

УДК 687.331.101.3

DOI 10.47367/0021-3497_2023_3_250

МОТИВАЦИОННЫЙ АСПЕКТ МОДНЫХ ПРЕМИЙ В РОССИИ

MOTIVATIONAL ASPECT OF FASHION AWARDS IN RUSSIA

В.В. АНАНИШНЕВ

V.V. ANANISHNEV

(Институт кино и телевидения (ГИТР))

(GITR Film and Television School)

E-mail: ananishnev@yandex.ru

Согласно мировым исследованиям нематериальное стимулирование и повышение профессионального статуса играют важную роль в мотивации специалистов в различных отраслях экономики государства. Внутренняя мотивация сотрудников в периоды кризиса сильно трансформируется, что приводит к демотивации и снижению производительности. Одним из признанных способов мотивации является присуждение профессиональных премий, кроме того, люди явно прилагают усилия, чтобы выиграть награду, и даже готовы нести материальные затраты на получение статуса (платить орг. взносы за участие в номинациях в премиях).

В мире моды существует опыт поддержки модных дизайнеров и всей модной отрасли вручением модных премий именно во время экономического кризиса и военных действий – Coty American Fashion Critics' Awards, учрежденная в 1942 г. и завершенная в 1985 г. с формулировкой «Поскольку награды успешно вывели Америку на мировую модную сцену, было решено прекратить присуждение этих премий». Журнал «Богема» совместно с Harper's BAZAAR Serbia провели опрос модных экспертов: Славы Зайцева, Юлии Далакян, Константина Гайдая и Ольги Маляровой. Опрошенные эксперты сходятся на мнении, что модные премии стимулируют дизайнеров одежды к дальнейшему развитию, что положительно влияет на развитие всей легкой промышленности. Таким образом, модные премии играют важную роль в поддержке всей легкой промышленности страны, но, так как на российском рынке существует множество различных премий, работникам модной отрасли следует внимательно относиться к их статусу.

According to world studies, non-material incentives and raising professional status play an important role in motivating specialists in various sectors of the state economy. The internal motivation of employees during periods of crisis is greatly

transformed, which leads to demotivation and reduced productivity. Based on the analysis of studies, one of the recognized ways of motivation is the award of professional awards, in addition, people are clearly making an effort to win an award and are even ready to bear the material costs of obtaining a status (paying registration fees for participation in award nominations).

In the world of fashion, there is an experience of supporting fashion designers and the entire fashion industry with the presentation of fashion awards during the economic crisis and war - the Coty American Fashion Critics' Awards, established in 1942 and completed in 1985 with the wording "Because the awards successfully brought America to the world fashion scene, it was decided to stop awarding these awards. La Bogeme magazine, together with Harper's BAZAAR Serbia, conducted a survey of fashion experts: Slava Zaitsev, Julia Dalakian, Konstantin Gayday and Olga Malyarova. Interviewed experts agree that fashion awards stimulate clothing designers to further development, which has a positive effect on the development of the entire light industry. Thus, fashion awards play an important role in supporting the entire light industry of the country, but since there are many different awards on the Russian market, fashion industry workers should be attentive to their status.

Ключевые слова: мода, модные премии, мотивация, легкая промышленность, награда, москкластер, кризис.

Keywords: fashion, fashion awards, motivation, light industry, award, moscluster, crisis.

Введение

В общем виде все социальные науки согласны с тем, что стремление к общественному признанию является важным двигателем поведения человека. Награды можно рассматривать как социальные символы признания. Они специально созданы, чтобы удовлетворить человеческое желание быть публично признанным и отмеченным другими в присутствии коллег. Награды используются не только в корпоративном секторе (например, «Работник месяца»), но и в сфере культуры (например, «Оскар»), в спорте (например, «Спортивная личность года»), в быту, международных делах (например, государственные ордена и награды, такие, как «Президентская Медаль Свободы») и других сферах экономической и общественной жизни [5]. Журнал «The Economist» признает это, отмечая, что «быстрый взгляд на земной шар предполагает, что эти причудливые украшения (прим. авт. «fancy decorations») практически универсальны» [10].

