

*Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:*

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/142215>

**Тип работы:** Курсовая работа

**Предмет:** Культурология

Содержание

Введение 3

Глава 1. Истоки и историко-культурный контекст кастомизации одежды 5

Глава 2. Сущность, специфика, основные тенденции кастомизации одежды 9

Глава 3. Особенности кастомизации одежды в опыте М. Борисова 16

Заключение 20

Библиографический список источников и литературы 21

Введение

Все мы хотим быть уникальными и выделяться среди других. Каждому без исключения, хочется иметь хотя бы у себя одну, но уникальную вещь. Один из способов выразить свою индивидуальность и привлекательность – это иметь у себя неповторимые вещи. Вот тогда и приходит кастомайзинг к нам на помощь.

Кастомайзинг - это широкое понятие, но по сути его содержание - создать продукт, который не просто выходит на масс-маркет и продается огромными тиражами, а продукт, который делается специально для потребителя с учетом его требований и предпочтений.

Идея кастомайзинга затронула все сферы жизни. От автомобилей до одежды, обуви и аксессуаров.

Карманы от старых джинсов, циферблат от будильника, гильзы от патронов, военный компас.

Данная тема является актуальной, потому что люди, живущие на разных концах света, носят похожую одежду, пользуются одинаковыми гаджетами, ездят на одинаковых мотоциклах и автомобилях, сидят на одних и тех же интернет-сайтах и следуют одним и тем же трендам, в то время как кастомайзинг предлагает противопоставить массовому индивидуальное.

Объект исследования: современная отечественная культура в аспекте представленности в ней феномена кастомизации одежды

Предмет исследования: творчество Максима Борисова как отражение феномена кастомизации одежды в современной отечественной культуре

Актуальность данной темы состоит в том, что в современном мире кастомизация стала одним из самых распространённых и популярных явлений не только в индустрии моды, но и в выборе повседневной одежды нынешнего поколения. В настоящее время, когда вся одежда поставлена на конвейер, персонализации и индивидуальности стали уделять значительное внимание. Такое явление, как кастомизация, стало простым, но действенным способом показать себя, свою индивидуальность, выразить собственное "я".

Цель: изучить историко-культурный контекст, сущность, представителей кастомизации как особого культурного феномена

Данная работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка литературы.

При написании данной работы были использованы учебно-методическая литература, статьи из газет, архивный материал, интернет ресурсы.

## Глава 1. Истоки и историко-культурный контекст кастомизации одежды

Современный мир настолько сжат в своих границах и рамках, что иногда все вокруг кажется однообразным, стереотипным и похожим. Человек не может изменить свое существо. Он стремится быть человеком, который ищет себе равных. Возможно, это одна из тех глубоких причин, по которым мода не только существует, но и имеет под собой огромный глубокий мир.

Но в этом мире также есть свои ограничения и правила. Но, как и в любой системе, подчиняющейся правилам, есть одно исключение, которое предлагает глоток свободы и свежий воздух. Адаптация - это спасение всех заключенных. Это новый тренд в мире моды. Новое прикосновение свободы и индивидуальности.

Каким образом мир моды понимает адаптацию? В этой концепции заложен главный принцип - возможность создать или воссоздать готовую шаблонную модель одежды, обуви или аксессуаров для себя. Вот джинсовая ветровка. Но я хочу видеть ее другой, особенно измененной. Пожалуйста - давайте создадим и нанесем принт на вашу спину. Протрем на новых местах. Сделаем заплатки или добавим стразы и превратим их в рисунок.

И это возможно с любой одеждой. Это основной пункт кастомизации - из обычных шаблонов каждый должен создать что-то неординарное, новенькое. Ведь он моментально преображает человека, показывает его индивидуальность и неповторимость. В отличие от остальных.

Как феномен, персонализация появилась в 1970-х годах в Америке (ну, конечно, она могла проявиться и в другом месте, как бы в этой свободолюбивой стране). Одежда с обновленным дизайном стала набирать популярность у поклонников хип-хопа. В своих условиях они адаптировали одежду и обувь к своей субкультуре. Кому-то подходит, кому-то нужно. Постепенно это явление распространилось и проникло в модные тенденции и явления.

Персонализация - популярная тенденция на Западе сегодня. Получается, что современная мода развивалась быстрыми темпами на протяжении всего 20 века, так что в начале 21 века она пришла к соглашению - человек это уникальный индивидуальный продукт. Его нельзя пичкать шаблонным товаром масс-маркета и непонятным миром высокой моды. Человек не может быть похож друг на друга. Его нужно делать разным. Его нужно кастомизировать.

Как исполнить желание быть уникальным? Многие всемирно известные бренды уже делают это. В России об этом мало что известно. И даже меньше. В основном это чистый энтузиазм. Любую вещь из гардероба можно взять и отнести в студию, чтобы он с ней что-то придумал, переделал. Например, в Москве есть небольшая компания, студия Handart. Ребята придумывают способы улучшить фабричную одежду, чтобы сделать ее уникальной и интересной. Они делают нестандартные принты на джинсах, ветровках и толстовках, на трехмерных элементах. Сотрудничайте с ателье, чтобы помочь им реализовать смелые идеи персонализации. В целом они стремятся сделать мир моды особенным и уникальным.

