

Билей-Рубан Н.В., канд. тех. наук, доцент

Седоухова Е.В., старший преподаватель

Галушак Э.И., соискатель

кафедра технологии
и конструирования швейных изделий,
Мукачевский государственный университет

СТРУКТУРИЗАЦИЯ МОДЫ И ЕЕ ВЗАИМОСВЯЗЬ С ХАРАКТЕ- РИСТИКАМИ РЕФЕРЕНТНЫХ ГРУПП

Аннотация. В статье систематизированы элементы структуры моды с выделением характерных ценностей в моде одежды и текстиля. Проанализирован ход появления теорий моды с выделением их основоположников и концептуальной направленности. Визуализирована взаимосвязь содержания каждой из теорий с причинами, изменяющими моду как процесс. На основании теорий «просачивания вверх» и «просачивания вниз» рассмотрены и проанализированы существующие референтные группы, морфологический анализ стилевых особенностей которых позволяет синтезировать новые идеи, необходимые для практического воплощения дизайн-прогноза молодежной моды.

Ключевые слова: структуризация моды, характеристика референтных групп, морфологический анализ, стилевые особенности, дизайн-прогноз, молодежная мода.

Анотація. Білей-Рубан Н.В., Седоухова Е.В., Галушак Е.І. Структуризація моди та її взаємозв'язок з характеристиками референтних груп. В статті систематизовані елементи структури моди з виділенням характерних цінностей в моді одягу та текстилю. Проаналізований хід появи теорій моди з виділенням їх основоположників та концептуального напрямку. Визуалізовано взаємозв'язок змісту кожної із теорій з причинами, що змінюють моду як процес. На основі теорій «просочування вгору» та «просочування вниз» розглянуті та проаналізовані існуючі референтні групи, морфологічний аналіз стилевих особливостей яких дозволяє синтезувати нові ідеї, необхідні для практичної реалізації дизайн-прогнозу молодіжної моди.

Ключові слова: структуризація моди, характеристика референтних груп, морфологічний аналіз, стилеві особливості, дизайн-прогноз, молодіжна мода.

Annotation. Biley-Ruban N. V., Sedouhova E. V., Galushchak E. I.: *Structurization of a fashion and its interrelation with characteristics of reference groups.* In article elements of structure of a fashion with allocation of characteristic values in clothes and textiles fashion are systematized. The course of emergence of theories of a fashion with allocation of their founders and a conceptual orientation is analysed. The interrelation of the maintenance of each of theories with the reasons changing a fashion as process is visualized. On the basis of theories «trickle up» and «trickle down» are considered and analysed existing reference groups, the morphological analysis of which style features allows to synthesize the new ideas necessary for a practical embodiment of a design forecast of a youth fashion.

Keywords: fashion structurization, characteristic of reference groups, morphological analysis, a style features, design-prognosis, youth fashion.

Мода – это одна из социальных норм, характерных, прежде всего, для индустриального и постиндустриального обществ. Как социальная норма, считает известный российский культуролог В.П. Ильин: «мода приказывает членам данного общества определенную модель потребительского поведения, с другой стороны она носит внешний по отношению к индивиду характер. И только тогда, когда внешняя норма модного поведения принимается индивидом, становится его внутренней потребностью, желанием мода превращается в ценность, а люди добровольно стремятся быть модными» [1].

Постановка проблемы

Влияние моды присутствует во всех областях современной жизни. Особенно это влияние прослеживается в начале XXI века, отличающимся кардинальными изменениями научно-технического и технологического характера, которые формируют социокультурные условия жизни человека и, как следствие, создается много новых контркультур, со временем влияющих на культуру в целом, а в некоторых случаях становятся ее олицетворением. Поэтому, на сегодняшний день, актуальность более глубокого изучения моды является очевидной в плане ее прогнозирования. Именно прогнозные методы дают возможность прослеживания процесса развития главных тенденций моды, возможную реакцию на нее разных категорий потребителей и, как следствие, формирование модели поведения. В итоге, действительная суть моды, как социокультурного явления, формируется преимущественно под воздействием конкретных действий человека, в основном – его поведенческо-психологических аспектов. Поэтому исследовать процесс функционирования моды, как социально-культурной системы, с учетом особенностей формирования разных молодежных направлений, референтных и социальных групп, как наиболее влияющих на структуру моды, является актуальным направлением, требующим научной обоснованности.

