

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

Волгоградский институт управления – филиал РАНХиГС
Факультет государственного и муниципального управления
Кафедра социологии, общей и юридической психологии

Утверждена
решением кафедры
социологии, общей и юридической
психологии
Протокол от «31» августа 2020 г. № 1

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.8.1. Социология моды

(индекс и наименование дисциплины, в соответствии с учебным планом)

по направлению подготовки

39.03.01 Социология

(код и наименование направления подготовки (специальности))

Социальная структура, социальные институты и процессы

направленность (профиль)

Бакалавр

квалификация

очная

форма(ы) обучения

год набора - 2020

Волгоград, 2020 г.

Автор(ы)-составитель(и):

Преподаватель кафедры социологии, общей и юридической психологии
Лещенко Л.А.

Заведующий кафедрой социологии, общей и юридической психологии
Кузеванова А.Л.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	4
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы	4
3. Содержание и структура дисциплины	5
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств по дисциплине	8
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	15
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	21
6.1. Основная литература	21
6.2. Дополнительная литература	21
6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы	21
6.4. Нормативные правовые документы	21
6.5. Интернет-ресурсы	21
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы	22
8. Приложение 1 РПД.....	23

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине , соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы

1.1. Дисциплина Б1.В.ДВ.8.1. «Социология моды» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-8	способность использовать методы сбора, обработки и интерпретации комплексной социальной информации для решения организационно-управленческих задач, в том числе находящихся за пределами непосредственной сферы деятельности	ПК-8.2	способность использовать методы интерпретации комплексной социальной информации для решения организационно-управленческих задач, в том числе находящихся за пределами непосредственной сферы деятельности

1.2 В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
формирование профессиональных действий, связанных с анализом, интерпретацией данных социологических и маркетинговых исследований	ПК-8.2 - способность использовать методы интерпретации комплексной социальной информации для решения организационно-управленческих задач, в том числе находящихся за пределами непосредственной сферы деятельности	- Анализирует собранную комплексную социальную информацию - Применяет методы интерпретации социальной информации для решения организационно-управленческих задач, в том числе находящихся за пределами непосредственной сферы профессиональной информации

2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы

Учебная дисциплина Б1.В.ДВ.8.1 «Социология моды» принадлежит к блоку вариативная часть, дисциплины по выбору. В соответствии с учебным планом, по очной форме обучения дисциплина осваивается в 7 семестре, общая трудоемкость дисциплины в зачетных единицах составляет 2 ЗЕ (72 часа).

Учебная дисциплина Б1.В.ДВ.8.1 «Социология моды» реализуется после изучения: Б1.Б.2. Философия, Б1.Б.12 История социологии, Б1.Б.13 Основы социологии, Б1.В.ОД.16 Социология культуры.

По очной форме обучения количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем (по видам учебных занятий) – 34 часов и на самостоятельную работу обучающихся – 38 часов.

Форма промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом – зачет.

3. Содержание и структура дисциплины

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины, час.						Форма текущего контроля успеваемос ти, промежудо чной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Очная форма обучения								
7 семестр								
Тема 1	Введение. Социология моды как наука	10	4	-	2	-	4	О
Тема 2	Социальные функции моды	8	2	-	2	-	4	О
Тема 3	Теоретические концепции изучение феномена моды	8	2	-	2	-	4	О
Тема 4	Социально- психологические механизмы моды	8	2	-	2	-	4	О,Т
Тема 5	Стиль как один из аспектов моды	8	2	-	-	-	4	Э
Тема 6	Символическая система моды	8	2	-	2	-	4	О
Тема 7	Мода, не-мода, анти- мода	6	2	-	-	-	4	Э
Тема 8	Мода как форма коммуникации: от производителя - к потребителю и обратно	8	2	-	2	-	4	О,Т
Тема 9	Мода, потребление, дизайн	8	2	-	2	-	6	О,Т
Промежуточная аттестация		-		-		-		зачёт
Всего:		72	20	-	14		38	2 ЗЕ

Примечание: 4 – формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), тестирование (Т), эссе (Э)

Содержание дисциплины

Тема 1. **ВВЕДЕНИЕ. СОЦИОЛОГИЯ МОДЫ КАК НАУКА**

Слово «мода», разнообразие и эволюция его значений. Социологический подход к этому явлению, отличие от других подходов. Влияние моды на культуру, ее присутствие в разных ее областях. Мода как одна из социальных норм, присущих, прежде всего, индустриальному и постиндустриальному обществам. Связь с другими социальными науками. Из истории социологических интерпретаций моды. Мода как специфическая форма социальной регуляции. Не-модные регулятивы: обычай, традиция. Мода и социальная дифференциация. Мода, классы и статусы.

Тема 2. СОЦИАЛЬНЫЕ ФУНКЦИИ МОДЫ

В чем состоят социальные функции моды? 1) Функция создания и поддержания единообразия и разнообразия в культурных образцах. 2) Инновационная функция. 3) Коммуникативная функция. 4) Функция социально-групповой дифференциации и нивелирования. 5) Функция социализации и идентификации. 6) Престижная функция. 7) Функция психофизиологической разрядки.

Тема 3. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ КОНЦЕПЦИИ ИЗУЧЕНИЕ ФЕНОМЕНА МОДЫ

Античность: искусство есть ремесло. Новоевропейская теория творчества: от подражания к творчеству (мимесис и пойэсис). Эстетика как теория чувственного восприятия: А.Баумгартен. Немецкий романтизм. Ф.Шеллинг: диалог красоты и добра. И.Кант: прекрасное, возвышенное, критика вкуса. С.Кьеркегор: эстетизм как жизненная позиция (фигуры Дон Жуана, Фауста).

Концепция подражания (Г.Тард, Г.Зиммель,). Механизм «просачивания» модных образцов. Аристократия и высший класс как лидеры моды. Концепция «престижного» потребления (Г.Блумер, Ж.Бодрийяр). Экономическое обоснование распространения модных образцов. Эпоха постмодерна: искусство, которое «не знает, что оно искусство». Не мастерство подражания, но и не самовыражение художника, а умение найти вещам и объектам их выразительный ракурс. Перформанс, хэппенинг: ситуативность искусства. Узаконивание мимолетного в противоположность вечному: сближение моды и искусства

Тема 4. СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ МЕХАНИЗМЫ МОДЫ

Мода как искусство. Из истории моды. Haute couture, ее основатель Чарльз Фредерик Уорт (1821-1895). Феномен кутюрье. Поль Пуаре (1879-1914). «Золотой» век кутюрье: Пуаре, Шанель, Диор. История соперничества Г.Шанель и Э. Скиапарелли. New Look К.Диора. Ив Сен-Лоран как знаковая фигура. К.Лагерфельд в качестве главы дома «Шанель»: от «кутюра» к «прет-а-порте».

История моды 20 века как чередование «пластического» (подчеркивающего естественное анатомическое строение тела) и «геометрического» (нивелирующего естественные пропорции) подходов к одежде. На грани вульгарности: Д.Версаче как идеолог «пластического» в моде. «Геометрический» стиль японцев (Р.Кавакубо, Й.Ямамото).

Лидеры моды и последователи (И.Бренингмайер, А.Гофман). Индивидуальный выбор и стереотипное поведение. Мода и социальная коммуникация. Индустрия моды и средства массовой коммуникации. Механизмы «заражения», «внушения», «подражания» и др., влияющие на процесс возникновения моды. Массовая культура: стандартизация и индивидуализм. Семья как социальный институт. Функции семьи. Традиционный и современный типы семьи. Семья как малая группа. Структура семьи. Типология семейных структур.

Модные журналы. Harper's Bazaar как старейший женский журнал Европы (1867). Легендарные редакторы Carmel Snow, Diana Vreeland, Anthony Mazzola; их роль в формировании вкусов. Модное искусство – плохое искусство? Ортега-и-Гассет: призыв к «дегуманизации». Непопулярность как требование.

