

УДК 7.036

DOI: 10.34670/AR.2023.77.94.012

Меняющийся мир: технология NFT и новейшая фэшн-культура

Дружинина Александра Александровна

Аспирант
кафедры истории искусств и гуманитарных наук,
РГХПУ им. С.Г. Строганова,
125080, Российская Федерация, Москва Волоколамское ш., 9;
e-mail: a.turzhanskaya@gmail.com

Аннотация

В данной статье рассматриваются последние тенденции в области цифровой моды, а также их влияние на индустрию в целом. Огромную роль в этом процессе отведена геймификации, внедрению новейших технологий на базе блокчейна, а также активному расширению пользовательской аудитории и способов взаимодействия с брендом. Модные дома активно используют технологию невзаимозаменяемых токенов (NFT) на основе блокчейна, что позволяет создавать уникальные и ценные предметы коллекционирования, которые особенно хорошо соответствуют принципам мира высокой моды. Статья анализирует использование этих новейших технологий, выясняет их преобразующее влияние на наше фундаментальное восприятие фэшн-индустрии, а также на наши способы взаимодействия с ней. Изучая интеграцию новейших технологий на примере ведущих модных домов, мы получаем полное представление о смене парадигмы, происходящей в фэшн-индустрии и включающей такие важные аспекты цифровизации искусства, как творческое самовыражение, взаимодействие с потребителями, разрушение физических границ, а также имеем возможность оценить будущую траекторию развития отрасли в целом.

Для цитирования в научных исследованиях

Дружинина А.А. Меняющийся мир: технология NFT и новейшая фэшн-культура // Культура и цивилизация. 2023. Том 13. № 7А. С. 95-105. DOI: 10.34670/AR.2023.77.94.012

Ключевые слова

Цифровая мода, фиджитал, Метавселенная, NFT, блокчейн.

Введение

Индустрия моды, известная своим постоянным стремлением к инновациям, продолжает тенденцию к изменениям параллельно с быстрым развитием цифровых технологий. По мере того, как разворачивается цифровая эпоха, отрасль оказывается в авангарде преобразований, когда традиционные практики претерпевают радикальные изменения с помощью передовых цифровых инструментов и методов: коренным образом меняются способы создания, продвижения и продажи одежды и аксессуаров. Одним из наиболее заметных изменений последних лет (2015–2023 г.) [NFT Arty, 2022, www] является переход к цифровой моде, которая включает в себя одежду и аксессуары, существующие только в цифровом пространстве, и используется аватарами¹ в виртуальных мирах, таких как Метавселенная, в видеоиграх или на платформах социальных сетей. Идея владения цифровой одеждой своими корнями уходит к видеоиграм и возможности покупать «скины»² для своих персонажей. В мире, где активно развивается виртуальное пространство, становится важным то, как выглядит олицетворяющий конкретного человека персонаж.

Цифровая мода имеет ряд преимуществ перед физической. Во-первых, она более «устойчивая» и «жизнеспособная» (sustainable)³, то есть не причиняет вреда окружающей среде, так как не требует никаких физических материалов для производства. Ее не нужно утилизировать, перерабатывать или транспортировать, что существенно сокращает количество отходов. Единственное, что для нее нужно – электроэнергия. Также цифровой предмет одежды проще заменить, если по каким-то причинам он устарел или вышел из моды [Nowill, 2021, www]. Во-вторых, предмет цифрового гардероба можно легко и гибко настраивать в соответствии с конкретными потребностями и предпочтениями отдельных пользователей. В-третьих, цифровая одежда может повлиять на демократизацию индустрии высокой моды, предоставляя большему количеству людей доступ к уникальной брендовой одежде. В-четвертых, цифровая мода также предлагает новые возможности для самовыражения и творчества, поскольку позволяет людям экспериментировать с новыми стилями и образами, которые были бы невозможны с одеждой в рамках физической реальности.

Технологии на базе блокчейна внесли существенный вклад в развитие индустрии цифровой моды, можно даже утверждать, что именно благодаря NFT стал возможен рынок цифровых вещей в принципе, так как токены, выпущенные в системе блокчейн, гарантируют не только подлинность товара, но также подтверждают право собственности и происхождение предмета. С технологией NFT покупатели могут быть уверены, что они инвестируют в оригинальный и уникальный продукт. Это подтверждают исследования цифрового издания Vogue Business: «Одним из достижений, которое может ускорить участие брендов в перепродаже, является более широкое использование технологии блокчейна для отслеживания пути продукта в мире моды и гарантии подлинности» [Vogue Business Data & Insights Team, 2021, www].

Так как система смарт-контрактов, на которой работает NFT, гибко программируемая, становятся возможным создание разнообразных способов взаимодействия с потребителями цифровой моды, организация коллекций по степени редкости и уникальности товаров в ней. Благодаря этой гибкости бренды могут привнести новый уровень эксклюзивности и

¹ Аватар – образ человека в цифровом пространстве.

² Скин (от англ. skin «кожа», «кожура» или «обёртка») – внешний вид объекта компьютерной игры, включая одежду и облик персонажа.