Изложение основного материала

В процессе исторического развития костюма и моды под растущим влиянием человеческого фактора происходит постепенное уточнение понятия «мода»: «мера, правило, способ употребления» – «вкус» – «наследование» – «образ жизни» – «средство формирования аттракции» – «стремление инициативного лица к обновлению» – «право настоящего над прошлым» – «средство сохранения гармонии с миром» – «отношение» – «процесс экспериментальной проверки пределов разрешенного» [2]. Исходя из этого, удалось проанализировать и представить на рисунке 1 структуру моды, с выделением таких весомых составляющих, как модные стандарты, объекты, значения/ценности моды и поведение ее участников.

Анализ схемы рисунка 1 указывает на то, что для одежды и текстильных материалов весомыми являются такие ценности моды как современность, демонстративность, презентация, эстетические ценности и ценности, характеризующие конкретную референтную (социальную) группу, как носителя только ей присущего стиля.

По мнению Г.Блумера, И.Богардуса и др., процесс подражания моде является уникальным, поскольку к нему привлекается большое количество людей, которые начинают демонстрировать определенное поведение, воспринимающееся за социальную норму. Также в моде предопределяются не только границы, в

которых должна оставаться личность как объект восприятия окружающими, но и относительная ценность разных свойств индивида. Именно свойства, представляющиеся наиболее ценными, специально подчеркиваются модой, превращаясь на носителей идеального содержания [3].

