

УДК 7.05:687.01

Чупріна Н. В., Яценко Н. В.

Київський національний університет  
технологій і дизайну

## CASUAL ЯК ПРОВІДНИЙ СТИЛЬОВИЙ НАПРЯМ У СУЧАСНІЙ ІНДУСТРІЇ МОДИ

*Чупріна Н. В., Яценко Н. В. Casual як провідний стильовий напрям у сучасній індустрії моди. Розглядається поетапний розвиток стильового напрямку casual за допомогою ретроспективних спостережень щодо формування і впливу різноманітних субкультурних течій, які започаткували більшість стильових розгалужень. Окрім цього, виокремлено декілька різновидів стильового напрямку casual, які мають певну диференціацію, що спричинено соціально-культурними умовами життя сучасного суспільства, його темпом і спрямованістю. Для кращого розуміння принципів casual було визначено його ключові характерні риси, концепцію і вплив на зовнішній вигляд одягу, що виражається в технологіях крою та використуваних матеріалах, а також причини його популярності та масового розповсюдження. Також слід зазначити, що цей стильовий напрям є своєрідною матеріалізацією еkleктики, що спричиняє до постійного симбіозу стилів.*

**Ключові слова:** casual, субкультура, індустрія моди, стиль, еkleктика, модний одяг, стильовий напрям, брендовий одяг, модний тренд.

*Чупріна Н. В., Яценко Н. В. Casual как ведущее стилистическое направление в современной индустрии моды. Рассматривается поэтапное развитие стилевого направления casual при помощи ретроспективных наблюдений касательно влияния разнообразных субкультурных течений, которые дали начало многим стилистическим направлениям. Кроме этого, выделено несколько разновидностей стилевого направления casual, имеющих некоторые отличия по отношению друг к другу, которые обусловлены социально-культурными условиями жизни современного общества, его темпом и направленностью. Для лучшего понимания принципов casual были выделены его ключевые характерные черты, концепция и влияние на внешний вид одежды, выраженный в технологиях кроя и использованных материалах, а также причины его популярности и массового распространения. Также стоит обратить внимание на то, что это стилевое направление является своеобразной материализацией еkleктики, что способствует беспрерывному симбиозу стилей.*

**Ключевые слова:** casual, субкультура, индустрия моды, стиль, еkleктика, модная одежда, стилевое направление, брендовая одежда, модный тренд.

*Chuprina N., Yatsenko N. Casual style as a new stylistic direction in the modern fashion industry. A phased development of casual fashion trend in retrospective observations on the formation and impact of various subcultural movements that launched many style branches is considered. In addition, it is singled out several varieties of casual trend, with certain differentiation of each other; caused by social and cultural conditions of modern society, its pace and direction. To better understanding of casual trend, it is embodied its key features, concepts, and the impact on the appearance of clothing, resulting in cutting technology and materials used and the reasons for its popularity and mass distribution. Also it is noted that this fashion trend is a kind of materialization of eclecticism that brings them to act in a constant symbiosis.*

**Keywords:** casual, subculture, fashion industry, style, eclecticism, fashion clothes, stylish direction, brand clothes, fashion trend.

**Постановка проблеми.** Сучасний темп життя потребує зручного і практичного вбрання, яке могло б дозволити людині підтримувати цей ритм і вдовольняти свої потреби. Історично склалося так, що зовнішній вигляд одягу протягом багатьох століть залежав від того, яке середовище, суспільний устрій і який культурний стан оточував людину. Наприклад, давні греки підкреслювали природну красу тіла драпіруванням і складками свого вбрання, епоха Бароко, при всій своїй манірності, театральності та помпезності, вимагала відповідного пишного костюму, а доба Світових воєн поширила моду на «мілітарі».

Таким чином, дана робота розглядає проблему характеристики актуального модного тренду casual з позицій його відповідності певному стилю в сучасному дизайні одягу як продукту індустрії моди. Аналіз, результати якого представлено в роботі, вирішує проблему визначення факторів впливу вказаного модного напрямку на формування стильових рішень модного одягу в сегментів так званої масової моди.