³ «Устойчивый», «жизнеспособный» (от англ. Sustainable) – не причиняющий вреда окружающей среде, и вследствие этого способный существовать продолжительное время

персонализированного опыта в свои изделия. Согласно данным исследования маркетинговой компании Epsilon, проведенным в 2018 г., 80% потребителей с большей вероятностью совершат покупку, если бренды предлагают персонализированный опыт [Epsilon's Digital Transformation Team, 2018, www]. Создание NFT-коллекций, благодаря которым покупатели получают эксклюзивные преимущества, может помочь укрепить связь с клиентами [Moore, 2018, www].

Помимо прочего, цифровая мода может быть совмещена с физической – такое явление называется фиджитал (phygital) [Velasquez, 2022, www], позволяет добавить дополнительный, виртуальный, уровень к физическому предложению и наоборот. Это могут быть как цифровые двойники, то есть виртуальные копии реальных продуктов, так и их дополненные и расширенные версии.

На бурное развитие цифровой моды также повлияло появление Метавселенных. Метавселенная – это виртуальный мир, в котором люди могут взаимодействовать друг с другом и с цифровыми объектами в режиме реального времени. Фэшн-индустрия быстро осознала его потенциал и стала одной из первых отраслей, занявших свои позиции в цифровом пространстве [Jagati, 2022, www]. По данным американской исследовательской компании Gartner, специализирующейся на рынках информационных технологий, к 2026 году четверть людей будет проводить в Метавселенной не менее одного часа в день для работы, покупок, обучения, общения и развлечений [Rimol, 2022, www]. И именно Метавселенная может обеспечить более захватывающие и творческие формы цифровой моды. Согласно отчету консалтинговой компании McKinsey [Balchandani, 2022, www], Метавселенная — это «новый рубеж для творческого самовыражения и социального опыта», который может служить платформой для «гиперинтерактивной творческой цифровой среды». Это может позволить дизайнерам и разработчикам исследовать новые формы одежды и аксессуаров, которые невозможны в физическом мире.

Метавселенная также может предложить новые возможности для общения и самовыражения через цифровую моду. Тренды на маски, фильтры для различных социальных сетей, создание персонализированных эмодзи⁴ – все это подтверждает интерес к изменению внешности для виртуального пространства, и Метавселенная может предложить в этом отношении большую гибкость и креативность. Вполне возможно, что цифровая одежда и другие аксессуары могут стать способом самовыражения людей в этих виртуальных мирах.

Поэтому совершенно очевидно, что многие известные и уважаемые модные дома, например такие как Dolce & Gabbana, Gucci, Louis Vuitton и Burberry инвестируют время и ресурсы в цифровое пространство, изучают способы внедрения NFT в свой ассортимент продукции, регистрируют товарные знаки в Метавселенной и проводят показы мод в виртуальном пространстве – все это говорит о том, что происходит активное осмысление и внедрение технических новшеств, которые стимулируют творческий художественный процесс, рождая инновационные формы [Natalee, 2022, www].

Основная часть

Gucci стал первым модным домом класса люкс, который выпустил собственные NFT, «отчеканенные»⁵ с короткометражным фильмом Aria [Gucci, Gucci Aria, 2021, www], снятым

⁴ Эмодзи — это универсальный язык смайликов, который используется в сообщениях.

⁵ Отчеканить (от англ. Minting, «чеканка») – создание и регистрация невзаимозаменяемого токена в блокчейне. В блокчейн записывается вся информация о токене, его создателе, владельце и истории транзакций.

режиссером Флорией Сигизмонди совместно с креативным директором Алессандро Микеле. Фильм вдохновлен коллекцией бренда Aria Fall Winter 2021 [Gucci Aria fashion show, 2021, www], выпущенной в честь 100-летия модного дома. Сама коллекция, как и фильм, содержат в себе интригующие загадки, отсылающие зрителя к различным событиям, связанным с историей бренда. Например, первые кадры фильма показывают отель Savoy в Лондоне, в котором в начале XX в. работал лифтером основатель бренда Гуччио Гуччи. NFT был представлен на аукционе Christie's – «Доказательство Суверенитета: Кураторская распродажа NFT от Lady PheOnix» (PROOF OF SOVEREIGNTY: A Curated NFT Sale by Lady PheOnix)⁶, проходившем в 2021 г. [Christie's, 2021, www].

В рамках своей программы по охвату новой молодой аудитории Gucci совместно с игровой Мета вселенной Roblox запустили свое собственное онлайн-пространство - «Сад Гуччи» (Gucci Garden, 2021 г.) [Gucci Garden Virtual Tour, 2021, www], вдохновленное реальным пространством, созданным в музее дома Гуччи в Палаццо делла Мерканция во Флоренции в честь 100-летия бренда [Gucci. The House debuts..., 2021, www]. У пользователей Roblox была возможность исследовать захватывающие тематические комнаты цифровой выставки, созданные Алессандро Микеле, а также примерить и купить брендовые NFT для создания «тотал-лука»⁷ (total look) для своего цифрового двойника (аватара).

Идея, заложенная в основу «Сада Гуччи», напоминает о садах-лабиринтах, располагавшихся во внутренних дворах итальянских палаццо, традиционно символизирующих путь к тайному знанию.

Таким образом, Алессандро Микеле переосмысляет концепцию современной моды, представляя ее не только как средство для выражения стиля, но и как платформу для исторических, социальных и интеллектуальных диалогов.

