

УДК 304.2 Социальные и культурные проблемы

Явления современной моды как предмет исследования цифровых гуманитарных наук

Кешишян М. О. (Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики, Санкт-Петербург),

Кочановская А. В. (Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики, Санкт-Петербург)

Научный руководитель — кандидат культурологии, доцент

Пучковская А. А. (Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики, Санкт-Петербург)

Аннотация.

В докладе рассматриваются направления изучения моды с позиции междисциплинарных исследований, предлагается их систематизация на основе методов и подходов современных цифровых гуманитарных исследований, а также выделяются области исследования моды, которые прежде не были в фокусе ДН-исследователей и требуют более глубокого изучения.

Введение.

Мода как современная мультидисциплинарная область, развивающаяся с приходом технологий, остается малоисследованной методами и средствами цифровой гуманитаристики дисциплиной. В рамках данного обзорного доклада мы предпринимаем попытку классифицировать направления цифровой моды и выделить перспективные методы и технологии, применяющиеся для их представления, развития и исследования. Интерес представляют также потенциальные направления развития дисциплины, учитывая актуальные вопросы теории моды.

Все направления (Digital Heritage, Digital Art и др.) и явления современной индустрии моды, например, репрезентация ее в медиа, проблемы быстрой моды, стремление брендов к расширению своего символического капитала и транслирование идейного процесса через социальные сети, представляют собой широкое поле для исследований, в особенности средствами цифровых гуманитарных наук.

Основная часть.

В данном докладе характеризуются существующие направления в исследованиях цифровой моды, которые частично представлены в различных ДН-исследованиях и проектах российских и зарубежных специалистов. Ставится задачей проанализировать, какие направления цифровой моды не находятся в фокусе исследователей.

Наиболее развитым направлением цифровой моды является область цифрового культурного наследия (Digital Heritage), изучению которого посвящено значительное количество проектов. Они сосредотачиваются вокруг истории моды и проблем репрезентации наследия через различные средства: таймлайн, визуальное повествование, открытые тематические каталоги и базы данных.

Область цифрового искусства (Digital Art) в сфере цифровой моды сконцентрирована на задачах создания виртуальных предметов одежды (Digital Fashion) и генерации цифрового макияжа (Digital Make-Up). Диджитал-арт получил широкое распространение и поддержку мировых брендов как альтернатива существующей сегодня индустрии моды. Виртуальная одежда представляет интерес и как арт-объект, несущий новые идеи и техники, и как явление современного общества потребления. Цифровой макияж сочетает применение ML-технологий

и художественные практики в решении как задач обучения визажистов и стилистов, так и создания арт-объектов.

Обращает на себя внимание то, что историей развития моды в большей степени занимается Digital Heritage. Проектами в данной области являются создание открытых архивов, систематизированных по различным тематикам и принципам — от строго временного до географического и узко тематического, разбавляемые статьями и подкастами. Помимо этого, представление нарративных страниц об истории моды и костюма с помощью средств веб-дизайна, составление словарей из исторических названий одежды и глоссариев известных личностей, повлиявших на модную индустрию.

Заметно невнимание к некоторым другим важнейшим средствам представления данных, например, картографии. Говоря о современной моде, нельзя упускать из вида процессы глобализации, существенно меняющие распределение центров моды и мировых модных столиц, несущих свой индивидуальный вклад в индустрию.

Как исследование моды цифровыми методами влияет на развитие моды? Исследование, к примеру, Digital Fashion и цифровой одежды заставляет пересмотреть явление моды и ее взаимосвязь с повседневными практиками людей. Одежда, представлявшаяся ранее как нечто, тесно соприкасающееся с телом и не могущее существовать без него (вне ношения она становилась безжизненным предметом, лишенным своей цели), теперь не только существует вне тела, но и сама телом в классическом понимании не является.

Модная индустрия сегодня устроена таким образом, что мы имеем возможность наблюдать моду в основном на экране. Вследствие этого, наблюдать границу между реальной или виртуальной одеждой, реальным или виртуальным макияжем становится все труднее. Массовое потребление, по выражению Анри Лефевра, — зрелище, выставленное напоказ, а напоказ сегодня себя легче выставить посредством новых медиа.

Такие изменения не могут не требовать изучения только как явление маркетинга и психологии потребителя. Значимым представляется и ряд широких культурных изменений, в области теории моды, и в сфере цифровой моды в частности, которые могут быть исследованы средствами цифровых гуманитарных наук.

Выводы.

Результатом исследования является систематизация и оценка изучения различных аспектов моды в сфере и методами цифровой гуманитаристики. Как можно увидеть, тема содержит большой исследовательский потенциал, находясь на стыке искусства, теоретических, практических и цифровых наук.