Есть три области:

Первое направление - самое простое, когда берется готовая вещь и декорируется вышивками, кружевами, значками и стразами.

Также можно ее перекрасить или сделать потертости, если это джинсы. Для этого вида кастомайзинга не обязательно прибегать к помощи дизайнера или портного, нужно только дать волю своей фантазии. Также вы можете сделать на футболке принт на свой вкус.

Второе направление - работа со старыми вещами. Этим видом кастомайзинга занимаются профессионалы, владеющие искусством кройки и шитья.

Вещь со старым декором, но в новой форме всегда будет эксклюзивной и оригинальной. Кстати, есть бутики, которые специализируются на одежде из старых коллекций, подвергнутой кастомайзингу. Так, например, делает один из самых престижных нью-йоркских магазинов Claudine.

Некоторые Модные Дома также иногда создают винтажные коллекции, предлагая своим клиентам старые модели одежды в новой форме.

Библиографический список источников и литературы

Интернет ресурсы

1. <https://www.instagram.com/maxborisov1/?igshid=1lwz0oxenq68h> (Instagram: maxborisov1)
2. <https://vk.com/maxborisov1> (публичная страница ВКонтакте)

3. [https://vk.com/custmmrkt?w=wall-98794670\\_98722](https://vk.com/custmmrkt?w=wall-98794670_98722) (платформа для кастомайзеров “custom market”; 73 тыс. подписчиков)
4. [https://vk.com/wrkshp.club?w=wall-96905509\\_1146](https://vk.com/wrkshp.club?w=wall-96905509_1146) (платформа для кастомайзеров “WORKSHOP”; 17 тыс. подписчиков)
5. [https://vk.com/wrkshp.club?w=wall-96905509\\_1127](https://vk.com/wrkshp.club?w=wall-96905509_1127) (платформа для кастомайзеров “WORKSHOP”; 17 тыс. подписчиков)
6. [https://vk.com/omgcustom?w=wall-128301565\\_22025](https://vk.com/omgcustom?w=wall-128301565_22025) (платформа для кастомайзеров “Обалдеть, вот это кастом!”; 66 тыс. подписчиков)

#### Отечественная литература

1. Нанн, Дж. История костюма/ Джоан Нанн; пер. с англ. Т. Супруновой. – М.: Астрель: АСТ, 2020. – 343, [1] с.
2. Васильев А.А. Судьбы моды / Александр Васильев. – М.: Альпина нон-фикшн; 2020. – 464 с. + 16 с. вкл.
3. Васильев А.А. Этюды о моде и стиле / Александр Васильев. – М.: Альпина нон-фикшн; Глагол, 2020– 560 с.
4. Короткова М.В. Культура повседневности: История костюма. – М.: Гуманит. изд. Центр ВЛАДОС, 2019. – 304 с.: ил.

#### Зарубежная литература

1. Anderson David M. «Build-toOrder & Mass Customization, the Ultimate Supply Chain and Lean Manufacturing Strategy for Low-Cost On-Demand Production without Forecasts or Inventory» (2018, 520 pages, CIM Press,1-805-924-0200).
2. Anderson, Build-to-Order & Mass Customization, Chapter 9, «Mass Customization».
3. Abbott Douglas, «Mass Customization of Software», Agility & Global Competition, Vol. 2, No. 2, Spring 2018.
4. Adsit D. 2019 Mass Customization and the Transformation of the Call Center Industry.
5. Blecker T., Abdelkafi N., Kreutler G., Kaluza B. Auction-based Variety Formation and Steering for Mass Customization, in: Electronic Markets, 14, 3, 2015 pp. 232– 242.
6. Chase Richard B., Jacobs F. Robert, Aquilano Nicholas J. (2016). Operations Management for Competitive Advantage (11th ed.). New York: McGraw-Hill/Irwin.
7. Chris L. Conway and Jerome M. Tiry, «Mass Customization Comes to Hoffman» Agility & Global Competition, Vol. 2, No. 2, Spring 2018, p. 16.
8. Davis C. Future Perfect. – Tseng&Jitao. – 2018, p. 685.
9. Duarte J.P. (2016) «Customizing Mass Housing: a discursive grammar for Siza's houses at Malagueira», PhD Dissertation, Massachusetts Institute of Technology.
10. Kamis Arnold, Koufaris Marios, Stern Tziporah (March 2008). «Using an attribute-based DSS for user-customized products online: An experimental investigation». MIS Quarterly 32 (1): 159–177. Актуальные проблемы экономики 2018, № 1
11. Kaplan A.M., Haenlein M. (2016). «Toward a parsimonious definition of traditional and electronic mass customization». Journal of product innovation management 23 (2).

*Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:*

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/142215>