

**Оксана Пертель —**

дизайнер одежды, выпускница  
Аспирантской школы по искусству  
и дизайну НИУ ВШЭ.

Исследовательница визуальных  
нарративов в цифровой среде  
и виртуальной моде. Автор статей  
о тенденциях цифровой моды,  
влиянии цифровых технологий  
на трансформацию дискурсов  
о человеке и культуре, живом  
и искусственном.  
ksanaprl@gmail.com

# Флюидность тела и материи в цифровой моде

**Аннотация**

В статье исследуется, как такие визуальные характеристики цифровых изображений, как текучесть материалов, частое использование воды или жидкой среды, процессов плавления и растекания, изменения форм, могут описывать социальные, экономические и культурные процессы, проявляющиеся в цифровой моде. Таким образом, методологическим приемом анализа является рассмотрение содержания через форму. В качестве теоретической рамки используется комбинация концепций потока (flow) и непосредственности (immediacy), разработанных представительницей критической теории Анной Корнбл (Kornbluh 2024) и теоретиками медиа Джейм Давидом Болтоном и Ричардом Грузином (Bolter & Grusin 1999). Мы предполагаем, что флюидный характер цифровых изображений может рассматриваться в рамках этих концепций. «Непосредственность» характеризует как культурную логику

позднего капитализма, так и технологическое основание медийной среды для разворачивания этой логики. Идея потока позволила сформировать общие концепты «телотечения» и «флюидной материи» для понимания процессов дальнейшей трансформации тела и материи инструментами цифровой моды.

**Ключевые слова:** цифровая мода; непосредственность; поток; смешанная реальность; расширение тела; флюидная материя; тело.

## Введение

В нашей статье мы бы хотели проанализировать, как сегодня трансформируется дискурс о «смерти человека» и «исчезновении тела» в цифровом пространстве на примере виртуальной моды. В своем известном прогнозе, сделанном в работе «Слова и вещи», Мишель Фуко заявляет, что «человек — это изобретение» и, возможно, «конец его недалек», обнажая тем самым конструктивистскую природу понятия «человек» (Фуко 1977). Похожим образом Артур и Мэри-Луиза Крокеры в оказавшей большое влияние в своей области статье «Тезисы об исчезновении тела в условиях гипермодерна» исследуют «экстериоризацию» тела и сведение его к «эффекту экрана» посредством потребительской культуры, в частности индустрии моды (Kroker & Kroker 1988). Фактически они утверждают, что тело стало экраном для различных дискурсов — экономических, политических, психоаналитических и научных.

Несмотря на сохраняющееся положение о трансформации тела, обозначенное в важных структуралистских текстах, исходной гипотезой этого текста является предположение о возвращении физического тела в современной иммерсивной цифровой среде. Технологии дополненной, расширенной и виртуальной реальности воздействуют на физическое тело через органы чувств. В идеальном представлении виртуальная реальность стремится почти к тавтологическому повторению опыта подобно ощущениям в физической среде. К фрагментированности экранного, а в контексте цифровой моды — цифрового тела добавляется его текучий характер. Связь цифрового и физического тела достигается через физическую и аффективную реакции на технологию. Как будет показано в статье, современная технологическая и экономическая ситуация создает отношения, которые во многом основаны на новых структурах чувствования и вовлечения тела в медийное опосредование.

Можно сказать, что цифровая мода не уничтожает «человеческое лицо», а подтверждает, что человек — это «изобретение». Находясь на пересечении виртуальных 3D-технологий и традиционной моды, дигитальная мода продолжает размывать границы между естественным и искусственным.

Остановимся на одном из последних определений цифровой моды, сделанном в 2023 году: «Цифровая мода — это пересечение виртуальных 3D-технологий и моды. Одежда, созданная в 3D CAD, — это виртуальное создание, производство и представление идентичности <...> цифровая мода может продаваться как осязаемый конечный продукт, существующий только в цифровом виде» (Chan et al. 2024: раздел 4.1.1.). Нам оно кажется удачным, поскольку в нем выделяются два направления дигитальной моды — инструментальное (вспомогательное) и конечное. Такая нишевая трактовка этой отрасли моды предполагает ее стремление к независимому существованию, и рассмотрение ее в качестве конечного продукта подтверждает этот статус на концептуальном уровне.

В определении авторы предлагают классификацию из шести различных конечных продуктов цифрового модного дизайна: «Цифровые скины для геймифицированных сред, цифровые скины для виртуальных инфлюенсеров, наложенные изображения, AR-фильтры, фэшн-NFT и цифровые двойники» (Ibid.). Между тем без связи цифровых проекций с человеком нет потребителя этих продуктов, что подтверждает значимость физического тела и позволяет рассматривать виртуальные элементы как его искусственное продолжение.

Наш анализ взаимоотношений между цифровой модой и человеком основывается на теориях, представленных в концепциях непосредственности (*immediacy*) Анны Корнблу (Kornbluh 2024) и «прозрачной непосредственности» (*transparent immediacy*) Джея Дэвида Болтона и Ричарда Грузина (Bolter & Grusin 1999). Согласно Корнблу, в основе культурного производства в современном позднем капитализме лежат принципы непосредственности и циркуляции, которые обеспечиваются постоянным движением и беспрепятственным обменом (Kornbluh 2024: 29). В свою очередь, Болтон и Грузин обращают внимание на инструментально-технологическую основу визуальных медиа, стремящихся к отрицанию опосредованного характера технологий. Цифровые медиа обладают «прозрачным интерфейсом, который стирает сам себя, так что пользователь больше не осознает, что сталкивается с носителем информации (медиумом), но вместо этого находится в непосредственном отношении с содержимым этого носителя (медиума)» (Bolter & Grusin 1999: 57). Несмотря на то что

материально-технологическое обеспечение стремится к тому, чтобы быть невидимым, конкретные материальные медиумы, такие как экраны, клавиатуры или мобильные телефоны, включаются в обеспечение взаимодействия с миром цифровых вещей.

