

Муниципальное автономное общеобразовательное учреждение
средняя школа № 4 г.Бор

Конференция НОУ “Интеллект”

Проект

«Мода с экономической точки зрения.
Модные тенденции школьной формы»

Ученицы 10 класса

Абасовой Лейсан

Научный руководитель:

учитель истории и обществознания

Максимова Юлия Михайловна

2020 г.

г.Бор

Содержание

Стр.

Введение.....	3
1. Мода с экономической точки зрения.....	5
1.1. Что такое мода?.....	5
1.2. Характеристики объектов моды.....	6
1.3. Влияние моды на экономику.....	8
2.Модные тенденции и школьная форма.....	11
Заключение.....	14
Список литературы.....	15
Приложения.....	16

Введение

Актуальность проекта обусловлена её полезностью и практической значимостью для обучающихся: создание образа стало неотъемлемой частью жизни каждого современного человека. Образ человека может дать огромное количество информации о его личных качествах: аккуратность, практичность, педантичность, вкус и так далее, а также о его социальном положении в обществе. Главным фактором и идентификатором определения образа стало воздействие моды. Она также оказывает огромное влияние на учеников в наше время и способствует формированию новых стильных образов для посещения образовательных учреждений. Модные тенденции и школьная форма – большинство учителей не считают, что данные понятия могут быть связаны друг с другом, но в наше время актуальность образов, гонка за модными новшествами всё больше подталкивает учеников не обращать внимание на нормы, которые предусматривает образовательное учреждение по отношению к дресскоду. Необходимо найти баланс между школьной формой и предпочитаемым стилем среди учащихся, с помощью создания идеального образа для посещения школы.

Объект исследования: мода с экономической точки зрения.

Предмет исследования: одежда, школьная форма.

Гипотеза: мода – двигатель прогресса и ловушка для потребителей.

Цель моей работы: сформировать запас знаний о моде и ее влиянии на экономику, создать эскиз образов для юношей и девушек для посещения образовательного учреждения (школы), учитывая пожелания учащихся и учителей.

Задачи:

- проанализировать источники по данной тематике;
- исследовать, как мода влияет на экономику;
- выявить особенности тенденций моды в тот или иной промежуток времени;

- определить, какое влияние оказала мода на школы;

-создать эскиз идеального образа для посещения школы с помощью анализа анкетирования учащихся и учителей;

Методы исследования: поисковый, аналитический, практический, презентационный, контрольный.

Практическое значение: Проект направлен на социальную адаптацию личности путем формирования знаний о моде, творческое развитие, формирование самостоятельности мышления, позволяет помочь самоутвердиться, как личность, развить свои интересы и способности в изменяющихся социально-экономических условиях. Представленный теоретический и практический материал поможет нашей школе в выборе единой школьной формы, которая могла бы нравиться всем участникам образовательного процесса. Ведь создание идеального образа для юношей и девушек, способствует поддержанию делового стиля, а также поможет учащимся приобрести индивидуальность образа. Полученный исследовательский материал может применяться на уроках экономики и обществознания, как методический материал для учителя и учеников.

1. Мода с экономической точки зрения

1.1. Что такое мода?

Многозначность моды как феномена породила самые разнообразные понятия, используемые для обозначения функции моды.

Обычное понятие моды – это непродолжительное господство определенного вкуса в формах и образцах, непрочная, быстропроходящая популярность.¹

Мода может определять тип или форму одежды, набор идей, принципы поведения и этикета. Иногда понятие моды распространяют на представления об образе жизни, искусстве, литературе, архитектуре, кулинарии, индустрии развлечений, рассматривают ее влияние на тип человеческого тела и т. д. Но все-таки в этом понимании мода, как правило, подразумевает непрочное и быстро проходящее установление.

Психологи говорят о моде как о поиске индивидуальности. Социологи рассматривают классовую конкуренцию и социальное соответствие нормам одежды. Экономисты рассматривают моду как поиски дефицита. Специалисты по эстетике рассматривают художественные составляющие и идеалы красоты; историки предлагают объяснение эволюционных изменений в дизайне.