Тема 5. СТИЛЬ КАК ОДИН ИЗ АСПЕКТОВ МОДЫ

Понятие стиля. Предпосылки возникновения стиля. Концептуальные основания изучения стиля жизни (А.Адлер, П.Бурдьё, Р.Инглхарт). Стиль жизни как потребление, стиль жизни как культура предпочтения, стиль жизни как использование социально-значимых ресурсов. Социальная дифференциация в постиндустриальном обществе и индивидуализация жизненных выборов. Полистилизм в моде и воспроизводство стилей жизни. Основные стили в развитии цивилизации.

Тема 6. СИМВОЛИЧЕСКАЯ СИСТЕМА МОДЫ

Символическая система одежды. Ролевые функции одежды как опознавательные знаки социальных характеристик личности. Гендерный аспект в изучении моды (Г.Мортон, Дж.Флюгель).

Мода как «риторическая система»: Р.Барт. «Мода-описание», ее приоритет перед «системой реальной Моды». Субстанция Моды – «сугубо интеллигибельная»; как целостность Мода не существует вне слова: реальная система одежды – всего лишь естественный горизонт, где Мода формирует свои значения.

Что значит «быть в моде»: психологические аспекты моды.

Э.Гофман: самость как «театральный эффект, порождаемый разыгрываемой сценой».

Особенности воздействия моды на процесс социализации личности. Мода и самооценка.

М.Томас: мода как способ «социального конструирования чувства идентификации». «Я одеваюсь – значит самовыражаюсь. Я одеваюсь – значит требую» (Ж.-П.Готье).

Пол – возраст: к проблеме мужской и молодежной моды. Феномен денди. В стиле GQ. Молодежь – самая модная?

Мода в политике: имидж «первых леди» (Ж.Кеннеди - Н.Хрущева, Н.Рейган – Р.Горбачева и др.). Мода на политику. Мода на «левых». Феномен Че Гевары. Посмертное тиражирование образа Гевары. Литературное («Воссоединение» Х.Кортасара, «Кубинский цикл» Е.Евтушенко и др.) и кинематографическое («Че» С.Содерберга, «Дневники мотоциклиста» В.Саллеса) прочтение.

Тема 7. МОДА, НЕ-МОДА, АНТИ-МОДА

Мода как феномен массового общества: как это понимать? «Вещизм» (Э.Фромм, Г.Маркузе), «массовость» (Х.Ортега-и-Гассет), «престижное потребление» (Т.Веблен): негативистика классической гуманитарной мысли. Постмодернистская «переоценка ценностей»: Ж.-Ф. Лиотар, Ж.Бодрийяр и др. Ж.Бодрийяр: индустрия моды как процесс воспроизводства социальной реальности в виде ее симуляции. Образец создается виртуально – не как вещь, но как образ (производство не модели, но «модности»). Мода как производство желаемого нами собственного образа.

Мода и другие формы социальной регуляции поведения. Регулятивный антипод моды: обычай. Обычай, традиция, ритуал. Социальные функции обычая, его роль в архаических, индустриальных и постиндустриальных обществах.

Мода и социальные институты. Модные институты. Мода как форма неинституционального поведения. Мода и социальные движения.

Тема 8. МОДА КАК ФОРМА КОММУНИКАЦИИ: ОТ ПРОИЗВОДИТЕЛЯ - К ПОТРЕБИТЕЛЮ И ОБРАТНО

"Внутренняя" и "внешняя" типологии участников моды.

"Внутренние" типы (категории) участников: "производители", "распространители", "потребители". Типы внутри этих типов.

Процесс модной коммуникации: в чем он состоит и как он происходит? Пример проблемы курицы и яйца: дискуссии о том, кто важнее в моде.

Смена мод как смена сообщений. "Звезды" как сообщения. Звезды - люди и звезды - вещи. Феномен фасцинации.

Основные проблемы и стратегии модной коммуникации.

Тема 9. МОДА, ПОТРЕБЛЕНИЕ, ДИЗАЙН

Кто делает моду – дизайнеры или рекламщики? Fashion-рынок и fashion-маркетинг. Модное то, что продается. Модный бренд: стратегии формирования торговых марок. Проблема желаемой и воспринимаемой идентичности fashion-ритейлера. Особенности мерчандайзинга в индустрии моды. Феномен флагманских магазинов.

«Тренд» - необязательно «модный»: понятие тренда в точных науках.

Тренд как направленность изменений показателей временного ряда (то есть последовательности значений некоторой переменной величины). Тренд-анализ как способ прогнозирования: тенденция, связанная с распространением закономерностей, действующих в изучаемом периоде, экстраполируется за его пределы. Астрофизика и геология как идеальные области для применения тренд-анализа. «Неестественно-научный» статус общественнознания, или почему моду предсказывать сложнее.

Трендсеттинговые агентства: история вопроса. «Бюро стиля» Trend Union (1985), Nelly Rodi (1985), Kjaer Global (1988), Future Laboratory (2001). Принципы их работы. Trend-books.

Модный прогноз: сравнительный анализ «тетрадей тенденций» Nelly Rodi и Promostyl.

Модный сезон: основные этапы принятия решений. Британская и Парижская группы по текстилю и цвету. Крупнейшие выставки: нитей и пряжи Filo (Милан); тканей Tissu Premier (Лилль) и Premiere Vision (Париж); специализированные выставки-ярмарки готовой продукции Bread & Butter (Барселона) и Magic Marketplace (Лас-Вегас). Недели моды. Дизайнерские показы прет-а-порте (сентябрь-октябрь) и кутюр (январь).

Современные тенденции модного бизнеса: оденься в сети (электронный фэшн-бизнес), сам себе стилист (имиджелогия).

Потребности в вещах: ориентир для проектирования или объект регулирования? Три аспекта потребностей в вещах. Еще одна псевдодилемма: мода и стиль. Быть и иметь: что такое "престижное потребление"? Три формы участия социологии в современном индустриальном дизайне: 1) "Социология дизайна"; 2) "Социология в дизайне"; 3) "Социология для дизайна".

Мода и маркетинг. Мода и политика.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств по дисциплине

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

4.1.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.ДВ.8.1 «Социология моды» используются следующие формы и методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Методы текущего контроля успеваемости
Очная форма		
Тема 1	Введение. Социология моды как наука	Устный опрос
Тема 2	Социальные функции моды	Устный опрос
Тема 3	Теоретические концепции изучение феномена моды	Устный опрос
Тема 4	Социально-психологические механизмы моды	Устный опрос, Письменный тест
Тема 5	Стиль как один из аспектов моды	Эссе
Тема 6	Символическая система моды	Устный опрос
Тема 7	Мода, не-мода, анти-мода	Эссе
Тема 8	Мода как форма коммуникации: от производителя - к потребителю и обратно	Устный опрос, Письменный тест
Тема 9	Мода, потребление, дизайн	Устный опрос, Письменный тест

4.1.2. Промежуточная аттестация проводится в форме зачета методом выполнения практических контрольных заданий.

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости.

Типовые оценочные материалы по теме 1. *ВВЕДЕНИЕ. СОЦИОЛОГИЯ МОДЫ КАК НАУКА*

Вопросы для устного опроса:

1. Слово «мода», разнообразие и эволюция его значений.
2. Социологический подход к этому явлению, отличие от других подходов. Влияние моды на культуру, ее присутствие в разных ее областях.
3. Мода как одна из социальных норм, присущих, прежде всего, индустриальному и постиндустриальному обществам. Связь с другими социальными науками. Из истории социологических интерпретаций моды.
4. Мода как специфическая форма социальной регуляции. Не-модные регулятивы: обычай, традиция.
5. Мода и социальная дифференциация. Мода, классы и статусы.

Типовые оценочные материалы по теме 2. *СОЦИАЛЬНЫЕ ФУНКЦИИ МОДЫ*

Вопросы для устного опроса:

1. В чем состоят социальные функции моды? 1) Функция создания и поддержания единообразия и разнообразия в культурных образцах. 2) Инновационная функция. 3) Коммуникативная функция. 4) Функция социально-групповой дифференциации и нивелирования. 5) Функция социализации и идентификации. 6) Престижная функция. 7) Функция психофизиологической разрядки.

