

УДК687.016.6:687.122

**ІМІДЖКЛОУЗІНГ У СМАРТФОНІ – DIGITAL ТЕХНОЛОГІЇ
РОЗРОБКИ ВЛАСНОГО СТИЛЮ**

С. Г. КУЛЕШОВА

Хмельницький національний університет

Вступ. COVID-19 беззаперечно став глобальним економічним шоком. Не виключенням стала й fashion-індустрія, яка наразі займається вирішенням питань пов'язаних із наслідками пандемії. Саме глобальна digital трансформація є найбільш ефективним способом вирішення ключових проблем та пріоритетів на думку багатьох фахівців [1].

Технічний прогрес, перенасичення ринку товарами, навіть у сегменті Luxury, швидкість змін модних тенденцій змушує виробників переглянути свою стратегію розвитку та вектор, у якому потрібно рухатися та розвиватися. Fashion-дизайн відноситься до видів діяльності, які найбільше залежать від інновацій. Це особливо яскраво проявляється в дизайні костюма, об'єктом призначення якого є людина, а метою – формування іміджу з урахуванням особливостей особистості. Останнім часом інтеграційні стратегії творення модних інновацій, в контексті їх візуалізації й презентації, актуалізували проблему розуміння стилю як комунікативного засобу [1, 2].

Питання комунікативних практик, які застосовує мода, визначаються: в графічному рішенні модного образу (образотворчі техніки графічної презентації, комп'ютерні технології); в презентації модного образу (фотографія, показ моделей одягу, поліграфічні та мас медійні засоби, перфоманси, відео та віртуальна презентація, реклама, інтегровані маркетингові технології, бренди моди та ін.) [1].

Об'єктом дослідження є процес формування авторських асортиментних капсул гардеробу на основі нових інноваційних проєктних практик, художніх образів та стилістичних вирішень.

Предметом дослідження є digital технології розробки власного стилю.

Мета: розробка капсул гардеробу для адресного споживача за допомогою digital інструментів і автоматизованих методів дизайн-проєктування, які виникають як інтеграційні стратегії творення модних інновацій fashion-брендів.

Теоретичною і методичною основою дослідження стали праці зарубіжних та вітчизняних вчених з проблем формування іміджу, раціонального гардеробу, просування fashion-бренду, розвитку fashion-ринку брендового одягу.

Для досягнення мети необхідно виконати наступні завдання:

- сформулювати робочу гіпотезу дослідження;
- виконати порівняльний аналіз існуючих мобільних додатків для створення капсульного гардеробу, його планування та організації;

– розробити рекомендації щодо послідовності дій для формування авторських асортиментних капсул гардеробу з використанням певного мобільного додатку, або декількох мобільних додатків;

– виконати експертне онлайн оцінювання використаних мобільних додатків.

Результати дослідження. Ситуація з пандемією COVID-19 призвела до глобального використання мобільних технологій для ведення fashion-бізнесу в онлайн форматі. Подібний технологічний підхід в бізнесі не просто комерційно прорахований, а й дає можливість спілкуватися із споживачем без посередників, налагоджувати та підтримувати з ними зв'язки. Під час пандемії COVID 19 це дало можливість fashion-бізнесу утриматися і зберегти бізнес, а також краще зрозуміти онлайн-середовище.

Основна гіпотеза дослідження полягає в тому, що мобільний додаток – це спосіб покращення не лише каналів зв'язку між fashion-брендом і споживачем, але й сам процес графічної презентації модних інновацій fashion-брендів і засіб формування нових звичок в онлайн покупках і формуванні власного стилю і гардеробу споживача.

Зміни торкнулися не тільки нових можливостей презентації та популяризації fashion-брендів, а і можливостей реалізації нових ідей у спеціалізованих мобільних додатках. В останні роки помітний тренд щодо досліджень та розробки мобільних додатків для роботи з гардеробом споживачів [3, 4]. Окрім безпосередньо функції організації гардеробу, такі додатки мають функції візуального нагадування і поради щодо підбору стилю для визначеного кольоротипу споживача та визначеної події.