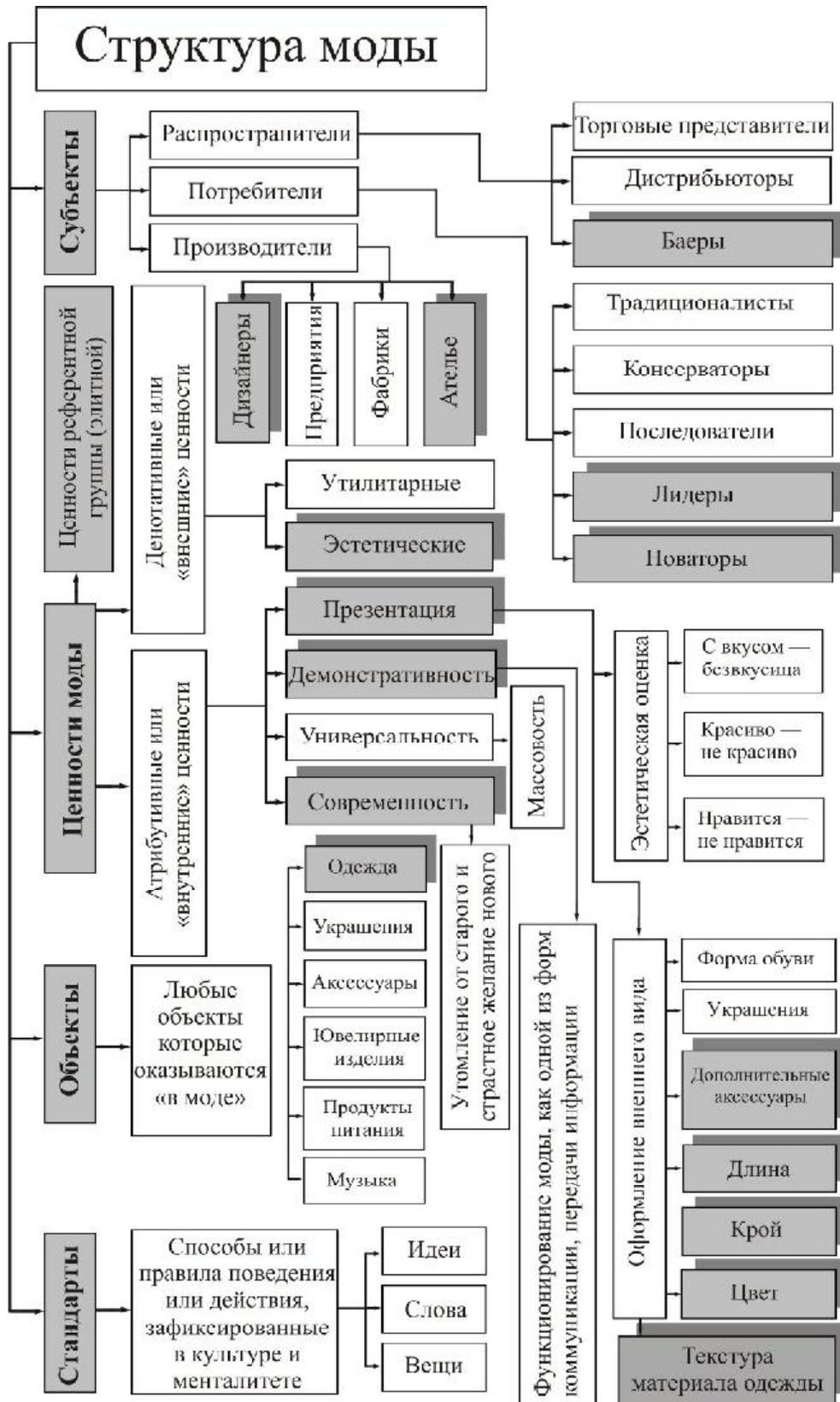


Рисунок 1. Структура моды

Не менее важна такая закономерность развития моды как цикличность, дающая возможность прогнозировать моду. Существует множество точек зрения на возможность прогнозирования моды и на выбор определенных методов прогнозирования, среди которых и отрицание четких ритмов в изменении моды, и признание наличия строгой закономерности развития моды с необходимостью точного ее прогнозирования. Очевидно, прогнозирование моды – это информация о тенденциях и направлениях на будущий период в области дизайна, моделирования, текстиля, одежды и т.д. Именно в таких условиях, характеризующихся разрозненными, несистематическими, стихийно возникающими представлениями о моде формируются специальные теории, затрагивающие разные феномены [4]. В частности, в конце XIX – в начале XX вв. назрела необходимость в создании такой теории моды, которая формирует целостное представление о закономерностях моды и ее существенных связях с другими явлениями. Поэтому, логическим является систематизация существующего множества теорий на тему «откуда берется мода?», которая позволит делать сравнительный анализ и поиск решений для обоснования наиболее характерной теории в современном дизайн-прогнозе. Систематизация «теорий моды» подана в хронологической последовательности в схематическом виде на рисунке 2.

Анализируя систематизацию теорий моды (рис. 2) видно, что каждая последующая теория имеет свои особенности в плане концептуальной направленности и содержания, но в тоже время включает некоторые составляющие предыдущей. То есть теоретические исследования моды как социально-культурного феномена и как процесса коррелятивны историко-культурной парадигме XX века. В таком случае нельзя четко выделить доминирование только одной теории моды. Принимая во внимание то, что социальная составляющая общества является основой проявления той или иной концепции моды, право на существование имеет каждая при следующих условиях или ограничениях: период существования, территориальная принадлежность, востребованность обществом, его ментальные, психологические и физиологические особенности, духовное, культурное развитие, социально-экономический уровень общества в целом и т.д.