После ошеломительного успеха предыдущих кампаний, Gucci пошла дальше и выпустили NFT в сотрудничестве с производителем игрушек Superplastic и NFT-проектом 10KTF. Проект носит название Supergucci и помимо цифровых скульптур с участием фирменных персонажей Superplastic Джанки и Гуггимон (Janky & Guggimon) также сопровождается керамическими скульптурами, изготовленными вручную [Breia, 2022, www]. Владельцам токенов доступна игра в Мета вселенной [Тафинцева, 2022, www].

По мере того как компании расширяются и развиваются, они часто сталкиваются с проблемой привлечения новой аудитории. Одним из вариантов решения данной проблемы является геймификация. Включая интерактивные и игровые элементы в свои маркетинговые кампании, бренды могут создавать увлекательные мероприятия, которые находят отклик у более широкой аудитории. Геймификация предлагает несколько преимуществ в качестве решения этой проблемы, включая повышение вовлеченности, повышение узнаваемости бренда и более позитивный имидж.

Используя именно этот маркетинговый прием, Louis Vuitton, один из самых знаковых домов моды в мире, в сотрудничестве с цифровым художником Beeple⁸ создал свою первую NFT-игру

⁶ Lady PheOnix – приглашенный лектор в Гарварде и Дартмуте. Ее область экспертизы - криптомедиа и NFT. Основала Музей цифровой диаспоры, который находится в метавселенной криптовокселей.

⁷ Total look – термин, обозначающий единство стиля, абсолютный и законченный образ.

⁸ Майк Винкельманн (р. 1981 г.) – известный под псевдонимом Beeple американский цифровой художник, графический дизайнер и аниматор. Его работа «Ежедневно: первые 5000 дней» (англ. Everyday: the First 5000 Days, 2021 г.) была продана как NFT, став первым произведением такого рода, проданным на аукционе Christie's.

под названием «Louis: The Game» (2021 г.), выпущенную в честь 200-летия со дня рождения основателя бренда – Луи Виттона (1821-1892 г.) [Ledger Insights, 2021, www].

На протяжении всего повествования, игрок следует за главной героиней Вивьен, талисманом бренда, путешествуя вместе с ней, игрок погружается в различные аспекты жизни бренда Louis Vuitton: например, в историю его создания, метафорически повторяя путь Виттона, который, будучи четырнадцатилетним юношей, отправился из родного дома в Париж пешком [Russel, 2021, www]. Всего в игре 7 уровней, по пути игроки должны будут собрать свечи для вечеринки по случаю дня рождения, а также 30 NFTs, 10 из которых были созданы цифровым художником Веепле (р. 1981 г.) [Yolo, 2021, www].

Знакомство Веепле и модного дома началось с того, что креативный директор Louis Vuitton, Николя Жескьер,⁹ нашел вдохновение в творчестве моушн-дизайнера и использовал его работы в коллекции «Весна-Лето» 2019 г. помимо этого, также предложив художнику оформить витрины этого сезона [Maunard, www].

Сотрудничество Louis Vuitton и Веепле подчеркивает растущую важность цифрового искусства и игр в индустрии моды. Используя творческие таланты цифровых художников, модные бренды могут исследовать новые возможности для охвата и взаимодействия с потребителями в быстро развивающемся цифровом ландшафте.

Расширяет аудиторию и маркетинговые возможности с помощью геймификации и другой бренд одежды премиум-класса: 4 августа 2021 г. Burberry [GamesBeat, 2021, www] объявила о сотрудничестве с Mythical Games и их флагманской многопользовательской блокчейн-игрой Blankos Block Party, [GamesBeat. Mythical launches..., 2021, www] внутри которой активно внедряется технология невзаимозаменяемых токенов. Игра известна своими персонажами, напоминающими виниловые игрушки-статуэтки. Burberry разработал и внедрил своего собственного брендированного персонажа, акулу по имени Sharky B, – которого можно улучшать и наряжать в фирменные аксессуары.

11 августа 2021 г. была выпущена Коллекция Burberry x Blankos Block Party – это цифровая капсульная NFT-коллекция, позволяющая пользователям стилизовать своих персонажей Blanco. В нее входят такие предметы как: реактивный ранец, туфли для бассейна и нарукавники для плавания, украшенные принтом Burberry Monogram – все предметы имеют ограниченный тираж - всего 750 единиц [Burberry, 2021, www].

20 июня 2022 г. Burberry объявила, что запускает вторую коллекцию совместно с Mythical Games. Новый Burberry Blanko – единорог Минни Би (Minnie B), одетый в новую летнюю монограмму Burberry TB и вдохновленный коллекцией «Царство животных» [SouthCoastPlaza, 2021, www]. Внутриигровые аксессуары были выпущены в рамках серии Burberry B Series с ограниченным тиражом выпуска [Burberry Blankos, www]. Минни Би оснащена фирменным спиральным рогом и набором белых крыльев, которые усиливают магические качества персонажа и позволяют Бланко исследовать новые пространства в полете. Burberry также создала специальное социальное пространство в игре, курорт под названием «Оазис», вдохновленный последними показами Burberry TB Summer Monogram в 2022 г. который прошел в Испании (Casa Jondal, Ибица) Франции, (Loulou Ramatuelle, Сен-Тропе), Корея (Ananti Cove, Пусан), Сингапуре (Tanjong Beach Club, о.Сентоса) и многих других городах и

⁹ Николя Жескьер (р. 1971 г.) — французский модельер, занимающий должность креативного директора Louis Vuitton с 2013 года.

