

TRANSFORMAREA FUNCȚIEI MODEI ÎN SPAȚIUL SOCIO-CULTURAL

Asistent universitar, Facultatea Arte Vizuale și Design, doctorand Școala Doctorală „Științe ale ducăției”, Universitatea Pedagogică de Stat „I. Creangă” din Chișinău.



Eugen REABENCHI

Transformarea funcției modei în spațiul socio-cultural

Rezumat. Acest articol își propune să analizeze în profunzime modul în care funcția modei a evoluat și s-a transformat în spațiul socio-cultural de-a lungul secolului XX și la începutul secolului XXI. Punctul de plecare îl constituie recunoașterea faptului că moda nu este doar un fenomen estetic sau un simplu mecanism de acoperire a corpului, ci o expresie complexă a dinamicilor sociale, politice, economice și tehnologice. Ea poate fi înțeleasă ca un limbaj cultural, capabil să transmită valori, ierarhii, apartenențe și poziționări identitare, dar și ca un instrument de inovație artistică și tehnologică. Cercetarea urmărește să stabilească în ce măsură moda și designul vestimentar, împreună cu ramurile conexe ale designului textil, au contribuit la remodelarea spațiului socio-cultural global, dar și la consolidarea unor identități vizuale locale. Funcția modei prin intermediul procesului (design vestimentar) în spațiul sociocultural se extinde continuu, iar rolul pedagogiei artistice în designul vestimentar și textil devine crucial. Această abordare holistică asigură continuitatea evoluției modei ca fenomen social, cultural și tehnologic, reflectând dinamica și interconectarea lumii în care trăim.

Cuvinte-cheie: Modă/ design, funcție socio-culturală, design textile, identitate vizuală, sustenabilitate, inovație tehnologică, educație artistică.

The transformation of fashion's function in the socio-cultural space

Abstract. This article aims to thoroughly analyze how the function of fashion has evolved and transformed within the socio-cultural space throughout the twentieth century and at the beginning of the twenty-first century. The starting point lies in recognizing that fashion is not merely an aesthetic phenomenon or a simple mechanism for covering the body, but a complex expression of social, political, economic, and technological dynamics. Fashion can be understood as a cultural language capable of transmitting values, hierarchies, belonging, and identity positions, but also as a tool for artistic and technological innovation. The research seeks to establish to what extent fashion and clothing design, together with related fields of textile design, have contributed to reshaping the global socio-cultural space, while at the same time strengthening specific local visual identities. The function of fashion through the process (fashion design) in the sociocultural space is continuously expanding, and the role of artistic pedagogy in fashion and textile design becomes crucial. This holistic approach ensures the continuity of fashion's evolution as a social, cultural, and technological phenomenon, reflecting the dynamics and interconnectedness of the world we live in.

Keywords: Fashion/Design, Socio-cultural Function, Textile Design, Visual Identity, Sustainability, Technological Innovation, Artistic Education.

Moda în contextul design-ului vestimentar nu poate fi redusă la o simplă funcție utilitară a îmbrăcăminteii; în sens larg, aceasta operează ca un sistem de semne și practici care comunică identitate, apartenență și valori sociale. În context academic, moda prin design (vestimentar inclusiv) este analizată atât ca limbaj cultural, cât și ca industrie, ceea ce impune o abordare interdisciplinară (semiotică, istorică, socio-economică și tehnologică). Demersul prezent urmărește să pună în evidență modul în care funcțiile modei s-au diversificat în relație cu transformările tehnologice, economice și culturale, cu un accent special pe rolul designului textil ca vector al inovației estetice și materiale.

De-a lungul istoriei, ca limbaj cultural și spațiu al identității sociale a fost un indicator puternic al statutului social. În epoca medievală și renașterii, vestimentația era reglementată prin legi sumptuare, care stabileau cine ce materiale sau culori putea purta, reflectând ierarhiile sociale și puterea politică. Modelele, culorile și ornamentele textile erau simboluri vizuale clare ale apartenenței la o anumită clasă sau grup social. Aceste reguli stricte asigurau coeziunea socială, dar și perpetuarea ordinii sociale. Pe măsură ce revoluția industrială a transformat metodele de producție, democratizarea accesului la haine și textile a permis extinderea modei către mase. Astfel, moda a devenit un teren al individualizării, al exprimării personale și al contestării unor norme tradiționale. În secolul XX, mișcările artistice și sociale (avangarda, punk, feminism, drepturile civile) au folosit moda ca mijloc de exprimare și activism (Fig. 1) iar cea de la începutul secolului XXI a trecut cumva atent în lumea virtuală și de gândire digitală ca un pretext de economie și previzualizare a viitorului artei creării vestimentației și componentelor de producție și postproducție. În contemporaneitate, moda nu mai este doar un indicator al statutului social sau un mijloc de exprimare artistică, ci devine un ecosistem complex în care converg tehnologia, economia, cultura digitală și sustenabilitatea [5, p. 6]. Transformările recente în designul vestimentar au fost profund influențate de digitalizare, de

