

Нечіпор С.В., Кульмінська А. А.

ЦИФРОВА МОДА ТА ЇЇ ПЕРЕВАГИ

У наш час не лишилося людей, яких би не торкнулась мода, і тому, як наслідок, зростає попит на неї та її популярність. Тож виготовлення речей зростає, що в свою чергу несе за собою різні наслідки. Так, виробництво модного одягу суттєво змінює екологічну обстановку – забруднює навколишнє середовище [1].

Цифрова мода почала формуватись, коли люди знаходились на самоізоляції під час пандемії 2020 року. Блогерам, які мали постійно створювати новий контент для утримання аудиторії, дуже підійшла ідея використання цифрового одягу для створення цікавого образу та підвищення своєї упізнаваності у мережах. У продовж останніх років та подій, пов'язаних із ними, ця ідея лише укріпилась та набирала обертів.

Отже, віртуальний одяг став продуктом розвитку тренду на [sustainability](#) ([екологічну стабільність](#)) та використання соціальних мереж. За останні кілька десятиліть кількість одягу, що купується на одну особу, збільшилася на 40%. За результатами опитування банку Barclays, проведеного у 2018 році, кожен десятий покупець купує речі лише для створення контенту — після цього річ або здається назад до магазину, або викидається на звалище.

На тлі цього очевидні переваги віртуального одягу: він створюється в обмеженій кількості (зазвичай до 100 екземплярів), що допомагає створювати ексклюзивний контент у соціальних мережах, і не завдає шкоди навколишньому середовищу, на відміну від звичайного одягу (щорічно у світі спалюється або викидається близько 92 тон одягу. До того ж, у доповненій реальності можна втілити будь-які дизайнерські задуми, які нездійсненні в житті – наприклад, нанести на річ сяючу голограму. Завдяки появі 3D-технологій виробництво одягу стане швидшим, оскільки вони дозволяють розробляти дизайн, перевіряти лекала і посадку заздалегідь і виготовляти тільки досконалі вироби.

Окрім цього, digital-одяг змінить бізнес-моделі виробників одягу: бренди перейдуть зі звичної раніше моделі «дизайн-виробництво-продажі» на «дизайн-продажі-виробництво», або made to order. Виробництво стане більш екологічним, оскільки відшиватимуться лише ті моделі одягу, які гарантовано будуть проданими.

Цю бізнес-модель уже використовують деякі марки: наприклад, шведський Atacac працює з 3D-програмами і відшиває речі тільки на замовлення, а американський бренд джинсового одягу Unsprun використовує 3D-сканування тіла в магазині, щоб підібрати ідеальну посадку, крій і матеріали персонально для кожного клієнта [2].

Діджитал або цифровий одяг стає популярним трендом сучасності, але його не існує в реальному світі. Діджитал-мода остаточно стирає всі межі та стає, свого роду, предметом мистецтва. Екологічний діджитал одяг з його віртуальними look'ами виконує функції: хайпа чи залучення аудиторії через іммерсивний контент, інклюзивність та тренди; підтримки філософії стійкої моди; переведення потреб споживання у діджиталізацію; експерименту над цифровим віртуальним одягом без обмежень. Ймовірно, що діджитал мода майбутнього чи eco friendly тренди скоротять викид вуглекислого газу, інсектицидів в атмосферу.

Сьогодні лише на виробництво однієї бавовняної футболки витрачається понад 2,5 тис. л води. Також fashion-експерти вимагають відмовитись від вбивства тварин на користь натуральної шкіри, хутра, вовни, пір'я. Модний будинок Stella McCartney шиє одяг лише зі штучної шкіри, і це в тренді. Paper London представляє колекцію купальників із відходів (пластику, старих рибальських мереж), а Reebok випускає взуття з перероблених подушок безпеки. Мода майбутнього пропонує зайнятися питаннями дбайливого та етичного ставлення до природних ресурсів або повністю перейти на діджитал [3].

Таким чином, можна виділити такі переваги цифрового одягу:

1. Береже природу. Мало хто замислюється про наслідки для навколишнього середовища, і лише 1% матеріалів, що використовуються у виробництві, — це перероблена сировина. Цифрова мода допомагає вирішити саме на цю проблему.

2. Не обмежує креативність. Робота в цифровому просторі дає можливість креативити на повну. Фантазія більше не обмежена міркуваннями економії, законами фізики та необхідністю робити речі зручними.

3. Дає шанс молодим дизайнерам. Діджитал-одяг – це чудова можливість створити стартову колекцію. Розробляти цифрові речі набагато дешевше, ніж шити

справжні. Якщо підсумковий результат буде вдалим, дизайнери-початківці зможуть залучити перших інвесторів і зробити собі ім'я [4].

Отже, ринок цифрової моди – це конкурентне середовище для представників такої індустрії. Велика конкуренція спонукає до вивчення інструментів 3D-моделювання, щоб стати на рівні сучасних авторів у світі цифрової моди.

Основою для створення 3D-дизайну сучасних виробів є скан-фото замовника, яке надсилається фахівцю. Електронним шляхом готова робота повертається користувачу. У реальному житті шитий дизайнерський одяг коштує дорого, але використовується усього кілька разів.

Отже, такий дизайн є недоцільним і з точки зору економіки, і з точки зору нерационального використання еко-ресурсів. Віртуальна мода природно актуальніша для молодого покоління. Аватари, які створені за допомогою сучасних технологій, користувач може використовувати і на платформах соціальних мереж, в ігровому і віртуальному середовищах.