Типовые оценочные материалы по теме 3. *ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ КОНЦЕПЦИИ ИЗУЧЕНИЕ ФЕНОМЕНА МОДЫ*

Вопросы для устного опроса:

1. Античность: искусство есть ремесло.
2. Новоевропейская теория творчества: от подражания к творчеству (мимесис и пойкисис). Эстетика как теория чувственного восприятия: А.Баумгартен. Немецкий романтизм. Ф.Шеллинг: диалог красоты и добра. И.Кант: прекрасное, возвышенное, критика вкуса. С.Кьеркегор: эстетизм как жизненная позиция (фигуры Дон Жуана, Фауста).
3. Концепция подражания (Г.Тард, Г.Зиммель,).
4. Механизм «просачивания» модных образцов. Аристократия и высший класс как лидеры моды. Концепция «престижного» потребления (Г.Блумер, Ж.Бодрийяр).
5. Экономическое обоснование распространения модных образцов.
6. Эпоха постмодерна: искусство, которое «не знает, что оно искусство». Не мастерство подражания, но и не самовыражение художника, а умение найти вещам и объектам их выразительный ракурс.
7. Перформанс, хэппенинг: ситуативность искусства. Узаконивание мимолетного в противоположность вечному: сближение моды и искусства.

Типовые оценочные материалы по теме 4. *СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ МЕХАНИЗМЫ МОДЫ*

Вопросы для устного опроса:

1. Мода как искусство. Из истории моды. Haute couture, ее основатель Чарльз Фредерик Уорт (1821-1895). Феномен кутюрье. Поль Пуаре (1879-1914). «Золотой» век кутюрье: Пуаре, Шанель, Диор. История соперничества Г.Шанель и Э. Скиапарелли. New Look К.Диора. Ив Сен-Лоран как знаковая фигура. К.Лагерфельд в качестве главы дома «Шанель»: от «кутюра» к «прет-а-порте».
2. История моды 20 века как чередование «пластического» (подчеркивающего естественное анатомическое строение тела) и «геометрического» (нивелирующего естественные

пропорции) подходов к одежде. На грани вульгарности: Д.Версаче как идеолог «пластического» в моде. «Геометрический» стиль японцев (Р.Кавакубо, Й.Ямамото).

3.Лидеры моды и последователи (И.Бренингмайер, А.Гофман). Индивидуальный выбор и стереотипное поведение. Мода и социальная коммуникация. Индустрия моды и средства массовой коммуникации. Механизмы «заражения», «внушения», «подражания» и др., влияющие на процесс возникновения моды. Массовая культура: стандартизация и индивидуализм. Семья как социальный институт. Функции семьи. Традиционный и современный типы семьи. Семья как малая группа. Структура семьи. Типология семейных структур.

4.Модные журналы. Harper's Bazaar как старейший женский журнал Европы (1867). Легендарные редакторы Carmel Snow, Diana Vreeland, Anthony Mazzola; их роль в формировании вкусов. Модное искусство – плохое искусство? Ортега-и-Гассет: призыв к «дегуманизации». Непопулярность как требование.

Тест

1.Мода – это: (выберите все правильные варианты)

- А. одна из социальных норм, присущих, прежде всего, индустриальному и постиндустриальному обществам.
- Б. один из основных принципов эстетики, в самом общем смысле — подражание искусству действительности.
- В. временное господство определённого стиля в какой-либо сфере жизни или культуры.
- Г. форма современного искусства, в которой произведение составляют действия художника или группы в определённом месте и в определённое время.

2.Мода становится ценностью, когда:

- А. индивид протестует против установленных обществом идеалов, правил и норм
- Б. внешняя норма модного поведения принимается индивидом
- В. создаются высокохудожественные модели одежды, а также аксессуары к ним

3.Ониомания – это:

товарный знак, торговая марка, клеймо, т.е. марка товара

- а. искусственный образ, формируемый в общественном или индивидуальном сознании
- б. средствами массовой коммуникации и психологического воздействия
- в. непреодолимое желание что-либо покупать, не обращая внимания на необходимость и последствия
- г. «передача информации от человека к человеку»

4.Одним из первых проявлений антимоды было:

- А.движение инкрояблей времен великой французской революции
- Б.движение битников, которые вместо традиционных костюмов и стиля ньюлук выбирали джинсы и водолазки
- В.движение хиппи

Ответы: 1г,2б,3в,4а.

Типовые оценочные материалы по теме 5. СТИЛЬ КАК ОДИН ИЗ АСПЕКТОВ МОДЫ

Темы для эссе:

- 1.Понятие стиля. Предпосылки возникновения стиля. Концептуальные основания изучения стиля жизни (А.Адлер, П.Бурдьё, Р.Инглхарт). Стиль жизни как потребление, стиль жизни как культура предпочтения, стиль жизни как использование социально-значимых ресурсов.
- 2.Социальная дифференциация в постиндустриальном обществе и индивидуализация жизненных выборов.
3. Полистилизм в моде и воспроизводство стилей жизни.
- 4.Основные стили в развитии цивилизации.

Типовые оценочные материалы по теме 6. СИМВОЛИЧЕСКАЯ СИСТЕМА МОДЫ

Вопросы для устного опроса:

- 1.Символическая система одежды. Ролевые функции одежды как опознавательные знаки социальных характеристик личности.
2. Гендерный аспект в изучении моды (Г.Мортон, Дж.Флюгель).
- 3.Мода как «риторическая система»: Р.Барт. «Мода-описание», ее приоритет перед «системой реальной Моды». Субстанция Моды – «сугубо интеллигибельная»; как целостность Мода не существует вне слова: реальная система одежды – всего лишь естественный горизонт, где Мода формирует свои значения.
- 4.Что значит «быть в моде»: психологические аспекты моды.

Типовые оценочные материалы по теме 7. МОДА, НЕ-МОДА, АНТИ-МОДА

Темы для эссе:

- 1.Мода как феномен массового общества: как это понимать? «Вещизм» (Э.Фромм, Г.Маркузе), «массовость» (Х.Ортега-и-Гассет), «престижное потребление» (Т.Веблен): негативистика классической гуманитарной мысли.
- 2.Постмодернистская «переоценка ценностей»: Ж.-Ф. Лиотар, Ж.Бодрийяр и др. Ж.Бодрийяр: индустрия моды как процесс воспроизводства социальной реальности в виде ее симуляции. Образец создается виртуально – не как вещь, но как образ (производство не модели, но «модности»).
- 3.Мода как производство желаемого нами собственного образа.
- 4.Мода и другие формы социальной регуляции поведения. Регулятивный антипод моды: обычай. Обычай, традиция, ритуал. Социальные функции обычая, его роль в архаических, индустриальных и постиндустриальных обществах.
- 5.Мода и социальные институты. Модные институты. Мода как форма неинституционального поведения. Мода и социальные движения.

Типовые оценочные материалы по теме 8. МОДА КАК ФОРМА КОММУНИКАЦИИ: ОТ ПРОИЗВОДИТЕЛЯ - К ПОТРЕБИТЕЛЮ И ОБРАТНО

Вопросы для устного опроса:

- 1."Внутренняя" и "внешняя" типологии участников моды. "Внутренние" типы (категории) участников: "производители", "распространители", "потребители". Типы внутри этих типов.
- 2.Процесс модной коммуникации: в чем он состоит и как он происходит? Пример проблемы курицы и яйца: дискуссии о том, кто важнее в моде.
- 3.Смена мод как смена сообщений. "Звезды" как сообщения. Звезды - люди и звезды - вещи. Феномен фасцинации.
- 4.Основные проблемы и стратегии модной коммуникации.

