

УДК 008

Д. Д. Родионова

ФЕНОМЕН МОДЫ В ЗЕРКАЛЕ ФИЛОСОФИИ

В статье анализируется феномен моды как атрибут социума. Рассматриваются семиотические и социально значимые аспекты модной одежды.

Ключевые слова: мода, функции моды, знак, символ, костюм, одежда.

D. D. Rodionova

THE PHENOMENON OF FASHION IN THE MIRROR OF PHILOSOPHY

This article analyzes the phenomenon of fashion as an attribute of society. It considers the semiotic and socially significant aspects of fashion.

Keywords: fashion, fashion features, sign, symbol, costume, clothes.

Как известно, философия исследует вечные, непреходящие измерения бытия. Ее не интересует мимолетное, временное, преходящее. Казалось бы, мода, по определению, относится к явлениям как раз последнего типа: временным, недолговечным, изменчивым, преходящим. При чем же тут философия? Направляя свой испытующий взор на вечный пласт бытия, философия вечное и бесконечное обнаруживает через явления временные и конечные, ибо само вечное и бесконечное существует в них и через них. Задача философии в том и состоит, чтобы исследовать *метафизические начала* в феноменальном, являющемся чувственно данным мире.

Мода – атрибут социума, который свойствен ему с момента зарождения. Речь идет о модной одежде. Этнографические исследования свидетельствуют, что человеку было присуще стремление следовать моде даже тогда, когда он ходил практически обнаженным (бусы, татуировки, росписи тела, украшения и пр.). Само тело человека может быть «модным» и «не модным». Мода сопутствует общественной жизни везде и всегда, но проявляется ее присутствие в различные эпохи и в различных человеческих сообществах по-разному. Здесь-то и оказывается, что понять метафизическую природу моды, ее подлинную суть можно, в конечном итоге, только через призму философского исследования.

Что же такое мода с точки зрения философии? Мода – прежде всего наглядный, визуализированный язык, язык образов, имиджей и символов. Данный язык с того момента, как была изобретена одежда, и до наших дней обладает для людей чрезвычайно многомерным, эвристическим коммуникативным и информационным потенциалом, который в определенных социальных контекстах оказывается абсолютно ничем не заменимым.

Искусство костюма в целом (модной одежды в частности) как процесс отражения

действительности располагает определенной системой знаков в виде форм, линий, цветов и т. д. Они имеют сходство с объектом, который благодаря цепи ассоциаций вызывает в человеческом воображении образное представление. Этим утверждается попытка логического осмысления костюма как способа отражения действительности. В теории костюма символы особенно важны, так как благодаря им мы можем распознавать эпоху через черты, идентичные чертам других видов искусства. В то же время символы характеризуют структуру костюма, его содержание, сущность. Цель символической системы костюма – передать информацию от его владельца к окружающим. В этой связи костюм является способом установления коммуникации между кодами и источником информации.

Всякая информация независимо от того, в какой форме она выражается, несет в себе определенное сообщение, под которым обычно понимают конечное упорядоченное множество элементов восприятия, взятых из некоторого «набора» и объединенных в некоторую смысловую структуру. Информация вызывает психофизиологические явления, определяющие реакцию индивида на те или иные раздражения. Под *информацией* в костюме (одежде) следует понимать сложность и своеобразие пластического и пространственного расположения элементов и степень их качественного и количественного изменения, особенность их взаимоотношений и новизну (ткани, цветов, узора и т. д.). Поскольку костюм как разновидность одежды не может пользоваться общепринятым языком ни музыки, ни живописи, ни архитектуры, ни пластики, хотя в определенной мере элементы их языка заимствованы костюмом, он вынужден был формировать свой язык, свою знаковую систему, которая могла быть понятна и служить средством информации. Любая

информация, независимо от ее сложности, может быть кодирована и перекодирована. Следовательно, для передачи информации всегда должен быть код, с помощью которого можно производить любые операции. *Кодом* называется правило, описывающее отображение одного набора знаков в другом наборе знаков (или слов). Кодом называют и множество образов при этом отображении. Например, нежность можно передать и средствами модного костюма, и средствами живописи. В современном европейском костюме она будет выражена через мягкие пастельные цвета, плавные линии, простые рисунки ткани и т. д., которые и будут служить кодом.