Награды являются внешними стимулами и служат непосредственными мотива-

торами, когда люди явно прилагают усилия, чтобы выиграть награду. Тогда награды работают, потому что они создают образцы для подражания, подчеркивают ценности общества, а также приносят престиж лицам, которые действовали аналогичным образом, но не были выбраны в качестве получателей награды [5].

Neckermann S. и M. Kosfeld M. в своем исследовании экспериментально продемонстрировали, что люди ценят статус независимо от каких-либо дополнительных денежных призов; они даже готовы нести материальные затраты на его получение [9]. Другими словами, номинанты готовы оплачивать организационные взносы за участие в премиях или экспертизу заявки. Более того, люди прилагают значительные дополнительные усилия, чтобы получить нематериальную награду.

Целью настоящего исследования является выявление мотивирующего воздействия модных премий на специалистов в легкой промышленности.

Актуальность исследования подтверждается наличием определенных проблем в российской легкой промышленности.

Методы исследования

Объектом исследования являются российские модные премии. Предметом изучения стала мотивация креативных специалистов в сфере моды. Методы исследования: междисциплинарный подход, индукция и дедукция, аналогия, эмпирические методы исследования. В качестве эмпирических методов использованы следующие: изучение разнообразных источников информации в ИТС «Интернет»; анализ полученных сведений; опрос модных экспертов.

Мировой опыт присуждения наград в различных сферах экономики

На первый взгляд может показаться, что награды редко используются в корпоративном секторе рыночной экономики. В конце концов, сотрудники частных корпораций обычно работают, чтобы получить зарплату, и привыкли к тому, что их производительность оценивается в денежном выражении. Например, это находит отражение в возрастающей важности и распространенности схемы оплаты по результатам. Однако беглое наблюдение за деловой практикой подсказывает, что награды и звания очень важны в корпоративном секторе.

По данным исследования Bruno S. Frey и Susanne Neckermann с выборкой из 82 стран, обычный человек получил 0,06 награды. Лица в академическом секторе являются одними из основных получателей наград [5].

Что касается модной отрасли, здесь тоже присуждается множество наград. Единственный список всех модных наград в мире найден нами в Wikipedia – List of fashion awards [7].

Существует даже опыт поддержки модных дизайнеров и всей отрасли вручением модных премий именно во время военных действий. Премия американских модных критиков Coty (присуждалась в 1943-1984 гг.) – Coty American Fashion Critics' Awards – была учреждена в 1942 году косметической и парфюмерной ком-

панией Coty, Inc. для продвижения и популяризации американской моды, а также поощрения дизайнера во время Второй мировой войны [11]. В июне 1985 г. Дональд Флэннери, старший вице-президент Pfizer, Inc. материнской компании Coty, объявил, что, поскольку награды успешно вывели Америку на мировую модную сцену, было решено прекратить присуждение этих премий [6]. Можно сказать, что эта модная премия стимулировала патриотический настрой у американских производителей одежды. С 1981 г. Советом модельеров США (Council of Fashion Designers of America, CFDA) ежегодно вручаются премии CFDA Fashion Awards. Так же, как и в РФ, американские СМИ проводят свои премии, в том числе в области креативных индустрий.

Что касается других стран, в Китае с 1997 г. проводится China Fashion Week при содействии Китайской национальной ассоциации одежды (CNGA), а с 2011 г. стала именоваться Mercedes-Benz China Fashion Week. У недели моды есть модная премия China Fashion Week Fashion Awards, состоящая из наград: Designer Awards включает в себя награды «Лучший модельер» и «Десятка лучших модельеров»; Fashion Model Awards включает в себя награды «Лучшая фотомодель» и «Десятка лучших фотомоделей»; Fashion Elite Awards включает в себя награды «Лучший модный фотограф», «Лучший модный комментатор» и «Лучший стилист».

