

**МОДА В ЕПОХУ НОВІТНІХ ТЕХНОЛОГІЙ.
ОДЯГ З ДОПОВНЕНОЮ РЕАЛЬНІСТЮ**

Т.Є. ХЕМІЙ, Н.А. ЮЩАК

Галицький коледж імені В'ячеслава Чорновола

Сучасні люди живуть в епоху новітніх технологій, рушійною силою яких є інформація. Вона оточує нас всюди і скрізь. Будь-яка діяльність людини пов'язана з використанням та споживанням інформації. Тому сучасне суспільство можна сміливо назвати інформаційним.

На ринку все більше з'являється продуктів, які забезпечують ефективну інформаційну та комунікативну взаємодію між розробником та споживачем. З позиції виробника інформаційний продукт – це сукупність даних, сформованих виробником для їхнього поширення. Тому в епоху новітніх технологій одяг повинен бути не лише функціональним чи ергономічним, а й нести певну інформацію для споживача. Багато відомих дизайнерів створюють колекції, які наділені певною сукупністю даних. Саме тому в епоху новітнього часу формуються зовсім інші головні риси одягу.

Одна з перших рис новітнього одягу – це звернути увагу споживача на сучасні проблеми людства, та навіть допомогти в їх вирішенні. Наприклад, у ХХІ столітті є дуже актуальною проблема екології: вирубано багато гектарів лісів, часті викиди небезпечних речовин в атмосферу, а ще значне матеріальне забруднення довкілля. У такий час багато брендів агітують повторне використання матеріалів, зокрема пластику, який розкладається в природі більше тисячі років. PUMA випустила колекцію одягу з двох мільйонів перероблених пластикових пляшок. Бренд створив лінію одягу та взуття в колаборації з глобальною організацією First Mile, що займається переробкою пластикових відходів. Колаборація стала частиною програми PUMA Forever Better («Завжди краще») – її метою є зменшити вплив на довкілля. У колекцію ввійшла лінія тренувального одягу – футболки та легінси з технологією dryCELL, яка дозволяє шкірі дихати скрізь тканину, спортивні бра, штани та куртки з технологією захисту від холоду та вітру windCELL, а також анораки. Більшість речей виготовлені з тканини, що містить не менше як 83% переробленого пластику, а деякі моделі повністю створено з такого матеріалу. Наприклад, на виготовлення куртки чи легінсів переробляється близько 12 пластикових пляшок, на анорак – 16, а корпус кросівок з колекції у своєму складі містить не менше як 50% переробленого пластику [3].

Ще однією, не менш важливою характеристикою сучасного одягу є його функціональність та багатогранність. Одяг-конструктор – це ідеальне рішення для людей, які хочуть аби одну модель одягу можна було носити по-різному. На подіумах цього року простежувалися такі моделі. NCYZIP – український бренд одягу-конструктора, заснований у 2019 році. Для виготовлення одягу бренд використовує власну переробку деніму й апсайклінг (повторне використання речей для створення нових виробів). NCYZIP випустив тренч-конструктор. Його особливість полягає в тому, що ви можете самостійно

змінювати колір чи довжину тренча, замість того, щоб купляти новий. «Тренч-конструктор складається з 6 елементів, маючи, наприклад, 3 додаткові елементи покупець зможе створити майже 40 різних варіацій: тренчів, курток, жилетів. І коли в наступному сезоні в «моду» увійде новий, колір, крій, фасон чи фактура (наприклад, вельвет) дівчина чи хлопець більше не будуть змушені забувати про свій старий тренч», – коментують у NCYZIP [4].

Також сучасний одяг здатен привертати увагу до історії, аби люди пам'ятали про своє минуле. Наприклад, українські дизайнери й бренди одягу все частіше звертаються до культурних надбань минулого, створюючи окремі моделі й цілі колекції. Нещодавно Український бренд Touchof і громадська організація "Мапа Реновації" створили лімітовану колекцію одягу kyiv[re]novation, яка присвячена закинутим будівлям Києва. Запуск колекції приурочений до Дня Києва. Колекція артикулює до проблеми втрати автентичної архітектури та має на меті показати, що спільнодія жителів здатна врятувати Старий Київ від забуття. Лінійка одягу складається з бавовняних унісекс футболок, на яких зображені шість культових і закинутих будівель Києва, та апсайкл-шортів з вінтажного вельвету та деніму у різних кольорах. Через застосування апсайклінгу автори колаборації прагнуть донести ідею перевикористання як одягу, так і закинутих будівель. Ця колекція – про відповідальне ставлення до середовища, де ми живемо, – до міста з його історією і довкіллям [5].

Ще одним трендом в епоху новітніх технологій є віртуальні колекції, їх показ та навіть примірка. Такі новинки є дуже зручними як для продавця так і для споживача. Для прикладу, український бренд UkrLook представив віртуальну колекцію етноодягу. Це перший у світі етнобренд, що створив сучасні національні костюми у форматі цифрової моди. Діджитал моделі, натхненні традиційним українським вбранням з вишивкою, ексклюзивно представлені на міжнародній платформі Dress X. Одяг доступний для примірки та покупки онлайн. Цифрова модель завантажується на будь-яку фотографію власниці, підлаштовуючись під фігуру та позу. 3D колекція є екологічною ініціативою, завдяки якій новий одяг створюється без забруднення природи виробництвом. Бренд UkrLook давно підтримує тенденцію sustainable fashion, випускаючи колекції невеликими дропами, працює з природними тканинами та не використовує поліетилен для пакування. Засновники бренду UkrLook вважають діджитал колекцію поєднанням реального та підсвідомого. «3D одяг – це майбутнє, яке ми бачимо у підсвідомості та втілюємо у реальності». Діджитал одяг, що поєднує сучасні силуети та традиційні орнаменти, поширює генетичний код української нації та допомагає просувати українську культуру у світі [6].