странах мира [Burberry. TB Summer Monogram..., www].

Персонализированные программы лояльности с использованием NFT могут дать брендам конкурентное преимущество [ShopityNews, 2023, www]. С помощью этой технологии возможно предоставлять клиентам токены для раннего доступа к новым продуктам, скидкам, участию в эксклюзивных мероприятиях, частных сообществах и многому другому.

Так, бренд Dolce and Gabbana в сотрудничестве с торговой площадкой UNXD по случаю показа Alta Moda в Венеции (28-30 августа 2021 г.) [Leitch, 2021, www] запустили совместную коллекцию Genesis (Collezione Genesi, 2021г.) [UNXD, 2021, www], разработанную лично модельерами и основателями бренда Доменико Дольче и Стефано Габбана. Это виртуальная коллекция из девяти предметов. Пять предметов из коллекции Genesis — два платья, мужской костюм и две тиары доступны в двух вариантах, как физически, так и в виде цифровых копий, доступных для использования в Метавселенной. Остальные четыре предмета были созданы на заказ только в цифровом варианте [Thomas, 2021 www].

При создании самой коллекции модельеры черпали вдохновение в богатой художественной истории и традициях дворца Дожей, а также в ремесленном наследии острова Мурано, производящего стекло. Поэтому стеклянные инкрустированные элементы встречаются во многих предметах коллекции и имеют символическое значение: в обеих версиях «платья мечты», в мужском изумрудно-зеленом костюме, и, конечно же, в роскошных атрибутах власти – «Львиной короне» (лев евангелиста Марка является одним из важнейших символов Венеции), а также в «Короне дождей», созданной в честь древних правителей города и часовой башни площади Сан-Марко, украшенной знаками зодиака [Федорова, 2021, www].

Приобретая фиджитал версию, клиент получает физическую версию одежды [River, 2021, www], индивидуально подобранную для владельца, оригинальный подписанный эскиз, цифрового двойника, а также двухлетний доступ ко всем мероприятиям Dolce & Gabbana в Италии. Таким образом, NFT побуждает покупателя взаимодействовать с брендом в течение двух лет.

Самые широкие возможности для творческой реализации разворачиваются в Метавселенной – виртуальном постоянно действующем пространстве, к созданию которого уже приступили некоторые крупные компании. Несмотря на то, что концепция Метавселенной находится на начальной стадии своего развития [McKinsey & Company, 2022, www], ее потенциал вызывает большой интерес, в том числе и у модных брендов, которые осознают все перспективы и возможности цифровой моды для аватаров и персонажей видео-игр.

В декабре 2021 г. всемирно известный современный художник Такаси Мураками (р. 1962 г.) и студия цифровой моды «RTFKT» анонсировали проект интерактивных цифровых аватаров «Clone X» [RTFKT, www]. Все персонажи вдохновлены фирменным художественным стилем Мураками, в котором сочетаются традиционное японское искусство, аниме и яркий, узнаваемый стиль художника [Гаврилин, Дружинина, 2022, 348]. Покупатели «Clone X» получают эксклюзивные 3D-файлы, которые могут использоваться только владельцем в качестве своего аватара в Метавселенных или социальных сетях, а также в бесчисленных играх или конференциях [RTFKT, www].

В «RTFKT» считают, что «Clone X является самым амбициозным проектом студии, т.к. представляет собой “начало целой экосистемы для их собственного сообщества”» [там же].

После ошеломительного успеха коллекции Clone X, Такаси Мураками участвовал в еще одной коллаборации с RTFKT, выпустив собственный дизайн «Murakami Drip». В этом случае художник эксплуатирует узнаваемый цветочный мотив, нанесенные на популярную базовую

модель кроссовок «Nike Airforce 1». Виртуальные версии кроссовок были презентованы на специальном мероприятии Forging Event (24 апреля–8 мая 2023 г.). После приобретения токена его владельцу предоставляется возможность получить физическую версию обуви, которая будет специально изготовлена и оснащена чипами RTFKT WM NFC, позволяющими связать физическую и цифровую версии [RTFKT. Nike Air Force, 2023, www].

Помимо прочего, в Метавселенной уже два года подряд проходит неделя моды – Metaverse Fashion Week (MVFW), организованная на платформе в Decentraland (24–27 марта 2022 и 28–31 марта 2023) [MVFW, 2023, www]. MVFW – это комплекс мероприятий, включающий в себя не только модные показы, но также вечеринки, выступления музыкантов и диджеев, онлайн-шоппинг, эксклюзивные виртуальные мероприятия с участием мировых брендов и сотен тысяч посетителей со всего мира [Sen Gupta, 2022, www].