На наш взгляд, обе эти стороны непосредственности характеризуют материальность цифровых изображений и их связь с человеком, подчеркивая новый опыт взаимоотношений. Например, популярные AR-фильтры в социальных сетях позволяют пользователям «примерять» цифровые украшения или изменять черты лица в реальном времени. Когда человек использует такой фильтр, происходит мгновенное наложение цифрового образа на физическое тело и создается гибридная реальность. Пользователь одновременно воспринимает себя и как физическое существо, и как цифровой образ, что приводит к новому опыту телесности и самовосприятия.

С точки зрения эстетического принцип непосредственности воплощается в текучем характере изображений, что означает способность мгновенно изменяться, перемещаться, избегать репрезентации и преодолевать ограничения. Анна Корнблунд называет это потоком: «Да здравствует поток!» (Kornbluh 2024: 15). Таким образом, мы берем за основу своей гипотезы концепцию потока, который также будем описывать через определения «жидкий», «текучий», «флюидный». Мы бы хотели исследовать, каким образом жидкий характер цифровых изображений позволяет описывать философские и эстетические особенности развития цифровой моды в ее связи с телом и материей.

Метафора жидкости стала ключевой для описания современной экономики и общества в целом благодаря философу Зигмунту Бауману. В своей книге «Текущая современность» он писал о нестабильности социальных структур в эпоху постмодерна (Бауман 2008). Эта идея получила развитие в экономической сфере, породив такие понятия, как «жидкий капитализм» (Lütticken 2014: 54). Например, современная художница Хито Штайер в своем фильме «Liquidity Inc.»<sup>1</sup> обыгрывает многозначность термина «ликвидность» (ликвидный/жидкий), связывая экономическое понятие с физическими свойствами воды. Жидкий образ характеризует динамику взаимодействий в экономике. Цитата «Будь как вода, мой друг» (Ibid.: 51), адресованная главному герою фильма, выражает необходимость быть гибким в постоянно меняющихся условиях современности.

Возвращаясь к концепции Анны Корнблунд, важно отметить, что потоку имманентной циркуляции подлежит весь материальный мир и все культурное производство. Исследовательница иллюстрирует

это на примере, казалось бы, незыблемой и непоколебимой области — архитектуры. Движение «подвижной» архитектуры предполагает гибкое строительство, что подразумевает модульные блоки, подвижные стены и крыши, а также использование 3D-печати, робототехники, искусственного интеллекта. Автор констатирует: «Несмотря на то что архитектура — один из самых устойчивых к сиюминутности медиумов, она все равно подстраивается под всепроникающий стиль» (Kornbluh 2024: 36). Пример с архитектурой позволяет распространить эту логику на трансформацию более подвижных элементов материального мира, например на тело, одежду и материалы, конститутивные для моды. Переходя в цифровую сферу, эти элементы приобретают жидкий модус.

Из перспективы капиталистического потока жидкие тела и материалы являются частью общего стиля непосредственности, характерного для текущей экономической формации. В следующей главе мы более подробно рассмотрим, как «жидкая» природа цифровых изображений влияет на репрезентацию тела, а также как взаимодействие физического и цифрового создает новые формы телесности и идентичности в виртуальном пространстве.

## Телотечение

На первый взгляд может показаться, что цифровая мода, концептуализированная как конечный продукт, подтверждает феномен симулякра Жана Бодрийяра. Согласно его теории, симулякр — это знак, который потерял связь с реальностью, которую он должен представлять. Цифровая мода представляет собой форму потребления знаков и образов, а не материальных объектов, создает новую гиперреальность, которая может восприниматься как более «реальная», чем физическая одежда и живые люди, а также размывает границу между воображаемым и физическим. Цифровые двойники, AR- и VR-фильтры, наложенные изображения симулируют реальность, тем самым поднимая вопрос о цифровой симуляции.

Здесь бы мы хотели вернуться к тексту Артура и Мэри-Луизы Крокеров «Тезисы об исчезновении тела», в котором использовалось понятие симулякра как «освобождение знака» (Kroker & Kroker 1988: 21–22). В этом тексте проведен критический анализ трансформации и исчезновения тела в конце XX века. Авторы рассматривают превращение тела в плавающее означающее, оторванное от своей материальности и вписанное в системы власти и симуляции. В том числе индустрия моды представлена как часть «семиургии плавающих

частей тела», которая способствует растворению тела в симулякрах. Если обратить внимание на те примеры, которые авторы приводят из области моды, можно заметить, как работает технология симуляции, которая сегодня является обычной инструментальной практикой по работе с изображениями.

