

DOI: <https://doi.org/10.23670/IRJ.2022.125.13>

АКСИОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ЦИФРОВОЙ МОДЫ

Научная статья

Хмелевская А.Г.^{1,*}

¹ORCID : 0000-0002-9463-9993;

¹Юго-западный государственный университет, Курск, Российская Федерация

* Корреспондирующий автор (alina.xm[at]yandex.ru)

Аннотация

Внедрение в массовую повседневную практику элементов виртуальной реальности влечет за собой существенные перемены в ценностных ориентирах человека. Повсеместная цифровизация приводит к необходимости в идентификации и самопрезентации личности в новой среде, а следовательно, и появлению профессионалов в области дизайна виртуального костюма. В контексте данной статьи автор рассматривает аксиологические аспекты цифровой моды, формирующей образ современной личности, как результата внедрения современных иммерсивных технологий. В заключении автор приходит к выводу о том, что аксиологические аспекты моды под влиянием цифровизации остаются прежними, но развиваются и трансформируются.

Ключевые слова: трансформация ценностей, аксиология, виртуальная реальность, дополненная реальность, цифровая мода, цифровое искусство, иммерсивные технологии.

AXIOLOGICAL ASPECTS OF DIGITAL FASHION

Research article

Khmelevskaya A.G.^{1,*}

¹ORCID : 0000-0002-9463-9993;

¹SouthWest State University, Kursk, Russian Federation

* Corresponding author (alina.xm[at]yandex.ru)

Abstract

The introduction of virtual reality elements into mass everyday practice involves significant changes in the value orientations of people. Universal digitalization leads to the need for personal identification and self-presentation in the new environment, and, consequently, the emergence of professionals in the field of virtual costume design. In the context of this article, the author examines the axiological aspects of digital fashion, which forms the image of a modern individual, as a result of the introduction of modern immersive technologies. In conclusion, the author finds that the axiological aspects of fashion under the influence of digitalization remain the same, but develop and transform.

Keywords: values transformation, axiology, virtual reality, augmented reality, digital fashion, digital art, immersive technologies.

Введение

За последние годы цифровая мода из атрибута игровой индустрии превратилась в самостоятельную отрасль. По мнению И.Б. Долженко, глобализация, новые технологии и демографические изменения привели к изменению в образе жизни и структуре потребления сотен миллионов людей, и формированию глобального рынка модной одежды [1, С. 69]. В своих статьях такие авторы как А.С. Булатов, Н.А. Сахарова, К. Али и И.Б. Долженко рассматривали исторические аспекты, предпосылки, методики использования, а также тенденции развития данного направления, которые доказывают невозможность сохранять традиционный образ мышления в индустрии в ситуации быстрого научно-технического прогресса [1], [2], [3], [4]. На данный момент цифровая мода предлагает решения проблем отрасли в реальном мире, которые повышают эффективность, способствуют устойчивому развитию, а также открывают новые возможности для творчества, создает перспективы для самореализации и коммерциализации в виртуальном пространстве.

Костюм является одним из основных атрибутов нашего бытия, он не только защищает от холода и жары, предьявляет социальный и финансовый статус, но и служит для различных форм самовыражения, являясь при этом продолжением эмоций, убеждений и вкусов. Костюм, выполняя определенные функции, удовлетворяет таким значимым, по определению Э. Фромма экзистенциальным потребностям как: потребности к творчеству; потребности в общении; потребности в слиянии с другим человеком, себе подобным. Личность получает удовлетворение не только от инновационных результатов модных стандартов и объектов, а также, от характера деятельности, связанной с реализацией модных замыслов. Посредством оригинальной идеи творец осуществляет связь с другими людьми: обогащает или обедняет круг их потребностей, формирует новые взгляды, расширяет или ограничивает их возможности [5, С. 3]. Однако, цифровая мода является новым объектом для понимания и осознания, а ее инструменты позволяют выразить творческий потенциал дизайнера способами, невозможными в физическом мире. Технологии дополняют привычный нам мир новыми элементами, также изменяя границы антропологии человека. По мнению Л.Н. Соловьевой, сегодня закладываются новые параметры онтологии и антропологии человека, изменяется его традиционная атрибутика: индивид перестает быть абсолютно плотским субъектом, обретает цифровой компонент [6,

С. 54]. Костюм цифровых аватаров становится важной частью образа индивида, дополняя свою игровую функцию социальной.

Таким образом, целью данной работы является анализ основных ценностных аспектов виртуальной моды и их влияния на личность и индустрию моды.