utilizarea inteligenței artificiale și de automatizarea proceselor de producție, ceea ce a permis nu doar personalizarea produselor, ci și experimentarea rapidă cu materiale, forme și texturi. Designerii contemporani integrează tehnici digitale în fazele de cercetare și dezvoltare a colecțiilor, folosind software avansat pentru simularea drapajelor, combinarea cromatică și analiza comportamentului textilelor în diverse condiții de utilizare. În acest sens, designul vestimentar devine o veritabilă interfață între creativitate și inginerie, estetică și funcționalitate.

Rolul designului textil, în acest context, este crucial. Materialele devin nu doar suportul unei idei estetice, ci și vectori de inovație tehnologică: fibre inteligente, textile responsabile ecologic sau materiale modulare permit designerilor să exploreze dimensiuni noi ale confortului, durabilității și interacțiunii cu utilizatorul. Aceste inovații nu sunt doar tehnice, ci și simbolice, reflectând preocupările societale contemporane privind sustenabilitatea, consumul responsabil și estetica conștientă. În plus, designul textilelor devine o platformă de cercetare interdisciplinară, în care se întâlnesc ingineria materialelor, chimia, artele vizuale și sociologia consumului, oferind astfel o perspectivă holistică asupra modului în care moda modelează și este modelată de societate.

În plan socio-cultural, moda contemporană funcționează ca un limbaj fluid, capabil să negocieze identități multiple și să medieze relații complexe între individ și comunitate. În mediul urban digital, subculturile, mișcările de gen și comunitățile online dezvoltă coduri vizuale proprii, transformând moda într-un instrument de comunicare rapidă și simbolică. În acest context, vestimentația nu mai este percepută doar ca obiect de consum, ci ca un sistem de semne care poate exprima apartenență, ideologie, atitudine față de mediu sau poziționare culturală. Această capacitate de comunicare simbolică face ca moda să fie un teren de cercetare important în studiile culturale și în analiza trendurilor globale. Pe plan economic, industria modei și al designul vestimentar reprezintă un sector strategic, cu impact asupra pieței

globale, în care inovația, brandingul și marketingul digital joacă un rol central. Previziunea trendurilor, analiza comportamentului consumatorului și capacitatea de a integra feedback-ul digital devin elemente-cheie pentru succesul unei colecții sau al unui brand [3, p. 5]. În această „ecologie economică”, moda devine o combinație de creativitate și strategie, iar designerii trebuie să navigheze între libertatea artistică și cerințele pieței globale, între inovația estetică și sustenabilitatea proceselor de producție. Astfel, funcțiile designului vestimentar contemporan se extind de la utilitar și simbolic, la educativ, activist, economic și digital. „Scena modei” devine o platformă de experimentare și comunicare complexă, integrând trecutul și tradiția cu noile tehnologii și perspective sociale. În această paradigmă, designerul vestimentar nu mai este doar creator de haine, ci curator al experiențelor culturale și tehnologice, iar moda însăși devine un fenomen multidimensional, capabil să reflecte și să modeleze valorile și identitățile societății contemporane.

În era globalizării și a comunicațiilor digitale, moda nu mai este limitată la spațiul geografic sau cultural tradițional, ci se extinde prin rețele globale de influență, trenduri și colaborări interculturale. Această expansiune transformă designul vestimentar într-un instrument strategic al modei, prin care creativitatea individuală devine parte a unui discurs global. Designerul contemporan acționează simultan ca artist, cercetător și manager, adaptând limbajul estetic la cerințele pieței internaționale și la noile platforme de comunicare vizuală. Prin colecțiile sale, designerul nu doar interpretează tendințele, ci și le generează, exercitând un rol activ în formarea gustului public și în modelarea preferințelor consumatorilor.

