

УДК 008

DOI: 10.34670/AR.2023.55.79.004

## **Перспективы формирования культурной идентичности российской молодежи в пространстве молодежной моды**

**Занина Ксения Дмитриевна**

Начальник отдела организации научно-исследовательской деятельности,  
Российский государственный социальный университет,  
129226, Российская Федерация, Москва, ул. Вильгельма Пика, 4;  
e-mail: ZaninaKD@rgsu.net

### **Аннотация**

В статье рассматривается роль молодежной моды и влияние процессов глобализации на формирование культурной идентичности российской молодежи. Особое внимание уделено перспективам развития молодежной моды, предлагается подход использования механизмов моды для развития национально-культурной идентичности российской молодежи на основе дифференцированного подхода в распространении модных тенденций с учетом личностных и социально-культурных особенностей молодежных групп. Рассмотрение роли молодежной моды в формировании культурной идентичности российской молодежи позволяет сделать вывод о существенном влиянии на эту идентичность процессов глобализации. Это выражается в распространенной тенденции механического заимствования из чуждого культурного контекста, прежде всего, западных модных образцов, воплощающих иную ментальность и систему культурных ценностей, которые могут разрушать российскую традиционную культуру. Несмотря на то, что процессы глобализации имеют и свою положительную сторону, оказывая определенное влияние на необходимую социализацию российской молодежи, эти же процессы могут блокировать и нивелировать творческий потенциал молодых людей, где молодежной моде принадлежит значимая роль. Соответственно, среди перспектив развития молодежной моды, наиболее важной становится стратегия использования механизмов моды для развития национально-культурной идентичности молодежи в российском обществе на основе дифференцированного подхода в трансляции модных образцов с учетом личностных и социально-культурных особенностей молодежных групп.

### **Для цитирования в научных исследованиях**

Занина К.Д. Перспективы формирования культурной идентичности российской молодежи в пространстве молодежной моды // Культура и цивилизация. 2023. Том 13. № 10А. С. 30-39. DOI: 10.34670/AR.2023.55.79.004

### **Ключевые слова**

Мода, культурная идентичность, глобализация, молодежь, молодежная мода, потребление, созидание, культура.

---

## Введение

В различных исследованиях молодежной моды выделяется ее связь с культурной идентичностью молодежи. В условиях российского общества наблюдаемый кризис самоидентичности как причина появления этой проблемы выражается в качестве потери многими субъектами самотождественности, собственного лица, осознания себя в качестве неповторимой, уникальной личности [Культурная идентичность и глобализация, 2002]. Эта негативная тенденция во многом связана с сужением спектра социальных взаимосвязей и взаимодействий отдельных индивидов и социальных групп, включая представителей молодежного социума, испытывающих воздействие информационной среды, минимизирующих возможности взаимодействия людей в социальной реальности. Развитые компьютерные технологии, которыми активно пользуется современная молодежь, могут предложить в лучшем случае ту или иную «обратную связь» от реципиентов к коммуникаторам или симулякры виртуальной реальности, имитирующие живое межличностное общение [Бодрийяр, 2009]. Зато присутствуют различные варианты манипуляции массовым сознанием в т.ч. через молодежную моду с использованием современных технологий информационного воздействия на молодежь.

В этом случае просто изучение запросов в сфере молодежной моды не может в полной мере заменить возможности самих молодых людей проявлять творческий подход и самостоятельность в формировании тех или иных модных образцов, создаваемых различными «внешними» агентами (в основном глобальной индустрией моды).

## Методика исследования

Методы исследования. Основными методами исследования явились системный анализ, а также сравнительно-историческое и социально-психологическое изучение феномена молодежной моды. Рассмотрение молодежной моды как системы позволило выявить взаимосвязь между различными ее элементами, а также рассмотреть молодежную моду как часть более широкой системы молодежной культуры. Сравнительно-исторический метод обеспечил выявление основных тенденций развития молодежной моды в ее культурно-исторической динамике. Методы социально-психологического исследования позволили рассмотреть феномен моды с позиций социального взаимодействия внутри молодежной среды и взаимодействия последней с окружающим социумом в контексте освоения и распространения моды в ее влиянии на культурную идентичность представителей этой возрастной группы.

