

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(СПБГУ)

Выпускная квалификационная работа

**«"Традиционный" русский костюм в
современной европейской России:
реконструкция, восприятие, бытование.»**

Уровень образования : магистратура

Направление 41.04.02 «Регионоведение России»

Образовательная программа ВМ.5720.2020 «Регионоведение России»

Выполнила :

Студентка 2 курса

Тхайтракулпанич Эсари

Научный руководитель :

кандидат исторических наук, доцент

Шорохов Владимир Андреевич

Санкт-Петербург

2023

Оглавление

Введение	3
Глава I. Традиционная русская одежда и ее способность к самоидентификации	9
1.1. Элементы традиционной русской одежды	9
1.2. Этнический активизм и адаптация традиционной одежды к современности	16
Глава II. Исследование современных марок адаптированной традиционной европейской русской одежды	31
2.1. Методология	31
2.2. Ответы на вопросы анкеты и их значение	43
Глава III: Неоязычество, национализм и советское влияние: Культурные тенденции по результатам исследования адаптированной традиционной одежды	86
Заключение	107
Список литературы	113
Список иллюстративного материала	119
Список интервью	135

Введение

Толстовка ультрамаринового цвета с неоновым декором на груди - традиционной вышивкой в форме церкви. Сарафаны модернизированного покроя. Косоворотки для женщин...

Это лишь несколько примеров растущего рынка адаптированной традиционной русской одежды, производственное потребление которой показывает, как современные россияне относятся к самоидентификации.

Тема. В данной научной работе рассматривается традиционная русская одежда, которая была адаптирована для ношения в современной российской повседневной жизни. Знаковые предметы этнографического костюма, такие как косоворотка, сарафаны и кокошник, в последние годы были адаптированы отечественными малыми предприятиями к современности путем изменения их традиционного внешнего вида или даже путем переноса узнаваемых элементов на одежду XXI века, такую как футболки и леггинсы. В ходе интенсивных опросов, проведенных среди различных производителей одежды, было выявлено несколько культурных явлений, включая российский патриотизм и русское православие перед лицом глобализма и западной культуры, популяризацию неоязычества, а также отсутствие знаний и интереса к традиционной культуре у части населения, объясняемое как влияние советских времен. Эти малые предприятия пытаются адаптировать традиционную русскую одежду, обычно рассматриваемую как музейные экспонаты или пережитки дореволюционного прошлого, к российской современности, как форму “этнического активизма”,¹ когда члены этнической группы продвигают свою культуру без институциональной поддержки.

Масштаб исследования. Исследование было основано на опросе представителей 26 брендов, производящих традиционную русскую одежду,

¹ Гаврилова, К. А. Этнический активизм и локальные стратегии производства этнической культуры в марийских деревнях Кировской области автореферат дис. ... кандидата исторических наук: 07.00.07. СПб., 2016. С. 13.

аксессуары и украшения, которые приспособлены для современной одежды, что в дальнейшем будет называться "адаптированная традиционная одежда." (В отличие от этого, традиционная одежда, которая не была переработана для рынка XXI века, будет называться просто "традиционной русской одеждой") Все исследованные бренды черпают вдохновение в европейской русской одежде и традиционной славянской одежде, а не в костюмах других этнических групп или других частей России. Все выбранные бренды основаны россиянами и производят свою одежду в небольших (непромышленных) масштабах. Они, конечно, не попадают в категорию "быстрой моды", поскольку адаптированная традиционная одежда – это всё ещё развивающийся рынок, который еще не стал полностью массовым. Опрос брендов проводился в течение 2022 и 2023 годов. На момент написания работы все объекты анкетирования продолжают работать, продавая свою одежду в России и отправляя международные заказы за рубеж.

Исследование также определяет некоторые ключевые элементы европейской русской одежды, такие как предметы одежды и символы. Ответы на анкеты исследования используются в качестве трамплина для изучения культурных тенденций современной России, таких как патриотизм или долгосрочные культурные последствия советской эпохи.

Актуальность исследования. Адаптированная традиционная одежда в России - это растущая индустрия, в которой бренды создаются по инициативе отдельных российских предпринимателей. Поскольку одежда является важным элементом самоидентификации и принадлежности к социальной группе, "новая" категория одежды указывает на культурную траекторию, которую следует изучить.

По словам производителей адаптированной традиционной одежды, реакция россиян на их продукцию разнообразна: от восхищенного удивления, гордости за этническую и национальную идентичность до замешательства,

недоверия и даже враждебности. Столь широкий спектр реакций дает представление о том, как по-разному россияне сегодня относятся к своей этнической самоидентификации.

Объект исследования. Современные российские бренды, выпускающие адаптированную традиционную русскую одежду.

Предмет исследования. Как производство адаптированной традиционной русской одежды и реакция на нее отражают современное состояние отношения россиян к этническому активизму и самоидентификации с традиционной культурой.

Цель работы. Изучить, как современная адаптированная традиционная русская одежда отражает отношение россиян жителей европейской России к традиционной культуре в настоящее время.

Задачи исследования.

- дать краткий обзор традиционной русской одежды и её элементов
- описать, как одежда может служить средством самоидентификации с этнической группой и пропагандировать культуру этой этнической группы
- определить, что такое адаптированная традиционная русская одежда
- описать методику проведения интервью с брендами адаптированной традиционной русской одежды
- изучить ответы, полученные в ходе интервью с брендами
- определить культурные потоки, или культурные тенденции, наблюдаемые на ответах анкеты, такие как патриотизм и неоязычество

Методология. Для концептуализации данной исследовательской работы были использованы различные источники, касающиеся традиционной одежды, в частности "Этнический активизм и локальные стратегии производства этнической культуры в Марийских деревнях Кировской области", написанная К. А. Гавриловой для Российской академии наук,

которая формирует научную основу исследования использования одежды в качестве инструмента этнического активизма. Её работа была использована в качестве основы для создания опросника для производителей одежды. Работа М.Н. Мерцалова, “Поэзия народного костюма”² является полезным источником по традиционной русской одежде. Особенно полезны работы М.В. Городнова³ и Н.А. Химдиат,⁴ которые писали об адаптации традиционной одежды к современности.

Научная новизна исследования. В то время как научных работ по традиционным костюмам много, работы по адаптированным традиционным костюмам встречаются гораздо реже, тем более те, в которых используются опросы для тех, кто производит такую одежду. Также никогда не проводился опрос, на вопросы которого отвечали бы именно эти 26 брендов. Совокупный опыт 26 производителей показывает актуальную общую картину того, как россияне соотносят свою современную жизнь с этнической идентичностью и традиционной культурой, особенно когда разные производители независимо друг от друга дают похожие ответы. Например, несколько производителей сетуют на то, как Советский Союз “уничтожил” уважение к дореволюционной традиционной народной культуре, которое не восстановлено до сих пор. Как иностранка, я также могу предложить свежий взгляд на традиционную русскую одежду и объективный взгляд на самоидентификацию русских, в то время как российский гражданин может воспринимать эти вещи как должное.

² Мерцалова М. Н. Поэзия народного костюма. // Молодая гвардия, М. 1988.

³ Городнова, М. В. Проектирование современных решений женской одежды по мотивам русского народного костюма // Международный студенческий научный вестник. 2017. № 6. С. 103–109.

⁴ Химдиат, Н. А. Исходная информация для проектирования современной женской одежды в этно-стиле / Н. А. Химдиат, С. С. Алахова, Н. Н. Бодяло // Технологии, дизайн, наука, образование в контексте инклюзии : Сборник научных трудов. Том Часть 1. – Москва : Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования “Российский государственный университет имени А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство).” 2018. – С. 138-142.

Практическая значимость исследования. Выводы, сделанные в работе, представляют собой подтвержденные доказательства того, как некоторые россияне относятся (или не относятся) к своей этнической идентичности и традиционной культуре через одежду. Те, кто хочет производить одежду или создавать другие адаптированные продукты, вдохновленные традиционной культурой, могут обратиться к этой научной работе в рамках своих исследований и разработок. Полученные результаты могут оказаться полезной информацией для проникновения в определенные группы российских потребителей. Те, кто заинтересован в покупке адаптированной традиционной русской одежды, могут также поискать магазины этих 26 брендов, что может привести к открытию еще более современных славянских брендов, которые могут понравиться читателю.

Региональный аспект. Исследование будет посвящено одежде, украшениям и амулетам из европейской части России, поэтому в первой части, описывающей традиционную русскую одежду, будут рассмотрены предметы этнографического костюма из этого региона. Исследование не будет включать анализ одежды из других регионов России, например, сибирской традиционной одежды. Бренды адаптированной традиционной русской одежды также производят адаптированные версии европейской русской одежды, хотя дизайн может не быть строго "европейским русским" или славянским из-за художественной лицензии.

Из 26 исследованных брендов все, кроме двух, базируются в европейской части России, восемь - в Санкт-Петербурге, четыре - в Москве. Два исключения - это бренд, расположенный в Республике Алтай, и еще один - в Красноярске, но оба включены в исследование, потому что бренд производит адаптированную европейскую русскую одежду. Дополнительная информация будет представлена в разделе 2.1 данной работы.

Структура работы. Диссертация состоит из введения, трех глав, списка источников и списка иллюстраций.

Глава I. Традиционная русская одежда и ее способность к самоидентификации

1.1. Элементы традиционной русской одежды

Для того чтобы иметь возможность рассмотреть адаптированную традиционную одежду, полезно сначала определить ключевые элементы традиционной русской одежды и её элементы, чтобы мы могли оценить, как они адаптируются сегодня. Следует подчеркнуть, что мы сосредоточимся на традиционных предметах и элементах одежды, в адаптации которых заинтересованы современные бренды.

Понева. “Самая древняя форма русской женской одежды - понева”⁵ это тканая юбка для замужних женщин, которую носили вплоть до XX века. Как пишет М. Н. Мерцалова в своей книге «Поэзия народного костюма», распространенность поневы такова, что “женская понева связывает единой нитью пахнущие зрелыми антоновскими яблоками рязанские земли с холодными бледными берегами Прибалтики” (1988). Крестьянки выплетали на поневе узоры, например, клетку или солярные символы, вроде ромба “Коситница.”⁶ Понева обычно состояла из трех полотнищ и носилась на шерстяном шнуре с рубашкой. Понева занимает центральное место в обряде перехода девушки из одного возраста в другой – “надевания поневы” означало, что она достигла совершеннолетия и теперь может найти себе мужа.⁷

Рубашка/рубаха или косоворотка. Как для мужчин, так и для женщин самой древней славянской одеждой была рубаха, белая рубашка с длинными рукавами, которая “защищала людей от палящих лучей летнего солнца во

⁵ Мерцалова, М.Н. Поэзия народного костюма. // Молодая гвардия, М. 1988.

⁶ А там, на юге от Москвы, где бытовала самая древняя форма русской женской одежды - понева, для торжества первого брачного дня девушки ткали пышные темные поневы, украшая их яркими разноцветными рисунками с затейливыми продольными полосами, горящими немеркнущим огнем. Такой силуэт, такой костюм, ритм рисунка, такое сочетание красок могла изобрести лишь фантазия народа, создавшего вечный образ счастья - жар-птицу. Мерцалова, М.Н. 1988, с. 49.

⁷ Минкультуры России. Русский костюм: как сложился русский народный костюм, картины, фотографии, 2015.

время работы в поле, на нее надевали меховую одежду в зимнюю стужу”⁸. Рубашка часто на воротнике, подоле и рукавах вышивались защитные символы от злых сил или запретной магии, которые женщины ткали для себя и для мужчин в своей жизни:

“Нужно было охранять рубашку, сделать ее неуязвимой, даже если она попадет в руки плохих, злобных людей...⁹Первоначально, в глубокие-глубокие времена, рисунки вышивки или тканья имели прямой магический смысл. Но шло время, отрывала людей от старых верований новая жизнь. Исчезала из рисунков колдовская сила, и оставалась только красота.”¹⁰

Косоворотки появились позднее в XV веке и носились как мужчинами, так и женщинами, как на каждый день, так и по торжественным случаям. Мужские косоворотки имели характерный воротник "косой ворот", где прорезь воротника смещена от центра. Академик Дмитрий Лихачев выдвинул наиболее признанную теорию такого смещения воротника: чтобы крестьянские распятия не выскальзывали из рубахи во время работы.¹¹ Пояс был важным аксессуаром для ношения с рубашкой, поскольку считалось, что он обладает защитными свойствами от злых духов – выйти на улицу без пояса считалось грехом. Глагол «распоясаться», происходит от этого обычая.¹² Фактически, выход на улицу без пояса означал, что "вы отказываетесь от того, что центрировало вас в среднем мире и связывало с вашей семьей и обществом" в скандальной форме, пишет Памита М. (2022, с. 188) . Она написала, что духов типа русалки можно было узнать по тому, что

⁸ Мерцалова, М.Н. 1988, с.74

⁹ Мерцалова, М.Н. 1988, с.74

¹⁰ Мерцалова, М.Н. 1988, с.76

¹¹ Гузева, А. 2020.

¹² Минкультуры России. Русский костюм: как сложился русский народный костюм, картины, фотографии. 2015.

они не носили крайка, более узкого типа славянского пояса, ассоциирующегося с Украиной: "Хождение без крайка считалось верным признаком того, что вы связаны с миром духов. Сами духи выдавали себя, потому что не носили поясов."

Как мы увидим далее в этом исследовании, некоторые современные интерпретации косоворотки отклоняются от ее традиционных форм, что приводит к различным реакциям.

Оберег. Неотъемлемым элементом древнеславянской одежды были обереги – символические предметы, которые, как считалось, защищали владельца от зла, поскольку древние славяне выживали в суровых условиях, подвергаясь ударам жестокой судьбы и сил природы.¹³ Обереги обычно зашивались в рубашки или пояса. Защитные символы были геометрическими, такими как вышеупомянутый ромб, и часто изображали солнце или поля: "Существовали и другие узоры, в которых чередовались более простые изображения людей, животных, птиц, но все они ведут свое начало от древней славянской мифологии".¹⁴ Обычно зашивались в рубашки или пояса. Талисманские рисунки оберегов включают *квадрат*, который используется для создания защитных границ. *Ромб* – это ромб, представляющий плодородие, а ромб с точкой в центре – плодородное поле или беременность. *Сварга* или *ярга* – это древний символ свастики, представляющий солнце, используемый для защиты от негатива и благословения владельца (Иллюстрация 1).¹⁵

¹³ "В древние времена, когда нашим далеким предкам приходилось отвоевывать у природы право на жизнь и весь окружающий мир был полон коварных неожиданностей, которые было трудно предвидеть, чтобы оградить себя от них, славяне создали систему оберегов «оберегов» - предметов-символов, имевших, по вере людей, силу охранять их от возможного зла. Самым же неизведанным, таящим в себе удачу, радость или горе была судьба - будущее в жизни человека. Судьбой нельзя было повелевать, с ней невозможно было вступать в борьбу, она была капризна и изменчива, ревниво относилась к чрезмерной удаче, как будто выхваченной у нее против воли." Мерцалова, М.Н. 1988, с. 37.

¹⁴ Мерцалова, М.Н. 1988, с. 60.

¹⁵ Pamita, M. *Baba Yaga's Book of Witchcraft*. // Pamita, M. - Woodbury, Minnesota: Llewellyn Publications, 2022. P. 12–13, 17.

Сарафан. В XVIII - начале XIX века сарафаны стали вытеснять поневу. Для их изготовления торговцы привозили персидский шёлк и парчу, поэтому платья также назывались “персидские”, причем самым популярным оттенком был малиновый.¹⁶ Само слово "сарафан" происходит от персидского слова “через голову” – “саран па.” Конечно, мы должны отметить, что это одна возможная версия из многих. Хотя сарафаны упоминались еще в XIV веке как мужской наряд, они стали одеждой для духовенства, а затем и женской одеждой. Реформы Петра I вытеснили сарафан из дворянских шкафов и установили правило носить европейскую одежду.¹⁷ Но если дворяне его избегали, то среди населения, платившего налоги, сарафан переживал расцвет, причем настолько, что в конце XVIII века первые русские суконные фабрики стали производить ткань для сарафанов. “В XVIII веке значительная часть горожан также одевается в русское платье – ремесленники, мещане, купцы, жители слобод сохраняют приверженность старине, несмотря на многократные правительственные напоминания об обязательном ношении иностранного платья. Теперь становятся более доступными фабричные ткани, различные отделки, а показная пышность дворянского костюма и быта начинает влиять на одежду горожан”.¹⁸ Сарафаны снова вошли в моду среди дворян в конце XVIII века, чему способствовало желание Екатерины II привить чувство гордости за российскую самобытность¹⁹ – на этот раз под сильным влиянием французского стиля рококо, с опущенными плечами, тонкой талией из-за корсетов, отрезными рукавами и длинным шлейфом.²⁰ Однако среди простого народа сарафан продолжал оставаться свободным и трапециевидного кроя, чтобы сохранить женскую скромность для похода в церковь. Обратитесь к Иллюстрации 2, на которой изображена фотография

¹⁶ Мерцалова, М.Н. 1988, с. 135.