**Зв'язок з науковими чи практичними завданнями.** Дослідження виконувалось в межах науково-практичної проблематики, пріоритетної для науково-дослідної діяльності кафедри художнього моделювання костюма Київського національного університету технологій і дизайну та у відповідності до наукового напрямку Н/н 9–13 «Культурологія, естетика, конструктивно-функціональна проблематика екології та систем життєзабезпечення людини» (рішення Вченої Ради КНУТД від 27.02.2013).

**Актуальність теми.** Нині, коли людство багато подорожує, напрочуд швидко обмінюється інформацією, зважає більше на власну думку і смак й охоплене демократією, розвитком технологій, що полегшують життя, і розмаїттям у всьому, в тому

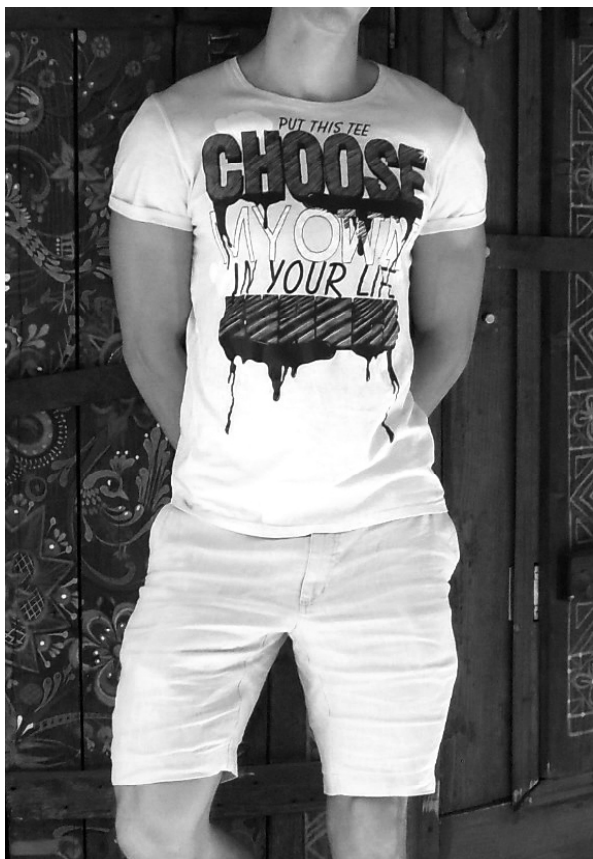


Рис. 1. Приклади вбрання «casual»

числі і в одязі, варто звернути увагу, що потяг до свободи, демократизму і комфорту матеріалізується в костюмі. Цей прояв ясно виражається у стильовому напрямі *casual*, який сьогодні є домінуючою модною тенденцією. Незважаючи на його широке поширення, він доволі молодий, але для кращого розуміння слід глибше його розглянути і простежити етапи його розвитку, що надасть змогу усвідомити межі впливу та подальших змін.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Стильовий напрям *casual* у своїх публікаціях і наукових статтях згадують такі дослідники, як М. В. Яковлева, Н. Ю. Масленцева та ін. Так, М. В. Яковлева у своїй науковій статті «Розвиток моди в умовах кризи» [8], і Н. Ю. Масленцева у своїй дослідницькій роботі «Мода як предмет соціокультурного аналізу» [5] розглядають умови і причини виникнення напрямку *casual*, що саме спричинило його розвиток, і те, до яких наслідків він спричинив. Інші дослідники, а саме А. К. Кудрева і А. В. Кукарцев у своїй науковій праці «Дрескод як елемент організаційної культури», наводять приклади того, де цей напрям може використовуватись, яке призначення він має [4: 79–97]. Науковець Н. М. Катаєва у своїй дослідницькій статті «Маркетингові дослідження поведінки споживачів під час придбання одягу» у своїх аналітичних дослідках вказує на актуальність і високий попит на речі в стилі *casual* [3: 11–16]. Також цей стиль і його різновидності згадують у своїй науковій статті «Стиль

одягу — найважливіша складова успішної кар'єри» дослідники О. Ю. Ангел і К. Н. Кристерьова [1].

