

## IDENTITATEA NAȚIONALĂ ÎN ERA GLOBALIZĂRII

Arina POPOV<sup>1\*</sup>

<sup>1</sup>Universitatea Tehnică a Moldovei, Facultatea Textile Și Poligrafie, departamentul "Design și Tehnologii în Textile și Poligrafie", grupa DVI-171, Chișinău, Moldova

\*Autorul corespondent: Popov, Arina, arina.popov@dv.utm.md

**Rezumat.** Impactul tendințelor culturale a globalizării asupra diverselor culturi naționale a devenit una dintre problemele cele mai actuale ale epocii contemporane. În prezent, globalizarea este adesea văzută ca un fenomen hegemonic care cuprinde și afectează toate formele și elementele culturale posibile din întreaga lume, atât în societățile post-moderne cât și în cele tradiționale. Era globalizării prezintă o serie de provocări pentru identitatea națională. Este nevoie de a obține o evaluare mai exactă a legăturii dintre globalizare și identitatea națională pentru a stabili caracterul pozitiv sau negativ al acestui proces.

**Cuvinte cheie:** cultură, modă, tradiție, valori, națiune.

### Introducere

Fenomenul globalizării prezintă o serie de provocări pentru identitatea națională. Caracterul multidimensional al identității naționale se concentrează pe un aspect specific al identității naționale în raport cu granițele naționale - și anume, identitatea etnică. Aspectul etnic al identității naționale se bazează în primul rând pe rudenie sau origine etnică, servind astfel ca o bază fundamentală în studiul națiunilor. Identitatea națională este un tip de identitate colectivă înrădăcinată în simboluri, amintiri și valori din trecut legate de un teritoriu specific care se distinge de alte națiuni și, de asemenea, se proiectează în viitor. Spre deosebire de aceasta, globalizarea este definită drept fenomen care promovează interconectarea internațională. Deși unii cercetători privesc aceste două fenomene ca fiind conflictuale, alții atrag atenția asupra afinităților lor.

### Impactul fenomenului globalizării în industria modei

În epoca modernă, industria modei nu rămâne a fi doar un fenomen cultural, ea devine pentru mai multe țări o sursă constantă de venit, și, la scară globală aceasta reprezintă o sursă de creșterea a întregii economii globale.

În prezent, industria modei, ca și orice alt sector al economiei globale se confruntă cu efectele globalizării. Acest lucru se manifestă în primul rând în schimbarea conștiinței consumatorului și atitudinea acestuia față de modă. Până în secolul XX cultura și moda erau considerate atribute ale aristocrației și apartenenței la înalta societate. Moda ca fenomen cultural nu a fost accesibilă pentru mulți, ceea ce a dus și la creșterea valorificării acesteia. Moda fost o reflectare a artei, arhitecturii, muzicii, literaturii și de asemenea, a opiniilor politice și a transformărilor economice predominante în societatea aflată într-o anumită etapă a dezvoltării ei.

Odată cu începutul secolului XX, o creștere a volumelor comerțului mondial și intensificarea tot mai mare a proceselor de globalizare care au afectat toate sferile societății, apare tendința de democratizare a modei, ceea ce o face mai accesibilă pentru un public mai larg de consumatori. Accesul deschis la informație în epoca globalizării duce la absența restricțiilor la difuzarea informațiilor. Viteza crescută de propagare a informațiilor a influențat structura pieței mondiale a modei, definind regulile și legile sale moderne.

Sezonalitate - scurtarea termenilor ciclurilor de modă, reprezintă una dintre consecințele directe a procesului de globalizare. Dacă canoanele vestimentare a secolului XII rămâneau relevante pentru aproape 200 de ani, iar influența spaniolă asupra costumului european în secolul XVI a continuat 50–70 ani, deja în secolul XVIII tendința pentru o anumită siluetă se menține aproximativ 30 de ani, iar după Revoluția Franceză, ciclul de viață al unui stil a fost redus la 12–20 de ani. La sfârșitul secolului XX, piața necesită noi idei radicale în fiecare sezon. Astăzi

compania (marca) trebuie să producă cel puțin două colecții pe an (colecția de primăvara / vara, colecția de toamna / iarna), care dictează termenele stricte pentru dezvoltarea, producția, promovarea și vânzarea colecțiilor sezoniere. În plus, casele de modă caută să producă nu numai vara și iarna colecții, dar și colecții suplimentare: croaziere și capsule.

Un alt aspect reprezintă accelerarea apariției de noi și cele mai recente tehnici și tehnologii. Condițiile actuale pe piața mondială este de așa natură încât, la momentul aplicării acesteia, ideea poate deja să-și piardă noutate. În epoca informațională „perioada de valabilitate” a inovațiilor este limitată, prin urmare, este necesară o inovație continuă (revoluționară și evolutivă) în mod constant. Astăzi întreaga afacere de modă este construită pe conceptul de demodare (învechire) instantanee. De exemplu, pentru a fi mereu în trend, faimosul brand de îmbrăcăminte și accesorii, Zara, are un ciclu de lansare a produselor (de la idee la apariția sa în retail) de 2 săptămâni, care permite brand-ului să-și actualizeze rapid întregul sortiment, să elimine din producție modelele nepopulare și să modifice designul disponibil la cererea consumatorilor.