Обсуждение

При использовании термина «модная одежда», мы подразумеваем физические объекты, с которыми можно тактильно взаимодействовать. Виртуальная одежда не обладает подобной характеристикой, что вводит в заблуждение относительно ее значимости и ценности. «Ненастоящее», «иллюзорное» – термины, употребляемые по отношению к цифровому искусству. О.И. Белозеров в своей статье говорит: «Придя в художественную галерею многие пока не готовы восхищаться «пикселями на бумаге», что пока представляет собой цифровая живопись, хотя и признают это проявлением искусства» [7, С. 2]. С.А. Загребина подчеркивает, что «ряд философов выражали негативное отношение к технике в искусстве, в частности Ш. Бодлер, Ж. Бодрийяр, Б. Гройс и другие, полагая, что внедрение технологий в искусство приведёт к смерти последнего» [8, С.138]. Такие рассуждения исходят из ценностей прошлых веков, где критерий материальности объектов составляет их «практическую сущность». Но прогресс возможен за счет расширения границ, а новые технологии влекут за собой изменение устоявшихся парадигм. Многие исследователи обращают внимание, что изменяется сам характер творчества и теперь оно развивается в двух направлениях. Современный человек (Homo Digitalis) конструирует картину мира, постоянно находясь в гибридной реальности, образованной сосуществующими онлайн- и офлайн-повседневностями [9, С. 122]. Таким образом, объекты и образы цифровой среды приобретают статус полноправных и равноправных объектов реальности.

С.В. Валиулина в своей статье к ценностям моды относит: современность, универсальность, демонстративность, игру [10, С. 324]. Цифровой моде в полной мере соответствуют все критерии, доказывая, что креативность и уникальность могут существовать в различных формах. Например, одной из новаций современной моды стали иммерсивные технологии – которые полностью погружают потребителя в виртуальную среду, присутствующего в искусственно созданном трехмерном мире, или же позволяют в режиме реального времени дополнять костюм цифровыми элементами. Важным аспектом иммерсивных технологий и цифровой моды является интерактивность. Дизайнер, проектируя свои модели в виртуальной среде, взаимодействует с набором определенных инструментов. Благодаря современным технологиям симуляции материалов, точных трёхмерных аватаров, полностью соответствующих антропологии человека, процесс создания цифровой одежды выстроен по подобию с физическим миром. Разработка цифровой одежды проходит все этапы классического проектирования: создание эскиза, построение конструкций одежды, проработка технологии изготовления и настройка параметров тканей, виртуальный «пошив», установка фурнитуры, нанесение принтов (текстурирование) и создание финального образа. Кроме того, в виртуальном моделировании есть свои уникальные особенности и преимущества.

По мнению А. Гофмана структура моды состоит из двух ключевых элементов: модные стандарты и модные объекты. Модные стандарты – это определенные «модные» способы, правила поведения или действия. Модные объекты – это «любые объекты, которые оказываются «в моде» [11, С. 27]. Создание цифрового костюма — это трудоемкий процесс, требующий от модельера больших знаний, умений и креативности. Результатом такой работы является трехмерная модель — цифровой образ, с которым в дальнейшем взаимодействуют инфлюенсеры и потребители моды. Следовательно, трехмерная виртуальная модель костюма в полной мере может быть объектом реальности, и модной индустрии в частности. Кроме того, виртуальная мода способна задавать тренды и является современным, технологичным продолжением моды в привычном смысле слова. Возможно в ближайшем будущем вектор моды сместится именно в сторону цифровых коллекций, которые будет служить началом новых стилевых направлений, источником вдохновения и диктаторами тенденций для дизайнеров физического мира.

Следующими ценностными аспектами цифровой моды являются универсальность и доступность. Она инклюзивна и имеет равные условия для всех участников. Важным показателем качества физической одежды является ее эргономичность, но трехмерные модели, благодаря своей пластичности и гибкой настройке параметров, подходят всем. В виртуальной реальности каждый может стать зрителем цифрового показа, посетителем выставки или музея независимо от географического расположения. Технологии позволяют «примерить» цифровой костюм перед покупкой или создать свой собственный виртуальный бутик. А люди, увлеченные модой, впервые перестают быть пассивными потребителями и являются соавторами, которые ведут диалог с брендами и создают сообщества.

