

Индустрия моды в Италии. Социолект моды в изучении итальянского языка

Попова Мария Наилевна

Студент (специалист)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет
иностраннных языков и регионоведения, Москва, Россия

E-mail: popovamarie@gmail.com

Индустрия моды в Италии. Социолект моды в изучении итальянского языка

Попова Мария Наилевна

Студент, специалист Московского Государственного Университета, Москва, Россия

В мире существует большое количества определений для слова «мода». Поскольку оно подразумевает под собой очень многое, подобрать точное определение сложно. Она возникает в результате часто меняющихся культурных ценностей и вызывает интерес у таких наук, как социология, психология, социальная психология, история, культурология, история искусства, экономика, культурная антропология.

Сущность моды:

- 1. Изменения;
- 2. Двойственность природы человека - совмещение противоположных задач. Люди стремятся украсить себя, но хотят соблюсти приличия, остаться скромными;
- 3. Новизна. Влечение людей к новому, для них непривычному. Люди находятся в постоянном поиске чего-то нового или думают о том, как бы преобразовать старое. Это заложено в их природе, поэтому существует замкнутый круг: человек ищет новое, осваивает его и снова принимается за поиски чего-то нового.

Говоря об одежде, с одной стороны, она является совокупностью предметов, которыми покрывают тело с целью защитит себя от внешних воздействий, а с другой, имеет еще одну очень важную функцию. Одежда помогает человеку проявить свою индивидуальность и произвести первое впечатление, а также указывает на профессиональную принадлежность и показывает социальный статус.

Мода и одежда - средства коммуникации. Многие люди желают соответствовать той социальной группе, в которой они существуют. И поскольку они заботятся о своем положении в обществе, о том, как на них реагируют окружающие, они со временем становились более внимательными к своему внешнему виду и начали формировать свои стили в одежде. В свою очередь «стиль» является признаком индивидуальности человека.

В данной работе речь пойдет об Италии. Мода является неотъемлемой ее частью. На это повлияло немалое количество различных факторов: географическое расположение, национальный характер, традиции, культура и многие другие. К вещам, сделанным в Италии, остаться равнодушным просто невозможно. Их качество и дизайн говорят сами за себя, ведь итальянская одежда - это одежда высокого качества.

Очень важно отметить, что чувство стиля заложено у итальянцев на генетическом уровне.

В наши дни итальянский взгляд на моду является одним из самых популярных, а ее fashion-индустрия не уступает по значимости моде Франции. Италия - родоначальник

огромного количества брендов.

Однако, текстильной промышленности до 1945 года как таковой не существовало. Были только ателье, в которых шили наряды «от кутюр». А в настоящее время она является второй по значимости отраслью экономики в Италии после автомобилестроения.

Италии очень быстро удалось стать известной в области моды страной.

Данная работа является актуальной для людей изучающих моду, ее историю именно в Италии.

Для тех, кто хочет:

- Узнать, какие существуют специальности в сфере моды;
- Как можно усовершенствовать свои знания в данной сфере и получить образование в данной отрасли в Италии;
- Понять, какая именно работа будет интереснее. В данной работе я бы хотела: Показать, как Италии удалось достичь успехов в сфере моды и стать частью «Большой четверки»; показать, в каких учебных заведениях Италии возможно получить образование в сфере моды; осветить специальности в области моды.

1. Шевлякова, Д.А. «Доминанты национальной идентичности итальянцев» : монография / Д.А. Шевлякова. - М. : Университетская книга, 2011.
2. Никола Уайт Fashion-бизнес. Теория, практика, феномен, 2008.
3. Аннет Линч, Митчелл Д. Штраусс «Изменения в моде. Причины и следствия» 2009.
4. Юниа Кавамура «Теория и практика создания моды»
5. Поль Пуаре. «Одевая Эпоху». Пер. с фр. Н.Ф. Кулиш. // Предисловие и фотографии А.А. Васильева. - М.: Этерна, 2011. - 416 с.

Источники и литература

1)