Тест

1.Социальная дифференциация означает:

- а) разделение общества на группы, занимающие разное социальное положение;
- б) превращение среднего класса в наиболее многочисленную общественную группу;
- в) усиление социального контроля над различными общественными группами;
- г) появление новых политических партий.

2. «Социальная роль» -

- а) степень влияния личности в социальной группе или в обществе;
- б) совокупность усвоенных и выполняемых человеком социальных функций и соответствующих им образцов поведения;

- в) положение человека в обществе, занимаемое им в соответствии с возрастом, полом, происхождением, профессией, семейным положением;
- г) оценка обществом или социальной группой общественной значимости тех или иных позиций, занимаемых людьми.

3. Слово "культура" у древних римлян означало:

- а) принятие закона;
- б) возрождение традиций;
- в) обработку земли;
- г) строительство зданий.

4. Классиками цивилизационного подхода к изучению культуры считаются:

- а) Маркс, Шпенглер, Тойнби;
- б) Маркс, Дюркгейм, Тойнби;
- в) Данилевский, Шпенглер, Тойнби;
- г) Данилевский, Дюркгейм, Тойнби.

Ответы: 1а,2б,3в,4в.

Типовые оценочные материалы по теме 9. МОДА, ПОТРЕБЛЕНИЕ, ДИЗАЙН

Вопросы для устного опроса:

1. Кто делает моду – дизайнеры или рекламщики? Fashion-рынок и fashion-маркетинг. Модно то, что продается.
2. Модный бренд: стратегии формирования торговых марок. Проблема желаемой и воспринимаемой идентичности fashion-ритейлера. Особенности мерчандайзинга в индустрии моды. Феномен флагманских магазинов.
3. «Тренд» - обязательно «модный»: понятие тренда в точных науках. 4. Модный прогноз: сравнительный анализ «тетрадей тенденций» Nelly Rodi и Promostyl.
- Модный сезон: основные этапы принятия решений.
5. Потребности в вещах: ориентир для проектирования или объект регулирования? Три аспекта потребностей в вещах. Еще одна псевдодилемма: мода и стиль. Быть и иметь: что такое "престижное потребление"? Три формы участия социологии в современном индустриальном дизайне: 1) "Социология дизайна"; 2) "Социология в дизайне"; 3) "Социология для дизайна".
6. Мода и маркетинг. Мода и политика.

Тест

1. Социализация – это:

- а) процесс усвоения норм поведения в обществе;
- б) процесс перехода из одной культуры в другую;
- в) потеря индивидуальности;
- г) активная общественная деятельность.

2. Что такое личность?

- а) выражение социальной сущности и содержания человека как субъекта деятельности и общественных отношений.
- б) совокупность общественных отношений людей.
- в) социальный институт и малая группа, в основе которой лежат родственные связи.
- г) отрасль социологии, которая изучает культуру как общественное явление.

3. Модель поведения, объективно заданная социальной позицией личности в системе общественных и межличностных отношений, это...?

- а) Социальная мобильность.
- б) Социальная конвергенция.
- в) Социальная роль.

г) Социальная диалектика.

4. Основные социологические теории личности?

А) структурная, функциональная, теоретическая концепции.

Б) профессиональная, познавательная, развлекательная концепции.

В) психоаналитическая, ролевая, социальная, эволюционная концепции.

Г) ролевая концепция, концепция личности Фрейда, поведенческая концепция, деятельностный подход.

Ответы: 1а,2а,3а,4в.

4.3.Оценочные средства для промежуточной аттестации.

4.3.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Показатели и критерии оценивания компетенций с учетом этапа их формирования

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-8	способность использовать методы сбора, обработки и интерпретации комплексной социальной информации для решения организационно-управленческих задач, в том числе находящихся за пределами непосредственной сферы деятельности	ПК-8.2	способность использовать методы интерпретации комплексной социальной информации для решения организационно-управленческих задач, в том числе находящихся за пределами непосредственной сферы деятельности

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
ПК-8.2 способность использовать методы интерпретации комплексной социальной информации для решения организационно-управленческих задач, в том числе находящихся за пределами непосредственной сферы деятельности	Анализирует собранную комплексную социальную информацию Применяет методы интерпретации социальной информации для решения организационно-управленческих задач, в том числе находящихся за пределами непосредственной сферы профессиональной информации	Всесторонне анализирует собранную комплексную социальную информацию Использует широкий спектр методов интерпретации социальной информации для решения организационно-управленческих задач, в том числе находящихся за пределами непосредственной сферы деятельности

4.3.2 Типовые оценочные средства

Практические контрольные задания

1. Разработайте анкету по теме: «Мое модное поведение».
2. Разработайте гайд для интервью по теме: «Одежда наших детей».
3. Разработайте программу для проведения контент-анализа на тему: «История моды XVI-XIX вв. в Царицыне».

4. Составить программу качественного социологического исследования на тему: Воспроизводство стилей в моде и стилей жизни поколений: на примере волгоградских семей.
5. Разработать программу качественного исследования на тему: Читательская мода как феномен культуры.

Полный комплект оценочных материалов для промежуточной аттестации представлен в Приложении 1 РПД

Шкала оценивания

60% - 100% - «зачтено»;

менее 60% - «не зачтено».

Установлены следующие критерии оценок:

100% - 90% (отлично)	Этапы компетенции, предусмотренные образовательной программой, сформированы на высоком уровне. Свободное владение материалом, выявление межпредметных связей. Уверенное владение понятийным аппаратом дисциплины. Практические навыки профессиональной деятельности сформированы на высоком уровне. Способность к самостоятельному нестандартному решению практических задач
89% - 75% (хорошо)	Этапы компетенции, предусмотренные образовательной программой, сформированы достаточно. Детальное воспроизведение учебного материала. Практические навыки профессиональной деятельности в значительной мере сформированы. Присутствуют навыки самостоятельного решения практических задач с отдельными элементами творчества.
74% - 60% (удовлетворительно)	Этапы компетенции, предусмотренные образовательной программой, сформированы на минимальном уровне. Наличие минимально допустимого уровня в усвоении учебного материала, в т.ч. в самостоятельном решении практических задач. Практические навыки профессиональной деятельности сформированы не в полной мере.
менее 60% (неудовлетворительно)	Этапы компетенции, предусмотренные образовательной программой, не сформированы. Недостаточный уровень усвоения понятийного аппарата и наличие фрагментарных знаний по дисциплине. Отсутствие минимально допустимого уровня в самостоятельном решении практических задач. Практические навыки профессиональной деятельности не сформированы.

4.4. Методические материалы

Процедура оценивания результатов обучения, характеризующих этапы формирования компетенций, осуществляются в соответствии с Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов в ФГБОУ ВО РАНХиГС и Регламентом о балльно-рейтинговой системе в Волгоградском институте управления - филиале РАНХиГС.

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Рекомендации по подготовке к практическому (семинарскому) занятию

Основной целью практического (семинарского) занятия является проверка глубины понимания студентом изучаемой темы, учебного материала и умения изложить его содержание ясным и четким языком, развитие самостоятельного мышления и творческой активности у студента. Подготовка к практическому (семинарскому) занятию включает в себя следующее:

- обязательное ознакомление с планом занятия, в котором содержатся основные вопросы, выносимые на обсуждение;
- изучение конспектов лекций, соответствующих разделов учебника, учебного пособия, содержания рекомендованных нормативных правовых актов;
- работа с основными терминами (рекомендуется их выучить);
- изучение дополнительной литературы по теме занятия, делая при этом необходимые выписки, которые понадобятся при обсуждении на семинаре;
- формулирование своего мнения по каждому вопросу и аргументированное его обоснование;
- запись возникших во время самостоятельной работы с учебниками и научной литературы вопросов, чтобы затем на семинаре получить на них ответы;
- обращение за консультацией к преподавателю.

