



Людмила ТЕРНОВАЯ

Мир моды и политика

Выражение «Мода – зеркало истории» приписывается Людовику XIV. Если учесть, что в истории особое место принадлежит политике, то можно считать, что мода выступает и в роли зеркала политики, которую иногда сравнивают с ткачеством. Вообще, метафора ткачества не менее применима к политике, чем, например, строительная метафора или метафора пути. Зарождение плетения и ткачества относится к эпохе палеолита, а старейшая льняная ткань, найденная около турецкого поселка Чатал Хююк, датируется 6500 г. до н. э. С искусством ткачества связывались имена богов. По китайской легенде жена императора Хуан-ди, богиня шелковичных червей Си-Лин-Чи, создала шелк и ткацкий станок в 2640 г. до н. э. В древнегреческой мифологии Афина состязалась с Арахной в ткачестве. Нить человеческой судьбы находилась в руках прях – мойр в Древней Греции, парк – в Древнем Риме, норн – у древних германцев.

Но и простые люди с помощью ткачества старались совершать магические обряды. На Руси для защиты семьи или селения от эпидемий, засухи, града, нечистой силы женщины ткали «обыденную новину». Они собирались вместе, в одну ночь в полном молчании пряли нити, сновали основу и ткали полотенце. Затем полотенце обносили вокруг села, служили молебен, а потом сжигали или жертвовали церкви. Магическую силу такая ткань получала благодаря полному ткацкому циклу, который метафорически воспроизводил модель сотворения мира.

Человеку мало быть просто одетым в ткань. Ему с помощью одежды надо было выделяться среди других людей. И до того, как одной из функций одежды стало выражение индивидуальности, она уже выступала индикатором социального статуса человека. Так возникла мода. А вскоре сформировались и модели поведения человека в пространстве моды: быть старомодным, быть современным, оказаться в числе «авангарда», т. е. ультрамодным.

Влияние моды обнаруживается применительно к людям всех возрастов и всех профессий. Одним английским искусствоведом выведена следующая закономерность: одежда за 10 лет до своего появления безнравственна, за 3 года – вызывающа, за 1 год – смела, когда она в моде – красива, через год после своего времени – безвкусна, через 10 лет – уродлива, через 20 лет – смешна, через 30 лет – забавна, через 50 лет – своеобразна, через 70 лет – приятна, через 100 лет – романтична, через 150 лет – прекрасна [1]. Знаменитый французский критик и культуролог Р. Барт утверждал, что в самых незатейливых проявлениях моды можно усмотреть прописи современных мифов.

В прошлом костюм мог быстро и точно указать на социальный статус своего владельца. В Древнем Риме туники представителей двух высших сословий – сенаторов и всадников – имели вертикальные полосы алого или пурпурного цвета, красители для которых стоили исключительно дорого. Если у раба кусок ткани мог держаться лишь на одном плече, то у его хозя-

Людмила ТЕРНОВАЯ –
доктор исторических наук, профессор РАГС



ина одежда ниспадала многими складками. И в то же время патриция всегда можно было отличить от вольноотпущенника, несмотря на то, что его платье могло выглядеть богаче.

В Древнем Китае Конфуцием были разработаны способы коррекции психофизического состояния человека с помощью одежды. Обращалось внимание на ее покрой, цвет, орнамент, украшения, отражающие различные символы – изображение горы (Куньлунь) в облаках, зерен риса по числу месяцев года или созвездий Зодиака и т. д. Костюм императора уподобляли храму. Символика изображений животных и птиц маркировала социальный статус носителя одежды. Символами птиц обозначались гражданские чины. Военные чины получали символическое отличие посредством аллегорического изображения животных на их одеждах. Ученого узнавали по высокой шапочке, имеющей сзади подобие двух крылышек. У чиновника была шапочка с загнутыми полями и шариком из шелка. Чиновники первого класса носили шляпы с рубиновыми шариками, второго класса – коралловыми, третьего – сапфировыми. Даже их жены в торжественных случаях должны были надевать шапочки с такими же отличиями, как у супругов.