## Результаты исследования

Следует также отметить, что молодежная мода может способствовать не только интеграции и самоидентичности молодежи в качестве особой социальной группы, но и иметь риск стать причиной значительной разобщенности молодых людей, которых объединяет не столько общие ценностно-мировоззренческие и осознаваемые культурные ценности, сколько внешнее подражание модным образцам через одежду, стиль поведения, модные досуговые, достаточно поверхностные увлечения, где особая роль принадлежит умениям пользоваться современными компьютерными технологиями, которые становятся самоцелью и одновременно внешним индикатором принадлежности к молодежной группе [Тард, 1892, 1903]. В то же время сводится к минимуму готовность молодежи к сопереживанию, сочувствию, взаимопониманию в качестве повседневной нормы существования индивида в социуме. Вместе с тем актуальным в

молодежной моде остается в большей мере «казаться», чем «быть» в соответствии с заданными модными стандартами публичной самодемонстрации.

Постановка же реальной задачи подлинной самоидентичности в молодежной среде с использованием механизмов моды делает актуальным изучение возможностей эффективного социального взаимодействия, в котором модным образцам может принадлежать значительная роль. Например, с помощью моды появляется уникальная потенциальная возможность сопоставления индивида с миром «других», чтобы глубже осознать свою «особость» в реальном социуме, а не подчиняться формально внешним стандартам социального существования и поведения [Лебон, 1995].

Для того чтобы продуктивно изучать эти возможности молодежной моды, необходимо уйти от распространенного смешения процессов коммуникации и процессов взаимодействия в теории и практике социальных взаимосвязей. Не случайно, что в науках о человеческом поведении, когда речь идет о социальных взаимодействиях, исследователи в первую очередь обращаются к символическому интеракционизму как направлению психологических, культурологических и социологических исследований [Зиммель, 1996]. Но это направление, как известно, акцентирует свои исследования на коммуникациях, но не взаимодействиях. Последние в основном подменяются взаимообменом информации в знаково-символической форме [Тард, 1892, 1903].

В процессе глобального вытеснения реальных взаимодействий их информационными симулякрами, смешение взаимодействия и коммуникации становится особенно опасным, т.к. современная цивилизация и общества с развитыми информационными технологиями все больше теряют связь с реальностью и ее угрозами самому выживанию человеческого рода. Вместо фиксации и изучения этих угроз внимание современного человека, сплошь и рядом, фокусируется в большей мере на тех или иных «картинках» того общества и тех реалий, которые хотелось бы видеть и которые конструируются в тех или иных целях информационными манипуляторами, не заинтересованными, по тем или иным причинам, в трансляции информации о реальном положении дел [Бодрийяр, 2000].

Отсюда неизбежно появление различных «фейков», ложных информационных «вбросов», сопровождаемых реализацией механизмов внушения, подражания, «заражения» и другими способами увода современных реципиентов от реальности.

Мода в этом процессе занимает далеко не последнее место, формируя иллюзию самостоятельного поведения и самореализации через погружение молодого человека в знаково-символическое пространство моды в качестве замены реального социального опыта на основе свободного выбора той или иной модели поведения, стиля жизни, мировосприятия и т.д.

Для того, чтобы «вырваться» от такой навязываемой виртуальной информационной реальности, необходимо выявление и изучение двух пространств современной моды – «идеального» и «физического». Это означает, что реальный индивид всегда, так или иначе, существует в двух реальностях – «физически-телесной» и «идеально-ментальной» даже при встречаемом внутреннем тяготении к одной из этих реальностей при сохранении другой, «вспомогательной».

Учет этого обстоятельства имеет важное значение для формирования молодежной моды. Представляется необходимым не просто механическое, подражательное следование молодежью моде, но сознательный выбор молодыми людьми того или иного модного образа, необходимого для полноценной личностной самоидентификации.

Если такие осознанно выбираемые образцы отсутствуют, то возникают рецидивы безвкусыя, потери стиля не только в одежде, учитывающей индивидуальные особенности носителя модных

образцов, но и в манере поведения, общения, образа жизни и т.д. Становится «немодным» следование собственной природе и своим собственным представлениям о самом себе.