Schimbarea rolului designerului (directorului creativ) – moment crucial al epocii globalizării. Dacă anterior figura designerului în cadrul brand-ului a fost principală și creatoare (toate casele de modă celebre poartă numele creatorului său: Dolce & Gabbana, Prada, Versace, Valentino, Chanel, Dior etc.), în prezent, designerul joacă rol central doar la crearea colecțiilor haute couture în care exclusivitatea are o valoare primară. În colecțiile axate pe mass-market, designerul este înlocuit cu o echipă de proiectanți, a căror scop principal este menținerea tendințelor sezoniere stabilite în colecția haute couture, și adaptarea acestora pentru consumatorul de masă. De exemplu, în Zara, cu acest scop funcționează o echipă de aproximativ 400 de profesioniști.

### **Identitatea națională a poporului roman**

„Fiecare popor are anumite trăsături specifice (teritoriu, limbă, ocupații, tradiții și obiceiuri) prin care-și constituie identitatea în contextul marilor familii de popoare ale lumii. Portul popular este un element al individualizării, al personalizării celor ce alcătuiesc o nație, un popor, contribuind la îmbogățirea bazei materiale naționale și universale” [1]. El constituie o oglindă vie a continuității națiunii pe aceste meleaguri.

„Ca parte integrantă a istoriei și civilizației poporului român, portul popular constituie un document viu care a transmis generațiilor mesajul unei creații artistice autentice” [2]. În cultura populară sunt încorporate și valori “eterne” ale umanității în genere, legate de împlinirea unor nevoi fundamentale ale omului, aceleași pe tot globul, și în esență aceleași din zorile omenirii pînă azi. Fiind în calitate de componentă a culturii populare, portul popular pune în lumină o seamă de note definitorii exprimate prin simțul practic și gustul artistic. Faptul că broderiile permiteau marcarea unor deosebiri ale vestimentației naționale între persoane, pături, clase sociale și comunități omenești constituie un puternic stimulent în dezvoltarea și diferențierea lor teritorială. Evoluția cămășii femeiești și bărbătești la populația românească pune în lumină fapte de o reală însemnătate istorico-artistică. Secole la rînd, în ornamentația brodată s-au conservat în general aceleași cîmpuri și motive ornamentale întîlnite în portul popular românesc.

### **Identitatea națională românească în moda internațională**

O importanță deosebită în dezvoltarea și promovarea continuă a identității naționale românești, menite să aducă în contemporan arta, cultura și tradiția, o are interesul modei internaționale contemporane pentru elementele folclorice a poporului român.

Portul popular românesc este pilonul identității și culturii românești. Atât designerii autohtoni, cât și cei internaționali, folosesc ca sursă de inspirație elementele populare din costumul tradițional românesc, care urmează în continuare a fi reinterpretate pentru cultura contemporană. Iar reînterpretarea acestuia constă în alăturarea unor piese moderne și croieli actuale cu motive tradiționale românești a căror paleta cromatică este bogată, compusă din roșu, vișiniu, maro, portocaliu, galben, alb și negru - culori specifice costumului național românesc. Au integrat, în colecțiile lor, motive populare românești, aducînd astfel în atenția publicului frumusețea mereu

actuală a broderiilor manuale, borangicului și ritualurilor din identitatea națională a poporului român. Realizate manual, cu o finisare atentă și accent pe detalii, ele devin o marcă a culturii, o moștenire de preț pentru fiecare generație și o dovadă a faptului că pasiunea naște frumosul.

„Henri Matisse a pictat în 1940 capodopera „La blouse roumaine”, care a fost sursă de inspirație a colecției Yves Saint Laurent pentru toamna 1981” [3]. Pictorul impresionist a creat "la blouse roumaine" în nouă luni, a tatonat fiecare din cele 14 etape ale capodoperei pentru ca în final să pună în valoare esențialul artei românești. Yves Saint Laurent a reprodus cu lux de amănunte iia lui Matisse și, în 1981, a integrat-o într-o colecție haute couture. Așa a început cariera iei românești prin moda internațională de înaltă calitate.

„Ajutat de femeile din comuna Salva, Bistrița-Nasaud, designer-ul francez, Phillippe Guilet, care a luat contact cu portul tradițional românesc, a adus un omagiu țării prin intermediul realizării unor piese vestimentare” [3] a căror motive se regăsesc în portul popular românesc. Elementele principale fiind pălăriile tradiționale, reînterpretate cu elemente moderne și inspirate de costumația călușariilor (participanții la dansul Călușului, dans tradițional românesc, prezent în timpurile vechi atât în Moldova, Oltenia cât și în Transilvania).