Ценности, транслируемые костюмом, переходят от одной социальной группы к другой, подвергаясь различным трансформациям. Цифровая мода несет в себе культурные коды, заложенные дизайнером, и воздействует на поведение, этические и нравственные нормы субъекта. Формирование виртуальной идентичности личности может происходить как за счет переноса элементов из физического мира, так и формироваться за счет деятельности в виртуальной среде, оказывающей влияние на субъект. Для индивида это возможность стать более выразительным, открытым, творческим и экологичным. Более того, виртуальная мода не ограничена физическими законами, что позволяет дизайнеру создавать уникальный футуристический образ, содействуя прогрессу в индустрии. Значимой частью введения модных инноваций является создание чего-то необычного, его демонстрация и активная популяризация [12, С. 24], что способствует самовыражению, трансляции ценностей и еще большей демонстративности. Технологии смешанной реальности в скором времени позволят трансформировать внешний вид общества – цифровые принты, анимированные надписи и дизайнерские дополнения на реальной одежде, которая может стать простой по крою в физическом мире (следуя тренду экологичности и используя исторический опыт в сфере унификации), предоставят возможность выражать свою уникальность и менять знаковость костюма по желанию индивида благодаря интеграции инноваций в повседневность [13, С. 12]. На данный момент уже существует возможность запускать контент с помощью приложений на смартфоне, наводя камеру на визуальную метку (трекер),

потребитель видит на видео цифровые элементы. Благодаря разрабатываемым на данный момент очкам дополненной реальности, данная технология будет усовершенствована для удобства и комфорта личности.

Цифровая мода существует в коллаборации с игровой индустрией. Ценность игры делает моду сопряженной с точками игрового пространства, где мода в полной мере способна проявить себя. Такими площадками, позволяющими быть не только потребителями, но и создать свою линейку одежды стали различные метавселенные: Decentraland, Roblox, AltspaceVR и др. Именно игровой элемент сделал виртуальную моду такой популярной, создавая новые формы деловой активности. Подобные площадки закладывают в свой сценарий различные смыслы, помогают донести ценности и принципы бренда до аудитории. Невзаимозаменяемые токены открывают возможности в коллекционировании и надежной защите авторских прав дизайнера, что в физическом мире является проблемой.

Также важными ценностными аспектами являются экологичность и экономичность виртуальной моды. В своей статье Н.А. Сахарова подчеркивает: «диджитализация моды за разумное потребление» [14, С. 24]. Трехмерные образцы костюма позволяют сократить ключевые ресурсы: потребление энергии, воды, затраты времени, а также решить проблему перепроизводства. Благодаря цифровым моделям производители принимают более обоснованные решения на ранних этапах процесса, имея возможность виртуально протестировать дизайн по цвету, посадке, функциям и спросу, улучшить цепочку поставок и создавать новые проекты, используя активы в качестве основы.

Заключение

Подводя итоги вышесказанному, отметим, что возникновение цифровой моды влечет за собой социально-культурные изменения, трансформацию культурных ценностей индустрии и личности, а также способов самоидентификации и трансляции знаковости.

Мода становится более свободной, постепенно постмодернизм формирует черты нового исторического стиля в костюме. Создание смешанной реальности позволяет моде быть экологичной и вместе с тем более креативной, не ограниченной физическими законами и ресурсами. Универсальность и доступность для каждого дают возможность потребителям занять активную позицию, а дизайнерам проявить свои способности независимо от географического расположения и социального слоя. Игровая индустрия в большей степени вносит в моду элемент игры и демонстративности, и, вместе с тем, свободу самовыражения и трансляцию культурных ценностей посредством костюма. Появление виртуальных миров в модной индустрии приводит к необходимости реорганизации производств, логистики и внедрению инноваций, изменению политики брендов, а развитие иммерсивных технологий усиливает метаморфозы современного социума. Таким образом, аксиологические аспекты моды под влиянием цифровизации и технологий остаются прежними, но развивается и трансформируются.

Конфликт интересов

Не указан.

Рецензия

Все статьи проходят рецензирование. Но рецензент или автор статьи предпочли не публиковать рецензию к этой статье в открытом доступе. Рецензия может быть предоставлена компетентным органам по запросу.

Conflict of Interest

None declared.

Review

All articles are peer-reviewed. But the reviewer or the author of the article chose not to publish a review of this article in the public domain. The review can be provided to the competent authorities upon request.