Методические указания по подготовке к устному опросу

Подготовка к опросу проводится в ходе самостоятельной работы студентов и включает в себя повторение пройденного материала по вопросам предстоящего опроса. Помимо основного материала студент должен изучить дополнительную рекомендованную литературу и информацию по теме, в том числе с использованием Интернет-ресурсов. В среднем, подготовка к устному опросу по одному семинарскому занятию занимает от 2 до 3 часов в зависимости от сложности темы и особенностей организации студентом своей самостоятельной работы. Опрос предполагает устный ответ студента на один основной и несколько дополнительных вопросов преподавателя. Ответ студента должен представлять собой развёрнутое, связанное, логически выстроенное сообщение. При выставлении оценки преподаватель учитывает правильность ответа по содержанию, его последовательность, самостоятельность суждений и выводов, умение связывать теоретические положения с практикой, в том числе и с будущей профессиональной деятельностью.

Методические рекомендации по подготовке к тестированию

Тесты – это вопросы или задания, предусматривающие конкретный, краткий, четкий ответ на имеющиеся эталоны ответов. При самостоятельной подготовке к тестированию студенту необходимо:

а) готовясь к тестированию, проработайте информационный материал по дисциплине. Проконсультируйтесь с преподавателем по вопросу выбора учебной литературы;

б) четко выясните все условия тестирования заранее. Вы должны знать, сколько тестов Вам будет предложено, сколько времени отводится на тестирование, какова система оценки результатов и т.д.

в) приступая к работе с тестами, внимательно и до конца прочтите вопрос и предлагаемые варианты ответов. Выберите правильные (их может быть несколько). На отдельном листке ответов выпишите цифру вопроса и буквы, соответствующие правильным ответам;

г) в процессе решения желательно применять несколько подходов в решении задания. Это позволяет максимально гибко оперировать методами решения, находя каждый раз оптимальный вариант.

- д) если Вы встретили чрезвычайно трудный для Вас вопрос, не тратьте много времени на него. Переходите к другим тестам. Вернитесь к трудному вопросу в конце.
- е) обязательно оставьте время для проверки ответов, чтобы избежать механических ошибок.

Рекомендации по подготовке эссе

Эссе должно содержать: четкое изложение сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария, рассматриваемого в рамках дисциплины, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме. Тема не должна инициировать изложение лишь определений понятий, ее цель — побуждать к размышлению. Тема эссе должна содержать в себе вопрос, проблему, мотивировать на размышление. Построение эссе - это ответ на вопрос или раскрытие темы, которое основано на классической системе доказательств.

Структура эссе:

Титульный лист;

Введение - суть и обоснование выбора данной темы, состоит из ряда компонентов, связанных логически и стилистически. На этом этапе очень важно правильно сформулировать вопрос, на который вы собираетесь найти ответ в ходе своего исследования. При работе над введением могут помочь ответы на следующие вопросы: «Надо ли давать определения терминам, прозвучавшим в теме эссе?», «Почему тема, которую я раскрываю, является важной в настоящий момент?», «Какие понятия будут вовлечены в мои рассуждения по теме?», «Могу ли я разделить тему на несколько более мелких подтем?».

Основная часть - теоретические основы выбранной проблемы и изложение основного вопроса. Данная часть предполагает развитие аргументации и анализа, а также обоснование их, исходя из имеющихся данных, других аргументов и позиций по этому вопросу. В этом заключается основное содержание эссе и это представляет собой главную трудность. Поэтому важное значение имеют подзаголовки, на основе которых осуществляется структурирование аргументации; именно здесь необходимо обосновать (логически, используя данные или строгие рассуждения) предлагаемую аргументацию/анализ. Хорошо проверенный способ построения любого эссе — использование подзаголовков для обозначения ключевых моментов аргументированного изложения: это помогает посмотреть на то, что предполагается сделать (и ответить на вопрос, хорош ли замысел). Такой подход поможет следовать точно определенной цели в данном исследовании. Эффективное использование подзаголовков - не только обозначение основных пунктов, которые необходимо осветить. Их последовательность может также свидетельствовать о наличии или отсутствии логичности в освещении темы. Заключение - обобщения и аргументированные выводы по теме с указанием области ее применения и т.д. Подытоживает эссе или еще раз вносит пояснения, подкрепляет смысл и значение изложенного в основной части. Методы, рекомендуемые для составления заключения: повторение, иллюстрация, цитата, впечатляющее утверждение. Заключение может содержать такой очень важный, дополняющий эссе элемент, как указание на применение (импликацию) исследования, не исключая взаимосвязи с другими проблемами.

Рекомендации по выполнению практических контрольных заданий

Для выполнения практического задания необходимо внимательно прочитать задание, повторить лекционный материал по соответствующей теме, изучить рекомендуемую литературу, в т.ч. дополнительную. В процессе выполнения практических заданий, которые предполагают подготовку ответа на вопрос проблемного характера, мотивирующего студента к размышлению по поводу определенной проблемы или

содержат требование прокомментировать высказывание того или иного мыслителя, следует придерживаться следующего алгоритма работы:

- Необходимо определить ключевую проблему, содержащуюся в вопросе, и сформулировать ее суть;
- Раскрыть свое понимание (интерпретацию высказанной идеи;

Обосновать и аргументировать собственную точку зрения по данному вопросу.

Рекомендации по самостоятельной работе студентов

При самостоятельной работе достигается конкретное усвоение учебного материала, развиваются теоретические способности, столь важные для современной подготовки специалистов. Задания для самостоятельной работы включают в себя комплекс аналитических заданий выполнение, которых, предполагает тщательное изучение научной и учебной литературы, периодических изданий, а также законодательных и нормативных документов предлагаемых в п.6. «Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине». Задания предоставляются на проверку в печатном виде.

№ п/п	Тема	Вопросы, выносимые на СРС
1	2	3
1	Введение. Социология моды как наука	Слово «мода», разнообразие и эволюция его значений. Социологический подход к этому явлению, отличие от других подходов. Влияние моды на культуру, ее присутствие в разных ее областях. Мода как одна из социальных норм, присущих, прежде всего, индустриальному и постиндустриальному обществам. Связь с другими социальными науками. Из истории социологических интерпретаций моды. Мода как специфическая форма социальной регуляции. Не-модные регулятивы: обычай, традиция. Мода и социальная дифференциация. Мода, классы и статусы.
2	Социальные функции моды	В чем состоят социальные функции моды? 1) Функция создания и поддержания единообразия и разнообразия в культурных образцах. 2) Инновационная функция. 3) Коммуникативная функция. 4) Функция социально-групповой дифференциации и нивелирования. 5) Функция социализации и идентификации. 6) Престижная функция. 7) Функция психофизиологической разрядки.
3	Теоретические концепции изучение феномена моды	Античность: искусство есть ремесло. Новоевропейская теория творчества: от подражания к творчеству (мимесис и пойнсис). Эстетика как теория чувственного восприятия: А.Баумгартен. Немецкий романтизм. Ф.Шеллинг: диалог красоты и добра. И.Кант: прекрасное, возвышенное, критика вкуса. С.Кьеркегор: эстетизм как жизненная позиция (фигуры Дон Жуана, Фауста). Концепция подражания (Г.Тард, Г.Зиммель,). Механизм «просачивания» модных образцов. Аристократия и высший класс как лидеры моды. Концепция «престижного» потребления (Г.Блумер, Ж.Бодрийяр). Экономическое обоснование распространения модных образцов. Эпоха постмодерна: искусство, которое «не знает, что оно искусство». Не мастерство подражания, но и не самовыражение художника, а умение найти вещам и объектам их выразительный ракурс. Перформанс, хэппенинг: ситуативность искусства. Узаконивание мимолетного в противоположность вечному: сближение моды и искусства
4	Социально-	Мода как искусство. Из истории моды. Haute couture, ее основатель Чарльз Фредерик Уорт (1821-1895). Феномен