Одним из ключевых преимуществ фэшн-шоу в Метавселенной является то, что они преодолевают все физические барьеры, ведь в онлайн-пространстве можно настроить любые законы физики, даже для каждого пользователя отдельно. Традиционные показы ограничены доступным для них как физическим пространством, так и материалами, и технологиями, что ограничивает не только количество участников в самих показах, но и масштаб мероприятий в целом. В Метавселенной зрители имеют возможность не только получить самые яркие эмоции от увиденного шоу, но и стать его участником, изменяясь на глазах – «кастомизируя» цифровую одежду. Этот эффектный трюк позволяет модным домам не только активно взаимодействовать с аудиторией, но и персонализировать свои отношения с покупателем, который осознает свою исключительность.

Возможности компьютерной графики и отсутствие физических ограничений расширяют творческие возможности дизайнеров. Например, на показе Dolce & Gabbana 2022 г. моделями на подиуме были кошки в очках и с прическами, а само шоу проходило в виртуальном зале с круглым подиумом и цветами. Так, центральным образом церемонии открытия шоу бренда Philipp Plein в 2022 г. стал известный символ марки – огромный архитектурный череп, который открыл свои пространства, выдвинул язык, по которому, будто по подиуму, дефилировали модели [Kombarova, 2022, www].

Неделя цифровой моды MVFW стала значимым событием, которое дало импульс к более глубокому исследованию потенциала развития модной индустрии в виртуальной реальности, показав возможности, которые предлагает Метавселенная.

Заключение

Безусловно, виртуальный формат не заменит физическую одежду полностью, однако тренд уже громко заявил о перспективе развития. Наталья Моденова, главный операционный директор и соучредитель первого мультибрендового ритейлера цифровой модной одежды DRESSX, в своем интервью для британского журнала Dazed позитивно смотрит на изменения, с энтузиазмом утверждая, что цифровой формат: «неизбежно займет свое место в отрасли, станет неотъемлемой ее частью, захватив часть рынка». По ее мнению: «Цифровая мода — это возможность пересмотреть бизнес-модели и построить более устойчивое и прогрессивное будущее» [Benson, 2021, www].

В заключении следует отметить, что использование технологии NFT домами моды в сотрудничестве с известными художниками и дизайнерами произвело революцию в фэшн-индустрии. Внедряя передовые технологии, бренды могут расширять границы фэшн-индустрии, смешивать

самые разнообразные направления и тренды, освобождаясь от уз материальности, провоцируя невиданное многообразие проявлений индивидуальности. Таким образом, NFT предоставили исключительные возможности не только для творчества и инноваций в дизайне одежды, но также в продвижении устойчивого развития, сократив трудоемкое и вредное физическое производство, минимизировав отходы, преодолев социальные предрассудки. Сотрудничество между модными домами и современными художниками привело к созданию уникальных и эксклюзивных цифровых коллекций, которые одновременно ошеломляют своей эффектной визуализацией, технологичностью и инновационностью. Таким образом NFT в моде решительно заявляет о себе как мощное направление, радикально изменившее подход к фэшн-культуре, дизайну и искусству и, безусловно повлиявшее на перспективы развития пластических искусств.

Библиография

1. Гаврилин К.Н., Дружинина А.А. Художник и новейшие медиа: от Херста до Мурками / «Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник МГХПА им. С.Г. Строганова» / Российский государственный художественно-промышленный университет имени С.Г. Строганова. – МГХПА, 2023. – № 2. Часть 2. – 440 с. - С. 343-353
2. Тафинцева Т. Новая коллаборация Дома Gucci покажет не только реальные предметы, но и произведения NFT. URL:<https://www.theartnewspaper.ru/posts/20220202-woam/>
3. Федорова О. Dolce & Gabbana открывают мир haute couture NFT. URL: <https://vc.ru/crypto/288012-dolce-gabbana-otkryvayut-mir-haute-couture-nft>
4. Balchandani A. How the fashion industry can get into a metaverse mindset. URL: <https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/how-the-fashion-industry-can-get-into-a-metaverse-mindset>
5. Benson S. Is digital fashion really the industry's eco-friendly saviour? URL: <https://www.dazeddigital.com/fashion/article/53877/1/digital-fashion-clothing-industry-saviour-climate-sustainability-the-sims-avatar>
6. Breia R. 15 Fashion Brands Leveraging The Metaverse. URL:<https://sensoriumxr.com/articles/fashion-brands-in-the-metaverse>
7. Burberry. Streetsnaps: Sharky B. URL:<https://hypebeast.com/2021/8/streetsnaps-sharky-b-burberry-blankos-nft-release-info>
8. Burberry Blankos. B Series. URL:<https://row.burberry.com/b-series/>
9. Burberry TB Summer Monogram Pop-ups. URL: <https://nl.burberry.com/c/stores-and-pop-ups/tb-summer-monogram/>
10. Christie's. PROOF OF SOVEREIGNTY: A Curated NFT Sale by Lady PheOnix. URL:<https://onlineonly.christies.com/s/proof-sovereignty-curated-nft-sale-lady-pheonix/lots/2058>
11. Epsilon's Digital Transformation Team. New Epsilon research indicates 80% of consumers are more likely to make a purchase when brands offer personalized experiences. URL: <https://www.epsilon.com/us/about-us/pressroom/new-epsilon-research-indicates-80-of-consumers-are-more-likely-to-make-a-purchase-when-brands-offer-personalized-experiences>
12. GamesBeat. Mythical Games launches early access for Blankos Block Party. URL: <https://venturebeat.com/games/mythical-games-launches-early-access-for-blankos-block-party/>
13. GamesBeat. Mythical launches Burberry NFTs in Blankos Block Party. URL:<https://venturebeat.com/games/mythical-launches-burberry-nfts-in-blankos-block-party-2/>
14. Gucci Aria fashion show. URL:<https://www.gucci.com/us/en/st/2021-aria-fashion-show>
15. GUCCI. Gucci Aria. URL:<https://www.youtube.com/watch?v=H14DatRx0Uo>
16. Gucci Garden Virtual Tour. URL:<https://guccigarden.gucci.com/#/en/>
17. Gucci. The House debuts Gucci Garden. URL:https://www.gucci.com/uk/en_gb/st/stories/inspirations-and-codes/article/gucci_garden
18. Jagati S. How the Metaverse can revolutionize the fashion industry. URL:<https://www.businesswire.com/news/home/20220207005085/en>
19. Kombarova I. The first-ever Metaverse Fashion Week: Digital fashion is here to stay. URL: <https://cointelegraph.com/news/the-first-ever-metaverse-fashion-week-digital-fashion-is-here-to-stay>
20. Ledger Insights. Louis Vuitton to launch NFT game with Beeple art. URL:<https://www.ledgerinsights.com/louis-vuitton-nft-game-with-beeple-art/>
21. Leitch L. Dolce & Gabbana's Stunning Alta Moda Show in Venice Boasted Both a Lightning Strike and a Rainbow. URL:<https://www.vogue.com/article/dolce-gabbana-alta-moda-venice>
22. Maynard M. The Story Behind Beeple's Louis Vuitton Fashion Line. URL: <https://www.schoolofmotion.com/blog/beeple-louis-vuitton>