Подібні функції має цілий ряд додатків, які можна знайти на платформах Google Play, App Store та ін. Зокрема, за допомогою пошуку за ключовими словами «wardrobe», «гардероб», «іміджкоузінг», «модні кольори одягу», «гармонія кольорів» та інших слів-синонімів було виявлено більше ніж 300 додатків найбільш популярних у цій сфері.

Фрагмент результатів порівняльного аналізу додатків для розробки власного стилю споживача наведено в табл. 1.

За результатами аналізу найширшою функціональністю характеризуються мобільні додатки Acloset, Dressika та Color Gear. Крім того, вони мають досить високий рейтинг серед користувачів (табл. 1) і є безкоштовними. Доцільно рекомендувати їх для створення капсульного гардеробу, його планування та організації.

Науковцями доведено [2, 8], що вибір того чи іншого стилю одягу прив'язаний до певних нормативних характеристик психоемоційного стану споживача. Така «стилізація» тіла здійснюється як ряд комунікативних стратегій споживача: «Я» для себе, «Я» для інших, «Я» змінений іншим для інших [2].

Таблиця 1 – Порівняльний аналіз мобільних додатків для розвитку стилю

Назва	Опис	Рейтинг користувачів	Кількість завантажень	Автори	Рік
 Acloset	Дозволяє переглядати та керувати всіма модними речами одним разом. Проста та зручна реєстрація мого одягу. Планувальник образів. Огляд гардеробів лідерів за стилем.	4,4	500000+	Acloset	2022
 Stylebook	Організація гардеробу та управління шафами. Можна додавати необмежену кількість зображень одягу та аксесуарів, створювати контрольні списки та інфографіку для друку, планувати, що одягнути в календарі, і передавати образи, предмети одягу чи натхнення на інші пристрої iOS. Пошук доступний за ключовими словами або властивостями, такими як тканина, сезон, колір тощо.	4,7	165	Left brain / right brain, LLC	2021
 Dress-MeApp: outfit ideas	Капсульний гардероб: Автоматичне формування одягу по стилям: офіс, стильний повсякденний одяг, вихід у світ, відпочинок у місті у офіційному або розслабленому стилях. Віртуальна примірочна. Збереження Образів	5,0	100000+	Kolyada Group Inc.	2017
 Show My Colors: Color Palettes	4 палітри для кожного кольоротипу: базові кольори, трендові кольори, повна кольорова карта, колірні комбінації - палітри макіяжу: детальний опис кожного кольоротипу - визначені користувачем картки кольорів за допомогою функції улюблених кольорів	4,4	100000+	Brilliant Seasons	2022
 Dressika	Автоматичне визначення кольоротипу по фото. Віртуальний гардероб. Віртуальна примірочна. Персональна палітра кольорів. Палітри макіяжу	3,9	100000+	Standy Soft	2022
 Color Gear	Додаток використовує теорію кольорів на основі кольорових кіл і гармонійних схем для створення гармонійних палітр. 13 гармоній кольорів. Аналіз по фото і формування палітр. Підтримує дві колірні моделі. Розробка колажу і принта.	4,7	500000+	appsvek	2022
 Color Harmony	Додаток містить різноманітні колірні режими (RGB, HSV, RAL, CMYK) і алгоритми гармонії кольорів. Призначений для створення палітри на основі фотографії. Є можливість розробити ваші палітри вручну	4,6	1000000+	Powsty	2022

Стилисти і представники fashion-брендів розглядають модний, ситуаційний (капсульний) гардероби [2]. Ситуаційний гардероб як набір предметів одягу, використовуваний для певних цілей, в якому всі предмети поєднуються між собою за кольором і стилем, це – капсульний гардероб, який містить набір з 6-8 речей (аксесуари не входять в цей список), що гармонійно комбінуються між собою.