În acest context, designul vestimentar funcționează ca un mecanism de mediere între producție și consum, între estetică și funcționalitate. Procesul de creare a unei colecții presupune cercetare, experimentare și testare – de la selecția materialelor și elaborarea schițelor până la prototipare și prezentarea finală. Această structură metodologică face din designul vesti-

mentar un instrument central al modei, permițând traducerea tendințelor socio-culturale și tehnologice în produse concrete, care comunică identitate, statut sau valori estetice. În același timp, prin intermediul platformelor digitale, designerii pot testa receptivitatea publicului, ajusta proporțiile, culorile sau texturile și chiar personaliza produsele în timp real, consolidând astfel legătura dintre design (ca proces), modă (ca metodă) și consumator (ca o deprindere). Globalizarea aduce și provocări semnificative pentru acest domeniu. Diferențele culturale și sociale impun adaptarea esteticii și funcționalității vestimentației, iar sustenabilitatea devine o condiție imperativă pentru succesul pe termen lung al unui creator (artist) de vestimentație. Modelele tradiționale de producție în masă sunt treptat înlocuite de sisteme flexibile unicate, integrate digital, care permit reducerea risipei, creșterea eficienței și inovarea materialelor. Designerii devin astfel actori esențiali în tranziția industriei spre practici responsabile, utilizând designul vestimentar ca un instrument al modei nu doar pentru expresie estetică, ci și pentru impact social și ecologic. Mediul digital, la rândul său, transformă radical modul de percepție și consum al modei. Rețelele sociale, platformele de e-commerce și tehnologiile de realitate augmentată permit circulația rapidă a imaginilor și ideilor, creând o interdependență între creatori și public. În acest ecosistem, designul vestimentar capătă valoare multiplă: devine limbaj vizual, suport pentru storytelling de brand și instrument de influențare a culturii vizuale globale. Prin colecții digitale, prezentări virtuale sau NFT-uri vestimentare, designerii extind granițele modei dincolo de materialitatea obiectului, explorând dimensiuni noi ale experienței estetice și sociale.

Astfel, în contemporaneitate, trebuie să înțelegem că designul vestimentar nu este doar o componentă tehnică a modei, ci un instrument esențial prin care moda își exercită funcțiile complexe – de comunicare, expresie identitară, activism cultural și inovare industrială. În relație cu globalizarea și mediul digital, designul devine mediator, traducător al tendințelor

și generator de sensuri, iar moda se afirmă ca un fenomen multidimensional, care integrează tradiția, inovația tehnologică și dinamica socială într-un continuum cultural în continuă transformare. Astfel, moda contemporană se manifestă ca un fenomen complex, multidimensional și dinamic, în care designul vestimentar funcționează ca principal instrument de comunicare, inovare și interpretare culturală [9, p. 10]. Evoluția sa istorică, de la semn al statutului social în epocile medievale și renaștere, la expresie artistică și activism social în secolul XX și până la ecosistem digital și globalizat în prezent, demonstrează capacitatea modei de a se adapta continuu la transformările socioculturale, tehnologice și economice. Designul vestimentar nu se limitează la crearea obiectelor de îmbrăcăminte, ci facilitează traducerea valorilor și ideologiilor în forme vizuale, materiale și experiențiale, generând legături între creator, consumator și societate. În contextul actual, caracterizat de globalizare, sustenabilitate și revoluție digitală, designerul devine un mediator cultural și tehnologic, iar moda, prin intermediul acestui instrument, reușește să exprime identități, să anticipeze tendințe și să modeleze comportamente, demonstrându-și astfel relevanța ca obiect de studiu interdisciplinar și ca vector al progresului social și artistic. Această perspectivă subliniază necesitatea unei abordări academice care să integreze analiza estetică, socio-culturală și tehnologică, consolidând moda și designul vestimentar ca domenii fundamen-

tale pentru înțelegerea și modelarea identităților și valorilor contemporane [6, p. 7].

Studiul modei ca limbaj cultural își trage rădăcinile din analize semiotice și sociologice. Roland Barthes a conceptualizat îmbrăcămintea ca un text ce poate fi citit, iar sociologii contemporani au extins această paradigmă pentru a încorpora aspecte ale consumului, globalizării și medierii estetice [1, p. 5]. Lucrarea de față pleacă de la aceste premise teoretice și le coroborează cu cercetări recente privind sustenabilitatea și integrarea tehnologiilor în textile (revizii recent publicate) [2, p. 5]. Revoluția industrială a facilitat producția în masă a textilelor și a permis extinderea accesului la articole vestimentare pretențioase. Această democratizare a dus la redefinirea funcției modei: de la mijloc de marcaj al elitelor la instrument de exprimare individuală. Totodată, mecanizarea a introdus o tensiune între reproducere și unicitate, iar formarea instituțională a designului vestimentar a profesionalizat planificarea esteticii pentru producția industrială. Designerii contemporani, fapt bineștiut, operează la intersecția dintre artă și industrie, transformând vestimentația într-o formă de artă aplicată, ce comunică identitate, valori și atitudini sociale. Arta vestimentației, ca disciplină, explorează posibilitățile expresive ale materialelor, croielilor și ornamentațiilor, dar și modul în care acestea se raportează la corpul uman și la mediul socio-cultural. Această abordare pune accent pe conceptul de „haine ca mesaj”, unde fiecare creație devine un semn vizual,