Відповідно, **мета** даної дослідницької роботи полягає у аналізі розвитку стильового напрямку *casual*, вивченні етапів становлення, визначенні критеріїв його впливу на розвиток сучасної індустрії моди і культури суспільства, характеристиці основних рис цього стильового напрямку.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Назва стильового напрямку «кежуал» (*casual*) походить від англійського слова «*casual*», що означає «випадковий, повсякденний». Оригінальне значення цілком характеризує сутність його проявів в одязі. Він є доволі молодим модним трендом, який бере початок у ХХ столітті.

Журналіст Анна Карманова у статті «Стиль *casual*: характерні особливості, різновиди, фірми-виробники» [7] пропонує дві версії виникнення цього стилю. Перша версія наполягає на тому, що родоначальником є Великобританія, а саме — неординарний післявоєнний рух *Teddy-boys*, заснований молоддю, яка не мала аристократичного походження, але володіла високим матеріальним достатком, що давало їй змогу виражати через одяг своє зневажливе ставлення до аристократії. Цей прояв зневаги проявлявся у міксуванні брендового і дорогого одягу з дешевим, і це поєднання мало риси неохайності, спрощення і рухливості. Названа тенденція у формуванні костюма була швидко перейнята різними субкультурними течіями, які також мали намір

виразити свою недобррозичливість верхівці суспільства, схилиючись до повного демократизму в одязі та власної культурної філософії (панки, скінхеди, готи, хулігани, хіпі тощо).

Друга версія натякає на скандинавське походження модних проявів *casual*, оскільки скандинави завжди мали потяг до багатшаровості, простоти й еkleктики в одязі [7].

Але історично склалося так, що кожна епоха потребує власного стилю, який формується під тиском культурно-соціального життя широких верств, нових концепцій розвитку та існування суспільства, економічного стану, науково-технологічного розвитку. Таким чином, костюм автоматично вимагає певних змін, які відповідали б вимогам і нормам людини певного історичного часового проміжку, незважаючи на моду та її циклічність.

Можна сказати, що передумовами виникнення стильового напрямку *casual* були: протидія консерватизму, естетизація кітчу та еkleктики, економічний підйом 1980х рр., який спричинив підйом легкої промисловості, в тому числі масове виробництво одягу, вплив різноманітних субкультурних течій, філософія демократизму в одязі, природне прагнення людини до комфорту, пошуку дизайнерами нахнення у повсякденності [8: 84–92].

*Casual* можна трактувати як випадкове поєднання одягу, який може бути різним за стилем і призначенням, і бути доречним у повсякденному житті. Але також він є доречним у корпоративному дрес-коді [8: 84–92]. Цей стильовий напрям виключає формальний і нарядний одяг, класику (окрім певних еkleктичних сумішей) і поєднання речей від одного бренду (див. рис. 1).

Філософія цього тренду, і водночас його девіз — це простота і комфорт.

Сьогодні «*casual*» є настільки популярним, що його можна поділити на декілька різновидів, а саме: *smart casual*, *business casual*, *street-casual*, *sport-casual*, *casual glamour*, *all-out-casual*, *dressy casual*. При цьому вбачається доречним навести основні специфічні риси кожного з цих відгалужень розгляданого модного тренду.

*Smartcasual* — це суміш аристократичних витокув у поєднанні з простотою, де немає місця зайвим і незручним деталям. Окрім цього «він також припускає ще і футболки, жилети, неформальні піджаки, шарфи» [1: 94].

*Business casual* — схожий на попередній підстиль, але він більш поширений серед офісних працівників, які поєднують ділове призначення одягу зі зручністю й елегантністю. Костюм має строгі форми і силует, але його художнє і технологічне рішення значно колоритніше.

*Street-casual* — це переважно такі поєднання одягу, які можна побачити на вулицях міста у денний час. Це найпоширеніший різновид тренду *casual*, який дозволяє одягати абсолютно різні й випадкові речі, які подобаються власнику найбіль-

ше, за причиною їх зручності або практичності. Здебільшого цей тренд поєднує *sport-casual*, *casual glamour* і просто таку суміш речей, яку дозволяє втілити певний гардероб.

