

Научная статья
<https://doi.org/10.24412/2220-2404-2024-9-19>
УДК 316.33



ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МОДЫ КАК СОЦИАЛЬНОГО ИНСТИТУТА

Хорошкевич Н.Г.

*Уральский технический институт связи и информатики;
Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики*

Аннотация. Социальный институт моды не являются одним из главных социальных институтов. Но, в силу его востребованности в современном обществе, его влияния на общество, и быстрых изменений, происходящих в нем, его изучение сегодня актуально, в том числе - с социологических позиций: его влияние на социальные группы, его восприятие ими. Цель статьи – рассмотреть тенденции развития моды как социального института.

В работе были использованы методы документального анализа. Это - классический анализ.

В ходе исследования были выделены следующие тенденции развития моды как социального института. Их можно поделить на две группы: внешние и внутренние. Внешние касаются развитие данного социального института в контексте глобальных социальных изменений: его масштаб, скорость развития, связь с другими социальными институтами. Внутренние – это изменения, происходящие внутри данного института: его содержание, и статусы.

Ключевые слова: социальный институт, мода, тенденции развития.

TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF FASHION AS A SOCIAL INSTITUTION

Natalia G. Khoroshkevich

*Ural Technical Institute communications and informatics;
Siberian State University Telecommunications and Informatics*

Abstract. The Social Institute of Fashion is not one of the main social institutions. But, due to its relevance in modern society, its influence on society, and the rapid changes taking place in it, its study is relevant today, including from a sociological point of view: its influence on social groups, its perception by them. The purpose of the article is to consider the trends in the development of fashion as a social institution.

Documentary analysis methods were used in the work. This is classic analysis.

The study highlighted the following trends in the development of fashion as a social institution. They can be divided into two groups: external and internal. External concerns the development of this social institution in the context of global social changes: its scale, speed of development, connection with other social institutions. Internal are changes taking place within a given institution: its content and statuses.

Keywords: Social institute, fashion, development trends.

Введение.

В условиях высоких темпов социальных изменений все большим интересом стало пользоваться в современном обществе такое социальное явление, как мода. Сегодня, в эпоху, глобальных перемен - многие страны, в том числе и Россия, вошли в новый тип общества – информационное общество, когда идет становление новой иерархии ценностей, вырабатываются новые нормы, важно иметь четкие ориентиры ценностные, поведенческие, символические и т.д. В силу того, что мода «(фр. mode, от лат. modus — мера, образ, способ, правило, предписание) — совокупность привычек, ценностей и вкусов, принятых в опре-

делённой среде в определённое время» [1], это механизм культуры, транслирующий ориентиры в общество. По этой причине, изучение моды актуально с позиций разных наук, в том числе и социологии, так как именно последняя изучает взаимодействие акторов, и своевременная коррекция данного процесса способствует стабильности общества.

Обсуждение.

В настоящее время мода представляет интерес для научных исследований. Сегодня это явление изучается в рамках разных наук: философии, социологии, психологии, культурологии, эстетики и т.д. Большой вклад в его изучение внесли

Р.Барт, Г.Блумер, Г.Гегель, А.Б.Гофман, Ж.Делез, А.В.Конева, Б.Д.Парыгин, Б.Ф.Поршнева, Л.Свендсен, М.Фуко и многие другие ученые. В данной работе мода рассматривается с социологических позиций. В связи с этим, необходимо отметить вклад социологов в исследование этого явления. Это - Е.А.Аброзе, Ж.Бодрийяр, П.Бурдьё, Т.Веблен, Г.Зиммель, Ж.Липовецки, Г.Тард и многие другие исследователи.

Изучением социального института занимались такие зарубежные ученые как: П. Бурдьё, Л. Г. Гарфинкель, Э. Гидденс, К. Гирц, И. Гофман, Т. Лукман, Р.Мертон. Т. Парсонс, Г.Спенсер, А. Шюц и др. В отечественной социологии его исследовали: В.И.Добренев, А.И.Кравченко, Г.В.Осипов и другие.

