



# TJAS

**Thematic Journal of Applied Sciences**

informing scientific practices around the world  
through research and development

## Thematic Journal of Applied Sciences

Volume 4, No. 1, January 2024

Internet address: <http://ejournals.id/index.php/TJAS/issue/archive>

E-mail: [info@ejournals.id](mailto:info@ejournals.id)

Published by ejournals PVT LTD

Issued Bimonthly

Chief editorS.

**G. Ahmed**

*Professor of Computational Mathematics and Numerical Analysis Faculty of Engineering, Zagazig University, Zagazig, Egypt, P. O. Box 44519*

*Requirements for the authors.*

*The manuscript authors must provide reliable results of the work done, as well as an objective judgment on the significance of the study. The data underlying the work should be presented accurately, without errors. The work should contain enough details and bibliographic references for possible reproduction. False or knowingly erroneous statements are perceived as unethical behavior and unacceptable.*

*Authors should make sure that the original work is submitted and, if other authors' works or claims are used, provide appropriate bibliographic references or citations. Plagiarism can exist in many forms - from representing someone else's work as copyright to copying or paraphrasing significant parts of another's work without attribution, as well as claiming one's rights to the results of another's research. Plagiarism in all forms constitutes unethical acts and is unacceptable. Responsibility for plagiarism is entirely on the shoulders of the authors.*

*Significant errors in published works. If the author detects significant errors or inaccuracies in the publication, the author must inform the editor of the journal or the publisher about this and interact with them in order to remove the publication as soon as possible or correct errors. If the editor or publisher has received information from a third party that the publication contains significant errors, the author must withdraw the work or correct the errors as soon as possible.*

**OPEN ACCESS**

Copyright © 2024 by Thematics Journals of Applied Sciences

## CHIEF EDITOR

**S.G. Ahmed**

*Professor of Computational Mathematics and Numerical Analysis Faculty  
of Engineering, Zagazig University, Zagazig, Egypt, P. O. Box 44519*

## EDITORIAL BOARD

**Yu Li**

*Wuhan University of  
Technology, China*

**Seung Man Yu**

*Seoul National University of Science  
and Technology, South Korea*

**Syed Saeid Rahimian Kolor**

*Universiti Teknologi Malaysia,  
Malaysia*

**Eko Susanto**

*Menegment of journal Indonesia*

**Siti Mazlina Mustapa Kamal**

*Universiti Putra Malaysia, Malaysia*

ELSEVIER



SSRN

Universal  
Impact Factor



**ИНФЛЮЭСЕРЫ - КАК АРХИТЕКТОРЫ СТИЛЯ И ПРОВОДНИКИ ТРЕНДОВ****Камбарова Дилфуза Махамаджановна**

Старший преподаватель

Ташкентский международный университет Кимё

**Умарова Эдоя Бахтиёровна**

Студент Международного университета Кимё в городе Ташкент

*Аннотация: Статья "Инфлюэнсеры - как архитекторы стиля и проводники трендов" анализирует роль инфлюэнсеров в формировании модных тенденций, сопоставляя их с историческими фаворитками французского двора. В статье подчеркивается, что обе группы играют важную роль в создании и поддержании стилей, а современные инфлюэнсеры продолжают наследие фавориток, но с изменениями в динамике влияния, вызванными цифровыми технологиями и социальными медиа.*

*Тема "Различия между Инфлюэнсерами и Амбассадорами" в статье предоставляет четкое сравнение ролей и функций инфлюэнсеров и амбассадоров. Описывая особенности каждой группы, их влияние на формирование стилей и связь с аудиторией. Также обсуждается связь между инфлюэнсерами и амбассадорами, выделяя возможность совместных компаний и плавного перехода между ролями.*

*Завершающая часть статьи обращается к концепции Г. Блумера о механизме моды. Утверждение, что не престиж элиты формирует моду, а наоборот, престиж элиты "прикрепляется" к уже существующим модным тенденциям, переносится на современных амбассадоров и инфлюэнсеров. Такие личности, подобно элите, воздействуют на зарождающийся вкус и формируют модные образцы, активно взаимодействуя с общественностью.*

*Итак, статья исследует не только роль инфлюэнсеров и амбассадоров в мире моды, но также поднимает важные социологические аспекты, связанные с формированием вкусов и влиянием различных социальных групп на модные тенденции.*

*Ключевые слова: Инфлюэнсеры, амбассадоры, мода, стиль, тренды, социальные медиа, фаворитки, французский двор, Людовик XVI, история моды, образцы стиля, контент, бренд, маркетинг, влияние, аудитория, элита, динамика, цифровые технологии, Г. Блумер, механизм моды, общество, вкус, социальные группы, авторитет, современная мода.*

**Инфлюэнсеры - мастера современного влияния.**

Инфлюэнсер - это личность, которая имеет значительный вес и влияние в конкретной сфере, особенно в социальных медиа. Их мнение и активность могут значительно влиять на формирование восприятия и выборы их поклонников.

