

УДК 008**DOI: 10.34670/AR.2023.32.97.007****Влияние моды на формирование культурного имиджа в
молодежной среде****Занина Ксения Дмитриевна**

Аспирант

Российский государственный социальный университет,
129226, Российская Федерация, Москва, ул. Вильгельма Пика, 4;
e-mail: ZaninaKD@rgsu.net

Каменец Александр Владленович

Доктор культурологии,
профессор,

Российский государственный социальный университет,
129226, Российская Федерация, Москва, ул. Вильгельма Пика, 4;
e-mail: kamenez.a@rambler.ru

Работа выполнена при финансовой поддержке Российского фонда фундаментальных исследований в соответствии с исследовательским проектом № 19-311-90067

Аннотация

Статья посвящена проблемам формирования культурного имиджа молодежи в пространстве моды. Анализируются основные тенденции развития молодежной моды в данном аспекте и возникающие проблемы под влиянием массовой культуры. Осуществленная проблематизация исследования культурного имиджа молодежи средствами образцов моды позволяет рассматривать сам феномен моды в более широком социокультурном контексте, не связанным только с внешним видом. Изучены проявления молодежной моды, существенные для культурного имиджа современного молодого человека по наиболее существенным компонентам: языковой и поведенческой активности, формам самопрезентации, ценностно-мировоззренческим установкам. Особое значение уделяется влиянию современной информационной среды на формирование культурного имиджа молодежи; негативным последствиям влияния зарубежной моды на культурное и нравственное самосознание российской молодежи.

Для цитирования в научных исследованиях

Занина К.Д., Каменец А.В. Влияние моды на формирование культурного имиджа в молодежной среде // Культура и цивилизация. 2023. Том 13. № 7А. С. 53-61. DOI: 10.34670/AR.2023.32.97.007

Ключевые слова

Мода, молодежь, культурный имидж, субкультура, социализация, виртуальность, компьютеризация.

Введение

Современная молодежная мода, так или иначе, формирует визуальные образы, с которыми стремятся идентифицировать себя многие молодые люди. Тем самым создается новая виртуальность, которая с одной стороны определяет внешний облик и в значительной мере образ жизни молодежи, а с другой стороны она же есть презентация различных систем ценностей и поведенческих моделей, противостоящих распространенным стереотипам поведения и усредненным нормам социокультурного взаимодействия [Давыдов, Роднянская, 1980].

Этот процесс приводит к возникновению различных молодежных субкультур или их элементов в повседневном образе жизни молодежи и созданию собственного имиджа, отличающего его от других членов общества, существующих вне того или иного субкультурного пространства. Среди современных исследователей молодежной моды распространено мнение о том, что прежняя протестность молодежных субкультур в настоящее время в большей мере носит символический характер и в основном связана со стремлением уйти от стандартизованных моделей социального поведения в соответствии с собственным выбором соответствующего культурного имиджа [Дерунова, 1998]. Не отрицая важности этого выбора для социализации современной молодежи и обретения ее собственной культурной самоидентичности нельзя не отметить существование проблемы нехватки отечественных социальных и культурных образцов для подражания молодежи в существующем обществе.

В этой связи достаточно актуальным является изучение соответствующих процессов компенсации отсутствия этих образцов с помощью принимаемых культурных имиджей молодежью через моду, остающуюся наиболее распространенным механизмом инкультурации этой социально-возрастной группы.

Методика исследования

Основными методами исследования этих процессов являются наблюдение, анализ документов, опросы, изучение литературы и моделирование процессов социального взаимодействия молодежи в пространстве освоения моды в аспекте формирования ее культурного имиджа.