Анализ российского рынка модных премий

Мы проанализировали премии, вручаемые за последние 20 лет на территории РФ. Межрегиональная общественная организация "Ассоциация высокой моды и прет-а-порте" просуществовала в РФ с 2000 по 2022 г. На протяжении 22 лет Ассоциация развивала проект «Неделя моды в Москве» (с 2013 года – «Неделя моды в Москве. Сделано в России»), основной задачей которого являлось развитие отечественной индустрии моды. Неделя моды в Москве проводилась 2 раза в год – в марте и в октябре и завершала мировой график Недель моды. На Неделю приглашались мэтры мировой моды из Франции, Италии,

Великобритании, среди них Paco Rabanne, Nina Ricci, Lanvin, Versace, Balenciaga, Balmain, Emanuel Ungaro, Sonia Rykel, Brioni, Roberto Cavalli, Costume National, Fendi, Vivienne Westwood и многие другие, в общей сложности более 50 имен мировой моды. В период с 1999 по 2003 г. Ассоциация в последний день Недели моды вручала премию «Золотой манекен». Ассоциация столкнулась с проблемами в проведении очередного сезона моды во время пандемии covid-19 и прошла процедуры банкротства и ликвидации в 2022 г.

В 2003 г. в РФ была создана МОО «Национальная Академия Индустрии Моды» (НАИМ), целью которой является содействие развитию отечественной индустрии моды, популяризация отечественных брендов индустрии моды и др. Президентом академии являлся Вячеслав Михайлович Зайцев, а вице-президентом – Валентин Юдашкин (бренд «Valentin Yudashkin») – первый российский кутюрье, получивший статус члена-корреспондента Синдиката Высокой моды (Chambre Syndicale de la Couture Parisienne). В 2003 г. НАИМ учредила при поддержке Минпромторга России ТПП РФ Национальную премию в области индустрии моды «Золотое веретено», которую вручали с 2003 по 2020 год ежегодно. Кроме официального символа во время церемонии вручаются специальные награды: «Золотая пальма» – за вклад в развитие российской индустрии моды и «Хрустальная пальма» – за вклад в подготовку кадров отечественной индустрии моды.

С 2002 г. в РФ действует Федеральный закон «О техническом регулировании» от 27.12.2002 № 184-ФЗ. Автор статьи, лауреат премий Fashion TV и 7 Neva Fashion Awards 2023 в номинации «Издатель» и 6 Neva Fashion Awards 2022 от Neva Fashion Week в номинации «Дебют дизайнера», в 2018 г. решил совместить профессиональную модную (и креативную) премию и систему добровольной сертификации в соответствии с данным законом и осуществил это в ООО «Москластер» (прим. moscluster.com).

Разработана система стандартов системы менеджмента качества, сертифицированная на соответствие GOST R ISO 9001:2015, где определены критерии соответствия номинанта каждой модной (креативной) номинации. Более того, все номинации зафиксированы и зарегистрированы Федеральным агентством по техническому регулированию и метрологии (Росстандарт), их нельзя изменить без государственной процедуры перерегистрации. За объекты добровольного подтверждения соответствия были приняты номинанты модных (креативных) премий (российские и иностранные физические лица и организации). После множества согласований и большой работы в декабре 2019 г. Росстандарт зарегистрировал Систему добровольной сертификации Москластера «La Boheme Awards / Премия журнала «Богема» в Едином государственном реестре систем добровольной сертификации РФ за номером № РОСС RU.32168.04СБА0 [4]. Вручение первой премии журнала «Богема» проходило на ювелирной Неделе моды «Estet Fashion Week» (организатор – Ювелирный дом «Эстет») в ноябре 2018 года, в 2021 году она закрывала Неделю трикотажной моды, в 2022 г. прошла в «силиконовой долине» РФ – Инновационном центре «Сколково» в целях поддержки специалистов в креативных индустриях перед Moscow Fashion Fair (MFF), 1 октября 2022 г. завершила день открытия Neva Fashion Week в городе Санкт-Петербург – на исторической родине журнала «Богема», а в марте 2023 г. сама стала лауреатом 7 Neva Fashion Awards 2023 в номинации «Модная премия». В январе 2023 г. премия журнала «Богема» также стала лауреатом XVIII Премии в области развития общественных связей «RuPoR» (ранее – Центрально-Черноземная премия в области развития связей с общественностью «RuPoR»), являющейся региональным отбором в центральном федеральном округе РФ на Национальную премию РФ в области развития общественных связей «Серебряный лучник», учрежденную 25 июня 1997 года ТПП РФ, Союзом журналистов