¹⁷ Минкультуры России. Русский костюм: как сложился русский народный костюм, картины, фотографии.

¹⁸ Мерцалова, М.Н. 1988, с. 135.

¹⁹ Минкультуры России. Русский костюм: как сложился русский народный костюм, картины, фотографии.

²⁰ Streussnig, M. Evolution of Russian Clothing.

крестьянской девушки 19 века из Тверской губернии в праздничном костюме, состоящем из сарафана, рубахи и головного платка из книги М.Н. Мерцалова.

Головный убор. Женский головной убор – один из самых знаковых элементов традиционного русского костюма, выбор которого зависел от семейного положения и возраста. Если незамужние девушки носили косы и часть волос, то замужние женщины покрывали всю голову рогатыми кичками (что означало плодородие), одевали чепец с платком и, пожалуй, самое запоминающееся оголовье – кокошник.²¹ Головные уборы назывались в честь повторяющейся в славянской мифологии темы – птиц. “Шитые золотом, разноцветными нитями, жемчугом или цветными камнями кички, кокошники, сороки венчали головы русских женщин. В самих названиях этих уборов сохранились корни древних, бытовавших у наших предков наименований птиц”.²² Жемчуг, вплетенный в сети, использовался для украшения кокошника. Поскольку считалось, что жемчуг остается живым после сбора, он был символом жизни и плодородия и использовался на новобрачную.²³ Таким образом, в головных уборах получали материальное воплощение народные верования.

С ростом влияния визуальной культуры православного христианства форма кокошника стала напоминать нимбы вокруг голов святых на иконах. С расцветом русской национальной культуры в XIX веке кокошники вошли в моду среди царственных особ, вдохновленных европейской романтической увлеченностью “корнями”. Сегодня несколько российских брендов адаптировали кокошник для повседневной носки, о чем мы расскажем ниже.

Знаки двоеверия. Двоеверие – это концепция, предполагающая, что христианство и язычество сосуществовали в восточноевропейской культуре после христианизации Руси. Историки, однако, расходятся во мнении,

²¹ Минкультуры России. Русский костюм: как сложился русский народный костюм, картины, фотографии.

²² Мерцалова, М.Н. 1988, с. 21

²³ Мерцалова, М.Н. 1988, с. 96–97.

означает ли двоеверие синкретическую веру, скрытое язычество, тонко замаскированное христианством, или "одновременное следование двум независимым и самодостаточным системам верований – своего рода хеджирование ставок" (Rock, 2001).²⁴ Однако, по сравнению с последовательным искоренением языческих верований в Европе под влиянием христианства, Ivanits (1989) называет русское двоеверие "экстремальным" сохранением народных языческих верований, несмотря на усилия православной церкви, потому что:

“Русский крестьянин, более чем его европейский собрат, был изолирован культурно и, во многих случаях, географически, от основного русла развития своей нации. Более того, Россия не пережила ни интеллектуального подъема эпохи Возрождения, ни очищения от древних суеверий эпохи Реформации. Как утверждает Г. П. Федотов в своем монументальном исследовании русской религиозной мысли "Русский религиозный разум", крестьянин жил в Средневековье вплоть до XIX века."²⁵

Очевидно, что двоеверие можно увидеть в том, что крестьянские календарные праздники, такие как масленица на весеннее равноденствие и день Ивана Купала, накладывались на церковные значения и праздники, такие как Масленица и день святого Иоанна.²⁶ В одежде двоеверие проявляется в двойном использовании одним человеком и православного креста, и нехристианских защитных амулетов, или в вышивке обоих типов символов в одном наряде.²⁷ Благодаря своей приспособляемости, кокошники также демонстрировали двоеверие. Как уже упоминалось выше, они могли напоминать нимбы, встречающиеся на иконах, или воплощать символы плодородия, такие как жемчуг. Склонность к красному цвету прослеживается

²⁴ Rock, S. What's in a word?: A historical study of the concept dvoeverie. С. 20.

²⁵ Ivanits, 1989, с. 4

²⁶ Ivanits, 1989, с. 6.

²⁷ Ivanits, 1989, с. 20.

как в язычестве, так и в христианстве. Первым цветом, которым русские окрашивали свою одежду, был красный, используя гематит или растение медуницу.²⁸ Красный цвет символизировал кровь, огонь, солнце и плодородие, поэтому его носили как мужчины, так и женщины. Христианская одежда продолжала использовать этот популярный цвет, но с дополнительным религиозным смыслом, связанным с кровью Христа.²⁹

Ссылаясь на Джейн Эллис в ее книге 1998 года "Российские культурные исследования", Рок (2001) говорит о том, что российское прошлое "двоеверия" объясняет, почему движение "Нью Эйдж" находит отклик в наши дни, потому что это была современная версия наличия двух вер. И движение Нью Эйдж, и неоязычество, как историческое двоеверие, включают элементы "экстрасенсорного восприятия, гипноза и других явлений, уходящих корнями в глубь веков: новое проявление, в некотором роде, двоеверия".³⁰

²⁸ Color Code of Russian Outfit. Traditional Russian Costume.

²⁹ Color Code of Russian Outfit. Traditional Russian Costume.

³⁰ Rock, S. What's in a word?: A historical study of the concept dvoeverie. С. 20.

1.2. Этнический активизм и адаптация традиционной одежды к современности

В этом разделе рассматриваются три основные темы. Во-первых, представлен краткий историографический обзор российских исследований народной культуры, который обеспечивает необходимый контекст для дальнейшего обсуждения. Во-вторых, раздел содержит краткое изложение соответствующих аспектов работы К. А. Гавриловой «Этнический активизм и местные стратегии производства этнической культуры в марийских деревнях Кировской области», опубликованной Российской академией наук.³¹ Опираясь на выводы Гавриловой об этническом активизме, автор разработала анкету для производителей брендов, который будет более подробно рассмотрен в разделе 2.1. Наконец, в этом разделе анализируются различные теории адаптации традиционной одежды к современным адаптированным традиционным нарядам.

Исследования народной культуры. Существует множество исследований, посвященных возрождению народной культуры в России, изучающих традиционную культуру в контексте современности. В этих исследованиях анализируются не только одежда, как мы увидим в работе Гавриловой, но и символы и верования. Одно из таких исследований — «Ярга-крест и свастика: народная исконь в науке» П.И. Кутенкова и А.Г. Резункова. Авторы исследуют значение народной культуры и ее символов. Они утверждают, что существует необходимость понимать древние символы в современных условиях, поскольку:

“Устойчивость воспроизводства народа и его жизнестрой связаны с сохранением исконного знания культуры. В этом контексте

³¹ Гаврилова, К. А. Этнический активизм и локальные стратегии производства этнической культуры в марийских деревнях Кировской области автореферат дис. ... кандидата исторических наук: 07.00.07. СПб., 2016. С. 4-40, 5-41, 139-190.

востребованность научных знаний о знаках народной культуры обуславливается необходимостью осмысления особенностей и закономерностей развития культуры, использования наследия предков в современном общественно-культурном пространстве.³²

В центре книги изучаются история и использование ярга-креста и свастики – обоих древних символов, которые широко распространены в древних культурах. "Исконно его смыслы связываются с благопожеланием, отвращением несчастья, созиданием светлого будущего и нацелены на добро",³³ но были испорчены и использованы нацистским режимом. На протяжении всей истории России такие символы, как ярга-крест, были частью народной культуры с дохристианских времен. Народная культура настолько гармонично сочеталась с православным христианством, что когда в средние века ее посещали иностранные епископы, они отмечали, что трудно сказать, какая система верований впиталась в какую.³⁴

В петровские и послепетровские времена русская народная культура придавала русской культуре черты, отличавшие ее от византийской и западноевропейской.³⁵ Хотя эта народная культура была связана с крестьянами низших классов, где языческие культы воплощали древний образ жизни,³⁶ они были способны удовлетворить общинные и семейные потребности крестьянина. Более того, крестьянская культура сыграла значительную роль в формировании национальной культуры в послепетровскую эпоху. Это было видно на примере того, как такие гении, как М.В. Ломоносов, выходцы из крестьянской среды, пополнили ряды российской интеллигенции.³⁷ Архитектура этого времени также воплощала

³² Кутенков П. И., Резунков А. Г. 2014. С. 6–7.

³³ Кутенков П. И., Резунков А. Г. 2014. С. 4.

³⁴ Кутенков П. И., Резунков А. Г. 2014. С. 12.

³⁵ Кутенков П. И., Резунков А. Г. 2014. С. 13–14.

³⁶ Кутенков П. И., Резунков А. Г. 2014. С. 14.

³⁷ Кутенков П. И., Резунков А. Г. 2014. С. 14.

крестьянскую народную культуру: деревянные церкви были украшены народными узорами.³⁸

Далее автор определяет русскую исконную культуру как имеющую “единое крестьянское творчество”, воплощающее дохристианское мировоззрение, “традиции которого распространились в последующие века и так или иначе повлияли на профессиональные формы творчества”.³⁹ Народные культуры менялись на протяжении веков, но на символическом уровне они в той или иной мере представляют языческую культуру или двоеверие.⁴⁰ В ходе истории знак часто приобретал дополнительные значения: “Помимо смыслового и предметного значения знак может выражать определённые чувства, эмоции, настроения.”⁴¹

Изучение символов народной культуры важно для данного исследования, потому что многие бренды адаптированной традиционной одежды и украшений используют эти древние символы. Например, когда древний знак переосмысливается как современный амулет, они получают новую жизнь, вызывая при этом чувства и настроения, обусловленные их историческим характером.

П.И. Кутенков, один из авторов вышеупомянутой книги, применил это изучение народной культуры к исследованию о крестьянской одежде в работе “Знаковость обрядовых рубах сядемской крестьянской родовой культуры.”⁴² Изучая сядемскую крестьянскую родовую культуру, П.И. Кутенков заметил, что русские народные свадьбы в XIX– первой половине XX века включали в приданое невесты 30-50 рубах, и эти обрядовые рубахи имели культурно значимые символы и узоры.⁴³ Наиболее используемыми символами были вышивки. “Среди узоров господствует вышивка. ... Вышивка изобилует как

³⁸ Кутенков П. И., Резунков А. Г. 2014. С. 15.

³⁹ Кутенков П. И., Резунков А. Г. 2014. С. 15.

⁴⁰ Кутенков П. И., Резунков А. Г. 2014. С. 15.

⁴¹ Кутенков П. И., Резунков А. Г. 2014. С. 17.

⁴² Кутенков П. И. 2012. С. 29–36.

⁴³ Кутенков П. И. 2012. С. 29.

общеизвестными, так и самобытными для славян способами выполнения, что говорит о ее древности.”⁴⁴ На церемониальной одежде вышивались ярга (свастика) и репей, разновидность ромба.⁴⁵

Работа П.И. Кутенкова подчеркивает важность непрерывного изучения традиционной русской культуры одежды, которая продолжает открывать новые горизонты. В данной работе будет рассмотрена другая исследовательская статья по изучению традиционной русской культуры одежды – работа К.А. Гавриловой, в которой конкретно анализируется традиционная одежда в том виде, в котором ее используют жители марийских деревень.

Этнический активизм. Гаврилова начинает свою антропологическую диссертацию о марийцах с описания общей тревоги по поводу сохранения исчезающей или утраченной традиции как среди исследователей русской этнографии, так и среди людей, сохраняющих в быту элементы традиционной культуры.⁴⁶ Один из способов, с помощью которого местные жители могут проявить свою культуру на практике – это выражение своей *этнической идентичности* через *этнический активизм*.

Этническая идентичность – это тип социальной идентичности, формирующийся в социальных взаимодействиях, которые развивают и поддерживают самоопределение индивида по отношению к своей этнической группе. Этническая идентичность определяется двумя процессами: 1) как люди внутри группы придерживаются ценностей и практик, которые приписывают им принадлежность к этой группе; 2) определением тех, кто не принадлежит к этой этнической группе, как чужих или не принадлежащих к ней.⁴⁷

⁴⁴ Кутенков П. И. 2012. С. 30.

⁴⁵ Кутенков П. И. 2012. С. 30.

⁴⁶ Гаврилова, К. А. 2016. С. 4.

⁴⁷ Гаврилова, К. А. 2016. С. 9–11.

Чтобы выразить эту идентичность, люди участвуют в *этническом активизме*, который является способом выражения или даже популяризации традиционной культуры "без институционализированной поддержки", но, тем не менее, изменяет представления людей об их собственной идентичности.⁴⁸ Этот этнический активизм или "низовой национализм"⁴⁹ можно увидеть в том, как обычные люди используют и изменяют социальный статус культурных практик, таких как национальный костюм.⁵⁰

Обширные полевые исследования Гавриловой жителей марийских деревень в Кировской области включают главу об использовании марийского костюма как части сельской культуры⁵¹ (на основе интервью с представителями местного населения). "Традиционный (национальный) костюм является ярким визуальным маркером этничности или локальности"⁵² и полон "культурно узнаваемых символов и образов – кода, позволяющего отождествить человека с определенным сообществом."⁵³ Хотя традиционная одежда является ключевым элементом в создании стереотипного образа этнической культуры,⁵⁴ не все представители этой культуры относятся к одежде с пиететом, часто считая ее устаревшей. Например, некоторые сравнивали традиционную марийскую одежду с "музейными экспонатами"⁵⁵, а муж одной женщины просил ее перестать носить традиционную одежду, потому что он "прогрессивный" местный чиновник.⁵⁶ Традиционная одежда в некоторых случаях считалась "памятью", не имеющей внутренней исторической ценности, когда она не служила утилитарной цели:

⁴⁸ Гаврилова, К. А. 2016. С. 11.

⁴⁹ Гаврилова, К. А. 2016. С. 14.

⁵⁰ "Под *демонстрацией* понимается особая ситуация сценического «проигрывания» культурной практики (танца, использования костюма и т.д.), ориентированного вовне и обуславливающего изменение статуса практики, ее порядка, значения и социального контекста." Гаврилова, К. А. 2016. С. 14.

⁵¹ Гаврилова, К. А. 2016. С. 22.

⁵² Гаврилова, К. А. 2016. С. 137.

⁵³ Гаврилова, К. А. 2016. С. 138.

⁵⁴ Гаврилова, К. А. 2016. С. 142.

⁵⁵ Гаврилова, К. А. 2016. С. 143.

⁵⁶ Гаврилова, К. А. 2016. С. 146.

“Как обладатели и изготовители этих самых костюмов, никакого пиетета к «старью» женщины не испытывают – у них есть всё такое же, только новое и при сохранном наряде. Иными словами, дополнительного символического значения одежде – ввиду ее старинности или даже уникальности (напр., вышивки) – не приписывается, если в утилитарном смысле она оценена как негодная.” (Гаврилова, К. А. 2016. С. 147.)

Традиционный костюм играл роль в актуализации идентичности во время праздников или выполнения ритуалов, особенно погребальных.⁵⁷ Однако, когда дело доходило до сценических выступлений в сельских ансамблях, костюм претерпевал изменения, которые стилизовали “набор элементов, читаемых как марийские”, например, “на одежду современного покроя, украшенную геометрическим орнаментом красных тонов.”⁵⁸

В следующем разделе Гаврилова обсуждает эмоции местных жителей по поводу владения традиционным костюмом и то, как это влияет на их идентичность.⁵⁹ Если традиционная одежда не была унаследована от родственников, многие женщины приобретали её “не только для выступлений, но и просто для хранения в качестве знака актуальной этнической идентичности семьи и особой лояльности обладателя костюма марийской культуре в целом.”⁶⁰ Тем не менее, владение или интерес к традиционным костюмам и другим элементам традиционной культуры обычно больше интересовали “локальных интеллигентов”, таких как библиотекари и учителя.⁶¹ Даже если те, кто не носил марийскую одежду регулярно, надевали ее по случаю, было почти обязательным “нарядиться и сфотографироваться”,⁶² создавая ситуации “символического потребления”

⁵⁷ Гаврилова, К. А. 2016. С. 149–150.

⁵⁸ Гаврилова, К. А. 2016. С. 153.

⁵⁹ Гаврилова, К. А. 2016. “Марийский костюм в наследство: радость обладания и последствия для идентичности” С. 158–174.

⁶⁰ Гаврилова, К. А. 2016. С. 160.

⁶¹ Гаврилова, К. А. 2016. С. 161.

⁶² Гаврилова, К. А. 2016. С. 165.

костюма его носителем: ношение костюма, а также наличие фотографии в нем. Символическое потребление национального костюма означает, что его носитель "переживает (проживает) человеком собственной этничности" и участвует в "воспроизводстве тех семейных, локальных и этнических символических связей, которые несёт в себе марийский костюм."⁶³ То есть, надевая национальный костюм, человек "самонационализируется".⁶⁴

"...опыт надевания костюма, рассматриваемого как часть культуры группы (семейной / локальной / этнической), позволяет человеку пережить (актуализировать) собственную принадлежность к ней; фотография в таком случае является свидетельством, объективацией этой принадлежности и способом неоднократной демонстрации ее" (Гаврилова, К. А. 2016. С. 172.).