Крокеры, в частности, обращаются к рекламным образам. К примеру, реклама модного бренда Escada воплощает «компьютерный индивидуализм» гипермодного тела, поскольку она создана с помощью компьютерного программного обеспечения, благодаря чему получается «больше цветов, чем когда-либо видел человеческий глаз». Реклама бренда обуви Carpezio Women анализируется как пародия на «структурное тело» — тело, которое было доведено до крайности знаками потребительской культуры (ил. 1 и др. иллюстрации см. во вкладке 2). В этой рекламе женщина превращена в «дерево для обуви», что иллюстрирует представление авторов о теле как о социальном остатке, колонизированном знаком.

Развивая концепцию симулякра в контексте телесности, авторы обращаются к творчеству бодиартиста Стерка, чье видение трансформации человеческого тела предвосхищает современные тенденции. В главе «Тело как симулякр» приводится его провидческая цитата: «Как только человеческое тело покидает этот мир, у нас появляется повод создать новое тело — более расширенное и изменчивое» (Ibid.: 26). Идея Стерка о новом расширенном теле находит свое воплощение в современном цифровом теле. Технологии цифровой моды и виртуальной реальности способствуют переосмыслению концепции симуляции как практики расширения и дополнения реальности вместо прежнего ее понимания как фальсификации. В этом смысле концепт расширенной реальности предполагает, что теории VR, AR, MR не заменяют реальность, а дополняют ее. Вторая характеристика нового тела из интервью Стерка — «изменчивое». Сама онтология цифрового изображения подразумевает возможность изменения и передвижения, поскольку оно является единицей обмена. Именно поэтому цифровые тела приобретают текучую и пластическую сущность.

Смещение парадигмы от «исчезновения» до «расширения тела» в современном цифровом нарративе можно проследить на примере двух похожих образов тела, которые, однако, получают совершенно разные интерпретации. Первый пример — это уже упомянутая ранее реклама обуви бренда Carpezio Women, а второй — 3D-изображение Ecstasy из коллекции Primal Rave 2024 бренда The Fabricant<sup>2</sup> (ил. 1–2). Компания The Fabricant, являясь пионером в области виртуальной моды, активно способствует становлению культуры цифровой моды.

Например, коллекция The Primal Rave предлагает потребителю не только модные образы, но и высказывания о теле, идентичности, поведении.

В образах, созданных с разницей в более чем тридцать лет, можно увидеть сходство, поскольку в обоих случаях тело из-за распростертых конечностей напоминает дерево. Однако Крокеры рассматривают рекламу Carpezio Women как триумф потребительской культуры, где тело сведено к манекену для демонстрации обуви. В противоположность этому, силуэт Ecstasy от The Fabricant представляет собой многорукое тело, которое «символизирует высший момент выхода за пределы себя и принятия себя»<sup>3</sup>. Этот образ воплощает экстатическое состояние трансгрессии, которое достигается через синтез музыки и танца, лежащий в основе субкультуры габберов. Поскольку образ Ecstasy может использоваться как AR-наложение, можно говорить о расширении визуального представления о теле с помощью технологии.

Так как цифровая одежда появилась вслед за появлением определенных технологических инструментов, исследователь Абу Садат Мухаммад Сайем выделяет цифровых людей и метавселенные как одну из четырех технологических инноваций, сделавших возможным существование этой области (Sayem et al. 2023: 4)<sup>4</sup>. В цифровом пространстве тело перестает быть константой и становится таким же объектом дизайна, как и одежда. Границы между телом и одеждой размываются, создавая единое поле для творческих экспериментов. Создание цифровых персонажей, возможно, представляет собой более значимую задачу для цифровой моды, чем создание одежды, поскольку аватары выполняют множество функций: служат виртуальными манекенами для примерки одежды, участвуют в цифровых презентациях и показах, а также выступают в качестве цифровых представителей брендов и отдельных личностей.

Появление цифровых людей открывает новую главу в концептуализации человеческого тела. Тело не исчезает вместе с цифровыми людьми, но становится флюидным, способным к постоянной трансформации. Эта трансформация требует нового теоретического осмысления, поэтому мы вводим понятие «телотечение», которое является отдельным проявлением более широкой концепции потока в цифровой культуре. Эта идея о текучем теле продолжает концепцию потока и непосредственности Анны Корнбл и других теоретиков жидкого цифрового капитализма.

В рамках предложенной концепции телотечение описывает состояние и процесс, когда цифровая сущность постоянно трансформируется, реагируя на контекст. Тело при этом одновременно может

находиться во многих местах, в разных образах, выражая различные аспекты своей личности. Цифровое тело не просто репрезентирует физическое тело, но расширяет его и влияет на реальное самоощущение через экран или гарнитуры виртуальной реальности. Виртуальное тело получается жидким, способным просачиваться сквозь экраны и заполнять собой любые пространства.

На сегодняшний день существуют компании, которые специализируются на создании цифровых аватаров и виртуальных людей. Аватар является более широким понятием в сравнении с виртуальным человеком, поскольку он может воплощать не только антропоморфные образы, но и любые другие, включая вымышленных персонажей. В качестве примера таких аватаров обратимся к двум платформам: одна из них поставляет в цифровое пространство зверей, другая — людей.

Платформа A KID called BEAST<sup>5</sup> предлагает пользователям создавать уникальные онлайн-идентичности с помощью фильтров для лица, работающих на основе искусственного интеллекта и преобразующих человеческие черты в выразительные звероподобные лица (ил. 3–4). Виртуальные маски меняются по одному клику и их можно носить в большинстве игр, в социальных сетях, в программах видеосвязи и на стриминговых платформах. Создатели предлагают виртуальные образы почти для всех видов активности в интернете: «пишите истории, ведите подкасты и создавайте вирусный контент. Следите за интервью, шоу и социальными событиями».