РФ и Российской ассоциацией по связям с общественностью и являющуюся старейшей премией в области PR в РФ. Модная индустрия регулярно представляет свои проекты на премии «Серебряный лучник» и ее региональных отборах. На предыдущей XVII PR-премии RuPoR в номинации «Международные коммуникации» 3 место заняла Неделя моды Mercedes-Benz Fashion Week Russia, ООО «Группа Артефакт», Москва, информационным партнером которой стал журнал «Богема». Регулярное представление на конкурс модных проектов и их победы (признание Экспертным советом премий) могут свидетельствовать о реальном продвижении дизайнеров и их идей на российский рынок с помощью указанных проектов.

Более премий при поддержке государственных органов или каких-либо регистраций в РФ мы на сегодня не нашли.

Следующим сегментом премий являются премии, учрежденные модными журналами – СМИ, самые известные из них проводятся иностранными изданиями в РФ: Hello!, GQ и др. Но эти премии нельзя отнести к только модным профессиональным премиям, так как они вручаются и музыкантам, и художникам, и пластическим хирургам, и другим деятелям в креативных индустриях и сфере красоты. Российские недели моды также проводят свои награждения, например Neva Fashion Awards от Neva Fashion Week, но эти премии не имеют государственной поддержки и определенных регистраций. Известными проблемами модных премий является их некоторая аффилированность: наименования номинаций не постоянны и могут создаваться под лауреатов премий [2, 8].

Результаты опроса модных экспертов о важности модных премий в РФ

В октябре 2022 г. российское СМИ – журнал «Богема» (La Boheme Magazine) – лауреат Национальной премии в области индустрии моды «Золотое веретено» в 2020 г. в номинации «Издание» в разделе «Журналистика», Neva Fashion Awards 2022 от Neva Fashion Week в номинации «Издание» – под руководством автора статьи совместно с Harper's BAZAAR Serbia

(изданием, учрежденным в 1867 г. в США, которое старше журнала «Vogue», основанного в 1892 г. тоже в США) провели исследование российского рынка модных премий. Кроме обзора российского интернета был произведен опрос модных экспертов из РФ. В качестве модных экспертов выбраны российские дизайнеры, представители разных поколений в соответствии с Теорией поколений Уильяма Штрауса и Нила Хау, имеющие профессиональные награды и принимавшие участие в международных проектах, проводившихся официально на территории РФ и не только, в том числе в международных неделях моды Mercedes-Benz Fashion Week Russia и Volvo Fashion Week, а также в американском Project Runway (Проект «Подиум»).

Советский и российский дизайнер Вячеслав Михайлович Зайцев (бренд «Slava Zaitsev») – представитель поколения «Бэби-бумеры», Дом моды которого в центре столицы РФ в 2022 г. отметил свое 40-летие. О нем впервые в 1962 г. газета «Paris Match» написала статью «Он диктует моду в Москве», и его впоследствии европейская пресса называла «Красным Диором» (прим. «советским Диором»). Обладатель Национальной премии в области индустрии моды «Золотое веретено», Премии журнала «Богема», «Золотой манекен» и многих других, В.М. Зайцев считает, что премия – это «констатация факта, что художник чего-то достиг. Молодые и талантливые ребята заслуживают премий. А как это повлияет на их творчество дальше – все от человека зависит. Получать премии важно для художника, это его поддерживает, особенно если они финансовые. Когда у меня была возможность, я давал денежные премии молодым дизайнерам, чтобы они могли купить ткани и сделать новые коллекции. Премии продвигают творчество».

