



ОСОБЕННОСТИ МОДНОГО ТУРИСТИЧЕСКОГО НАПРАВЛЕНИЯ И ЕГО ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ МОДНОГО ТУРИЗМА.

Автор статьи: Студентка Международного
Университета КИМЕ в городе Ташкент
Факультета «Туризм»

Хусанова Малика Жахонгировна

E-mail: husanovamalika906@mail.ru

Научный руководитель: старший преподаватель
кафедры «Туризм»

Усманова Азизахон Фазыловна

Аннотация: В статье обсуждается концепция моды в дизайне и ее влияние на туризм. Также описано, что мода не только стиль одежды, но и образ жизни, который отражает текущие социальные, экономические и культурно туристические тенденции. Статья показывает, что мода на путешествия является продуктом развития общества и важным элементом его культуры. А также рассмотреть возникновение моды на путешествия и ее функция в современные формы проявления. Мода на путешествия рассматривается как своеобразный социальный барьер и одновременно как «мост» в обществе. Они всегда были связаны между собой. Мода влияния на путешествия делала обществу более уверенными чем дома либо на улице так как по всему миру в поездке люди чувствует себя особенными. Если путешественники берут с собой вещи, которые они считают скорее удобными чем модными, они будут чувствовать дискомфорт в поездке. Потому что гардероб также влияет на настроения во время путешествия.

Ключевые слова: концепция, социальные тенденции, своеобразность, уверенность, мода, культура, возникновение, функция, проявления, мост.

FEATURES OF A FASHIONABLE TOURIST DESTINATION AND ITS ATTRACTIVENESS OF FASHION TOURISM.

Abstract: The article discusses the concept of fashion in design and its impact on tourism. It is also described that fashion is not only a style of clothing, but also a





ISSN (E): 2181-4570 ResearchBib Impact Factor: 6,4 / 2023 SJIF 2024 = 5.073/Volume-2, Issue-5

way of life that reflects current social, economic and cultural tourism trends. The article shows that travel fashion is a product of the development of society and an important element of its culture. And also consider the emergence of travel fashion and its function in modern forms of manifestation. Travel fashion is seen as a kind of social barrier and at the same time as a “bridge” in society. They have always been connected to each other. The fashion influence on travel has made society more confident than at home or on the street, since all over the world people feel special when traveling. If travelers pack items that they consider comfortable rather than fashionable, they will feel uncomfortable during their trip. Because your wardrobe also affects your mood while traveling.

Key words: concept, social trends, originality, confidence, fashion, culture, emergence, function, manifestations, bridge.

ВВЕДЕНИЕ:

Модный туризм - это особый вид путешествий, который сосредоточен на модных тенденциях и стилях. В рамках модного туризма туристы стремятся посетить места, которые являются модными и модной столицей. Они следят за последними трендами в моде и стараются соответствовать им своим путешествиям. Один из основных элементов модного туризма является создание стильных и эстетически привлекательных фотографий в популярных модных местах. В поисках новых впечатлений и вдохновения они погружаются во всю гамму модных событий, показов и мероприятий, чтобы быть в тренде и быть частью гламурного мира моды. Кроме того, модный туризм предлагает возможность познакомиться с культурой и историей закулисы модной индустрии, встретиться с дизайнерами, моделями и другими профессионалами моды, исследовать уникальные бутики и магазины, предлагающие эксклюзивные коллекции и товары. Это путешествие становится не только способом насладиться высокой модой, но и способом расширить свой кругозор, вдохновиться и узнать новое в увлекательном мире моды и стиля.

Для модных туристов путешествие становится настоящим приключением, где каждый шаг является возможностью для творчества и самовыражения и получения. Понимание моды начинается в дизайне одежды, так как она влияет на спрос и предложение на рынке моды, определяет потребности и желания