Методология и методы.

В статье мода рассматривается с позиций социологии. В целях более системного изучения данного явления, оно здесь исследуется не только как феномен, а и как социальный институт.

Автор выделяет ряд характеристик современной моды, которые будут иметь место в будущем в рамках данного явления, т.е. имеют характер тенденций.

Они поделены на две группы: внешние и внутренние.

Первые касаются взаимодействия института моды с внешней средой. Здесь исследовались темпы ее изменений, масштаб, связь с другими социальными институтами.

Внутренние – это тенденции, касающиеся изменений происходящих внутри института моды. В работе были рассмотрены содержание (ценностный аспект моды) и изменение статусов.

В качестве метода исследования был использован анализ документов. Его классический вариант.

Результаты.

Прежде чем перейти к их рассмотрению, необходимо ввести трактовку данного понятия. Мода – это социальный феномен, часть культуры, социальный институт, представляющий собой совокупность норм, образцов, выражающих наиболее востребованные ценности, регулирующие взаимодействия акторов в данной социальной общности в определенный промежуток времени. В книге «Мода и люди» А.Б.Гофман отмечая принадлежность моды к миру людей пишет: «...мода касается самых различных сторон социальной жизни, сознания и поведения человека, социальных групп и массовых сообществ,...» [2, с.94]. Мода – это не только одежда, это, прежде всего, ориентация на определенные ценности, что

выражается с помощью той или иной символики. Ярче всего - это выражает одежда. Но это касается и многих других сфер – мода на минимализм в интерьере жилых помещений, выбирать профессию, ориентируясь не только на рынок, но и на свои предпочтения, и т.д.

Внешние тенденции. В настоящее время мода, как и другие социальные институты, что давно отмечено в научной литературе, подвержена следующей тенденции. Михалева К.Ю. пишет: «Эволюция моды осуществляется также через территориальное расширение модного процесса, как распространение современной моды на различные культурные и государственные территории современного мира, как часть общего процесса глобализации посредством унификации образов, стилей жизни и потребления, а также посредством организационной и экономической экспансии модной системы на различные территории, находящиеся за границами ее социального и культурного происхождения [3]. Но, здесь следует добавить - это стандартизация ключевых ценностей. Это – с одной стороны, с другой - имеет место плюрализм ценностей, их разнообразному спектру, когда речь идет о неключевых ценностях. На практике это выражается в многообразии субкультур, большом количестве социальных групп, отличающихся своей культурой, а значит и элементами моды. Такая тенденция сегодня характерна и для других социальных институтов: право, образование, наука, бизнес и т.д. Это происходит в рамках процесса глобализации.

Другая общая тенденция, характерная для общества - это воздействие на него закона ускорения истории [4, с.14], связанный с научно-техническими открытиями и внедрением техники в жизнь общества. Мода также испытывает на себе воздействие этого закона, так как является одним из явлений социума. Нагляднее всего это можно проследить на истории женского европейского костюма. Если в традиционном обществе костюм мог не меняться десятилетиями, а иногда и столетиями, то, начиная с индустриального общества, его изменения пошли значительно быстрее. Только за XX век произошло множество изменений. В европейской женской одежде отказались от длины макси, постепенно длина юбки становилась короче. Во второй половине прошлого века, в конце, в женскую моду вошли еще и брюки, что в предыдущие века считалось только мужским вариантом одежды.