В Средневековой Европе закон ограничивал для разных слоев общества выбор ткани, форму кроя и даже количество платья. Уже в XIII веке специальными ордонансами фиксировалось, что подобало носить вассалам, а что – сеньорам. Социальные ограничения в одежде были и в России. Указом Елизаветы Петровны о ношении платья по чинам и по классам 1743 г. низшим чиновникам разрешалось покупать материал не дороже двух рублей за аршин, а чиновники более высокого ранга могли шить одежду из четырехрублевого шелка. До конца XVIII века одежду высших классов отличала крайняя непрактичность. Но после наполеоновских войн роскошь высшего света стала меркнуть на фоне благополучия буржуазии. Р.М. Кирсанова замечает, что отличить сословную принадлежность человека можно было не только по костюму, но и по умению носить одежду, знанию всех правил, чаще неписаных, которые диктовали пластику, жест и безупречный выбор наряда в зависимости от ситуации [2]. А историк нравов Э. Фукс писал, что «для тех, кто не желает выдаваться курьезно-странным костюмом, остаются только два выхода: как можно чаще менять моду, чтобы менее состоятельные люди не могли с ними тягаться, и одеваться как можно элегантнее» [3]. Аристократия, как правило, выбирала второе.

Раньше портные представляли свои наряды с помощью рисунков или шили одежду для кукол или манекенов в человеческий рост. Они были своеобразными послами моды, пересекая границы государств в мирное время и линии фронта – в военное. В годы Тридцатилетней войны, в 1642 г., началось путешествие по Европе двух кукол – «Пандоры большой» и «Пандоры малой», демонстрировавших образцы домашней утренней одежды. В XVII веке участился ритм смены моды, поэтому понадобилась более оперативная информация. Модные газеты и журналы мод возникли из костюмных книжек XVI и XVII веков. В 1672 г. во Франции начал выходить маленький журнал «Mercure galant». Привилегия на его издание была выдана в 1677 г. Людовиком XIV кавалеру де Визе. Один из первых номеров журнала открывался описанием свадьбы принцессы Марии-Луизы Орлеанской с королем Карлосом II Испанским, а к статье была приложена гравюра А. Трувена с изображением костюма новобрачной. Эту гравюру можно считать первой модной картинкой [4]. В 70-х годах XVIII века во Франции появляются первые конфекционные дома моды.

Если мода в древнем мире и в Средневековье зависела от международной торговли, то после промышленной революции она стала зависеть и от науки. Настоящий переворот был осуществлен благодаря открытию химиков. В западных странах велись настойчивые поиски синтетического материала для замены китайского и японского шелка, значительная часть которого шла на изготовление дамских чулок. В феврале 1937 г. было запатентовано новое волокно, получившее название от двух городов: ny – от Нью-Йорка (New York) и lon – от Лондона (London). Компания DuPont провела презентацию нового материала на Всемирной выставке в Нью-Йорке в 1939 г., поставив перед входом в свой павильон 12-метровый манекен, одетый в нейлоновые чулки. Чулки из нового материала мгновенно завоевали популярность. Было налажено их массовое производство, но с вступлением США во Вторую мировую войну нейлон был объявлен материалом стратегического назначения. Из него шили прочные и легкие парашюты, тенты для грузовиков, походные рюкзаки, военное обмундирование. Над Белым домом был поднят флаг США, также сшитый из нейлона, что символизировало прогрессивность администрации Франклина Рузвельта и протест против японских поставщиков шелка. Во время войны были введены карточки, по которым американка могла купить только шесть пар нейлоновых чулок в год. Женщины всяческими способами старались экономить эту ценную одежду. Столь же популярными были нейлоновые чулки в Европе. После поражения консерваторов на выборах в 1945 г. британские газеты писали, что если бы Черчилль вовремя наладил производство таких чулок, то сохранил бы пост премьер-министра. Журналисты шутили, что женщины Британии своими ногами в нейлоновых чулках проголосовали бы за его переизбрание. И только в 1948 г. нейлоновые чулки перестали быть дефицитом.

Вытеснению из гардероба одежды из натуральных материалов способствовали начавшаяся научно-техническая революция и первые шаги по освоению космоса. Но сами нейлоновые чулки из моды вышли из-за появления мини-юбок, эпоха которых началась 4 марта 1965 г., когда владелица лондонского магазина одежды в Челси Мэри Куант вывесила в витрине своего магазина юбки на 10 см выше колена. В революционном 1968-м длина мини-юбки стала еще короче. В мае в Париже был популярен лозунг «Мини – это одежда для всех!» Мини взяли на вооружение феминистки, которые устраивали демонстрации с требованиями отменить «буржуазное нижнее белье» и сбрасывали его с себя прямо под ноги жандармам. Среди тех, кто поддержал новую тенденцию, была Жаклин Кеннеди, надевшая в 1966 г. откровенное мини от Мэри Куант. И даже Елизавета II немного укоротила свои юбки. В том же году Мэри Куант получила орден за развитие экспорта и легкой промышленности и была объявлена в Великобритании «женщиной года».