Также, анализируя процессы формирования современного общества, заметным является все большая активность молодежи – в силу психологических и социальных поведенческих аспектов. В таком случае, последующее прогнозирование моды целесообразно базировать на теориях «просачивания вверх» и «просачивания вниз», как наиболее приемлемого варианта для формирования будущих модных тенденций, в общем, и в молодежной моде в частности. Исходя из того, что молодежная мода с точки зрения современных потребительских теорий занимает главенствующее место в процессе производства и потребления, вероятно в будущем только она будет представлять то сосредоточие экономических, социальных, культурных и даже политических интересов, которые можно обозначить как обобщественное понятие «мода». При этом, не менее важно понимать происходящие глобализационные про-

цессы в современном обществе, которые облегчают цели индустрии моды, превращая мир в почти неиссякаемый ресурс потребления. Это значит, что космополитический характер моды будет только крепнуть – развиваться и совершенствоваться. В этом аспекте, одежда, аксессуары являлись, есть и будут одними из важнейших носителей статусной информации в социальных взаимодействиях между потребителями.

Социальный уровень общественных отношений невозможен без культурной среды, в которой они происходят. Здесь система знаково-символических оповещений соединяет в себе и функции узнавания «свой-чужой» в плане принадлежности к той или иной референтной группе, к носителям родственной, близкой по духу субкультурной формации или социуму. Выше сказанное в первую очередь относится к молодежным референтным группам и субкультурам.

Именно современные молодежные движения, приобретая массовость и заинтересованность в формировании некой культуры, начинают обслуживаться fashion-индустрией, и как следствие, требуется раскручивание массового производства fashion-продуктов. При этом, очень важно учитывать особенности культуры, предопределяющей выбор вариантов поведения индивидуумов.

Рассмотрев существующие субкультуры, которые сформировались в середине XX и в начале XXI вв., были выделены наиболее многочисленные из них, а именно: хиппи, панки, металлисты, готы. Эти молодежные движения являются популярными и массовыми на сегодняшний день, вызывают интерес у молодежи, и в некоторой степени, уже сформировались как культура, о чем свидетельствует наличие в массовой моде объектов моды. Например, в результате анализа молодежных субкультур, установлено, что каждой из них свойственна своя идеология, ценности и особый стиль одежды. При этом молодежная антимода является своеобразной «кузницей» новых идей, стилей и образов, которые потом использует «официальная» мода. Именно альтернативные субкультуры содержат большой инновационный потенциал, который усваивает современная мода. Так, в массовую моду вошли джинсы, которые в 60-х годах носили хиппи. Одежда хиппи представляла эклектическое смешивание костюмов разных эпох и народов, с помощью которого выражалась индивидуальность. В субкультуре панков кроме ярких цветов, агрессивных аксессуаров и т.п. была заимствована еще и тенденция к эпатажу.

Последующий анализ существующих и наиболее развитых референтных групп показал также, что на сегодня самоиндифицируется такая социальная группа как представители «гламура». Будучи довольно многочисленной, «гламур» претендует на развитие целостного стилистического комплекса, не ограничивающегося «вещественной формой»: появляются гламурные романы, музыка, представление поп-музыки в клипах и т.д. Элементы гламура переходят в сферу товаров широкого производства (телефоны, электроника, ноутбуки). На пути развития технологий в текстильной промышленности, одежде, обработки металла, интерьера и т.д., появляются новые возмож-

