

Научная статья

УДК 911.37+711.4

ГЕОУРБАНИСТИКА И ФЕШН-ИНДУСТРИЯ: СОЗДАНИЕ КОМФОРТНОЙ ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ ДЛЯ ПОКУПАТЕЛЕЙ

А.А. Семёнова

независимый исследователь,

Дунайский пр. 33, г. Санкт-Петербург, 192281,

e-mail: semyonovaa@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-7407-5027>

Статья рассматривает взаимодействие геоурбанистики и фешн-индустрии в контексте создания комфортной городской среды для покупателей. Автор обосновывает актуальность темы, анализирует научные основания исследования данной темы. Особое внимание уделено проблемам, связанным с комфортом городской среды, а также значимости моды и стиля.

Ключевые слова: геоурбанистика, фешн-индустрия, городская среда, покупатели, геоданные.

Образец цитирования: Семёнова А.А. Геоурбанистика и фешн-индустрия: создание комфортной городской среды для покупателей // Региональные проблемы. 2023. Т. 26, № 2. С. 64–68. DOI: 10.31433/2618-9593-2022-26-2-64-68.

Проблематика взаимодействия геоурбанистики и фешн-индустрии актуальна по нескольким причинам:

- во-первых, современные города сталкиваются с рядом проблем, связанных с комфортностью городской среды (проблемы с загрязнением воздуха, шумом, транспортными пробками, отсутствием зеленых зон и т.д.). Для того чтобы создать комфортную городскую среду, необходимо изучать и анализировать ее воздействие на жизнь людей, именно геоурбанистика способствует развитию качества жизни;

- во-вторых, мода и стиль играют все более важную роль в жизни людей. Одежда и аксессуары не только отражают личность и стиль, но и стали способом самовыражения и социальной идентификации. В связи с этим фешн-индустрия имеет большое значение в создании комфортной городской среды, которая не только учитывает потребности покупателей, но и соответствует современным тенденциям моды.

Поэтому геоурбанистика и модная индустрия могут взаимодействовать в создании комфортной городской среды для покупателей.

Геоурбанистика – это наука, которая изучает взаимодействие городской среды с людьми и стремится создать удобную и безопасную городскую среду. Фешн-индустрия, с другой стороны, имеет

дело с созданием и продажей модной одежды и аксессуаров.

Считается, что геоурбанистика основывается на научных принципах географии, архитектуры, градостроительства, социологии и экологии. Для изучения городской среды и ее взаимодействия с людьми геоурбанистика использует такие методы, как сбор данных, анализ и интерпретация пространственной информации, моделирование городской среды и применение географических информационных систем (ГИС) [3].

Фешн-индустрия, с другой стороны, основывается на научных принципах дизайна, искусства, маркетинга и экономики. Для изучения моды и ее влияния на общество фешн-индустрия использует такие методы, как анализ трендов, исследования рынка, маркетинговые исследования и эксперименты в области дизайна и производства одежды и аксессуаров.

Исследования взаимосвязи геоурбанистики и фешн-индустрии основываются на технологических и научных достижениях в области информационных технологий, которые позволяют собирать, обрабатывать и анализировать большое количество данных и применять инновационные методы и подходы для создания более удобной и комфортной городской среды для покупателей.

Так, геоурбанистика и фешн-индустрия – это две области, которые кажутся совершенно независимыми друг от друга, однако существует ряд аргументов, которые могут обосновать комплексность взаимодействия между ними.

Во-первых, геоурбанистика является наукой, которая изучает городскую среду и ее взаимодействие с человеком. В свою очередь фешн-индустрия тесно связана с человеком и его поведением в обществе. Фешн-индустрия формирует стиль, вкус и поведение людей, что оказывает влияние на городскую среду. Например, модные тренды могут вдохновлять архитекторов на создание новых зданий и общественных пространств, которые будут соответствовать новым тенденциям и потребностям людей.

Во-вторых, фешн-индустрия в значительной мере зависит от городской среды. Городские пространства вдохновляют дизайнеров на создание новых коллекций, а также выступают в качестве площадок для показов мод. Кроме того, городская среда часто используется в качестве фона для фотосессий и рекламных кампаний.