Но у мини появилось немало противников. Их осуждал Ватикан, считая «бесстыдством, идущим от самого дьявола». Ричард Никсон, в 1969 г. ставший президентом США, объявил Белый дом «зоной, свободной от мини». Одним из первых распоряжений режима «черных полковников» в Греции был запрет на ношение мини-юбок.

Подобные запреты не редкий пример в политике. Уже в XXI веке королевская семья Свазиленда распространила строгий запрет на ношение женщинами брюк в государственных учреждениях и королевском дворце, считая это несовместимым с национальными традициями и проявлением неуважения к ним. Военнослужащим, ответственным за соблюдение новых правил, предписано снимать с женщин брюки прямо на улице и тут же рвать эту одежду.

Длина юбок, высота причесок могут быть индикаторами политического климата. Даже цвет, являющийся модным в тот или иной период, позволяет делать политические выводы. Например, за два столетия белый цвет четыре раза входил в моду: в наполеоновский период, когда вся Европа была вовлечена в военные действия; в Первую мировую войну; накануне Второй мировой войны; во время войны в Персидском заливе в начале 90-х. С одной стороны, это свидетельствует, что исторически именно белый цвет был цветом траура. С другой стороны, можно предположить, что тоталитарные государства, которые чаще всего провоцируют или развязывают войны, стремятся таким образом показать здоровье и чистоту нации, которую невозможно победить.

Специалисты давно заметили цикличность моды. Некоторые исследователи связывают этот феномен с процессом социализации, а именно, с формативным периодом поколения [5]. Обычным потребителям такой процесс кажется бесконечной гонкой за модой. Вероятно, это происходит потому, что единственным критерием, по которому можно фиксировать моду, как считает норвежский философ Л. Сведсен, является критерий новаторства [6]. Мода всегда противопоставляет себя традиции, но не изменяет себе. И, как указывает Сведсен, какими бы абсурдными ни казались ее изменения, происходящие ради самих же изменений, в силу своей иррациональности они дают человеку иллюзию свободы.

Механизм формативного перехода объясняет цикличность молодежных стилей, связанных с рождением противоположных паттернов. Если хиппи презирали комфорт и буржуазные ценности, провозглашали общинную философию, то «яппи» (Young Urban Professionals – «молодые городские специалисты») стали в 80-е годы воплощением респектабельности и здорового образа жизни, жажды обладания предметами, являющимися символами высокого социального статуса.

Психология потребителя предписывает быть похожим на образец моды. К таким образцам относятся и политики. При этом мода позволяет проявлять достаточно широкий спектр политических убеждений, демонстрировать как патриотизм, так и протестные настроения. Исследователи указывают на закономерность во время общественных потрясений использования в одежде цвета национального флага. В США во время войны в Персидском заливе и после терактов 11 сентября 2001 г. цвета флага появились не только на футболках, полотенцах, спортивных костюмах, зонтиках и др. Выражению патриотизма способствует и ношение национального костюма. В истории России такой возврат к национальной одежде произошел во время Отечественной войны 1812 г. Тогда некоторые дамы вместо неоклассических туник, пришедших из французской моды, надели русские сарафаны. В 1834 г. Николай I издал указ, согласно которому «русское платье» стало обязательным для придворных дам [7]. Мужчины могли придерживаться европейской традиции в одежде. Правда, и среди мужчин были сторонники возрождения русского народного костюма. В отличие от западников, носящих широкополый цилиндр – боливар, названный так в честь латиноамериканского революционера Симона Боливара, славянофилы носили традиционную русскую шапку с высокой тульей – мурмолку.

Пожалуй, шляпа лучше, чем какой-либо другой предмет одежды, демонстрирует политические пристрастия. Например, приверженцы Наполеона выбирали характерную для него треуголку, а отказ от такой формы головного убора свидетельствовал об оппозиционности. После падения Наполеона в мужской моде стал господствовать цилиндр, а сторонники императора сохраняли верность не только Наполеону, но и треуголке, что было своеобразным проявлением протеста.

