

РЕФЕРАТ

Савоськина Ангелина Дмитриевна

Мода и социум: культурологические аспекты взаимодействия (XX – начало XXI вв.)

Дипломная работа: 61 страница печатного текста, 58 источников, 2 приложения.

Ключевые слова: СОЦИУМ, ОБЩЕСТВО, МОДА, МАССОВАЯ КУЛЬТУРА, МОДНАЯ ИНДУСТРИЯ, МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ

Объект исследования – взаимодействие моды и социума в истории европейской культуры.

Предмет исследования – культурологические аспекты взаимодействия моды и социума в истории европейской культуры XX – начала XXI вв.

Цель работы – раскрыть особенности взаимодействия социума, моды и модной индустрии и возможности использования мировых трендов в развитии моды в Республике Беларусь.

Основные методы исследования – наблюдение, сравнение, идеализация, историко-логический и другие.

Полученные результаты: выявлены основные аспекты взаимодействия моды и социума, модной индустрии и массовой культуры. Массовая культура формирует «интернациональную» моду, что обуславливает действия участников модной индустрии по выбору и применению специфических маркетинговых коммуникаций. Проведен анализ возможности использования основных маркетинговых стратегий в Республике Беларусь.

РЭФЕРАТ

Савоськіна Ангеліна Дзмітрыеўна

Мода і соцыум: культуралагічныя аспекты ўзаемадзеяння (XX – пачатак XXI стст.)

Дыпломная работа: 61старонка друкаванага тэксту, 58 крыніц, 2 дадаткі.

Ключавыя словы: СОЦЫУМ, ГРАМАДСТВА, МОДА, МАСАВАЯ КУЛЬТУРА, МОДНАЯ ІНДУСТРЫЯ, МАРКЕТЫНГАВЫЯ СТРАТЭГІІ

Аб'ект даследавання – узаемадзеянне моды і соцыума ў гісторыі еўрапейскай культуры.

Прадмет даследавання – культуралагічныя аспекты ўзаемадзеяння моды і соцыума ў гісторыі еўрапейскай культуры XX – пачатку XXI стагоддзя.

Мэта працы – раскрыць асаблівасці ўзаемадзеяння соцыума, моды і моднай індустрыі і магчымасці выкарыстання сусветных трэндаў у развіцці моды ў Рэспубліцы Беларусь.

Асноўныя метады даследавання – назіранне, параўнанне, ідэалізацыя, гісторыка-лагічны і іншыя.

Вынікі даследавання: выяўлены асноўныя аспекты ўзаемадзеяння моды і соцыума, моднай індустрыі і масавай культуры. Масавая культура фарміруе «інтэрнацыянальную» моду, што абумоўлівае дзеянні ўдзельнікаў моднай індустрыі па выбару і прымяненню спецыфічных маркетынговых камунікацый. Праведзены аналіз магчымасці выкарыстання асноўных маркетынговых стратэгий у Рэспубліцы Беларусь.

ABSTRACT

Savoskina Angelina Dmitrievna

Fashion and society: culturological aspects of interaction (20th century – the beginning of the 21st century)

Thesis work: 61 pages of printed text, 58 sources, 2 attachments.

Key words: SOCIETY, SOCIUM, FASHION, MASS CULTURE, FASHION INDUSTRY, MARKETING STRATEGIES

The object of the research is the interaction of fashion and society in the history of European culture.

The subject of the research are the culturological aspects of fashion and society interaction in the history of European culture of the 20th century – the beginning of the 21st century.

The purpose of the work is to reveal the peculiarities of society, fashion and fashion industry interaction and the possibility of using world trends in fashion development in the Republic of Belarus.

Research methods – observation, comparison, idealization, historical-logical and others.

Results: the main aspects of interaction between fashion and society, fashion industry and mass culture have been identified. Mass culture forms «international» fashion, which determines the actions of fashion industry participants in the selection and applying of specific marketing communications. The possibility of using the main marketing strategies in the Republic of Belarus was analyzed.