Таким образом, владение национальным костюмом или его ношение предстает скорее символическим, чем практическим действием, становясь способом выражения своей национальной идентичности, а не просто использованием повседневной одежды. Одежда имеет символическое значение, независимо от того, приписываются ли ей положительные ценности или нет: некоторые люди могут унаследовать ее от старших родственников и не видеть в ней никакой ценности, в то время как другие сознательно приобретают ее за ее самонационализирующие свойства.⁶⁵ Символическая функция костюма, особенно у молодого поколения, позволяет владельцу демонстрировать свою принадлежность к трем группам: своей семье, местному сообществу и национальной культуре.⁶⁶

Работа Гавриловой оказала большую помощь в формулировании многих ключевых идей данного исследования, включая форму и содержание опроса, которые будут обсуждаться в разделе 2.1 о методологии.

⁶³ Гаврилова, К. А. 2016. С. 169.

⁶⁴ Гаврилова, К. А. 2016. С. 169.

⁶⁵ Гаврилова, К. А. 2016. С. 183.

⁶⁶ Гаврилова, К. А. 2016. С. 185.

В данном исследовании акт адаптации традиционной одежды для современного использования посредством создания собственного бизнеса рассматривается как форма этнического активизма. То есть, владельцы бренда продвигают “свою собственную” русскую национальную культуру, модернизируя ее и финансируя создание своего малого бизнеса из собственного кармана, а не полагаясь на институциональную поддержку. Потребители адаптированной традиционной одежды могут затем выразить свою этническую идентичность, нося эти изделия этнического активизма.

Адаптировать традиционную одежду. Красоту традиционной русской одежды нельзя отрицать, в отличие от ее соответствия веяниям моды. Среди производителей одежды, опрошенных в рамках данного исследования, некоторые заявили, что традиционной одежде нет места в современном мире, и она рассматривается общественностью только в качестве антуража туристических мероприятий или музейных выставок, подобно тому. Различные ученые изучали процессы и философию адаптации традиционной одежды для современного рынка.

Еще в 1957 году Н.С. Макарова призвала к внедрению народного искусства в современную одежду в своей статье «Народные традиции в современной одежде», в журнале «Декоративное искусство СССР». Речь шла о поиске баланса между традиционным костюмом, который мастера “перегружали... слишком сложным, тяжелым орнаментом и дорогими и трудоемкими ручными вышивками” и однообразной повседневной одеждой с Запада: “Слепое копирование чуждых нам форм Запада не будет способствовать улучшению нашей одежды.”⁶⁷ Макарова критиковала отказ советских дизайнеров от использования национальных традиций при создании современной советской одежды. Вместо этого, ремесленники и дизайнеры должны работать вместе, чтобы сделать более художественную

⁶⁷ Макарова, Н. С. Народные традиции в современной одежде. / Н. С. Макарова // Декоративное искусство СССР. 1957. № Юбилейный номер 40 лет Великого Октября. С. 63.

одежду доступной для большего количества людей. “Художники-модельеры в этой работе должны протянуть руку нашим замечательным мастерам народных промыслов”, таким как вологодские кружевницы и другие народные художники по всему СССР.⁶⁸ Используя навыки современных модельеров и таланты народных умельцев, можно было достичь цели “правильного декоративного решения костюма советского человека” (что включало, например, создание более яркой школьной формы вместо унылой серой, которая не способствовала счастливому детству).⁶⁹

В своей основополагающей работе 1994 года «Русский народный костюм как художественно-конструкторский источник творчества» Ф. М. Пармон установил некоторые принципы создания современной одежды на основе традиционной: “главным является не подражание ей, а её творческое использование, переосмысление и создание на этой основе совершенно новых современных образцов.”⁷⁰ Между тем, самые важные ценности, которые народный костюм должен передать современной одежде – это стандарты “демократичности, широко понятой функциональности, логики форм и конструкций, его рациональности и целесообразности.”⁷¹ Вместо того чтобы копировать старые образцы, адаптированная русская одежда будет воплощать эти философские принципы, например, используя простой крой одежды, что можно увидеть в широких, свободных формах сарафанов и рубаш с низкими проймами.⁷² Другой приведенный пример – традиционный русский костюм может быть адаптирован по крою к современным тенденциям моды, например, шуба с модным покроем, или в нем могут использоваться похожие ткани, например, льняные. Народные мотивы и орнаментальные узоры могут быть усилены при сохранении оригинальной композиции, при этом вышивка

⁶⁸ Макарова, Н. С. 1957. С. 64.

⁶⁹ Макарова, Н. С. 1957. С. 63–64.

⁷⁰ Пармон, Ф.М. Русский народный костюм как художественно-конструкторский источник творчества. М: Легпромбытиздат, 1994. С. 255-259.

⁷¹ Пармон, Ф.М. 1994. С. 259.

⁷² Пармон, Ф.М. 1994. С. 258.

по-прежнему располагается вокруг воротников или рукавов.⁷³ Короче говоря, художник, создающий адаптированную традиционную одежду, должен "не копировать старое, а осмысление его богатства и создание новых, интересных предложений."⁷⁴ Требуется глубокое знание народного костюма: Художникам необходимо иметь глубокие знания о народном костюме: "Задача решения повседневных модных костюмов не менее сложна, чем создание костюмов для хоровых и танцевальных коллективов, исполнителей народных танцев и песен."⁷⁵ Тем не менее, отдача того стоит, ведь адаптированные костюмы с чертами "народного, национального, традиционного" делают их "органичнее, самобытнее, роднее, ближе, дороже."⁷⁶

Более поздние работы расширяют фундаментальные идеи, провозглашенные Пармон и Макаровой. В своей работе об адаптации традиционных костюмов Т.В. Момот⁷⁷ отмечает, что традиционная народная одежда ассоциируется с трудом и кроится простым, экономичным способом, чтобы придать широкую, удобную форму носителю (с. 78). Современная адаптированная одежда может перенять этот прямоугольный крой или добавить больше изгибов для создания более узких силуэтов (с. 79). В последние годы, отмечает Момот, фольклорный стиль стал признанной международной тенденцией моды, где одежда с национальными чертами, такими как народная вышивка и домотканый лен, возведена в ранг высокой моды (стр. 81–82).

Н.А. Химдята – модельер, специализирующийся на создании адаптированной белорусской традиционной одежды, а также написании научных исследований по фольклорному стилю, или "этнодизайну." Она пишет, что процесс адаптации культурно богатого традиционного костюма,

⁷³ Пармон, Ф.М. 1994. С. 258.

⁷⁴ Пармон, Ф.М. 1994. С. 260.

⁷⁵ Пармон, Ф.М. 1994. С. 264.

⁷⁶ Пармон, Ф.М. 1994. С. 266.

⁷⁷ Момот, Т. В. Использование народных традиций при создании современного костюма // Социально-экономическое и политическое развитие территории. Том Выпуск 6. Пенза: Автономная некоммерческая научно-образовательная организация «Приволжский Дом знаний», 2018. С. 77-82.

наполненного “веками накопленными знаниями мастеров”⁷⁸, может включать использование различных цветов, стилей и фактур, добавление собственного стиля автора или использование современных техник пошива одежды. Некоторые критерии этно-дизайна включают использование натуральных тканей, таких как лен, хлопок или шелк, а также украшение текстиля тематическими узорами, вышивкой, кружевами и так далее.⁷⁹ В адаптированных традиционных украшениях могут использоваться такие материалы, как простой металл, глиняные или каменные бусины, дерево, на котором могут быть выгравированы значимые символы.⁸⁰ В Советском Союзе ношение белорусского этностиля стало актом самоутверждения национальной культуры, причем народные мотивы в одежде были популярны с 1970-х годов и еще больше возросли в популярности после обретения страной независимости и образования государств СНГ.⁸¹ Химдиат отмечает, что славянская эстетика достигла пика моды на международном подиуме в 2014-2015 годах, когда итальянский бренд Valentino активно использовал славянские народные мотивы в своей коллекции Haute Couture весна-лето 2015 (Иллюстрация 3). В коллекции было использовано влияние картин русско-французского художника Марка Шагала: “Здесь были кожаные цветы, вышитые на грубо сотканном льне, наивное рукоделие на длинных сарафанах, надетых поверх облегающих рубашек, и жилет из стриженной кожи, густо украшенный кожаными блестками.”⁸²

Химдиат продолжает, что основным стимулом для приобретения адаптированной традиционной одежды в Республике Беларусь является “проснувшееся желание людей знать свои корни, восстановить забытую

⁷⁸ Химдиат, Н.А. "Проектирование современной женской одежды на основе традиционного женского костюма. Этнодизайн."

⁷⁹ Химдиат, Н.А. "Проектирование современной женской одежды на основе традиционного женского костюма. Этнодизайн."

⁸⁰ Химдиат, Н.А. "Проектирование современной женской одежды на основе традиционного женского костюма. Этнодизайн."

⁸¹ Химдиат, Н.А. "Этнодизайн. Проектирование современной одежды на основе традиционного костюма. Анализ."

⁸² Vogue.com. Valentino Spring/Summer 2015 Haute Couture Collection.

родословную, защититься от эрозии души, потери духовности, утраты уверенности в завтрашнем дне".⁸³ Как покажут результаты опроса, проведенного автором во второй главе, российские производители адаптированной традиционной одежды выражают аналогичные, иногда патриотические, идеи.

С точки зрения А.В. Черокова, народный костюм является наиболее важным элементом этнокультуры среди всех способов выражения этничности в этнокультурном пространстве.⁸⁴ Он наглядно демонстрирует культурное развитие общества на разных уровнях, от личностного до национального.⁸⁵ Народные костюмы выполняют две основные функции: *информационно-формирующую*, что означает, что костюмы служат источником информации и могут быть использованы для преобразования в новые объекты; и *художественно-эстетическую*, становясь произведениями искусства. Народные костюмы могут выполнять эти две функции, выражая себя в российском этнокультурном пространстве либо через тщательную историческую реконструкцию народного костюма (не входит в рамки данного исследования), либо через "создание новых объектов с применением элементов традиционного народного костюма (этнодизайн)".⁸⁶ *Этнодизайн*, или *этностиль*, включает в себя реализацию "древних технологий художественной обработки ткани – народного ручного узорного ткачества, набойки, лоскутного шитья, художественных особенностей текстильного орнамента, орнаментальной символики"⁸⁷ с использованием современных техник изготовления одежды, материалов и цветов. В результате получается новое выражение этнической принадлежности через одежду, а не точная

⁸³ Химдиат, Н.А. "Этнодизайн. Проектирование современной одежды на основе традиционного костюма. Анализ."

⁸⁴ Черокова, А. В. Использование современных функций традиционного народного костюма в этнокультурном пространстве России // Современные проблемы науки и образования. – 2013. – № 5. – С. 606.

⁸⁵ Черокова, А.В. 2013, с. 607.

⁸⁶ Черокова, А.В. 2013, с. 608.

⁸⁷ Черокова, А.В., 2013, р. 610.

реконструкция или обман “национального колорита”, потому что “привлекательность этнодизайна – его максимальная демократичность, гибкость и открытость”.⁸⁸ Подводя итог, Черокова утверждает, что современный народный костюм, созданный на основе традиционного, помогает современному русскому человеку “определить его место в этнокультурном пространстве России”.⁸⁹

Некоторые практические методы адаптации традиционной русской одежды также изложены М.В. Городновой в ее статье «Проектирование современных решений женской одежды по мотивам русского народного костюма» (2017). “Зачастую все богатство и красота нашей культуры, выраженное в русском народном костюме, представляется только как музейные экспозиции” и дать им "вторую жизнь" означает трансформировать эту одежду “с учетом современных требований и условий” (Городнова, 2017, с. 103). Адаптированная традиционная одежда часто сохраняет народный крой, который не ограничивает движения владельца, “сохраняются их главные принципы – простота, комфорт, антропометрическая универсальность.”⁹⁰ Последнее означает конструирование одежды таким образом, чтобы она подходила как можно большему числу людей.

В адаптированной одежде могут использоваться материалы, характерные для традиционного костюма, такие как натуральный мех, кожа, плетение, жемчуг, бисер, кружево и аппликация⁹¹ (прикрепление кусочков ткани к основе для создания узора). Свободно облегающие формы платьев и пальто “прямого, трапециевидного и А-силуэта” могут быть сохранены, как и длина в пол, или укорочены до уровня колена.⁹² Рукава, столь характерно длинные для традиционного костюма (представители знати позднего

⁸⁸ Черокова, А.В., 2013, р. 609.

⁸⁹ Черокова, А.В., 2013, р. 611.

⁹⁰ Городнова, М. В. Проектирование современных решений женской одежды по мотивам русского народного костюма // Международный студенческий научный вестник. 2017. № 6. С. 104.

⁹¹ Городнова, М. В. 2017. С. 105.

⁹² Городнова, М. В. 2017. С. 105.

Средневековья даже имели непропорционально большие рукава с декоративными прорезями для рук), также являются предметом внимания в адаптированной одежде. Адаптированная современная одежда может использовать “накидки и кейпы (верхняя одежда свободного покроя с боковыми прорезями специально для рук)” для создания нового стиля рукавов.⁹³ Отделка, “без чего нельзя представить одежду в русском стиле”,⁹⁴ также часто встречается в адаптированной одежде в виде вышивки золотой нитью, бисером и принтов. Народные орнаменты часто включают “геометрические узоры и славянские символы в виде животных.”⁹⁵ Адаптированная одежда может заимствовать народные костюмы из любой исторической социальной группы, например, одежду князей, бояр, крестьян.⁹⁶ При добавлении традиционных элементов к современному предмету одежды, или “чтобы привнести дух старины”, “достаточно внести в модель несколько главных акцентов – элементы кроя, орнамент, дизайн.”⁹⁷ Модернизируя традиционную одежду или дополняя современные формы традиционными элементами, дизайнеры часто стремятся показать, что “русский исторический костюм может существовать не только как пример достижений прошлого, но и вступать в диалог с современной культурой.”⁹⁸

Возможно, наиболее уместно закончить эту первую главу цитатой из «Поэзии народного костюма» Мерцалова, с которой мы начали эту главу и которая свяжет нас со следующей:

“Не умирает народный костюм. Он превратился в звено, которое связывает художественное прошлое нашего народа с его настоящим и будущим. Особенно глубоко понимают и чувствуют это современные молодые художники, художники-модельеры.⁹⁹ ... Изучение формы,

⁹³ Городнова, М. В. 2017. С. 105.

⁹⁴ Городнова, М. В. 2017. С. 106.

⁹⁵ Городнова, М. В. 2017. С. 106.

⁹⁶ Городнова, М. В. 2017. С. 107.

⁹⁷ Городнова, М. В. 2017. С. 107.

⁹⁸ Городнова, М. В. 2017. С. 107.

⁹⁹ Мерцалова, М.Н. 1988, с. 12.

конструкции, цвета, орнамента как элементов художественной композиции народной одежды, среды, в которых она существовала, - все организует художественное видение этих молодых художников так, что в их творчестве происходит процесс «прорастания» дедовского наследия, органичного слияния с современным костюмом.»¹⁰⁰

¹⁰⁰ Мерцалова, М.Н. 1988, с. 12–13.

Глава II. Исследование современных марок адаптированной традиционной европейской русской одежды

В главе 2.1 будет рассмотрена методология создания анкеты, использованной для опроса брендов, а также процесс поиска брендов адаптированной традиционной одежды. Обзор брендов будет включать анализ их сходства, а также разделение их на три категории на основе того, как они адаптируют одежду. В разделе 2.2 будет представлен анализ ответов брендов на вопросы анкеты, который затем станет тематическим фокусом для третьей главы.

2.1 Методология

Формирование анкеты и процесс интервью. Используя темы этнического активизма из работы К. А. Гаврилова 2016 года, описанной в разделе 1.2, я составила анкету из 13 вопросов, которые позволили бы производителям представить свои бренды (вопросы 1–3), рассказать о своих мотивах и процессах адаптации одежды (вопросы 4–8) и описать реакцию разных поколений покупателей на свою одежду (вопросы 9–13). Ответы на вопросы 1-3 будут рассмотрены в данном разделе 2.1, а остальные вопросы - в разделе 2.2.

Информация о бренде

1. Как называется ваш бренд одежды? В каком городе вы находитесь?
2. Какой ваш самый продаваемый товар, и почему?
3. Пожалуйста, как ваш ФИО и позиция в бренде (например, основатель бренда). Когда и почему вы основали бренд?

Народный костюм в современной России

4. Что заставило вас принять решение основать бренд одежды, который сочетает в себе традиционную русскую одежду с современной одеждой?