Вообще, в моде гораздо больше случаев проявления протеста, чем конформизма. Яркий взлет такой моды связан с протестантизмом. В Англии его сторонников

называли «пуританами», потому что они стремились очистить как церковь от излишней роскоши в храме, так и быт, предпочитая простые темные одежды из шерсти и хлопка, отражающие идею простоты. А в годы Французской революции XVIII века простой люд, одетый в длинные штаны, выступил на борьбу с аристократами, которые по моде того времени носили короткие штаны – кюлоты. Комитет общественного спасения, выражавший интересы санкюлотов, обратился к гражданам с предложением представить свои проекты как улучшить национальный костюм и приспособить его к республиканским нравам и характеру революции. Чуть позже в среде санкюлотов появилась мода на длинные штаны с революционной красно-синей полоской. Сторонники мирного развития революции разбавили ее белым цветом, символизирующим монархию. В 1790 г. декретом Национального собрания был утвержден такой триколор.





В 60-е годы XX века хиппи для выражения протеста против старшего поколения, втянувшего США в войну во Вьетнаме, выбрали подчеркнуто небрежный стиль (длинные волосы, цветные индийские рубашки, джинсы, вышитые сумки, головные повязки, фенечки). Тогда же появилась мода наносить на футболки различные лозунги, отражающие политические убеждения владельца. С тех пор футболки стали одним из наиболее популярных средств отображения интересов, в том числе политических, тех, кто их носит. В наше время один из бывших лидеров антиглобалистов Пулика Кальцини ввел стиль анархо-фэшн (anarcho-fashion). К его проекту «Доступное шмотье» подключились кооперативы разных стран, производящие дешевую одежду из подручных материалов. Одним из образцов новой моды стали «справедливые футболки», названные так потому, что в основе их производства лежит раскрепощенный труд.

Многие из выдающихся политических и государственных деятелей были неравнодушны к моде. Один из них – Наполеон Бонапарт. Отношение современных политиков к моде менее известно, хотя она свидетельствует о популярности того или иного политика. В начале 60-х годов во многих странах мира были популярны кубинские повстанцы, и берет стал модным головным убором. А вот президент США Джон Кеннеди, имевший пышные красивые волосы, за которыми тщательно ухаживал, стремился появляться на публике без шляпы, и в результате шляпы начали выходить из моды.

Поскольку мода отражает особенности миропонимания, с ее помощью можно соотнести облик политика или его сторонников и то политическое течение, которое они представляют. Английский политический деятель, лидер левого радикального крыла вигов Чарльз Джеймс Фокс (1749–1806) поддерживал освободительную борьбу североамериканских английских колоний и французскую революцию. В жизни он был страстным игроком, носил одежду из бархата и шелка с отделкой из кружев, а обувь – с красными каблуками, пудрил волосы. Но так как виги в знак солидарности с французской революцией в подражание санкюлотам стали носить длинные штаны, подчеркивали непритязательность в одежде, то и Фокс на заседания парламента являлся в потертом сюртуке, мятой рубашке и жилете из буйволовой кожи. В это же время англичанки, поддерживавшие вигов, делали короткие стрижки «а ля гильотина» и носили мушку на правой щеке. Сторонницы тори наклеивали мушку на левую щеку и отпускали волосы. И дамы-виги, и дамы-тори охотно переняли из французской моды муслиновые туники, откровенно обрисовывающие фигуру.

Обычно политики левого направления предпочитают простой стиль в одежде, напоминающей рабочего человека. Близость к народу можно продемонстрировать с помощью кепки, клетчатой рубашки, старых джинсов, рабочих ботинок, подойдут также атрибуты борцов за свободу – черно-белый палестинский платок, берет и бандана в стиле Че Гевары. Политики консервативного крыла предпочитают обращать внимание на вечные ценности не только в политических программах, но и в одежде. Поэтому они носят дорогие качественные вещи от известных дизайнеров.

В США раньше можно было найти отличия в стилях одежды демократов и республиканцев. На одном из инаугурационных балов республиканца Рональда Рейгана под тяжестью меховых манто рухнула вешалка. Демократам же был присущ популизм, который, например, проявлялся в домашних куртках и свитерах Джимми Картера. В последнее время грань между республиканцами и демократами в моде стала почти незаметной.

По словам К. Ремчукова, «мода – прежде всего ... сигнал обществу, что ты на коне» [8]. Поэтому политик должен учитывать сигналы, которые подает обществу мода. При этом он не может выйти из символического круга, изначально определяемого властью. Образ политика, по Г. Зиммелю, соответствует социальной функции власти «связывать и разъединять» [9]. Одежда политического лидера должна выражать его принад-

лежность к определенной группе, помогая объединять сторонников, и в то же время акцентировать его отличия, демонстрировать индивидуальность, позволяющую быть лидером, вести за собой других. Значит, мода в таком смысле разъединяет лидера и массы.