Некоторые из знаков и элементов, уменьшающих оригинальность информации и позволяющих усвоить сообщение, носят постоянный характер. Такие моменты или знаки можно нормализовать и свести в набор, условно обозначить их как *символы*. Символ в процессе познания или отражения действительности играет существенную роль. Одним из важнейших психофизиологических средств воздействия модной одежды является именно то, что она изначально и принципиально содержательно символична.

Итак, диалектика отражения действительности модой в целом такова, что формирование модного познавательного образа предполагает в нем противоположность – применение знаков, элементов условности. «Знаки и символы в костюме связаны с ассоциативным восприятием реальных предметов и не являются идентичными им, так как представляют класс довольно условных зрительных знаков, значение которых должно быть заучено и которые, обладая собственным смыслом, передают изображение, отличное от него самого, но субъект при этом реагирует на него так же, как на сам предмет. Например, в костюме редко мы встречаемся с реальным изображением предметов, но ко-

стюм заставляет нас порой реагировать так же, как симфоническое произведение или великолепный букет цветов. Осмысленность знаков определяет творческий процесс употребления того или иного языка, эвристическую роль знаков (включая и язык моды). Из взаимосвязи мысли и слова с полной очевидностью явствует, что язык не является всего лишь простым средством представления уже известных истин, в большей мере он служит средством открывать еще не известное.

Говоря о социокультурных функциях модной одежды, прежде всего, нужно отметить, что одежда выполняет функцию *знака*: ведь она несет на себе отпечаток статусной позиции человека. Часто это отпечаток, создающийся независимо от воли ее обладателя. Порою, он хотел бы от него избавиться, но это не всегда удается. Одежда – текст, состоящий из знаков и символов, который в самую первую очередь читается в процессе взаимодействия людей (наряду с лицом, глазами). Зачастую одежда отражает социально-экономическое положение: бедная одежда – бедный человек, богатая – богатый. Правда, в наше время роль одежды как статусного (социально-классового) знака заметно уменьшилась в сравнении с прошлыми веками. Нередко человек, будучи не в силах, к примеру, разбогатеть, имитирует экономический успех дорогой одеждой. Действительно же богатый человек в настоящее время не обязательно одет очень дорого, но обязательно и не бедно; бедный же не может одеться выше своих материальных возможностей.

Одежда является также знаком, который может читаться окружающими как *текст*, характеризующий вкус ее обладателя. Разумеется, никто не хочет демонстрировать плохой вкус, но знак – это произвольный след статуса, поэтому он читается независимо от желания его носителя. Наличие же плохого вкуса, проявленного в одежде, нередко чи-

тается как текст, говорящий о характере и уровне полученного образования, об общей культуре человека. Вопреки желанию человека его одежда может говорить о наличии таких качеств, как снобизм, потребительство, хвастовство и т. д. Свою личность трудно скрыть, и она прорывается вопреки нашей воле в знаках одежды. Наряду с произвольными знаками существуют и сознательно конструируемые символы. Человек отбирает вещи, символизирующие, с его точки зрения, что-то такое, что он хотел бы сказать о себе: о своей половой принадлежности, возрасте, доходах, профессии, вкусах, настроении и т. д.

Одежда как текст состоит из знаков и символов. В качестве символов выступают как отдельные элементы костюма (галстук, запонка, фасон пиджака и т. д.), сам костюм как единое целое, так и весь набор используемой одежды. Они соотносятся как слово, предложение, законченный текст. Если знаки – это произвольные, а значит, правдивые следы, то о символах этого не скажешь. Они говорят то, что хотел сказать сам человек.

Идея художника-модельера также вначале «записывается» в виде короткого символа, который является «ключом» или кодом, определяющим пространство и набор образов, элементов, в пределах которых развиваются все формы костюмов данной моды. Показательно также и то, что демонстрационные показы модных моделей и их реклама на телевидении и в журналах всегда сопровождаются некоторым вербальным пояснением, текстом комментатора, раскрывающим содержание символики костюма. История развития костюма (модной одежды) неразрывно связана с системностью знаков (функций, образов), используемых в нем.