Отличительная черта Beast-аватаров — это обеспечение анонимности и приватности. По сути, это аналог маскарадного костюма, скрывающего личность. При этом компания настаивает, что, скрывая реальную личность с помощью фильтров, можно таким креативным способом выразить себя. Тема идентичности и самовыражения является одной из наиболее обсуждаемых в цифровом пространстве. Благодаря тому что аватары можно изменять, идентичность становится такой же пластичной и изменчивой, как и пиксели на экране.

Цифровое «я» может быть кем угодно — от мистического единорога до футуристического киборга-волка. Смена скинов и ролей, ранее возможная только в компьютерной игре, теперь доступна и в других областях. Границы между развлечением и работой размываются так же, как между физической и виртуальной идентичностями. Поскольку виртуальные пространства приобретают все большее значение в социальной и коммерческой сферах, аватары зверей могут влиять на тенденции дизайна в физической реальности. Более того, популярность этих аватаров доказывает стремление



к фантазийным, расширяющим человеческий облик, формам самопрезентации.

Звероподобные аватары BEAST также напрямую связаны с цифровой модой, поскольку их настройки предполагают возможность выбирать одежду и аксессуары. Можно одеть своего зверя в модное дизайнерское кимоно, поскольку виртуальная одежда на основе NFT также интегрирована в платформу. Возможность задать индивидуальные настройки аватара отражает тенденцию к более персонализированному онлайн-опыту.

Если говорить о цифровых людях, то среди компаний разработчиков лидером в области 3D-гуманоидов считается Daz 3D. Коллекция Non-Fungible People 2022 года представляет собой 8888 уникальных аватаров (ил. 5–8), каждый из которых является произведением искусства, созданным руками приглашенных художников со всего мира. Главными героями коллекции стали женские и небинарные персонажи, чтобы способствовать увеличению женского представительства в цифровом технологическом мире. Джессика Риззутто, старший вице-президент по электронной торговле компании, сформулировала посыл коллекции так: «Как член сообщества NFT, я знаю, что женщины в технологиях и как утилита для NFT — редкость, и именно поэтому я так увлечена этой коллекцией. Non-Fungible People нацелена на расширение прав и возможностей женщин и дальнейшее развитие полезности NFT в метавселенной»<sup>6</sup>.

Каждый аватар — это не конечный продукт, а отправная точка для бесконечных метаморфоз. Настройке поддается внешность, гендер, раса, возраст — все аспекты идентичности становятся пластичными и подвластными творческому импульсу. Таким образом, аватары Daz 3D в полной мере воплощают флюидную цифровую идентичность и подтверждают идею телотечения, где «я» не ограничено физическими и социальными рамками, но одновременно является прозрачным и управляемым.

Если говорить о психоэмоциональном воздействии цифровых продолжений людей, то согласно исследованию «Into the Deep. Digital Fashion on Chain»<sup>7</sup>, которое провел бренд The Fabricant по рынку цифровой моды, то для зумеров, которые погружены в интернет с самого раннего возраста, виртуальная личность имеет не меньшее значение, чем физическая. В отчете делается прогноз о том, что «потребительский спрос будет стимулироваться вездесущими аватарами, увеличением предложения товаров и беспрепятственным цифровым стайлингом... Появление в виде 3D-аватара станет повседневной социальной активностью».

Также в отчете обозначены реальные экономические причины перехода в цифровую экономику, среди которых отмечается продолжающийся рост цен на сырье и оплату труда. Внедрение 3D-проектирования будет происходить на всех этапах экономической цепочки, сокращая время и расходы на пути к потребителю. В качестве важного преимущества цифровых продуктов называется непосредственный доступ к покупателю.

Обобщая вышесказанное относительно текущего состояния цифрового тела, можно сделать несколько выводов. Первый связан с тем, что виртуальная мода представляет виртуальное расширение человека. Данный аспект находит свое подтверждение в концептуальном определении цифровой моды как «производстве и представлении своей идентичности с помощью компьютерного дизайна» (Baek et al. 2022: 8). Тезисы об исчезновении тела, которые транслировали Крокеры, опираясь на концепцию симулякра Бодрийяра, требуют переосмысления. В контексте современных цифровых трансформаций симуляция не является знаком без означаемого, но становится частью идентичности реальных людей, функционируя в гибридном пространстве между физическим и виртуальным мирами.

Второй вывод состоит в том, что виртуальная мода имеет реальное экономическое значение, и ее нематериальные продукты обладают экономической стоимостью и влияют на поведение как производителей, так и потребителей моды. Создается новая экономическая модель, где нематериальные объекты участвуют в экономическом обмене.

И третий важный вывод касается получения большей управляемости в отношении таких прежде являющихся материальными объектов, как материалы, одежда, тело. Переход в цифру делает их контролируемыми, измеряемыми и переменными.

## Флюидные материалы

Остановимся на материалах и материальности, которые также подвергаются цифровой трансформации. В физическом мире исходное сырье — ограниченный ресурс. Не каждый физический элемент годится для пошива одежды. Ткани обладают неотъемлемыми свойствами, под которые вынужден подстраиваться производитель одежды. Противоположная ситуация наблюдается в цифровой реальности, где материалы можно наделять любыми желаемыми характеристиками, а также использовать для создания одежды текстуры, которые в физическом мире были бы непрактичны или невозможны для пошива.