Brand-ul american, Anthropologie, a creat o întregă colecție pentru toamnă, inspirată de costumul popular din Maramureș. „Această colecție a avut un impact major în lume, ea fiind distribuită în America, Anglia, Canada și online, în peste 30 de țări” [3]. Colecția a fost inspirată din portul tradițional maramureșean: de la ii, fote și bundițe la motive florale și geometrice.

„Joseph Altuzarra, designer-ul francez care deține brand-ul american Altuzarra, s-a inspirat din costumul românesc pentru una dintre colecțiile sale ce cuprinde ținute colorate, bluze care seamănă cu iia românească și fuste creion cu imprimeuri etno [3].

„Pentru colecția de primăvară-vară 2012, Tom Ford și-a găsit surse de inspirație în Spania, America de Sud, dar și în România, mai exact, din zona Făgărașului” [3]. Tricourile au croiul inspirat din cămășile de noapte bărbătești și aplicații din ii create de acum 100 de ani, care rămân inovative și moderne.

### **Elaborarea unui model actual inspirat din identitatea națională a poporului roman**

În acest secol al vitezei și al presiunilor care ni se fac pentru introducerea și acceptarea, în societatea românească, a unor valori globale, s-a ajuns la deteriorarea identității române. Scopul principal al proiectului reprezintă valorificarea culturii portului popular românesc, prin crearea unui model vestimentar inedit ce corespunde rigorilor estetice, ergonomice și funcționale actuale.

Pentru aceasta au fost identificate și actualizate elementele sumanului românesc în două aspecte: modelul ornamental stilizat și integrat în formă într-o manieră proprie; tehnica de lucru (broderie pe blană) reprezintă o soluție estetică și tehnică nouă.

Palton din blană artificială reprezintă un produs vestimentar exterior pentru femei, modern și elegant, în stil etno. Modelul este de siluetă dreaptă, de lungime clasică, confecționat din blană de culoare albă și garnisit în zona spatelui cu motive ornamentale brodate, inspirate din decorul sumanelor tradiționale românești. Decorul este aplicat la utilaj industrial, cu ață de culoare neagră.

Designul acestei ținute este axat pe ideea valorificării culturii portului popular românesc prin reproducerea, într-o manieră actualizată (ca materiale, croi și tehnică de lucru), a elementelor costumului tradițional: silueta dreaptă, liberă a sumanelor; materialul caracteristic pentru vestimentația tradițională exterioară (blana) și, în mod special, ornamentica portului popular.

Modelul vestimentar elaborat deține valoare estetică, cultural-artistică și utilitară, și are impact socio-economic în următoarele aspecte: Este un produs modern, original și funcțional, în care sunt valorificate la un nivel estetic înalt elementele portului popular românesc. Poate fi purtat la evenimente sociale, culturale, artistice, de popularizare a valorilor culturii naționale etc. Poate și lansat în producere în serii mici, având elaborată documentația constructiv-tehnologică.

Poate fi diversificat ca model, precum și dezvoltate ansambluri/colecții vestimentare prin modificarea: materialelor, lungimii și siluetei produsului, compoziției ornamentale, cât și a tehnicii de realizare și locului de aplicare a decorului pe produs.



**Figura 1. Modelul elaborat**

### **Concluzii**

În epoca globalizării, criza identității naționale apare la nivel politic, economic și cultural. Cauza principală a crizei de identitate națională se află în ineficiența autogovernării statelor naționale. Pentru a promova conceptul identității naționale în epoca globalizării, trebuie să fie întreprinse acțiuni de susținere a identității naționale precum : promovarea reformei sistemului politic, explorarea modelelor democratice de guvernare și crearea precondițiilor instituționale pentru identitatea națională; promovarea dezvoltării economice, asigurarea corectitudinii și justiției și garantarea intereselor identității naționale; dezvoltarea culturii naționale, consolidarea integrării valorice și îmbogățirea semnificației culturale a identității naționale; și recunoașterea diferitelor niveluri de dezvoltare a comunității și promovarea integrării comunității în identitatea națională.

**Conducător:** Alina TOCARCIUC , l.u.

### **Referințe**

1. Consideratii generale asupra kitsch-ului din portul popular romanesc. [online], [accesat 15.03.2020]. Disponibil: <https://www.caietesilvane.ro/articole/465/Consideratii-generale-asupra-kitsch-ului-din-portul-popular-romanesc.html>
2. Trăsăturile generale ale portului tradițional românesc. [online], [accesat 15.03.2020]. Disponibil: [https://www.traditii.pancarpatica.ro/ari2\\_908-costumul\\_popular\\_romanesc.html](https://www.traditii.pancarpatica.ro/ari2_908-costumul_popular_romanesc.html)
3. Costumul popular românesc curerește moda internațională. [online], [accesat 15.03.2020]. Disponibil: <https://www.credinta-adevarata.ro/2012/12/05/costumul-popular-romanesc-cucereste-moda-internationala/>