5. Как вы думаете, традиционная культура сейчас актуальна в повседневной жизни россиян?
6. Считаете ли вы, что популяризация традиционной русской одежды путем адаптации ее к современной жизни - это своего рода этнический активизм? (этнический активизм - это способ продвижения этнической культуры без институционализированной поддержки, но, тем не менее, он меняет представление местного сообщества о себе)
7. У вас большой опыт работы в традиционной русской одежде. Не могли бы вы, пожалуйста, объяснить свой процесс адаптации их к современной повседневной жизни? (Например, ваши сарафаны сохранили плавную форму традиционных сарафанов, но превратились в удобные современные платья.) Как вам удалось найти баланс между тем, чтобы сделать предмет одежды одновременно символическим и практичным?
8. Какие элементы традиционной русской культуры вы включили в свою современную одежду? Например, ритуалы, дом, языческая культура, кухня, сельскохозяйств, культурно узнаваемые символы и так далее. Как вы подошли к стилизации символов?

О поколениях

9. Как пожилые и молодые россияне относятся к своей этнической идентичности? Обычно ли они выражают это через одежду? Есть ли у них обычно традиционная одежда?
10. Что молодые люди думают о традиционной, неадаптированной одежде? Неужели они думают, что эта одежда предназначена только для культурных мероприятий и ритуалов? Есть ли у них какие-либо негативные мысли по этому поводу, например, как непрестижные или как часть “музейного экспоната”?

11. Чем старшее и молодое поколения отличаются в своей гордости за демонстрацию своей русской этнической принадлежности через традиционную, неадаптированную одежду?
12. Как старшее и молодое поколения отреагировали на ваши адаптации русской традиционной одежды? Например, испытывали ли пожилые люди ностальгию? Проявляли ли молодые люди больше гордости за свою русскую идентичность, чем раньше? Пожалуйста, не стесняйтесь приводить примеры отзывов ваших клиентов.
13. В целом, помогла ли принятая вами русская одежда молодежи, которая обычно не так сильно связана со своими традиционными корнями, повысить свою лояльность к своей этнической принадлежности и культуре? Например, фотографируют ли они их в вашей одежде, чтобы с гордостью выставлять в социальных сетях точно так же, как старшие поколения выставляют свои фотографии в традиционной одежде? Носил ли кто-нибудь из ваших клиентов вашу одежду за границей или среди иностранцев, чтобы популяризировать традиционную русскую одежду?

Чтобы эффективно распространить опрос и сохранить ответы, автор создала анкету Google Forms с вышеуказанными вопросами. Следующим шагом был поиск брендов, которые продавали адаптированную традиционную одежду. Большинство брендов было найдено через социальную сеть ВКонтакте, алгоритм которой очень помог найти бренды, похожие на те, которые я уже нашла. Я также нашла время, чтобы посетить рынки ремесленной и ручной одежды в Санкт-Петербурге в поисках таких брендов и попросила их принять участие в моем опросе.

Я обратилась к представителям 71 бренда через «ВКонтакте», электронную почту, «Instagram» и приложение для обмена сообщениями

Telegram, представившись, описав тематику своей научной работы и попросив их ответить на мой опрос в Google Forms. В период с июля 2022 года по апрель 2023 года анкетирование прошли представители 26 брендов, что составляет 36,5% от всех опрошенных брендов. Около двух третей производителей одежды, с которыми я связалась, не ответили. Даже некоторые бренды, у которых я покупала одежду на собственные сбережения, потому что мне лично нравилась их продукция, проигнорировали мою просьбу ответить на опрос. Описанная ситуация иллюстрирует ограниченность методов данного исследования: в нем проанализирована информация лишь о фирмах, которые приняли участие в опросе, что не дает полной картины рынка производителей адаптированной традиционной одежды.

Из 26 брендов, принявших участие в опросе, 12 брендов с наиболее полными и значимыми для задач исследования ответами были отобраны для последующих вопросов. Шесть брендов ответили на расширенный опросник. Это составляет 50%, по сравнению с первоначальным уровнем ответов в 36,5% от первого раунда вопросов. Большинство ответов второго тура, которые были персонализированы для каждого бренда, будут использованы для обогащения Главы 3, поскольку они посвящены культурным тенденциям и самоидентификации в России. Однако несколько брендов дали ответы во время индивидуальных интервью, которые прояснили и уточнили данные из их анкет. Эти разъяснения были включены в текущий анализ.

Изученные бренды объединяет ряд общим черт. Все 26 фирм - это малые предприятия, которыми владеют и управляют русские в России. Некоторые из них отправляют заказы за границу, и все они имеют какое-то онлайн-присутствие, например, свою страницу ВКонтакте, свой сайт, Instagram или даже специальный канал в Telegram. Исходя из данных анкетирования, целевая аудитория указанных предприятий условно делится

на две группы (поскольку рынок адаптированной традиционной одежды не считается мейнстримом): 1) россияне, увлеченные каким-либо аспектом своей культуры; 2) покупатели модной одежды высокого класса для таких целей, как художественные фотосессии и т.д.

Региональный аспект. Из 26 опрошенных брендов все, кроме одного, базируются в европейской части России:

- Санкт-Петербург: 8 брендов
- Москва: 4 бренда
- Великий Новгород: 2 бренда
- Дзержинск, Калининград, Видное, Белгород, Архангельск, Вологда, Красноярск, Майма, Краснодар, Златоуст, Тюмень: по 1 бренду.

Разделены производители и по регионам:

- Центральная Россия: Москва, Дзержинск, Калининград, Видное, Белгород
- Север и Северо-Запад России: Санкт-Петербург, Великий Новгород, Архангельск, Вологда
- Юг России: Краснодар
- Урал: Златоуст, Тюмень
- Сибирь: Красноярск, Майма

В данной работе рассматривается одежда, адаптированная к традиционной европейской русской одежде, но две марки, ответившие на опрос, были из Сибири. Тем не менее, они включены в данное исследование, потому что производят одежду, которую можно считать адаптированной к традиционной европейской русской одежде. Конечно, как и у всех брендов, дизайн может не быть строго "европейско-русским" или славянским из-за художественной свободы. Например, «Мастерская авторского платья Ксении Старыгиной», расположенная в Майме в Республике Алтай, производит славянские льняные

платья с вышивкой в модернизированных стилях. Одноименный бренд Катерины Алексеевны из Красноярска делает современные рубашки, платья и кокошники haute couture. Следует также отметить, что белгородская марка “Melania” производит современную российскую одежду с региональными стилями русской вышивкой, такими как вологодская и кубанская.

26 брендов. Ниже приведена таблица 26 брендов в том порядке, в котором они отвечали на вопросы анкеты, включая название бренда, владельца (если он указан), город происхождения, наиболее популярные или типичные виды предлагаемой продукции, а также отличительные характеристики марки.

Таблица 1. Участвующие бренды

<u>Название бренда</u>	<u>Владелец</u>	<u>Город происхожде ния</u>	<u>Товары</u>	<u>Отличительные характеристики</u>
Братья Славяне	Сериков, А.В.	Санкт Петербург	Косоворотк и, рубахи, платья, спортивные костюмы, т.д	Повседневные, современные предметы одежды со славянскими мотивами
Мастерская авторского платья Ксении Старыгиной	Старыгина, К.В.	Майма, Республика Алтай	“Платья на основе старославян ского кроя” ¹⁰¹	Старославянские платья ручной работы с вышивкой
ВАРГГРАДЪ	Ковешников, Е.	Санкт Петербург	Футболки, худи, свитшот	Повседневная одежда с модернизован

¹⁰¹ Старыгина, К.В. Письменный ответ на опрос в “Google Forms.” 30.7.2022.

				ным дизайном элементов русской культуры, например, футболка с изображением солнца со словами: «Солнце за нас»
Берегиня	Тавгуринова, О.Р.	Златоуст, Челябинская область	Рубахи и платья в русском стиле	Мужские рубашки и женские и детские платья со славянскими узорами
Varvara Zenina	Зезина, В.	Москва	Косоворотки, сарафан, шорты, кардиганы	Традиционная одежда, а также современная одежда, выполненная в повседневном стиле с игривыми узорами
Студия Дарьи Белогоровой	Белогорова, Д.А.	Дзержинск	Платья, косоворотки с народной вышивкой	Платья, рубашки со славянской народной вышивкой
R1A project	Коне, Я.	Санкт Петербург	Толстовки, шорты, худи	Толстовки, футболки с яркой вышивкой русских культурных

				узор ¹⁰²
Артель Нарядно	Малашина, С.Н.	Вологда	Платья, пальто, рубахи, т.д.	Высококласная одежда в уличном стиле с этнографическими принтами или вышивкой
Бренд одежды Оксаны Петришиной	Петришина, О.	Санкт Петербург	“Толстовки с вышивкой под русский стиль” ¹⁰³	Одежда для активного отдыха со славянскими языческими узорами
Сарафай	Романова, М.А.	Москва	Допетровская русская одежда, такая как сарафаны, поневы, рубахи и пояса	Высокомодная адаптированная одежда, подчеркивающая свободный, раскрепощенный крой
Кудесы	Львович, А.А.	Великий Новгород	Ювелирные украшения, такие как серьги, перстни, подвески, браслеты	Украшения в древнерусском стиле по мотивам новгородских раскопок и археологических экспедиций
Катерина Алексеева	Алексеева, К.	Красноярск	Рубахи, платья, кокошники	Высокомодная адаптированная одежда, например, рубахи с большими пышными

¹⁰² Неоновые толстовки, о которых говорилось в начале главы 1.1

¹⁰³ Петришина, О. Письменный ответ на анкету в “Google Forms.” 24.10.2022.

				рукавами и кокосини, подходящие для фотосессий
Tartarland	Глущенко, И.	Краснодар	Футболки, спортивная одежда, рубашки	Повседневная одежда с графическими рисунками, вдохновленная традиционной культурой, а, например, леггинсы с рисунком бересты
Deelwear	Мария	Москва	Современны е поневы, косынки, платья-сута на, фартуки, сумки поясные	Славянская одежда, адаптированная из допетровской Руси и православного христианства, такая как косынка из экокожи
Русская корона	Данилова, Е.М.	Калинингра д	Кокошники	Современные кокошники для повседневной носки и особых случаев, вдохновленные дореволюционно й Россией
Divia	Ольга	Санкт Петербург	Платья, сарафаны	Модернизован ные платья с ручной вышивкой

				славянских мотивов
Pereleznaya riba	Орлова, И.А.	Тюмень	Броши, кокошники, короны	Модные головные уборы, которые чаще всего используются для модных фотосессий ¹⁰⁴
Мелания	Яблокова, А.И.	Белгород	Платья, рубашки, блузы с вышивкой	Женская одежда, на которой изображена региональная русская вышивка, например, вологодская вышивка и кубанская вышивка
Пташа	Носова, Н.С.	Великий Новгород	Юбки, платья	“Одежда свободно кроя, почти оверсайз, с традиционными элементами.” ¹⁰⁵ Модернизирован ная одежда 19 века
Wild Garden	Венцислицка я, О.В.	Москва	Платья с принтами	Платья с современными принтами, изображающими национальные мотивы
Sovorotka	Гиря, И.	Видное	Косоворотк	Модернизирован

¹⁰⁴ “Это не традиционные венцы, и не масштабированные популярные сувенирные вещи. Это дизайнерское видение.” Орлова, И.А. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 08.11.2022.

¹⁰⁵ Носова, Н.С. А.И. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 08.11.2022.

			и	ные косоворотки для мужчин и женщин
Христиания	-	Санкт Петербург	Повседневная одежда, такая как толстовки и футболки	Уличная одежда с модернизированными православными мотивами, такими как библейские стихи и святые
ANNA ZLOTKO	Злотко, А.С.	Архангельск	Платья, аксессуары	Платья с региональными элементами, например, ее коллекция "Кенозерские платья", вдохновленная ее местной Архангельской областью ¹⁰⁶
Орнаменты	Тепцова, Л.	Санкт Петербург	Платья, косынки, блузки	Одежда с народными орнаментами, разработанная автором бренда
BIRD Russianmood	Моисеева, А.	Санкт Петербург	Худи, штаны и спортивные костюмы, но также башлики, картузы и варежки	Спортивные костюмы, а также традиционные аксессуары, включающие орнаменты
Алатырь	Ревит, А.	Санкт	Амулеты и	Славянские

¹⁰⁶ Правда Севера. Архангельский музей открыл выставку «Прялка и шерсть.»

руны		Петербург	обереги	языческие защитные амулеты и обереги, изготовленные в местной мастерской
------	--	-----------	---------	--

Методология количественной оценки ответов на вопросы опроса.

В разделе 2.2 будут проанализированы ответы на вопросы анкеты с 4 по 13. Для каждого вопроса я разделю ответы на типы и категории. Более развернутые ответы с множеством идей могут быть отнесены к нескольким категориям. Например, в 7 вопросе речь идет о процессе адаптации одежды. Бренд может: 1) модернизировать традиционную одежду; 2) добавить традиционные элементы к современной одежде; 3) создать новый дизайн, вдохновленный традиционными элементами. В зависимости от подхода бренда, он может попасть в одну или несколько категорий.

Данный метод категоризации и подсчета применяется для анализа оставшихся вопросов опроса. Ответы на каждый вопрос также представлены в виде круговых диаграмм.

2.2. Ответы на вопросы анкеты и их значение

В этом разделе будут проанализированы ответы на вопросы 4-13, собранные в ходе опроса, и обсуждены их значение для анализа российских культурных тенденций в Главе 3. Ответы на вопросы анкеты будут проанализированы в том порядке, который лучше всего соответствует четкому пониманию темы данной исследовательской работы.

Категоризация на основе метода адаптации. Седьмой вопрос анкеты, в котором спрашивается о том, как бренды адаптируют свою одежду, является наиболее важным для анализа. Текст вопроса таков:

“У вас большой опыт работы в традиционной русской одежде. Не могли бы вы, пожалуйста, объяснить свой процесс адаптации их к современной повседневной жизни? (Например, ваши сарафаны сохранили плавную форму традиционных сарафанов, но превратились в удобные современные платья.) Как вам удалось найти баланс между тем, чтобы сделать предмет одежды одновременно символическим и практичным?”

Ответ владельца «Братья Славяне» А.В. Серикова помог этому автору создать основу классификации, руководствуясь которой, можно эффективно анализировать особенности всех 26 брендов:

“У нас 2 подхода к адаптации. Первый – мы берем старинную одежду, крой, орнаменты и идеи и стараемся адаптировать их (немного осовременить крой). Второй – наоборот, мы берем современную одежду, которая сейчас в тренде, и стараемся интегрировать [в нее] орнаменты и элементы традиционной одежды.”¹⁰⁷

Таким образом, А.В. Сериков выделил два основных метода адаптации: первый - *модернизация традиционной одежды и аксессуаров*, второй - *добавление традиционных элементов в современную одежду*. Бренд может находиться сразу в нескольких категориях (например, «Братья Славяне»).

¹⁰⁷ Сериков, А.В. Письменное интервью посредством мессенджера “ВКонтакте”. 30.07.2022.

Однако, когда я начала получать ответы от все большего количества брендов, появилась третья категория: бренды, которые создавали *инновационные модели, вдохновленные традиционными или культурными элементами*, а не переделывая при этом традиционную одежду. Ниже представлен более углубленный взгляд на каждый вариант адаптации. Из 26 брендов 17 относились к первой категории, 8 - ко второй и 5 - к третьей. Четыре бренда («Братья Славяне», «Варвара Зезина», «Орнаменты», «BIRD Russianmood») использовали более одного процесса адаптации. При этом все они попали в категории 1 и 2. Распределение можно увидеть в Таблице 2.

Этот раздел был основан либо на ответах производителей на вопрос №4 в опросе, либо, если они не дали описательного ответа, дан на основании авторского анализа и распределении марок по категориям на основе изучения ассортимента. Однако следует отметить, что, если на момент написания статьи в 2023 году бренды производили товары, которые приблизительно попадают в упомянутые категории, то в дальнейшем они могут измениться и начать производство новых товаров, которые позволят им попасть в большее количество категорий.

Таблица 2. Три категории адаптационных процессов.