Fig. 1. Transformarea funcției modei cu implicarea metodologiei creative digitale.

încărcat de semnificații simbolice și socio-politice. Cercetările internaționale recente subliniază rolul designerului ca mediator între tradiție și inovație. În țări cu industrii vestimentare consolidate, cum ar fi Italia, Franța sau Japonia, studiile se concentrează pe integrarea tehnologiilor digitale în procesul creativ, de la design asistat de calculator (CAD) la imprimarea 3D a textilelor și utilizarea inteligenței artificiale în predictibilitatea trendurilor sau generarea ideilor noi. În paralel, există o preocupare constantă pentru sustenabilitate, care determină reevaluarea materialelor, reducerea deșeurilor și promovarea ciclurilor de producție circulare. În acest context, designul vestimentar devine un vehicul al responsabilității sociale și ecologice, influențând atât percepția consumatorului, cât și politicile industriei textile globale.

Din perspectivă socio-culturală, moda contemporană reflectă și stimulează dinamici complexe ale identității. Studiile comparative arată cum expresia vestimentară variază în funcție de contextul cultural, istoric și economic, dar și cum globalizarea facilitează schimburi interculturale rapide. Fenomene precum moda digitală, metaversul și avatarele virtuale deschid noi teritorii de cercetare, unde estetica și funcționalitatea vestimentației coexistă cu realitatea augmentată. Designerii nu mai creează doar pentru corpul fizic, ci și pentru reprezentări digitale, ceea ce extinde semnificația artei vestimentației și redefinește noțiunea de autenticitate. În paralel, modul de predare și formare a designerilor vestimentari se adaptează la aceste transformări. Universitățile și școlile de artă vestimentară integrează metode interdisciplinare care combină cercetarea teoretică, practica digitală și analiza socio-culturală. Accentul se pune pe dezvoltarea gândirii critice, înțelegerea semnificațiilor culturale și capacitatea de a propune soluții inovatoare pentru provocările contemporane. Astfel, designul vestimentar devine un instrument al modei, capabil să interpreteze și să modeleze cultura vizuală, să influențeze percepțiile sociale și să genereze noi norme estetice.

Un alt aspect de perspectivă urmărit de cercetările mondiale se referă la diversitate și

incluziune. Industria modei contemporane explorează reprezentarea diferitelor corpuri, identități de gen, etnii și clase sociale, iar designul vestimentar funcționează ca un mijloc de democratizare și afirmare a diversității culturale [7, p. 8]. Această abordare transformă vestimentația într-un dialog continuu între individ și comunitate, între tradiție și modernitate, între global și local. De asemenea, accentul pe artă vestimentară și design sustenabil stimulează creativitatea, responsabilitatea și sensibilitatea socială a publicului, contribuind la evoluția unei industrii mai conștiente și mai incluzive. Arta designul vestimentar (de la creativ la funcțional intersectat), privite ca limbaj cultural și artă aplicată, sunt instrumente complexe care reflectă și modelează realitățile socio-culturale globale. Studiul lor necesită o abordare interdisciplinară, care să integreze teoria semiotică, analiza sociologică, inovațiile tehnologice și preocupările ecologice. Designerul vestimentar contemporan devine astfel nu doar un creator de haine, ci un arhitect al culturii vizuale, capabil să influențeze percepții, să stimuleze schimbări sociale și să propună estetici inovatoare, în armonie cu dinamica globală și cu nevoile societății.