На первый взгляд кажется, что как такового термина "инфлюэнсер" не было раньше. Да, сам термин появился значительно недавно. Но давайте погрузимся ненадолго в историю и вспомним некоторых дам, возлюбленных французских королей, с официально присвоенным им рангом королевских фавориток. В частности, поговорим о фаворитках при французском дворе во время правления Людовика XVI: Катрин Белье, Луиза де Лавальер, сестры Манчини, Маркиза де Монтеспан и других.

Фаворитки, будучи близкими к власти, устанавливали стандарты элегантности и роскоши. Их выборы в одежде и украшениях становились образцами для подражания, формируя модные тенденции. Их образы активно реплицировались и имитировались в обществе. Это создавало модный эффект, придающий статус и престиж тем, кто подражал их стилю. Существенным фактором было то, что они часто поддерживали талантливых мастеров и дизайнеров, что способствовало развитию ремесленных искусств, включая текстиль, украшения и шитье.

Одежда фавориток становилась символом богатства и власти. Их модные выборы не только отражали их индивидуальный стиль, но и утверждали их социальный статус, они влияли на королевский круг и общество, определяя, что считается стильным и престижным. Это влияние распространялось на широкий круг людей, стремившихся следовать модным стандартам.

В целом, фаворитки при французском дворе не только создавали модные тенденции своего времени, но и оставались важными фигурами, формируя взгляды и стандарты в области одежды и стиля.

Но так какая же связь между понятиями "фаворитка" и "инфлюэнсер"? Модные инфлюэнсеры и фаворитки французского двора схожи в том, что обе группы играют ключевую роль в формировании модных тенденций и воздействии на стили и предпочтения общества. Подобно тому, как фаворитки при французском дворе были важными персонами, чьи модные выборы влияли на стиль и культуру своего времени, современные модные инфлюэнсеры выполняют подобную функцию в мире социальных медиа. Обе группы обладают способностью вдохновлять и создавать тренды, выступая в качестве образцов стиля для своей аудитории. Однако, конечно, контекст и средства передачи их влияния сильно различаются и это зависит от времени и общественной динамики.

Теперь, мы можем смело сказать, что предтечи современных модных инфлюэнсеров были фаворитки. Современные инфлюэнсеры продолжают наследие фавориток в создании и поддержании стилей. Однако, с появлением цифровых технологий и социальных медиа, их влияние стало более демократичным и доступным. Инфлюэнсеры строят свое влияние через контент, который транслируется непосредственно своей аудитории, формируя лояльное сообщество, которое взаимодействует с их идеями и стилем. В то время как фаворитки обычно зависели от поддержки высшего общества и королевского двора, инфлюэнсеры формируют свой статус и влияние в большей степени своим трудом, содержательным контентом и взаимодействием с подписчиками. Эта изменяющаяся динамика подчеркивает эволюцию восприятия моды и влияния в современном мире. Сегодняшние инфлюэнсеры, подобно фавориткам прошлого, стали не только источником вдохновения для моды, но и активными участниками общественного диалога. Их голоса становятся важным компонентом общественного мнения, а стиль - не только элементом внешнего вида, но и средством самовыражения и социокультурного влияния.



Среди современных популярных инфлюэнсеров можно выделить несколько, чьи имена стали символами влияния в различных областях.

1. Chiara Ferragni (*Instagram: @chiara ferragni*):

Chiara Ferragni: Влияние Мирового Масштаба в Сфере Инфлюэнсер-Маркетинга

Основные Факты:

- Chiara Ferragni - успешная итальянская блогерша, модель и дизайнер. Ее блог, *The Blonde Salad*, стал платформой, показывающий моду, красоту и стиль жизни.

Глобальный Бренд:

- Ferragni превратила свое онлайн-присутствие в мировой бренд. Ее влияние простирается далеко

за пределы блога и социальных медиа.

Сотрудничество с Брендами:

- Как инфлюэнсер, Chiara Ferragni сотрудничает с многими крупными брендами в мире моды, такими как Dior, Chanel, и Valentino, что подчеркивает ее влияние в индустрии.