Люди різного віку формують свій гардероб неоднаково. Якщо молодь при створенні гардероба в першу чергу звертає увагу на відповідність виробів моді, їх комплектність, взаємозамінність, зокрема вважаючи зносостійкість не

самою головною властивістю одягу, то люди старшого віку віддають перевагу добротному, комфортному одягу. Молодь при формуванні гардероба прагне збільшити кількість виробів універсальних, багатофункціональних, добре комплектованих з іншими виробами, наприклад курток, спідниць, брюк, блуз, піджаків, светрів. В ході роботи раціональний гардероб одягу визначено як раціональний запас виробів, яким повинна володіти кожна людина для задоволення своїх дійсних потреб в одязі. Дійсні потреби – це максимально можливий рівень потреб, забезпечуваний можливостями системи моди в даний історичний момент в конкретних умовах розвитку системи моди.

Таким чином, удосконалення структури і асортименту раціонального гардеробу за допомогою використання спеціалізованих мобільних додатків з функцією віртуального гардеробу дозволить знизити витрати часу на підбір і гармонізацію елементів гардеробу при високій естетичній якості результату.

Важливим моментом є підбір правильних складових капсули: за колірною гамою у відповідності до кольоротипу споживача і його психологічних особливостей, за поєднанням фактур, а також за обраним стилем і запланованим враженням.

Послідовності дій для формування авторських асортиментних капсул гардеробу з використанням мобільних додатків має наступний алгоритм:

1. Навести детальну характеристику обраного стилю і підстилю одягу, в якому планується розробка капсули гардеробу обраного кольору. Обрати майбутній проектний образ з запланованим враженням.

2. Проаналізувати напрямок моди вибраного стилю одягу і асортименту розробляємої капсули гардеробу. Розробити з допомогою джерел творчості з мережі Інтернет: рисунків і фото, Мудборд, який передає емоційний контекст майбутнього проектного образу.

3. На основі прогнозних колористичних пропозицій відтінків обраного кольору на певний модний сезон, сформувані базу модної кольорової гами, фактури матеріалів, взуття і аксесуарів для капсули гардеробу, що розробляється.

4. Навести рекомендовані відтінки обраного кольору для адресного споживача за допомогою мобільних додатків Dressika, Color Gear [5-7].

5. За допомогою інструментальних засобів універсальних графічних редакторів, мобільних додатків (Dressika, Color Gear, Acloset), сформувані авторські асортиментні капсули гардеробу адресного споживача з запланованим враженням.

В процесі дослідження було розроблено авторські гардеробні капсули стилю Картатий Street Casual, які візуалізують всі вище описані принципи на прикладі зеленого кольору (рис.1).



Рис. 1. Використання мобільних додатків у практичній роботі: а) візуалізація етапів 1-3; б,в) візуалізація етапу 4, мобільні додатки Dressika та Color Gear; г) візуалізація етапу 5 – сформовані капсули гардеробу у мобільному додатку Acloset

Онлайн опитування здійснено за стандартною схемою, розробленою і апробованою автором [9] на основі методики семантичного диференціалу.

Кожен з трьох обраних мобільних додатків оцінювався експертами за одним шаблоном анкети. Загальноприйнятою практикою формулювання запитань для анкети за методикою семантичного диференціалу є співставлення ключових біполярних слів (рис. 2).

Наскільки мобільний додаток корисний для Вас?	Чи має додаток зручний інтерфейс?	Додаток складний у роботі?	Оцініть, наскільки важливою є	Оцініть повноту змісту вкладок	Оцініть швидкість роботи додатку	Оцініть якість додатку порівнянні з іншими продуктами цього виду
Некорисний Корисний	Незручний інтерфейс Зручний інтерфейс	Складний Простий	Не важливо Дуже важливо	Не достатній Достатній	Повільно Швидко	Гірше Краще

Рис. 2. Принципу формування запитань і відповідей для анкетування

Експертна група складалася з 35 представників швейної галузі: студенти; викладачі (ВНЗ/училища, майстер виробничого навчання, вчитель); працівники швейної галузі (власник fashion-бренду, конструктор, технолог, закрійник, швачка тощо); дизайнери. Приклад анкети у Google формі представлено на рис. 3.