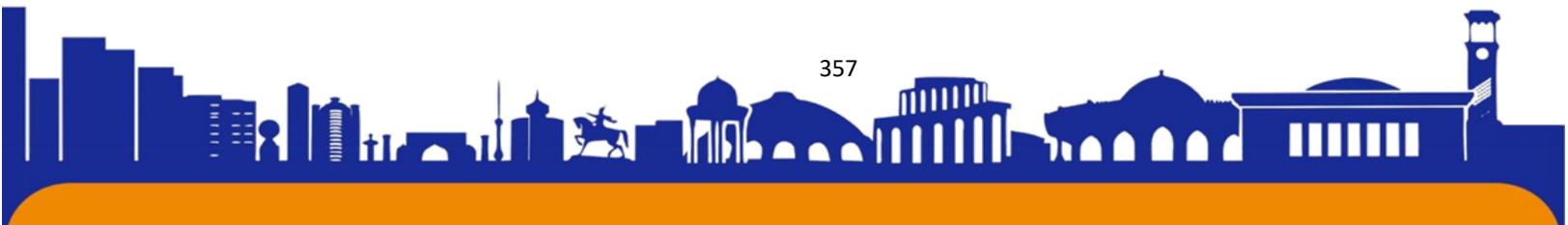


покупателей, и в конечном итоге влияет на бизнес-моделей и доходы компаний. Мода - это не только стиль одежды, но и образ жизни, который отображает текущие социальные, экономические и культурные тенденции. Слова “мода” произошло от латинского “modus ” – правила измерения, методы, образы, предписания. На протяжении веков оно использовалось в Европе в значении «обычай» разных стран. В то время в Европе мода считалась обычаем. Есть даже пословицы, которые доказывают связь между этими двумя понятиями. «Это не грех, который вошел в моду»- это своего рода ценностный принцип, и вообще говоря, он выше неотъемлемых норм социальной системы.

На современном этапе общественного развития различные социальные системы, такие как экономика, политика, мораль и образование, играют ведущую роль в формировании общественного мнения. Какова роль обычая в современном обществе и как он преломляется в современной моде – этому вопросу посвящено множество публикации социологов, историков и художников. Можно сказать, что в современном обществе обычай фактически не существует и не играют роли в регулировании человеческого поведения – это не правильный вывод. Тот факт, что нормы нынешней социальной системы доминируют в общественном сознании, доказывает эту позицию. Но с помощью этих догм невозможно искусственно отменить присущие тому или иному народу религиозные ритуалы, моральные нормы, семейные и родственные традиции. Социальные нормы поведения такие как светские или гражданские праздники, этикет и нравственность, существуют вместе с народными традициями и обычаями.

Мода – это историческое явление, которое началось еще в древних временах. В различных культурах люди использовали определенные элементы одежды, чтобы выразить свое социальное положение, религиозные убеждения или идентичность. С течением времени мода стала меняться быстрее, и в 19 веке начали появляться первые модные дома и журналы.

Одежда начала производиться на промышленной основе, и это привело к более доступным ценам и более широкому распространению модных тенденций. В 20 веке мода стала еще более значимой, и многие дизайнеры начали создавать уникальные коллекции, которые выделялись на фоне массового производства.





История общественного развития доказывает приоритет, первичность и примитивность происхождения архитектурного стиля, а также последующую передачу и внедрение его составляющих в сферу повседневной жизни и одежды. Влияние архитектурных форм на предметы домашнего обихода и одежду прослеживается на протяжении веков в странах по всему миру. Конечно каждая этническая группа сохраняет особенности своих национальных традиций и образа жизни. Если в обществе доминирует обычай, современные тенденции часто рассматриваются как неблагоприятные факторы.

Необходимо подчеркнуть различия в социальных обычаях и модных представлениях. Поведенческие стандарты. То есть паттерны, постоянного проявляются в жизни и повседневности. Модные тенденции имеют кратковременную регулярность и проявляются с перерывами, в зависимости от охвата данного представления объектом. Главное различие между модой и обычаем заключается в свободе выбора поведения. Обычай накладывает некоторые ограничения на личное поведения, а мода - это абсолютна добровольное состояние поведения.

Хотя обычаи и мода навязывают обществу определенные стандарты поведения, проявления "желательного" и "обязательного" различны. "Желательность" - это характеристика понятия "социальная ценность", а "обязательность" - неотъемлемая характеристика следования социальным нормам. Кроме того, история доказала, что мода – это продукт обычаев. Общее в правилах двух составляющих человеческого поведения и регламентации образа жизни в общественной среде.

Обычаи характеризуются общепринятыми канонами в повседневной жизни, которые строго соблюдаются и часто охватывают всю нацию. С точки зрения моды, эти характеристики проявляются как частичный охват и неодновременное проникновение, которые регулируют поведение объекта.