Дизайнерская Карьера:

- Ferragni также является успешным дизайнером. Ее обувная линия Chiara Ferragni Collection стала популярной среди любителей моды.

Социальные Медиа и Платформы:

- Ее активность на платформах, таких как Instagram, с миллионами подписчиков, позволяет ей эффективно достигать глобальной аудитории.

Личный Бренд и Аутентичность:

- Chiara Ferragni успешно создала свой личный бренд, поддерживаемый аутентичностью. Ее подписчики ценят ее за открытость и честность.

Икона Стиля и Трендов:

- Ferragni стала иконой стиля, влияя на модные тренды. Ее образы и выборы влияют на предпочтения многих, и ее стиль часто становится объектом внимания.

Влияние на Поколение Миллениалов:

- Как представитель поколения миллениалов, Ferragni успешно сочетает в себе роль инфлюэнсера, предпринимателя и образованной молодой женщины, вдохновляя своих подписчиков.

Социальные Инициативы:

- Она также активна в социальных инициативах. Например, своей свадьбой, она подняла вопрос о роли блогеров и инфлюэнсеров в современной индустрии.

Бизнес-Модель:

- Она демонстрирует успешную бизнес-модель, объединяя инфлюэнсер-маркетинг, дизайн и предпринимательство в единый, когерентный образ.

Медиа-Магнит:

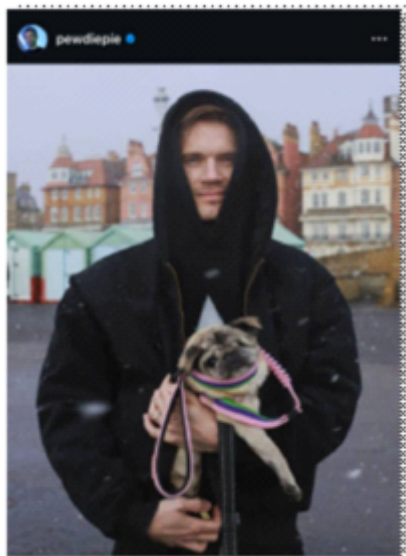
- Ее активность в СМИ, участие в модных показах и мероприятиях делают ее неотъемлемой частью мирового модного сообщества.

Влияние на Бизнес Индустрии:



- Ferragni продемонстрировала, что инфлюэнсеры могут стать ключевыми игроками в индустрии, воздействуя не только на потребительские предпочтения, но и на бизнес-решения брендов.

Chiara Ferragni представляет собой яркий пример того, как инфлюэнсер может превратить свое воздействие в многогранный бренд, оставаясь при этом аутентичным и вдохновляя свою аудиторию на глобальном уровне. Имея большой бонус - прибыль за счет своего блога.



## 2. PewDiePie (YouTube: PewDiePie):

**PewDiePie: Лидер YouTube и Инфлюэнсерское Величие**

**YouTube Король:**

- PewDiePie, настоящее имя Феликс Кьельберг, является одним из самых успешных и известных создателей контента на YouTube. Он долгое время был лидером по подписчикам на своем канале.

**Разнообразный Контент:**

- Его канал предоставляет разнообразный контент, включая игровые ролики, влоги, комедийные скетчи и обзоры. Это позволяет ему привлекать широкую аудиторию.

**Глобальная Популярность:**

- PewDiePie привлекает зрителей со всего мира. Его комментарии и шутки могут быть поняты и оценены аудиторией разных культур.

**Коммуникация с Подписчиками:**

- Он активно взаимодействует со своей аудиторией через различные социальные медиа, проводит опросы, отвечает на вопросы и участвует в челленджах, что создает близкую связь с фанатами.

**Культурное Влияние:**

- PewDiePie оказывает значительное культурное влияние. Его популярность распространяется на создание мемов, разговорные выражения и внимание к обзорам игр.

**Благотворительность и Общественные Инициативы:**

- Кроме развлечения, он активно участвует в благотворительных мероприятиях, поддерживает общественные инициативы, что придает его образу дополнительную глубину.

**Игровая Индустрия и Обзоры:**

- PewDiePie имеет огромное влияние в игровой индустрии. Его обзоры игр могут повлиять на продажи и популярность определенных тайтлов.

**Контроль над собой и образом:**

- В свете различных controversий, PewDiePie продемонстрировал умение контролировать себя и свой образ, а также извлекать уроки из собственных ошибок.