Категория 1: Адаптация традиционной одежды и аксессуаров путем их модернизации	Категория 2: Добавление традиционных элементов к современной одежде	Категория 3: Создание инновационных дизайнов, которые были вдохновлены традиционными или культурными элементами
<ul style="list-style-type: none"> ● Братья Славяне ● Мастерская авторского платья Ксении Старыгиной 	<ul style="list-style-type: none"> ● Братья Славяне ● Varvara Zenina ● R1A project ● Артель Нарядно ● Бренд одежды 	<ul style="list-style-type: none"> ● ВАРГГРАДЬ ● Tartarland ● Pereletnaya riba ● Христиания ● Алатырь руны

<ul style="list-style-type: none"> ● Берегиня ● Varvara Zenina ● Студия Дарьи Белогоровой ● Сарафай ● Кудесы ● Катерина Алексеева ● Deelwear ● Русская корона ● Divia ● Пташа ● Wild Garden ● Sovorotka ● ANNA ZLOTKO ● Орнаменты ● BIRD Russianmood 	<ul style="list-style-type: none"> Оксаны Петришиной ● Мелания ● Орнаменты ● BIRD Russianmood 	
--	---	--

Процесс адаптации 1: Адаптация традиционной одежды и аксессуаров путем их модернизации. Большинство брендов использовали этот процесс, когда традиционная одежда модернизировалась путем ее адаптации с помощью современных элементов моды, например, изменения силуэта или кроя традиционного предмета одежды, такого как сарафан или косоворотка. Многие бренды, адаптирующие платья и сарафаны, попадают в эту категорию. Некоторые бренды сохранили традиционный предмет одежды, но изменили материал, из которого он был сделан. «Deelwear» сделал косынка из экокожи, в то время как «Орнаменты» сделали их пуховая. Бренд «Deelwear», что интересно, также создал современную понёву для ношения поверх брюк. Бренд «Сарафай» делает высококомодные адаптации сарафана. Что касается аксессуаров, то «Русская Корона» сделала это, упростив кокошник и добавив яркие, современные цвета и узоры, например, кокошник с арбузами на нём. Владелица Е.М. Данилова нашла вдохновение в дореволюционной России: “Мы были в числе первых, кто стал возрождать

русские традиции, решив сделать шаг назад в дореволюционную Россию и перенять от туда все хорошее и красивое, что в ней было. Например: великолепный образ русской девушки в кокошнике.”¹⁰⁸ «Студия Дарьи Белогоровой» производит модернизированные косоворотки и платья из традиционных тканей, таких как лен и крапива, и даже предлагает свадебные комплекты для пар, которые хотят пожениться в модернизированной славянской одежде.

«BIRD Russianmood» переработал традиционные аксессуары, такие как башлыки (казачий капюшон, защищающий от холода), картузы и рукавицы, используя яркие цвета и утепленную ткань. «Кудесы» из Великого Новгорода воссоздали украшения, найденные в музеях и археологических раскопках, также относятся к этой категории, поскольку они сделаны из современных материалов, подходящих для повседневной носки. К.В. Старыгина, владелица одноименного бренда, описала свой процесс адаптации в том, что является очень определяющим для всей этой категории:

“Я сохранила все конструктивные, характерные черты кроя, но добавила современные элементы: разрезы, пышные юбки, сборки, кулиски, широкие пояса на шнуровке, люверсы и кнопки и т.д. Именно такая коллобарация традиционного кроя с современными элементами делает мои платья уникальными и носибильными в современном мире. Я убрала многослойность, т.к. в нашем современном мире, считаю, это не практичным. Попробуйте в: исподняя рубаха, верхняя рубаха, сарафан и передник например, весь день то садиться в машину, то выходить из нее. Время меняется, меняется быт, так же и традиционный костюм должен меняться. Ничего во вселенной нет постоянного, все меняется.”¹⁰⁹

¹⁰⁸ Данилова, Е.М. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 30.10.2022.

¹⁰⁹ Старыгина, К.В. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 30.07.2022.

Марка «Варвара Зезина» продает платья, которые кажутся сочетанием традиционного сарафана и рубахи с пышными рукавами. Владелица бренда «Пташа», Н.С. Носова, черпала вдохновение из северной рубахи 19 века:

“Я использовала крой северных поликовых рубах 19 века, которые состоят из "рукавов" и стана - в традиции прямого. Я оставила крой "рукавов" неизменным, чуть убрала ширину, но расширила стан/юбку, за счет этого платье стало широким и его можно спокойно носить, не боясь стеснения движений. Плюс добавила карманы для удобства. Получилась одежда свободно кроя, почти оверсайз, с традиционными элементами - ластовицами и поликами, которые можно выделить цветом, тем самым акцентировав аллюзию на традиционный костюм.”¹¹⁰

«Sovorotka», которая специализируется на производстве современных косовороток, заявила, что они "оставили в косоворотке главный узнаваемый элемент — косой ворот со стойкой. В остальном, исполнили ее в крое классической мужской рубашки. За счет ворота в рубашке безошибочно узнается русская косоворотка.”¹¹¹ Таким образом, эта адаптированная форма подходит для работы в любой повседневной социальной ситуации, трансформируя образ традиционной одежды как музейного экспоната (дилемма, о которой ранее говорила К.А. Гаврилова в своем исследовании).¹¹² “А благодаря привычному в остальном классическому крою ее можно носить в любой ситуации. Этим достигается баланс между "хочу русскую рубашку" и "хочу современную рубашку / не хочу выглядеть странно",¹¹³ сказал владелец компании И. Гиря.

Некоторые бренды адаптировали свою одежду к современности, используя модели более удобные, чем традиционные. “Сейчас я пробую

¹¹⁰ Носова, Н.С. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 08.11.2022.

¹¹¹ Гиря, И. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 08.11.2022.

¹¹² Гаврилова, К. А. 2016. С. 143.

¹¹³ Гиря, И. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 08.11.2022.

адаптировать традиционные, древние стили вышивки к современным платьям", Ольга, владелица бренда «Divia». "Например, чтобы ускорить и упростить работу, я не считаю нити в ткани, как это делали мастерицы древности, а использую водорастворимую канву, которая после окончания работы легко убирается. Так же я стараюсь сохранять современный крой, удобство, а вносить лишь элементы, добиваясь того, чтобы они смотрелись органично в современной жизни."¹¹⁴

На иллюстрации 4 приведены некоторые примеры этой категории.

Процесс адаптации 2: Добавление традиционных элементов к современной одежде. Некоторые бренды производят адаптированную традиционную одежду, заимствуя фасоны современной одежды, такие как шорты, толстовки, спортивные костюмы, и добавляя к ним традиционные элементы. Чаще всего это делается путем добавления на них вышивки или узоров в традиционном стиле. «Братья Славяне», чей владелец А.В. Сериков выделил первый и второй процессы адаптации, также попадают в эту категорию: бренд выпускает спортивные костюмы и блузки со славянскими узорами. На пуховики и жилетки наносят орнаменты в виде славянских узоров.

"Я использую традиционную русскую вышивку и переношу ее на современную одежду",¹¹⁵ заявляет А.И. Яблокова из бренда «Мелания», который специализируется на добавлении региональных вышивок, например, зафиксированных в этнографическом материале Воронежской губернии. В ее интернет-магазине традиционный костюм с вышивкой указанного региона даже показан вместе с ее адаптированной рубашкой, чтобы установить преемственность между ними.

Ультрамариновые толстовки «R1A project» с неоновозеленой вышивкой на основе русских традиционных узоров и церквей - культовый

¹¹⁴ Ольга (основатель бренд Divia). Письменный ответ на анкету в "Google Forms". 06.11.2022.

¹¹⁵ Яблокова, А.И. Письменный ответ на анкету в "Google Forms". 08.11.2022.

элемент этой категории. Владелица Я. Коне сказала, что современная одежда может быть культурно обогащена такими традиционными дополнениями:

“Рассматривая современную одежду, можно выделить вещи, которые есть у всех в гардеробе. Это рубашки, худи, футболки, трикотажные штаны, так как они максимально удобны в современном темпе жизни. Взяв за основу изделия из футера и хлопка, я поняла, что их нужно декорировать. Таким образом, простая базовая форма стала обладать свойствами «нарядной» одежды. Благодаря вышивке худи или блузы R1A можно надеть в путешествие, на работу или светское мероприятие.”¹¹⁶

Бренд «Артель Нарядно», по словам ее владелицы С.Н. Малашиной, применяет интересный подход к адаптации: "уходим от этнографического кроя" и вместо этого создавая худи и платья, "расклешенные к низу слегка напоминают косоклинные сарафаны" с узорами, взятыми с этнографических предметов - "филенок, дверей, прялок, сундуков и полотенец".¹¹⁷

“Athleisure”, похоже, является популярной категорией для этого процесса адаптации. И «BIRD Russianmood», и марка одежды Оксаны Петришиной добавляют традиционные узоры к спортивным костюмам. "Удобные и популярные спортивные костюмы и традиционный орнамент отлично сочетаются вместе. Это помогло создать баланс между символичностью и практичностью", - говорит А. Моисеева из «BIRD Russianmood».¹¹⁸

Пожалуйста, обратитесь к Иллюстрации 5 для наглядных примеров этой категории.

¹¹⁶ Коне, Я. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 24.10.2022. Рассматривая современную одежду, можно выделить вещи, которые есть у всех в гардеробе. Это рубашки, худи, футболки, трикотажные штаны. Так как они максимально удобны в современном темпе жизни. Взяв за основу изделия из футера и хлопка, я поняла, что их нужно декорировать. Таким образом, простая базовая форма, стала обладать свойствами «нарядной» одежды. Благодаря вышивке- худи или блузу R1A можно надеть в путешествие, на работу или светское мероприятие.

¹¹⁷ Малашина, С.Н. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 24.10.2022.

¹¹⁸ Моисеева, А. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 23.12.2022.

Процесс адаптации 3: Создание дизайна, вдохновленного традиционными или культурными элементами. Первоначально бренды планировалось разделить лишь на две категории, но в процессе анализа материала нами была выделена третья. Некоторые бренды производят предметы одежды, включающие элементы дизайна, которые не присутствуют в традиционной одежде, но ссылаются на традиционную культуру. Например, бренд «Tartarland» создает тренировочные леггинсы с узорами, вдохновленными берестой, которая ассоциируется с национальным деревом России. Если бы леггинсы включали рисунки элементов традиционной одежды, например, вышивку, они бы подпадали под категорию 2. «Tartarland» также производит топы с другими знаковыми российскими символами, такими как узор щуки и рубашки с избушкой Бабы Яги.¹¹⁹

Владелец «Tartarland» И. Глущенко в анкете указал, что он ищет вдохновение, определяя элементы, которые могут обозначать “русский стиль”:

“Стараюсь почаще смотреть старые фото, советские фильмы, иллюстрации и картины. И всё что с этим связано. Пытаюсь вычлениить, что же именно, какие элементы, цветовые сочетания и решения придают одежде, персонажам, архитектуре, локациям узнаваемый “русский стиль.”¹²⁰

В более позднем интервью И. Глущенко пояснил, что в своих проектах он ищет узнаваемые элементы, которые можно отождествить с Россией, например, березу:

“Паттерн “березка” для одноименных леггинсов я старался сделать хорошо считываемым, так что бы сразу было понятно, что это именно березка, но одновременно уйти от натуралистичности. Чтобы рисунок не воспринимался как кусок коры на ноге, а был красивым паттерном

¹¹⁹ Tartarland. Все товары. [б.г.]. URL: <https://tartarland.ru/all> (дата обращения: 01.05.2023).

¹²⁰ Глущенко, И. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 28.10.2022.

на спортивных леггинсах. Для этого я его стилизовал. Использовал градиенты в силуэтах и слегка технологичные линии.”¹²¹

И.А. Орлова, владелица бренда «Pereletnaya Riba», также ищет вдохновение - как и материалы - в артефактах советской эпохи. Среди прочих изделий она создает кокошники почти авангардного вида для модных фотосессий. Для их изготовления используются необычные материалы, например, предметы советской мебели, но конечный результат все равно напоминает кокошник.

“Я делаю кокошники разных размеров и форм. Это не традиционные венцы и не масштабированные популярные сувенирные вещи. Это дизайнерское видение. За основу я беру классические формы и, наоборот, разбавляю их чем-то современным, включая туда шипы и прочие, на первый взгляд, неуместные материалы. В последней коллекции я делала кокошники из военных аксельбантов и расшивала бусинами от советских люстр.”¹²²

«ВАРГГРАДЪ» извлекает культурные элементы из других временных периодов российской истории. Многие их футболки имеют дизайн, основанный на славянских мифах и фольклоре, например, футболка с изображением солнца с традиционалистским лозунгом «Солнце за нас», медведя, Кощея Бессмертного и молота Перуна/Тора. Но, пожалуй, самыми уникальными являются их исторические футболки, посвященные конкретным русским воинам: одна посвящена русской контратаке в Первой мировой войне в крепости Осовец, на ней изображен окровавленный солдат с надписями «Крепость Осовец» и «1915». Другой памятник посвящен ушкуйникам, новгородским пиратам XII-XV веков. Вот пост ВКонтакте, рекламирующий их:

¹²¹ Глушенко, И. Письменное интервью посредством мессенджера “ВКонтакте”. 13.03.2022.

¹²² Орлова, И.А. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 08.11.2022.

“Ушкуйники давно исчезли. Да и слово «лихой» теперь значит: удалой, смелый и решительный. Но потомки помнят все, вдохновляются их историей и характером... Именно об этом наша коллекция от ВАРГГРАДЪ «Лихие люди». Ведь память о духе наших предков должна быть жива 🍷”¹²³

Одним из самых ярких и уникальных примеров этой категории является бренд «Христиания», основанный в рамках православной миссионерской инициативы. Бренд выпускает современную скромную одежду, подходящую для повседневной носки, используя при этом стихи из Библии или религиозные образы. “Наш бренд имеет по большей части дело с семиотикой - православные символы, цитаты и отдельные линейки одежды с историческими событиями на Руси (образы и цитаты)” - ,сказал представитель бренда, отметив, что - “все наши руководящие специалисты имеют либо магистерское образование, либо богословское.”¹²⁴

Хотя семиотические изображения, такие как библейские стихи и скромные женские платья, вполне ожидаемы, бренд также выпускает футболки с изображением православных ангелов и святых. Одними из самых запоминающихся являются футболки с изображением православных фигур, таких как Архангел Михаил, побеждающий змея, или Святой Георгий Победоносец - но нарисованные в японском художественном стиле укиё-э.¹²⁵

Последним брендом, включенным в исследование, является «Алатырь руны» с которыми автор столкнулся на фестивале языческих и эзотерических товаров "Magic Market", проходившем 12 ноября 2022 года в Санкт-Петербурге. Владелец бренда А. Ревит продавал красочные амулеты с древнеславянскими символами, которые способствовали обладателю ягуна,

¹²³ Ковешников, Е. (29.04.2023). Крепость Осовец. ВКонтакте. https://vk.com/wall-12859122_63523 (дата обращения: 01.05.2023).

¹²⁴ Основатель/работник бренд Христиания. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 11.11.2022.

¹²⁵ Христиания. Каталог. (дата обращения: 01.05.2023).

богатству, ясновидению и так далее. На одном кулоне «Молодость» было изображено то, что выглядело как руна Ингуз, но в более славянском варианте. "Применение. Накапливать силы для нового эволюционного скачка. Увидеть в себе красоту и жизненную силу. Снять тяжесть с души", - говорится в описании кулона.

Наглядные примеры этой категории, включая фотографии автора на стенде «Алатырь Руны», смотрите на Иллюстрации 6.

После встречи с А. Ревитом на фестивале он любезно согласился ответить на вопросы анкеты, а также на некоторые дополнительные вопросы в рамках устного интервью. Он объяснил, как его бренд использует продукцию с руническими символами (амулеты, предметы быта и т.д.). Некоторые из рунических символов похожи на те, которые были открыты немецким ученым XVI века Эрнстом Хладни, который использовал звуковые частоты для вибрации песка, который затем складывался в узоры: “Многие фигуры похожи на узоры ‘Алатырь рун’”, - сказал А. Ревит.¹²⁶ Наиболее популярными являются “обереги силами своего Рода или мощью древнего Бога” а также “амулеты, помогающие развить владельцу те или иные способности или чувствовать себя более уверенно.”¹²⁷

Мотивация создания своего бренда. Теперь, когда у нас есть общее представление о брендах и материалах, которые они используют, мы можем перейти к анализу результатов вопросов 4–8, которые касаются мотивов владельцев при создании бренда, мнения производителей об этнической активности и элементов традиционной культуры, используемых в их продукции.

Вопрос 4 спрашивает: “Что заставило вас принять решение основать бренд одежды, который сочетает в себе традиционную русскую одежду с современной одеждой?”

¹²⁶ Ревит, А. Письменное интервью посредством мессенджера “Телеграмм”. 20.03.2022.

¹²⁷ Ревит, А. Письменное интервью посредством мессенджера “Телеграмм”. 20.03.2022.