23. McKinsey & Company. What is the metaverse? URL:<https://www.mckinsey.com/featured-insights/mckinsey-explainers/what-is-the-metaverse>
24. Moore K. Fashion Ecommerce Trends: How NFTs Will Impact the Industry. URL:<https://www.shopify.com/enterprise/fashion-ecommerce-nfts>
25. MVFW. DECENTRALAND METAVERSE FASHION WEEK 2023. URL:<https://mvfw.org/>
26. Natalee. 10 luxury brands embracing NFTs. URL:<https://www.nftculture.com/newsletter/10-luxury-brands-embracing-nfts/>
27. NFT Arty. The History of Digital Fashion. URL: <https://nft-arty.com/the-history-of-digital-fashion/>
28. Nowill R. Is it Time to Invest in Virtual Fashion? URL: <https://hypebeast.com/2021/1/virtual-ar-fashion-tribute-rtfkt-aglet>
29. Rimol M. Gartner Predicts 25% of People Will Spend At Least One Hour Per Day in the Metaverse by 2026. URL:<https://www.businesswire.com/news/home/20220207005085/en>
30. River L. M. La Collezione Genesi NFT di Dolce&Gabbana. URL:<https://www.aviontourism.com/it/luxury/lifestyle/shopping/la-collezione-genesi-nft-di-dolce-gabbana-42409>
31. RTFKT. Clone X. URL:<https://clonex.rtfkt.com/>
32. RTFKT. Nike Air Force. URL:<https://rtfkt-x-nikeairforce1.rtfkt.com/>
33. Russel. Louis Vuitton Releases Blockchain Game with Art by Beeple. URL:<https://nftplazas.com/louis-vuitton-blockchain-game/>
34. Sen Gupta Manas. All the major highlights from the 2022 Metaverse Fashion Week. URL: <https://www.lifestyleasia.com/ind/tech/highlights-from-2022-metaverse-fashion-week/>
35. ShopifyNews. Commerce Trends 2023. URL:<https://www.shopify.com/plus/commerce-trends>
36. SouthCoastPlaza. Burberry Introduces the Animal Kingdom Collection. URL:<https://www.southcoastplaza.com/stories/2020/09/burberry-introduces-the-animal-kingdom-collection/>
37. Thomas D. Dolce & Gabbana porta gli NFT nel mondo della moda. URL:<https://www.vogue.it/moda/article/dolce-gabbana-ntf-haute-couture-moda-venezia>
38. UNXD. Collezione Genesi. URL:<https://unxd.com/drops/collezione-genesi>
39. Velasquez T. Phygital: NFTs Digital Twins in Fashion. URL: <https://www.rootstrap.com/blog/phygital-nfts-digital-twins-in-fashion>
40. Vogue Business Data & Insights Team. Resale, rental and NFTs: Vogue Business Index reveals top trends in innovation. URL: <https://www.voguebusiness.com/companies/resale-rental-nft-vogue-business-index-trends-innovation>
41. Yolo. Beeple Louis Vuitton NFT Game Goes Live for Bicentenary. URL:<https://nftevening.com/beeple-louis-vuitton-nft-game-goes-live-for-bicentenary/>

Changing world: NFT technology and the latest fashion culture

Aleksandra A. Druzhinina

Postgraduate student,
Department of History of Arts and Humanities,
Russian State University of Design and Applied Arts,
125080, 9, Volokolamskoe highway, Moscow, Russian Federation;
e-mail: a.turzhanskaya@gmail.com