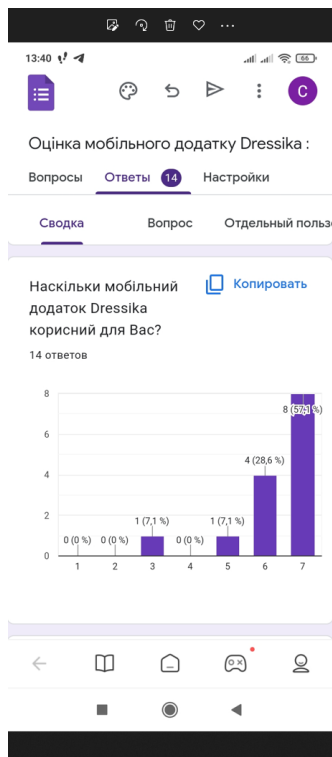
Рис. 3. Приклад форми анкети

Значення вибору: 1,2,3 – низький ступінь прояву якісного показника; 4 – нейтральний ступінь якості показника, 5,6,7 – високий ступінь якісного показника.

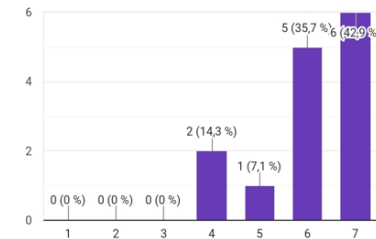
Наступним кроком дослідження було переведення оцінок експертів в шкали семантичного диференціалу (рис. 4). Шкали представлені в анкеті у вигляді горизонтальних лінійок. Кожна шкала має сім градацій ознак, виражених чисельно (-3, -2, -1, 0, +1, +2, +3) [8].

1	2	3	4	5	6	7
-3	-2	-1	0	1	2	3

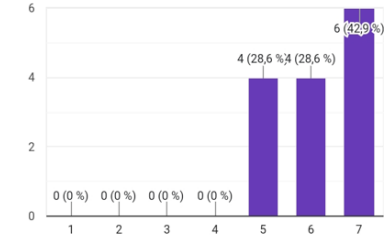
Рис. 4. Відповідність оцінок шкалі семантичного диференціалу



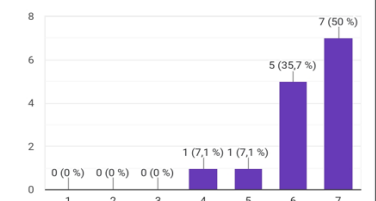
Чи має додаток зручний інтерфейс?
14 ответов



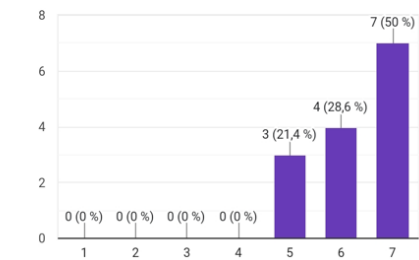
Додаток Dressika складний у роботі?
14 ответов



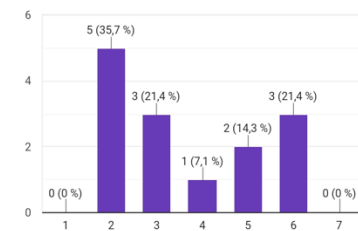
Оцініть, наскільки важливою є можливість формування власного віртуального гардеробу
14 ответов



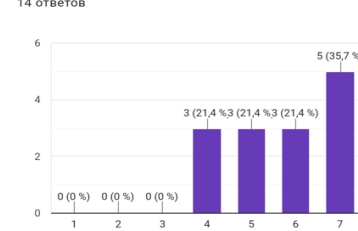
Оцініть швидкість роботи додатку
14 ответов



Оцініть повноту змісту вкладок
14 ответов



Оцініть якість додатку Dressika у порівнянні з іншими продуктами цього виду
14 ответов