Культурная модель которая относительно к туризму вырабатывается обычаями и модой в образным жизни. Одним из них является развитие экологических и устойчивых форм отдыха, таких как эко - отели. Также популярны шоппинг - туры, когда туристы совмещают отдых с шоппингом и посещением магазинов известных брендов. Кроме того, многие туристы выбирают путешествия во время модных фестивалей и событий, чтобы ощутить





ISSN (E): 2181-4570 ResearchBib Impact Factor: 6,4 / 2023 SJIF 2024 = 5.073/Volume-2, Issue-5

атмосферу моды и стиля. Еще одним трендом являются модные экскурсии и мастер-классы, где туристы могут узнать больше о мире моды и получить практические навыки. Следовательно, важно учитывать при восприятии языка моды такие показатели, как структура общества и время. Но мода может не только изменить свое значение, но и потерять его. С модой это происходит при ее широком распространении, как только она распространяется, то утрачивает свое значение. В феодальном обществе стиль, цвета и фасон одежды способны сообщить информацию о людях, и их социальном статусе, профессиональной деятельности, родовой принадлежности, а в современном мире мода уже не передает информацию, она сама и есть информация. Мода может сказать что-то, то не в своем массовом, а наоборот в локальном проявлении. Современная мода достаточно трудоемкий вид коммуникации и если человек и хочет сказать что-то посредством одежды, он не сможет сделать, ему будет намного проще выразить себя с помощью вербальной или невербальной коммуникации, поведенческих особенностей, нежели подбирать образ, имеющих необходимое значение.

А.В. Хоффман утверждает: "В моде одной из главных ценностей является современность, а в обычаях - прошлое. Модель культуры моды постоянно меняется, и инновационные обычаи неоспоримы. Социальные системы, такие как мода, исторически возникли из обычаев, многие из которых являются традиционными по своей природе. В крупных социальных организациях, таких как крупные промышленные и коммерческие предприятия, а также на предприятиях, основанных на основных принципах формальной рациональности, полезности и эффективности, влияние моды резко ограничено. Здесь разрабатывается определенный фирменный стиль, разрабатываются определённые церемонии и фестивали, униформа и национальные гимны".

Чтобы поддержать позицию Хоффмана. Необходимо обратить внимание на текущую ситуацию формирования норм и паттернов человеческого поведения.

Отношение общества к моде неоднозначно. В связи с этим необходимо подчеркнуть положительные аспекты влияния и распространения популярных тенденций в регулировании человеческого поведения, которые носят позитивный характер. Показательные моменты, подтверждающие





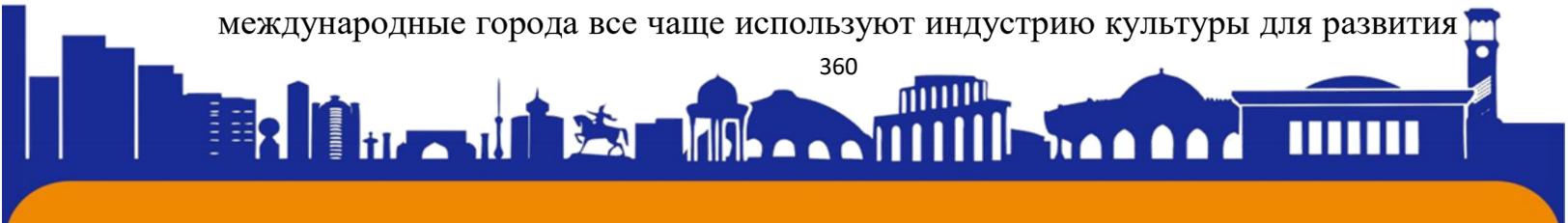
ISSN (E): 2181-4570 ResearchBib Impact Factor: 6,4 / 2023 SJIF 2024 = 5.073/Volume-2, Issue-5

положительное влияние модных тенденций на поведение человека в обществе, можно рассмотреть на примерах, отражающих "ожидания" при формировании личных жизненных позиций в 1990-е годы и по настоящее время. Пожалуйста, обратите внимание, что в настоящее время, в отличие от 1990-х годов, понятие "мода" не является уничижительным. Это связано со многими изменениями в национальной и социальной жизни. Прежде всего, общество изменило свое отношение к образу жизни. Меняются ценностные приоритеты, сформированные здоровым образом жизни, потребностью в приобретении знаний и показателями толерантности. Необходимо обратить внимание на положительные примеры личности. Главы государство, физические упражнения, грамотность, хорошее чтение.