Abstract

This article looks at the latest digital fashion trends and their impact on the industry as a whole. A huge role in this process is given to gamification, the introduction of the latest blockchain-based technologies, as well as the active expansion of the user audience and ways of interacting with the brand. Fashion houses are actively using blockchain-based non-fungible token (NFT) technology, which allows the creation of unique and valuable collectibles that are especially well suited to the principles of the high fashion world. The article analyzes the use of these latest technologies, reveals

their transformative impact on our fundamental perception of the fashion industry, as well as on our ways of interacting with it. By examining the integration of the latest technologies with leading fashion houses as examples, we get a complete picture of the paradigm shift taking place in the fashion industry, which includes such important aspects of the digitalization of art as creative expression, interaction with consumers, breaking down physical boundaries, and we also have the opportunity to assess the future trajectory development of the industry as a whole.

For citation

Druzhinina A.A. (2023) Menyayushchiysya mir: tekhnologiya NFT i noveishaya feshn-kul'tura [Changing world: NFT technology and the latest fashion culture]. *Kul'tura i tsivilizatsiya* [Culture and Civilization], 13 (7A), pp. 95-105. DOI: 10.34670/AR.2023.77.94.012

Keywords

Digital fashion, phygital, Metaverse, NFT, blockchain.

References

1. Gavrilin K.N., Druzhinina A.A. (2022) Khudozhnik i noveyshie media: ot Khersta do Murakami [The artist and the newest media: from Hirst to Murakami]. *Dekorativnoe iskusstvo i predmetno-prostranstvennaya sreda. Vestnik MGKhPA im. S.G. Stroganova. Rossiyskiy gosudarstvennyy khudozhestvenno-promyshlenny universitet imeni S.G. Stroganova.* [Decorative Art and environment. Gerald of the RGHPU. Russian State University of Applied Art and Design named after Sergei Stroganov], no. 2 (2), pp. 343-353.
2. Tafintseva T. Novaya kollaboratsiya Doma Gucci pokazhet ne tol'ko real'nye predmety, no i proizvedeniya NFT. [The new collaboration of the House of Gucci will show not only real objects, but also NFT.] Available at: <https://www.theartnewspaper.ru/posts/20220202-woam/> [Accessed 29/05/2023]
3. Fedorova O. Dolce & Gabbana otkryvayut mir haute couture NFT. [Dolce & Gabbana open the world of haute couture NFT]. Available at: <https://vc.ru/crypto/288012-dolce-gabbana-otkryvayut-mir-haute-couture-nft> [Accessed 21/03/2023]
4. Balchandani A. How the fashion industry can get into a metaverse mindset. Available at: <https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/how-the-fashion-industry-can-get-into-a-metaverse-mindset> [Accessed 20/03/2023]
5. Benson S. Is digital fashion really the industry's eco-friendly saviour? Available at: <https://www.dazeddigital.com/fashion/article/53877/1/digital-fashion-clothing-industry-saviour-climate-sustainability-the-sims-avatar> [Accessed 04/04/2023]
6. Breia R. 15 Fashion Brands Leveraging The Metaverse. Available at: <https://sensoriumxr.com/articles/fashion-brands-in-the-metaverse> [Accessed 22/03/2023]
7. Burberry. Streetsnaps: Sharky B. Available at: <https://hypebeast.com/2021/8/streetsnaps-sharky-b-burberry-blankos-nft-release-info> [Accessed 21/03/2023]
8. Burberry. TB Summer Monogram Pop-ups. Available at: <https://nl.burberry.com/c/stores-and-pop-ups/tb-summer-monogram/> [Accessed 06/04/2023]
9. Burberry Blankos. B Series. Available at: <https://row.burberry.com/b-series/> [Accessed 21/03/2023]
10. Christie's. PROOF OF SOVEREIGNTY: A Curated NFT Sale by Lady PheOnix. URL: <https://onlineonly.christies.com/s/proof-sovereignty-curated-nft-sale-lady-pheonix/lots/2058> [Accessed 04/04/2023]
11. Epsilon's Digital Transformation Team. New Epsilon research indicates 80% of consumers are more likely to make a purchase when brands offer personalized experiences. Available at: <https://www.epsilon.com/us/about-us/pressroom/new-epsilon-research-indicates-80-of-consumers-are-more-likely-to-make-a-purchase-when-brands-offer-personalized-experiences> [Accessed 06/04/2023]
12. GamesBeat. Mythical Games launches early access for Blankos Block Party. Available at: <https://venturebeat.com/games/mythical-games-launches-early-access-for-blankos-block-party/> [Accessed 21/03/2023]
13. GamesBeat. Mythical launches Burberry NFTs in Blankos Block Party. Available at: <https://venturebeat.com/games/mythical-launches-burberry-nfts-in-blankos-block-party-2/> [Accessed 05/04/2023]
14. Gucci Aria fashion show. Available at: <https://www.gucci.com/us/en/st/2021-aria-fashion-show> [Accessed 04/04/2023]
15. Gucci. Gucci Aria. Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=H14DatRx0Uo> [Accessed 06/04/2023]