Еще одна тенденция связана со становлением и развитием нового типа общества – инфор-

мационного, и точнее одного из его этапов – общества знания [5, с.78]. Если рассматривать развитие общества с точки зрения циклических теорий, то любое общество проходит в своем развитии этапы зарождения, расцвета и умирания. Хотя на базе ушедшего общества появляется новое, но уже на более высоком уровне. Общественное развитие может сочетать в себе прогресс (линейные теории) и цикличность развития. В настоящее время Россия, как и многие развитые в техническом плане развитые страны, находится в стадии роста нового типа общества. Наша страна прошла переход от индустрии к постиндустрии. Кроме того, Россия на рубеже веков XX-XXI совершила переход от социализма к капитализму. В переходные периоды от одного общества к другому и в периоды расцвета общество находится в разном состоянии. В научной литературе давно отмечено, что в переходные периоды идет перестройка социальных институтов. Экономика переживает упадок, она меняется в соответствии с новыми условиями. Снижается уровень жизни населения. Общество дезориентировано. В это время моде уделяется гораздо меньше внимания, так как население больше занято удовлетворением базовых потребностей. В такой период в культуре происходит переосмысление ценностей в соответствии с изменением объективных условий. Но, еще в период упадка старого общества в нем появились элементы будущего общества, появляются идеи, модные в будущем.

В период расцвета общества постепенно модой интересуются все больше его членов. Стабилизируется экономика, улучшается уровень жизни населения, и речь уже идет не только об удовлетворении базовых потребностей, но и производных, таких как потребность в уважении (престиж вещей), потребности в самовыражении (эстетическое удовольствие, желание выделиться). мода, а это часть культуры, становится более сложной, разнообразной, утонченной и т.д. Как социальный институт она перестраивается под требования нового общества. У нее появляются новые идеи, образцы, нормы. Они усложняются в новых условиях. Развивается сообщество производителей, транслирующих их акторов. Увеличивается их число, спектр профессий, возрастает профессионализм. Так функционирует любой социальный институт.

Также, следует отметить тесную связь моды и экономики, что будет продолжаться и в дальнейшем. «Мода как глобализующий процесс самым тесным образом связана с экономической

глобализацией, в первую очередь с тем ее сегментом, который образует механизмы современного потребления» [3].

Можно отметить еще одну тенденцию – все большая связь социального института моды с социальным институтом науки. Это идет в русле тенденций, предсказанных Д. Беллом, характерных для постиндустриального общества – центральная роль теоретических знаний и создание новых технологий, позволяющих сделать производство более экономичным и техничным.

Это технологическая сторона процесса производства и распространения модных продуктов. Здесь можно выделить несколько сторон: использование искусственного интеллекта, использование 3D-печати, использование робототехники, цифровое производство за пределами 3D-печати [6].

Внедрение технических инноваций произошло и в распространении моды. Это – интернет показы моды, возможность примерить одежду в 3D-формате [7, с.37-40].

При этом внедрение таких технологий касается не только производства одежды. Это относится к жилью, машинам, практически ко всей второй природе, которая окружает индивида в непроизводственных условиях. Например, появление 3D-принтеров промышленных, бытовых. Это появление интеллектуальной системы «Умный дом», которая позволяет объединить все коммуникации в одну, управляемую искусственным интеллектом, запрограммированного под потребности и желания владельца жилья. Внедрение во многих крупных городах, российских и зарубежных, концепции «Умный город», объединяющей несколько коммуникационных и информационных технологий (ИКТ) и Интернета вещей (IoT решения), направленной на улучшение качества жизни горожан.

Теперь – о тенденциях, касающихся содержания моды. Если мода неразрывно связана с развитием общества, востребованными в нем ценностями, то направление развития общества, если следовать линейным теориям, это – прогресс, это – гуманизм. Человечество веками стремилось воплотить идею гуманизма – где главная ценность – это человек [2, с.94]. Современное общество в большей мере, чем предыдущие, этому способствует ввиду своего технологического развития, а значит и наибольшего чем ранее объема производства товаров, развитие права, либерализма и т.д. Сегодня в моде самые разные формы самовыражения, начиная от необычной внешности и заканчивая экзотическими хобби, образом жизни.

Другие тенденции моды, которые рассматриваются ниже в статье, также касаются содержания моды, и все они являются производными идеи гуманизма на данном этапе общественного развития. К ним можно отнести удобство, экологию, а также усиление технологичности процесса производства и распространения моды.