Частый комментарий цифровых дизайнеров касается неограниченности физическими рамками возможностей для творческого самовыражения. Цифровые изображения текучих металлов (например, серебра, золота), различных состояний воды (льда, пара, волн, пузырьков), несарториальных природных материалов (вроде дерева, мха, растений) могут вызывать дезориентацию как некоторая ошибка (ил. 9, 10). Иллюстрацией цифровой одежды такого плана можно назвать платье из шоколада марки Tribute brand, которое на видео демонстрируется в виде тающего и стекающего по телу шоколада (ил. 11–12). Еще одним примером является образ «Коралл» из коллекции «Перламутр» бренда Placebo, когда костюм собирается из виртуальных перламутровых частиц (ил. 13)<sup>8</sup>. Однако такие изображения уже не сбивают с толку, потому что мозг в режиме симуляции способен представить любые эксперименты с материей. Этот режим работы с «воображаемой» материей является онтологическим для цифровых изображений, которые предполагает разложение до атомов любой материи.

Здесь мы снова обращаемся к самой природе цифрового изображения, в котором заложено «разложение материальности». Это утверждение означает, что цифровые материалы приобретают текучую и пластическую сущность, поскольку они являются единицей обмена, «бешено циркулируют, де- и реконтекстуализируются, морфируются и переформатируются»<sup>9</sup> (Lütticken 2014: 50). Развивая эту тему, мы хотели бы обратиться к работам цифровых дизайнеров, которые предлагают несколько толкований флюидной цифровой материи.

Например, цифровой дизайнер Скарлетт Янг предлагает взгляд на материю как эфемерную субстанцию, которая может перетекать из физического состояния в цифровое и наоборот. Дизайнер не разделяет природное и технологическое состояния материи, но видит их как разные модусы представления материи. Обратимся к работе Янг «Эфемерная материальность»<sup>10</sup> (Ephemeral Materiality), которая представляет собой иммерсивную цифровую инсталляцию, демонстрирующую в режиме реального времени интерпретацию спутниковых климатических данных и данных лаборатории новых материалов в Лондоне. Алгоритмическое столкновение двух типов данных отображается в виде морфинга разных текстур: «пятна цифрового материала, похожие на синие и зеленые пятна нефти на воде, пульсировали и изменялись при приближении человека»<sup>11</sup>. Инсталляция реагирует на любого человека, находящегося в пространстве галереи. Изображение флюидно, изменяется каждое мгновение, что соответствует характеристике «эфемерное» относительно материальности процессов, преобразованных в пиксели.

Эта инсталляция отражает изменение в понимании материальности и демонстрирует взаимосвязь реального и цифрового миров. Без физических данных невозможно создать цифровое отражение, однако именно цифровая среда позволяет масштабировать зрение и охватывать большие массивы информации.

Мы рассматриваем эту инсталляцию как высказывание о гибридной материальности — синтезе цифрового и физического. При создании 3D-модели материал теряет свою физическую природу и становится пикселями, таким образом темная материя преобразуется в видимую цифровую форму. В современном технологическом контексте человек преимущественно взаимодействует с цифровыми симуляциями реальных объектов, что делает грань между материальным и виртуальным все более размытой.

Новым в этой парадигме гибридной материальности является то, что алгоритмическое моделирование и цифровое производство позволяют создавать современные «умные» материалы. Над подобными проектами работает студия Скарлетт Янг, где ведется работа по созданию материалов с управляемыми характеристиками. Таким образом, цифровая оболочка становится прародителем новых материалов. В одной из своих первых работ «Разложение материальности» (*Decomposition Materiality*) (ил. 14), за которую Янг получила престижную премию — LVMH Maison/o Green Trial, дизайнер показала, как цифровое платье из водорослей и шелковых коконов растворяется в воде в течение 24 часов. Также Янг создает 3D-прототипы для печатных тканей на биооснове, например из протеинов и водорослей. «Это универсальный материал; мы можем создавать сложные дизайны форм, текстур и цветов с помощью цифровых творческих процессов»<sup>12</sup>.

Адепты биотехнологического дизайна, к которым также относится Янг, предлагают идею «реверсивной» материи, понимаемой как «виртуальное» сырье, которое становится отправной точкой для изучения различных стадий существования материи в цифровой среде (Sbordone 2023: 101). Цифровое проектирование позволяет исследовать ее различные состояния, от создания новых форм до моделирования процессов разложения и переработки. Этот подход позволяет не только визуализировать, но и концептуализировать материю как динамическую систему, находящуюся в постоянном текучем «эффемерном» виде.

Другая перспектива флюидности материи связана с понятием «прозрачности». В качестве примера рассмотрим проект Adidas Primeblue, направленный на использование отходов из пластика для

создания обуви (ил. 15). В пресс-релизе компании излагается опасение, что проект может быть воспринят как пример гринвошинга, где «зеленое» становится еще одним товаром для продажи. Несмотря на это, компания считает, что ее усилия можно считать частью решения экологической проблемы через призыв к «концу пластиковых отходов»<sup>13</sup>. Бренд не просто представляет новые изделия, но делает процесс создания видимым для аудитории: «Поскольку этот процесс еще никто не видел, нам необходимо создать визуальное полотно, наглядно иллюстрирующее технологию. Подумайте о стилизованных и динамичных кадрах, на которых изображен кусок пластика, разложенного на простейшие элементы, а затем превращенного в нечто совершенно иное».