	психологические механизмы моды	кутюрье. Поль Пуаре (1879-1914). «Золотой» век кутюрье: Пуаре, Шанель, Диор. История соперничества Г.Шанель и Э. Скиапарелли. New Look К.Диора. Ив Сен-Лоран как знаковая фигура. К.Лагерфельд в качестве главы дома «Шанель»: от «кутюра» к «прет-а-порте». История моды 20 века как чередование «пластического» (подчеркивающего естественное анатомическое строение тела) и «геометрического» (нивелирующего естественные пропорции) подходов к одежде. На грани вульгарности: Д.Версаче как идеолог «пластического» в моде. «Геометрический» стиль японцев (Р.Кавакубо, Й.Ямамото). Лидеры моды и последователи (И.Бренингмайер, А.Гофман). Индивидуальный выбор и стереотипное поведение. Мода и социальная коммуникация. Индустрия моды и средства массовой коммуникации. Механизмы «заражения», «внушения», «подражания» и др., влияющие на процесс возникновения моды. Массовая культура: стандартизация и индивидуализм. Семья как социальный институт. Функции семьи. Традиционный и современный типы семьи. Семья как малая группа. Структура семьи. Типология семейных структур. Модные журналы. Harper's Bazaar как старейший женский журнал Европы (1867). Легендарные редакторы Carmel Snow, Diana Vreeland, Anthony Mazzola; их роль в формировании вкусов. Модное искусство – плохое искусство? Ортега-и-Гассет: призыв к «дегуманизации». Непопулярность как требование.
5	Стиль как один из аспектов моды	Понятие стиля. Предпосылки возникновения стиля. Концептуальные основания изучения стиля жизни (А.Адлер, П.Бурдьё, Р.Инглхарт). Стиль жизни как потребление, стиль жизни как культура предпочтения, стиль жизни как использование социально-значимых ресурсов. Социальная дифференциация в постиндустриальном обществе и индивидуализация жизненных выборов. Полистилизм в моде и воспроизводство стилей жизни. Основные стили в развитии цивилизации.
6	Символическая система моды	Символическая система одежды. Ролевые функции одежды как опознавательные знаки социальных характеристик личности. Гендерный аспект в изучении моды (Г.Мортон, Дж.Флюгель). Мода как «риторическая система»: Р.Барт. «Мода-описание», ее приоритет перед «системой реальной Моды». Субстанция Моды – «сугубо интеллигибельная»; как целостность Мода не существует вне слова: реальная система одежды – всего лишь естественный горизонт, где Мода формирует свои значения. Что значит «быть в моде»: психологические аспекты моды. Э.Гофман: самость как «театральный эффект, порождаемый разыгрываемой сценой». Особенности воздействия моды на процесс социализации личности. Мода и самооценка. М.Томас: мода как способ «социального конструирования чувства идентификации». «Я одеваюсь – значит самовыражаюсь. Я одеваюсь – значит требую» (Ж.-П.Готье). Пол – возраст: к проблеме мужской и молодежной моды. Феномен денди. В стиле GQ. Молодежь – самая модная? Мода в политике: имидж «первых леди» (Ж.Кеннеди - Н.Хрущева, Н.Рейган – Р.Горбачева и др.). Мода на политику. Мода на «левых». Феномен Че Гевары.

		Посмертное тиражирование образа Гевары. Литературное («Воссоединение» Х.Кортасара, «Кубинский цикл» Е.Евтушенко и др.) и кинематографическое («Че» С.Содерберга, «Дневники мотоциклиста» В.Саллеса) прочтение.
7	Мода, не-мода, анти-мода	Мода как феномен массового общества: как это понимать? «Вещизм» (Э.Фромм, Г.Маркузе), «массовость» (Х.Ортега-и-Гассет), «престижное потребление» (Т.Веблен): негативистика классической гуманитарной мысли. Постмодернистская «переоценка ценностей»: Ж.-Ф. Лиотар, Ж.Бодрийяр и др. Ж.Бодрийяр: индустрия моды как процесс воспроизводства социальной реальности в виде ее симуляции. Образец создается виртуально – не как вещь, но как образ (производство не модели, но «модности»). Мода как производство желаемого нами собственного образа. Мода и другие формы социальной регуляции поведения. Регулятивный антипод моды: обычай. Обычай, традиция, ритуал. Социальные функции обычая, его роль в архаических, индустриальных и постиндустриальных обществах. Мода и социальные институты. Модные институты. Мода как форма неинституционального поведения. Мода и социальные движения.
8	Мода как форма коммуникации: от производителя - к потребителю и обратно	"Внутренняя" и "внешняя" типологии участников моды. "Внутренние" типы (категории) участников: "производители", "распространители", "потребители". Типы внутри этих типов. Процесс модной коммуникации: в чем он состоит и как он происходит? Пример проблемы курицы и яйца: дискуссии о том, кто важнее в моде. Смена мод как смена сообщений. "Звезды" как сообщения. Звезды - люди и звезды - вещи. Феномен фасцинации. Основные проблемы и стратегии модной коммуникации.
9	Мода, потребление, дизайн	Кто делает моду – дизайнеры или рекламщики? Fashion-рынок и fashion-маркетинг. Модно то, что продается. Модный бренд: стратегии формирования торговых марок. Проблема желаемой и воспринимаемой идентичности fashion-ритейлера. Особенности мерчандайзинга в индустрии моды. Феномен флагманских магазинов. «Тренд» - необязательно «модный»: понятие тренда в точных науках. Тренд как направленность изменений показателей временного ряда (то есть последовательности значений некоторой переменной величины). Тренд-анализ как способ прогнозирования: тенденция, связанная с распространением закономерностей, действующих в изучаемом периоде, экстраполируется за его пределы. Астрофизика и геология как идеальные области для применения тренд-анализа. «Неестественно-научный» статус общественнознания, или почему моду предсказывать сложнее. Трендсеттинговые агентства: история вопроса. «Бюро стиля» Trend Union (1985), Nelly Rodi (1985), Kjaer Global (1988), Future Laboratory (2001). Принципы их работы. Trend-books. Модный прогноз: сравнительный анализ «тетрадей тенденций» Nelly Rodi и Promostyl. Модный сезон: основные этапы принятия решений. Британская и Парижская группы по текстилю и цвету. Крупнейшие выставки: нитей и пряжи Filo (Милан); тканей Tissu Premier (Лилль) и Premiere Vision (Париж); специализированные выставки-ярмарки готовой

		продукции Bread & Butter (Барселона) и Magic Marketplace (Лас-Вегас). Недели моды. Дизайнерские показы прет-а-порте (сентябрь-октябрь) и кутюр (январь). Современные тенденции модного бизнеса: оденься в сети (электронный фэшн-бизнес), сам себе стилист (имиджелогия). Потребности в вещах: ориентир для проектирования или объект регулирования? Три аспекта потребностей в вещах. Еще одна псевдодилемма: мода и стиль. Быть и иметь: что такое "престижное потребление"? Три формы участия социологии в современном индустриальном дизайне: 1) "Социология дизайна"; 2) "Социология в дизайне"; 3) "Социология для дизайна". Мода и маркетинг. Мода и политика.
--	--	---

Рекомендации по работе с литературой

При работе с литературой необходимо обратить внимание на следующие вопросы. Основная часть материала изложена в учебниках, включенных в основной список литературы рабочей программы дисциплины. Основная и дополнительная литература предназначена для повышения качества знаний студента, расширения его кругозора.

При этом полезно прочитанную литературу законспектировать. Конспект должен отвечать трем требованиям: быть содержательным, по возможности кратким и правильно оформленным.

Содержательным его следует считать в том случае, если он передает все основные мысли авторов в целостном виде. Изложить текст кратко – это значит передать содержание книги, статьи в значительной мере своими словами. При этом следует придерживаться правила - записывать мысль автора работы лишь после того, как она хорошо понята. В таком случае поставленная цель будет достигнута. Цитировать авторов изучаемых работ (с обязательной ссылкой на источник) следует в тех случаях, если надо записывать очень важное определение или положение, обобщающий вывод.

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Основная литература.