Можно также сказать, что мода – маленькая частица образа мыслей, занятий, профессий человека, самый тонкий, верный и безошибочный показатель отличительных признаков общества, народа, страны.

¹ Андреева А.Н. Дизайнерские бренды в фэшн-бизнесе // Санкт-Петербург, «Высшая школа менеджмента СПбГУ, 2008 // 256 с. [Электронный ресурс]. URL: <https://publications.hse.ru/articles/?search=27ffce87b92f317b475ba9557190fbbb> (Дата обращения 25.09.2020).

1.1. Характеристики объектов моды

Американский специалист по теории моды Дж. Спролс в своей статье «Фэшн-теория²: концептуальные рамки» выделил уникальные характерные черты объектов моды:

1. Недолговечность. Объект обладает способностями к изменениям, устареванию и возможным замещением более новыми объектами. Именно эта характеристика объясняет существование сезонности в моде, устареваемости и сменяемости модных образов.
2. Доминирование психологических качеств над функциональной утилитарностью. Под этой характеристикой понимается зависимость объекта моды от стиля, эстетики, социальной приемлемости, статусного символизма.
3. Отражение «коллективного вкуса» социальной системы. В любой период времени распространенные или приемлемые фэшн-объекты определяются общественными вкусами. По принимаемым или отвергаемым фэшн-объектам можно судить о доминирующем общественном мнении.
4. Эксклюзивность. В момент начального представления обществу объект моды характеризуется заметной новизной и поэтому становится эксклюзивным. Объект теряет свою эксклюзивность, когда он принимается, используется большим количеством людей.
5. Психологическая мотивация. Объекты моды могут играть роль статусных символов посредством содержания психологических характеристик.
6. Роскошь. Объект моды более представляет продукт, относящийся к категории роскоши, чем к категории необходимых продуктов.

² Спролс, Г. "Фэшн теория: концептуальные рамки", MI: Ассоциации потребительских исследований, 2005., (Перевод.) [Электронный ресурс]. URL: https://www.researchgate.net/publication/229589646_A_Methodology_for_Profiling_Consumers'_Decision-Making_Styles (Дата обращения 15.09.2020).

7. Социальная дифференциация. Объект социально дифференцируется в культурном плане, в аспектах профессиональной принадлежности, престижа. Характеристики объекта моды наиболее очевидны и ярче всего проявляются при покупке одежды, автомобилей и мебели.

1.3. Влияние моды на экономику

Само понятие моды известно еще с античных времен, но лишь в современный период производство модных атрибутов превратилось из малого бизнеса в массовое производство и стало индустрией. Мода стала фактором экономического роста и результатом разумной деятельности человека.

Начиная с 19 – го века в развитых странах появляется общество массового потребления и развивается система прогнозирования моды. Впоследствии, появляются фирмы по анализу тенденций развития моды, которые помогали массовому производству готовых изделий принимать «масштабные» и долгосрочные решения о производстве и закупке необходимого сырья и оборудования. Начиная с этого периода, экономика моды делится на: товары «от-кутюр» (индивидуальные заказы для высших слоев общества) и «прет-а-порте» (массовое производство товаров для среднего и малого слоев общества)³. Начиная с 1990-х годов и по наше время, индустрия моды расщепляется и занимает все больше мест на рынке экономики. Сейчас состояние экономики, почти, на 40% зависит от того, что происходит в индустрии моды; на 30% - от сырья, необходимого для производства товаров моды и нововведений и на 30% - от потребителей, их желаний и потребностей. Мода еще с античных времен считалась привилегией высших слоев общества, показатель статуса и возможностей человека. С античных времен и, примерно, по 1800-е года, мода и экономика, примерно так и взаимодействовали, т. е. чем выше экономическое состояние страны и людей, живущих в них, тем моднее, эта страна, выглядит⁴. По этой причине многие страны, в свое время, стали модными столицами – Париж, Прага, Милан, Лондон, Нью-Йорк. Далее эта

³ Демина Т.А. Индустрия моды как самостоятельный сектор экономики // Научная электронная библиотека Cyberleninka //2014., URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/industriya-mody-kak-samostoyatelnyy-sektor-ekonomiki> (Дата обращения 11.10.2020).