Известно, что властный сигнал можно послать обществу с помощью цвета, посредством использования ярких тонов в костюме – красного, бордового, синего. Такая палитра помогает выделяться среди других. Зная, что красный был любимым цветом Нэнси Рейган, некоторые журналисты, чтобы привлечь внимание ее супруга и получить право задать вопрос президенту США, надевали на пресс-конференции красные галстуки, а дамы, входящие в президентский журналистский пул, – этого же цвета платья.

Женщине пребывание на политической вершине дается труднее, чем мужчине, поскольку сам «властный стиль» (power look) традиционно противоречит женственному стилю, основными характеристиками которого являются мягкость, уютность, теплота. Поэтому некоторые специалисты, например Дж. Моллой, рекомендуют женщинам, чтобы подчеркнуть их деловые и интеллектуальные качества, носить ансамбли из пиджака и юбки серых или темно-синих тонов с освежающими блузками [10]. Можно вспомнить стиль Маргарет Тэтчер, которая в бытность премьер-министром Великобритании появлялась на официальных мероприятиях в темных костюмах с подложными плечами, тщательно уложенными в форме шлема волосами и кожаной сумкой с короткими ручками. Все это производило впечатление уверенной в себе женщины и вызывало симпатию избирателей. Не менее продуманным был образ государственного секретаря США Мадлен Олбрайт. Когда в иранской печати ее назвали «женщиной-змеей», она демонстративно надела брошь в виде змеи. И в последующем Олбрайт доставляла много проблем дипломатам и журналистам в связи с их желанием расшифровать символику очередной ее броши. Олбрайт сравнивали с коммивояжером, столь успешно она «продавала» внешнюю политику США.

В обиход прочно вошло выражение «икона моды». Сначала это были кинозвезды. Их костюмы помогали передавать чувство, характер, климат, в котором разворачивалось действие. Затем место кинозвезд заняли топ-модели. Сейчас все больше внимания публики уделяется тому, как выглядят политики и их супруги. Первые леди или дочери президентов давно стали законодательницами моды. Например, дочь Теодора Рузвельта Алиса предпочитала голубой цвет. Это привело к появлению в США не только голубых тканей под названием «Alice blue», но и песенки «Голубое платье моей крошки Алисы». А подражая Жаклин Кеннеди, женщины стали носить плоские шапочки-пилотки.

Участие в международных мероприятиях предполагает особый дресс-код. Таковой присутствует даже в так называемых «встречах без галстуков». Иногда одежда, правда национальная, становится специальной темой таких мероприятий. Например, по сложившейся традиции хозяева саммитов Азиатско-Тихоокеанского экономического сотрудничества (АТЭС) должны подготовить для их участников национальные костюмы. В 2007 г. саммит АТЭС проходил в Австралии. Известно, что национального австралийского костюма, за исключением одежды аборигенов, не существует, поэтому интрига заключалась в том, что еще до начала форума было объявлено о подготовленной «отчетливо австралийской» одежде для гостей. Выбор организаторов пал на популярный у жителей сельских районов Австралии клеенчатый плащ – дризабон.

Во многих странах национальный костюм традиционно используется во время праздников, в том числе семейных, что способствует укреплению национальной идентичности. Народные мотивы имеют свою историю, по которой можно судить и о политических изменениях. Например, ткань шотландка названа так по шерстяному материалу, изготавливаемому в Шотландии, где каждый клан имел свой рисунок – тартан, воспроизведенный в пледах или килтах. В середине XVIII века после утраты независимости Шотландии специальным указом британского парламента были запрещены ношение национального шотландского костюма и изготовление шотландки. Запрет просуществовал до конца XVIII столетия.



Интерес к национальной одежде может быть вызван важным событием. Так, покорение полюса связано с распространением моды на одежду эскимосов – парку, потому что знаменитый полярный исследователь Роберт Скотт взял парки в качестве важнейшей части экипировки членов своей экспедиции. Для мировых лидеров, участвующих в саммите «восьмерки» в Аквиле, был подготовлен специальный подарок – «премьерская парка» с личным автографом Сильвио Берлускони, выпущенная в ограниченном количестве.