Ответы продюсеров разделены на следующие категории, сформулированные после получения и изучения всех ответов:

- Гордость за русскую/славянскую культуру происхождения: 10 ответов
- Вера в то, что традиционная одежда может быть адаптирована к современной жизни благодаря своим характеристикам, таким как культурная ценность и комфорт: 10 ответов
- Впервые сделали одежду для себя, потому что не могли найти такую одежду на рынке / хотели заполнить рыночную нишу: 3 ответа
- Чтобы заработать на жизнь, когда они поняли, что их товары пользуются популярностью: 3 ответа
- Вдохновлялись музейными экспонатами и археологическими раскопками: 1 ответ
- Ради красоты русских женщин: 1 ответ
- Чтобы способствовать возвращению к православным корням: 1 ответ

Рисунок 1. Мотивация, стоящая за созданием бренда



Как мы видим, большинство производителей были мотивированы на создание своих брендов, исходя из национальной и культурной гордости, а также желания донести их до наших дней. О. Петришина, владелица бренда одежды «Oksana Petrishina», дала ответ, который подпадает под обе самые большие категории. Она сказала, что основала свой бренд «потому что люблю традиции и считаю без знания собственных корней нет будущего. А сочетание с современным стилям и тканями даёт возможность носить эту одежду в текущих реалиях и ощущать весь багаж прошлого и не забывать о своих традициях и предках.»¹²⁸

Аналогичным образом написала владелица «Divia» Ольга, чей ответ попал в раздел "Вера в то, что традиционная одежда может быть адаптирована к современной жизни":

“Хотелось привнести в современную одежду элементы нашей традиции, потому что в ней есть много сакральных смыслов и душевность, уникальность. Этого не хватает в современной одежде.”¹²⁹

Бренд «Кудесы», который производит украшения в древнерусском стиле, ответил, что в основном они черпали вдохновение в музейных экспонатах и археологических раскопках. У миссионерского бренда «Христиания» был интересный ответ, связанный с продвижением традиционных православных ценностей перед лицом глобализации и иностранной культуры - тенденция, которая будет обсуждаться в разделе 3:

“Вытеснение традиционных ценностей посредством европейской и американской культуры в молодёжной русской среде заставило нас взглянуть на одежду как способ возврата к русским и православным истокам.”¹³⁰

¹²⁸ Петришина, О. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 24.10.2022.

¹²⁹ Ольга (основатель бренд Divia). Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 06.11.2022.

¹³⁰ Основатель/работник бренд Христиания. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 11.11.2022.

Актуальность традиционной культуры. Вопрос 5: "Как вы думаете, традиционная культура обычно актуальна в повседневной жизни россиян?", ответы на который распределились по следующим категориям:

- Да: 17 ответов
- Нет: 5 ответов
- Трудно сказать / только часть общества интересуется ею / традиционная культура актуальна только в особых случаях: 4 ответа

Рисунок 2: Актуальность традиционной культуры



Среди брендов, ответивших положительно, несколько упомянули, что интерес к традиционной культуре растет, особенно по сравнению с недавним прошлым:

“С каждым годом она становится только актуальнее. Если еще 10 лет назад выход на улицу в косоворотке встречал улыбки людей (мол, сумасшедший или ряженный какой), то сейчас это норма. Многие

селебрити одевают косоворотки и рубахи, спортсмены",¹³¹ ответил А.В. Сериков из бренда «Братья Славяне».

К. Старыгина из своего одноименного бренда рассказала, что когда она начала создавать свои платья в 2015 году, "то практически каждая вторая женщина говорила, что в таком платье ее не поймут. А мужчины вообще стеснялись надевать русскую рубаху". Однако в настоящее время:

“В настоящее время фраза "меня не поймут" стала очень редкой, а мужчины стали носить русские рубахи не только а огороде, но и в повседневной жизни. Те можно сделать вывод, люди стали тянуться к родной культуре и стали меньше зависеть от "западного" мнения.”¹³²

Среди ответов о том, что традиционная культура не актуальна или актуальна лишь частично, некоторые сетовали на то, что россияне не соприкасаются с традиционной культурой, а несколько человек сказали, что традиционная культура и одежда интересуют только людей с особыми этнографическими интересами, таких как Д.А. Белогорова из ее одноименного бренда: “В целом тема костюма у нас интересует только этнографов и фольклористов.”¹³³

Возможно, С.Н. Малашина из бренда «Артель Нарядно» лучше всего подытожила этот вопрос: “Есть два лагеря. Те, кто погружен в историю, этнографические корни, традицию, вторая часть совершенно равнодушны к этой теме. Так что можно сказать, есть заинтересованные, но их гораздо меньше.”¹³⁴

Создание адаптированной традиционной одежды как этнический активизм. Вопрос 6 спрашивал производителей, считают ли они, что создание ими брендов адаптированной традиционной одежды считается актом этнического активизма: “Считаете ли вы, что популяризация

¹³¹ Сериков, А.В. Письменное интервью посредством мессенджера “ВКонтакте”. 30.07.2022.

¹³² Старыгина, К.В. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 30.07.2022.

¹³³ Белогорова, Д.А. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 24.10.2022.

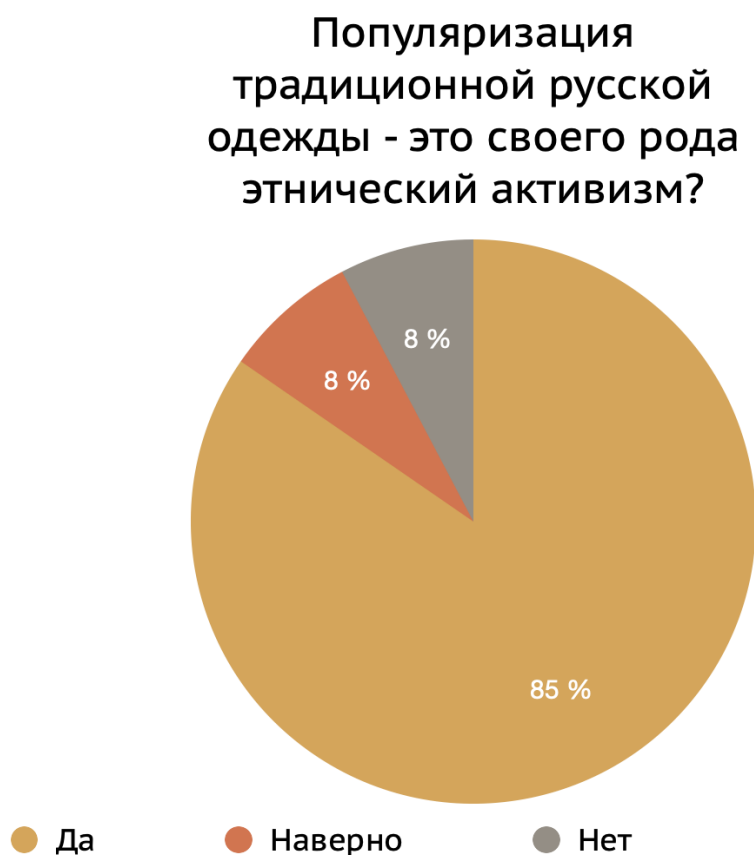
¹³⁴ Малашина, С.Н. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 24.10.2022.

традиционной русской одежды путем адаптации ее к современной жизни - это своего рода этнический активизм?" Вопрос включал краткое определение того, что такое этнический активизм: "Этнический активизм - это способ продвижения этнической культуры без институционализированной поддержки, но, тем не менее, он меняет представление местного сообщества о себе."

Как и ожидалось, большинство рассматривают свой малый бизнес, сосредоточенный на модернизации традиционной культуры, как акт этнического активизма:

- Да: 22 ответа
- Наверно: 2 ответа
- Нет: 2 ответа.

Рисунок 3. Популяризация традиционной русской одежды - это своего рода этнический активизм?



Я. Конне из бренда «R1A Project» сказала, что она согласна с термином этнический активизм, и что миссия ее бренда – принести родное "на улице":

“Мы миссия – показывать многообразие и в то же время сходство культур разных народов. Я понимаю, что каждый видит в этом что-то родное. Орнаменты, формы, узоры. Но это что-то новое, что может быть на улице, в повседневной жизни, а не в музее.”¹³⁵

Владелица бренда «Орнаменты» Л. Тепцова сказала, что создание ее бренда “Это безусловно активность "с низу" и что это “проявление созревшего в обществе желания самоидентификации, присвоения себе собственного наследия.”¹³⁶ А.И. Яблокова из «Pereletnaya Riba» также относит свое создание адаптированной одежды, а значит и свой этнический активизм, к “инструмент социальной идентификации себя.”¹³⁷

Интересно, что владелица «Пташа», Н.С. Носова сказала, что этнический активизм через модернизацию одежды был ценен из-за эпохи Советского Союза:

“В советском союзе были уничтожены наши традиционные корни, костюм, культура и сейчас любой возврат к ним невероятно ценен. Костюм - это не прямой путь поднять уровень патриотизма, осознания принадлежности к корням.”¹³⁸

Элементы традиционной культуры, используемые в адаптированной одежде. Вопрос 8 анкеты: “Какие элементы традиционной русской культуры вы включили в свою современную одежду? Например, ритуалы, дом, языческая культура, кухня, сельскохозяйст, культурно узнаваемые символы и так далее. Как вы подошли к стилизации символов?” Этот вопрос получил один из самых разнообразных ответов из всего опроса,

¹³⁵ Конне, Я. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 24.10.2022.

¹³⁶ Тепцова, Л. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 21.12.2022.

¹³⁷ Яблокова, А.И. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 08.11.2022.

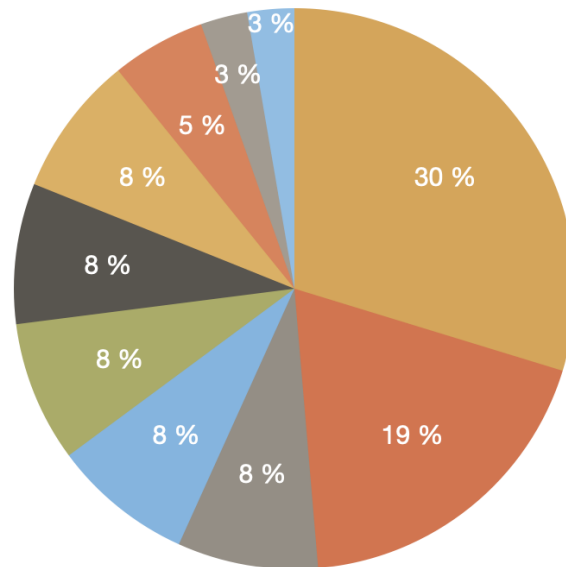
¹³⁸ Носова, Н.С. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 08.11.2022.

но все же большинство людей склонялись к использованию элементов ремесла, славянской и языческой культуры.

- Традиционное ремесло (ручный труд, народное искусство, узоры, уборы): 11 ответы
- Славянская и языческая культура: 7 ответы
- Православное христианство: 3 ответа
- Русский дом: 3 ответа
- Музейные экспонаты: 3 ответа
- Обереги, амулеты: 3 ответа
- Архитектура: 3 ответа
- Фольклор, мифология: 2 ответа
- Пословицы и поговорки: 1 ответ
- Не используются никакие элементы, кроме формы и цвета одежды: 1 ответ

Рисунок 4. Элементы традиционной культуры

Элементы традиционной культуры, используемые в адаптированной одежде



- Традиционное ремесло (ручной труд, народное искусство, узоры, уборы)
- Славянская и языческая культура
- Православное христианство
- Русский дом
- Музейные экспонаты
- Обереги, амулеты
- Архитектура
- Фольклор, мифология
- Пословицы и поговорки
- Не используются никакие элементы, кроме формы и цвета одежды

Многие бренды ответили, что наиболее заметным использованием традиционных элементов в их работе является включение традиционной ручной работы, например, вышивки, что является простым и ожидаемым. Значительная часть использует славянские или языческие символы в своей одежде. Бренд «Pereletnaya Riba» И.А. Орловой своим ответом вписывается и в языческую, и в фольклорную категории: она использует вдохновение от языческих праздников, таких как Иван Купала и мифическая птица Сирин.¹³⁹ А.В. Сериков из «Братьев Славян» использует как славянские символы, так и музейные экспонаты: “Мы стараемся не стилизовать символы, а брать их без

¹³⁹ Орлова, И.А. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 08.11.2022.

искажений. Для этого мы много смотрим фото и ездим по музеям, смотрим старинные орнаменты и воссоздаем их. Большинство из них корнями уходят в языческую культуру.”¹⁴⁰ Среди множества косовороток, созданных Дарьей Белогоровой, есть одна, где сохранен косой воротник, но вместо того, чтобы служить христианским целям, например, держать распятие, воротник вышит рунами Старшего Футарка - Феху, Райдхо и Отал. Христианские элементы буквально заменены скандинавскими неоязыческими элементами в этой толстовке из крапивы, названной дизайнером "Sigur" (древненорвежское слово, означающее "победа"). Фотография этой толстовки показана на Иллюстрации 4, Рисунок П.

В более позднем интервью владелец марки «Кудесы» А.А. Львович рассказал об использовании славянских символов в своей реконструкции новгородских украшений. Самыми древними славянскими языческими символами были геометрические, за ними следовали символы небесных тел, такие как полумесяц, который символизировал женскую энергию, и солнце как символ огненной энергии.¹⁴¹ Символы природы также были популярны: растительные орнаменты, которые символизировали изобилие и плодородие, волновые узоры, символизирующие воду, и изображения почитаемых и мифических животных, особенно птиц. С христианизацией Руси на славянских украшениях стали появляться святые и кресты.¹⁴²

Однако двойная вера продолжала жить среди русских, и одним из способов были амулеты - в частности, змеиные амулеты.

“Амулеты-змеевики – это интереснейшие памятники двоеверия, смешения христианских и языческих представлений о древней Руси. На лицевой стороне их всегда помещены изображения христианской символики – Христос, Богородица с младенцем, архангелы, святые. На

¹⁴⁰ Сериков, А.В. Письменное интервью посредством мессенджера “ВКонтакте”. 30.07.2022.

¹⁴¹ Львович, А.А. Письменное интервью по электронной почте. 21.03.2023.

¹⁴² Львович, А.А. Письменное интервью по электронной почте. 21.03.2023.

оборотной стороне – «змеиное гнездо» и круговая надпись, содержащая заклинания против болезней, лихорадок. Христианская церковь вела ожесточенную борьбу с употреблением змеевиков-оберегов.»¹⁴³

А. А. Львович описал новгородские археологические раскопки, в ходе которых на усадьбе священника были найдены змеевидный амулет и подвеска Перуна, языческие артефакты, которые, по мнению экспертов, были конфискованы священником у местных жителей.

“Амулеты-змеевики были в употреблении у новгородцев в течение XII–XIII и XIV вв. Это свидетельствует о стойкости языческих пережитков в народном сознании. Наряду с христианством, Русь в течение нескольких веков сохраняла стойкие языческие традиции. Сложная, высокоразвитая религиозная система восточнославянского язычества стала важным источником творческой фантазии древнерусских живописцев, скульпторов и ювелиров.”¹⁴⁴

Сегодня славянские украшения «Кудесы» пользуются популярностью, причем разные их виды нравятся мужчинам и женщинам: “Очень полюбился современным модницам растительный и геометрический орнаменты, у мужчин пользуются популярностью изделия с изображением солнца, оружия,” А.А. Львович говорит.¹⁴⁵

Интригуяюще, но Н.С. Носова, владелица «Пташа», сказала что кроме покроя и цвета одежды, она не использует в своей одежде никаких символов, особенно языческих:

“Я противник популяризации язычества и всех его символов, потому что в стране, где уровень знания традиционной культуры и корней и так не сильно высок, псевдоязыческие и неязыческие течения только подрывают культурный авторитет и создают некое мифическое

¹⁴³ Львович, А.А. Письменное интервью по электронной почте. 21.03.2023.

¹⁴⁴ Львович, А.А. Письменное интервью по электронной почте. 21.03.2023.

¹⁴⁵ Львович, А.А. Письменное интервью по электронной почте. 21.03.2023..

прошлое, имеющее мало общего с историей. Поэтому в своей одежде я не использую никаких символов. Я работаю только с формой традиционной рубахи и современными цветовыми сочетаниями.”¹⁴⁶

Основываясь на этом ответе, в главе 3 мы рассмотрим вопросы, связанные с воспринимаемым низким уровнем традиционной культуры среди россиян и отношением к неоязыческим (и "псевдоязыческим") движениям.

Вместо язычества, некоторые бренды сосредоточились на христианских элементах в своей одежде. М.А. Романова из бренда «Сарафай», который производит сарафаны в стиле oversize, сказала “Для меня традиционная русская одежда неразрывно связана с христианством, поэтому женская одежда такова, чтобы в ней можно было без стыда придти в храм.”¹⁴⁷

В самом, пожалуй, богатом описании ответе К.В. Старыгина из своего одноименного бренда говорит, что она шьет исторические символы из книг по истории и музеев, не стилизуя их, и при этом преуспевает в окружении квинтэссенции русского дома и семейной структуры, которая также вдохновляет ее:¹⁴⁸

“В нашем доме стоит русская печь, но меньшего размера, с лежанкой, но мыться в ней нельзя, маленькая. На кухне, например мы солим грибы в деревянных кадушках, любим готовить еду в глиняных горшках, или в чугушке в печи. У нас личный огород, и мы сами заготавливаем разносолы на зиму. В нашей семье (как в традиционных славянских семьях) главный мужчина - муж. Он решает все главные и важные вопросы, а я женщина, которую любят, носят на руках и занимающаяся творчеством и домом.”¹⁴⁹

¹⁴⁶ Носова, Н.С. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 08.11.2022.

¹⁴⁷ Романова, М.А. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 24.10.2022.

