

# МЕТА УНИВЕРЗУМОТ И НОВИТЕ МОЖНОСТИ ЗА МОДАТА

Метауниверзумот – овој уникатен социјален, културен и комуникациски феномен, сè повеќе го соочува современото човештво со своите предизвици. Новиот паралелен дигитален свет отвора единствена можност за уметноста, особено за модниот дизајн, модниот бизнис и модната индустрија. Следната ера на комуникација и поврзување по Интернетот е јасно WEB 3.0 со сите свои предности – од блокчејн технологии до незаменливи токени (NFT), уникатни аватари и огромни изгледи за нова дигитална идентификација, креативна фантазија и необични статусни симболи.

Но, што го прави метаверзумот толку магнетен, толку примамлив за модата? Зошто луѓето сè повеќе ќе купуваат дигитална наместо физичка облека? Кое е објаснувањето за „луксузниот бум“ (ако така можеме да ги наречеме некои од највлијателните модни брендови) во паралелната реалност? Зошто модните куќи како Луј Витон и Живанши, Гучи и Баленсијага, Балмен и Ралф Лорен, Версаче, Долче и Габана, Хуго, Најк, Адидас и многу други успешно го окупираат метапросторот и жнеат дивиденди – како во полза на имиџот така и во полза на економијата? Дали овој налет на стил и убавина во метаверзумот е беспрекорен?...

Овој модерен феномен како и многу нови прашања, поврзани со него беше предизвик во февруари 2022 година Академијата на Мода од Софија, Р. Бугарија да организира вебинар – обука / стручен собир на тема „Модата и предизвиците на Метаверзумот“ со главен модератор: Проф. д-р Љубомир Стојков како Претседател на Академијата за мода со посебен осврт на темата „Дигитална облека во Метаверзумот и модните иновации“ под лекторство на Теодора Спасова. Предавањето беше поделено на две главни тематски целини:

## 1. ДИГИТАЛНА ОБЛЕКА ВО МЕТА УНИВЕРЗУМОТ

- 1.1. Карактеристики на продажба на дигитална облека.
- 1.2. Начини за креирање на дигитална облека.
- 1.3. Платформи за дигитална дистрибуција на облека.
- 1.4. Брендови кои нудат дигитална облека.

## 2. ДИГИТАЛНИ МОДНИ ИНОВАЦИИ

- 2.1. Модни реви во живо.
- 2.2. Презентација на колекција преку моден филм.
- 2.3. Виртуелни салони.
- 2.4. 3D приказ на продукт.
- 2.5. Дигитален видео каталог (lookbook).
- 2.6. Дигитален систем за нарачка на производ базиран на мерките на купувачот.
- 2.7. Плаќање со крипто валута.

Втората целина насловена како „Метаверзумот: природа, предности и ризици“ беше изнесена од страна на Калин Стојков, со следните содржински подточци:

## 3. ВОВЕД ВО ФЕНОМЕНОТ МЕТАВЕРЗУМ

- 3.1. Дефиниција
- 3.2. Потекло
- 3.3. Историја
- 3.4. Карактеристично

Учесници во настанот беа експерти во модата, социолози, новинари, професори по моден дизајн, како и студенти од областа на дизајнот и модерната технологија. За крај сите учесници имаа свој допринос во конструктивна дискусија со Претседателот на Академијата за мода преку воспоставување на лични заклучоци и цели кои се генерираат и инкорпорираат во новиот дигитален свет – т.н. Метаверзум.

Link: [https://www.fashion-lifestyle.bg/to\\_the\\_reader\\_broi\\_117#:~:text=%D0%9C%D0%B5%D1%82%D0%B0%D0%B2%D1%81%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%B0%D1%82%D0%B0%20%E2%80%93%D1%82%D0%BE%D0%B7%D0%B8%20%D1%83%D0%BD%D0%B8%D0%BA%D0%B0%D0%BB%D0%B5%D0%BD%20%D1%81%D0%BE%D1%86%D0%B8%D0%B0%D0%BB%D0%B5%D0%BD%2C%20%D0%BA%D1%83%D0%BB%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B5%D0%BD%20%D0%B8%20%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D1%83%D0%BD%D0%B8%D0%BA%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%BE%D0%BD%D0%B5%D0%BD.%D0%B7%D0%B0%20%D0%BC%D0%BE%D0%B4%D0%BD%D0%B8%D1%8F%20%D0%B4%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D0%B9%D0%BD%2C%20%D0%BC%D0%BE%D0%B4%D0%BD%D0%B8%D1%8F%20%D0%B1%D0%B8%D0%B7%D0%BD%D0%B5%D1%81%20%D0%B8%20%D0%BC%D0%BE%D0%B4%D0%BD%D0%B0%D1%82%D0%B0%20%D0%B8%D0%BD%D0%B4%D1%83%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B8%D1%8F.](https://www.fashion-lifestyle.bg/to_the_reader_broi_117#:~:text=%D0%9C%D0%B5%D1%82%D0%B0%D0%B2%D1%81%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%B0%D1%82%D0%B0%20%E2%80%93%D1%82%D0%BE%D0%B7%D0%B8%20%D1%83%D0%BD%D0%B8%D0%BA%D0%B0%D0%BB%D0%B5%D0%BD%20%D1%81%D0%BE%D1%86%D0%B8%D0%B0%D0%BB%D0%B5%D0%BD%2C%20%D0%BA%D1%83%D0%BB%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B5%D0%BD%20%D0%B8%20%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D1%83%D0%BD%D0%B8%D0%BA%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%BE%D0%BD%D0%B5%D0%BD.%D0%B7%D0%B0%20%D0%BC%D0%BE%D0%B4%D0%BD%D0%B8%D1%8F%20%D0%B4%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D0%B9%D0%BD%2C%20%D0%BC%D0%BE%D0%B4%D0%BD%D0%B8%D1%8F%20%D0%B1%D0%B8%D0%B7%D0%BD%D0%B5%D1%81%20%D0%B8%20%D0%BC%D0%BE%D0%B4%D0%BD%D0%B0%D1%82%D0%B0%20%D0%B8%D0%BD%D0%B4%D1%83%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B8%D1%8F.)