Наблюдение включало в себя изучение внешних визуальных проявлений молодежной моды и интерпретацию получаемых результатов через культурно-семантический анализ содержания соответствующего демонстрируемого имиджа различными молодежными субкультурами и отдельными ее носителями. При этом эстетическая составляющая этого имиджа рассматривалась как несущественная и достаточно условная, что соответствует общей тенденции в развитии моды, где происходит постоянное разрушение эстетических образов благодаря ее эклектизму и полистилистике. Поэтому гораздо более значимым для понимания содержания и смысла предлагаемых культурных имиджей современной молодежной модой является соотнесение последней с внутренней социальной и духовно-нравственной направленностью предлагаемых образцов внешнего вида и образа жизни молодежи.

Предварительный анализ основных тенденций молодежной моды показывает, что в условиях навязываемого молодежи конформизма социального поведения и достаточно жесткой регламентации социальной активности протестные настроения молодежных групп уходят «внутрь» и принимают латентную форму в виде подчеркнутого обособления от общественной

жизни через соответствующую семиосферу и погружение в электронную виртуальную среду. Соответственно необходима особая исследовательская процедура расшифровки наблюдаемых культурных имиджей молодежи в качестве некоторого реванша за блокирование их самостоятельной активности и самореализации современным социумом [Лотман, 1999].

Указанный среди методов исследования анализ документов осуществлялся на массиве рекламных текстов и изображений, изданий, пропагандирующей образцы молодежной моды в качестве иллюстрации данной тенденции. В проводимых опросах особое внимание уделялось изучению преобладающих культурных имиджей и стереотипов в молодежной среде, влияющих на все стороны образа жизни молодежи под влиянием распространяемых образцов молодежной моды.

При анализе основных процессов социально-культурного взаимодействия молодежи друг с другом и с окружающей социальной средой, формирующих те или иные культурные самопрезентации на основе включенности в современную моду, использовались имеющиеся антропологические модели этого взаимодействия, представленные в соответствующих исследованиях [Гофман, 2000; Каменец, 2015].

Результаты исследования

Изучение осваиваемых молодежью культурных имиджей в соответствии с основными тенденциями молодежной моды показывает, преобладание в последней альтернативности по отношению к традиционным культурным ценностям в соответствии с принятым молодыми людьми преимущественно идеологическим контекстом самовыражения в западной культуре. Основными составляющими этого контекста являются индивидуализм, консюмеризм, эпатажность, подчеркнутая сексуальность и эгоцентризм в качестве общепринятых социальных норм [Богданова, 1990; Гофман, 1988; Гуревич, 1987].

Тем самым значительной частью молодежи демонстрируется отчуждение от отечественных культурных и социальных традиций коллективизма, взаимопомощи, гуманизма и системы традиционных ценностей в сфере общественных отношений и в частной жизни. В соответствии с этими социальными и культурными установками осуществляется и самоидентификации молодежи, которая заимствуется преимущественно из социального и культурного опыта молодежи западных стран.

Ни в коей мере не оспаривая права молодежи на этот выбор, нельзя не отметить возникновение в этом случае ситуации внутреннего разрыва многих молодых людей с собственной страной как возможности формирования собственного культурного имиджа в качестве ее гражданина. Эта тенденция фиксируется в соответствующих исследованиях, посвященных проблемам самоидентичности российской молодежи.

Предлагаемая молодежная мода увеличивает этот разрыв, создавая у молодежи иллюзию свободного выбора образа себя, своего образа жизни, морально-нравственных установок, которые в реальности в основном представляют собой подражание западным образцам моды, преимущественно через внешние проявления (одежда, язык, досуговые увлечения и т.д.). Внутренние же смыслы и значения западной культуры в ее социально-позитивном аспекте для многих молодых людей оказываются недоступными.

