

Мода как средство коммуникации и идентификации молодежи в городском пространстве

Научный руководитель – Ковальчук Валерий Константинович

Скорцеско А.А.¹, Кудинова А.С.², Замятина А.В.³

1 - Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Кафедра методологии социологического исследования, Москва, Россия, *E-mail: skortsesco_a@mail.ru*; 2 - Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Москва, Россия, *E-mail: kudinovaq@gmail.com*; 3 - Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Москва, Россия, *E-mail: zverushko15@mail.ru*

В XXI веке проблема самовыражения и самоидентификации среди молодежи является актуальной, поскольку потребность в самореализации очень важна. Мода стала играть ведущую роль в жизни людей и в формировании их мировоззрения, кроме того стала одной из основных характеристик, демонстрирующих статус. В современном обществе существует большое многообразие стилей и модных тенденций. Проблема заключается в том, что невозможно выделить самую лучшую и важную. В связи со стремлением к самовыражению, огромное количество фирм стало предлагать товар, по их мнению уникальный, что повлекло за собой рост спроса на брендовые и эксклюзивные вещи и предметы обихода. Именно для изучения этого и проводится данное исследование. Например, по опросам ФОМ в 2016 году почти 60% респондентов считают, что «сегодня в нашей стране молодежи сложно добиться успеха в жизни и реализовать себя, если они не будут соответствовать определенным модным тенденциям». Данные тенденции появляются из-за относительной открытости современного общества, благодаря смешению мод разных стран и народов, что и создаёт неповторимый колорит современных модных стилей. Жизнь современных людей динамична, поэтому обновление моды происходит чрезвычайно часто.

Источники и литература

- 1) Барт Р. Система моды. Статьи по семиотике культуры. М.: Издательство им. Сабашниковых, 2003
- 2) Блумер Герберт. Мода: от классовой дифференциации к коллективному отбору. 1969. -М. РАН. Социологические исследования. 2011. No 8
- 3) Бодрийяр Ж.-Р. Мода, или феерия кода. 1976.
- 4) Бодрийяр Ж.-Р. Общество потребления. М., 2006;
- 5) Веблен Т. Теория праздного класса. М.: Прогресс, 1984.
- 6) Гофман А.Б. Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения. М.: Наука, 1994. - 160 с.8. Гофман А.Б. Эмансипация молодежного стиля // Техническая эстетика. -1988.-No 10.
- 7) Котельников Г.А. Молодежь и ее роль в системе общественных отношений // Социология управления и духовной жизни: Сб. науч. тр. -Белгород: Центр социальных технологий, 1998. Вып. 3
- 8) Сошее Р.З. Идеология и ценностные ориентации молодежи // Социологические исследования. 1997. - No 8.
- 9) Шубин Г.Г. Мода и эстетическая культура. М.: Знание, 1987.