Новизна модной формы определяется теми «информативными» точками, по которым идет трансляция новой моды. Параметрами трансляции могут быть силуэт, члене-

ние линии, орнамент, цвет, которые характеризуют структуру формы костюма. Так, от дизайнера (отправитель) сообщение (идея) попадает к носителю костюма (получатель) через модель костюма (канал связи). Сообщение закодировано (применение определенного силуэта, формы, цвета и др.) и соотносено с определенным контекстом (модное направление). Код выполняет опосредующую функцию в процессе коммуникации творца моды и ее потребителя. Знаковость в костюме имеет целью, с одной стороны, выразить социальные характеристики человека, его принадлежность к той или иной группе общества, например:

- костюм – знак сословно-классовой дифференциации;
- костюм – знак богатства (экономической престижности);
- костюм – знак общественной интеграции (униформность);
- костюм – знак принадлежности к определенной социальной группе;
- костюм – знак респектабельности;
- костюм – знак полового различия;
- костюм – знак индивидуального вкуса человека;
- костюм – знак культуры.

Цель знаковости – обозначить отдельные функции частей костюма или фигуры. Собственно, первоначально знаковость и возникла как обозначение основных частей человеческого тела и их функций. Позже она стала проявляться в типе костюма, материалах, форме, цвете, расположении и характере деталей, манере ношения, украшениях и т. д. Иерархические установки общества исторически выражались в сложной регламентации сочетаний элементов костюма.

Отражая определенные идеи, одежда может быть свободной, плотной, тесной, жесткой, непровокационной или, наоборот, вызывающе провокационной по цвету. Она

может свидетельствовать о непреклонности характера, жесткости моральной установки, чистоте моральных побуждений, отражая этический символизм, который играет большую роль. Скажем, в строгих и официальных мужских европейских костюмах в наши дни. Толщиной материала, добротностью своего костюма, глубиной и спокойной чернотой ботинок, безупречной чистотой воротничков и манжет мужчина демонстрирует окружающему миру свою потенциальную силу, твердость духа, неподверженность легкомысленным соблазнам. Таким образом, данный вид мужской одежды выражает серьезный и деловой настрой.

Плотная облегающая одежда также имеет свои моральные особенности, и женщины время от времени любят пользоваться этим эффектом. Вся одежда этого типа контрастирует с более яркой, свободной, более мягкой и светлой, которая приличествует празднику.

Различные источники информации способствуют увеличению ассоциаций подобного рода, из которых наиболее важными считаются следующие. 1. *Цвет* – универсальная связь черного цвета с серьезностью и белого с непорочностью и моральной чистотой, в отличие от других цветов, особенно ярких, которые выражают свободную игру эмоций. 2. *Степень покрытия тела* – аскетическое понятие о теле человека как о причине греховных страстей, о которых легче забыть или которые легче контролировать, если закрыть тело, насколько это возможно. 3. *Плотность* – реальное защитное свойство плотной одежды от определенных физических воздействий бессознательно переносится в моральную сферу. 4. *Жесткость* – символическое уравнение физической силы и «вертикальности» с моральной чистотой и стойкостью. 5. *Теснота* (ассоциация возникла, бесспорно, в связи с плотно приле-

гающей одеждой) – явление физическое, но очень легко и свободно переносится в моральную сферу. Теснота плотно прилегающей одежды может символизировать жесткий контроль человека над собой (держит «в узде» свои страсти), в противовес чему свобода и неряшливость в одежде ассоциируется с аморальностью. Известно, что, оказываясь в некоторых ситуациях (дискомфорт, вызванный людьми и природой), человек старается застегнуть одежду, т. е. защитить себя с помощью одежды со всех сторон. Периоды депрессии, потерянности, одиночества или тоски могут сопровождаться желанием человека быть тепло одетым, закрыть свое тело от чьего бы то ни было воздействия. 6. *Символика цвета*. Цветовая символика в модном костюме изначально тесно связана с отражением жизненных процессов. Изученные учеными древние источники знаковой функции цвета указывают на биологичность первопричины, порождающей психологические концепции и представления у народов, находящихся на низшей стадии развития. Выразительные и символические потенции цвета реализуются в современном модном костюме. Студенты-дизайнеры, отвечая на вопрос о том, каковы, по их мнению, критерии модного, все как один, прежде всего, отмечали цвет. Та же тенденция наблюдается и во мнениях потребителей.