Сегодня население все чаще делает выбор в пользу удобства и комфорта. Это касается стиля жизни, выбора места работы, одежды и т.д. Нагляднее всего это проявляется в одежде. «Большинство исследователей дизайна костюма отмечают, что акцент на комфорт и удобство в одежде зародился не так давно, и связан, в первую очередь, с внедрением спорта и активного досугового времяпрепровождения в жизнь основной массы населения планеты» [8]. Начиная с XIX века, наряду с эмансипацией, борьбой за права человека, происходит активизация интереса к спорту [8]. Также следует добавить, что XX-XXI века характеризуются высоким темпом социальных изменений. Изменением окружающей его «второй природы», которая теперь требует высокой подвижности. «...влияние научно-технического прогресса на моду логически вытекает из его исторического развития, так как законы развития моды «...подчинены общемировым тенденциям развития технического прогресса, обеспечивающего поступательное развитие всего человечества» [Цит. по: 2, с.94]. Здесь можно отметить еще одну тенденцию – развитие индустрии моды в технологическом плане, кроме уже вышеотмеченной тенденции удобства и комфорта в одежде. По поводу последней в научной литературе отмечено, что функциональность и комфорт в одежде во второй половине 2010-х годов – это уже одна из основных тенденций повседневной одежды. Появился спрос на одежду «с повышенной функциональностью, утилитарностью, практичностью» [8]. Сегодня удобство и функциональность в одежде выходят на первый план. Это связано с восприятием человечеством комфорта «во всех окружающих его предметах как одну из необходимых характеристик» [8]. Сегодня, когда речь идет о комфорте, то это касается не только одежды, это затрагивает и жилье, и рабочее место, постепенное внедрение робототехники, которая облегчает труд человека, и т.д. Сегодня сотрудники могут придавать значение удобству графика работы и близости к дому, дружелюбности в коллективе и т.д. [9]. Например, согласно результатам внутренних исследований, проведенных в компании DataArt, интересная работа, репутация работодателя, удобный офис очень влияют на выбор места работы. По мнению К.Гавриловой, генерального директора IT-Рекрутингового агентства DigitalHR, зарплата остается важной составляющей при выборе места работы, но заинтересованность в команде, задачах во многих

случаях может перевесить. Мобильные рабочие места, зона с диванами, кухня и т.д. – приятный бонус для кандидатов. Два одинаковых офиса по размеру и клиентам рекламных агентств могут очень отличаться за счет этих дополнительных опций. Выбор кандидата будет очевиден [9].

Другая тенденция – это интерес к экологии, экологически чистым продуктам, экологическому производству. И она будет сохраняться в будущем, пока данная проблема не решится в обществе. Проблема экологии планеты – сегодня одна из глобальных проблем современности. Индустрия моды также оказывает здесь свое негативное влияние. По данным Business Insider, производство моды составляет 10% от общего объема глобальных выбросов углерода. Из-за него высыхают источники воды и загрязняются водоемы. И в то же время как 85% всего текстиля каждый год выбрасывается на свалки. Даже из за стирки одежды ежегодно поступает в океан 500 000 тонн микроволокна... [10, с.149]. Но сегодня в обществе появляется осознание разумного потребления. Это тоже можно назвать элементом моды. В индустрии моды это нашло выражение во вторичном использовании тканей, окрашивание тканей натуральными красителями и т.д. Многие эксперты мира моды полагают, что мода после пандемии будет экологичнее: «Sustainable, ethical, artisanal («устойчивое, этическое, ремесленное»)» [11, с.260]. По мнению Кэрри Сомерс, основательницы экодвижения Fashion Revolution, индустрия моды должна придерживаться принципа трех R (в оригинале Reduce, Reuse, Recycle — «уменьши потребление, используй заново, переработай»)» [11, с.260].

Можно отметить еще одну тенденцию – это мода на здоровый образ жизни. мода на ЗОЖ пока не стала доминирующей в России. Причины этого – низкое качество жизни, неудовлетворительное состояние культуры здоровья населения, неблагоприятная экологическая обстановка [12, с.374].