Exemplele practice ale cercetării internaționale subliniază modul în care designul vestimentar influențează percepțiile sociale și culturale. În Milano, Institutul Marangoni și Domus Academy explorează proiecte de „fashion innovation” care integrează realitatea augmentată și inteligența artificială în dezvoltarea colecțiilor, studiind impactul acestora asupra consumatorului global [4, p. 5]. Designerii studiază nu doar forma și funcția, ci și narativele culturale asociate fiecărui articol vestimentar, transformând procesul într-un mediu educativ și reflexiv [13; 14]. În Londra, Central Saint Martins dezvoltă programe interdisciplinare de cercetare în care arta vestimentației se intersectează cu arhitectura, performanța și tehnologiile digitale, iar studenții creează colecții care explorează teme sociale precum migrația, schimbările climatice sau identitatea de gen [15].

Pe continentul asiatic, în Japonia și Coreea de Sud, designul vestimentar contemporan

se concentrează pe minimalism, sustenabilitate și integrarea tehnologiilor avansate. Proiectele de fashion tech includ textile interactive, care schimbă culoarea sau textura în funcție de mediu sau starea emoțională a purtătorului, extinzând conceptul de artă vestimentară într-o dimensiune experiențială. Astfel, vestimentația nu mai este doar un obiect estetic, ci un mediu interactiv de comunicare între individ și societate.

În SUA, studiile de la Parsons School of Design și Fashion Institute of Technology analizează relația dintre design vestimentar și comportament social [11]. Cercetările se concentrează pe influența modei asupra percepțiilor de statut, incluziune socială și reprezentare identitară. În paralel, există proiecte dedicate modei sustenabile, cum ar fi „Zero Waste Fashion” și utilizarea materialelor reciclate sau regenerabile, care ilustrează cum designul vestimentar poate răspunde provocărilor ecologice globale fără a sacrifica creativitatea [8, p. 9].

Din perspectivă europeană, Franța rămâne un centru de excelență pentru arta vestimentației și heritage-ul modei, iar Institutul Francez de Modă și École de la Chambre Syndicale explorează integrarea tehnologiilor digitale în modelele clasice, promovând simultan tradiția artizanală. Această abordare combină estetica clasică cu inovația tehnologică, subliniind rolul designerului ca mediator între trecut și viitor, între cultura materială și cea digitală [12].

Un fenomen emergent la nivel mondial este moda digitală și metaversul. Mărci de lux precum Gucci, Balenciaga sau Dolce & Gabbana experimentează colecții virtuale, NFT-uri și avatare vestimentare, explorând noi forme de artă vestimentară care nu implică materiale fizice. Aceasta redefineste conceptul de „posesiune” și „exprimare” în modă, dar oferă și oportunități de cercetare privind consumul digital, identitatea virtuală și relația dintre corpul fizic și reprezentarea digitală.

Totodată, tendințele internaționale subliniază importanța incluziunii și diversității. Proiecte în SUA, Marea Britanie și Australia promovează design vestimentar pentru corpuri diverse, persoane cu dizabilități și identități non-binare,

integrând principii de accesibilitate și adaptabilitate în procesul creativ. În context est-european, instituțiile naționale – precum Universitatea Națională de Arte din București și Lviv National Academy of Arts – mențin programe tradiționale de arte textile, îmbinând formarea practică cu cercetarea istorică a motivelor locale. În Republica Moldova, designerii emergenți din regiune recuperează motive folclorice și le reinterprează digital, generând un discurs estetic care conectează patrimoniul cu piețele contemporane. Exemple recente de branduri și creatori ucraineni, polonezi și români evidențiază această tendință de resursare a identității locale ca valoare comercială și culturală. Secolul XX și mai ales începutul secolului XXI a introdus noi forme de teatralizare și politizare a vestimentației. Curente avangardiste și mișcările sociale au folosit moda ca limbaj al contestării – de la estetica androgină modernistă la simbolismul punk sau practicile performative asociate feminismului și drepturilor civile. Astfel, moda și designul textil s-au convertit nu doar în formă de expresie, ci și în instrumente de activism cultural. În această paradigmă, designerii vestimentari au devenit veritabili creatori de discurs social, folosind colecțiile ca mijloc de comunicare și comentariu politic. Spre exemplu, în anii 1970, estetica punk, cu accentele sale anti-consumiste și DIY („Do It Yourself”), a transformat hainele și accesoriile într-un cod vizual al rebeliunii și al opoziției față de normele sociale dominante. Simultan, mișcările feministe au valorificat vestimentația pentru a contesta constrângerile tradiționale de gen, promovând libertatea corporală, androginia sau reinterpretarea simbolurilor feminine în contexte non-convenționale. În aceste situații, designul vestimentar nu mai servea doar funcției estetice sau comerciale, ci devenea un instrument activ de redefinire a rolurilor sociale și a relațiilor de putere. Începând cu finalul secolului XX și intrarea în secolul XXI, discursul politic al modei s-a amplificat datorită globalizării, digitalizării și interconectivității mediatice. Colecțiile vestimentare au început să fie prezentate nu doar în cadrul sălilor de defilare, ci și prin campanii digitale, social media și