Та найактуальнішою новинкою в час новітніх технологій є одяг з доповненою реальністю. Такі моделі відкривають нову сторінку в світі моди. Головна перевага одягу з доповненою реальністю – це можливість мати декілька образів, купивши лише одну річ. 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. На ній розміщено невеликий принт, що дозволяє за допомогою спеціального додатку на смартфоні накладати на виріб певний набір різних анімованих зображень [7].

Український бренд одягу FINCH і студія з розробки продуктів у доповненій реальності FFFACE випустили капсулу напіввіртуального одягу.

Творці капсули пропонують замість того, щоб купувати більше одягу заради створення модних фотографій і відео, перевести таке споживання в діджитал. Тим самим звільняється місце в гардеробі та підтримується ідея сталого споживання. Щоб активувати AR-шар, досить просто відкрити Instagram-ефект і навести на принт. Активуючи анімацію, можна відразу постити контент і отримувати лайки. Для активації AR не потрібно встановлювати додаткові застосунки. Завдяки реалізації функціоналу на базі Instagram-фільтра ефект не тільки доступний усім, але й може постійно оновлюватися без змін у фізичній версії одягу. Уже за місяць після створення капсули FFFACE додали другий AR-шар до кожного предмета одягу. Таким чином власники, маючи одну фізичну річ, отримали два і більше цифрових образи.

Бренд одягу FINCH першим в Україні створили одяг з доповненою реальністю (AR) – звичайний принт на футболці, коли на нього наводиш смартфон, немов оживає. Рухливі віртуальні 3D-втілення видно тільки на екрані гаджета. Такий одяг потрібен активним користувачам соцмереж для створення незвичайного контенту: відео, фото, селфі, сторіз і постів. За допомогою таких ефектів можна, наприклад, підвищити відвідуваність свого профілю в Instagram, адже користувачі будуть активно коментувати і ділитися один з одним вашими фото і відео [8].

Нещодавно FFFACE спільно з FINCH розробили колекцію мерчу з доповненою реальністю для Pepsi. Проєкт реалізували протягом двох тижнів. Це звичайні футболки зі спеціальним принтом. Коли користувач відкриває Instagram фільтр та наводить камеру смартфона на людину, одягнену в цю футболку, з принта випливають бульбашки газованої води, які можна лопати. Також фільтр поміщає і самого користувача в бульбашку. Команда FINCH розробили дизайн принта за допомогою програми для генеративного дизайну Glitche [9].

З розвитком значення соціальних мереж в житті людей значно зростає 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.

Отже, у XXI столітті інформація відіграє неабияку роль. Це і впливає на визначальні риси сучасного одягу. Серед яких головними є наділення речей певною сукупністю даних для привертання уваги до різних питань; багатофункціональність моделей та повторне використання матеріалів; цифровий та віртуальний одяг; можливість, купуючи одну річ, отримати декілька образів. Та найактуальнішою новинкою у моді в епоху новітніх технологій є одяг з доповненою реальністю. Такий одяг появився недавно, але з кожним днем стає все більш актуальним. Його сміливо можна назвати одягом майбутнього, бо поєднує в собі визначні риси, які характеризують сучасний одяг.

Література

1. Інформаційні продукти і послуги [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://buklib.net/books/25419/>.
2. Особливості розвитку інформаційного ринку: Монографія / Ін-т економіко-правових досліджень НАН України. – Донецьк: ТОВ “Юго-Восток, Лтд”, 2005. 217 с.
3. PUMA випустила колекцію одягу з двох мільйонів перероблених пластикових пляшок [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://donttakefake.com/puma-vipustiv-kolektsiyu-odyagu-z-dvoh-miljoniv-pereroblenih-plastikovih-plyashok/>
4. Тренч-конструктор від українського бренда NCYZIP [Електронний ресурс] / Режим доступу: https://www.the-village.com.ua/village/service-shopping/style_buy/303735-trench-konstruktor-vid-ukrayinskogo-brenda-ncyzip
5. Бренд Touchof і "Мапа Реновації" випустили колекцію одягу, присвячену закинутим будівлям Києва [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://bzh.life/ua/mesta-i-veshi/brend-odyagu-touchof-z-mapoyu-renovacziyi-vipustili-kolektsiyu-odyagu-prisvyachenu-zakinutim-budivlyam-kieva/>
6. Віртуальна вишиванка: бренд UkrLook випустив першу у світі колекцію цифрового етно-одягу [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://ukrainian.fashion/virtualna-vishivanka-brend-ukrlook-vipustiv-pershu-u-sviti-kolektsiyu-cifrovogo-etno-odyagu/>
7. Wearers can update political messages on Carlings' augmented-reality T-shirt [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://www.dezeen.com/2020/01/14/carlings-last-statement-tshirt-political-slogans-ar/>
8. Український бренд створив одяг із доповненою 3D-реальністю [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://shotam.info/ukrainskyu-brend-stvoryv-odiah-iz-dopovnoioiu-3d-realnistiu-video/>
9. У Pepsi з'явився одяг з доповненою реальністю [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://telegraf.design/news/u-pepsi-z-yavyvsya-odyag-z-dopovnoyou-realnistyu/>