В-третьих, геоурбанистика и фешн-индустрия совместно используют современные технологии. Так, геоданные полезны для анализа поведения людей в городской среде, а также для прогнозирования тенденций моды. Технологии 3D-моделирования и виртуальной реальности позволяют создавать виртуальные примерки одежды и аксессуаров в городской среде, что представляет особый интерес для дизайнеров и маркетологов.

Следовательно, геоурбанистика и фешн-индустрия имеют много общего, и комплексность их взаимодействия обосновывается тесной связью между городской средой и поведением людей, а также использованием современных технологий [2].

Создание удобных мест для шопинга и покупок в городе – еще один способ, благодаря которому геоурбанистика и модная индустрия могут работать вместе. Например, проектирование торговых центров с учетом потоков людей, удобных мест для отдыха и еды, а также общественных туалетов и зон для зарядки телефонов.

Также геоурбанистика проводит анализ для модной индустрии с целью выявления мест в городе, которые будут наиболее привлекательны для покупателей. Анализ данных и информации о посещаемости магазинов и бутиков обеспечивает развитие модной индустрии в части определения оптимального расположения своих магазинов.

Кроме того, геоурбанистика полезна тем,

что создает более экологически чистую городскую среду, что, в свою очередь, способствует увеличению привлекательности города для покупателей [1]. Например, геоурбанистика акцентирует внимание на необходимости внедрения зеленых зон (зон для велосипедистов в городе), что сделает город более приятным для прогулок и поездок на велосипеде [5].

Следовательно, применение геоурбанистики и фешн-индустрии является актуальным и имеет большой потенциал в различных областях.

Во-первых, использование геоурбанистики и фешн-индустрии повышает эффективность городского планирования и управления городской средой. Анализ геоданных и данных о поведении людей позволяет оптимизировать использование городских пространств и создать более комфортную и функциональную городскую среду. Фешн-индустрия, в свою очередь, может быть использована для создания общественных пространств, соответствующих модным тенденциям и потребностям людей.

Во-вторых, геоурбанистика и фешн-индустрия используются для повышения эффективности маркетинговых кампаний и продаж. Анализ поведения потребителей в городской среде позволяет определить их потребности и предпочтения, а также создать более эффективные рекламные кампании. Фешн-индустрия определяет более привлекательные маркетинговые образы и площадки для продажи товаров.

В-третьих, использование геоурбанистики и фешн-индустрии способствует развитию инноваций и новых технологий. Совместное использование геоданных и технологий виртуальной реальности позволяет разрабатывать новые методы анализа поведения людей и новые модные тренды.

Например, при создании проектов городского благоустройства используются данные о модных трендах и предпочтениях жителей для определения мест и объектов в городе, нуждающихся в дополнительной инфраструктуре и услугах, связанных с модой. Также геоданные используются для определения потенциальных мест расположения бутиков и магазинов модной одежды, чтобы максимально эффективно охватить аудиторию и увеличить продажи [4].

Кроме того, геоурбанистика используется для создания более удобных и привлекательных городских пространств, для проведения модных мероприятий и показов, что способствует увеличению притока туристов и повышению престижа города в мире моды.

Сочетание геоурбанистики и фешн-индустрии приводит к креативным решениям. Далее приведем несколько примеров:

- Модный маршрут. Геоурбанисты разрабатывают маршрут по городу, включающий магазины и бутики модных брендов, которые представлены в данном городе. Это может привлечь людей, интересующихся модой и географией города, и способствовать развитию туристической отрасли.

- Интерактивные показы мод. С помощью технологий AR и VR геоурбанисты создают интерактивные показы мод, которые проходят в конкретных местах города (например, здание, которое служит кульминационным моментом показа, или площадь, на которой проходят модели).

- Модные марафоны. Геоурбанисты организуют марафоны в городе, которые включают в себя бег и посещение модных бутиков. Считается, что данные мероприятия способствуют привлечению людей, увлекающихся спортом и модой, и развитию спортивной и модной отрасли.

- Организация модных фестивалей. Геоурбанисты участвуют в организации модных фестивалей, которые проходят в разных местах города (улица, которая становится подиумом для моделей, или парк, на котором организуются показы мод). Такой подход привлекает людей, интересующихся модой и культурой города [6].