proiecte interactive, atingând un public global și favorizând mobilizarea opiniei publice asupra unor teme precum sustenabilitatea, drepturile minorităților sau justiția climatică. Branduri și designeri contemporani – precum Vivienne Westwood, Stella McCartney sau Marine Serre – au transformat mesajele ecologice și sociale în elemente integrale ale creațiilor lor, demonstrând că moda poate funcționa ca platformă de educație civică și activism cultural.

De asemenea, se remarcă o tendință de colaborare între designeri, artiști și organizații non-guvernamentale, ceea ce evidențiază caracterul interdisciplinar al modei ca discurs politic. În arta vestimentației contemporane, colecțiile devin performative și experimentale, explorând simboluri vizuale, texturi și materiale inovatoare pentru a transmite idei critice. De exemplu, textilele reciclate sau piese vestimentare transformabile pot fi interpretate ca comentarii asupra consumului excesiv, poluării și responsabilității sociale. La nivel global, cercetările recente evidențiază modul în care moda participă la construirea identității culturale și la negocierea normelor sociale. În mediul academic și în cercetarea interdisciplinară, studiile privind moda politică și activismul vestimentar analizează cum hainele devin mijloc de comunicare între individ și comunitate, între tradiție și inovație, între identitate personală și responsabilitate socială. Această perspectivă reconfirmă rolul designului vestimentar ca instrument al transfor-

mării culturale și al reflecției critice asupra lumii contemporane. Astfel, în secolul XX și începutul secolului XXI, designul vestimentar au depășit statutul de obiect estetic sau comercial, asumând rolul de limbaj socio-politic, performativ și activist. Ele reflectă, interpretează și modelează realitățile sociale, devenind veritabile instrumente prin care identitatea, ideologia și valorile comunității se exprimă vizual și simbolic.

Implicații pedagogice artistice pentru formarea viitorilor designeri, se recomandă curricula integrată care cuprind: (1) cunoaștere istorică și simbolică a motivelor textile [10, p. 11]; (2) competențe tehnice în țesut, tricotaj, broderie, generare digitale de indei și imprimare digitală; (3) module privind sustenabilitatea și economia circulară; (4) laboratoare de textile inteligente și colaborări cu centre de cercetare; (5) proiecte interdisciplinare care conectează moda cu designul interior, artele vizuale și tehnologia. În perspectiva pedagogică, integrarea acestor componente în procesul educațional al designului vestimentar stimulează dezvoltarea gândirii critice, a creativității și a abilităților practice ale viitorilor designeri. Studiul motivelor textile istorice și simbolice nu doar că le permite studenților să înțeleagă evoluția estetică și culturală a modei, dar îi ajută să dezvolte o sensibilitate față de diversitatea tradițiilor vestimentare și a contextelor sociale. Prin analiza semiotică a culorilor, formelor și texturilor, studenții învață să interpreteze vestimentația ca

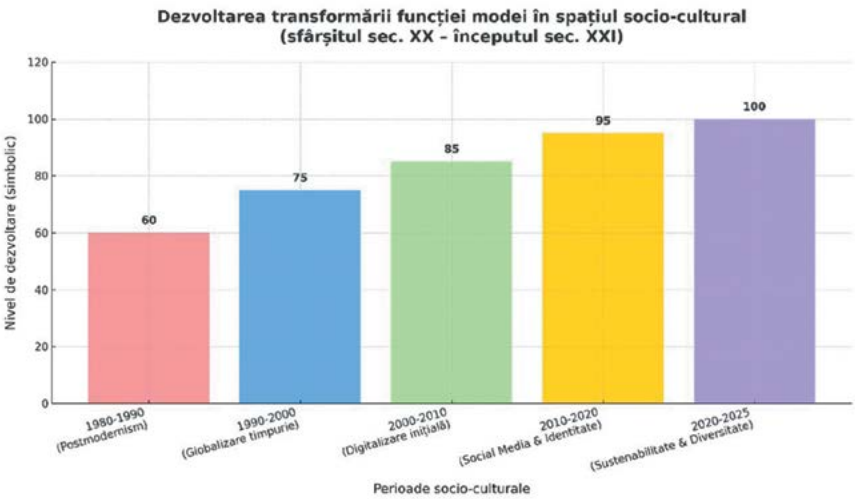


Fig. 2. Dezvoltarea transformării funcției modei în spațiul socio-cultural. sursă elaborată de autor

un limbaj cultural și să aplice aceste cunoștințe în creații originale care comunică idei și valori.