Обретение собственного культурного стиля, сохранение собственной идентичности в мире модных стандартов и образцов становится, таким образом, одной из важнейших социальных и культурных проблем российской молодежи. Характерна в этой связи распространенность профессии стилиста, в задачи которого входит обретение собственного индивидуального стиля самопрезентации с сохранением связи с тенденциями молодежной моды.

При этом остается актуальной проблема обретения собственного стиля, который не сводится к тому или иному внешнему облику, но является результатом соответствующей «внутренней перестройки» личности, необходимой для самоуважения, самоутверждения и подлинного своеобразия личности в поисках собственной идентичности.

Этот результат достижим при условии активизации самопознания личности и его попыток выстраивания необходимых самоидентификационных моделей поведения, в которых внешнее следование моде является результатом данного процесса.

Для того, чтобы сама мода стала соответствующим вспомогательным механизмом формирования и самосохранения самоидентичности, необходимо целенаправленное создание определенных ситуаций социального взаимодействия, способствующих самораскрытию и самореализации индивида. Эти ситуации в качестве некоторых культурных универсалий рассматриваются в соответствующих исследованиях [Каменец, 2015]. Рассмотрим эти ситуации в контексте самоидентификации молодежи средствами моды.

Первой такой ситуацией является «ситуация консолидации» (или «согласия»), в соответствии с которой взаимодействие индивидов осуществляется преимущественно на основе взаимных влечений, привязанностей, любовных, дружеских взаимоотношениях и т.д. Такое взаимодействие распространено преимущественно в неформальной молодежной среде в сфере досуга, в личных взаимоотношениях. Именно в этой среде складывается жизненно важный для молодежи опыт любовных и дружеских переживаний, который становится своеобразной «школой чувств» в качестве основы для взаимоотношений с «ближними».

В моде этот запрос молодежи удовлетворяется в самых разных формах, включая внешний вид (желание понравиться и быть принятым в «близком кругу»), поведенческую активность, способы выражения чувств и т.д. Особенное внимание при этом уделяется «чувственности» и «телесности» в распространяемых «модных» самопроявлениях.

Этот процесс достаточно противоречив. С одной стороны, мода дает молодым людям необходимый «язык чувств» и поведенческие формы для выражения этих чувств. С другой стороны, возникает реальная угроза потери самоидентичности в угоду навязываемым стандартам проявления своих эмоциональных состояний, привязанностей, влечений и т.д.

«Ситуация противостояния» в освоении образцов молодежной моды есть результат противопоставления тех или иных молодежных групп, отдельных их представителей «чуждым» социальным группам и общностям. Эта ситуация является следующим шагом в формировании культурной идентичности молодежи через формирование осознания ее групп, противостоящим другим социальным группам.

В моде это противостояние имеет самые разнообразные знаково-символические и поведенческие формы: в одежде, в вызывающем стиле поведения, в эпатажных музыкальных предпочтениях и т.д.

В «ситуации противостояния» та или иная протестность молодых людей имеет в известной мере самоценное значение. Зачастую важен не столько объект или субъект, которому противопоставляются, содержание противостояния, сколько сам факт выражения протеста как важного

механизма формирования самоидентичности молодежи. Это находит свое выражение в соответствующих деструктивных по отношению к привычным для общества социальным, культурным и эстетическим нормам.

В качестве альтернативной позиции по отношению к этой тенденции можно выделить усиление в молодежной моде игрового и творческого начала, которое может оформляться в виде необычного спектакля при сохранении хорошего эстетического вкуса и значимого культурного содержания. Симптоматичным в этой связи можно считать увлечение частью молодежи модой на «костюмы», в котором мы имеем дело со своеобразным воспроизводством образов персонажей и популярных тенденций из кинофильмов и литературных произведений. В этом случае самоидентичность приобретает через сопоставление себя с модными персонажами и героями. Вместе с тем, игровые и творческие элементы в молодежной моде еще не получили должного распространения.