В рекламном ролике, созданном в сотрудничестве с Вето-студией, толщи волн океана, загрязненного пластиком, перемежаются с цифровыми изображениями жидкого пластика как материала для будущих кроссовок<sup>14</sup> (ил. 16). Поток воды сменяется потоком цифрового пластика. Пластик как очищающая сила воды — так работает бессознательная аллегория изображения.

В этом проекте обращает на себя внимание уравнивание физических свойств природного явления (в данном случае воды) и технологического процесса, который описывается как полностью автономный. В описании концепции проекта Adidas Primeblue, представленном на портале Behance, для описания процесса переработки пластика использованы такие слова, как плавить (melt), что означает переход в жидкое состояние и течь (flow). Технологические аспекты описываются как неотъемлемые свойства машинных изображений, подобных природным. Очень показательна, на наш взгляд, фраза: «Последовательность должна быть такой, чтобы каждый шаг попадал в такт как хорошо отлаженный механизм», будто машинный механизм происходящего также неизбежен, как и природные потоки. Здесь мы снова наблюдаем уравнивание естественных и машинных процессов. Технологический мир стремится к естественному состоянию на смысловом уровне. Разница между машиной и природой сглаживается.

Несмотря на то что в проекте Adidas Primeblue показана теневая сторона производства модных продуктов, а именно загрязнение океана пластиком, а также предложено альтернативное решение в виде создания обуви из переработанного пластика, этот пример демонстрирует напряжение между природным и виртуальным слоями реальности. Эстетизация экологической катастрофы через цифровые образы создает иллюзию простоты решения проблемы, хотя реальные процессы загрязнения океана и переработки пластика гораздо

сложнее их визуальной репрезентации. Само представление процесса переработки пластика как естественного потока маскирует тот факт, что это энергозатратный производственный процесс, который, решая одну экологическую проблему, может порождать другие. Таким образом, визуальная риторика цифровых проектов пока ограничена их преимущественно эстетическим видением.

Выводы этой главы связаны с обнаружением противоречия относительно риторики цифровых дизайнеров о неограниченности цифрового дизайна физическими рамками и одновременной ориентацией на полностью машинный процесс создания проектов. При анализе двух кейсов мы обнаружили два ключевых свойства флюидной материи. Первое касается такого качества, как управляемость. Цифровые дизайнеры имеют возможность экспериментировать с любыми состояниями и характеристиками материалов, создавая прототипы «умных» материалов и инновационных решений, как это демонстрируют работы Скарлетт Янг. Работа со свойствами материалов способствует становлению экологического мышления, поскольку она связана с выбором того, что пойдет в реальное производство. Однако перенос экспериментов в физическую реальность сталкивается с существенными ограничениями, поскольку не все, что поддается моделированию в цифровой среде, может быть воплощено в жизни из-за фундаментальных свойств физического мира.

Другим важным аспектом цифровой материальности становится ее «прозрачность», позволяющая визуализировать сложные производственные процессы, что наглядно показывает проект Adidas Primeblue. Однако природные процессы, в отличие от технологических, не могут быть полностью алгоритмизированы и контролируемы, поскольку подчиняются собственным законам, которые часто непредсказуемы и необратимы. В этом смысле «прозрачность» цифровой материи парадоксальным образом может скрывать реальную сложность и непредсказуемость физических процессов и их последствий.

## Заключение

Целью статьи было исследование трансформации дискурса о материи и теле в контексте цифровой моды. В качестве теоретической модели мы опирались на концепции «непосредственности» и «потока» Анны Корнбл и «прозрачной непосредственности» Джея Дэвида Болтона и Ричарда Грузина. Концепция потока позволила сформировать общие идеи о «телотечении» и «флюидной материи» как объяснительных для нарратива о теле и материи.

На наш взгляд, рассмотрение тела и материи через призму «потока» является вкладом в развитие дискурса о характерных чертах современной цифровой культуры. Теоретики «жидкого» капитализма в своих работах также говорили о теле, но не делали его предметом отдельного рассмотрения. Так, Зигмунт Бауман анализирует текучесть через социально-экономический срез, демонстрирующий «новый» модус существования индивидуальности, работы, коллектива, а также времени и пространства. Он противопоставляет «текучесть» как свойство воды и газов — твердым материалам, что является логичным аргументом в обосновании «подходящих метафор» для описания общества. Философ использует выражение «плавление твердых тел» из «Коммунистического манифеста» Карла Маркса, где под «твердыми телами» подразумевались устаревшие традиции. Бауман приходит к выводу, что логика разжижения твердых тел была исходным духом современности, которая, однако, приняла несколько другую форму в отличие от замысла основоположников марксизма. По мнению Баумана, «твердые тела отброшены раз и навсегда» (Бауман 2008: 14), поскольку современность основана на подвижности, миграции, изменчивости и время имеет преимущество перед пространством.

