

Содержание

Предисловие.....	9
Введение.....	13
Часть первая	
Фабричная марка	
1. Рождение кутюрье.....	25
От первого кутюрье к первой модной марке.....	26
У истоков творчества – жажда реванша.....	33
Создатели отличий.....	41
Кутюрье – суперзвезда.....	45
Гипнотическое обаяние художника.....	49
Имя в аренду: изобретение лицензии.....	55
2. Чудо марки.....	59
Капитализм, шитый белыми нитками.....	60
Гуччи и вторая жизнь модных марок.....	64
Марка, греза капиталиста.....	71
Ценные марки и сколько они стоят.....	80
«Люкс» всегда в моде.....	84
Создать свою легенду.....	87
Желанные марки и нежелательные клиенты.....	91
Мода неуправляема.....	95

Часть вторая

Фабрика тенденций

3. Произвол моды.....	103
Таинственные тенденции	104
«Мода – это то, что выходит из моды».....	107
Воображаемый заговор	111
Лаборатория моды – улица	115
Мода – отражение моды	120
Загадки успеха и неудачи	124
Мир, в котором все возможно	128
4. Можно ли управлять тенденциями?.....	132
Узкий мирок	133
Чуткость к веяниям времени	140
Ускоренный кругооборот тенденций, или Модель Сантье	149
Как спровоцировать успех.....	152
Волна «порно-шика».....	157
Benetton, или Пределы стратегии провокации	162
5. Законы тенденций	166
Закон Пуаре.....	166
Самореализующееся пророчество.....	170
Колетт – пророчица	172
Пророчества знаменитостей	178
Конкурс красоты	183
Беспощадный мир	189
Действовать вопреки неуверенности	193

Часть третья

Почему это имеет значение?

6. Иррационально ли модное животное?.....	199
Что важнее: марка или товар?	
Пример: духи	200

Красота цены	206
Маркетинг моды и интеллектуалы, которых он предпочитает	210
Бурдые: система господства моды	218
По одежке о классовой принадлежности не судят	221
7. Мода – путь к самому себе	226
Мода как болезнь	227
Одеть свою сущность	230
Одевать(ся), чтобы отличать(ся)	233
От отличия к подражанию	237
«Я» как последняя утопия	243
Потребность в вымысле	250
Мода предается иронии	253
Заключение	259
Послесловие к карманному изданию	262