*Sport-casual* — це такий комплект речей, який має у своєму складі речі спортивної приналежності. Є також дуже поширеним і дуже зручним.

*Casual glamour* — цей стиль характеризується більш витонченим підбором речей, які доповнюють гарними аксесуарами, романтичними елементами, струнким силуетом.

*All-Out-Casual* — це напрям, який поєднує в собі речі, ідеальні для звичайних прогулянок, відпочинку або подорожей.

*Dressy Casual* — це вільний прояв вбрання, з натяком на вечірній вихід. Одяг в такому дусі можна одягати приблизно після п'ятої години вечора [6: 9–10].

На основі досліджень науковця Н. М. Катаєвої у статті «Маркетингові дослідження поведінки споживачів під час придбання одягу» можна побачити, що стиль *casual* є найпопулярнішим в наші дні, а також він є лідером серед споживачів речових магазинів різних брендів. Цей стиль найбільше відповідає вимогам і потребам покупця, серед яких: адекватна ціна, гарний дизайн, хороша якість, широкий асортимент, комфортність і практичність обраної речі [3: 21–23].

В наш час цей модний тренд настільки вжився в життя сучасної людини, що переважна більшість людей навіть не розрізняють його як окремий модний напрям. Проте, *casual* є яскраво вираженим сам по собі і має свою історію формування.

Напрямок *Tedds (Teddy-boys)* можна вважати відправною точкою розвитку стильового напрямку *casual*, його хронологічним початком в модній індустрії.

Представники цієї течії надавали перевагу поєднанню одягу від різних фірм-виробників, що суперечило естетиці тих часів, коли дотримання монобрендового костюму вважалося хорошим тоном. Таке відхилення від тогочасних норм давало свої плоди. Ансамбль, який виходив в результаті, надав костюму цікаві моменти, які виглядали свіжо, сміливо й цікаво. Наприклад, костюм, де піджак і штани належали до різних марок одягу, міг бути виконаний із різних костюмних матеріалів, або поєднувати різний текстильний орнамент. До всього цього, одяг *Teddy-boys* мав спеціально відтворений недбалий вигляд, а сам костюм був позбавлений зайвих деталей. Спрощення в костюмі призвело до зростання комфорту під час його експлуатації. Наприклад, *Teddy-boys* могли дозволити собі не носити краваток, і розстібали комір сорочки, що давало ший більшій рухливості, а горлу — свободи. Такі моменти швидко знайшли відображення в тому, що костюм став комфортнішим, легшим і більш практичним. Формальність почала відтіснятися на другий план, а вимога зручності дедалі зростала.

На розвиток стилю *Teddy-boys* сильно вплинула музикальна течія рок-н-ролу, яка в 1950-ті рр. набирала обертів, захоплюючи все більше й більше молоді. В одязі цей вплив відобразився у вигляді штанів-дудочок і зачісок «коків». Костюм став більш елегантним, витонченим, з натяком на хороший смак. Але з іншого боку, такі зміни поступово стирали характерність та чистоту модного тренду *Teddy-boys*, який починав набувати конкретних рис, але ще не був до кінця сформований. Молодь, яка не могла долучитись до високих верств суспільства, могла собі дозволити виглядати як аристократи, з поправками на власний смак і концепцію самовираження.

Вплив рок-н-ролу чітко відобразився на розвиток нової течії 1960-х рр., а саме модів (*the Modes*). Ця течія сформувалась під натхненним впливом *Teddy-boys* і рок-н-рольної хвилі та мала за основну ідею виражати ідеальний смак у своєму одязі, який, у свою чергу, мав бути брендованим, стриманим, без зайвих деталей, а також витонченим.

Зазвичай, основу зовнішнього вигляду мода становив костюм «по-фігурі», тонка краватка, «стильні» туфлі (переважно з гострим носом), і сорочка з білим вузьким коміром. Культура року, зі свого боку, надихнула перейняти таку річ, як шкіряна куртка, яка була стильною та чудово доповнювала модний костюм. Внесок модів у формування модного мейнстріму можна охарактеризувати як спробу створити власний аристократизм, який підкреслює чудовий смак і відчуття стилю в поєднанні з вираженням індивідуальності, незалежності та актуальності.

