визначення інших напрямів розвитку технологій віртуального одягу в фешн індустрії.

#### Список використаних джерел:

- [1] Малютина, А. (2020). Что такое виртуальная одежда и сможет ли она заменить реальную. URL: <https://style.rbc.ru>
- [2] Чуйкин, П. (2020). Цифровая одежда: временная мода, эксперименты с внешностью или необходимость будущего? URL: <https://kanobu.ru>
- [3] Kolosnichenko, M.V., Pashkevich, K.L., Krotova, T.F., Yakovlev, M. I., Nikolayeva, T. V., Ostapenko, N. V., ... Vasylieva, I. V. (2020). Fashion design in a multicultural space: Monograph. Košice: Academic Society of Michal Baludansky, UK Technical University of Košice.
- [4] Thepowerhouse (2020). The future of self-expression: What is digital fashion? by Amber Jae Slooten of The Fabricant. URL: <https://thepowerhouse.group/>
- [5] Segran, E. (2020). Hanifa's virtual 3D fashion show is haunting, beautiful, and brilliantly executed. <https://www.fastcompany.com>
- [6] Snowden, H. (2019). Lets you change graphics via your smart phone. URL: <https://www.highsnobiety.com/>
- [7] Ukrainian Fashion Week (2020). FINCH випустив капсулу AR-одягу. URL: <http://fashionweek.ua/>