**Коммерческие Возможности:**

- Его влияние не ограничивается только YouTube. PewDiePie сотрудничает с

различными брендами, участвует в рекламных компаниях и имеет свои собственные товары.

**Свобода и Креативность:**

- Его успех подчеркивает силу индивидуальности и творчества в создании контента на платформах, где инновации и креативность важны.

PewDiePie стал не просто YouTube-звездой, но и культурным феноменом, объединяющим поколения и поклонников со всего мира. Его влияние в различных областях подчеркивает силу цифровых платформ и инфлюэнсерского контента.



**3. Anna Dello Russo**

(Instagram: @annadellorusso):

**Anna Dello Russo: Икона Стиля и Влиятельный Гламурный Инфлюэнсер  
Индустриальная Икона:**

- Anna Dello Russo - выдающаяся фигура в мире моды, заслуживающая признание своим вкладом в индустрию. Она была редактором Vogue Japan и стала символом стиля и изысканности.

**Стиль и Эксцентрика:**

- Ее уникальный стиль, полный эксцентрики и дерзости, делает ее неотъемлемой частью модных событий и зрелищ.

**Сотрудничество с Брендами:**

- Anna Dello Russo сотрудничает с известными брендами, такими как H&M, создавая эксклюзивные коллекции и аксессуары, что подчеркивает ее влияние в индустрии.

**Публичные Появления:**

- Ее появления на мероприятиях, таких как недели моды, всегда привлекают внимание благодаря ее умению сочетать стили и тенденции.

**Блог и Социальные Медиа:**

- Она активно использует блог и социальные медиа, чтобы поделиться своим стилем и вдохновением с миллионами подписчиков.

**Образовательные Проекты:**

- Anna Dello Russo участвует в образовательных проектах, передавая свой опыт и знания молодым дизайнерам и стилистам.

**Влияние на Мировую Моду:**

- Ее стиль и взгляд на моду оказывают влияние на тенденции и восприятие моды как искусства.

**Эксклюзивные Съемки:**

- Ее участие в эксклюзивных фотосессиях для Vogue и других изданий подчеркивает ее статус в мире моды.

**Любовь к Аксессуарам:**



- Известна своей любовью к экстравагантным и ярким аксессуарам, которые стали ее фирменным стилем.

Индивидуальность и Аутентичность:

- Anna Dello Russo придает большое значение индивидуальности и аутентичности в стиле, вдохновляя других быть уверенными в себе.

Международное Признание:

- Ее влияние распространяется далеко за пределы Италии, она стала мировой иконой стиля и инфлюэнсером с международным влиянием.

Anna Dello Russo продолжает вдохновлять и влиять на мир моды, не только своими творческими подходами, но и своим стремлением передать свой опыт новому поколению.

Подняв тему про инфлюэнсеров, нельзя не затронуть такое понятие как "Амбассадор" (посол бренда)

Различия между Инфлюэнсерами и Амбассадорами:

В своей сущности, инфлюэнсеры и амбассадоры часто выполняют схожие функции, но имеют исключительные особенности, которые определяют их роль и влияние.

Инфлюэнсеры:

- Фокусируются на создании разнообразного контента и привлечении внимания большого числа подписчиков.

- Их влияние обычно распространяется на различные темы, от моды и стиля до красоты, путешествий и образа жизни.

- Инфлюэнсеры часто сотрудничают с различными брендами и продвигают разнообразные продукты.

Амбассадоры:

- Связаны с определенным брендом или продуктом, выступая его представителями.

- Основная цель - укрепить связь аудитории с брендом и создать лояльность к конкретному продукту или идее.

- Амбассадоры часто взаимодействуют с аудиторией более глубоко и долгосрочно, подчеркивая долгосрочные отношения с брендом.

Связь Инфлюэнсеров и Амбассадоров:

Совместные компании:

- Иногда инфлюэнсеры и амбассадоры объединяют свои силы для совместных компаний, что помогает бренду получить максимальное воздействие.

Плавный Переход:

- Инфлюэнсеры могут стать амбассадорами бренда и наоборот, основываясь на том, как эти роли соответствуют их личным и профессиональным целям.

Доверие и Авторитет:

- Амбассадоры, связанные с брендом, могут усилить доверие, а инфлюэнсеры могут добавить компаниям бренда креативности и новаторства.

Совместное воздействие инфлюэнсеров и амбассадоров создает мощный механизм продвижения, подчеркивая их роль в современной моде и маркетинге. Эти две концепции взаимодополняют друг друга, обогащая восприятие бренда и формируя глубокие связи с аудиторией.