Необходимо подчеркнуть, что на данном этапе мода является позитивной движущей силой восстановления страны. В настоящее время понятие "мода" можно считать способом возродить лучшие традиции. Мода в настоящее время помогает восстановить утраченное, становится регулятором формирования в общественном сознании различных личностных ценностей и норм.

Мода - способ самоактуализация человека. Что при этом актуализируется: душа, тело, дух человека. И это значимо, как Ницше, немецкий философ, утверждал сверхчеловеке, говоря: "Я: говоришь ты и гордишься этим словам. Но большим разумом: оно не говорит Я, но делает Я". Можно понять, что наличие несовпадений внутреннего содержания человека и его внешних проявлений. Зачастую они не имеют связи между собой. Внутренняя наполненность и красота не ведет к красоте внешней. Здесь мы можем понять расщепление визуального образа на природном данную красоту и красоту приобретенную как ухоженность и результат работы над своим внешним обликом. Исследуется что визуальный образ человека, ценности моды и ее значимость в социокультурном пространстве. Подтверждается тезис и неоспоримой связи среды социальных отношений и эстетической составляющей внутреннего мира человека. Фиксируется самодостаточность моды в репрезентации социальных ценностей.

Если обобщать ценности моды в культуре туризма, то международные города все чаще используют индустрию культуры для развития



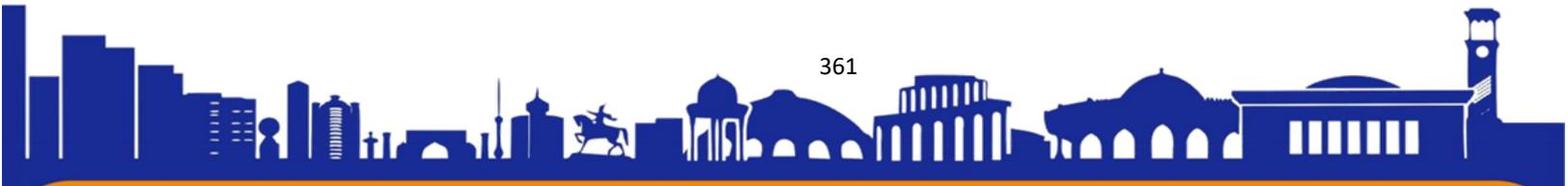


туризма и других отраслей, чтобы повысить свое экономическое благосостояние и позиционировать себя на мировом рынке. Часто городам не нужно специализироваться на какой-либо новой деятельности, а скорее диверсифицировать свою экономику. И именно в этом контексте модный туризм был принят и продвигался от культовых подиумов Парижа до модных улиц Токио. Мода является глобальной индустрией. Во многих столицах торговая деятельность привлекает прессу не реже двух раз в год, например, в Лондоне во время Лондонской недели моды. И это часто является отправной точкой для многих ДМО, чтобы серьезно относиться к моде как к новому якорю для своей индустрии туризма и экономики посетителей. Они сознательно продвигают торговые мероприятия Недели моды в поле зрения общественности, чтобы повысить престиж своего города и побудить посетителей подумать о поездке в их город.

Правительственные учреждения Лондона и Нью-Йорка лидируют на международном уровне, используя свои модные полномочия для привлечения посетителей в свои города и шире. Другие города также последовали этому примеру, увидев экономическое влияние, которое могут принести модные репутации Лондона и Нью-Йорка. В настоящее время в Сеуле проходят две недели моды, и, опираясь на их репутацию, в городе теперь есть обширный комплекс торговых центров и оптовых розничных торговцев, которые привлекают более двух миллионов посетителей в год, в том числе около половины всех туристов, приезжающих в Сеул. В Сингапуре также проходит Неделя моды, и Совет по туризму Сингапура включает моду в качестве одного из важных компонентов для повышения привлекательности города.

Кроме этого, эта статья погружается в мир модного туризма, исследуя его значения, направления, тенденции и влияние на обе отрасли, к которому относятся вокруг шоппинга, модных мероприятий и культурного погружения в модные направления. Этот сегмент туризма набрал обороты благодаря нескольким факторам, в том числе:

Культурные исследования - где мода отражает уникальную самобытность и креативность общества, что делает ее привлекательным аспектом для культурных исследований. Во время путешествий.





