

## ИННОВАЦИИ И ТЕХНОЛОГИИ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ В ФЭШН-ЖУРНАЛИСТИКЕ

Т.Н. Корж, канд. пед. наук, доцент

А.С. Цепкова, ассистент

Севастопольский государственный университет  
(Россия, г. Севастополь)

DOI: 10.24412/2500-1000-2023-5-2-136-138

**Аннотация.** В статье представлен обзор инноваций и технологий, применяемые в современной фэшн-журналистике. Исследовательский интерес авторов обусловлен внедрением современных технологий в фэшн-журналистику. Исследование показало, что основными инновациями и технологиями являются использование виртуальной и дополненной реальности в журналах и модных показах, применение технологии искусственного интеллекта, мультимедийный формат и устойчивая мода, которые модернизируют работу фэшн-индустрии.

**Ключевые слова:** фэшн-журналистика, виртуальная и дополненная реальность, искусственный интеллект, мультимедийный формат, устойчивая мода.

Динамично развивающийся мир приносит в нашу жизнь различные инновации и технологии, меняя наше восприятие и отношение к действительности. Одной из последних новшеств современной жизни является появление фэшн-журналистики, раздела журналистики, освещающей события, тенденции, направления, новости и т.д. индустрии моды.

В привычном понимании фэшн-журналистика – это модные журналы и события, связанные с модой. Но согласно мнению К.Ю. Чепуровой фэшн-журналистика является зонтичный термин, используемый для описания всех аспектов средств массовой информации в сфере моды [3]. Более развернутое определение дано Ф.С. Пурвиной, которая считает, что «модная журналистика подразумевает работу журналистов в СМИ с информацией, посвященной индустрии моды. Деятельность модного журналиста заключается в написании и редактировании статей и колонок о моде, в создании книг, газет и журналов, специализирующихся на fashion-индустрии» [2].

Рассмотрим одну из наиболее уникальных технологий, которую в настоящий момент широко применяют в мире моды – виртуальную и дополненную реальности. С помощью виртуальной реальности читатель может «оживить» страницы модного журнала, при этом создаются изумительные

визуальные образы, помогающие воспринимать определенные модели и стили. Что касается дополненной реальности, то она даже позволяет читателю оценить фактуру, ткань, фурнитуру, текстуру и прочие детали демонстрируемых предметов гардероба. В качестве примера можно привести онлайн-магазин ASOS, использующего виртуальную реальность для создания интерактивных, более привлекательных виртуальных примерочных, тем самым позволяя покупателям виртуально примерять одежду и оценить, как она на них будет выглядеть [5].

Виртуальная реальность также используется для проведения модных показов и презентаций новых коллекций. Например, Victoria's Secret провела виртуальный показ модной бижутерии с помощью VR-технологий [6]. Другой пример использования новых технологий можно назвать информационные фэшн-журналы, такие как Vogue, Harper's Bazaar и Elle, используют виртуальную реальность для создания интерактивных фотосъемок, размещая их на своих сайтах и социальных сетях [7].

Также виртуальная реальность может быть также применена в обучении макияжу и прическам. Некоторые научновычислительные модели виртуальной реальности уже используются для моделирования цвета кожи и волос, что может помочь при выборе цвета макияжа и при-

чески [8]. Виртуальная реальность может также использоваться для дополнения информации о модных мероприятиях и коллекциях. Например, журнал *Vogue* использует виртуальную реальность для создания дополнительного контента для своих читателей – фото- и видеороликов в 3D формате [9].

Нередко в фэшн-индустрии можно встретить применение технологии искусственного интеллекта. Они используются при анализе данных и выборе материалов для публикаций, а именно в определении современных тенденций и желаний потребителя, увлекающего фэшн-индустрией. Искусственный интеллект приносит значительные усовершенствования и инновации в область фэшн-журналистики, помогая автоматизировать процессы, улучшать качество текстов и находить новые тенденции.

В фэшн-журналистике также представлен мультимедийный формат, поскольку используется не только текстовая информация, но и аудио-, видео-материалы. Рассмотрим конкретные примеры использования мультимедиа в фэшн-журналистике.