При возрастающем интересе к рассматриваемой проблеме большинство дизайнеров стараются не вмешиваться в политическую жизнь. Однако этого не скажешь о Джоне Гальяно, который возглавляет Дом Christian Dior. Его модели демонстрируют футболки с начертанными на них пацифистскими слоганами. Эстетика Гальяно допускает миротворческие воззвания «Диор за мир» и «Диор против войны». Но коллега Гальяно американский модельер Арнольд Скаази, который одевает первых леди США, включая Барбару Буш, высказывает другое мнение: «Одежда не имеет никако-

го отношения к политике. Мода – это эстетика, но отнюдь не политика» [Kleo.Ru]. Накануне последних президентских выборов американские дизайнеры старались держаться подальше от политики.

И все же современный мир сложно представить без учета взаимосвязи политики и моды. Вероятно, поэтому в составе искусственного архипелага The Word («Мир») в Объединенных Арабских Эмиратах из трехсот островов, очертания которых с высоты птичьего полета складываются в географическую карту мира, будет построен «Остров Моды» (Isla Moda). Но и каждую страну можно считать «островом моды» со своей историей.

В 2008 г. в Петербурге в Музее политической истории России прошла выставка, на которой можно было узнать о модных пристрастиях первых лиц нашей страны после Октября 1917 г. – вечернее платье Раисы Горбачевой, френч И. Сталина, украшения и платье из гипюра Нины Хрущевой. Экспонаты для этой выставки музей собирал 90 лет. Музейщики 20-х приберегли для потомков кожанки, мода на которые возникла случайно, когда с военного склада в Петрограде для нужд революции экспроприировали летные куртки и одели в них комиссаров. Образ революционера стал популярен и у людей, далеких от политики. Из грубого холста в коммуналках женщины шили мужьям гимнастерки, олицетворявшие моду той эпохи. В то же время член женсовета тов. Самойлова носила пальто из дорогого плюша. Внутреннюю моду диктовал И. Сталин. Но министр иностранных дел М. Литвинов за границей носил немецкий костюм, а в Москве нарком торговли А. Микоян – отечественный.

На протяжении веков отношение к моде достаточно стабильно, а вот концепции моды постоянно меняются. С конца XX века господствующие позиции заняла концепция индустрии моды. Согласно ей мода – это организованное на принципах рациональности специализированное производство современных и оригинальных моделей. Но производится скорее не собственно модель, а модность, которая означает современность и оригинальность, что предполагает конкуренцию различных стилей. Поэтому можно согласиться с тем, что сегодня нет моды, а есть моды. Индустрией моды образец создается виртуально, не как вещь, а как образ. Эта ситуация аналогична той, которую описывает Ж. Бодрийяр, говоря о приоритете моделей над реальностью [11]. В мире современной моды симулируется процесс распространения образцов через референтные группы. Модели одежды подаются не как вещи, обладающие определенными характеристиками, а как желаемый образ социального статуса, межличностных отношений и т. д. Вокруг модели формируется виртуальная социальная среда. Включаясь в процесс смены модных образцов, люди не столько приобретают и используют вещи, сколько приводят в движение модели социальной реальности [5]. А мода, являющаяся индустрией, превращается в процесс воспроизводства социальной реальности в виде ее симуляции. Она способна сыграть непредсказуемую роль, повлиять и на повседневную жизнь, и на политические предпочтения людей независимо от места их жительства, возраста, пола, национальности или гражданства.

Литература

1. www.devichnick.ru/moda.htm
2. *Кирсанова Р.М.* Сценический костюм и театральная публика в России XIX века. М., 1997.
3. *Фукс Э.* Иллюстрированная история нравов. Буржуазный век. М, 1994. С. 155.
4. Мода в западноевропейских журналах XVII-XIX веков (из фонда НИО редкой книги) (Москва, 2005 г.) // www.libfl.ru/about/dept/rare_books/exhib/mode/index.php
5. *Ятина И.* Мода глазами социолога: результаты эмпирического исследования // Журнал социологии и социальной антропологии. 1998. № 2.
6. *Сведсен Л.* Философия моды / Пер. с норв. А. Шипунова. М., 2007.
7. *Кирсанова Р.М.* Костюм в русской художественной культуре. М., 1995. С.247.
8. *Ремчуков К.* О вкусе, силе и моде // Независимая газета. 2008. 7 марта.
9. *Зиммель Г.* Избранное. Т. 2. Созерцание жизни. М., 1996. С.269.
10. *Molloy J.T.* New Women's Dress for Success. N.Y., 1996.
11. *Baudrillard J.* Simulacra and Simulation / The University of Michigan Press, 1944. P.1.