Об этом явлении в свое время писал еще известный политолог Панарин: «западный соблазн для нашей культуры состоит не просто в том, что данная цивилизация стала для нас «референтной группой» и мы испытываем чувство ущемленности при сопоставлении с нею

наших реалий. Проблема состоит в неадекватном прочтении чужого опыта. Тонкая внутренняя игра западной культуры, состоящая в балансировании между аскезой труда и гедонизмом досуга и потребительства, на расстоянии не улавливается. Как оказалось, чужая культура не может передать другим свою аскезу (в западном варианте это, в первую очередь, протестантская аскеза). А вот ее внешние плоды, в виде высокого уровня потребления, комфорта, индустрии досуга и развлечений, впитываются как наркотик. Применяемая к нашим условиям теория модернизации многое разъясняет. Если речь идет о заимствовании « субкультуры досуга и потребительства », то для некоторых слоев нашего населения, в особенности молодежи, это уже состоялось. Если же иметь в виду продуктивную систему Запада, в основе которой лежит культура труда, профессиональной ответственности, законопослушания и т.п., то в этом отношении односторонняя имитаторская вестернизация скорее удаляет, чем приближает нас к целям подлинной модернизации» [Панарин, 1998, с.89-90].

Соответственно в этом случае возникает достаточно сложная проблема в молодежной моде сбалансированности между духовными традициями российского общества, сложившейся национально-культурной идентичностью народов России и новациями, заимствованными из зарубежного культурного опыта, что всегда было свойственно молодежи с ее духом противоречия и стремлением к самостоятельности . В настоящее время под воздействием глобализации с ее массовой, особенно американской культурой молодежь ориентируется на всестороннее подражание ее образцам и эталонам преимущественно в виде отрицания отечественного культурного и социального опыта, накопленного целыми поколениями. Ситуация осложняется отсутствием в государственной культурной политике в целом и в молодежной, в частности, внятных ценностных ориентиров общенационального значения. Если же такие ориентиры и формулируются в тех или иных программных документах, то они носят чаще всего декларативный характер, не подтвержденный соответствующей повседневной социальной и культурной практикой.

В молодежной моде всегда, так или иначе, отыгрывается конфликт между «отцами» и «детьми». Эта конфликтность имеет свою меру, связанную с необходимостью сохранения необходимой социальной консолидации всех членов общества на основе базовых общенациональных ценностей. Поэтому необходима некоторая преемственность культурных традиций между «отцами» и «детьми», чтобы не привести к полной дезинтеграции современного общества.

Недостаток этой преемственности привел к заметной деградации культурного имиджа, где главное место принадлежит демонстрации агрессивности и сексуальности в соответствии с принятыми образцами (преимущественно зарубежными) моды, начиная от внешнего вида, кончая теми или иными поведенческими паттернами. Не случайно в этой связи исследователями отмечается распространенный стиль «племенного» поведения в качестве модных среди носителей той или иной молодежной субкультуры.

Социализирующее влияние той или иной субкультуры на молодежь носит соответственно в основном стихийный и «уличный» характер. Стихийность проявляется благодаря погружению многих молодых людей в Интернет-пространство, где тенденция на навязывание моды деструктивного и асоциального поведения становится все более ощутимой, начиная от пропаганды моды на употребление наркотиков, и заканчивая модой на демонстрируемые в Интернете акты насилия.

Формируется образ брутального, раскованного индивида, не связанного какими-либо моральными обязательствами и склонного к самоутверждению за счет подавления других

членов общества, где ведущую роль играют музыкальная и спортивная мода. Музыкальный модный среди молодежи репертуар предлагает, как правило, откровенную чувственность и агрессивное выражение сексуальности, пусть даже и облагороженную дешевым псевдоромантическим лиризмом. Мода на различные спортивные увлечения есть выражение оздоравливаемой телесности, к которой сводится облик «современного» молодого человек. В обоих случаях не остается места духовной составляющей самореализации личности, зато утверждается культ силы, физического здоровья, торжества самости в качестве исчерпывающего культурного имиджа молодежи.

Замкнутость молодежи на собственное культурное пространство при отсутствии устойчивой связи с другими социально-возрастными группами привела к определенной инфантилизации значительной части молодежи, ориентированной в большей мере на гедонизм и потребительство при отсутствии интереса к творческому созидательному труду. Одним из самых тревожных последствий этого процесса является распространяемая социальная безответственность, легко перерастающая в криминальность многих членов общества, свидетельствующая о личностной незрелости представителей самых различных возрастных групп. Именно в этом смысле все общество становится в некотором смысле молодежным, где старшее поколение с его традициями духовно-нравственной культуры остается невостребованным в качестве носителей моральных норм и требований.