В этой связи нельзя не отметить факт дефицита специалистов по созданию театрализованного молодежного социума и соответствующей моды как его органичной части. В первую очередь это сценаристы и режиссеры массовых театрализованных представлений и праздников, ориентированных на молодежную аудиторию. В настоящее время эту «нишу» чаще всего занимают блогеры, часто на достаточно примитивном уровне, а также кинопродукция и музыкальная индустрия, в которых демонстрируются часто низкопробные образцы молодежной моды на ту или иную внешность, поведенческие модели, образцы коммуникации и т.д. Остаются востребованными качественные театрализованные молодежные программы развивающие креативность, спонтанность, творческое воображение, положительно влияющие на выбор и формирование личностной самоидентичности средствами молодежной моды.

«Ситуация противостояния» может быть также рассмотрена как возможность углубления дифференцированного подхода к молодежной моде, обеспечивающего формирование избирательной идентичности тех или иных молодежных групп в зависимости от их социальных и культурных признаков.

Одним из таких признаков является социально-профессиональные характеристики. В этой связи возможно формирование средствами молодежной моды идентичности школьников, рабочей молодежи, студентов, молодых предпринимателей и т.д. Другой признак – дифференциация молодежной моды в зависимости от учета тех или иных досуговых увлечений, «хобби» и т.д. Дальнейшее расширение состава этих увлечений в значительной мере зависит от участия молодежи в той или иной творческой самодеятельности, которая недостаточно представлена в деятельности учреждений культуры и образования, предлагая, как правило, достаточно стандартный набор досуговых занятий, исключающих самостоятельное творчество молодых людей, следующих заранее заданному исполнительскому репертуару и жестким профессиональным критериям того или иного «руководителя» самодеятельного коллектива.

Между тем, нельзя не отметить, что молодежный социум изначально тяготеет к экспериментальным, инновативным формам самореализации, пробованием молодежи себя в самых различных ситуациях, основанных на творческой конкуренции, соревновании («ситуация противостояния») как одного из механизмов формирования личностной самоидентичности молодых людей.

Набор таких потенциально творческих культурно-досуговых занятий недостаточно распространен в пространстве современной культуры и образования. Соответственно, одной из актуальных задач является распространение этих занятий в качестве альтернативы зависимости многих молодых людей от Интернета, подменяющего собой непосредственную творческую деятельность молодежи.

В соответствии с исследованиями социального взаимодействия как культурного феномена выделяется также еще одна ситуация – «ситуация партнерства». В основном она развивается как деловые взаимоотношения и контакты. Неформальный межличностный компонент здесь носит вторичный характер. Соответствующие модные образцы в этой ситуации являются более однозначными в сравнении с предыдущими ситуациями, включая различные «дресс-коды», деловой стиль общения, деловую лексику и т.д.

Молодежная мода в этой ситуации отличается достаточной усредненностью, унифицированностью в любых взаимодействиях с социумом. Эта усредненность не всегда учитывает специфику молодежного возраста и в этом случае остаются возможности преодолеть эту негативную тенденцию, вводя в т.ч. и обозначаемые через моду гендерные различия в деловых взаимодействиях.

Выше отмечалась в качестве значимой дифференциация молодежной моды в зависимости от рода занятий. Это требование является особенно актуальным в деловых и производственных ситуациях, где через те или иные модные образцы возможно формирование разных имиджей профессий для российской молодежи.

В качестве примеров можно привести недостаточно разработанный в отечественной культуре имидж молодого предпринимателя, молодого государственного служащего, молодого рабочего, представителя творческой профессии и т.д. Через реализацию соответствующих ресурсов молодежной моды возможно повышение престижа той или иной профессии, формирование у молодых людей адекватных представлений о соответствующих профессиональных занятиях как одного из условий личностного самоопределения.

В этой связи необходимо создание различных сюжетов, образов в кинематографе, в театре, в литературе, в изобразительном творчестве и т.д., которые ориентированы на повышение престижа созидательного труда вместо распространенного показа криминального мира, подчеркивания сексуальности, власти денег. Роль литературы и искусства, влияющих на молодежную моду в этом направлении, остается чрезвычайно востребованной в современном российском обществе.