Несколько по-другому смотрит на модные премии дизайнер Юлия Далакян (бренд «Julia Dalakian») – представитель поколения «X» – участница ведущих недель моды, в том числе Mercedes-Benz Fashion Week Russia, обладатель Премии

журнала «Богема», Fashion TV: «любой стимул для творческого человека и предпринимателя однозначно положительно влияет на процесс формирования творческой личности, если это молодой бренд. Конкурсная основа для вручения премий не всегда положительна, с моей точки зрения, так как любое жюри имеет субъективную точку зрения. Для молодых премия – это признание особых способностей и возможность применения новых технологий и углубления технических знаний, которых, на мой взгляд, не хватает начинающим дизайнерам».

Дизайнер шляп и одежды Константин Гайдай (бренд «Konstantin Gayday») – представитель поколения «X» – обладатель премии «GQ Человек года» в номинации «Дизайнер года» (2010 г.) по версии журнала GQ Russia, обладатель Национальной премии в области индустрии моды «Золотое веретено» в номинации «Головной убор», Премии журнала «Богема», Fashion TV, на вопрос редакции журнала «Богема»: «Положительно ли сказываются премии на PR модного бренда?» отвечает: «Безусловно, премии стимулируют дизайнера не только профессионально, но и его эго, и это важно для творцов, и они, конечно, положительно сказываются на PR бренда, точно не отрицательно». Но довольно негативно отзывается об уровне российских премий: «Премия ценна, только если это профессиональная награда от профессионалов, будь то гильдия художников-дизайнеров, заслуженные международные издания 1-го эшелона или, может, городской совет. К сожалению, таких премий практически не осталось в нашей стране».

Дизайнер женской одежды Ольга Малярова (бренд «Malyarova Olga») – представитель поколения «Y» – заняла второе место в первой российской версии международного проекта «Подиум» (Project Runway, 2011 г.) на телеканале «MTV Россия», является лауреатом Премии журнала «Богема». Ольга Малярова создала платье «Корона Российской империи» для Анны Линниковой, представлявшей РФ на 71 международном конкурсе «Мисс Вселен-

ная» (MISS UNIVERSE) 2023 в США. Дизайнер говорит про премии, что «это очень важно, особенно для творцов. Работаешь-работаешь и ждешь, что кто-то это оценит».

Тем самым эксперты – представители разных поколений – сходятся на том, что модные премии стимулируют дизайнеров одежды к дальнейшему развитию, что положительно влияет на развитие всей легкой промышленности [2, 8].

Результаты и обсуждение

Мировые исследования показывают, что нематериальное стимулирование и повышение профессионального статуса играют важную роль в мотивации специалистов в различных отраслях экономики государства. Кроме того, специалисты даже готовы нести материальные затраты на получение статуса (платить орг. взносы за участие в номинациях в премиях). В условиях нестабильной ситуации и многочисленных увольнений сотрудников во всех областях экономики персонал оказался демотивирован. Во времена кризиса внутренняя мотивация персонала терпит существенные изменения. Одним из признанных способов мотивации является присуждение профессиональных премий. Опрошенные модные эксперты сходятся во мнении, что модные премии стимулируют дизайнеров одежды к дальнейшему развитию, что положительно влияет и на развитие всей легкой промышленности.

В текущей политической ситуации в РФ и при современном состоянии легкой промышленности [1, 3], на взгляд автора, целесообразно перенять опыт США (в том числе Coty American Fashion Critics' Awards) и проводить стимулирование дизайнеров – модных предпринимателей – вручением заслуженных модных премий.

Заключение

Таким образом, модные премии играют важную роль в мотивации, поддержке и продвижении российских дизайнеров. Российским законодательством не ограничена регистрация модных премий, поэтому их существует большое множество, в том числе никак не зарегистрированных и даже не имеющих юридического лица.

При выборе дизайнерами как физическими лицами, а тем более модными брендами-организациями модных премий следует проявлять должную осмотрительность и проводить анализ представленной на сайте премии информации. Кроме того, важно смотреть, в каких СМИ отражаются результаты премий.