Вкажіть вид Вашої діяльності
14 ответов

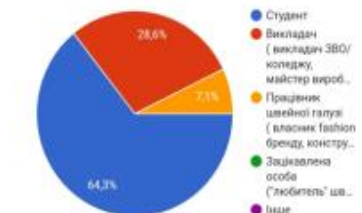


Рис. 5. Приклад результату опитування мобільного додатку Dressika

В результаті аналізу результатів опитування, всі три мобільні додатки оцінюються в основному балами, пов'язаними з позитивним значенням ключових слів. Аналізуючи відповіді (рис. 5), можна відзначити, що найбільш суперечливим моментом в кожному опитуванні є запитання «Оцініть повноту змісту вкладок». Експерти відзначили недостатню кількість вкладок для виконання завдань практичних робіт для кожного із застосованих мобільних додатків. Це свідчить про актуальність використання для вирішення поставлених задач саме трьох додатків і є перспективою для розробки мобільного додатку, який би самостійно забезпечував виконання всіх поставлених завдань.

Висновок. Запропоновано підходи до застосування мобільних додатків, як інноваційних digital інструментів для розробки капсул гардеробу для адресного споживача.

З'єднання слів імідж + одяг в іміджклоузінг змушує переглянути сучасні, прийняті в науці визначення понять «костюм» і «одяг». Найпростіша розшифровка укладена в поєднанні слів image (одне з знач. з англ. – імідж) і

clothing (англ. одяг, одягання) означає разом імідж + процес одягання, тобто мова йде про цілеспрямоване використання костюма для формування індивідуального образу.

Сформульована робоча гіпотеза дослідження щодо можливості адаптації мобільних додатків для створення капсульної гардеробу, його планування та формування індивідуального образу споживача знайшла своє підтвердження на прикладі ряду додатків і їх конкретного практичного застосування.

Література

1. Дерман Л. М. Діджитал-проекування та презентація колекції одягу як автоматизована граматики ХХІ століття / Л. М. Дерман // Дизайн. Культура і сучасність. – 2020. – №2. – С. 118-122.
2. Болотова В.О. Іміджологія: текст лекцій для студентів спеціальностей 054 «Соціологія», 061 «Журналістика» / В. О. Болотова, Н. О. Ляшенко, К. А. Агаларова – Харків : НТУ «ХП», 2021. – 150 с. http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-ress/55391/1/Book_2021_Bolotova_Imidzholohiia.pdf
3. Захаркевич О. В. Обґрунтування вибору мобільних додатків для створення та упорядкування модного гардеробу / О. В. Захаркевич, Ю. В. Кошевка, С. М. Лисенко // Вісник Хмельницького національного університету. Технічні науки. – 2022. – №1 (305). – С. 25-30. DOI 10.31891/2307-5732-2022-305-1-25-30
4. Hong H. R. A mobile application for personal colour analysis / H. R. Hong & Y. I. Kim // Cogent Business & Management, 6: 1576828, 2019, 11 p. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://doi.org/10.1080/23311975.2019.1576828>
5. Color Gear: палітра кольорів, [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://play.google.com/store/apps/details?id=design.vek.color_gear.lite&hl=uk
6. Dressika Кольоротип по фото, [Електронний ресурс], Режим доступу: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.standysoftware.colorstyle&hl=uk&gl=US>
7. Acloset [Електронний ресурс], Режим доступу: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.looko.acloset&hl=ru&gl=US>
8. Kuleshova S. G. Image clothing as a perceptual component of clothing design / S. G. Kuleshova, A.L. Slavinska, O. V. Zakharkevich, G. S. Shvets // Textiles, clothing, leather and technologies. – 2017. – Vol. 3. – P. 12-20.
9. Zakharkevich O. Development of the mobile applications for using in apparel and shoes design / O. Zakharkevich, J. Koshevko, S. Kuleshova, S. Tkachuk & A. Dombrovskiy // Vlakna a Textil. – 2021. – №28(2). – P. 105–122.