Список литературы / References

1. Долженко И.Б. Цифровая трансформация и ТНК индустрии моды. / И.Б. Долженко // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2020. – № 1-2(40). – с. 68-73. – DOI: 10.24411/2500-1000-2020-10064.
2. Сахарова Н.А. Цифровая мода - новая траектория развития fashion индустрии / Н.А. Сахарова // Наука - Технологии - Производство : Тезисы докладов Международной научно-технической конференции, посвященной инновационному развитию текстильной и легкой промышленности, Санкт-Петербург, 29–31 марта 2021 года. ; – СПб : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2021. – с. 33-34.
3. Али К. Перспективы использования VR-инструментов для процесса проектирования одежды из сложнофактурных материалов / К. Али, М.А. Гусева, Ю.А. Рогожин // Научные исследования и разработки в области дизайна и технологий : Материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. В 2-х частях, Кострома, 24–25 марта 2022 года; – Кострома: Костромской государственный университет, 2022. – с. 84-87.
4. Колесникова Е.В. Модная деятельность как средство инкультурации личности современного человека / Е.В. Колесникова // Костюмология. – 2021. – Т. 6. – № 1. – с. 68-73.
5. Соловьева Л.Н. Модусы цифрового бытия человека информационной эпохи. / Л.Н. Соловьева // Общество: философия, история, культура. – 2022. – № 4(96). – с. 51-55. – DOI: 10.24158/fik.2022.4.7.
6. Белозеров О.И. Цифровая живопись - замена современному искусству?. / О.И. Белозеров // Academy. – 2019. – № 2(41). – с. 12-16.
7. Загребина С.А. Диджитализация искусства: к вопросу о цифровом репродуцировании / С.А. Загребина // Цифровое общество как культурно-исторический контекст развития человека : Сборник научных статей и материалов международной конференции, Коломна, 11–13 февраля 2016 года ; под ред. Р.В. Ершовой – Коломна: Государственный социально-гуманитарный университет, 2016. – с. 138-141.
8. Рягузова Е.В. Ното Digitalis: запрос на новую конфигурацию индивидуальности / Е.В. Рягузова // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Философия. Психология. Педагогика. – 2021. – Т. 21. – № 3. – с. 320-325. – DOI: 10.18500/1819-7671-2021-21-3-320-325

9. Валиулина С.В. Атрибутивные ценности моды / С.В. Валиулина // Традиции и инновации в строительстве и архитектуре. Архитектура и дизайн : сборник статей; под ред. М.И. Бальзанникова, К.С. Галицкова, Е.А. Ахмедовой – Самара : Самарский государственный архитектурно-строительный университет, 2016. – с. 324-326.
10. Гофман А.Б. Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения / А.Б. Гофман – СПб: Питер, 2004. – 208 с.
11. Будникова О.В. Социально-психологические аспекты инновационной деятельности в индустрии моды / О.В. Будникова, Е.В. Колесникова // Российские регионы как центры развития в современном социокультурном пространстве : сборник научных статей материалы Всероссийской научно-практической конференции, Курск, 20 октября 2018 года; – Курск: Юго-Западный государственный университет, 2018. – с. 22-28.
12. Будникова О.В. Формула конструктивизма в дизайне костюма / О.В. Будникова, А.Г. Хмелевская // Костюмология. – 2022. – Т. 7. – № 2.
13. Сахарова Н.А. Тренды развития цифровой моды в ключевых аспектах устойчивого развития. / Н.А. Сахарова // Физика волоконистых материалов: структура, свойства, наукоемкие технологии и материалы (SMARTEX). – 2021. – № 1. – с. 61-66. – DOI: 10.47367/2413-6514_2021_1_61