1. Афанасьева И.В. Культура и общество [Электронный ресурс]: сб. науч. ст.— Кемерово.— 151 с. Кемеровский государственный институт культуры, 2013.- Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/29680>

6.2. Дополнительная литература

1. Волков Ю.Е. Социология [Электронный ресурс] : учебное пособие для магистрантов / Ю.Е. Волков. — М. : Дашков и К, 2014. — 398 с. — 978-5-394-01793-3. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10979.html>
2. Кравченко А. И. Социология: учеб. для академич. бакалавриата.- М.: Юрайт, 2014. - 529
- .

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.

1. Кукушкина Е. И. История социологии: учебник. - М. ИНФРА, 2014- 463с.
2. Мельников М.В. История социологии. Классический период.- учеб. пособие.- Новосибирск, 2013.- 342 с.

6.4. Нормативные правовые документы.

Не предусмотрены

6.5. Интернет-ресурсы

1. eLibrary – <http://elibrary.ru>
2. Образовательный портал «Экономика, социология и менеджмент» www.ecsocman.edu.ru
3. Официальный сайт Института социологии РАН <http://www.isras.ru/>

7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

- лекционные аудитории, оборудованные видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном;
- помещения для проведения семинарских и практических занятий, оборудованные учебной мебелью.

Дисциплина поддержана соответствующими лицензионными программными продуктами: Microsoft Windows 7 Prof, Microsoft Office 2010, Kaspersky 8.2, СПС Гарант, СПС Консультант.

Программные средства обеспечения учебного процесса включают:

- программы презентационной графики (MS PowerPoint – для подготовки слайдов и презентаций);
- текстовые редакторы (MS WORD), MS EXCEL – для таблиц, диаграмм.

Вуз обеспечивает каждого обучающегося рабочим местом в компьютерном классе в соответствии с объемом изучаемых дисциплин, обеспечивает выход в сеть Интернет.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся включают следующую оснащенность: столы аудиторные, стулья, доски аудиторные, компьютеры с подключением к локальной сети института (включая правовые системы) и Интернет.

Для изучения учебной дисциплины используются автоматизированная библиотечная информационная система и электронные библиотечные системы: «Университетская библиотека ONLINE», «Электронно-библиотечная система издательства ЛАНЬ», «Электронно-библиотечная система издательства «Юрайт», «Электронно-библиотечная система IPRbooks», «Научная электронная библиотека eLIBRARY» и др.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Б1.В.ДВ.8.1. Социология моды

наименование дисциплины (модуля)/ практики

Автор: преподаватель кафедры философии и социологии Лещенко Л.А.

Код и наименование направления подготовки: 39.03.01 Социология

Профиль: Социальная структура, социальные институты и процессы

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная

Практические контрольные задания

1. Обоснуйте, ответ на вопрос: Мода – выражение свободы личности или проявление диктата общества? Можно ли игнорировать моду и быть вне моды?

2. Проанализируйте и дайте письменный ответ на вопрос: Мода как индикатор социально-классового положения

3. Разработать программу количественного исследования на тему: «Влияние модных образцов на стили жизни индивидов».

4. Опираясь на работу Гофмана А.Б. Мода и люди. Составьте и опишите типологию участников моды.

5. Разработать программу количественного исследования на тему: «Влияние моды на зарождение молодежной субкультуры».

6. Мода на одежду оказывает достаточно сильное влияние на людей. Отметьте те виды дифференциации, которые подчиняются ей, а также те, которые оказываются сильнее ее, устойчивее. И почему?

7. Определяя понятие "культура", Т. Парсонс выделяет три основных момента: "во-первых, культура передается, она составляет наследство или социальную традицию; во-вторых, это то, чему обучаются, культура не является проявлением генетической природы человека; и, в-третьих, она является общепринятой. Таким образом, культура, с одной стороны, является продуктом, а с другой стороны – детерминантой систем человеческого социального взаимодействия" (См.: Структурно-функциональный анализ в современной социологии. Вып. 1. – М., 1968. – С. 49). В свою очередь Н. Бердяев в работе "О рабстве и свободе человека" писал: "Культура означает обработку материала актом духа, победу формы над материей. Она более связана с творческим актом человека... Гений никогда не мог вполне вписаться в культуру и культура всегда стремилась превратить гения из дикого животного в животное домашнее... Творческий акт, в котором есть дикость и варварство, объективируется и превращается в культуру" (Цит. по: Мир философии. – М., 1991, Ч. II. – С. 308).

Дополните данные определения. Покажите, что культура – не только продукт и условие социального взаимодействия, но и само это взаимодействие: культура не только

передается, но и создается, она не только общепринята, но порой и противоречит общепринятому – так называемая контркультура.

8. Разработать программу качественного исследования на тему: Читательская мода как феномен культуры.

9. Маркетинг и мода, продвижение модного продукта (на примере жителей гор. Волгограда). Изучение модного потребления. Составить программу исследования.

10. Составить программу качественного социологического исследования на тему: Воспроизводство стилей в моде и стилей жизни поколений: на примере волгоградских семей.

11. Основываясь на концепции подражания (Г.Тарда, Г.Зиммеля), приведёте примеры влияния моды на социальное поведение современной студенческой молодежи.

12. Основываясь на теории демонстративного поведения (Т. Веблен, В. Зомбарт), приведите примеры влияния моды на социальное поведение школьников.

13. Проанализируйте, как менялась мода в течение 90-х годов в России. Какие увлечения в этот период не превратились в моду? Дайте аргументированный ответ.

14. Составить программу количественного исследования на тему:

15. Разработайте анкету по теме: «Мое модное поведение».

16. Разработайте гайд для интервью по теме: «Одежда наших детей».

17. Разработайте программу для проведения контент-анализа на тему: «История моды XVI-XIX вв. в Царицыне».

18. Аргументируйте письменно ответ на вопрос: Мода-выражение свободы личности или проявление диктата общества? Можно ли игнорировать моду и быть вне моды?

19. Может ли мода выступать регулятором социального поведения? Следует обосновать ответ.

20. Проанализируйте влияние советского конструктивизма на дизайнеров второй половины 20 века.

Материалы тестовой системы

1. Мода – это: (выберите все правильные варианты)

А. одна из социальных норм, присущих, прежде всего, индустриальному и постиндустриальному обществам.

Б. один из основных принципов эстетики, в самом общем смысле — подражание искусства действительности.

В. временное господство определённого стиля в какой-либо сфере жизни или культуры.

Г. форма современного искусства, в которой произведения составляют действия художника или группы в определённом месте и в определённое время.

2. Мода становится ценностью, когда:

А. индивид протестует против установленных обществом идеалов, правил и норм

Б. внешняя норма модного поведения принимается индивидом

В. создаются высокохудожественные модели одежды, а также аксессуары к ним

3. Ониомания – это:

товарный знак, торговая марка, клеймо, т.е. марка товара

а. искусственный образ, формируемый в общественном или индивидуальном сознании

б. средствами массовой коммуникации и психологического воздействия

в. непреодолимое желание что-либо покупать, не обращая внимания на необходимость и последствия

г. «передача информации от человека к человеку»

4. Одним из первых проявлений антимоды было:

А. движение инкруаяблей времен великой французской революции

Б. движение битников, которые вместо традиционных костюмов и стиля ньюлук выбирали джинсы и водолазки

В. движение хиппи

5. Сейчас мода:

А. находится в стадии формирования как социальный институт

Б. окончательно сформировалась как влиятельный социально-экономический институт

В. вообще не является социально-экономическим институтом

6. Важное значение в осуществлении этой функции имеет время подключения тех или иных участников к определенному стандарту: на ранних фазах модного цикла доминирует дифференцирующая сторона этой функции, на высших фазах, когда стандарт охватывает большие массы людей, - нивелирующая сторона. О какой из семи функций моды идет речь?

