



بخشی از ترجمه مقاله

عنوان فارسی مقاله :

عنوان مقاله: یک مدل مفهومی از فرآیند مد
بخش ۲: یک بررسی تجربی از سطح خرد-ذهنی

عنوان انگلیسی مقاله :

A conceptual model of the fashion process – part2

An empirical investigation of the micro-subjective level



توجه !

این فایل تنها قسمتی از ترجمه میباشد. برای تهیه مقاله ترجمه شده کامل با فرمت ورد (قابل ویرایش) همراه با نسخه انگلیسی مقاله، [اینجا](#) کلیک نمایید.



بخشی از ترجمه مقاله

Conclusion

Based on the foregoing discussion, the crux of the issue in this paper was to investigate the complicated mechanisms when individuals negotiate with self. The study reveals both the "how" and the "why" of the underlying factors in the fashion adoption process. In the emerging of a new fashion, the results of negotiation with self of fashion innovators, which create symbolic ambiguities, are the most crucial. Fashion innovators create ambiguity that paves the way for a new fashion direction. As a result, fashion designers and suppliers always search for a new sense of fashion from innovators. This method is known as "cool hunting" (Armstrong, 1999; O'Brien, 1999). The results shown here suggest that:

- New fashion always has to be different (although it is evolving) from the firmly established fashion.
- New fashion makes innovative consumers feel differently, therefore, fashion can start.

۴. جمع بندی

نتیجه

با توجه به بحث قبل، بخش مهم موضوع در این مقاله بررسی مکانیزمی پیچیده مربوط به زمانی که افراد با خود مذاکره می کنند، می باشد. این تحقیق "چگونگی" و "چرایی" عوامل مهم در فرآیند اقتباس مد را آشکار می کند. در پدیدار شدن یک مد جدید، نتایج مذاکره با خود بدعت گذاران مد، که ابهامات نمادین را خلق می کنند، ضروری ترین هستند. بدعت گذاران مد ابهامی را خلق می کنند که راهی برای جهت یک مد جدید ایجاد می کند. در نتیجه، طراحان مد و تهیه کنندگان در جست و جوی یک مفهوم مد تازه از جانب بدعت گذاران هستند. این روش با عنوان "شکار آرام" شناخته شده (Armstrong, 1999; O'Brien, 1999). نتایج نشان داده شده در این جا پیشنهاد می دهند که:

- مد جدید همیشه باید متفاوت (گرچه در حال تغییر و توسعه است.) از مد و ریشه ای پایه گذاری شده باشد.
- مد جدید به مصرف کنندگان مبتکر حسی متفاوت می دهد، بنابراین، مد می تواند آغاز شود.



توجه!

این فایل تنها قسمتی از ترجمه میباشد. برای تهیه مقاله ترجمه شده کامل با فرمت

ورد (قابل ویرایش) همراه با نسخه انگلیسی مقاله، [اینجا](#) کلیک نمایید.

برای جستجوی جدیدترین مقالات ترجمه شده، [اینجا](#) کلیک نمایید.