⁴ Глобальная статистика индустрии моды – международный стиль, модное объединение, Амстердам, 2016., [Электронный ресурс]. URL: <https://fashionunited.ru/> (Дата обращения 12.10.2020).

взаимосвязь экономики и моды – сильно углубилась, т. е. мода постепенно расширяла свое влияние на экономику, на различные ее составляющие. Сейчас мода не может развиваться, полноценно, не входя и не затрагивая экономику, а экономика стран, в свою очередь, потеряет свой основной доход⁵.

Мода имеет двоякую природу: она – культурное явление и в то же время один из критериев производства, напрямую связанный с технологической стороной. Кроме подготовки новых изделий, надлежит сформировать социальное понимание, что новое преобразование отражает современнейшее направления их развития, а также утвердить это направление, как тренд прогресса. В этом направлении можно рассуждать о моде с экономической точки зрения, как о комплексе экономических форм и инструментов по обеспечению создания неповторимых творческих идей, их реализации, производству и продаже этих новых (модных) изделий, приобретению нужных материалов, оборудования, распространению рекламы, обслуживанию покупателей⁶.

Конкретным примером влияния моды на экономику может служить мода на «рваные джинсы» в 2008 году, а в следующем году появление моды на «рваную одежду». Этот стиль появился потому, что в то время в странах начался экономический кризис, качественные материалы для производителей как индивидуального, так массового пошива, были очень дороги, и проблематично их было приобрести, и поэтому решили, приобретать материалы, которые дешевле, это привело к тому, что появилось много

⁵ Таксанов А. Мода: человеческая слабость или мотор экономики?, 2003 г., [Электронный ресурс]. URL: <http://www.centrasia.ru/newsA.php?st=1049970180> (Дата обращения 12.10.2020).

⁶ Ключко И.Л. Основы прогнозирования имиджевых характеристик модного продукта // Владивосток, 2015 // 138 с. [Электронный ресурс]. URL: [file:///C:/Users/user/Downloads/Ключко_и_др.Основы_прогнозирования%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/user/Downloads/Ключко_и_др.Основы_прогнозирования%20(2).pdf) (Дата обращения 17.11.2020).

дефектного материала. Чтобы не «прогореть», производители решили отшивать из некачественного материала и выдавать эти изделия за модные, а эту идею потом «подхватили» и дома мод. Получилось, производители не только не «прогорели» во время кризиса, но и хорошо заработали. В тот год их экономическое состояние повысилось.

Также, нельзя опустить факт существования «цикла желаний»: желание приобрести тот или иной товар (каким бы сильным оно не было) пропадает после непосредственно покупки. Существует также мнение, что предметы моды не могут быть демократизированы, то есть когда все обладают одним предметом, то этот предмет перестает быть желанным. В таком случае необходимо создать новые модные вещи, поскольку старые уже нельзя отнести к этой категории. Это становится стимулом культуры потребления, которая достаточно широко развита в наши дни, вплоть до того, что потребление как процесс стало модной тенденцией. И именно с этой стороны, мода отрицательно влияет на экономику. Современные американские экономисты М. Бертран и А. Морзе обнаружили такую закономерность: доходы богатых предполагают убытки для среднего класса. Поскольку обеспеченные люди становились все богаче, выяснилось, что существует экономическая "гонка вооружений", при которой средний класс тратит на товары роскоши (в которых нет прямой необходимости) больше средств, для того, чтобы не отставать. Авторы называют это "потреблением через просачивание благ сверху вниз". Результатом такого явления служит то, что американцы меньше сберегают, число банкротств растет, а власти ведут политику облегчения получения заемных средств. Тенденция к потреблению и «подражанию» в покупках оказывает негативное влияние на людей со средним заработком, увеличивает число займов и вероятность серьезного финансового кризиса. Бертран и Морзе считают, что для того, чтобы избежать кризиса, необходимо уже сейчас, в наши

дни задуматься над политикой предотвращения феномена «моды потребления»⁷.

⁷ Глобальное Состояние 500, 2016., [Электронный ресурс]. URL: <http://fortune.com/global500/> (Дата обращения 29.09.2020).

