

МЕТОДЫ СОЗДАНИЯ И ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОМЫШЛЕННЫХ КОЛЛЕКЦИЙ

29.04.05 «Конструирование изделий легкой промышленности»

Зачет 2 семестр

Лекции 4 час.

Практические занятия 24 час

Самостоятельная работа 18 час.

Всего 72 час./2,0 з.е.

ЛК 3 Мода как социальное явление

- 1 Функции моды
- 2 «Элитарная концепция» моды Г.Зиммеля. Теория Блумера

- **1 Функции моды**

- *Инновационная* - мода стимулирует экспериментальное начало в обществе и культуре, поиск нового, выявляет новые, более совершенные по сравнению с предыдущими культурные образцы.
- Модная инновация состоит в том, что на смену одним стандартам и объектам приходят другие – новомодные.
- Модная инновация осуществляется различными способами:
 - посредством обращения к традиции, когда модный образец заимствуется из прошлой моды;
 - путем заимствования образцов из других культур, например, из молодежных субкультур (хиппи, панки и т.д.) или других областей культуры (изобразительного искусства, архитектуры и т.д.);
 - в результате изобретения подлинно новых элементов или новое - комбинирование старых. Чаще всего основой изобретения становятся новые материалы и технологии.

- *Регулятивная* – мода внедряет в жизнь новые формы поведения и новые культурные образцы, отбирая из множества предложенных моделей одну, которая на какое-то время становится нормой, облегчая человеку выбор и помогая тем самым приспособливаться к меняющемуся миру.
- *Психологическая* – мода удовлетворяет психологические потребности человека в новизне, создавая иллюзию изменений, спасает от скуки, позволяет самовыразиться. Мода является способом эмоциональной разрядки.
- *Социальная* – мода регулирует социальное напряжение в обществе, маскируя и одновременно обозначая социальное неравенство.
- *Престижная* – мода обозначает социальный статус, демонстрируя либо высокий социальный статус, либо создавая иллюзию более высокого статуса.
- *Коммуникативная* – мода представляет собой одну из форм массовой коммуникации.

- *Экономическая* – мода стимулирует производство товаров и их потребление. В области моды вырабатываются стандарты потребления и социальные образы вещей.
- *Эстетическая* – мода удовлетворяет эстетические потребности людей, отражая особенности массового эстетического вкуса.
- *Демаркационная* – мода позволяет идентифицироваться со своей социальной группой, дистанцироваться от других групп. Примером может служить молодежная мода субкультур.
- *Нивелирующая* - мода перенимает наиболее интересные образцы отдельных групп, делая их достоянием многих, тем самым, нивелируя границы между группами.

- **2 «Элитарная концепция» моды Г.Зиммеля. Теория Блумера**

- В конце XIX века немецкий социолог Георг Зиммель впервые указал на особенные черты общества, в котором появляется и действует массовая мода. Он выделил следующие признаки:

- 1 В обществе должны существовать классовые различия, различия между социальными слоями по престижу.
- 2 В обществе не должно существовать жестких социальных перегородок.
- 3 Динамичность.
- 4 Социальная дифференциация и мобильность.
- 5 Развитые каналы коммуникаций.
- 6 Развитые системы тиражирования материальных и культурных благ, существование множества конкурирующих модных образцов.

- Зиммель выдвинул «*элитарную концепцию*» моды, объясняя причины возникновения и механизмы функционирования моды исходя из особенностей психологии и поведения различных социальных групп – эта концепция получила название «*концепция эффекта просачивания*».
- Сущность моды, согласно Зиммелю, "состоит в том, что ей следует всегда лишь часть группы", и ее распространение на все общество "ведет ее к концу, так как уничтожает различие»
- Согласно этой концепции, низшие слои стремятся подражать элите, копируя их модные образцы.

- Таким образом, модные стандарты и образцы постепенно «просачиваются» *сверху вниз*, достигая низших слоев общества, распространяясь в обществе в целом – так возникает массовая мода.
- Социальная элита принимает новые образцы в качестве модных с целью обозначить вновь и сохранить свой статус и отличие от остальной массы.
- Процесс начинается вновь.