Если для Баумана обращение к телу было скорее метафорой относительно стабильных структур общества, то Анна Корнблунд говорит непосредственно о физическом теле как крайне важном реципиенте текучей современности. Непосредственность, которую она называет стилем позднекапиталистического общества, как раз проявляется в разрушении институциональных структур, коими являются социальные учреждения, нормы и ценности, с целью получения прямого доступа к телу культурного потребителя. «В самых разных дисциплинах теоретики пропагандируют этот стиль как по форме, так и по содержанию... превознося запутанность, тело и тавтологическую конкретность (*haecceity*)» (Kornbluh 2024: 17), — в этой цитате перечислены доминантные категории, которые получили преимущественное право «голоса» в новых условиях, одним из которых является тело.

В начале статьи мы цитировали известное выражение Мишеля Фуко о «конце человека». В отличие от постструктуралистских теорий, предсказывавших «исчезновение» тела, мы наблюдаем его «расширение» и «умножение» через цифровые технологии. Цифровая мода выступает инструментом нового «поля субъективации», где объединяется человеческое и технологическое. При взаимодействии с цифровыми аватарами, цифровой одеждой, примеряя фильтры в дополненной и смешанных реальностях, пользователь ощущает реальное физическое и эмоциональное вовлечение.

Понятие «телотечение» описывает новую онтологию телесности, где физическое и цифровое тело существуют в постоянном взаимодействии и взаимовлиянии. Это особенно ярко проявляется в практиках создания цифровых аватаров и виртуальной одежды, где тело становится таким же объектом дизайна, как и сама одежда. При этом важно отметить экономическое измерение этой трансформации — цифровые расширения тела становятся новым пространством для создания стоимости и потребительской ценности.

Согласно Болтону и Грузину, цифровые медиа стремятся к «прозрачному интерфейсу», который «стирает сам себя», позволяя пользователю погрузиться в непосредственное взаимодействие с контентом, забыв о существовании самого медиума. Как мы показали, эта логика «прозрачности» лежит в основе виртуальной моды не только на уровне медиума, но и на уровне содержания флюидных процессов цифровизации, затрагивающих тело и материалы.

Несмотря на логику прозрачности, проблема медиума остается скрытой стороной технологий и является главной мишенью для критики в адрес цифровой экономики. Поверхностная прозрачность потока делает видимыми и управляемыми некоторые технологические процессы. Однако материальная основа медиума, затрагивающая вопросы власти, собственности, экономики, оказывается далеко не прозрачной.

Например, Хито Штайер обращает критический взгляд именно на распутывание исходной «запутанности» в цифровой культуре и обнаружение посредничества через анализ медиума. Разбирая связку «субъект равно изображение, а изображение равно единица данных», она показывает, как реальный мир превращается в ряд отдельных, взаимозаменяемых единиц. Логика дискретизации и квантификации позволяет собирать пользовательские данные и далее перераспределять их в генерацию трафика, завязанного на индивидуальном подборе рекламы, маркетинговых акциях, аффективных дигитальных воздействиях.

В разделе «Флюидные материалы» мы рассматривали «реверсивную» материю, что подразумевает создание физических материалов на основе цифрового проектирования. Похожему воздействию со стороны симулятивных цифровых технологий подвергается человеческое тело. Инструменты искусственного интеллекта сегодня могут переносить реальных людей в цифровой мир. Например, в интернете получили большую популярность видеоролики с участием публичных персон, в том числе из мира моды, созданные цифровым художником, работающим под ником Rickdick<sup>15</sup>. Разница между «подделкой»



(fake) и «симуляцией» реальных процессов становится сложно обнаруживаемой. С учетом перехода человека в цифровую среду моделированию подвергается образ тела и такие его части, как голос, мимика и жесты, что делает актуальными вопросы об идентификации правдивой и сфабрикованной информации.

## Литература

*Бауман 2008* — Бауман З. Текучая современность. СПб.: Питер, 2008.  
*Фуко 1977* — Фуко М. Слова и вещи. М.: Прогресс, 1977.

*Baek et al. 2022* — Baek E., Haines S., Fares O. H., Huang Z., Hong Y., Lee S. H. M. Defining digital fashion: Reshaping the field via a systematic review // *Computers in Human Behavior*. 2022. Vol. 137. P. 107407.

*Barad 2007* — Barad K. Meeting the Universe Halfway: Quantum Physics and the Entanglement of Matter and Meaning. Durham: Duke University Press, 2007.

*Bolter & Grusin 1999* — Bolter J. D., Grusin R. Remediation: Understanding New Media. Cambridge, MA: MIT Press, 1999.

*Chan et al. 2024* — Chan H. H. Y., Henninger C., Boardman R., Blazquez Cano M. The adoption of digital fashion as an end product: A systematic literature review of research foci and future research agenda // *Journal of Global Fashion Marketing*. 2024. Vol. 15. Is. 1.

*Kornbluh 2024* — Kornbluh A. Immediacy, Or, The Style of Too Late Capitalism. London: Verso, 2024.

*Kroker & Kroker 1988* — Kroker A., Kroker M. Theses on the Disappearing Body in the Hyper-Modern Condition // *Body Invaders. Sexuality and the Postmodern Condition* / Ed. by A. Kroker, M. Kroker. Houndmills; Basingstoke; Hampshire; London: Macmillan Education UK, 1988. P. 20–34.

*Lütticken 2014* — Lütticken S. Hito Steyerl: Postcinematic Essays After the Future // *Too Much World: The Films of Hito Steyerl*. Berlin: Sternberg Press, 2014.