2. Модные тенденции и школьная форма.

На данный момент понятие моды определяют как совокупность привычек, ценностей и вкусов, принятых в определенной среде в определенное время. Каждое новое веяние, новый стиль, каждая новая тенденция, модель или образ проходят жесточайший отбор в современном обществе. Особенности построения основных источников вдохновения и законодателей стиля: различных шоу на телевидении, модных показов, лучших журналов мод, плей-листов, радиостанций целиком и полностью зависят от аудитории, ее возраста. Это затрагивает и школьную форму, так как она является наиболее распространённой одеждой среди учащихся школ. Она необходима в соответствии с уставом школы, но её «однотипность» зачастую надоедает ученикам и требует разнообразия, которое также будет соответствовать деловому стилю образовательного учреждения.

Для определения модных тенденций в нашей школе было проведено анкетирование среди учащихся средних и старших классов, в котором приняли участие 63 человека, а также опрос среди учителей и директора школы (см. Приложение 1, Опрос 1). Для определения потребности в форме и необходимом стиле, я провела опрос среди 9-11 классов. (см. Приложение 1, Анкета 1)

Наибольшей популярностью у опрашиваемых пользуется комфортная одежда (более 60%) (см. Приложение 2, Диаграмма 1). Это означает, что ученики не застревают на составлении образа в соответствии со школьной формой, а всё же больше предпочитают комфортную в одежде, которая не стесняет движения в течении учебного дня.

Самая популярная палитра оттенков образа в повседневной жизни среди учеников старшей и средней школы - тёмные оттенки. По их мнению, данные цвета более сочетаемы с их гардеробом и не доставляют особого труда при составлении образа (см. Приложение 2, Диаграмма 2).

На вопрос: «Что вы предпочитаете из одежды для посещения школы?», девушки и юноши разошлись во мнениях. Девушки средней и старшей школы в

основном выбрали образ, состоящий из джинсов и рубашки, а также комфортной обуви (спортивные кроссовки, балетки) (см. Приложение 2, Диаграмма 3), большинство юношей же отдали своё предпочтение классическому костюму (рубашка, брюки, пиджак, классические ботинки). (см. Приложение 2, Диаграмма 4). Большинство учителей проголосовало, конечно, за школьную форму, включающую в себя классический костюм, а также его отдельные элементы. Есть и процент тех, кто положительно относится к комфортной одежде (см. Приложение 2, Диаграмма 5).

При анализе результатов опроса (см. Приложение 2, Диаграмма 6) выяснилось, что учащиеся предполагают определенный образ жизни, которому должны следовать, если хотят быть модными и успешными: человек высокого статуса, авторитетный, ответственный, воспринимается как наиболее престижный по сравнению с конкурентами. Большинство опрошенных (52%), из предложенных вариантов предпочли бы быть именно успешным, ответственным и дисциплинированным человеком и иметь возможность следовать моде. Также 31% следовали бы моде, даже если бы были человеком среднего достатка, обосновывая свой выбор тем, что стремились бы не казаться хуже других, взяли бы кредит при необходимости. Только 17% думают, что модными могут быть и беспринципные люди, просто потому, что у них есть деньги на все. Вариант, что бедный человек может быть модным, не выбрал никто.

Из этих же принципов исходят результаты ответа на вопрос: «Стремитесь ли Вы быть модным?» (см. Приложение 2, Диаграмма 7). Половина учеников ответили, что стремятся быть модными, т.к. хотят многого достичь, а об успешности судят по тому, может ли позволить себе человек то, что сегодня в моде. Также 16% учащихся стремятся быть модным, чтобы не отстать от своих сверстников, 9% – пока не могут позволить себе быть модными, но при наличии достаточного количества средств старались бы быть модными, однако только 25% не считают для себя необходимым следовать моде.

Проведя анализ потребностей учащихся в определенных элементах школьной форме, а также учитывая результаты опроса учителей, мною были сделаны выводы, что универсальной формой для девочек 9-11 классов стал эскиз (см. Приложение 3, Эскиз 1) и для мальчиков (см. Приложение 3, Эскиз 2).