Dezvoltarea transformării funcției modei în spațiul sociocultural, de la reglementările sumptuare până la moda sustenabilă și tehnologică din prezent, valorile lor reprezintă un exemplu general ca nivel estimat de impact socio-cultural la fiecare etapă istorică. Competențele tehnice reprezintă un pilon esențial în formarea profesională. Exercițiile practice în țesut, tricotaj, broderie și imprimare digitală permit studenților să experimenteze materialele și tehnicile, consolidând capacitatea de a transforma conceptele creative în produse tangibile. În paralel, instruirea în domeniul textilelor inteligente și al tehnologiilor digitale îi familiarizează pe tineri cu inovațiile contemporane, cum ar fi materialele reactive la mediu, textilele interactive sau imprimeul 3D aplicată pe țesături, pregătindu-i pentru provocările și oportunitățile industriei modei moderne. Sustenabilitatea și economia circulară trebuie să fie integrate transdisciplinar în curricula de design vestimentar, nu doar ca module teoretice, ci și prin proiecte aplicative care impun studenților să creeze colecții responsabile, utilizând materiale reciclate sau regenerabile și reducând deșeurile de producție. Această abordare contribuie la formarea unei conștiințe ecologice și sociale, transformând designul vestimentar într-un domeniu cu impact pozitiv asupra comunității și mediului. Proiectele interdisciplinare constituie un alt element central. Colaborările cu designul interior, artă decorative, artele vizuale, performanța, arta digitală și tehnologia permit studenților să dezvolte o gândire flexibilă și holistică, capabilă să abordeze probleme complexe și să genereze soluții inovatoare. De exemplu, un proiect care combină moda cu instalații interactive sau artă video poate dezvolta competențe de storytelling vizual și de comunicare a conceptelor artistice către publicuri diverse, consolidând rolul vestimentației ca instrument expresiv și cultural.

Din perspectiva pedagogică, este recomandată și utilizarea evaluării formative și colaborative, care să stimuleze reflecția critică și autoevaluarea. Criticile constructive, prezentările/

vizionări periodice și feedback-ul din partea mentorilor și colegilor contribuie la dezvoltarea unei gândiri autonome și a abilităților de colaborare, esențiale în practica profesională a designerului. De asemenea, integrarea parteneriatelor cu centre de cercetare, ateliere de producție și industrii textile permite studenților să fie expuși la standardele profesionale actuale și să dezvolte proiecte cu relevanță practică. Această experiență practică crește gradul de employabilitate (angajare), dar și capacitatea de a inova, transformând cunoștințele teoretice în soluții creative aplicate pentru o formare completă a viitorilor designeri, pedagogia artei creării vestimentare trebuie să combine tradiția cu inovația, cunoașterea istorică cu tehnologiile moderne, estetica cu responsabilitatea socială și ecologică, precum și competențele tehnice cu proiectele interdisciplinare. Această abordare nu doar că dezvoltă abilități creative și tehnice, ci și construiește o gândire critică și o sensibilitate culturală, pregătind designerii pentru provocările și oportunitățile unui domeniu globalizat și în continuă transformare.

Concluzii. Transformarea funcției modei în spațiul socio-cultural reflectă o dinamică complexă: designul ca parte integrală a artei funcționează simultan ca limbaj identitar, industrie și laborator tehnologic. Evoluțiile istorice – de la reglementările sumptuare la democratizarea prin industrializare și până la politicizarea din secolul XX – ilustrează capacitatea modei de a media schimbările sociale. În prezent, convergența dintre designul textil, sustenabilitate și tehnologie indică direcții noi de cercetare și practică. Educația în domeniu trebuie să răspundă acestor provocări prin programe care să privilegieze experimentul, responsabilitatea și competențele transdisciplinare. În contextul începutului secolului XXI, moda continuă să se redefinească, trecând de la un simplu obiect de consum la un mediu complex de exprimare culturală și socială. Digitalizarea, globalizarea și apariția noilor tehnologii – de la textile inteligente și imprimare 3D până la realitatea augmentată și moda virtuală – transformă vestimentația într-un spațiu experimental și interactiv, în care estetica,

funcționalitatea și mesajul social se întâlnesc. Această evoluție amplifică rolul designerului nu doar ca și creator estetic, ci și ca mediator între cultură, tehnologie și responsabilitate ecologică.

