



<https://www.buro247.ua/fashion/cameron-james-wilson-interview.html>

## "Многие захотят 3D-версии себя": Интервью с создателем 1-й цифровой модели Шуду

В мире Кэмерона-Джеймса Уилсона

Фото: Instagram: @cameron.gram,  
@shudu.gram,  
@koffi.gram

Фото: cameron-james wilson

07.09.20, 14:22

3D-художник об инклюзивности в моде и будущем виртуального моделинга

У нее более 200 000 подписчиков в инстаграме, а в ее портфолио — рекламные кампании для Fenty Beauty и [Balmain](#). Темнокожую девушку с бархатной кожей и точеными чертами лица по имени [Шуду](#) вполне можно было бы принять за профессиональную манекенщицу, но это лишь плод воображения и 3 месяцев работы британского 3D-художника Кэмерона-Джеймса Уилсона.

Созданная в 2017 году, первая цифровая модель вмиг стала настоящей сенсацией и принесла своему автору совершенно неожиданный успех. Спустя всего год, в 2018-м, он основал агентство [The Diigitals](#), которое представляет целый ряд 3D-персонажей и занимается продакшеном виртуальных рекламных кампаний для fashion-брендов.

Уилсон подробно расскажет о своем проекте 11 сентября в рамках первой онлайн-конференции о диджитальной реальности, визуальных и бренд-коммуникациях [Whatabout: Future of Brands](#). А пока Екатерина Соловей выяснила у 3D-художника, какое будущее ждет цифровых моделей и зачем всем нам создавать виртуальные копии себя.

## Минута славы

“Я ненавидел свою работу”, — вспоминает бывший fashion-фотограф Кэмерон-Джеймс Уилсон. В 2014-м он переживал настоящий творческий кризис, бросил все, чем занимался на протяжении предыдущих 10 лет, и уехал из Лондона домой, к маме, где жил в небольшом сарае прямо в саду.

Не желая возвращаться в моду, Уилсон начал изучать 3D и, к своему удивлению, быстро преуспел на новом поприще. Помогли навыки, приобретенные во время работы фотографом, например понимание того, как на экране должны выглядеть правильные пропорции тела и идеальная кожа. А спустя всего несколько месяцев экспериментов с программой Daz 3D появилась Шуду — сборный образ женщин, вдохновляющих Уилсона. В их числе — принцесса Барби из Южной Африки, кенийско-мексиканская актриса Люпита Нионго и австралийская модель Даки Тот.

Забавы ради новоиспеченный 3D-художник завел инстаграм для своего детища, придумывал для нее разные образы и выкладывал снимки в соцсети. Фотографию Шуду с помадой Saw-C от Fenty Beauty заметили представители бренда и поделились у себя в аккаунте. Так, первая цифровая модель в один миг стала знаменитой.

## Несчастье помогло

Изначально Кэмерон-Джеймс не хотел заниматься коммерческим продвижением образа Шуду. Вскоре после того, как она стала популярной, он [дал интервью](#) изданию Highsnobiety, в котором заявил, что CGI-модели (то есть сгенерированные с помощью компьютера), вероятно, так и останутся лишь произведениями искусства. И только спустя несколько лет работы в 3D и с появлением The Diiditals он понял, где и как могут использоваться его персонажи.

“В настоящий момент преимущества цифровых моделей перед живыми не столь очевидны, ведь многие процессы выполняются с помощью традиционной анимации, которая занимает много времени (например, создание одного лука для Шуду занимает до 3 дней), — поясняет 3D-художник. — Поэтому The Diigitals пока не работают в сфере быстрой моды или электронной коммерции”.

Тем не менее с развитием машинного обучения и ИИ появляются новые возможности для “оживления” и масштабирования 3D-персонажей, и Уилсон верит, что уже в

ближайшем будущем fashion-бренды начнут активно использовать цифровых моделей для разработки и продвижения сезонных коллекций.

Более того, с помощью дипфейк-технологий (методика синтеза изображения, основанная на искусственном интеллекте), обмена лицами (face swapping) и захвата движения (motion capture) без необходимости надевать специальный костюм с датчиками, они будут выглядеть, двигаться и говорить более реалистично.

“Через 3-5 лет 3D будет доминировать в fashion-индустрии. И я убежден, что компьютерные анимации станут важным инструментом в продвижении одежды. Не знаю, сколько CGI-моделей смогут добиться такой же славы, как Шуду, но, думаю, их будет довольно много”, — говорит 3D-художник.

Пандемия послужила своего рода катализатором в развитии и продвижении виртуального моделинга. “Раньше диджитальных персонажей считали всего лишь прихотью, игрушкой, но теперь к ним стали относиться серьезнее, — делится своими наблюдениями Уилсон. — Никто не знает, когда нас в следующий раз закроют на карантин, но все мы хотим защитить себя от непредвиденных обстоятельств”.