В ходе моего исследования было установлено, что необходимые условия существования школы в современном мире - пытаться как можно больше ответить на потребности современных учащихся, наполняя свои кабинеты, уроки, школьные мероприятия необходимым модным материалом. Приоритетными действиями моды, как и школы, были и остаются просвещение, расширение сферы образования и воспитания, совершенствование вкусов и обогащение духовного мира. Кроме того, школа должна предлагать определенный образ жизни, которому должны следовать, если хотят быть успешными. Этот образ дается в визуальных, словесных образах, даже через рекламу. Далеко не всегда он отвечает реальному положению вещей в обществе, но это идеал, к которому стремятся независимо от возраста. Таким образом, удерживается интерес к школе.

Заключение

Подводя итог, можно сделать следующие выводы: на развитие моды оказывают влияние социальная и культурная среда, жесткие временные рамки, неразрывная связь с искусством, внимание к потребителю. Индустрия моды как отдельный сектор экономики разделена на отдельные базовые сектора, в которых происходит создание модных образов, производство, маркетинг.

Мода – это экономический фактор, экономический двигатель. Существуют как положительные аспекты, в которых модные тенденции развития того или иного производства являются толчком в развитии экономики, так и отрицательные, в которых, с точки зрения психологии, покупатели со средним и малым заработком стараются «не отставать» от более обеспеченных. Таким образом, нельзя рассматривать моду и тенденции ее развития только с одной стороны. Для правильной экономической оценки необходимо учитывать все детали и особенности развития экономики. Мода играет огромную роль в экономической системе, а состояние экономики в стране влияет на моду. Их влияние циклично, которое, если разорвать, может привести к неизвестным последствиям.

В результате проведения исследования и анализа источников по теме «мода и её экономическое значение», а также её значения среди учащихся школ, мне удалось исследовать, как мода влияет на экономику, выявить особенности тенденций моды в тот или иной промежуток времени, определить, какое влияние оказала мода на учащихся школы, создать эскиз идеального образа на учёбу для мальчиков и девочек.

Список использованных источников и литературы

Источники:

1. Андреева А.Н. Дизайнерские бренды в фэшн-бизнесе // Санкт-Петербург, «Высшая школа менеджмента СПбГУ, 2008 // 256 с.

<https://publications.hse.ru/articles/?search=27ffce87b92f317b475ba9557190fbbb>

(Дата обращения 25.09.2020).

2. Глобальная статистика индустрии моды – международный стиль, модное объединение, Амстердам, 2016., (Перевод.) [Электронный ресурс]. URL:

<https://fashionunited.ru/> (Дата обращения 12.10.2020).

3. Глобальное Состояние 500, 2016 (Перевод.) [Электронный ресурс]. URL:

<http://fortune.com/global500/>

4. Ключко И.Л. Основы прогнозирования имиджевых характеристик модного продукта // Владивосток, 2015 // 138 с. [Электронный ресурс]. URL:

[file:///C:/Users/user/Downloads/Ключко_и_др.Основы_прогнозирования%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/user/Downloads/Ключко_и_др.Основы_прогнозирования%20(2).pdf) (Дата обращения 17.10.2020).

Литература:

5. Спролс, Г. "Фэшн теория: концептуальные рамки:", МІ: Ассоциации потребительских исследований, 2005., (Перевод.) [Электронный ресурс]. URL:

https://www.researchgate.net/publication/229589646_A_Methodology_for_Profiling_Consumers'_Decision-Making_Styles (Дата обращения 15.09.2020).

6. Таксанов А. Мода: человеческая слабость или мотор экономики?, 2003 г.,

[Электронный ресурс] URL: <https://centrasia.org/newsA.php?st=1049970180>(Дата обращения 12.10.2020).

7. Демина Т.А. Индустрия моды как самостоятельный сектор экономики //

Научная электронная библиотека Cyberleninka //2014., [Электронный ресурс].

URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/industriya-mody-kak-samostoyatelnyy-sektor-ekonomiki> (Дата обращения 11.10.2020).

Анкетирование:

- Анкетирование 9-11 классов МАОУ СШ №4 г. Бор.