Modele internaționale de educație artistică în design vestimentar, care combină studiul istoric, arta vestimentației, inovația tehnologică și principiile sustenabile, relevă necesitatea unei abordări pedagogice integrate. Programele care promovează colaborarea interdisciplinară, proiectele experimentale și conștientizarea impactului social și ecologic al modei pregătesc viitorii designeri pentru provocările unei industrii în continuă schimbare. Această formare holistică reflectă nu doar nevoia de competențe tehnice, ci și dezvoltarea gândirii critice, sensibilității culturale și capacității de a genera soluții inovatoare și responsabile. Convergența dintre designul vestimentar, artă, tehnologie și responsabilitate socială subliniază că moda nu mai este doar un fenomen estetic, ci un limbaj cultural, un instrument de reflecție critică și un agent de schimbare. În secolul XXI, vestimentația devine un mijloc prin care identitatea, valorile și ideologiile pot fi exprimate și negociate, iar industria modei, în colaborare cu mediul academic și cercetarea interdisciplinară, oferă cadrul pentru dezvoltarea unor practici inovatoare și durabile.

Astfel, concluzionăm că funcția modei prin intermediul procesului (design vestimentar) în spațiul sociocultural se extinde continuu, iar rolul pedagogiei artistice în designul vestimentar și textil devine crucial. Prin programe educaționale care integrează tradiția, tehnologia, sustenabilitatea și explorarea creativă, viitorii designeri sunt pregătiți să transforme moda într-un instrument de comunicare, artă și responsabilitate, capabil să răspundă provocărilor complexe ale societății

contemporane. Această abordare holistică asigură continuitatea evoluției modei ca fenomen social, cultural și tehnologic, reflectând dinamica și interconectarea lumii în care trăim.

Referințe bibliografice:

1. Barthes, Roland. *Sistemul modei*. Paris: Éditions du Seuil, 1967.
2. Niinimäki, Kirsi et al. *Sustainable Fashion: New Approaches*. Helsinki: Aalto ARTS Books, 2020.
3. Fletcher, Kate. *Fashion and Sustainability: Design for Change*. London: Laurence King Publishing, 2021.
4. Fletcher, Kate; Tham, Mathilda. *Earth Logic: Fashion Action Research Plan*. London: The J J Charitable Trust, 2022.
5. Lipovetsky, Gilles. *Imperiul efemer: moda și societățile moderne*. București: Polirom, 2005.
6. Pistoletto, Michelangelo. *The Third Paradise*. Biella: Cittadellarte Edizioni, 2012.
7. Antonelli, Paola. *Items: Is Fashion Modern?* New York: Museum of Modern Art, 2017.
8. McQuillan, Holly. *Zero Waste Fashion Design*. London: Bloomsbury Visual Arts, 2018.
9. Manzini, Ezio. *Design, When Everybody Designs: An Introduction to Design for Social Innovation*. Cambridge: MIT Press, 2015.
10. Galițov, Dmitri. *Arta Plastică a Moldovei Sovietice*. Chișinău: Timpul, 1987.
11. *Faculty* [online]. [Accesat: 15.09.2025]. Disponibil pe Internet la adresa: <https://www.newschool.edu>
12. *Cycles préparatoires lycéens en Fashion Design* [online]. [Accesat: 14.09.2025]. Disponibil pe Internet la adresa: <https://www.ifmparis.fr>
13. *Key figure for the fashion system* [online]. [Accesat: 13.09.2025]. Disponibil pe Internet la adresa: <https://www.istitutomarangoni.com/en>
14. *Cross-disciplinary* [online]. [Accesat: 13.09.2025]. Disponibil pe Internet la adresa: <https://www.domusacademy.com/courses/fashion/>
15. *University of the Arts London* [online]. [Accesat: 13.09.2025]. Disponibil pe Internet la adresa: <http://www.arts.ac.uk>

Citation: Reabench, E. The transformation of fashion's function in the socio-cultural space. *Dialogica. Cultural Studies and Literature Scientific Journal*, 2025, nr. 3, p. 65-73. <https://doi.org/10.59295/DIA.2025.3.08>

Publisher's Note: Dialogica stays neutral with regard to jurisdictional claims in published maps and institutional affiliations.



Copyright:© 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).