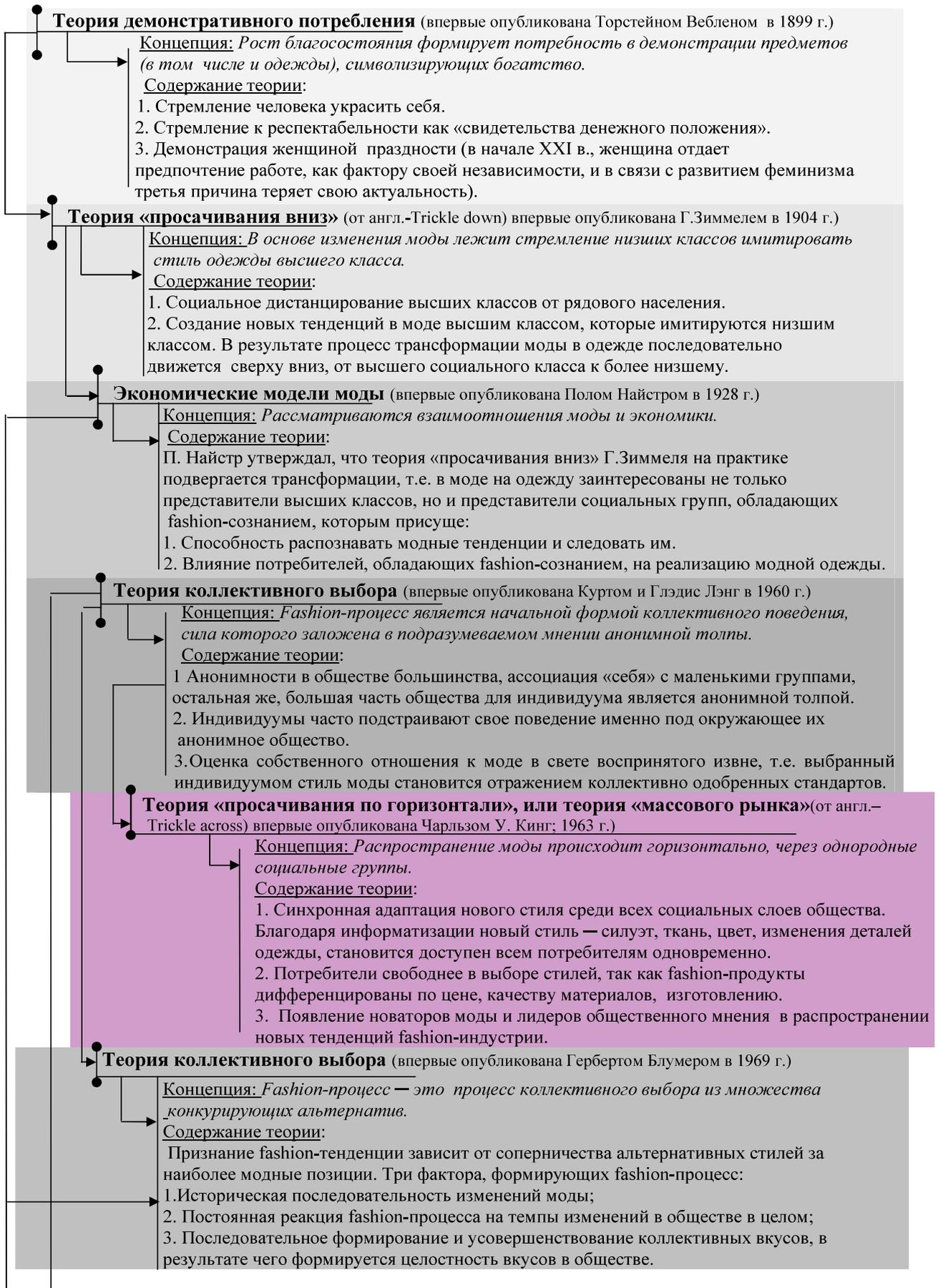


Рисунок 2. Систематизация «теорий моды»