*Teddy-boys* і моди дали початок формуванню модного тренду *casual* і навіть запровадили його підвиди, а саме *smart casual* і *business casual*, які є дуже поширеними в наш час. На противагу модам була поширеною інша субкультурна течія, яка також зародилася у 1960-х рр., концепцією якої була виражена агресія та брутальність, навіть расизм, а саме — рух скінхедів. Назва «скінхед» походить від англійських слів «*skin*» і «*head*», які означають «шкіра» і «голова». Таке поєднання слів спричинене виглядом зачісок представників течії, а точніше їх відсутністю, оскільки скінхеди наголо збривали волосся на голові. Їх манера одягатись визначалась зручністю, свободою рухів, яких вони потребували під час бойових сутичок і активного пересування вулицями міста. Їх одяг дуже простий, без зайвої манірності, багатощаровий, інколи відомих брендів. Саме скінхеди ввели в моду картаті сорочки і поло.

Тенденції простоти, антиаристократичності, антиконсерватизму та вираженої індивідуальності стали одними з причин виникнення нових субкультур, таких як панки і хіпі.

Панки — прихильники панк-року, який має витоки з рок-н-ролу, — починають надавати перевагу виробам зі шкіри та джинсу, який на той час

вважався матеріалом для робочого одягу. Хіпі обожнювали джинси і поєднували їх з різноманітними речами, запозиченими з етнічних культур.

Джинс почав набувати нових значень і ставав все більш популярним завдяки своїй неабиякій зручності. Його починають використовувати для пошиття штанів, шортів, курток, «косух», деформує його колір виварюванням, а форму — прорізанням і дірками.

Використання дешевих матеріалів у повсякденному гардеробі надало стильовому напряму *casual* перших характерних рис, які виражались у простоті і комфорті, і були підкріплені відповідними матеріалами та кроєм одягу.

У 1970-х роках почав формуватись підстиль *street-casual*, навіяний одягом англійських футбольних фанатів. Їх гардероб складали брендові речі, а саме конкретний бренд, який символізував улюблену футбольну команду. Це давало змогу футбольному фанату вшанувати улюблену команду і відрізнити інших фанатів, з якими велась постійна боротьба та конкуренція. Така відданість доходила до того, що фанати віддавали великі гроші на придбання брендів речей, що часом спустошувало магазини за короткі строки, а бренди, у свою чергу, навіть випускали колекції, призначені спеціально для фанатів футболу. Такий фетиш дуже швидко поширився з Англії на інші європейські країни, то ж мода футбольних фанатів, або хулів, хуліганів, почала набувати характерних рис. Оскільки хули віддано подорожували на виїзні матчі слідом за своєю командою, вони потребували одягу, зручного для поїздки. Ця субкультура включає в себе постійні міжфанатські сутички, які можуть розпочатись на трибунах стадіону під час матчу або при випадковій зустрічі фанатів ворогуючих футбольних клубів. Тому одяг мав бути комфортним, просторим, не обмежувати рухи. Тема спорту пронизувала весь їх гардероб. В цілому стиль хула включав у себе поло, світлі джинси і спортивне взуття, а колір одягу відповідав провідним кольорам улюбленого клубу. Саме такий образ вперше був названий «*casuals*», через його виражену повсякденність і неформальність. «Таким чином, навколофутбольний *casual* стає не просто стилем футбольних хуліганів, але і стилем самого життя» [2].

Ще більшу зацікавленість у брендів речах люди почали виражати у вісімдесятих роках минулого століття, які історично запам'яталися як період економічного підйому та розкішного життя. В це десятиліття маркетинг відомих марок набув свого розквіту за рахунок розвитку моделінгу, в якому зійшло нове покоління моделей, супермоделей. Сінді Кроуфорд, Наомі Кемпбел, Крісті Терлінгтон — лише деякі імена, які підняли світ моди на новий рівень. Їх фото можна було побачити майже в кожному глянцево журналі, де вони рекламували брендів одяг. Сама модна фотографія була подана таким чином, щоб люди захотіли придбати

цю модну річ, незважаючи на ціну, аби виглядати так само гарно та модно, як модель на фото. Така висока зацікавленість брендовим одягом посилювала виробництво одягу *pret-a-porte*, тобто готового одягу, який люди могли б носити у повсякденному житті. Але окрім розвиненої модної індустрії свій вплив на костюм мав вуличний мейнстрім.