- Анкетирование учителей МАОУ СШ №4 г. Бор.

Приложения

Приложение 1

Опрос 1 «Потребности в школьной форме и необходимом стиле для учителей»:

Что вы предпочитаете из одежды для учеников с целью посещения школы ?

- классический костюм
- спортивный стиль (брюки в спортивном стиле, футболка, возможно дополнение образа аксессуарами: часы, очки, бейсболка и т.д.)
- джинсы, рубашка (возможно дополнение образа аксессуарами)
- «вечерний» наряд (для девушек: платье, туфли, аксессуары)
- комфортная одежда

Анкета 1 «Потребности в школьной форме и необходимом стиле для учеников»:

Модная одежда – это:

- классическая
- спортивная
- комфортная
- стиля ретро
- стиля этно
- эклектика (комбинация несочетаемого)

Какую цветовую палитру в одежде вы предпочитаете в повседневной жизни?

- светлые оттенки
- тёмные, серые цвета
- яркие, контрастные цвета
- однотонный образ

Что предпочитаете из одежды для посещения школы?

- классический костюм
- спортивный стиль (брюки в спортивном стиле, футболка, возможно дополнение образа аксессуарами: часы, очки, бейсболка и т.д.)
- джинсы, рубашка (возможно дополнение образа аксессуарами)

- «вечерний» наряд (для девушек: платье, туфли, аксессуары)
- комфортная одежда

Следовали бы Вы моде, если бы были человеком:

- имеющим деньги, но безпринципным (почему)
- успешным, ответственным, дисциплинированным (почему)
- достатком ниже среднего (почему)
- среднего достатка (почему)

Стремитесь ли Вы быть модным?

- Да, чтобы не отстать от своих сверстников
- Да, т.к. об успешности судят по тому, может ли позволить себе человек то, что сегодня в моде, а я хочу многого достичь
- Нет, т.к. нет денег, но при их наличии старался бы быть модным
- Нет, т.к. не считаю необходимым следовать моде

Диаграмма 1 «Модная одежда – это:»

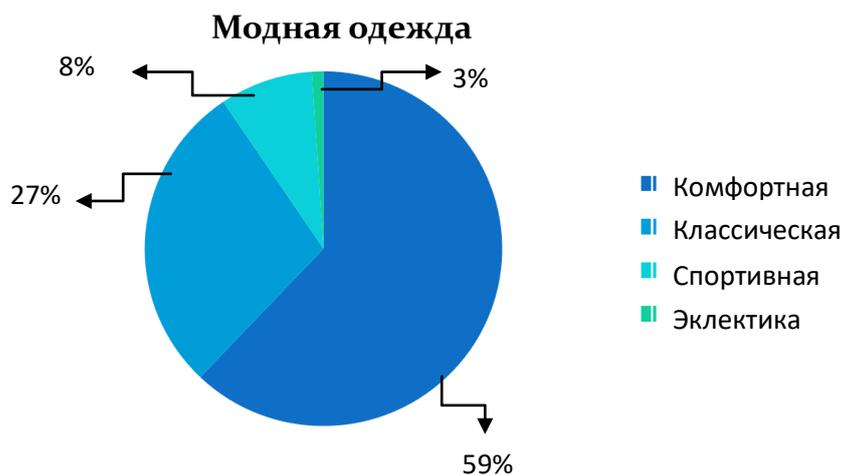


Диаграмма 2 «Какую цветовую палитру в одежде вы предпочитаете в повседневной жизни?»