*Sayem et al. 2023* — Sayem A. S. M., Chakraborty S. et al. Defining Digital Fashion and Tracking the Developments in Relevant Technologies // *Digital Fashion Innovations. Advances in Design, Simulation, and Industry* / Ed. by A. S. M. Sayem. Boca Raton: CRC Press, 2023.

*Sbordone 2023* — Sbordone M. A. Fashion Now! Critical Thinking for Change Towards Bio-Digital Couture // *Fashion Highlight*. 2023. 1. P. 94–103.

*Steyerl 2012* — Steyerl H. The Wretched of the Screen. Berlin: Sternberg Press, 2012.

**Примечания**

1. «Liquidity Inc.» — тридцатиминутный фильм современной художницы Хито Штайерль 2014 г., в котором «используется вода и экстремальная погода как метафоры изменчивости финансовых активов и цифровой информации, а также коллективного чувства нестабильности», [www.moma.org/collection/works/216220](http://www.moma.org/collection/works/216220) (по состоянию на 06.02.2025).
2. Фотография рекламы Sapezio Women, 1980-е, взята из статьи Артура и Мэри-Луизы Крокер «Тезисы об исчезновении тела» (Kroker & Kroker: 33). Цифровое изображение многорукого тела под названием Ecstasy из коллекции Primal Rave Collection, 2024, бренда The Fabricant, [www.thefabricant.com/collection/primalrave](http://www.thefabricant.com/collection/primalrave) (по состоянию на 06.02.2025).
3. В описании цифрового предмета гардероба дизайна The Fabricant на ютьюб-платформе: «represents the ultimate moment of transcendence and acceptance of self», [youtu.be/IjWsUl8385g](https://youtu.be/IjWsUl8385g) (по состоянию на 06.02.2025).
4. Среди инноваций, «создавших» область цифровой моды, Сайем выделяет четыре сферы: «1) цифровой дизайн и электронное прототипирование, 2) цифровой бизнес и продвижение, 3) цифровой человек и метавселенная и 4) фиджитал-одежда и умные носимые технологии» (Sayem et al. 2023: 4).
5. Платформа по продаже цифровых масок в виде анимационных «зверей», [www.akidcalledbeast.com/about](http://www.akidcalledbeast.com/about) (по состоянию на 06.02.2025).
6. Non-Fungible People: debut hyper-realistic 3D collection by Daz 3D // Nftmetria. 2022. May 11. [nftmetria.com/nft-collections/non-fungible-people/](https://nftmetria.com/nft-collections/non-fungible-people/) (по состоянию на 06.02.2025).
7. Отчет о состоянии цифровой моды, проведенный The Fabricant и The naked Collection, был опубликован в марте 2024 г. под названием «Into the Deep. Digital Fashion on Chain. The five past years & what is coming next», [www.papermark.io/view/clrw23ebp000237wels7esytd](http://www.papermark.io/view/clrw23ebp000237wels7esytd) (по состоянию на 06.02.2025).
8. Коллекция «Mother of Pearl» бренда Placebo была анонсирована в 2022 г. Цифровые наряды продавались на платформе Dressx и включали помимо цифровой одежды VR-анимацию для метавселенных.
9. Почти этими же словами Анна Корнблу описывает распространение медийного контента в современности: «В то время как в прежней, менее партисипаторной медиасреде в центре были компании, производящие контент, и потребители, которые получают его, модель распространения сосредоточена на потребителях, которые

- направляют потоки контента посредством присвоения, ремикширования и де/реконтекстуализации» (Kornbluh 2024).
10. Впервые была представлена в 2023 г. в Christie's Late, Лондон, [www.scarletty.com/interdisciplinary-arts](http://www.scarletty.com/interdisciplinary-arts).
  11. Designer Scarlett Yang is turning biomaterials into art and fashion // Financial Times. [www.ft.com/content/b992a140-936d-481d-b13d-83301d551fd7](http://www.ft.com/content/b992a140-936d-481d-b13d-83301d551fd7) (по состоянию на 06.02.2025).
  12. Chan E. Why We Could All Be Wearing Seaweed One Day // British Vogue. 2023. June 8. [www.vogue.co.uk/article/is-seaweed-sustainable](http://www.vogue.co.uk/article/is-seaweed-sustainable) (по состоянию на 06.02.2025).
  13. Adidas aims to end plastic waste with innovation + partnerships as the solution // Adidas. 2020. January 28. [news.adidas.com/running/adidas-aims-to-end-plastic-waste-with-innovation-partnerships-as-the-solutions/s/be70ac18-1fc9-45c1-9413-d8abaac2e849](https://news.adidas.com/running/adidas-aims-to-end-plastic-waste-with-innovation-partnerships-as-the-solutions/s/be70ac18-1fc9-45c1-9413-d8abaac2e849) (по состоянию на 06.02.2025).
  14. Изображение из цифрового видеоролика Adidas-Primeblue, выполненного Вемо-студией, [www.bemo.studio/work/adidas-primeblue](http://www.bemo.studio/work/adidas-primeblue) (по состоянию на 06.02.2025).
  15. Работы цифрового художника Rickdick, использующего инструменты ИИ для создания видеороликов с известными личностями: [www.instagram.com/rickdick\\_?igsh=ZXU4ZXN3dnU3b25n](https://www.instagram.com/rickdick_?igsh=ZXU4ZXN3dnU3b25n) (по состоянию на 06.02.2025).