ISSN (E): 2181-4570 ResearchBib Impact Factor: 6,4 / 2023 SJIF 2024 = 5.073/Volume-2, Issue-5

Экономическое влияния – что модный туризм вносит значительный вклад в местную экономику, стимулировав розничных продаж бронирования отелей и их доходов в предприятия, связанных с модой.

Образ жизни. Для многих путешественников – шоппинг в известных модных кварталах и посещение эксклюзивных модных мероприятий. Это и есть образ жизни, который добавляет глубины и азарта в их путешествие. Шоппинг стал мотивом для путешествий и в настоящее время является основным видом туристической деятельности. Посетители все чаще выбирают шоппинг как способ познакомиться с местной культурой через взаимодействие с местными продуктами и местными ремесленниками. А некоторые направления предоставляют туристам специальные туристические торговые мероприятия для покупки товаров.

Направление модного туризма, так как столицы моды по всему миру служат магнитными для модного туризма, предлагая сочетание роскошных магазинов, дизайнерских бутиков, исторические достопримечательностей и ярких уличных сцен. Некоторые из лучших направлений модного туризма включает такие города, как Париж Франция, известный своими домами высокой моды, знакомыми событиями недель моды и элегантными проспектами, такими как Елисейские поля и улица дю Фобур, Сент-Оноре.



Милан, Италия – центр роскошной моды, брендов. Милан может похвастаться престижной Неделей моды в Милане, дизайнерскими торговыми районами, такими как Quadrilatero della Moda, и культурными достопримечательностями, такими как Миланский собор





Токио, Япония – мегаполис, задающий тенденций, где традиционное мастерство сочетается с авангардной модой. Токио предлагает динамичные районы, такие как Харадзюку и Сибуя, известные универмаги и ультрасовременный уличный стиль.



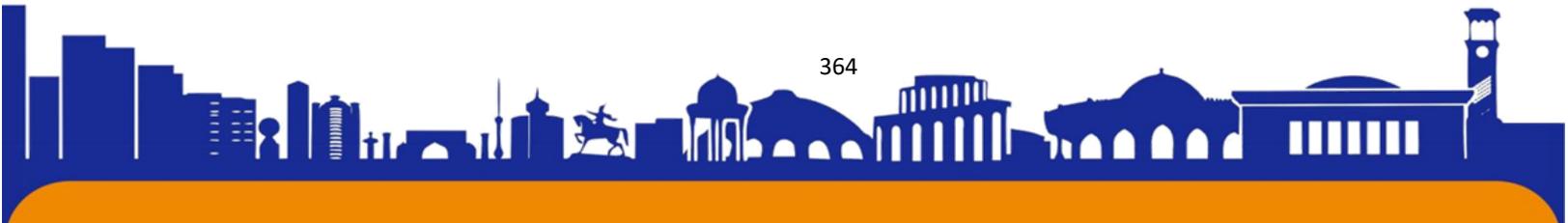


Нью – Йорк , США – являясь плавильным котлом культур и стилей, в Нью-Йорке, демонстрирует разнообразные модные районы, такие как Пятая авеню и Сохо, и охватывает инновационные концепции моды в таких районах, как Вильямсбург в Бруклине.

Тенденции в модном туризме. Модный туризм постоянно разрывается под влиянием меняющихся потребительских предпочтений, новых модных тенденций и достижений в области технологий. Некоторые заметные тенденции и достижений в области технологий. Некоторые заметные тенденции, формирующие ландшафт модного туризма, включают в себя такие, как экологичная мода. Путешественники все чаще ищут экологически чистые и этически произведенные модные вещи, что стимулирует спрос на экологически чистые покупки и осознанные модные бренды.

Экспериментальная розничная торговля. Помимо традиционных покупок, модные туристы жаждут захватывающих впечатлений. Такие как модные мастер-классы, сеансы стилизации, а закулисные экскурсии по модным ателье и выставочным залом.

Цифровая интеграция. Технологии играют ключевую роль в улучшении качество модного туризма благодаря таким инновациям, как примерочные дополненной реальности, виртуальные показы мод и





ISSN (E): 2181-4570 ResearchBib Impact Factor: 6,4 / 2023 SJIF 2024 = 5.073/Volume-2, Issue-5

персонализированные показы мод. Приложения для покупок меняют способы взаимодействия путешественников с модой.