ЛИТЕРАТУРА

1. Анализ рынка одежды в России в 2017-2021 гг., прогноз на 2022-2026 гг. Перспективы рынка в условиях санкций // *Businessstat* [https://businessstat.ru/images/demo/clothes_russia_demo_businessstat.pdf]. Дата обращения: 06.11.2022].
2. Исследование. Модный журнал Harper's BAZAAR Serbia и Журнал «Богема» провели анализ российского рынка модных (и креативных) премий// Журнал «Богема»/La Boheme Magazine [<https://laboheme.moscluster.com/?p=61260>]. Дата обращения: 06.11.2022].
3. *Седых И.А.* Индустрия моды 2019 // Центр развития. Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» [<https://dcenter.hse.ru/data/2019/06/03/1495959454/Индустрия%20моды-2019.pdf>]. Дата обращения: 06.11.2022].
4. Федеральный закон «О техническом регулировании» от 27.12.2002 г. № 184-ФЗ.
5. B.S. Frey, S. Neckermann. Awards: A Disregarded Source of Motivation // *Perspectives in Moral Science*, ed. by M. Baurmann & B. Lahno, 2009, 177 [https://www.researchgate.net/publication/41389964_Awards_A_Disregarded_Source_of_Motivation]. Дата обращения: 09.11.2022].
6. Coty Fashion Awards Discontinued // *The New York Times*. 1985-06-14. ISSN 0362-4331.
7. List of fashion awards // *Wikipedia* [https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_fashion_award]. Дата обращения: 09.11.2022].
8. Nagrade su važne za umetnike, jer promovišu kreativnost // Harper's BAZAAR Serbia [<https://www.harpersbazaar.rs/moda/revije/nagrade-uruskoy-modnoj-industriji-istravanje-casopisa-la-boheme>]. Дата обращения: 06.11.2022].
9. *S. Neckermann, M. Kosfeld.* Working for Nothing? The Effect of Awards on Employee Performance. // *Mimeo*, University of Zurich, 2009
10. Reforming the System of Honours and Titles// *The Economist*. July 15, 2004, 31.

11. *Welters L.* Twentieth-century American Fashion.// *Berg Publishers*. p. 116. 2005

REFERENCES

1. Analysis of the clothing market in Russia in 2017-2021, forecast for 2022-2026 Market prospects under sanctions // *Businessstat* [https://businessstat.ru/images/demo/clothes_russia_demo_businessstat.pdf]. Date of access: 11.06.2022].
2. Research. Fashion magazine Harper's BAZAAR Serbia and Boheme Magazine conducted an analysis of the Russian market of fashion (and creative) premiums// *La Boheme Magazine / La Boheme Magazine* [<https://laboheme.moscluster.com/?p=61260>]. Date of access: 11.06.2022].
3. *Sedykh I. A.* Fashion industry 2019 // Development Center. National Research University Higher School of Economics [Electronic resource] URL: <https://dcenter.hse.ru/data/2019/06/03/1495959454/Индустрия%20моды-2019.pdf>. Accessed: 06.11.2022].
4. Federal Law No. 184-FZ. "On Technical Regulation". December 27, 2002
5. Bruno S. Frey and Susanne Neckermann. Awards: A Disregarded Source of Motivation // *RMM Vol. 0, Perspectives in Moral Science*, ed. by M. Baurmann & B. Lahno, 2009, 177-182 [https://www.researchgate.net/publication/41389964_Awards_A_Disregarded_Source_of_Motivation]. Date of access: 11/09/2022]
6. Coty Fashion Awards Discontinued // *The New York Times*. 1985-06-14.
7. List of fashion awards // *Wikipedia* [https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_fashion_awards]. Accessed: 11/09/2022]
8. Nagrade su važne za umetnike, jer promovišu kreativnost // Harper's BAZAAR Serbia [<https://www.harpersbazaar.rs/moda/revije/nagrade-uruskoy-modnoj-industriji-istravanje-casopisa-la-boheme>]. Date of access: 06.11.2022].
9. Neckermann, S. and M. Kosfeld. Working for Nothing? The Effect of Awards on Employee Performance". *Mimeo*, University of Zurich. 2009
10. Reforming the System of Honors and Titles. *The Economist*, July 15, 2004, 31.
11. *Welters L.* Twentieth century American Fashion. *Berg Publishers*. p. 116. 2005

Рекомендована кафедрой продюсерского мастерства АНО ВО «ГИТР». Поступила 06.11.22.