Можно также говорить о тенденции усиления технологической стороны производства моды и ее распространения. Это также идет в контексте развития любого сегодня востребованного социального института. И эта тенденция будет продолжаться, пока мода как социальный институт будет востребована.

Но явление новых видов работ влечет за собой изменение в статусно-ролевой структуре института моды. Происходит внедрение новых профессий, а значит – появление новых статусов, при этом их становится больше, чем в предыдущие десятилетия. Например, куратор маркетплейсов, эксперт-онлайн-продаж, разработчик новых материалов, специалист по прогнозированию трендов, специалист по 3D-печати и другие. Ввиду быстроты социальных изменений, появления новых технологий, изменения в статусно-ролевой

структуре института моды также происходят в более высоком темпе, чем в предыдущем столетии.

Учитывая вышеприведенные примеры профессий, новых технологий, можно отметить, что если рассматривать моду как единую социальную практику, то она становится более разнообразной. Это - реклама продукции, ее демонстрация, продажа. Они становятся все разнообразнее.

Заключение.

Итак, в данной работе был рассмотрен социальный институт моды с точки зрения его тенденций развития. Это не один из главных институтов, но ввиду его функций он в ближайшей перспективе будет развиваться. В одной стороны он становится масштабнее (процесс глобализации влияет), с другой - более сегментированный. В настоящее время он находится в

стадии развития нового его этапа, связанного с развитием типа общества информационного. Темпы изменений становятся все выше. Очень высока связь его в данном типе общества в сравнении с предыдущими с институтами науки и экономики.

В ценностном развитии он меняется в сторону ценностей гуманизма. Ввиду его тесной взаимосвязи с научно-техническим прогрессом в институте происходит увеличение числа новых профессий, а значит изменения в статусной структуре.

Пока в обществе будет потребность в функциях данного института, и их будет выполнять именно данный социальный институт, мода будет существовать. Внешние факторы все время меняются и влекут изменения в моде. Потребность общества в данном институте, его влияние на общество, создает необходимость его дальнейшего исследования.

Конфликт интересов

Не указан.

Рецензия

Все статьи проходят рецензирование в формате double-blind peer review (рецензенту неизвестны имя и должность автора, автору неизвестны имя и должность рецензента). Рецензия может быть предоставлена заинтересованным лицам по запросу.

Conflict of Interest

None declared.

Review

All articles are reviewed in the double-blind peer review format (the reviewer does not know the name and position of the author, the author does not know the name and position of the reviewer). The review can be provided to interested persons upon request.

Литература:

1. Мода. Википедия.

https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%BE%D0%B4%D0%B0#%D0%9C%D0%BE%D0%B4%D0%B0_%D0%B8_%D1%81%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B5%D0%BC%D0%B0_%D1%86%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B5%D0%B9 [дата обращения – 18.08.2024].

2. Мелая Т.Г., Козлова Т.Е. Влияние научно-технического прогресса на моду XX века // *Инновации и инвестиции*. 2016. №6, с.94-100.

3. Михалева К.Ю. Мода как социальный институт.: диссертация ... кандидата социологических наук : 22.00.04 / Михалева Катерина Юрьевна; [Место защиты: Моск. гос. ун-т им. М.В. Ломоносова]. - М., 2012.- 214 с.: ил. РГБ ОД, 61 12-22/3311 [дата обращения- 19.08.2024].

4. Понарина Н.Н. Истоки развития глобализации // *Теория и практика общественного развития*. 2010. №2. с.13-20.

5. Климова А.Б. От информационного общества – к обществу знания // *Дискуссия*. 2016. №7(70), август. с.73-78.

6. Камбур А.С., Дудорова К.Е., Ходорова Д.В. Применение 3D-моделирования и 3D-печати в современной моде // *Technical Aesthetics and Design Research*. 2023. 5(4). с.5-17. / Щеглова Т.М., Диева О.Н. Современная FASHION-индустрия и искусственный интеллект. Молодежь и XXI век – 2024 15-16 февраля 2024 года Том 3 МЛ-09. с.317-320. / Баркова Н.Ю. Применение робототехники в индустрии моды. *Вестник университета*. 2020. №2. с.85-91.