1. Использование видео-контента для создания модных видеообзоров, показов мотивационных модных образов и т.д., например, журналом *Vogue* создаются видео форматы, рассказывающие о модных тенденциях, и организуются документальные проекты.

2. Использование интерактивных 3D-моделей для создания виртуальных примерок одежды, что позволяет пользователям примерять модели не выходя из дома. Например, на сайте *Zara* присутствует виртуальный примерочный стенд, а также

используется технология *ARKit*, которая помогает покупателям в выборе размеров, модели и цвета.

Важно отметить такой феномен в фэшн-индустрии как устойчивая мода, которая подразумевает фокус на экологичные и устойчивые материалы, производства и процессы, нашедшие отражение в фэшн-журналистике. Рассмотрим примеры:

1. Апсайклинг и рециркуляция: Эти методы помогают избежать выброса большого количества вредных для окружающей среды отходов при производстве новой продукции. Американская компания *Reformation* полностью перешла на рециркулированное производство.

2. Использование натуральных тканей. Один из наиболее известных во всем мире производителей одежды и снаряжений для туристов, альпинистов и всех неравнодушных к активному отдыху людей компания *Patagonia* представляет собой один из наиболее известных и успешных примеров устойчивой моды. Компания использует органические ткани, переработанные материалы и полностью устойчивые эко-технологии, чтобы поддерживать природу и окружающую среду.

3. Переработка: Бренды креативно используют старые ненужные вещи для создания новых при помощи различных методов переработки. Например, американская компания *TerraCycle*, оказывает услуги замены и утилизации старой одежды.

Безусловно, новые технологии и инновации не исключают использование традиционных методов журналистики, но значительно улучшают качество и доступность материалов, связанных с фэшн-индустрией.

#### Библиографический список

1. Коммуникативные проекты в контексте современной теории моды: Материалы межвузовского семинара в рамках проекта «Коммуникация. Культура. Мода» 9 апреля 2004 года. – М.: РГГУ, 2005. – 139 с.
2. Маркелов К.В. Мода и журналистика: Программа, учебное пособие. – М.: ИМПЭ им. А.С. Грибоедова, 2002. – 38 с.
3. Чепурова К.Ю. Актуальные проблемы становления fashion-журналистики как научной дисциплины. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://pandia.ru/text/77/287/39860.php> (дата обращения: 22.02.2023)
4. Черницов М. Российская мода. Итоги десятилетия. Часть вторая. Модная журналистика. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [/columnist/2010/01/28/107012.shtml](http://columnist/2010/01/28/107012.shtml) - 08.04.2023

5. «ASOS is now letting customers try before they buy in virtual reality». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.theverge.com/2018/5/10/17339176/asos-virtual-reality-experience-apple-ios>.

6. «Victoria's Secret moved its famous fashion show into virtual reality». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://thenextweb.com/virtual-reality/2020/05/11/victorias-secret-moved-its-famous-fashion-show-into-virtual-reality/>.

7. «Virtual reality takes fashion magazines to the next level». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/technology/2017/mar/31/virtual-reality-fashion-magazines-next-level-vogue-elle>.

8. «Virtual Reality Will Soon Let You Try Before You Buy" <https://www.wired.com/story/virtual-reality-will-soon-let-you-try-before-you-buy/>

9. «Vogue and Intel create virtual reality experience for Met Gala». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.campaignlive.com/article/vogue-intel-create-virtual-reality-experience-met-gala/1484233>

## INNOVATIONS AND TECHNOLOGIES USED IN FASHION JOURNALISM

**T.N. Korzh**, *Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor*

**T.S. Sepkova**, *Assistant*

**Sevastopol State University**

**(Russia, Sevastopol)**

**Abstract.** *The article presents an overview of innovations and technologies used in modern fashion journalism. The authors' research interest is due to the introduction of modern technologies in fashion journalism. The study showed that the main innovations and technologies are the use of virtual and augmented reality in magazines and fashion shows, the use of artificial intelligence technology, multimedia format and sustainable fashion, which modernize the work of the fashion industry.*

**Keywords:** *fashion journalism, virtual and augmented reality, artificial intelligence, multimedia format, sustainable fashion.*