Соединение геоурбанистики и фешн-индустрии может проявляться в различных формах и использоваться в разных сферах. Рассмотрим несколько реальных мировых примеров, где эти две области объединили свои усилия:

- The Fashion Map, Лондон, Великобритания (с 2018 г.).

The Fashion Map – это проект, созданный в Лондоне, который объединил геоурбанистику и фешн-индустрию. Проект представляет собой интерактивную карту, которая позволяет пользователям найти модные бутики, салоны красоты и другие места, связанные с миром моды в городе. Карта также содержит информацию о мероприятиях, связанных с модой, происходящих в городе, и предлагает пользователю опции фильтрации по цене, категории и местоположению.

- Sidewalk Labs, Торонто, Канада (2017–2020 гг.).

Sidewalk Labs – это дочерняя компания Google, которая занимается исследованием и разработкой технологий для создания «умных» городов. Проект Sidewalk Toronto направлен на продвижение новой модели инклюзивного городского развития вдоль восточной набережной Торонто

Один из их проектов, «Новый район», представляет собой пилотный проект по созданию городской среды, основанной на использовании новых технологий и идеях геоурбанистики. В рамках проекта было предложено использование модной индустрии для создания новых концепций идентичности местности и более привлекательной городской среды.

- The Fashion Street, Милан, Италия.

Fashion Street в Милане – это улица, которая стала известной благодаря своим модным бутикам и салонам красоты. В рамках проекта «Красота и здоровье» была проведена реконструкция улицы, в результате чего были установлены новые светильники, зеленые насаждения и созданы новые пешеходные зоны. Также были добавлены новые магазины и бутики, чтобы привлечь больше туристов и покупателей.

Далее обратимся к отечественным проектам, где геоурбанистика и фешн-индустрия объединились, и приведем следующие примеры:

- «Wildberries» использует геоданные для улучшения логистики доставки товаров (проводится анализ того, какие товары наиболее популярны в разных регионах, и соответственно распределяется товарный поток на основе этих данных).

- В Москве реализуется проект «География моды», который посвящен соединению моды и геоинформационных технологий. В рамках проекта проводятся экскурсии по модным магазинам и арт-объектам, где участники могут увидеть, как мода и городская среда взаимодействуют друг с другом (2019 г.).

- Сеть мультибрендовых магазинов модной одежды и аксессуаров «Снежная Королева» провела акцию, где покупатели получали скидку на покупку куртки, если они позировали в ней на фоне символических мест в Москве (например, Кремль, Красная площадь или Поклонная гора). Компания использовала геоурбанистику и местную идентичность для привлечения внимания к своим товарам (2020 г.).

- В Москве прошел проект «Световая архитектура», в рамках которого фасады зданий были украшены не только световыми украшениями, но и модными декорациями. Компании-участники проекта использовали геоданные для определения наиболее популярных мест в городе и размещения своих декораций в этих местах. Так проект объединил в себе геоурбанистику, дизайн и архитектуру (2021 г.).

Данные примеры показывают, как геоурбанистика и фешн-индустрия используются для создания новых идей и концепций в городском планировании и управлении городской средой. Комбинируя геоданные и данные о модных трендах, разработчики создают более эффективные и инновационные подходы к планированию городских пространств и развитию индустрии моды.

В целом сочетание геоурбанистики и фешн-индустрии приводит к созданию новых форматов и направлений в модной индустрии, а также способствует развитию туристической и культурной отраслей в городах.