На формирование культурного имиджа молодежи в пространстве моды существенное влияние оказывает также недостаток для многих молодых людей «социальных лифтов» и соответствующих возможностей повышения своего социального статуса. Встраиваясь в те или иные культурные образцы актуальной моды, молодежь тем самым компенсирует зачастую отсутствие реальных социальных перспектив их имитациями в виде постоянного потребления модных товаров и услуг и соответствующих самопрезентаций («прикид», «сленг», манера поведения и т.д.).

Внутри молодежного социума в то же время идут противостояния, в основе которых лежит социальный антагонизм, противоположные ценностные и мировоззренческие установки, сопровождаемые соответствующими культурными образами через определенную моду в одежде, поведении, в коммуникациях.

Присваиваемые имена той или иной молодежной субкультурой с одной стороны символизируют определенную систему ценностей, с другой стороны производят последние [Барт, 1994; Барт, 2003; Зенкина, 2002]. Соответствующая культурная идентичность может присваиваться и самими исследователями, писателями, журналистами, политиками и т.д. Например, - «потерянное поколение», «поколение пепси», «наши» и т.д.

При этом следует отметить, что чаще всего, те или иные наименования молодежных групп не сопровождаются обязательным следованием им в реальной социальной и культурной практике. Все в большей мере «обозначающее» здесь существует независимо от «обозначаемого». Последнее чаще всего присутствует в виде отдельных фрагментов и в виде поверхностного подражания через внешний вид, досуговые увлечения, сленг и т.д.

При этом все же периодически у многих молодежных группировок возрождается потребность привести в соответствие свои самоназвания с их реальным культурным содержанием в собственном образе и стиле жизни. На этой почве возникают конфликты настоящих «панков» с «декоративными панками», настоящих «скинов» с «диванными скинами» и т.д.

Обсуждение результатов исследования

Проведенный анализ процесса формирования культурного имиджа молодежи в пространстве моды показывает, что последняя носит все больше карнавальнй характер, предполагающий ориентацию носителей моды в большей мере на модальность «казаться» вместо «быть», предпочтение «маски» вместо «лица», «виртуальности» вместо «реальности». Причем «овнешненность» социального существования в тех или иных «окультуренных» формах есть фактически имитация новизны культурного содержания, которое воспроизводит те или иные древние «племенные» архетипы «вождя», «охотника», «добычи», «жертвы», «воина» и т.д.

Современные психолого-антропологические исследования, продолжающие традиции изучения «юнговских» психологических типов и архетипов, открывают новые возможности типологизации культурных имиджей, реализующих те или иные врожденные склонности индивидов. Выбор этих имиджей может быть обусловлен, таким образом, не только задаваемыми извне стандартами моды, но и часто интуитивными предпочтениями, выражающими врожденную «самость» того или иного молодого человека.

Еще одна доминирующая тенденция в молодежной моде формируется Интернет-пространством и мобильной связью. Не случайно, что зависимый от этих атрибутов образ жизни молодежи именуется как TEXT. Находясь в «сетях» и перманентных коммуникациях, молодежь становится, по нашему мнению, пассивной и поработанной внешними воздействиями самых различных коммуникаторов, принятых в качестве носителей моды на те или иные увлечения, занятия, модели социального поведения [Запесоцкий, 1996]. При этом наблюдается парадокс, связанный с тотальной визуализацией современной культуры.