¹⁴⁸ Старыгина, К.В. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 30.07.2022.

¹⁴⁹ Старыгина, К.В. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 30.07.2022.

Межпоколенческий разрыв в интересе к этнической идентичности и костюму. Последняя группа вопросов спрашивает производителей о том, как младшее и старшее поколения относятся к своей русской этнической идентичности и костюму. Вопрос 9 спрашивает: “Как пожилые и молодые россияне относятся к своей этнической идентичности? Обычно ли они выражают это через одежду? Есть ли у них обычно традиционная одежда?”

Большинство респондентов ответили либо что только небольшая, но растущая группа молодых людей интересуется этим, либо что в целом ни старшее, ни молодое поколения не интересуются этнической идентичностью, а тем более традиционным костюмом.

- Лишь небольшая часть населения интересуется этнической идентичностью и одеждой, особенно молодое поколение: 12 ответов
- В целом, ни пожилые, ни молодые россияне не интересуются этнической идентичностью, и тем более ее выражением через одежду: 11 ответов
- Да, в целом интерес есть: 3 ответа

Рисунок 5. Интерес к этнической идентичности и костюму



Интересно, что среди двух самых больших групп большинство ограничений советского времени на выражение этнической идентичности были названы в качестве причины низкого интереса к традиционной культуре сегодня, особенно среди старшего поколения:

“Хоть мы и отмечаем некий рост интереса к своим традициям и спроса на такого рода одежду, но развито это крайне слабо. У среднестатистического русского не то что обычно нет традиционной одежды, он вряд ли даже сможет сказать что такое национальная одежда русского человека”, сказал А.В. Сериков, владелец «Братья Славяне».¹⁵⁰

М.А. Романова (владелица «Сарафай») считает виновником и глобализм, и указы советских времен:

“Пожилые поколения родились и выросли в советском союзе, где было запрещено христианство, а молодые родились в разрушенной и растащенной на куски стране, которой навязали глобалистскую антикультуру потребления. Поэтому опыт облачения в традиционный костюм - скорее исключение чем правило.”¹⁵¹

“Нет, в России не распространена традиционная одежда. Она не популяризирована среди молодежи и тем более среди поколений выросших в СССР, за исключением фольклористов, мастеров, художников. На мой взгляд, уровень этнической идентичности у современных россиян очень низкий”, ответила О.В. Венцислицкая (владелица «Wild Garden»)¹⁵²

А.С. Злотко (бренд «ANNA ZLOTKO») даже сказала, что “только музейные работники, коллективы” интересовались этнической одеждой и что “советский период времени убил в старшем поколении (60) любовь к

¹⁵⁰ Сериков, А.В. Письменное интервью посредством мессенджера “ВКонтакте”. 30.07.2022.

¹⁵¹ Романова, М.А. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 24.10.2022.

¹⁵² Венцислицкая, О.В. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 08.11.2022.

традиции.”¹⁵³ Е. Ковешников (владелец «ВАРГГРАДЬ») ем костюмом и самобытностью “ не более чем 10% населения. И то кажется эта цифра завышена.”¹⁵⁴

Бренды, указывающие на то, что молодежь больше интересуется этнической идентичностью и одеждой, упоминали, что старшее поколение чувствует себя "стесненными" в традиционных нарядах. Интересно, что это конкретное слово появилось в двух отдельных ответах на опрос: “Россияне к сожалению стесняются своей национальной одежды”, пишет О.Р. Тавгуринова, владелица бренда «Берегиня». “Но сейчас это входит в моду и носить рубаху сейчас не кажется необычно).”¹⁵⁵

“Люди в возрасте, которые выросли и прожили практически всю жизнь в СССР стесняются носить не то чтобы национальную, даже стилизованную славянскую одежду. Среди молодых людей сейчас идёт направление, что носят этническую одежду не только на обряд или праздник, а повседневно”, говорит К.В. Старыгина (владелица одноименного бренда).¹⁵⁶

Мария (владелица бренда «Deelwear») вкратце разделила на три группы свой опыт того, как и почему русские не выражают свою этническую идентичность. Некоторые из тех, кто выражает ее, делают это неловко или социально неуместно ("кринж"), другая группа переходит в потенциально опасный национализм - но именно третья группа является ее целевой аудиторией, потому что они действительно "любят" свою этническую идентичность:

“По моим личным ощущениям, для части россиян выражать свою этническую идентичность – кринж; другие уходят в национализм и это

¹⁵³ Злотко, А.С. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 18.11.2022.

¹⁵⁴ Ковешников, Е. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 02.08.2022

¹⁵⁵ Тавгуринова, О.Р. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 02.08.2022.

¹⁵⁶ Старыгина, К.В. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 30.07.2022.

очень страшно; и только третьи ценят культуру всех этносов, сохраняют и любят свою — эти люди — моя аудитория.”¹⁵⁷

Одним из немногих, кто ответил, что русские действительно выражают свою этническую идентичность, был И. Глущенко (владелец «Tartarland»), который сказал, что ресурсы, сделанные с искренней любовью и гордостью, привлекают внимание русских:

“Мне кажется что не смотря на то, что последние десятилетия мы во многом были окружены глобальной западной культурой, россияне с интересом и уважением относятся к своей идентичности и культуре. Уверен, если талантливо, качественно, с любовью и должными ресурсами сделать: фильмы, игры, одежду, архитектуру и тд. Всё то что ассоциировалось бы и опиралось на национальную культуру, обрело бы должное внимание и востребованность внутри общества.”¹⁵⁸

Восприятие традиционной одежды. Вопросы 10 и 11 были сформулированы с целью выяснить, как люди относятся к неадаптированной, традиционной одежде, чтобы обеспечить полезный контраст с заключительными вопросами 12 и 13, которые относятся к адаптированной одежде брендовых производителей. Некоторые респонденты оставили неактуальные или пустые ответы, поэтому они не были включены в данный анализ.

В вопросе 10 спрашивалось: “Что молодые люди думают о традиционной, неадаптированной одежде? Неужели они думают, что эта одежда предназначена только для культурных мероприятий и ритуалов? Есть ли у них какие-либо негативные мысли по этому поводу, например, как непрестижные или как часть “музейного экспоната”?”

- Неадаптированной одежде нет места в современном мире: 11 ответов

¹⁵⁷ Мария (основатель бренд Deelwear). Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 30.10.2022.

¹⁵⁸ Глущенко, И. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 28.10.2022.

- Стилизованная, адаптированная одежда больше соответствует современной повседневной жизни: 8 ответов
- Неадаптированной одежде есть место в особых случаях, например, на свадьбе: 1 ответ

Рисунок 6. Неадаптированная одежда в современном мире



Большинство выразило мнение, что в повседневной жизни молодых людей: “неадаптированной одежде нет места в современном мире, так как это просто копирование, которое неудобно носить в таком быстром, стремительно развивающемся мире.”¹⁵⁹ “Поскольку традиционный костюм совершенно не популяризирован, сейчас большинство населения смотрят на него косо, как на пережиток”,¹⁶⁰ Н.С. Носова (владелица «Пташа») говорит. По словам респондентов, большинство людей обычно не интересуются этнической идентичностью и одеждой: “Они о ней мало знают и считают неактуальной и не интересной”,¹⁶¹ А.И. Яблокова (владелица «Мелания»)

¹⁵⁹ Мария (основатель бренд Deelwear). Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 30.10.2022.

¹⁶⁰ Носова, Н.С. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 08.11.2022.

¹⁶¹ Яблокова, А.И. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 08.11.2022.

отметила, что молодежь больше интересуется современной западной культурой и американской культурой. Владелец «Sovorotka» аналогично заявила, что молодые люди "пытаются себя соотнести больше с западной современной культурой и американской."¹⁶²

Это современный образ жизни и вполне естественно, что “традиционная, историческая, не адаптированная одежда, ассоциируется у людей с одеждой предназначенной для культурных или туристических мероприятий, праздников, музейных экспонатов и пожалуй исторических фильмов”,¹⁶³ сказал И. Глущенко (владелец «Tartarland»). “Неадаптированная народная одежда неприспособленна к современному ритму жизни. Будет странно (и очень неудобно) например идти в метро в кокошнике или лаптях”,¹⁶⁴ добавила К. Алексеева (владелица своего одноименного бренда).

Даже особые события в России не требуют традиционного костюма: "Культурные мероприятия и ритуалы (свадьбы, например) обычно обходятся без традиционной одежды. Неадаптированный костюм, действительно, ближе по статусу к музейному экспонату”,¹⁶⁵ - комментирует М.А. Романова (владелица «Сарафай»). Несмотря на то, что К.В. Старыгина "стала замечать девушек в русских сарафанах на улицах городов", у некоторых людей даже возникают негативные мысли о том, что адаптированная, стилизованная одежда как-то устарела и не подходит для современной жизни.¹⁶⁶

Естественно, многие владельцы брендов дали ответы, в которых подчеркивалась приспособленность модифицированной традиционной одежды к современному образу жизни. Однако несколько респондентов указали на некоторые интересные факторы, почему молодое население может быть более склонно носить адаптированную традиционную одежду.

¹⁶² Гиря, И. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 08.11.2022.

¹⁶³ Глущенко, И. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 28.10.2022.

¹⁶⁴ Алексеева, К. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 26.10.2022.

¹⁶⁵ Романова, М.А. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 24.10.2022.

¹⁶⁶ Старыгина, К.В. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 30.07.2022.

“Молодые более открыты миру, и им хочется самовыражаться”, А.С. Злотко отметил. “Молодёжь чаще покупает вещи ‘с культурным кодом.’”¹⁶⁷ В этом контексте она устанавливает связь между самовыражением этнической идентичности и ношением одежды с "культурным кодом." В данном контексте, связанном с одеждой, культурный код - это элементы в одежде, которые относятся к русской или славянской традиции, то есть одежда, в которую вложены дополнительные культурные смыслы, а не просто обычная футболка. Например, в случае А.С. Злотко, ее платья имеют дополнительные культурные коды традиционной одежды Архангельской области.

Д.А. Белогорова выделила некоторые группы людей, которые были бы более склонны выразить свою этническую идентичность через модернизированную одежду:

“Те, кто связан с народной культурой, например молодые люди занимающиеся народными танцами или вокалом, исторической реконструкцией с уважением относятся к неадаптированной одежде. Люди увлекающиеся современной фольклорной музыкой, неоязычеством предпочитают стилизованную одежду.”¹⁶⁸

Тенденция неоязычников приобретать адаптированную традиционную одежду вполне ожидаема, поскольку многочисленные бренды создают одежду со славянскими или языческими элементами. Культурный феномен неоязычества в России будет рассмотрен в Главе 3.

Для того чтобы собрать больше информации о том, действительно ли существует разрыв между поколениями в ношении традиционной одежды, вопрос 11 спрашивает: “Чем старшее и молодое поколения отличаются в своей гордости за демонстрацию своей русской этнической принадлежности через традиционную, неадаптированную одежду?”

¹⁶⁷ Злотко, А.С. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 18.11.2022.

¹⁶⁸ Белогорова, Д.А. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 24.10.2022.

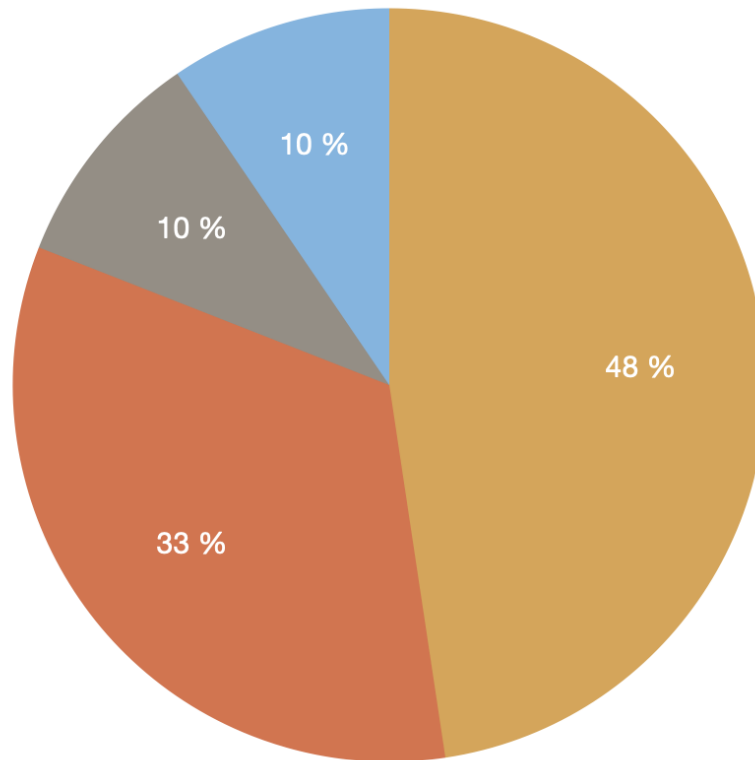
Большинство респондентов отметили, что возраст не является фактором, более важными являются интерес, душевная зрелость, исторические знания и отношение к своей этнической идентичности. Для представителей любой возрастной группы использование традиционной одежды может быть "то игра в переодевание (по праздникам, для мероприятий), для вторых это игра в поиск идентичности," ответила А.С. Злотко.¹⁶⁹ Во второй по величине группе, 7 респондентов ответили, что у молодого поколения были более позитивные чувства по отношению к традиционной одежде. Из этих 7 респондентов, 3 упомянули влияние ограничений советской эпохи на выражение этнической идентичности у старшего поколения.

- Возраст не имеет такого значения, как интерес: 10 ответов
- Молодое поколение больше гордится этнической одеждой: 7 ответов
- Люди всех возрастов мало осведомлены об этом предмете: 2 ответа
- Старшее поколение больше гордится этнической одеждой: 2 ответа

Рисунок 7. Разница между поколениями в проявлении гордости через традиционную одежду.

¹⁶⁹ Злотко, А.С. Письменный ответ на анкету в "Google Forms". 18.11.2022.

Разница между поколениями в проявлении гордости через традиционную одежду



- Возраст не имеет такого значения, как интерес
- Молодое поколение больше гордится этнической одеждой
- Люди всех возрастов мало осведомлены об этом предмете
- Старшее поколение больше гордится этнической одеждой

Среди ответов, в которых упоминается влияние Советского Союза, И. Конне («R1a project») сказал, что молодое поколение "дзадумываться о своей идентичности больше, чем пожилое поколение", потому что:

“Пожилые родились и выросли в стране, где не уделялось внимания к корням. Тогда строилось новое общество, без оглядки на культуру и традиции. Сейчас же совсем другая история. Вопрос - кто мы? Задаёт себе каждый человек.”¹⁷⁰

¹⁷⁰ Конне, Я. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 24.10.2022.

А. Ревит («Алатырь Руны») забрасывает более широкую сеть в плане того, что привело к ослаблению интереса к народной культуре среди старшего поколения: “Старшее поколение отравлено тоталитарной политикой, ложной историей и не верим в себя. Так же особое значение принимает определённая политика властей.”¹⁷¹

Действительно, некоторые производители говорят, что их клиенты склонны к молодежи, или, как в случае с Д.А. Белогоровой: "Все мои клиенты - это в основном молодое поколение," она отметила. "Я получаю очень много тёплых восторженных отзывов. Сейчас стало очень модно играть свадьбы в русском стиле."¹⁷²

"Молодые более продвинуты в этом вопросе. Пожилые люди советского государства многого не знают", - лаконично сказала В. Зезина.¹⁷³

Даже потребление традиционной одежды молодым и старшим поколениями отличается по производимому эффекту, считает К.В. Старыгина. Когда молодое поколение носит традиционную одежду, оно делает это с гордостью, и это преображает его манеру поведения и идентичность:

“Молодое поколение надевает традиционную одежду с гордостью! Девушки и парни перестают сутулиться, в движениях девушек пропадает резкость и грубость, движения становятся плавными, глаза светящимися, парни же преображаются, на глазах из мальчиков в мужчину-защитника.”¹⁷⁴

Однако, когда это делают люди старшего поколения, они часто не имеют представления о традиционной одежде:

“Пожилое же поколение почему то надевает одежду не соответствующую их статусу...и как следствие это смотрится нелепо.

Лично для меня, сразу бросается в глаза, когда женщина серебрянного

¹⁷¹ Ревит, А. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 14.03.2022.

¹⁷² Белогорова, Д.А. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 24.10.2022.

¹⁷³ Зезина, В. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 24.10.2022.

¹⁷⁴ Старыгина, К.В. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 30.07.2022.