Древние называли цвета «божествами». Ученые обратили внимание на психорегуляторные возможности цвета. Цвет динамичен и может оказывать действенное влияние на физиологию и психику человека. Исследователи называют три основных пути цветового воздействия: через кожные рецепторы, передающие на бессознательном уровне необходимую информацию и специфическую энергию цвета, через зрение, воспринимающее цвет уже на уровне подсознания и сознания; через социум, поведение и взаимо-

действие членов которого часто ставится в зависимость от особенностей их цветовосприимчивости.

Кстати, методы цветолечения, разработанные на этой основе, позволяют в кратчайшие сроки восстановить необходимый для человека компромисс между состоянием физического и психического здоровья. Цвет здесь выступает и как классическое психоаналитическое средство, которое «позволяет высказать не высказываемое». Цель – оптимальная адаптация внутренней и внешней среды пациента друг к другу.

Триадность возникновения цветов объясняется особенностями физиологии и психологии человека. Цвет использовался для выражения общественной дифференциации, религиозных представлений, обозначения возрастных и половых различий, праздничности и траура и т. д.

На индивидуальном уровне цвет одежды обычно вызывает ассоциации с чувствами, мыслями и даже мировоззрением воспринимаемого человека. На уровне цивилизаций цветовая гамма костюма выражает дух времени, геополитические, культурные особенности цивилизации. Многообразие цветовой гаммы и особенности ассоциативных впечатлений, которые цвета вызывают у людей, принадлежащих к различным культурам, создают дополнительные условия моделирования одежды.

Степень теплоты или холодности, света или темноты того или иного цвета имеет особое психологическое значение. Учеными выявлено, что *теплота – холодность* цвета влияет на некоторые психофизиологические процессы человеческого организма. Например, теплые тона повышают артериальное давление, температуру тела и аппетит.

По мере развития костюм все больше теряет свои биофизиологические признаки и функции и приобретает целый ряд социаль-

ных, символических функций, выражаемых знаками, понятными только определенной общественной группе людей. Возникают информативные «костюмные коды», связанные с определенным содержанием, обусловленным классовой или групповой психологией. Кроме цветовых символов, в костюме широко применяются знаковые системы форм или фасонов.

Существовали периоды, в которые система предписаний была разработана до мельчайших подробностей, все детали имели вполне определенное значение. *Роль одежды как опознавательного знака социальных характеристик личности растет с увеличением степени «иерархичности», «формализованности» общества* (или его частей и отдельных социальных институтов). Например, в армиях всего мира статус всегда фиксируется в одежде однозначно, и трудно представить себе армию без военной формы.

Одежда людей высокого социального положения многими называется «строгой», «официальной». Чаще всего эти слова относятся к силуэту. Исследования, проведенные на разнообразной выборке испытуемых, показывают, что «высокостатусным» считается силуэт, приближающийся к вытянутому прямоугольнику (для мужчин – даже вытянутому треугольнику, нижний острый угол которого является его основанием) с подчеркнутыми углами, а «низкостатусным» – приближающийся к окружности (шару). Действительно, с высоким статусом обычно несовместим, например, пиджак типа реглан, свитер (особенно пушистый), мягкие брюки или джинсы (нет стрелок) и пр. И все эти особенности фиксируются людьми, влияя на оценку статуса.

Разнообразие фасонов зависит еще и от того, для какого возраста предназначается модель. И если костюмы дочери отличаются разнообразием, то в костюме матери, как правило, отражается элегантность и просто-

та, а в костюме для бабушки – сдержанная скромность. Вместе с демократизацией общества официальная роль одежды меняется. Сейчас, например, здесь нет запретов или правил, каждый может надеть все, что захочет. Тем не менее, связь одежды с социальным статусом или родом занятий остается достаточно сильной. Символическое значение имеют качество одежды, частота встречаемости данной модели (дефицитность), ее соотношение с модой. Все эти характеристики, как правило, находят свое выражение в цене костюма, которая, собственно, и несет информацию о человеке. Речь идет, прежде всего, о его статусно-ролевых характеристиках. Чем выше цена, тем выше статус.

Индикатором общественного положения наряду с фасоном одежды является и такой семиотически значимый элемент костюма, как обувь, усиливающий, по мнению специалистов-дизайнеров, символическое значение одежды.

Символика пола (гендера), выражаемая модной одеждой, имеет особое значение. Символическая система модного костюма в значительной степени определена биологическими, психологическими и социокультурными различиями представителей мужского и женского полов, а также характером их взаимоотношений.