Сформированное визуальными образами «клиповое мышление» у многих молодых людей изначально лишено способностью производить и воспринимать завершенные в эстетическом и художественном отношении образы. Вместо последних воспринимаются отдельные визуальные фрагменты реальности в качестве достаточно жестких императивов в области восприятия окружающей действительности и наглядных образцов для подражания. Характерным примером такой потери целостности восприятия можно привести предлагаемое и подхваченное молодежью ношение спортивной обуви в сочетании с любым нарядом, которое, как полагают авторы статьи, изначально разрушает какую-либо эстетическую целостность и гармоничность соответствующего внешнего вида. И здесь дело не только в практичности кедров и кроссовок, но в умышленном занижении значения какого-либо эстетизма в одежде и его связи с художественной образностью.

За этой дисгармонией (обуви и других элементов внешнего вида) стоит отказ от собственной культурной идентичности и желания позиционировать себя как объект эстетического любования [Лебон, 1995; Тард, 1892; тард, 1903]. Гораздо более важным становится подчиненность общепринятым стандартам одежды и культурного имиджа, который фактически становится контркультурным и часто антикультурным т.е. разрушающим какие-либо общезначимые культурные смыслы и значения [Ортега-и-Гассет, 1991].

Здесь мы имеем дело с новой формой эскапизма, который теперь не является демонстрацией через соответствующие альтернативные привычным образы жизни (как это было в свое время у «хиппи»). Эскапизм приобретает черты не бегства от реальности, а «огораживания» от реальности внутри самой существующей реальности через соответствующие признаки обособленного социального существования молодежи, просто «не замечающей» другую

реальность. Это уже не протест, но шизофреническое существование (совсем в духе постмодерна), где существует свой язык, который никак не может быть ассимилирован «большим» социумом (наиболее яркое его проявление вошедшая в речевой обиход молодежи ненормативная лексика и американизмы); своя сигнификация внешнего вида, мало понятная окружающим, не причастным к молодежной моде; свои досуговые увлечения, литературные и музыкальные пристрастия, как правило, альтернативные классической художественной культуре и т.д.

Необходимо при этом отметить, что и сами субкультуры постепенно исчезают как значимые агенты социализации молодежи и на их место приходит молодежная попкультура, интегрирующая самые разные слои и молодежные группы, где особая роль принадлежит музыкальной попкультуре, которая вместе с глобальным влиянием интернеткультуры и культуры смартфонов, всех видов мобильной связи создает виртуальную реальность (аудиальную и визуальную), замещающую собой реальную социальную практику и реальную творческую деятельность. Можно утверждать, что в результате происходит «инвалидизация» значительной части молодежи, превращающая ее в «придаток» к тем или иным информационным технологиям и виртуальным пространствам.

Заключение

В качестве обобщения полученных результатов исследования и итогов их обсуждения можно сделать вывод, что современная молодежь уже не выбирает тот или иной культурный имидж. Его выбирают авторы информационных сообщений, обладающие авторитетом и престижем в глазах молодежной аудитории, задавая соответствующие направления следования образцам моды. Соответственно манипуляция массовым сознанием в молодежной среде приобретает тотальный характер, формируя виртуальную личность, которая уже не может полноценно существовать в реальном социальном пространстве. Ситуация осложняется тотальной цифровизацией образования, которая усиливает психологическую зависимость молодежи от виртуальной реальности.

Эта тенденция вполне соответствует государственному заказу на разработку искусственного интеллекта и компьютеризации самых различных сфер жизнедеятельности, призванных облегчить решение многих проблем общества: коммуникации, решение бытовых проблем, осуществление контроля за криминалитетом и т.д. При всех несомненных огромных достижениях этой работы возникает реальная опасность «расчеловечивания» общества и выпадения из культуры той части молодежи, которая так и не выработала собственный культурный имидж, способствующий ее самоидентификации в социуме с соответствующей системой запросов на молодежную моду.