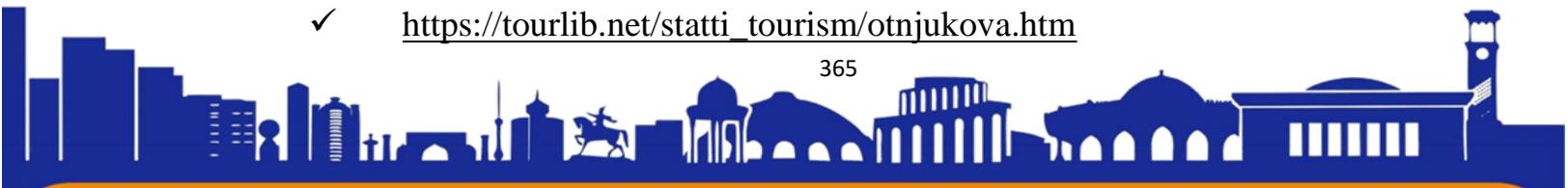
Влияние модного туризма. Модный туризм оказывает многогранное влияние как на индустрию моды, так и на сектор туризма, влияя на поведение потребителей, узнаваемость бренда и маркетинговые стратегии направлений. И ключевые воздействия, которые представляет разные бренды в модном туризме, знакомит путешественников с разнообразными модными брендами и стилями, повышая узнаваемость бренда и влияя на решения о покупке еще долгое время после окончания поездки. И, соответственно, экономический рост в модном туризме стимулирует местную экономику, принося доход розничным торговцам, отелям, ресторанам и культурным учреждениям, способствуя созданию рабочих мест и развитию бизнеса.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ.

Благодаря "модному туризму" растет не только количество путешественников, но и уровень их запросов. И индустрия моды меняется колоссально и интересно. Появляется огромное количество магазинов, продающих искусство. В это время модный туризм приобретает мировой характер. Это и служит главной причиной для того, чтобы люди самостоятельно выбирались в "модное" путешествие. И модный туризм предлагает увлекательное сочетание стиля, культура и приключения, приглашающие путешественников исследовать мир через призму моды. Поскольку этот нишевый сегмент туризма продолжает развиваться, он открывает возможности для сотрудничества между индустрией моды и туризма, инноваций в экспериментальных предложениях и устойчивых практик, которые находят отклик у современных сознательных путешественников. Будь то прогулка по мощеным улочкам Парижа или обнаружение скрытых жемчужин, модный туризм обещает путешествие, наполненное вдохновением, открытиями и незабываемыми впечатлениями от стиля.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

- ✓ <https://cyberleninka.ru/>
- ✓ <https://www.russiadiscovery.ru/news/travel-trends/>
- ✓ https://www.tk-turin.ru/blog/turizm_i_moda/
- ✓ https://tourlib.net/statti_tourism/otnjukova.htm





ISSN (E): 2181-4570 ResearchBib Impact Factor: 6,4 / 2023 SJIF 2024 = 5.073/Volume-2, Issue-5

- ✓ <https://calipso-adv.ru/partners-sovremenniy-turizm/>
- ✓ <https://scienceid.net/tourism>
- ✓ <https://uzbekistan.travel/ru/i/vidi-turizma/>
- ✓ [https://www.tripadvisor.ru/Attractions-g293967-Activities-c42-t241-](https://www.tripadvisor.ru/Attractions-g293967-Activities-c42-t241-Uzbekistan.html)

[Uzbekistan.html](https://www.tripadvisor.ru/Attractions-g293967-Activities-c42-t241-Uzbekistan.html)

- ✓ <https://welcometimes.ru/opinions/trendy-v-turizme-v-2022-godu>
- ✓ <https://ru.m.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC>
- ✓ Фиона ФФулкс "Как читать моду. Интенсивный курс по стилю и моде."
- ✓ Николос Колридж "Модный Заговор".
- ✓ Бетти Гольбрайх "Секреты Fashion-терапевта: Что я узнала за дверями примерочной".
- ✓ Колин Макдауэлл "Анатомия моды".
- ✓ Ян Кедвес "Разговоры о моде".
- ✓ Сесил Битон "Зеркало моды".