«Ситуация сосуществования» также выделяется как особая в теории и практике социального взаимодействия и проявляется в молодежной моде в качестве полистилистики и эклектики в духе постмодернистских установок. Благодаря тому, что эстетика постмодерна в российском обществе заимствуется в основном из зарубежной эстетической и художественной практики, вместе с этой эстетикой транслируются в российскую молодежную среду и соответствующие культурные смыслы и значения, чаще всего далекие от формирования национально-культурной идентичности российской молодежи. В противостоянии этой тенденции желателен дальнейший поиск синтезирования лучших достижений отечественной моды с лучшими зарубежными достижениями молодежной моды. Именно в этом сочетании национальных и зарубежных компонентов возможно выстраивание устойчивой стратегии формирования и сохранения личностной идентичности каждого молодого человека в российском обществе.

## Обсуждение

Создание национального стиля молодежной моды в общероссийском масштабе с учетом национального и этнического разнообразия народов России является общегосударственной задачей. Этот стиль не предполагает стандартизацию модных образцов, препятствующих формированию национально-культурной идентичности российской молодежи. Здесь открывается простор для творчества самых разных модельеров в соответствии с культурными и

национальными традициями всех народов России.

Отсутствие же такого общенационального стиля есть результат недостаточной проработки государственной культурной политики, направленной на сохранение общероссийской идентичности и освоение в молодежной моде лучших достижений отечественной культуры. Здесь следует учитывать, что сама традиционная русская культура всегда творчески перерабатывала зарубежные культурные достижения, которые только укрепляли и развивали ее собственную самобытность и своеобразие.

При этом традиционная русская культура содержит в себе общечеловеческие гуманистические идеалы и творческие достижения, ставшие всемирным достоянием. Соответственно обращение к национальным культурным традициям во всех проявлениях молодежной моды существенно расширяет ее возможности в полноценном социальном и культурном развитии современной молодежи.

В этой связи актуальным становится «воспитание чувств» на основе достижений отечественной и мировой литературы и искусства, которым не уделяется должного внимания в сфере образования. Для молодости традиционным считается погруженность в мир романтики, сентиментальных переживаний, различных «идеализаций» в своих любовно-дружеских взаимодействиях. Но именно этому компоненту молодежной моды уделяется недостаточно внимания и отсутствует необходимая уважительность и тактичность, подменяемая достаточно часто грубой чувственностью.

Необходимо внедрение в молодежный опыт образцов любви и дружбы, представленных в отечественной и мировой культуре, где механизмам моды могла бы принадлежать одна из ведущих ролей. Среди этих возможностей, как показывает исследование соответствующих культурных достижений, можно выделить следующие.

Создание произведений литературы и искусства, в которых раскрывается красота одухотворенных взаимоотношений в любви и дружбе, показаны соответствующие персонажи в качестве идеального примера этих взаимоотношений. В этой связи актуальным являются экранизации и инсценировки литературных произведений в качестве некоторого «жизненного опыта», осмысленного создателями этих произведений в художественной форме. Не менее важным является разработка стратегий изучения художественной литературы в образовательных учреждениях и учреждениях культуры молодежью как «учебника жизни», а также стимулирование создания произведений литературы и искусства, посвященных современной молодежной проблематике, где тема любви и дружбы занимает одно из ведущих мест.

В качестве главного заказчика таких произведений должно выступить государство, поддерживая и поощряя создание художественных произведений, в которых уделяется особое внимание духовному (а не телесно-чувственному) содержанию личных взаимоотношений героев.

Это содержание должно стать доминирующим в формировании отечественной молодежной моды, популяризируя соответствующий внешний вид и образцы личностной самореализации в «мире чувств и эмоций», способствуя распространению традиционных духовных ценностей, включая ценности традиционной семьи.

## Заключение

Рассмотрение роли молодежной моды в формировании культурной идентичности российской молодежи позволяет сделать вывод о существенном влиянии на эту идентичность

процессов глобализации. Это выражается в распространенной тенденции механического заимствования из чуждого культурного контекста, прежде всего, западных модных образцов, воплощающих иную ментальность и систему культурных ценностей, которые могут разрушать российскую традиционную культуру [Культурная идентичность и глобализация, 2002].

Несмотря на то, что процессы глобализации имеют и свою положительную сторону, оказывая определенное влияние на необходимую социализацию российской молодежи, эти же процессы могут блокировать и нивелировать творческий потенциал молодых людей, где молодежной моде принадлежит значимая роль.