Вполне естественно, что при моделировании костюма учитываются особенности мужской и женской фигур, психология мужчин и женщин, что затем находит отражение в конструкции и символике формы.

Знаки сексуальности и эротики наиболее ярко проявляются в женском платье. Периодически возникает мода и на прозрачную или полупрозрачную одежду. Например, платья из тонкого муслина или батиста во времена Наполеона. Надетые на трико или обнаженное тело, они подчеркивали волнующие формы женской фигуры и грациозную пластику женского тела.

Каждая эпоха создает свои пропорции сексуально эстетического идеала. Сравните, к примеру, пышные формы рубенсовских моделей и предпочитаемые в наше время стройные, узкие, высокие линии. Одежда подчеркивает или скрывает определенные части тела с целью приближения силуэта к общепринятому идеалу. Так, например, средневековый силуэт женской фигуры был с выступающим животом, а силуэт в стиле рококо – с «осиной» талией. Европейские нормы приличия в костюме долгое время оставались почти неизменными. Переворотом стало обнажение ног женщины в начале XX в. Сегодня в моде откровенно эротичная одежда, что вызвано комплексом социокультурных тенденций. В современной европейской одежде наблюдается стремление к возрастающей обнаженности, что происходит под влиянием спортивного стиля.

С древнейших времен человек стремился прикрыть свое обнаженное тело, на что имеется несколько причин. Наиболее распространенное объяснение изобретения одежды – это защита от неблагоприятной погоды. Однако если бы человек не мог согреться без дополнительных приспособлений, он бы вымер как вид. Кроме того, в жарких странах, где не было необходимости в согревании, тоже пришли к идее одежды. Адам и Ева были наги и не мерзли. Платье им понадобилось после грехопадения. И оно-то как раз, став их первым самостоятельным творчеством (до этого все творил Бог), стало и знаком грехопадения (невинному нечего скрывать). Но чувство стыда тоже не всегда все объясняет, есть другая версия – символическая. Элемент костюма вроде талисмана – такое же платье, как и любое другое, потому что он знаково-символически связывает человека и окружающий мир. Люди всегда стремились избавиться от черт своего звериного прошлого. В моде это могло принимать причудливые формы. Одежда есть символ пола.

В этом смысле показательна история, которая произошла с маленькими мальчиком и девочкой, которые рассматривали изображение Адама и Евы. «Кто из них Адам, а кто – Ева?» – спросила девочка. «Откуда же я знаю, – ответил мальчик. – Они же раздетые». То есть костюм является одним из главных семиотических отличий пола.

В истории моды были периоды, когда женская одежда столь сильно походила на мужскую, что это становилось предметом осмеяния в карикатурах. В наше время в женской моде твердо закрепились такие элементы костюма сильного пола, как: шляпы мужского покроя, галстуки, пиджаки, брюки. Однако некоторые стойкие половые различия и символы дошли до наших дней из древности. Например, застегивание одежды на разную сторону у женщин и у мужчин. Половая полярность в одежде – способ показать себя, чтобы понравиться.

Таким образом, мода всегда служила символично-языковым средством коммуникации, выражающим характер гендерных отношений, господствующих на данный момент в обществе. Не утратила – и даже наоборот, усилила – она эту знаково-символическую функцию и в эпоху постмодерна. Подобное положение моды в постмодернистской культуре обусловлено рядом обстоятельств. Прежде всего – экономическими. Постмодернистское общество является унифицированным, экономически базируясь на массовом производстве. мода сама превратилась в важный и универсальный фактор производства, так как периодическая смена моды вызывается, несомненно, в решающей степени именно экономическими задачами. Тем самым, с одной стороны, мода отражает тенденцию к росту унификации и однообразия индивидов, ибо именно такие индивиды и востребованы самой спецификой массового производства, а с другой – тенденцию к росту индивидуализации и разнообразию,

поскольку в условиях унификации люди всеми силами стремятся отстоять право на индивидуальность, «свое особое лицо». Этой второй тенденции способствует культура постмодерна, внутренне ориентированная на децентрацию, рост мозаичности и разнообразия, отказ от монополизма, от тотально-универсальных и унификаторских претензий.