7. Горшкодер А.В. Развитие инноваций в индустрии моды и FASHION-ритейле // *Инновационные технологии в сфере сервиса и дизайна. Сборник статей II Международной научно-практической конференции / под ред. М.И. Бальзанникова, Е.Г. Вышкина, К.С. Галицкова, Н.В. Афанасьевой. Самарский государственный архитектурно-строительный университет*. 2015. с.37-40.

8. Зырянова, А. Г. Утилитарность и комфорт как новая эстетика XXI века / А. Г. Зырянова, М. Р. Тимофеева // *Костюмология*. — 2020. — Т 5. — №3. — URL: <https://kostumologiya.ru/PDF/09IVKL320.pdf> [дата обращения 25.08.2024].

9. Влияют ли комфорт и креатив на хантинг? Портал: officetaps.ru [дата обращения – 20.08.2024].

10. Шестакова А.Я. Реальная цена индустрии быстрой моды // Вестник науки. 2022. №5(50). с.147-159.

11. Золотаревская Д.Д. Экология и современная мода // Экологические проблемы региона и пути их разрешения. Материалы XVI Международной научно-практической конференции. Омск, 2022 с.258-261.

12. Тари-Верди Д.О. Особенности формирования моды на здоровый образ жизни в истории и современности // Социально-гуманитарные знания как фактор изменений современного общества. Материалы межвузовской студенческой научно-практической конференции. М., 2020. С.368-375.

References:

1. Fashion. Wikipedia.

https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%BE%D0%B4%D0%B0#%D0%9C%D0%BE%D0%B4%D0%B0_%D0%B8_%D1%81%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B5%D0%BC%D0%B0_%D1%86%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B5%D0%B9 [accessed on 18.08.2024].

2. Melaya T.G., Kozlova I.E. The influence of scientific and technological progress on the fashion of the twentieth century//Innovation and investment. 2016. No. 6, p. 94-100.

3. Mikhaleva K.Yu. Fashion as a social institution.: dissertation... Candidate of Sociological Sciences: 22.00.04/Mikhaleva Katerina Yurievna; [Place of defense: Mosk. state university named after M.V. Lomonosov] .- М., 2012.- 214 p.: ill. RSL OD, 61 12-22/3311 [accessed on 19.08.2024].

4. Ponarina N.N. The origins of the development of globalization//Theory and practice of social development. 2010.№2. p.13-20.

5. Klimova A.B. From the information society to the society of knowledge//Discussion. 2016. No. 7 (70), Aug. s.73-78.

6. Kambur A.S., Dudorova K.E., Khodorova D.V. Application of 3D modeling and 3D printing in modern fashion//Technical Aesthetics and Design Research. 2023. 5(4). p.5-17 ./Shcheglova T.M., Dieva O.N. Modern FASHION industry and artificial intelligence. Youth and the 21st Century - 2024 February 15-16, 2024 Volume 3 ML-09. p.317-320 ./N.Yu. Barkova. Application of robotics in the fashion industry. University Gazette. 2020. №2. s.85-91.

7. Gorshkoder A.V. Development of innovations in the fashion industry and FASHION retail//Innovative technologies in the field of service and design. Collection of articles of the II International Scientific and Practical Conference/ed. M.I. Balzannikova, E.G. Vyshkina, K.S. Galitskova, N.V. Afanasyeva. Samara State University of Architecture and Civil Engineering. 2015. p.37-40.

8. Zyryanova, A. G. Utilitarianism and comfort as a new aesthetics of the XXI century/A. G. Zyryanova, M. R. Timofeeva//Kostyumology. — 2020. - Т 5. — №3. - URL: <https://kostumologiya.ru/PDF/09IVKL320.pdf> [25.08.2024 access date].