Вісімдесяті роки ХХ століття були періодом панування багатьох стильових напрямів таких як: мілітарі, спорт, рок, поп, інді та ін. Відкриття еластану як нового матеріалу призвело до того, що популярними стали речі, які були виготовлені з еластичного трикотажу. Це підвищило зручність у носінні одягу та відчуття повної свободи рухів, адже такий матеріал добре тягнувся й не стримував рухів, а з практичного боку речі менше зношувались і не розтягувались в районі згину суглобів. Окрім цього, крій речей з еластану був дуже простим, що зайвий раз підкреслило домінування простоти у зовнішньому вигляді в руслі тренду *casual*. Широкий вибір різностильових речей, вплив музичних ікон (Елвіс Преслі, Бітлз, Майкл Джексон, Мадонна), економічний підйом і бажання до вираження власної індивідуальності відобразились у повній свободі вибору речей, в їх комбінуванні. Люди все більше одягались так, як їм зручно, на власний смак і розсуд.

Така тенденція, безперечно, вплинула на модну індустрію, яка вже не могла як раніше масово контролювати модні тенденції та вибір споживача. Необхідно було застосовувати радикальні зміни, і вони вилились у те, що вулична мода стала частиною і натхненням модного Олімпу.

Таким чином, стильовий напрям *casual* почав прориватись на подіуми, де дизайнери запропонували сміливі рішення, поєднуючи речі різні за стилем і призначенням, наприклад, светр і літні шорти, класичний піджак і джинси, романтичну спідницю і класичну сорочку, більше того, деякі дизайнери самі були вихідцями з вулиць і ця тенденція їм імпонувала [5: 17–18].

Сьогодні існує величезна кількість брендів, які випускають одяг у дусі *casual*, серед них: Adidas, Armani, Ben Sherman, Burberry, Calvin Klein, Dolce & Gabbana, Fred Perry, GUESS, Hugo Boss, Lacoste, ZARA, Mango та ін.

Демократичність у виборі одягу, недбалість, простота та багатшаровість стали основними рисами цього модного напрямку. Чистота форми, манірність, дотримання певного етикету в гардеробі та формальність відступили на другий план, залишаючись частково дотриманими лише у певних видах одягу цільового призначення, як світські раути, походи в театр, монархічні прийоми та ін.

Дев'яності роки минулого століття стали остаточно затвердженням *casual* як стильового напрямку, і зараз він є найпоширенішим і найактуальнішим, вражаючи і модифікуючи інші стильові тренди, утворюючи різновиди, про які згадувалось вище.

Слід також зазначити, що розвиток модного напрямку *casual* був неможливим без впливу еkleктики. Сама еkleктика, в сучасному модному розумінні, почала зароджуватись пізніше за *casual*, але саме вона дозволила йому в певній мірі розвинути, оскільки поєднує в одному ансамблі речі різні за стилем, а отже й виражає свободу вибору одягу, підкреслюючи індивідуальність його власника.

Модні будинки звернулись до естетизації кітчу, яким колись була еkleктика, як до пошуку нових джерел натхнення, і певною мірою, щоб вдовольнити вимоги споживача, від яких залежав їх фінансовий успіх.

Еkleктика і *casual* утворили симбіоз, що торкнувся сфери майже кожного стилю, який розбавили комфортними речами, несумісними між собою. Наприклад, започаткуванню підстилю *casual glamour* сприяло бажання жінки виглядати жіночно, витончено й водночас почувати себе в одязі зручно. Таким чином, підбори почали поєднувати з джинсами, шифонові сукні зі светрами, а спортивні штани з кокетливими топами та хутром. Тяга до простоти і зручності, використання нових матеріалів вагомо вплинули і на зовнішній вигляд одягу, його крій і форму.