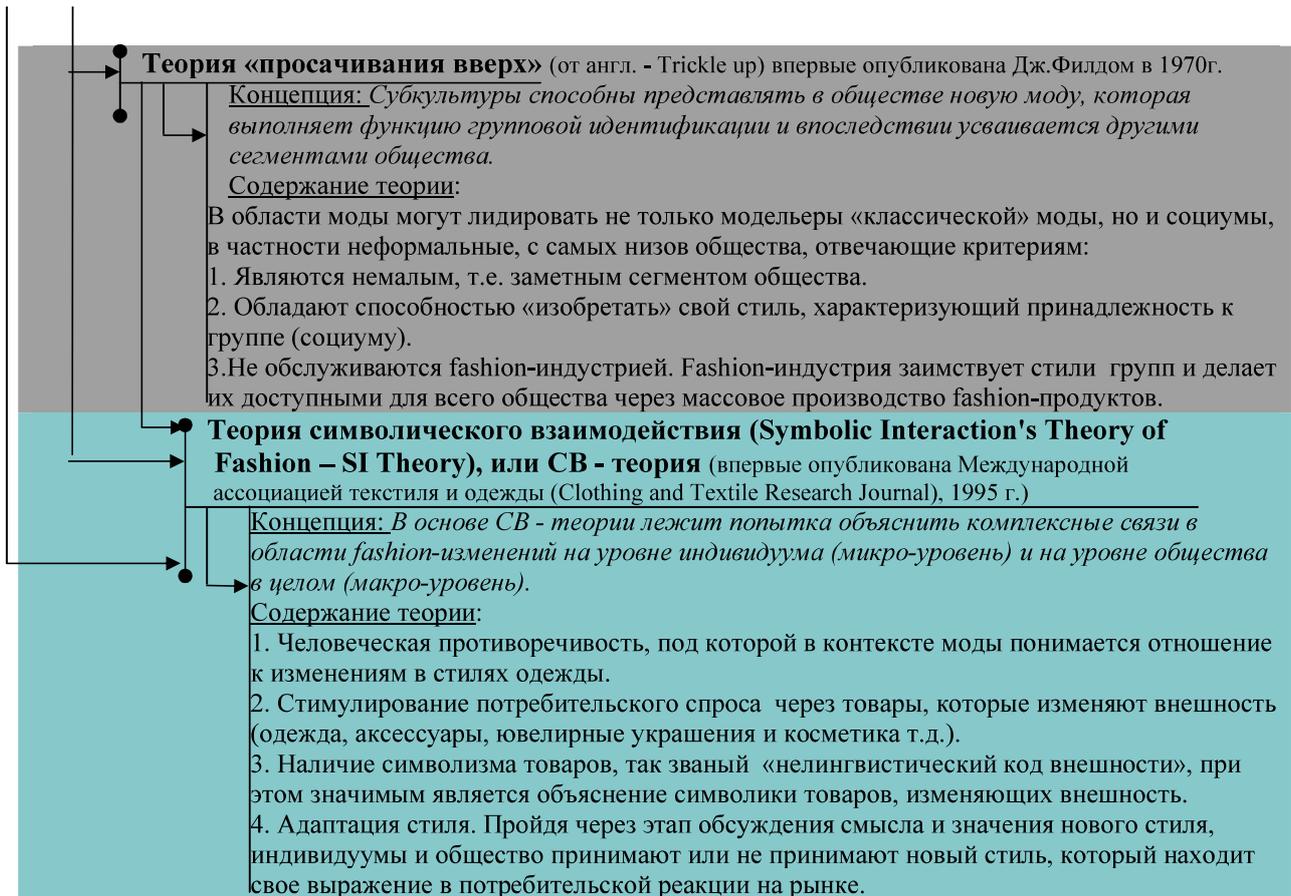


Рисунок 2. Систематизация «теорий моды» (окончание)

ности для подмены элементов роскоши, богатства. Именно, подмена элементов роскоши лежит в основе идеологии и механизма гламура, которые были основаны в эпоху бидермейер, сегодня носит селективный характер, выбирая из других стилей то, что согласуется с «форматом современности». Также элементы гламура используются и будут использоваться в пределах других стилистических направлений. Современный источник развития для гламура – высокая мода, которая визуализирует его стилистические направления. Пока будет существовать высокая мода, будет существовать «гламур» – что подтверждает теория «просачивания вниз». Все вышеперечисленные факты свидетельствуют о том, что за своей сущностью «гламур» досказывает способность формирования «стиля» и долгосрочного существования.