Примеры успешных Амбассадоров:

1. Lionel Messi и Adidas

Долгосрочное Партнерство:

- Сотрудничество Месси с Adidas началось в подростковом возрасте. Его первый контракт с брендом был подписан ещё в 2006 году, и с тех пор они продлили соглашение на несколько раз.

Собственные линии Обуви:

- Adidas выпустил несколько линий футбольных бот, разработанных специально для Лионеля Месси. Эти ботсы, такие как серия "Adidas Nemeziz Messi", стали популярными среди футбольных любителей.

Мировые рекламные компании:

- Месси является лицом глобальных рекламных компаний Adidas. Его образ используется для продвижения футбольной

экипировки и других продуктов бренда.

Поддержка технологий:

- В сотрудничестве с Adidas, Месси поддерживает технологические инновации, внедряемые в производство футбольной экипировки. Он активно участвует в тестировании и разработке новых технологий для улучшения производительности на поле.

Мероприятия и турниры:

- Лионель Месси регулярно участвует в мероприятиях и турнирах, спонсируемых Adidas. Его участие подчеркивает его связь с брендом и активную роль в его продвижении.

Глобальное влияние:

- Adidas выделяет Месси как одного из своих ключевых амбассадоров, представляя его как символ своей спортивной и культурной авторитетности в различных частях мира.

Сотрудничество Лионеля Месси с Adidas выходит за рамки обычного спонсорского контракта, оно стало важной частью брендовой стратегии и маркетинга, признавая его влияние и значимость в мире футбола и моды.

2. Zendaya и Valentino

Zendaya, талантливая актриса и модель, была объявлена амбассадором бренда Valentino в 2020 году. Вот несколько моментов, подчеркивающих ее роль в партнерстве с Valentino:

Гламур и Стиль:

- Zendaya подчеркивает изысканный и гламурный стиль бренда Valentino, воплощая элегантность и красоту в своих образах.

Участие в рекламных компаниях:

- Она участвует в ключевых рекламных кампаниях Valentino, в том числе в кампании для сезона весна-лето 2020, где ее образ олицетворяет изысканность и современность бренда.

Поддержка новых коллекций:

- Zendaya представляет новые коллекции Valentino на мероприятиях и публичных выходах, подчеркивая ее роль в поддержке бренда на мировой сцене моды.

Влияние на социальных Медиа:

- Ее активность в социальных медиа помогает распространению образа Valentino среди ее многочисленных подписчиков, придавая бренду современный облик.

Совместные проекты:

- Zendaya может быть задействована в совместных проектах с брендом, таких как запуск эксклюзивных коллекций или участие в благотворительных мероприятиях, что дополняет ее роль амбассадора.

Излучение элегантности и Силы:

- Ее образ сочетает в себе элегантность и силу, что соответствует философии Valentino, делая ее привлекательной для бренда.

Zendaya, как амбассадор Valentino, не только украшает бренд, но и вносит свой вклад в его современный облик и восприятие в индустрии моды.



### 3. Jorge Clooney и Nespresso

Джордж Клуни является долгосрочным амбассадором бренда Nespresso. Вот несколько аспектов его роли в сотрудничестве с Nespresso:

Лицо рекламных Компаний:

- Клуни часто появляется в рекламных кампаниях Nespresso. Его обаяние и стиль придают бренду изысканный и привлекательный облик.

Креативное участие:

- Он активно участвует в создании рекламных контентов и идейных проектов для Nespresso, что добавляет персональный штрих к рекламным материалам.

Поддержка устойчивости:

- Джордж Клуни также поддерживает инициативы Nespresso в области устойчивости.

Он акцентирует внимание на ответственном потреблении и устойчивом подходе к производству кофе.

Продвижение продуктов:

- Как амбассадор, он активно продвигает различные продукты и варианты кофе от Nespresso, участвуя в их презентациях и обзорах.

Образ Современного Джентльмена:

- Его образ в Nespresso подчеркивает стиль, элегантность и заботу о деталях, что вполне соответствует образу современного джентльмена.

Эксклюзивные мероприятия:

- Клуни участвует в эксклюзивных мероприятиях и премьерах, связанных с брендом Nespresso, что укрепляет его связь с брендом на мировом уровне.

Сотрудничество Джорджа Клуни с Nespresso выходит за рамки обычной рекламной кампании, создавая образ страстного ценителя кофе и придающего элегантности этому бренду.



