

Keď sa móda stretne s algoritmom

2.7.2026 - Miloslava Hriadelová | Slovenské centrum dizajnu

Digitálne technológie majú potenciál zásadne zmeniť módny priemysel k lepšiemu - ak sa s nimi dokážeme zžiť a využívať ich vedome. Jednou z najradikálnejších zmien, ktoré prinášajú, je odklon od čisto fyzického produktu smerom k digitálnym modelom, algoritmom umožňujúcim produkciu na základe reálneho dopytu, virtuálnym prehliadkam či 3D modelom. Výrazne sa mení aj spôsob komunikácie značiek so zákazníkom.

Niektoré veľké módne domy a značky rýchlej módy už dnes bežne pracujú s rozšírenou realitou vo vlastných aplikáciách. Zákazník sa môže na obrazovke vidieť vo vybraných outfitoch, ľubovoľne ich kombinovať a rozhodnúť sa, ktorý z nich si zakúpi priamo v aplikácii. Takýto prístup výrazne znižuje počet vrátených kusov, ktoré často končia ako odpad. Platformou, kde sa tieto prieniky fyzickej a digitálnej módy môžu naplno uplatniť, je aj digitálny pas výrobku. Ten sa podľa európskej legislatívy stáva povinnou súčasťou každého produktu a zároveň môže fungovať ako vstupenka do rozšíreného digitálneho sveta značky. Spotrebiteľ tak nevlastní iba výrobok, ale celý ekosystém informácií, príbehov a možností ďalšieho využitia.

Kolekciu šiestich nadčasových virtuálnych kúskov si vďaka špeciálnym zrkadlám s AR technológiou mohli vyskúšať návštevníci Fashion Map Weekendu-Pop Up Magic Mirrors, ktorý sa uskutočnil v rámci mesiaca budúcnosti módy v bratislavskom Auparku v roku 2023. Virtuálnu kolekciu mohli zažiť nielen v reálnom prostredí nákupného centra, ale aj virtuálne si obliecť každý z modelov na svoju postavu a zdieľať ho na sociálnych sieťach.

Dôležitým aspektom tejto transformácie je digitálna estetika, na ktorej sa výrazne podieľa nástup umelej inteligencie ako nástroja generatívneho dizajnu. Ide o systém, ktorý prepája emócie, dáta a vizuálnu identitu a dokáže rýchlo testovať estetické koncepty bez potreby fyzickej produkcie. Zaujímavé je, že módny priemysel - hoci patrí medzi najprogresívnejšie odvetvia schopné absorbovať trendy a spoločenské zmeny ešte predtým, než sa naplno prejavia - je v oblasti digitálnych technológií v porovnaní s inými sektormi stále krok pozadu. Výraznejší vstup rozšírenej reality a digitálnych nástrojov do sveta módy urýchlila pandémia a od roku 2021 zároveň výrazne narástol počet odborných publikácií venovaných móde v metaverze.

Technológie tak redefinujú módny systém a umelá inteligencia sa stáva ďalším nástrojom, s ktorým sa ešte len učíme pracovať. Aby nás neovládla, je dôležité ju usmerňovať a využívať jej pozitívny potenciál. Vzniká preto nová generácia návrhárov - ovládajúcich dáta, rozumejúcich vizuálnej kultúre a digitálnym nástrojom, no zároveň disponujúcich citom pre siluetu, materiál a fyzickú konštrukciu odevu. Návrhár budúcnosti sa stáva hybridným tvorcom.

Technológie redefinujú módny systém

Pre študentov to znamená potrebu medziodborového vzdelávania, rozvíjania tímovej spolupráce a schopnosti komunikovať s programátormi, dátovými analytikmi či kurátormi. Ide o výzvu navrhovať menej, no presnejšie - vytvárať produkty na základe dopytu a učiť sa eticky pracovať s technológiami. Budúcnosť módy nebude o tom, kto ovláda najnovší softvér, ale o tom, kto dokáže technológie používať s citom a rešpektom k človeku.

Aj luxusné značky sa rýchlo učia. Digitál už nevnímajú len ako technológiu, ale ako nový materiál. Pre domy ako Chanel či Dior sa digitálny priestor nestáva miestom rýchlej inovácie, ale skôr pomalej

kultivácie. Značky sa učia pracovať s „neviditeľnosťou“ – čím sú digitálne systémy precíznejšie, tým menej na seba upozorňujú. Personalizácia, umelá inteligencia či dátová analytika fungujú v pozadí, nie ako atrakcia, ale ako diskrétna podpora správneho rozhodnutia v správnom čase. Dôležitý je presun od komerčného produktu k príbehu a budovaniu vzťahu so zákazníkom prostredníctvom komunikácie bez nátlaku. Sociálne siete týchto značiek fungujú skôr ako kultúrne platformy než ako priame predajné kanály, pričom luxus pomalej remeselnej výroby zostáva dominantným prvkom.

Celý článok nájdete v časopise Designum 1/2026 na s. 30. Viac informácií o predaji časopisu Designum.

<https://scd.sk/clanky/ked-sa-moda-stretne-s-algoritmom>