Соответственно, среди перспектив развития молодежной моды, наиболее важной становится стратегия использования механизмов моды для развития национально-культурной идентичности молодежи в российском обществе на основе дифференцированного подхода в трансляции модных образцов с учетом личностных и социально-культурных особенностей молодежных групп.

### Библиография

1. Барт Р. Система Моды: статьи по семиотике культуры. М., 2003. 512 с.
2. Блумер Г. Коллективное поведение // Американская социологическая мысль. М., 1994. С. 168-215.
3. Бодрийяр Ж. В тени молчаливого большинства, или конец социального. М.: Директ-Медиа, 2009. 115 с.
4. Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть. М.: Добросвет, 2000. 387 с.
5. Веблен Т. Теория праздного класса. М.: Прогресс, 1984. 367 с.
6. Гофман А.Б. Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения. М., 2000. 232 с.
7. Гофман А.Б. Мода и социальные группы // Труды ВНИИ технической эстетики. 1988. Вып. 54. С. 67-80.
8. Здравомыслова Е. (ред.) В поисках сексуальности. СПб., 2002. 612 с.
9. Зиммель Г. Мода // Избранное: в 2 т. М., 1996. Т. 2. Созерцание жизни. С. 269-290.
10. Зиммель Г. Психология моды // Научное обозрение. 1901. № 5. С. 23-27.
11. Зомбарт В. Народное хозяйство и мода. К вопросу о современных формах // Избранные работы. М.: Территория будущего, 2005. С. 321-343
12. Каменец А.В. Введение в теорию социального взаимодействия. М.: Российский государственный социальный университет, 2015. 464 с.
13. Килошенко М.И. Выражение «Я-концепции» личности в одежде молодых // Молодежная политика XXI века: стратегия выбора. СПб., 1999. С. 58-60.
14. Культурная идентичность и глобализация. М.: РУДН, 2002. 286 с.
15. Лебедев М.М. (ред.) Многоликая глобализация. М.: Аспект Пресс, 2004. 379 с.
16. Лебон Г. Психология народов и масс. СПб.: Макет, 1995. 311 с.
17. Лелеко В.Д. Пространство повседневности в европейской культуре. СПб., 2002. 320 с.
18. Новикова Л.И. (ред.) Россия между Европой и Азией: евразийский соблазн. М.: Наука, 1993. 369 с.
19. Сепир Э. Избранные труды по языкознанию и культурологии. М.: Прогресс, 1993. 655 с.
20. Тард Г. Законы подражания. СПб., 1892. 371 с.
21. Тард Г. Личность и толпа. СПб., 1903. 178 с.

### Prospects for the formation of cultural identity of Russian youth in the youth fashion space

**Kseniya D. Zanina**

Head of the Department for Organization of Research Activities,  
Russian State Social University,  
129226, 4, Vilgel'ma Pika str., Moscow, Russian Federation;  
e-mail: ZaninaKD@rgsu.net



## Abstract

The article examines the role of youth in fashion and the influence of global processes on the management of the cultural identity of Russian youth. Particular attention is paid to the prospects for the development of youth fashion, based on the approach to using the fashion model for the national and cultural identity of Russian youth based on a differentiated approach to the mass prevalence of fashion trends, considering the development of personal and socio-cultural groups of youth. Consideration of the role of youth fashion in the formation of the cultural identity of Russian youth allows us to conclude that globalization processes have a significant impact on this identity. This is expressed in the widespread tendency of mechanical borrowing from an alien cultural context, primarily Western fashion designs that embody a different mentality and system of cultural values that can destroy Russian traditional culture. Despite the fact that globalization processes also have their positive side, having a certain impact on the necessary socialization of Russian youth, these same processes can block and level out the creative potential of young people, where youth fashion plays a significant role. Accordingly, among the prospects for the development of youth fashion, the most important becomes the strategy of using fashion mechanisms for the development of the national and cultural identity of youth in Russian society based on a differentiated approach to the broadcast of fashion samples, considering the personal and socio-cultural characteristics of youth groups.