Интересный пример из мира кино. В сериале "Эмили в Париже", главная героиня Эмили Купер можно определить как инфлюэнсера, так как она активно использует социальные медиа для обмена впечатлениями о своей жизни в Париже, влияя на восприятие своих подписчиков. В то же время, она также становится амбассадором некоторых модных брендов в ходе сюжета, что добавляет ей аспект близости к роли брендового представителя. Таким образом, ее персонаж может быть рассмотрен в контексте обеих ролей - инфлюэнсера и амбассадора.

Как утверждал Г.Блумер - не престиж элиты делает модель модной, а наоборот, сам престиж элиты "прикрепляется" к пригодному и "потенциально модному" образцу. Элита воздействует на

зарождающийся вкус, но не контролирует его:

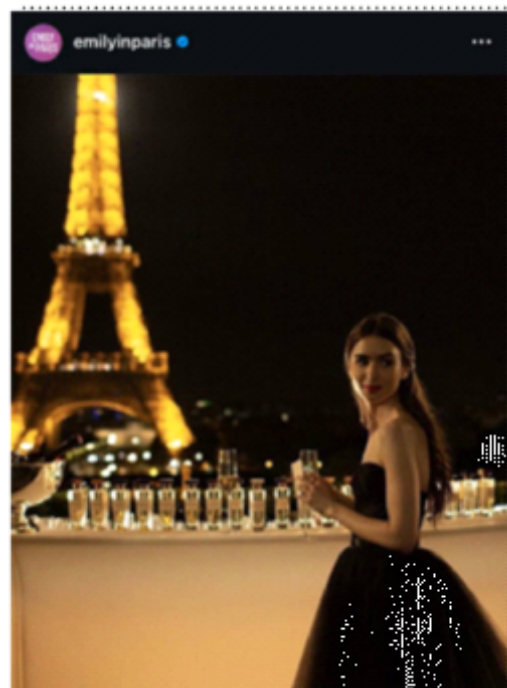
"Моя позиция такова, что механизм моды превосходит и заключает в себе престиж элитарной группы, а не вытекает из этого престижа" - Г.Блумер.

Простыми словами Герберт Блумер говорит, что мода формируется не только из-за того, что считается престижным у элиты, но также из-за влияния других групп людей. Он утверждает, что престиж элиты "прикрепляется" к уже существующим модным тенденциям, а является источником или создателем моды.

Механизм моды более сложен и включает в себя взаимодействие различных общностей, а не только элиты. Таким образом, он выдвигает идею, что мода формируется в результате влияния различных социальных групп, и престиж элиты лишь добавляется к уже устоявшимся модным тенденциям. Это представление подчеркивает активное воздействие не только элиты, но и разнообразных общностей на формирование моды.

Элита, согласно Блумеру, воздействует на зарождающийся вкус.

Современные амбассадоры и инфлюэнсеры, подобно элите, не контролируют, но влияют на формирование вкуса, создавая собственные уникальные образы и



н е



стили.

Тем самым они продолжают роль создания модных образцов и воздействия на восприятие моды, подтверждая идею, что мода превосходит престиж элитарной группы, а не вытекает из него.

## **Список использованной литературы:**

1.Э. Б. ПЛАКСИНА, Л. А. МИХАЙЛОВСКАЯ, В. П. ПОПОВ. ИСТОРИЯ КОСТЮМА. СТИЛИ И НАПРАВЛЕНИЯ

2.Мода как "коллективный отбор" [https://e-notabene.ru/fr/article\\_20580.html](https://e-notabene.ru/fr/article_20580.html) (электронный ресурс)

3.Блумер Г., Мода: от классовой дифференциации к коллективному отбору (Электронный ресурс). [http://zaharov.znautvse.com/articles/blumer\\_01.htm](http://zaharov.znautvse.com/articles/blumer_01.htm)

4.Комиссаржевский Ф.Ф. "История костюма", учеб. пособие. Минск. Издательский центр "Академия", 2016 г.-300 с.

5.ИНФЛЮЕНСЕРЫ КАК МЕДИАЗНАЧИМЫЕ ДРУГИЕ: СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕНДЫ ВТОРИЧНОЙ СОЦИАЛИЗАЦИИ (Электронный ресурс)<https://cyberleninka.ru/article/n/inflyuensery-kak-mediaznachimye-drugie-sovremennye-trendy-vtorichnoy-sotsializatsii>

6.БЛОГЕРЫ-ИНФЛЮЕНСЕРЫ В FASHION-ИНДУСТРИИ (электронный ресурс) <https://cyberleninka.ru/article/n/blogery-inflyuensery-v-fashion-industrii>