- Однако в середине XX века эта теория моды подверглась критике американским социологом Гербертом Блумером за преувеличение роли элиты в функционировании моды.
- Г. Блумер однозначно заявляет, что не престиж элиты делает модель модной, а наоборот, сам престиж элиты «прикрепляется» к пригодному и «потенциально модному» образцу. Элита воздействует на зарождающийся вкус, но не контролирует его: «Моя позиция такова, что механизм моды превосходит и включает в себе престиж элитарной группы, а не вытекает из этого престижа»
- В защиту своей позиции он приводит следующие аргументы. Во-первых, элита более заинтересована «быть в моде», нежели устанавливать моду. Во-вторых, самой элите приходится совершать выбор между конкурирующими образцами, предлагаемыми инноваторами. При этом мода, по мнению Г. Блумера, «с легкостью игнорирует лиц, обладающих самым высоким престижем»

- В механизме моды «содержится гораздо больше, чем осуществление престижа». Мода является в гораздо большей степени «коллективным нащупыванием ближайшего будущего, чем движением в русле, проложенном престижными фигурами», – заключает социолог.
- В современном обществе ведущую роль играет средний класс, который и является законодателем потребителем моды вследствие своего промежуточного, относительно неустойчивого положения в обществе: с одной стороны, стремясь повысить свой социальный статус, он подражает элите, с другой стороны, подчеркивает свое отличие от низших социальных слоев.
- И, главное, в XX веке новая мода часто возникает в низших слоях, именно улица определяет моду последних десятилетий.
- Активно участвует в создании моды молодежь.

- Свою трактовку моды как психологического явления предложил З. Фрейд: «Новая мода возникает из призывов к свободе, красоте и значимости».
- Психологи трактуют следование моде как способ преодоления чувства неполноценности человека, возникающего в результате неудовлетворенности своим социальным положением.
- Приверженность моде компенсирует отсутствие престижа: «Изменение в одежде дает иллюзию изменения личности, домохозяйка в фартуке чувствует себя как служанка, в вечернем платье – она уже чувствует себя леди». (П.Нистром).

- Важнейшая закономерность развития моды - **цикличность**.
- Мода – это циклическое изменение интересов, установок определенных социальных слоев и групп, происходящее под влиянием изменения социальных, физических и психологических условий жизни.
- Реально в моде существуют два вида модных циклов.
- **Первый вид** модных циклов характеризует колебания от одних стилевых параметров к другим. Например, от узкого к широкому, от длинного к короткому и т.д.
- Процесс смены модных циклов называется *модной инновацией*. Модная инновация может быть осуществлена различными способами.
- Модный цикл отражает процесс функционирования, развития и смены модных стандартов и образцов.

- **Второй вид** модных циклов характеризует степень популярности моды.
- Исследователи моды выделяют следующие стадии второго модного цикла:
 - ✓ возникновение новой моды (отличительная стадия), открытие новой моды и появление её лидеров;
 - ✓ распространение (подражательная стадия), присоединение к моде большинства людей;
 - ✓ спад (стадия отмирания) модные стандарты и объекты сменяются новыми.
- По сути, второй вид модных циклов означает моральный износ изделий. Чем длиннее второй цикл, тем длиннее моральный износ, а значит тем лучше дизайнерское решение.
- Продление второго цикла – одна из задач современного дизайна.

- Некоторые исследователи моды отрицают существование четких ритмов в её развитии, другие предпринимали попытки точно определить скорость смены и период возвращения модных стандартов и объектов в моду.
- Например, в работах Т.Козловой (МГТУ им. А.Косыгина) циклические изменения формы костюма соответствуют по времени 22 годам.
- К категории модных изменений в костюме отнесены также циклы продолжительностью 13 лет, 6 лет, 3 года.
- В любом случае, работа дизайнера не должна основываться только на изучении циклов. Более успешным будет тот дизайнер, который вырабатывает системный подход в решении поставленных задач, изучает и прогнозирует социальные, экономические и другие аспекты образа жизни людей и их потребности.

- Мода связана с различными сторонами развития общества.
- Скачки в развитии моды вызываются социальными и политическими потрясениями, революционными преобразованиями в области искусства, науки, техники.
- Все события, привлекающие внимание общества, влияют на возникновение новых модных стандартов и объектов.

- В дизайне используется понятие проектный прогноз (**дизайн-прогноз**).
- Дизайн- прогноз осуществляется двумя способами:
- ✓ Прогнозирование отдельных модных объектов (формы одежды, её структурных элементов). Здесь исследуется только форма одежды.
- ✓ Прогнозирование различных аспектов образа жизни людей и их потребностей. Этот прогноз делается на основе социологического прогноза (изучается демография, образ жизни людей, уровень образования, занятость).