Библиография

1. Барт Р. Воображение знака / пер. Н.А. Безменовой // Избранные работы. Семиотика. Поэтика; под ред. Г. К. Косикова. - М., 1994.
2. Барт Р. Система Моды. Статьи по семиотике культуры / пер. С. Зенкина. - М.: Изд-во им. Сабашниковых, 2003.
3. Богданова О.А. Молодежная субкультура: причины возникновения и ценностные ориентации. Ростов-на-Дону: Ин-т нар. хоз-ва, 1990. - 8 с
4. Гофман А.Б. Мода и социальные группы / А.Б. Гофман // Тр. ВНИИ техн. эстетики. М., 1988. - Вып. 54. - С. 67-80..
5. Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни. М.: "КАНОН-пресс-Ц", "Кучково поле", 2000 г. -

- 304 с.
6. Гуревич П.С. Проблема субкультур в современной зарубежной культурологии//Субкультурные объединения молодежи: критический анализ. М.: ИФАН, 1987. - 99 с.
 7. Давыдов Ю.Н., Роднянская И.Б. Социология контркультуры: (Инфантилизм как тип мировосприятия и социальная болезнь). Критич. анализ. М.: Наука, 1980. - 264 с.
 8. Дерунова А.А. Мода в условиях массовой культуры: Автореф. дис. канд. филос. наук. Ростов-на-Дону, 1998. - 27 с.
 9. Запесоцкий А.С. Молодежь в современном мире: Проблемы индивидуализации и социально-культурной интеграции. СПб.: СПб. гум. унт профсоюзов, 1996. - 348 с.
 10. Каменец А.В. Введение в теорию социального взаимодействия. М.: РГСУ, 2015. 580 с.
 11. Культурная идентичность и глобализация : 5-й Междунар. филос. симп. «Диалог цивилизаций: Восток Запад», Москва, 27-28 апр., 4-5 мая 2001 г. : докл. и выступления. - М.: РУДН, 2002. - 286 с.
 12. Лебон Г. Психология народов и масс / Г. Лебон. СПб.: Макет, 1995. - 311 с.: портр. - (Памятники здоровой мысли).
 13. Лотман Ю.М. Внутри мыслящих миров. Человек текст - семиосфера - история. - М.: Языки русской культуры, 1999. - 464 с.
 14. Молодежные движения и субкультуры Санкт-Петербурга: (Социологический и антропологический анализ). СПб.: Норма, 1999. - 303 с.
 15. Ортега-и-Гассет Х. Дегуманизация искусства // Эстетика. Философия культуры. М.: Искусство, 1991, С. 218-259.
 16. Панарин А.С. Политология. - М.: «ПРОСПЕКТ», 1998. - 408 с.
 17. Ролан Барт о Ролане Барте / пер. С. Зенкина. - М.: Ad Marginem, 2002.
 18. Тард Г. Законы подражания / Г.Тард. СПб. : Издание Ф. Павленкова, Типография и Литография С. Ф. Яздовского и К. Орловский пер., № 1, 1892. -371 с.
 19. Тард Г. Личность и толпа / Г. Тард ; пер. Е.А. Предтеченский. СПб. : Издание А. Большакова и Д. Голова, 1903. 178 с.
 20. Zanina K.D. Fashion as a way of cultural identity of young people in modern Russia/ Contemporary Problems of Social Work. 2019. Т. 5. № 1 (17). С. 100-105.

Influence of fashion on cultural image formation in youth environment

Kseniya D. Zanina

Postgraduate student
Russian State Social University,
129226, 4, Vilgel'ma Pika str., Moscow, Russian Federation;
e-mail: ZaninaKD@rgsu.net

Aleksandr V. Kamenets

Doctor of cultural studies
Russian State Social University,
129226, 4, Vilgel'ma Pika str., Moscow, Russian Federation;
e-mail: kamenez.a@rambler.ru

Abstract

The article is devoted to the problems of the formation of the cultural image of youth in the space of fashion. The main trends in the development of youth fashion in this aspect and the problems that arise under the influence of mass culture are analyzed. The carried out problematization of the study of the cultural image of youth by means of fashion samples allows us to consider the phenomenon of fashion itself in a broader socio-cultural context, not related only to appearance. The manifestations of youth fashion, which are essential for the cultural image of a

modern young person, have been studied in terms of the most essential components: linguistic and behavioral activity, forms of self-presentation, value and ideological attitudes. Particular attention is paid to the influence of the modern information environment on the formation of the cultural image of young people; the negative consequences of the influence of foreign fashion on the cultural and moral consciousness of Russian youth.