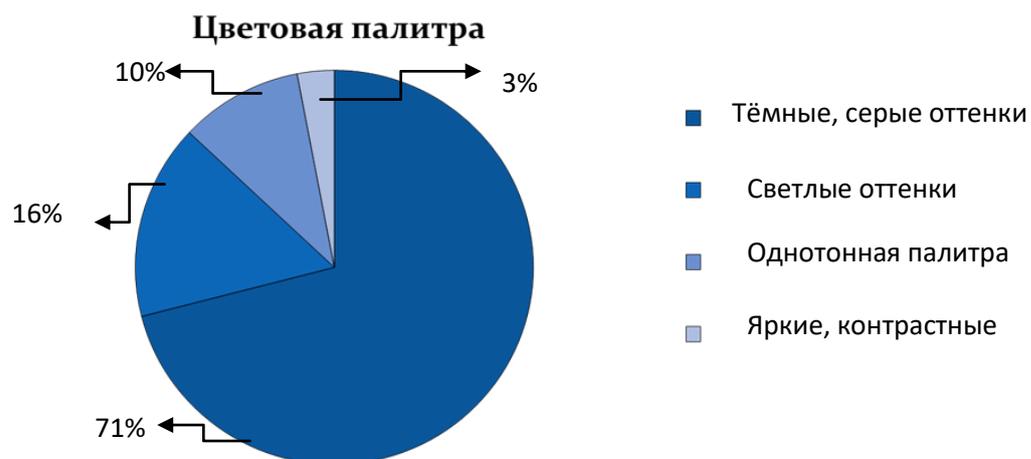


Диаграмма 3 «Что предпочитаете из одежды для посещения школы?»

Одежда для посещения школы

Девушки

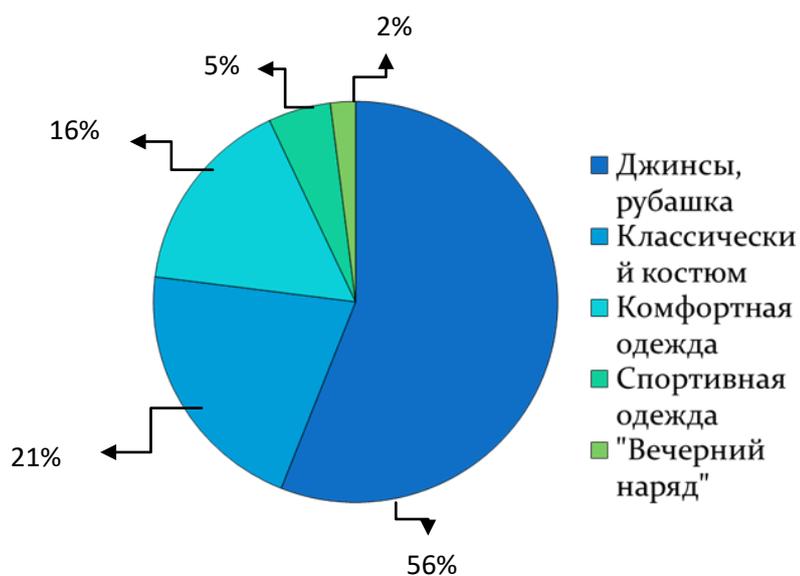


Диаграмма 4 «Что предпочитаете из одежды для посещения школы?»

Одежда для посещения школы

Юноши



Диаграмма 5 «Что вы предпочитаете из одежды для учеников с целью посещения школы ?»

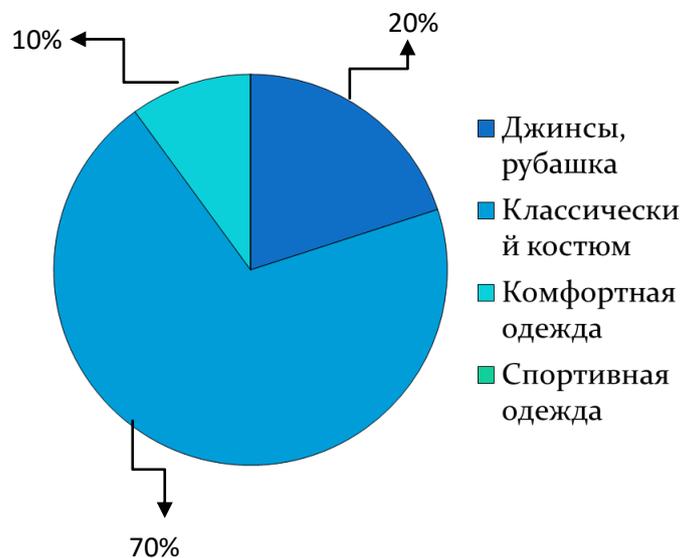


Диаграмма 6 «Следовали бы Вы моде, если бы были человеком:»