По его словам, с началом пандемии в The Diigitals обратилось много новых клиентов, но, к сожалению, большинство из них не были готовы к работе с 3D и имели слишком завышенные требования. “Думаю, изначально бренды приходили к нам, поддавшись общей панике, искали что-то, что могло бы помочь справиться с проблемами, с которыми они столкнулись, — размышляет основатель агентства и добавляет: — Затем, по прошествии нескольких месяцев самоизоляции, все затихло, и никто особо ничего не делал. А в июле у нас снова начали расти запросы. Но на этот раз совершенно другие. Клиенты яснее стали понимать, чего хотят, и, как правило, имеют четкий план действий. Скорее всего, в течение последних нескольких месяцев они разрабатывали стратегии, строили прогнозы на следующий год или ближайшее будущее, а теперь планируют свои кампании с учетом полученных знаний. К нам стали обращаться с действительно интересными идеями”.

Один из последних проектов The Diigitals — виртуальный показ Lavie By CK в рамках недели пляжной моды Miami Swim Week Paraiso. Модели из агентства Уилсона продемонстрировали коллекцию Le Voyage — купальники и комбинезоны на молнии, а также бикини с яркими принтами, вдохновленные камерунскими корнями основательницы бренда Клод Камени.







### **Горы критики и неравная конкуренция**

Между тем многих представителей модной индустрии перспектива развития виртуального моделинга не воодушевляет, а, наоборот, пугает. Вместе с успехом на Уилсона обрушилась целая гора критики. И если одни просто обвиняли его в расизме из-за того, что белый мужчина создал для себя “куклу темнокожей женщины”, то другие всерьез заговорили о том, что CGI-модели отбирают хлеб у реальных. Тем более когда речь идет о персонажах, олицетворяющих темнокожих и плюс-сайз-людей, представителей ЛГБТ-сообщества и прочие меньшинства, и так недостаточно представленные в индустрии.

Выступающий за инклюзивность и разнообразие, Уилсон с этим, конечно же, не согласен. “Чтобы работать в традиционной модельной индустрии, нужно быть от природы высоким, обладать определенным типом телосложения и чертами лица. А чтобы создать свою цифровую копию, не обязательно изнурять себя диетами и выиграть в генетическую лотерею. Это гораздо более демократичный способ взглянуть

на моду, — поясняет художник и добавляет: — Я хочу вдохновить людей на создание своих собственных персонажей, таких, которые соответствуют их представлениям красоты”.



По его словам, моделинг — это очень тяжелый труд, который среди прочего предполагает изнуряющие путешествия и многочасовые фотосессии, а использование

3D-копий значительно облегчает работу. Модели достаточно один раз отсканировать себя, чтобы до конца своей “карьеры” участвовать во всевозможных проектах, хоть в 10 одновременно. Например, одна девушка может иметь несколько диджитал-версий самой себя, сделанных на разных этапах жизни: она может быть одновременно и фитнес-моделью, и моделью плюс-сайз, и даже беременной. “Свои 3D-копии даже можно передать по наследству, чтобы дети также смогли на них заработать”, — добавляет Уилсон. К тому же сейчас все больше создается цифровой одежды, которую легко можно будет “надеть” на 3D-аватары.

По словам художника, виртуальный моделинг не только не убивает рабочие места, но и создает новые, ведь для такой работы требуются и 3D-художники, и живые модели. “Практически все рекламные кампании предполагают участие реальных девушек. Например, для захвата движения (прим. Вуго. — Метод анимации персонажей и объектов, при котором анимация создается не вручную, а путем оцифровки движений реального объекта и последующего переноса их на трехмерную модель)”, — объясняет Уилсон.