А. Информационная

Б. Коммуникативная

В. Функция социализации

Г. Престижная функция

Д. Функция социальной дифференциации и нивелирования

7. Форма современного искусства, представляющая собой действия, события или ситуации, происходящие при участии художника, но не контролируемые им полностью – это:

А. Хэппенинг

Б. Ритейлер

В. Пойэсис

Г. Мимесис

8. Что из перечисленного ниже является элементом формирования субкультуры:

А. Хэппенинг

Б. Перформанс

В. fashion trade-in

Г. Высокая мода

Д. fashion-ритейлер

9. Искусственный образ, формируемый в общественном или индивидуальном сознании средствами массовой коммуникации и психологического воздействия – это:

А. Стиль

Б. Имидж

В. Образ

Г. Тренд

Д. бренд

10. Мода как социальная норма характеризуется следующими особенностями (выбрать верные утверждения):

А. Она носит конкретно-исторический характер.

Б. Мода возможна даже в таком обществе, где присутствуют внутренние жесткие перегородки и которое закрыто внешнему миру.

В. Закрытость моды - ее неотъемлемое качество

Г. Одна из главных ценностей моды - ее современность.

11. Примером социального действия является:

а) привыкание

б) подражание

в) утомление

г) мода

12. Социальным конформистом можно назвать:

а) законопослушного человека

б) хитрого приспособленца

в) человека, не имеющего собственного мнения

г) того, кто одевается модно и элегантно

13. С точки зрения социологии, мода является:

А. кратковременным массовым увлечением

Б. социально-культурной нормой

В. одобряемой формой одежды

Г. стилями, диктуемыми модельерами

14. Что из перечисленного НЕ является социальной нормой

А. законодательство

Б. требование родителя к ребенку здороваться со старшими

В. мода

Г. обычай

Д. традиция

Е. требование работодателя к наемному работнику

15. Эффект «социального принуждения» проявляется в следующих явлениях

А. мода

Б. воспитание в семье

В. религия

Г. право, закон

Д. общественное мнение

Е. во всем перечисленном

16. Для него общество это процесс социального взаимодействия людей, устойчивыми формами взаимодействия являются мода, соревнование, конфликт и т.д.:

а) Г. Зиммель

б) Э. Дюркгейм

в) Т. Парсонс

г) М. Вебер

17. К выдающимся социологам, отводивших изучению моды важное место в своей работе, не относится:

а) Г. Тард,

б) Г. Спенсера,

в) В. Зомбарта

г) О. Конт

18. Г. Зиммель считал, что законодателями моды является:

а) молодые люди

б) люди среднего возраста

в) студенты

г) богачи

19. Л. Лофланд полагает, что мода — это характерная черта общества:

а) традиционного

- б) индустриального
- в) постиндустриального
- г) демократического

20. Нетрадиционный социальный образец, который люди принимают на короткий промежуток времени называется:

- а) мода
- б) традиция
- в) увлечение
- г) обычаи

21. Социальная дифференциация означает:

- а) разделение общества на группы, занимающие разное социальное положение;
- б) превращение среднего класса в наиболее многочисленную общественную группу;
- в) усиление социального контроля над различными общественными группами;
- г) появление новых политических партий.

22. «Социальная роль» -

- а) степень влияния личности в социальной группе или в обществе;
- б) совокупность усвоенных и выполняемых человеком социальных функций и соответствующих им образцов поведения;
- в) положение человека в обществе, занимаемое им в соответствии с возрастом, полом, происхождением, профессией, семейным положением;
- г) оценка обществом или социальной группой общественной значимости тех или иных позиций, занимаемых людьми.

23. Слово "культура" у древних римлян означало:

- а) принятие закона;
- б) возрождение традиций;
- в) обработку земли;
- г) строительство зданий.

24. Классиками цивилизационного подхода к изучению культуры считаются:

- а) Маркс, Шпенглер, Тойнби;
- б) Маркс, Дюркгейм, Тойнби;
- в) Данилевский, Шпенглер, Тойнби;

г) Данилевский, Дюркгейм, Тойнби.

25. Совокупность культурных образцов, которые принимаются и разделяются всеми членами общества, – это:

- а) субкультура;
- б) доминирующая культура;
- в) материальная культура;
- г) массовая культура.

26. Что такое, по теории Л. Н. Гумилева, пассионарность?

- а) процесс создания новой культуры;
- б) высокая религиозность;
- в) склонность к ретреатизму;
- г) повышенная социальная энергия.

27. Процесс обособления культур, ранее составлявших единую культурную систему, – это:

- а) дифференциация культуры;
- б) флуктуация культуры;
- в) инерция культуры;
- г) конвергенция культуры.

28. Процесс прибавления новых элементов к существующей культуре – это:

- а) культурная диверсификация;
- б) культурная аккумуляция;
- в) культурная рефлексия;
- г) культурная апробация.

29. Интерпретация чужой культуры – это:

- а) культурная герменевтика;
- б) культурный лаг;
- в) культурная феноменология;
- г) культурная антропология.

30. Социология – это наука о культуре, считал:

- а) В. Парето;
- б) К. Маркс;

- в) Г. Спенсер;
- г) М. Вебер.

31. Основоположителем концепции демонстративного потребления является:

- а) М. Вебер,
- б) Т. Веблен,
- в) Г. Зиммель,
- г) К.Маркс

32. Для каких семей характерно наибольшее количество совместных потребительских решений:

- а) семей, представителей высшего класса;
- б) семей, представителей среднего класса;
- в) семей, представителей низших классов;
- г) нуклеарных семей

33. Как, по мнению Т. Парсонса, культура передается от общества к личности?

- а) с помощью религии;
- б) через социальные конфликты;
- в) посредством обучения в школе;
- г) с помощью культурных инноваций.

34. Какой социокультурный тип НЕ выделял П. А. Сорокин?

- а) идеациональный;
- б) идеалистический;
- в) сенситивный;
- г) семантический.

35. Культура, по мнению З. Фрейда, означает:

- а) подлинно научное познание мира;
- б) появление у людей письменности;
- в) обуздание в человеке животных инстинктов;
- г) общественное потребление.

36. 15. Контркультура – это:

- а) субкультура, отвергающая ценности доминирующей культуры;

- б) субкультура, отвергающая любые ценности;
- в) субкультура, отвергающая духовные ценности;
- г) субкультура, отвергающая новые культурные ценности.

37. Социализация – это:

- а) процесс усвоения норм поведения в обществе;
- б) процесс перехода из одной культуры в другую;
- в) потеря индивидуальности;
- г) активная общественная деятельность.

38. Что такое личность?

- а) выражение социальной сущности и содержания человека как субъекта деятельности и общественных отношений.
- б) совокупность общественных отношений людей.
- в) социальный институт и малая группа, в основе которой лежат родственные связи.
- г) отрасль социологии, которая изучает культуру как общественное явление.

39. Модель поведения, объективно заданная социальной позицией личности в системе общественных и межличностных отношений, это...?

- а) Социальная мобильность.
- б) Социальная конвергенция.
- в) Социальная роль.
- г) Социальная диалектика.

40. Основные социологические теории личности?

- А) структурная, функциональная, теоретическая концепции.
- Б) профессиональная, познавательная, развлекательная концепции.
- В) психоаналитическая, ролевая, социальная, эволюционная концепции.
- Г) ролевая концепция, концепция личности Фрейда, поведенческая концепция, деятельностный подход.

Ответы: 1г,2б,3в,4а,5б,6в,7в,8в,9б,10а,11б,12в,13б,14в,15г,16а,17г,18г,19в,20в,21а,22б,23в,24в,25б,26г,27б,28а,29г,30в,31б,32г,33а,34г,35в,36а,37а,38а,39а,40в.

Уровень знаний, умений и навыков обучающегося при устном ответе во время проведения текущего контроля определяется баллами в диапазоне 0-100 %. Критерием

оценивания при проведении тестирования, является количество верных ответов, которые дал студент на вопросы теста. При расчете количества баллов, полученных студентом по итогам тестирования, используется следующая формула:

$$B = \frac{B}{O} \times 100\% ,$$

где Б – количество баллов, полученных студентом по итогам тестирования;

В – количество верных ответов, данных студентом на вопросы теста;

О – общее количество вопросов в тесте.