Сексуальность как один из знаков костюма нивелируется в результате нарушения в костюме точности передачи сообщений о половой принадлежности владельца костюма. При этом всегда существует определенная вероятность неадекватного прочтения окружающими написанного «текста», которая зависит от степени осведомленности потребителя в смысле потребляемых им символов. На языке одежды можно лгать точно так же, как вы можете это делать на английском, французском или латыни, но этот вид обмана имеет преимущество: обычно нельзя прямо обвинить лгущего в том, что он делает это сознательно. Костюм, говорящий о юности или богатстве, в отличие от словесного утверждения, что вам двадцать девять лет и что ваш доход измеряется шестизначной цифрой, нельзя с ходу опровергнуть.

Ложная информация, передаваемая символами одежды, может быть сознательно написанным текстом или результатом заблуждения. В первом случае человек со знанием дела приобретает символы, чтобы ввести кого-то в заблуждение. Во втором случае человек совершает символические покупки, плохо зная смысл приобретенных символов. В результате он лжет, но не подозревает об этом, так как, по его мнению, символы говорят о другом.

С помощью одежды часто стремятся подкорректировать текст, передаваемый знаками тела. Чем несовершенно тело с точки зрения существующих стандартов, тем больше оснований скрывать его реальные контуры и

создавать искусственные. Одежда скрывает то, что показывать нежелательно, и создает иллюзию наличия того, что на самом деле отсутствует.

В то же время во все века одежда, особенно женская, конструировалась так, чтобы подчеркнуть достоинства фигуры: обнажаются красивые женские плечи, ноги и руки. Веками одежда конструировалась по единым канонам, игнорирующим индивидуальные «достоинства». Только к концу XX в. мода стала гибкой, позволила женщинам учитывать свои индивидуальные особенности, либо демонстрируя их, либо скрывая. Таким образом, одежда удовлетворяет потребность человека создавать иллюзию наличия тела, приближающегося к принятым эталонам, и передавать окружающим текст, усиливающий его привлекательность.

Униформа – это одежда, жестко привязанная к статусу. Поскольку любая одежда – это текст, то униформу можно назвать текстом, который написан руководством организации. Униформа подчеркивает, что перед нами не свободный в своих мыслях и словах человек, а статусная позиция. Соответственно, его устами говорит не он сам, а представляемая им организация. Нам бессмысленно обижаться на него – все претензии к организации. Введение в разных организациях униформы – это способ усилить дисциплину, подавив личностное начало в самом личностном моменте – выборе собственной одежды.

«Сидит как литой» – так говорят о костюме, ношение которого не вызывает ни физического, ни психологического дискомфорта.

Костюм срастается с человеком, выражает его вкусы, желания, настроения. Костюм – это биография, характер, национальные признаки, характерные черты времени.

Костюм, а точнее то, как он носится, какими деталями дополняется, в каких сочетаниях составлен, является воплощением психологической, культурной и индивидуальной характеристики человека: доброты, скупости, чванства, скромности, удальства, щегольства, деловитости и др. Костюм постепенно приобретает очертание и характер владельца, который перестает его замечать, потому что костюм – часть его самого, но именно поэтому костюм больше всего характеризует своего хозяина, именно поэтому в нем отражается каждое событие, участником которого является человек.

Вышеприведенный анализ не претендует на всестороннюю философскую исчерпанность. Мы коснулись только семиотических и социально значимых аспектов модной одежды. В философском измерении модная одежда, независимо от того, в каких формах она выражается в ту или иную историческую эпоху, предстает как вечная и непреходящая субстанция человеческой жизни. Человечество (не каждый в отдельности индивид, но человечество в целом) всегда будет стремиться быть модным, чтобы вокруг не происходило. Даже в гробу близкие и друзья покойного хотят его видеть «в лучшем виде». Мода выражает стремление человека к красоте, творчеству и свободе, и именно в этом состоит ее непреходящая метафизическая (философская) ценность.

Литература

1. Баранов Г. С., Родионова Д. Д. Мода и гендер в эпоху постмодерна. – Кемерово: Кемеров. гос. ун-т культуры и искусств, 2006. – 204 с.
2. Гофман А. Б. Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения. – 2-е изд. – М., 2000. – 232 с.
3. Килошенко М. И. Психология моды: теоретический и прикладной аспекты. – СПб., 2001. – 192 с.
4. Косырева Е. А. Мода XX века. Развитие модных форм костюма. – СПб., 2006. – 468 с.: ил.