Список литературы на английском языке / References in English

1. Dolzhenko I.B. Cifrovaya transformaciya i TNK industrii mody' [Digital transformation and TNK of the fashion industry]. / I.B. Dolzhenko // Mezhdunarodnyj zhurnal gumanitarny'x i estestvenny'x nauk [International Journal of Humanities and Natural Sciences.]. – 2020. – № 1-2(40). – p. 68-73. – DOI: 10.24411/2500-1000-2020-10064. [in Russian]
2. Sakharova N.A. Tsifrovaya moda - novaya traektoriya razvitiya fashion industrii [Digital fashion - a new trajectory of the fashion industry development] / N.A. Sakharova // Science - Technology - Production : Abstracts of the International Scientific and Technical Conference dedicated to the Innovative development of Textile and Light industry, St. Petersburg, March 29-31, 2021.; – SPb : Saint Petersburg State University of Industrial Technologies and Design, 2021. – p. 33-34. [in Russian]
3. Ali K. Perspektivi ispolzovaniya VR-instrumentov dlya protsessa proektirovaniya odezhdi iz slozhnofakturnikh materialov [Prospects of using VR tools for the process of designing clothes made of complex materials] / K. Ali, M.A. Guseva, Yu.A. Rogozhin // Scientific research and development in the field of design and technology : Materials of the All-Russian Scientific and Practical Conference with international participation. In 2 parts, Kostroma, March 24-25, 2022; – Kostroma: Kostroma State University, 2022. – p. 84-87. [in Russian]
4. Kolesnikova Ye.V. Modnaya deyatelnost kak sredstvo inkulturatsii lichnosti sovremennogo cheloveka [Fashion activity as a means of inculturation of the personality of a modern person] / Ye.V. Kolesnikova // Kostyumologiya [Costumology]. – 2021. – Vol. 6. – № 1. – p. 68-73. [in Russian]
5. Solov'eva L.N. Modusy' cifrovogo by'tiya cheloveka informacionnoj e'poxi [Modes of digital existence of a person of the information age]. / L.N. Solov'eva // Obshchestvo: filosofiya, istoriya, kul'tura [Society: philosophy, history, culture]. – 2022. – № 4(96). – p. 51-55. – DOI: 10.24158/fik.2022.4.7. [in Russian]
6. Belozеров O.I. Cifrovaya zhivopis' - zamena sovremennomu iskusstvu? [Is digital painting a substitute for modern art?]. / O.I. Belozеров // ACADEMY [Academy]. – 2019. – № 2(41). – p. 12-16. [in Russian]
7. Zagrebina S.A. Digitalizatsiya iskusstva: k voprosu o tsifrovom reproduktirovanii [Digitalization of art: on the issue of digital reproduction] / S.A. Zagrebina // Digital Society as a cultural and historical context of human development : Collection of scientific articles and materials of the International Conference, Kolomna, February 11-13, 2016; edited by R.V. Yershovoi – Kolomna: State Social and Humanitarian University, 2016. – p. 138-141. [in Russian]
8. Ryaguzova Ye.V. Homo Digitalis: zapros na novuyu konfiguratsiyu individualnosti [Homo Digitalis: Request for a new personality configuration] / Ye.V. Ryaguzova // Izvestiya Saratovskogo universiteta. Novaya seriya. Seriya: Filosofiya. Psikhologiya. Pedagogika [News of Saratov University. A new series. Series: Philosophy. Psychology. Pedagogy.]. – 2021. – Vol. 21. – № 3. – p. 320-325. – DOI: 10.18500/1819-7671-2021-21-3-320-325 [in Russian]
9. Valiulina S.V. Atributivnie tsennosti modi [Attributive values of fashion] / S.V. Valiulina // Traditions and innovations in construction and architecture. Architecture and design : collection of articles; edited by M.I. Balzannikova, K.S. Galitskova, Ye.A. Akhmedovoi – Samara : Samara State University of Architecture and Civil Engineering, 2016. – p. 324-326. [in Russian]
10. Gofman A.B. Moda i lyudi. Novaya teoriya mody' i modnogo povedeniya [Fashion and people. A new theory of fashion and fashionable behavior] / A.B. Gofman – SPb: Piter, 2004. – 208 p. [in Russian]
11. Budnikova O.V. Sotsialno-psikhologicheskie aspekti innovatsionnoi deyatelnosti v industrii modi [Socio-psychological aspects of innovation in the fashion industry] / O.V. Budnikova, Ye.V. Kolesnikova // Russian regions as development centers in the modern socio-cultural space : collection of scientific articles materials of the All-Russian Scientific and Practical Conference, Kursk, October 20, 2018; – Kursk: Southwest State University, 2018. – p. 22-28. [in Russian]
12. Budnikova O.V. Formula konstruktivizma v dizaine kostyuma [The formula of constructivism in costume design] / O.V. Budnikova, A.G. Khmelevskaya // Kostyumologiya [Costumology]. – 2022. – Vol. 7. – № 2. [in Russian]
13. Saxarova N.A. Trendy' razvitiya cifrovoy mody' v klyuchevy'x aspektax ustojchivogo razvitiya [Trends in the development of digital fashion in key aspects of sustainable development]. / N.A. Saxarova // Fizika voloknisty'x materialov: struktura, svoystva, naukoemkie tekhnologii i materialy' (SMARTEX) [Physics of fibrous materials: structure, properties, high-tech technologies and materials (SMARTEX).]. – 2021. – № 1. – p. 61-66. – DOI: 10.47367/2413-6514_2021_1_61 [in Russian]