В таком случае, молодежные направления воплощают в себе новую историческую реальность, творят собственную культуру, которая влияет на многообразие составляющих культуры — моду, стиль жизни, поведение, уровень культурной эпохи, развивающие моду.

Пользуясь методом морфологического анализа, систематизированы характеристики референтных групп XX — начала XXI вв. (табл.1), синтез которых дает возможность нахождения новых идей для построения возможных прогнозных рядов для массовой моды.

Установлено, что каждой из рассмотренных референтных групп присущи свой ярко выраженный ассортимент одежды и текстильных материалов, их колористика, назначение и стиль, которые создают об-

щий образ и идентифицируют их между массы других молодежных групп.

Анализируя информацию таблицы 1, подтверждена мысль о том, что приверженцы гламура претендуют на развитие целостного стилистического комплекса. Об этом свидетельствует присутствие в данной референтной группе представителей разной возрастной категории, уровня образования, рода деятельности и материального обеспечения. Важным при этом является большое разнообразие ассортимента одежды и широкий спектр текстильных материалов и требований к ним, которые в совокупности дают возможность развития прогрессивных технологий и формирования потребительских тенденций большой референтной группы.

Выводы. Итак, структуризация моды дает возможность выделить ее весомые составляющие: модные стандарты, объекты, значения/ценности моды и поведение ее участников. При этом, характерные ценности в моде одежды и текстиля позволяют точно определять/распознавать весомых потребителей или конкретную референтную (социальную) группу.

Анализ теорий моды и их концептуальная направленность показала, что право на существование имеет каждая. Обосновано наиболее приемлемый вариант для формирования будущих модных тенденций молодежной моде базировать на теориях «просачивания вверх» и «просачивания вниз».

Представлена взаимосвязь характеристик текстильных материалов и одежды с избранными рефе-

Таблица 1 — Взаимосвязь характеристик текстильных материалов и одежды с характеристиками референтных групп

СОЦИАЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ РЕФЕРЕНТНЫХ ГРУПП	<u>Хиппи</u>	<u>Панки</u>	<u>Готы</u>	<u>Металисты</u>	<u>Гламур</u>
					
	Возраст: от 18 и старше	Возраст: 18-35 лет	Возраст: 16-45 лет	Возраст: от 25 и старше	Возраст: 18 и старше
	МЕСТО ЖИТЕЛЬСТВА.				
	Большой город			Большой город, город	
	СЕМЕЙНОЕ ПОЛОЖЕНИЕ				
	Незамужние, замужние без детей	Незамужние, замужние без детей, с детьми	Незамужние, замужние без детей		Незамужние, замужние без детей, с детьми
	УРОВЕНЬ ОБРАЗОВАНИЯ				
	Среднее, среднее специальное, незаконченное высшее		Среднее, среднее специальное, высшее		
	УРОВЕНЬ МАТЕРИАЛЬНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ				
Никое, среднее		Среднее, высокое	Низкое, среднее	Среднее, высокое	
РОД ДЕЯТЕЛЬНОСТИ					
Поэты, художники, музыканты, студенты	Работники, студенты, художники, музыканты	Работники, студенты		Работники, служащие, студенты, домохозяйки	
ОТНОШЕНИЕ К МОДЕ					
Умеренное		Активное	Умеренное	Активное	
СТИЛЕВОЕ РЕШЕНИЕ					
Фольклорный	—	Фэнтези	—	Фэнтези, романтический	
СЕЗОННОСТЬ					
Летняя, демисезонная	Демисезонная	Летняя, демисезонная	Демисезонная	Демисезонная, зимняя, летняя	
АССОРТИМЕНТ					
Сарафаны, брюки-клет, плащи, блузы, жилеты.	Куртки, брюки, плащи, блейзеры, футболки, жилеты	Платья, куртки, брюки, плащи, блейзеры, футболки.	Куртки, брюки, плащи, футболки.	Платья, блузы, юбки, куртки, брюки, плащи, блейзеры, футболки, шарфы	
ОСНОВНОЕ НАЗНАЧЕНИЕ					
Повседневное		Праздничное повседневное	Повседневное	Праздничное, повседневное	
СИЛУЭТ					
Прямой, полуприлегающий	Прилегающий		Прилегающий, полуприлегающий.		