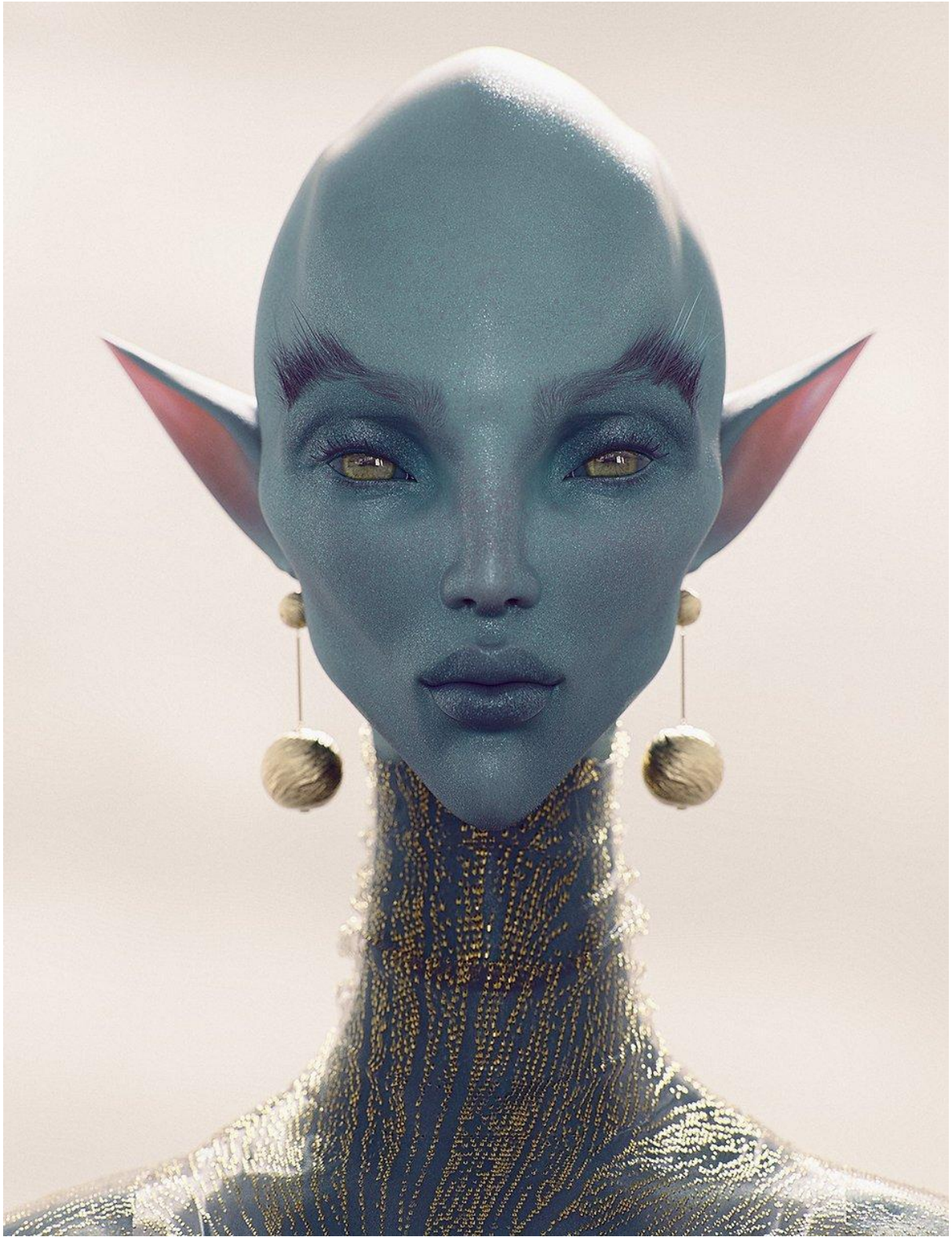
## **Планы на будущее**

В настоящий момент The Diigitals включает целый ряд персонажей. Помимо Шуду агентство представляет олицетворение любимых актрис Уилсона Дагни (Dagny), плюс-сайз-модель Бренн (Brenn), темнокожего парня Кoffi и инопланетное существо Галаксию (Galaxia).

“Мы постоянно увеличиваем количество моделей и до конца этого года представим двух новых. Это будут копии реальных людей. Я пока не могу точно назвать имя, но у нас появится музыкант, которую мы отсканировали в 3D. Плюс к нам присоединится женщина, работающая в сфере высоких технологий, с которой я познакомился на одной из конференций. Оказалось, что у нее есть 3D-копия. И мы решили представлять ее цифровое “я”, пока сама она будет продолжать работать в своей сфере”, — делится планами Кэмерон-Джеймс.

Ряды The Diigitals также пополнят несколько вымышленных персонажей. Это модель для купальников, специально предназначенная для демонстрации нижнего белья, а также парень-представитель ЛГБТК+- сообщества. Уилсон шутит, что у последнего персонажа — “раздвоение личности”: он одновременно и парень, и дрег-квин.

3D-художник уверен, что многие знаменитости захотят сделать цифровые версии самих себя. Он предполагает, что 3D-аватары могут сослужить добрую службу в кинопроизводстве. “С их помощью актёры даже в старости смогут “исполнять” роли молодых героев, как Уилл Смит в фантастическом фильме “Гемини”, — воодушевленно рассказывает Уилсон.







## Не денег ради

Несмотря на невероятный успех своих моделей, создатель The Diigitals не спешит загребать деньги лопатой. “Мы очень бутиковое агентство и выбираем только тех клиентов, с которыми нам интересно работать, — говорит он и добавляет: — Недавно мы отклонили довольно большой проект с кутюрным брендом просто потому, что у

них были завышенные ожидания, а я не хотел браться за идею, в которой не был уверен на 100%. Я также отказался от участия в кампании по продвижению средств для осветления кожи, поскольку не согласен с их маркетинговыми сообщениями”.

Свой успех и славу своих персонажей Кэмерон также намерен использовать ответственно. Например, с помощью своего главного детища Шуду он хочет оказывать поддержку женщинам — представительницам разных меньшинств. Для этого The Diigitals начали сотрудничать с писательницей Амой Баду, благодаря которой первая цифровая модель обрела свое “я” и голос. “Я не хочу, чтобы Шуду была просто одним человеком, я хочу превратить ее в своего рода платформу, чтобы каждый мог высказаться от ее имени, — говорит Уилсон. — У нее довольно много фанатов, поэтому каждый голос будет услышан”.