## For citation

Zanina K.D. (2023) Perspektivy formirovaniya kul'turnoi identichnosti rossiiskoi molodezhi v prostranstve molodezhnoi mody [Prospects for the formation of cultural identity of Russian youth in the youth fashion space]. *Kul'tura i tsivilizatsiya* [Culture and Civilization], 13 (10A), pp. 30-39. DOI: 10.34670/AR.2023.55.79.004

## Keywords

Fashion, cultural identity, globalization, youth, youth fashion, consumption, creation, culture.

## References

1. Barthes R. (2003) *Sistema Mody: stat'i po semiotike kul'tury* [The Fashion System]. Moscow.
2. Baudrillard J. (2000) *Simvolicheskiy obmen i smert'* [Symbolic Exchange and Death]. Moscow: Dobrosvet Publ.
3. Baudrillard J. (2009) *V teni molchalivogo bol'shinstva, ili konets sotsial'nogo* [In the Shadow of the Silent Majorities]. Moscow: Direkt-Media Publ.
4. Blumer H. (1994) Kollektivnoe povedenie [Collective Behavior]. In: *Amerikanskaya sotsiologicheskaya mysl'* [American sociological thought.]. Moscow.
5. Gofman A.B. (2000) *Moda i lyudi. Novaya teoriya mody i modnogo povedeniya* [Fashion and people. New theory of fashion and fashionable behavior]. Moscow.
6. Gofman A.B. (1988) Moda i sotsial'nye gruppy [Fashion and social groups]. *Trudy VNII tekhnicheskoi estetiki* [Proceedings of the All-Russian Research Institute of Technical Aesthetics], 54, pp. 67-80.
7. Kamenets A.V. (2015) *Vvedenie v teoriyu sotsial'nogo vzaimodeystviya* [Introduction to the theory of social interaction]. Moscow: Russian State Social University.
8. Kiloshenko M.I. (1999) Vyrasenie «Ya-kontseptsii» lichnosti v odezhde molodykh [Expression of the “I-concept” of the individual in the clothes of young people]. In: *Molodezhnaya politika XXI veka: strategiya vybora* [Youth policy of the 21st century: strategy of choice]. St. Petersburg.
9. (2002) *Kul'turnaya identichnost' i globalizatsiya* [Cultural identity and globalization]. Moscow RUDN.
10. Lebedev M.M. (ed.) (2004) *Mnogolikaya globalizatsiya* [The Many Faces of Globalization]. Moscow: Aspekt Press Publ.
11. Le Bon G. (1995) *Psikhologiya narodov i mass* [Psychology of Crowds]. St. Petersburg: Maket Publ.
12. Leleko V.D. (2002) *Prostranstvo povsednevnosti v evropeiskoi kul'ture* [The space of everyday life in European culture].

- 
- St. Petersburg.
13. Novikova L.I. (ed.) (1993) *Rossiya mezhdru Evropoi i Aziei: evraziiskii soblazn* [Russia between Europe and Asia: the Eurasian temptation]. Moscow: Nauka Publ.
  14. Sapir E. (1993) *Izbrannye trudy po yazykoznaniiu i kul'turologii* [Selected Writings in Language, Culture and Personality]. Moscow: Progress Publ.
  15. Simmel G. (1996) Moda [Fashion]. In: *Izbrannoe: v 2 t.* [Selected Works: in 2 volumes]. Moscow. Vol. 2.
  16. Simmel G. (1901) Psikhologiya mody [Psychology of fashion]. *Nauchnoe obozrenie* [Scientific review], 5, pp. 23-27.
  17. Sombart W. (2005) Narodnoe khozyaistvo i moda. K voprosu o sovremennykh formakh [National economy and fashion]. In: *Izbrannye raboty* [Selected Works]. Moscow: Territoriya budushchego Publ.
  18. Tarde G. (1903) *Lichnost' i tolpa* [Personality and the crowd]. St. Petersburg.
  19. Tarde G. (1892) *Zakony podrazhaniya* [Laws of imitation]. St. Petersburg.
  20. Veblen T. (1984) *Teoriya prazdnogo klassa* [The Theory of the Leisure Class]. Moscow: Progress Publ.
  21. Zdravomyslova E. (ed.) (2002) *V poiskakh seksual'nosti* [In search of sexuality]. St. Petersburg.