

## ЦИФРОВИЗАЦИЯ В ИНДУСТРИИ МОДЫ

Харевич У. А.

Белорусский национальный технический университет

e-mail: kharevich.ulyana@mail.ru

*Summary.* This article examines the impact of digital transformation on the fashion industry. The factors of interaction between the physical world of things and virtual reality are analyzed, and the prospects for integrating digital technologies into the fashion industry are considered.

Сегодня мировая экономика находится на пороге четвертой промышленной революции или «Индустрии 4.0», в составе которой развивается цифровая экономика. В настоящий момент цифровизация привела к появлению ряда инноваций в fashion-индустрии. «В ответ на конкурентное давление по обеспечению роста продаж и минимизации затрат многие бренды начали серию инициатив, направленных на ускорение инноваций и сменяемости вывода на рынок коллекций, а также внедрение устойчивых инноваций в процессе разработки своих основных продуктов, глобальную производственную систему и цепочки поставок» [1, с. 68].

Внимание, которое европейские бренды и общество уделяют своим китайским коллегам, совсем не похоже на то, что было пару лет назад, когда место на Европейской неделе моды было лучшим шансом для любого китайского дизайнера добиться международного признания. Значимость китайского модного рынка произошла не сразу. Вековая история традиционной культуры, эволюция потребительских ценностей, технологические инновации и объединение западных рынков с рынком Китая – краткое изложение состояния моды в стране.

Мир становится все более технологичным, и индустрия моды не исключение. Китай присоединяется к этому явлению благодаря своим инновациям в розничной торговле и межканальному сотрудничеству между модой и видеоиграми, а также за счет использования технологических достижений для создания более устойчивой отрасли. С 2022 года модные бренды все чаще стремятся к межотраслевому сотрудничеству. Например, функция Louis Vuitton в League of Legends была одной из первых, кто предложил цифровую одежду для игровых аватаров. Это сотрудничество стало значимым шагом в объединении мира моды и видеоигр, демонстрируя, как бренды могут адаптироваться к новым технологиям и меняющимся интересам индивидов [2].

Обзор инновационной трансформации Китая позволяет получать ценные выводы и развиваться в направлении цифровой моды. Практически каждая работа в индустрии моды требует творческих подходов. Дизайнеры должны уметь визуализировать одежду, которая еще не суще-

ствуется. Это было внедрено всегда, но с помощью ручной графики. Цифровой дизайнер создает концепцию продуктов и образные решения, а затем использует самые современные технологии и программные обеспечения для воплощения своих идей в жизнь. Современные технологии разрабатывать и даже примерять новые образы через компьютерные программы. Для потребителей онлайн-шоппинг с использованием таких программных продуктов, становится удобным, поскольку они наглядно позволяют продемонстрировать, как одежда будет смотреться на клиенте. При индивидуальном пошиве, с помощью цифровых обмеров, процесс снятия мерок становится бесконтактным, а производители одежды становятся ближе к своим покупателям. К примеру, Регина Турбина – дизайнер, которая решила переосмыслить индустрию моды: создала и продала первый цифровой костюм, а потом запустила свой собственный магазин, в котором собрана только виртуальная одежда. Иван Ургант в виртуальном луке Gucci x The North Face на обложке GQ – работа Регины, которая совершает первые шаги в инновационное будущее [3].

Таким образом, в условиях постоянных инноваций и значительных успехов в технологиях большая часть представителей традиционных профессий переходят на новые специальности и направления, которые возникают в силу глобальной цифровой трансформации. Цифровизация позволила сформировать мультиплатформенную ветвь в профессиональной деятельности дизайнера. Благодаря цифровым технологиям безгранично расширяются горизонты, открываются новые перспективы развития в социальной и экономических сферах.

#### **Список использованных источников**

1. Долженко, И. Б. Цифровая трансформация и ТНК индустрии моды / И. Б. Долженко. – Текст : электронный // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2020. – No 1–2. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovaya-transformatsiya-i-tnk-industrii-mody>. – Дата доступа: 13.11.2024.

2. Цифровые технологии открывают новые возможности для индустрии моды. PROfashion. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://profashion.ru/fashion/trends/tsifrovye-tehnologii-otkryvayut-novye-vozmozhnosti-dlya-industrii-mody-v-rossii/>. – Дата доступа: 12.11.2024.

3. 30 молодых героев из Уфы, о которых скоро будут говорить все. Часть 2. – Текст : электронный // Собака.ru : электронный журнал. – Уфа, 2021. – No 989. – Режим доступа: <https://www.sobaka.ru/ufa/city/society/124675>. – Дата доступа: 15.11.2024.