For citation

Zanina K.D., Kamenets A.V. (2023) Vliyanie mody na formirovanie kul'turnogo imidzha v molodezhnoi srede [Influence of fashion on cultural image formation in youth environment]. *Kul'tura i tsivilizatsiya* [Culture and Civilization], 13 (7A), pp. 53-61. DOI: 10.34670/AR.2023.32.97.007

Keywords

Fashion, youth, cultural image, subculture, socialization, virtuality, computerization.

References

1. Bart R. Imagination of a sign / trans. ON THE. Bezmenovoy // Selected works. Semiotics. Poetics; ed. G.K. Kosikova. - M., 1994.
2. Bart R. Fashion System. Articles on the semiotics of culture / per. S. Zenkina. - M.: Publishing house im. Sabashnikovs, 2003.
3. Bogdanova O.A. Youth subculture: causes and value orientations. Rostov-on-Don: Institute of Nar. households, 1990. - 8 s
4. Hoffman A.B. Fashion and social groups / A.B. Hoffman // Tr. VNII tech. aesthetics. M., 1988. - Issue. 54. - S. 67-80
5. Gofman I. Introducing oneself to others in everyday life. M.: "KANON-press-Ts", "Kuchkovo field", 2000 - 304 p.
6. Gurevich P.S. The problem of subcultures in modern foreign cultural studies // Subcultural associations of youth: a critical analysis. Moscow: IFAN, 1987. -- 99 p.
7. Davydov Yu.N., Rodnyanskaya I.B. Sociology of counterculture: (Infantilism as a type of perception of the world and a social disease). Critical analysis. Moscow: Nauka, 1980. -- 264 p.
8. Derunova A.A. Fashion in the context of mass culture: Author's abstract. dis. Cand. philosophy. sciences. Rostov-on-Don, 1998. -- 27 p.
9. Zapesotsky A.C. Youth in the modern world: Problems of individualization and socio-cultural integration. SPb.: SPb. hum. high fur trade union, 1996. -- 348 p.
10. Kamenets A.V. Introduction to the theory of social interaction. M.: RSSU, 2015. 580 p.
11. Cultural identity and globalization: 5th International. philosophy. symp. "Dialogue of Civilizations: East-West", Moscow, April 27-28, May 4-5, 2001: reports. and performances. - M.: RUDN, 2002. -- 286 p.
12. Lebon G. Psychology of peoples and masses / G. Lebon. SPb.: Model, 1995. -- 311 p.: portr. - (Monuments of common sense)
13. Lotman Yu.M. Inside thinking worlds. Human text - semiosphere - history. - M.: Languages of Russian culture, 1999. -- 464 p.
14. Youth movements and subcultures of St. Petersburg: (Sociological and anthropological analysis). SPb.: Norma, 1999. -- 303 p.
15. Ortega y Gasset X. Dehumanization of art // Aesthetics. Philosophy of culture. Moscow: Art, 1991, p. 218-259.
16. Panarin A.S. Political science. - M.: "PROSPEKT", 1998. - 408 p.
17. Roland Barthes about Roland Barthes / trans. S. Zenkina. - M.: Ad Marginem, 2002.
18. Tarde G. Laws of imitation / G. Tarde. SPb.: Edition of F. Pavlenkov, Printing House and Lithograph of S. F. Yazdovskiy and K. Orlovsky per., No. 1, 1892. - 371 p.
19. Tarde G. Personality and crowd / G. Tarde; per. E.A. Forerunner. SPb.: Edition of A. Bolshakov and D. Golov, 1903. 178 p.
20. Zanina K.D. Fashion as a way of cultural identity of young people in modern Russia/ Contemporary Problems of Social Work. 2019. T. 5. № 1 (17). C. 100-105.