референтными группами установила, что каждой из них присущи ярко выраженный ассортимент одежды с учетом составляющих духовного и экономического (материального) аспектов, создающие неповторимый общий образ, формирующий некую культуру индивидуумов в целом. Также обосновано, что на развитие

целостного стиля претендует и такая многочисленная социальная группа, как приверженцы гламура. Морфологический анализ стилистических особенностей рассмотренных референтных групп позволяет синтезировать новые идеи, необходимые для практической реализации дизайн-прогноза молодежной моды.

Продолжение таблицы 1

ЦВЕТОВАЯ ГАММА	Хроматическая	Ахроматическая с вкраплением насыщенного хроматического цвета	Ахроматическая с вкраплением яркого хроматического цвета	Ахроматическая	Хроматическая и ахроматическая
ТРЕБОВАНИЯ	ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ				
	1. Эстетические; 2. Эргономические; 3. Надежности; 4. Назначения; 5. Экологические	1. Назначения 2. Эстетические 3. Надежности.	1. Назначения 2. Надежности 3. Эргономические	1. Эстетические 2. Назначения 3. Экологические	
	ТЕХНИКО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ				
	1. Экономические	1. Экономические 2. Эксплуатационные		1. Конструкторско-технологические	
ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ ТЕКСТИЛЬНЫЕ МАТЕРИАЛЫ	ТИП СЫРЬЯ				
	Натуральное	Натуральное, искусственное, синтетическое	Искусственное и синтетическое	Натуральное	Натуральное, искусственное синтетическое
	НАЗНАЧЕНИЕ				
	Плательные, блузочные, костюмные	Курточные, костюмные	Эксклюзивные костюмные, блузочные, плательные, курточные, праздничные	Курточные, костюмные	Эксклюзивные костюмные, блузочные, плательные, пальтовые, курточные, праздничные
	ВИД				
	Тканые, трикотажные материалы	Тканые, трикотажные материалы искусственная и натуральная кожа	Тканые, трикотажные материалы искусственная и натуральная кожа, мех	Тканые, трикотажные материалы искусственная и натуральная кожа	Тканые, трикотажные материалы искусственная и натуральная кожа, мех
	ОРГАНОЛЕПТИЧЕСКОЕ ВОСПРИЯТИЕ.				
	Тонкие, мягкие, полугрубые	Грубые, толстые, тяжелые	Тонкие, мягкие, шелковистые, фактурные	Грубые, толстые, тяжелые, блестящие	Тонкие, мягкие, объемные, гладкие, блестящие, фактурные
	СТРУКТУРА МАТЕРИАЛОВ, ХАРАКТЕРНЫЕ ПЕРЕПЛЕТЕНИЯ				
	Простые, производные и комбинированные переплетения натуральных материалов с выраженной фактурностью		Простые, комбинированные, сложные двухслойные, ворсовые и жаккардовые переплетения	Простые переплетения материалов со специальными пропитками и пленочным покрытием металлизированные нити	Простые, комбинированные сложные двухслойные, ворсовые и жаккардовые переплетения
ЦВЕТОВОЕ РЕШЕНИЕ					
Многоцветные		Гладкокрашенные		Гладкокрашенные, пестрые, яркие принты, многоцветные	

Литература:

1. Ильин В.И. Поведение потребителей. — П. // Питер — 2000г.
2. Килошенко М.И. Психология моды: Учебное пособие / СПГУТД — СПб. — 2004г.
3. Гофман А.Б. Мода и люди: новая теория моды и модного поведения. М. — 2004г.
4. Пименов П.А. Вижу-хочу! Мерчандайзинг в мире моды. Глава 1. Мир моды — война брендов — SmartBook — 2008г.