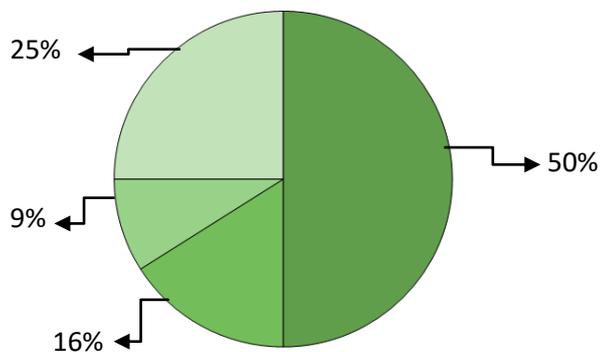




- 0%

Диаграмма 7 «Стремитесь ли Вы быть модным?»

Стремитесь ли Вы быть модным?



да, т.к. об успешности судят по тому, может ли человек позволить себе то, что сегодня в моде, а я хочу многого достичь



да, чтобы не отстать от сверстников

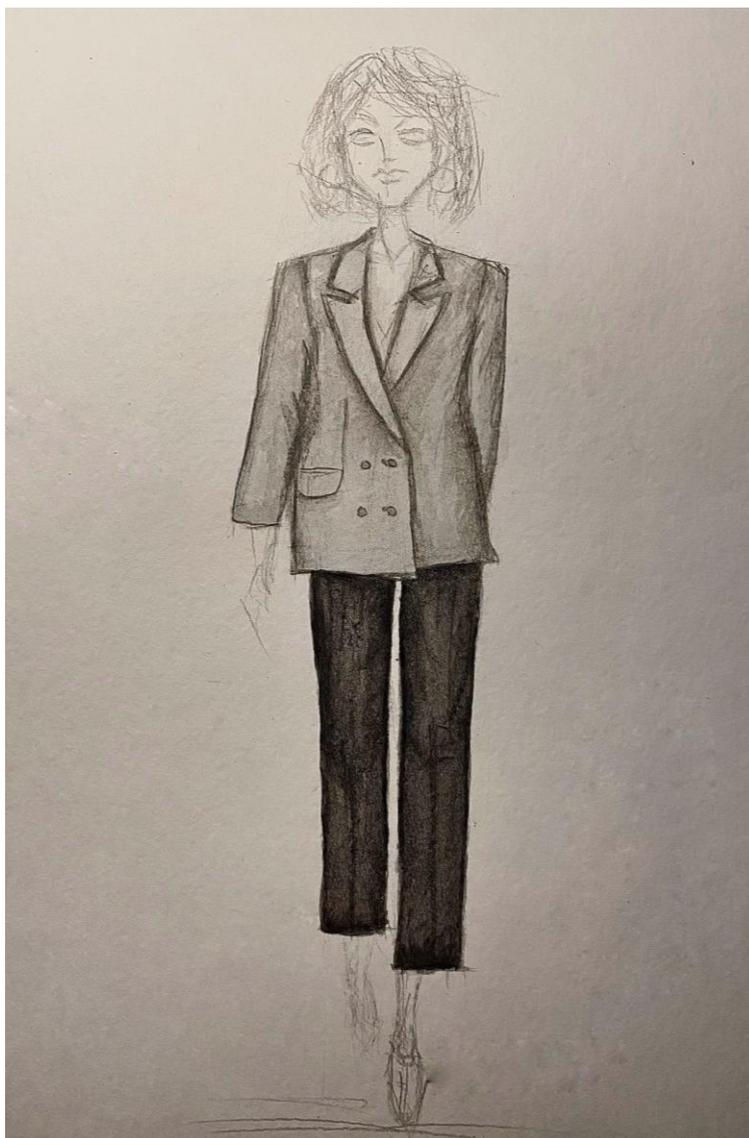


нет, т.к. не считаю необходимым следовать моде



нет, т.к. не считаю необходимым следовать моде

Эскиз 1 «Универсальная школьная форма для девочек»



Эскиз 2 «Универсальная школьная форма для мальчиков»