9. Do comfort and creativity affect hunting? Portal: officemaps.ru [accessed on 20.08.2024].

10. Shestakova A.Ya. The real price of the fast fashion industry//Bulletin of Science. 2022. №5(50). p.147-159.

11. Zolotarevskaya D.D. Ecology and modern fashion//Environmental problems of the region and ways to solve them. Materials of the XVI International Scientific and Practical Conference. Омск, 2022 p.258-261.

12. Tari-Verdi D.O. Features of the formation of fashion for a healthy lifestyle in history and modernity//Socio-humanitarian knowledge as a factor in the changes of modern society. Materials of the intercollegiate student scientific and practical conference. М., 2020. S.368-375.

13. Tari-Verdi D.O. Features of the formation of fashion for a healthy lifestyle in history and modernity//Socio-humanitarian knowledge as a factor in the changes of modern society. Materials of the intercollegiate student scientific and practical conference. М., 2020. S.368-375.

14. Tari-Verdi D.O. Features of the formation of fashion for a healthy lifestyle in history and modernity//Socio-humanitarian knowledge as a factor in the changes of modern society. Materials of the intercollegiate student scientific and practical conference. М., 2020. S.368-375.

15. Tari-Verdi D.O. Features of the formation of fashion for a healthy lifestyle in history and modernity//Socio-humanitarian knowledge as a factor in the changes of modern society. Materials of the intercollegiate student scientific and practical conference. М., 2020. S.368-375.

16. Tari-Verdi D.O. Features of the formation of fashion for a healthy lifestyle in history and modernity//Socio-humanitarian knowledge as a factor in the changes of modern society. Materials of the intercollegiate student scientific and practical conference. М., 2020. S.368-375.

17. Tari-Verdi D.O. Features of the formation of fashion for a healthy lifestyle in history and modernity//Socio-humanitarian knowledge as a factor in the changes of modern society. Materials of the intercollegiate student scientific and practical conference. М., 2020. S.368-375.

18. Tari-Verdi D.O. Features of the formation of fashion for a healthy lifestyle in history and modernity//Socio-humanitarian knowledge as a factor in the changes of modern society. Materials of the intercollegiate student scientific and practical conference. М., 2020. S.368-375.

19. Tari-Verdi D.O. Features of the formation of fashion for a healthy lifestyle in history and modernity//Socio-humanitarian knowledge as a factor in the changes of modern society. Materials of the intercollegiate student scientific and practical conference. М., 2020. S.368-375.

20. Tari-Verdi D.O. Features of the formation of fashion for a healthy lifestyle in history and modernity//Socio-humanitarian knowledge as a factor in the changes of modern society. Materials of the intercollegiate student scientific and practical conference. М., 2020. S.368-375.

21. Tari-Verdi D.O. Features of the formation of fashion for a healthy lifestyle in history and modernity//Socio-humanitarian knowledge as a factor in the changes of modern society. Materials of the intercollegiate student scientific and practical conference. М., 2020. S.368-375.

22. Tari-Verdi D.O. Features of the formation of fashion for a healthy lifestyle in history and modernity//Socio-humanitarian knowledge as a factor in the changes of modern society. Materials of the intercollegiate student scientific and practical conference. М., 2020. S.368-375.

23. Tari-Verdi D.O. Features of the formation of fashion for a healthy lifestyle in history and modernity//Socio-humanitarian knowledge as a factor in the changes of modern society. Materials of the intercollegiate student scientific and practical conference. М., 2020. S.368-375.

24. Tari-Verdi D.O. Features of the formation of fashion for a healthy lifestyle in history and modernity//Socio-humanitarian knowledge as a factor in the changes of modern society. Materials of the intercollegiate student scientific and practical conference. М., 2020. S.368-375.

25. Tari-Verdi D.O. Features of the formation of fashion for a healthy lifestyle in history and modernity//Socio-humanitarian knowledge as a factor in the changes of modern society. Materials of the intercollegiate student scientific and practical conference. М., 2020. S.368-375.