

## Мода как способ актуализации статуса личности в урбанистической культуре

Научный руководитель – Коркия Эка Демуриевна

*Скорцеско Анастасия Александровна*

*Студент (магистр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Кафедра социологии коммуникативных систем, Москва, Россия

*E-mail: skortsesco\_a@mail.ru*

Историческая перспектива существования общества характеризуется весьма масштабными экономическими, политическими, социальными и культурными событиями. Единственное, что остается неизменным - это важность для человека его внешнего облика. Творческие концепции индустрии моды всегда коррелировали с теми требованиями, которые господствовали в тот или иной временной промежуток. Одним из важнейших факторов в процессе модных трансформаций выступал образ жизнедеятельности, присущий человечеству на разных этапах его развития, где стилистическое многообразие варьировалось исходя из социального статуса, социального положения личности, культурной среды в которой она обитает.

Исходя из особенности рассматриваемого явления, по мнению Г. Спенсера, Т. Веблена и других социологов, функция моды заключается в демонстрации своего статуса и материального положения. Тенденция самопрезентации через моду господствует и в обществе XXI века, однако приобрела несколько иной вектор развития. Ранее считалось, что одежда представителей праздного класса должна быть дорогой, по её визуальному облику должно быть понятно, что владелец не занят никаким производительным трудом, , так как красота и изящество одежды не сочетаются с грязью и изношенностью, которые заметны на одежде при выполнении физического труда. Из этого следует, что модная одежда - это стиль жизни исключительно праздного класса, представителей богатых сословий.

Мода XXI века - это новый виток развития человечества. На протяжении всей исторической перспективе становления рассматриваемого явления, объектами для подражания выступали представители высших сословий. Сегодня же ситуация изменилась и модные тенденции диктуют средние слои населения. Об этом свидетельствуют исследования ВЦИОМ, РОССТАТ, VeInOpen. Является ли мода и сегодня передовым источником самопрезентации в обществе или примеры известных личностей (Уоррен Баффет - крупнейший в мире инвестор предпочитает костюм китайской марки стоимостью от 700\$ до 5000\$) доказывают, что одежда - не показатель статуса?

### Источники и литература

- 1) Алексеенко Л. В. Социология моды: классический социологический дискурс о моде // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2012. №6. С. 284-288.
- 2) Гофман А. Б. Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения. 5-е изд. - М.: Книжный дом «Университет», 2013. 228 с.
- 3) Гурова О. Ю. Социология моды: обзор классических концепций / О.Ю. Гурова // СОЦИС. – 2011. №8. С. 71-82.
- 4) Кавамур Ю. Теория и практика создания моды / Ю.В. Кавамур; пер. А. Поплавской; под ред. А. Лебсак-Клейман. – Минск: Гревцов Паблицер, 2009. – 192 с.

- 5) Михалева К. Ю. Концепции моды в классической социологической теории: часть первая (Г. Спенсер, Г. Зиммель, Ж.-Г. Тард) // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. 2011. С. 67-85.
- 6) Мода и модельеры / ред. группа: м. Шинкарук, Т. Евсеева, О. Леспяк. – М.: Мир энциклопедий Аванта+, Астрель, 2011. – 183 с.
- 7) Риккерт Г. Науки о природе и науки о культуре / Пер. с нем.; общ. ред. и предисл. А.Ф. Зотова. - М.: Республика, 1998. 413 с.
- 8) Терешкина В. А. Концептуализация феномена «мода» в социологии // Вестник СПбГУ. Сер. 12. 2011. №1. С. 67-74.
- 9) Яковлева М. В. Феномен «Русского стиля» в отечественной и зарубежной моде // Вестник Санкт-Петербургского государственного института культуры, 2016. №2(27). С. 169-172.