Окрім вшивного рукава, стали поширеними реглан і цілнокроєний рукав, використання нових тканин дозволило не використовувати виточки і рельєфи, окрім гудзиків і крючків, стали набувати популярності гумові стрічки та застібки-«блискавки», а кишені стали декоративним елементом в якості «обманок».

Для речі у так званому стилі *casual* загалом характерні: відсутність зайвих елементів крою і фурнітури, висока практичність, що досягається за рахунок вдало підібраних матеріалів з високим ступенем експлуатації, помірний декор або його відсутність, простота і чистота ліній, стриманий, але привабливий зовнішній вигляд. Наприклад, це такі речі, як джинси, шорти, футболки, поло, кардигани, блейзери, світшоти, сарафани та ін.

Оскільки стильовий напрям *casual* суміщає в собі риси інших стилів (спорт, романтичний, етно), він автоматично перебирає на себе їхні характерні риси, функції, матеріали, декоративні та кольорові рішення. Наприклад, спортивний та етнічний стилі можуть додати костюму динамічності, зручності рухів, раціональності та простоти крою, яскравості; романтичний стиль може внести нотки жіночності, ніжності, чуттєвості. Таким чином, модний тренд *casual*, підтримуючи певну характерність, адаптується до потреб різних споживачів, все більше набуваючи рис, притаманних сучасним стилям в одязі.

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** Сучасне суспільство визначає комфорт і практичність як один із важливих чинників існування, що не може не відобразитись у сучасному костюмі. Стильовий напрям *casual* став чудовим

вираженням потреб масового споживача, оскільки є універсальним і доречним майже для всіх випадків життя, коли формальність і консерватизм у одязі відступають на задній план. Завдяки концепції простоти і комфорту цей модний тренд набув значного поширення і навіть поділився на підтеми, кожна з яких має певне призначення, але не позбувається своєї оригінальної суті, що зробило *casual* найпопулярнішим трендом сьогодення. Виражаючи в собі певні еkleктичні елементи, *casual* є пластичним, демократичним, привабливо простим, водночас залишаючи місце для комбінаторики та індивідуального вибору. Він має чудові адаптаційні якості, які, безперечно, стосуються інших стилів (які певною мірою ще тримають свою чистоту), що може стати цікавим ґрунтом для подальших досліджень в цій сфері.

#### Література:

1. Ангел О. Ю., Кристирева К. Н. Стиль одежды — важнейшая составляющая успешной карьеры / О. Ю. Ангел, К. Н. Кристирева. — Новосибирск: Издательство «Центр развития научного сотрудничества», Общество с ограниченной ответственностью, 2015. — 177 с.
2. История casual стиля (Teddy-boys, Modos, skinхеды, футбольные хулиганы [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.be-casuals.ru/collections/295-istoriya-casual-stilya.html>.
3. Катаева Н. Н. Маркетинговые исследования поведения потребителей при покупке одежды / Н. Н. Катаева. — Уфа: Издательство «Индивидуальный предприниматель Козлов Павел Евгеньевич», 2014. — № 12–1 (12). — 33 с.: ил.
4. Кудрева А. К., Кукарцев А. В. Дресс-код как элемент организационной культуры / А. К. Кудрева, А. В. Кукарцев. — Красноярск: Издательство «Сибирский государственный аэрокосмический университет им. акад. М. Ф. Решетнева», 2011. — 134 с.
5. Масленцева Н. Ю. Мода как предмет социокультурного анализа / Н. Ю. Масленцева. — Прага: Издательство «Vedecko vydavatel'ske centrum Sociosfera-CZ s. r. o.», 2014. — № 2. — 172 с.
6. Михеева М. А. Костюм как социальное явление / М. А. Михеева. — Оренбург: Издательство «Оренбургский государственный университет», 2009. — 21 с.
7. Стиль casual: характерные особенности, разновидности, фирмы-изготовители [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://zapiskiprofana.ru/stil-casual/>.
8. Яковлева М. В. Развитие моды в условиях кризиса / М. В. Яковлева. — СПб.: Издательство «Санкт-Петербургский государственный университет культуры и искусств», 2010. — 132 с.