Таким образом, применение геоурбанистики и фешн-индустрии является актуальным и имеет большой потенциал в различных областях, включая городское планирование и управление, маркетинг и продажи, развитие инноваций и новых технологий. Геоурбанистика и модная индустрия сотрудничают, чтобы создавать комфортную городскую среду для покупателей. Комбинирование геоданных и данных о модных трендах помогает создать более успешные проекты в области геоурбанистики и фешн-индустрии, что приводит к улучшению городской среды и повышению уровня жизни горожан.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Волкова О.В. Экологический подход в дизайне одежды с древних времен // Визуальные образы современной культуры: идеалы и идеологии (к 25-летию теологического образования в г. Омске): сб. науч. ст. по материалам VIII Всерос. науч.-практ. конф. Омск: ОмГУ им. Ф.М. Достоевского, 2020. С. 287–290.
2. Назырова Д.Р. Формирование и развитие городской среды: понятия, условия и особенности // Цифровая трансформация промышленности и сферы услуг: тенденции, стратегии, управление: материалы Междунар. конф. / под ред. А.Н. Грязнова. Казань: Ун-т упр. «ТИСБИ», 2020. С. 270–274.
3. Перцик Е.Н. Геоурбанистика: учеб. для вузов. 2-е изд., стер. М.: Юрайт, 2023. 481 с.
4. Проблемы современной урбанизации: преемственность и новации: сб. ст. Междунар. конф. М.: Географический факультет МГУ им. М.В. Ломоносова, 2022. 291 с.
5. Слука Н.А. Новые старые проблемы и задачи геоурбанистики // Мозаика городских пространств: экономические, социальные, культурные и экологические процессы: сб. материалов Всерос. науч. конф. М.: Географический факультет МГУ им. М.В. Ломоносова, 2016. С. 5–10.
6. Шперлинь А.В. Ориентация личности на материализм и покупательское поведение в сфере потребления продукции фешн индустрии // Дизайн и технологии. 2019. № 74 (116). С. 120–134.

REFERENCES:

1. Volkova O.V. Ecological approach in clothing design since ancient times, in *Vizual'nye obrazy sovremennoi kul'tury: idealy i ideologii (k 25-letiyu teologicheskogo obrazovaniya v g. Omske)* (Visual images of modern culture: ideals and ideologies (on the 25th anniversary of theological education in Omsk): collection of scientific articles based on the materials of the VIII All-Russian Scientific and Practical Conference). Omsk: OmSU F.M. Dostoevsky, 2020, pp. 287–290. (In Russ.).
2. Nazyrova D.R. Formation and development of the urban environment: concepts, conditions and features, in *Tsifrovaya transformatsiya promyshlennosti i sfery uslug: tendentsii, strategii, upravlenie* (Digital transformation of industry and services: trends, strategies, management: Proceedings of the International Conference), A.N. Gryaznov, Ed. Kazan: University of Management «TISBI», 2020, pp. 270–274. (In Russ.).
3. Pertsik E.N. *Geourbanistika: ucheb. dlya vuzov* (Geourbanistics: a textbook for universities). 2nd ed., erased. Moscow: Yurait Publ., 2023. 481 p. (In Russ.).
4. *Problemy sovremennoi urbanizatsii: preemstvennost' i novatsii* (Problems of modern urbanization: continuity and innovation: Collection of articles of the International Conference). Moscow: Faculty of Geography of the MSU M.V. Lomonosov, 2022. 291 p. (In Russ.).
5. Sluka N.A. New old problems and tasks of geourban studies, in *Mozaika gorodskikh prostranstv: ekonomicheskie, sotsial'nye, kul'turnye i ekologicheskie protsessy* (Mosaic of urban spaces: economic, social, cultural and environmental processes: collection of materials of the All-Russian Scientific Conference). Moscow: Faculty of Geography of the MSU M.V. Lomonosov, 2016, pp. 5–10. (In Russ.).
6. Shperlin A.V. Orientation of the individual to materialism and consumer behavior in the sphere of consumption of fashion industry products. *Dizain i tekhnologii*, 2019, no. 74 (116), pp. 120–134. (In Russ.).

GEOURBANISM AND FASHION INDUSTRY: CREATING A COMFORTABLE URBAN ENVIRONMENT FOR FASHION BUYERS

A.A. Semenova

The article examines the interaction of geourbanism and fashion industry in the context of creating a comfortable urban environment for buyers. The author substantiates the topic relevance and considers scientific grounds for its study. Special attention is paid to the problems related to the urban environment comfort, as well as to the importance of fashion and style. The article considers the possibilities for geourbanism and fashion industry interaction in creating an optimal urban environment.

Keywords: *geourbanism, fashion industry, urban environment, buyers, geo-data.*

Reference: Semenova A.A. Geourbanism and fashion industry: creating a comfortable urban environment for fashion buyers. *Regional'nye problemy*, 2023, vol. 26, no. 2, pp. 64–68. (In Russ.). DOI: 10.31433/2618-9593-2023-26-2-64-68.

Поступила в редакцию 06.04.2023

Принята к публикации 13.06.2023