16. Gucci Garden Virtual Tour. Available at: <https://guccigarden.gucci.com/#/en/> [Accessed 04/04/2023]
17. Gucci. The House debuts Gucci Garden. Available at: https://www.gucci.com/uk/en_gb/stories/inspirations-and-codes/article/gucci_garden [Accessed 04/04/2023]
18. Jagati S. How the Metaverse can revolutionize the fashion industry. Available at: <https://www.businesswire.com/news/home/20220207005085/en> [Accessed 06/04/2023]
19. Kombarova I. The first-ever Metaverse Fashion Week: Digital fashion is here to stay. Available at: <https://cointelegraph.com/news/the-first-ever-metaverse-fashion-week-digital-fashion-is-here-to-stay> [Accessed 06/04/2023]
20. Ledger Insights. Louis Vuitton to launch NFT game with Beeple art. Available at: <https://www.ledgerinsights.com/louis-vuitton-nft-game-with-beeple-art/> [Accessed 20/03/2023]
21. Leitch L. Dolce & Gabbana's Stunning Alta Moda Show in Venice Boasted Both a Lightning Strike and a Rainbow. Available at: <https://www.vogue.com/article/dolce-gabbana-alta-moda-venice> [Accessed 21/03/2023]
22. Maynard M. The Story Behind Beeple's Louis Vuitton Fashion Line. Available at: <https://www.schoolofmotion.com/blog/beeple-louis-vuitton> [Accessed 16/07/2023]
23. McKinsey & Company. What is the metaverse? URL: <https://www.mckinsey.com/featured-insights/mckinsey-explainers/what-is-the-metaverse> [Accessed 06/04/2023]
24. Moore K. Fashion Ecommerce Trends: How NFTs Will Impact the Industry. Available at: <https://www.shopify.com/enterprise/fashion-ecommerce-nfts> [Accessed 06/04/2023]
25. MVFW. DECENTRALAND METAVERSE FASHION WEEK 2023. Available at: <https://mvfw.org/> [Accessed 06/04/2023]
26. Natalee. 10 luxury brands embracing NFTs. Available at: <https://www.nftculture.com/newsletter/10-luxury-brands-embracing-nfts/> [Accessed 06/04/2023]
27. NFT Arty. The History of Digital Fashion. Available at: <https://nft-arty.com/the-history-of-digital-fashion/> [Accessed 06/04/2023]
28. Nowill R. Is it Time to Invest in Virtual Fashion? Available at: <https://hypebeast.com/2021/1/virtual-ar-fashion-tribute-rtfkt-aglet> [Accessed 06/04/2023]
29. Rimol M. Gartner Predicts 25% of People Will Spend At Least One Hour Per Day in the Metaverse by 2026. Available at: <https://www.businesswire.com/news/home/20220207005085/en> [Accessed 29/05/2023]
30. River L. M. La Collezione Genesi NFT di Dolce&Gabbana. Available at: <https://www.aviontourism.com/it/luxury/lifestyle/shopping/la-collezione-genesi-nft-di-dolce-gabbana-42409> [Accessed 21/03/2023]
31. RTFKT. Clone X. Available at: <https://clonex.rtfkt.com/> [Accessed 21/03/2023]
32. RTFKT. Nike Air Force. Available at: <https://rtfkt-x-nikeairforce1.rtfkt.com/> [Accessed 06/04/2023]
33. Russel. Louis Vuitton Releases Blockchain Game with Art by Beeple. Available at: <https://nftplazas.com/louis-vuitton-blockchain-game/> [Accessed 20/03/2023]
34. Sen Gupta M. All the major highlights from the 2022 Metaverse Fashion Week. Available at: <https://www.lifestyleasia.com/ind/tech/highlights-from-2022-metaverse-fashion-week/> [Accessed 06/04/2023]
35. ShopifyNews. Commerce Trends 2023. Available at: <https://www.shopify.com/plus/commerce-trends> [Accessed 22/03/2023]
36. SouthCoastPlaza. Burberry Introduces the Animal Kingdom Collection. Available at: <https://www.southcoastplaza.com/stories/2020/09/burberry-introduces-the-animal-kingdom-collection/> [Accessed 15/07/2023]
37. Thomas D. Dolce & Gabbana porta gli NFT nel mondo della moda. Available at: <https://www.vogue.it/moda/article/dolce-gabbana-ntf-haute-couture-moda-venezia> [Accessed 21/03/2023]
38. UNXD. Collezione Genesi. Available at: <https://unxd.com/drops/collezione-genesi> [Accessed 21/03/2023]
39. Velasquez T. Phygitals: NFTs Digital Twins in Fashion. Available at: <https://www.rootstrap.com/blog/phygitals-nfts-digital-twins-in-fashion> [Accessed 06/04/2023]
40. Vogue Business Data & Insights Team. Resale, rental and NFTs: Vogue Business Index reveals top trends in innovation. Available at: <https://www.voguebusiness.com/companies/resale-rental-nft-vogue-business-index-trends-innovation> [Accessed 06/04/2023]
41. Yolo. Beeple Louis Vuitton NFT Game Goes Live for Bicentenary. Available at: <https://nftevening.com/beeple-louis-vuitton-nft-game-goes-live-for-bicentenary/> [Accessed 20/03/2023]