возраста вместо того, чтобы покрыть голову женским головным убором, надевают очелью, венцы и т.д... может так они чувствуют себя молодее, может не хотят мериться со своим возрастом, но со стороны это выглядит глупо. Может потому что, в силу каких-то причин пожилые люди не хотят разбираться в традиционной одежде, а надевая одежду не подходящую по статусу они подсознательно чувствуют, что выглядят нелепо, и как следствие начинают стесняться надевать традиционную одежду. Пока за 7 лет работы моей мастерской, среди людей пожилого возраста, к сожалению, не встречала человека с городостью надевающего традиционную одежду.”¹⁷⁵

В более позднем интервью К.В. Старыгина развила эту мысль дальше, сказав, что путаница в правильном использовании традиционной одежды вызвана “нет достоверных и единых источников что, кому и в каком статусе носить. Даже в работах известных художников присутствует путаница венцов и кокошников.”¹⁷⁶ К одному из таких недоразумений относится убеждение, “что одежда девиц была красивой, а женщин уже так, повседневной и потрепаной”. В сочетании с общим желанием современных женщин выглядеть нестареющими и непониманием старшими поколениями традиционной одежды, приводит к ее неправильному использованию.¹⁷⁷

Восприятие адаптированной традиционной одежды. Последние два вопроса опроса исследуют, как производители воспринимают реакцию своих клиентов на их продукцию из адаптированной традиционной одежды.

Вопрос 12 спрашивает: “Как старшее и молодое поколения отреагировали на ваши адаптации русской традиционной одежды? Например, испытывали ли пожилые люди ностальгию? Проявляли ли молодые люди

¹⁷⁵ Старыгина, К.В. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 30.07.2022.

¹⁷⁶ Старыгина, К.В. Письменное интервью посредством мессенджера “ВКонтакте”. 13.03.2022.

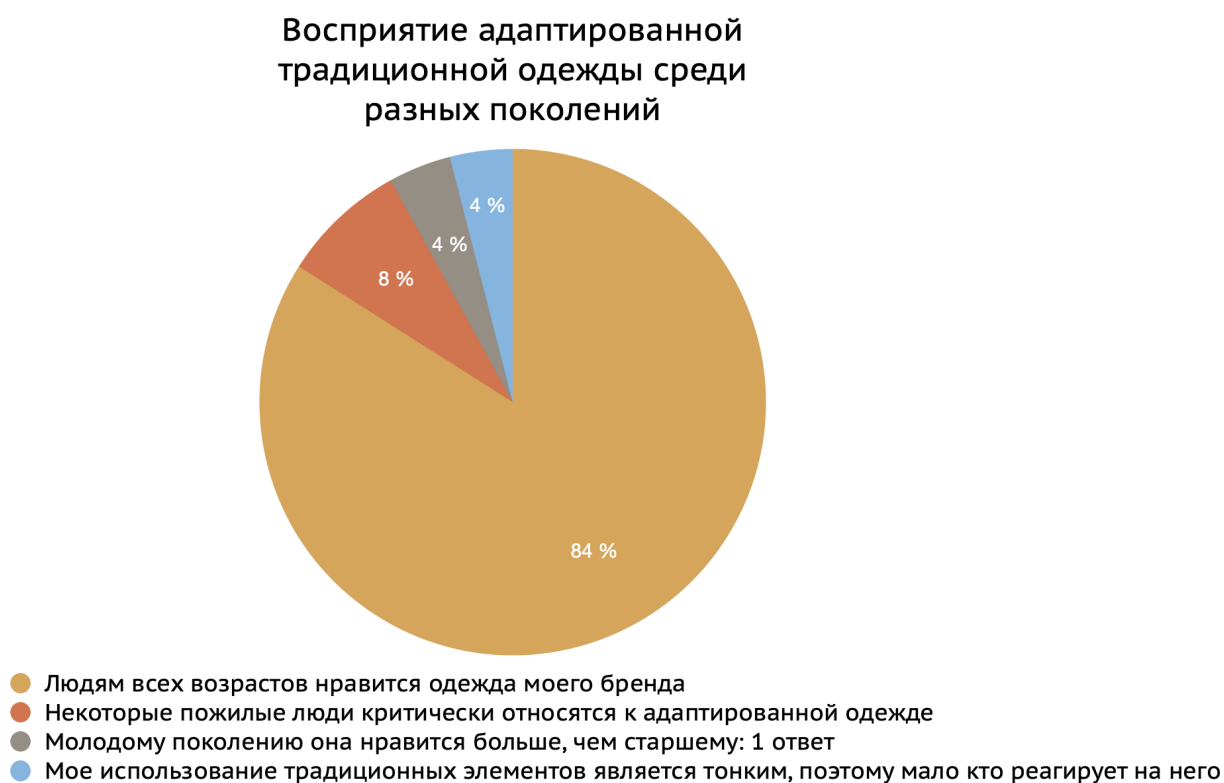
¹⁷⁷ Старыгина, К.В. Письменное интервью посредством мессенджера “ВКонтакте”. 13.03.2022.

больше гордости за свою русскую идентичность, чем раньше? Пожалуйста, не стесняйтесь приводить примеры отзывов ваших клиентов.”

Подавляющее большинство заявили, что их продукция нравится покупателям всех возрастов, и только несколько человек отметили, что их одежда получила некоторые критические замечания или что ее предпочитает только определенная группа людей.

- Людям всех возрастов нравится одежда моего бренда: 21 ответ
- Некоторые пожилые люди критически относятся к адаптированной одежде: 2 ответа
- Молодому поколению она нравится больше, чем старшему: 1 ответ
- Мое использование традиционных элементов является тонким, поэтому мало кто реагирует на него: 1 ответ

Рисунок 8. Восприятие адаптированной традиционной одежды среди разных поколений.



В значительной части ответов были отмечены случаи, когда потребление адаптированной одежды приводило к изменению самовосприятия россиян, благодаря культурным ценностям, заложенным в этой одежде. Е. Ковешников («ВАРГГРАДЬ»), например, сказал, что культурные элементы их одежды представляют собой «то самое настоящее, исконно русское, в противовес устаревшим деструктивным ассоциациям о нас в мире, таким как «водка, балалайка, матрёшка.»¹⁷⁸

Для К.В. Старыгина «задача моей мастерской не воспитывать ‘гордость,’ а поменять сознание. Сознание того, что одежда это не просто какие-то тряпки, это целый мир!...Для того чтобы что-то изменить в своей жизни иногда достаточно поменять гардероб.»¹⁷⁹ Она затем объясняет, как жизни некоторых ее клиентов изменились благодаря владению адаптированной традиционной одеждой: «что это не просто очередная тряпка из массмаркета, это Платье, со своим духом».¹⁸⁰

Этот дух ее платья, казалось, вдохновлял ее клиентов на переход к более традиционно русской жизни. Среди ее клиентов были три девушки, которые решили переехать в более спокойную жизнь в Республике Алтай (2 из Москвы, 1 из Архангельска): «Они признались, что до моего платья они даже не думали про переезд на Алтай.»¹⁸¹ По ее словам, платья даже способствовали формированию традиционных семейных ячеек и поощряли семейную любовь: «Есть примеры когда парень не хотел жениться, но после того как девушка стала носить платья моей мастерской, сыграли свадьбу. А как дети интересно реагируют, когда видят мам в таком платье. Они просто не отходят от мамы, они хотят ее обнимать и целовать.»¹⁸² Из этого изменения в отношении к своей традиционной культуре возникает национальная гордость: «И когда сознание меняется, меняется отношение к одежде, начинает

¹⁷⁸ Ковешников, Е. Письменный ответ на анкету в «Google Forms». 02.08.2022

¹⁷⁹ Старыгина, К.В. Письменный ответ на анкету в «Google Forms». 30.07.2022.

¹⁸⁰ Старыгина, К.В. Письменный ответ на анкету в «Google Forms». 30.07.2022.

¹⁸¹ Старыгина, К.В. Письменный ответ на анкету в «Google Forms». 30.07.2022.

¹⁸² Старыгина, К.В. Письменный ответ на анкету в «Google Forms». 30.07.2022.

меняться жизнь, и уже потом из всего этого вытекает осознание и гордость за свою нацию", - говорит К.В. Старыгина.¹⁸³

В других, менее описательных и насыщенных ответах, владельцы других марок говорят, что широкий возрастной диапазон (И.А. Орлова, владелица «Pereletnaya Riba» говорит, что возраст её клиентов варьируется от 8 до 80 лет¹⁸⁴) их клиентов охотно использует адаптированную одежду в повседневной жизни. “Всё они пример того, что интерес к традиционным мотивам растёт. Все они делится тем, что в моей одежде они испытывают чувство стабильности, близости к корням,” высказалась Л. Тепцова (владелица «Орнаменты»). Как и К.В. Старыгина, Л. Тепцова говорит о том, что одежда с добавками привносит положительные ценности в жизнь ее клиентов. “Люди пишут мне, что мои вещи дают им порядок, красоту, надежду, покой, Равновесие, защиту.”¹⁸⁵

Современный производитель кокошников Е.М. Данилова из компании «Русская Корона» говорит, что ее клиенты охотно надевают кокошники на праздники и жизненные события, как знак возвращения к традициям:

“Сегодня большинство россиянок очень рады тому, что можно вернуться к традициям. Кто-то отмечает масленицу в кокошниках, дополняя ими свой образ, кто-то как в старые добрые времена покупает кокошник для свадебного образа, что для нас особенно приятно) Девочки хотят носить его в школу. А еще кокошниками очень любят завершать образ на выпускной бал, новогоднюю вечеринку, день рождение.”¹⁸⁶

Помимо культурных ценностей в адаптированной одежде были и физические качества, которые делали ее привлекательной для пользователей. Два бренда заявили, что негабаритный характер одежды, особенно платьев,

¹⁸³ Старыгина, К.В. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 30.07.2022.

¹⁸⁴ Орлова, И.А. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 08.11.2022.

¹⁸⁵ Тепцова, Л. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 21.12.2022.

¹⁸⁶ Данилова, Е.М. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 30.10.2022.

адаптированных от традиционного кроя, делает ее доступной для пользователей любого размера: “Большинство моих заказчиков хвалит традиционный крой - свободный, не стесняющий движения,”¹⁸⁷ “размер оверсайз, позволяет носить эту одежду всем.”¹⁸⁸ Миссионерский бренд «Христиания», предлагающий скромную одежду, идеально подходящую для посещения православных церковных служб, отметил, что молодые прихожане часто проявляют интерес к их продукции.¹⁸⁹ Однако, несмотря на широкую привлекательность одежды с традиционными элементами, пожилые люди часто не могут позволить себе одежду кустарного производства, в отличие от молодых, работающих россиян.¹⁹⁰

На вопрос о том, испытывают ли люди ностальгию при виде адаптированной традиционной одежды, два респондента ответили, что ностальгия часто не выражается среди покупателей. Это согласуется с нашим предыдущим опросом, в котором многие производители заявили, что старшее поколение, выросшее при Советском Союзе, слабее ценит традиционную одежду: “Положительно все, но частые покупатели возраста 30+. Ностальгия редко, чаще уважение к традиции,”¹⁹¹ “в плане моего бренда, ностальгия или осознание национальной идентичности среди комментаторов выражены не ярко.”¹⁹²

Два ответа указали на случаи, когда пожилые люди менее склонны принимать адаптированную традиционную одежду по сравнению с молодыми поколениями: “Многие не принимали их, приводя аргументы о том, что традиционная одежда должна оставаться традиционной и никак не может адаптироваться к современным реалиям,” сказал А.В. Сериков

¹⁸⁷ Носова, Н.С. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 08.11.2022.

¹⁸⁸ Малашина, С.Н. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 24.10.2022.

¹⁸⁹ Основатель/работник бренд Христиания. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 11.11.2022.

¹⁹⁰ Белогорова, Д.А. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 24.10.2022.

¹⁹¹ Злотко, А.С. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 18.11.2022.

¹⁹² Носова, Н.С. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 08.11.2022.

(«Братья Славяне»). «Другие представители молодого поколения наоборот очень активно поддерживали адаптации.»¹⁹³

Второй ответ был от бренда «Sovorotka», который производит современные адаптации косоворотки. И. Гиря сказал, что бренд обычно получает похвалу от покупателей за «вплетение нити традиций в современную жизнь», но:

«Иногда нас критикуют за вольность интерпретаций. За то, что мы делаем адаптацию одежды, не соблюдая традиционный ее вариант (длина, отсутствие пояса и так далее). Еще один повод для критики: подстраивание под европейскую моду (ведь мы совмещаем косоворотку с классической костюмной сорочкой).

Примеры критикующих отзывов:

‘Косоворотка без пояса носилась только в избе и дворе. На улице всегда с поясом !’ ‘Косоворотка это мужская одежда... Да не оденет женщина мужскую одежду, а мужчина женскую... это считалось грехом.’¹⁹⁴

Критика вокруг адаптированных косовороток исходила в основном от тех, кто был сильно привязан к традициям, религии и русской культуре без какого-либо иностранного влияния. Косоворотка без пояса уже считалась неприемлемой, а косоворотка с "европейским влиянием" считалась еще более неуместной, не говоря уже о женской косоворотке!

В последующем интервью, чтобы углубиться в этот вопрос, И. Гиря подробно рассказал о конкретной группе людей, которые сопротивлялись принятию его переосмысленной косоворотки.

«Мы не видим негатива или недостатка признательности от людей, выросших в СССР. Обычно вопросы к нашей адаптации идут именно от людей традиционного воспитания, религиозных или считающих, что

¹⁹³ Сериков, А.В. Письменное интервью посредством мессенджера «ВКонтакте». 30.07.2022.

¹⁹⁴ Гиря, И. Письменный ответ на анкету в «Google Forms». 08.11.2022.

традицию нужно сохранять, а не переосмысливать. То есть без акцент на советское прошлое, только на традиционно-религиозное.

Аргументы их почти всегда похожие по своей сути и сводятся к тому, что косоворотка это конкретный предмет одежды (мужской!) с конкретными признаками, и пересматривать их неправильно. Мы вежливо отвечаем, что мы не претендуем на то, что наша рубашка является традиционной косовороткой. Мы делаем ее переосмысление.”¹⁹⁵

Из этого интервью мы можем увидеть, что некоторые люди, которые могут выступать против реинтерпретации традиционной одежды, делают это, настаивая на том, чтобы традиционные предметы оставались такими, какие они есть, а не позволяли современному творчеству "обновить" их.

Последний вопрос, вопрос 13, “В целом, помогла ли принятая вами русская одежда молодежи, которая обычно не так сильно связана со своими традиционными корнями, повысить свою лояльность к своей этнической принадлежности и культуре? Например, фотографируют ли они их в вашей одежде, чтобы с гордостью выставлять в социальных сетях точно так же, как старшие поколения выставляют свои фотографии в традиционной одежде? Носил ли кто-нибудь из ваших клиентов вашу одежду за границей или среди иностранцев, чтобы популяризировать традиционную русскую одежду?”

Целью вопроса было изучить, как молодые люди взаимодействуют с адаптированной традиционной одеждой, и получить представление о связи между этими брендами и выражением этнической гордости. Большинство респондентов отметили растущий спрос среди молодых людей, включая русских, живущих за границей, которые часто носили, фотографировали и делились своими нарядами в социальных сетях. Некоторые респонденты отметили, что из-за небольшого размера их бренда трудно сделать выводы, а

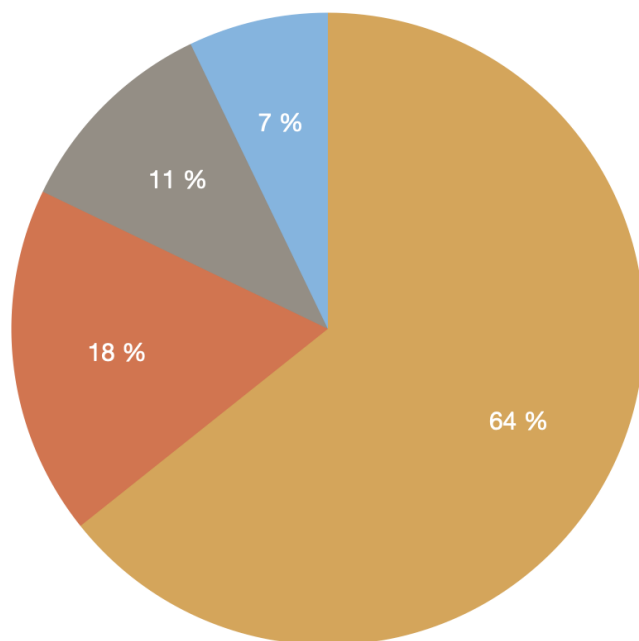
¹⁹⁵Гиря, И. Письменное интервью посредством мессенджера “ВКонтакте”. 13.03.2022.

другие упомянули, что из-за конфликта с Украиной, начавшегося в 2022 году, они не могут выполнять международные заказы. Несколько респондентов подчеркнули, что их одежда в основном используется для модных фотосессий.

- Растущий спрос и частые фотографии в социальных сетях: 18 ответов
- Бренд еще слишком мал, чтобы делать выводы: 5 ответов
- Бренд не может отправлять международные заказы с 2022 года: 3 ответа
- Одежда бренда в основном используется для модных фотосессий: 2 ответа

Рисунок 9. Отношение молодых людей к адаптированной традиционной одежде.

**Отношение молодых людей к
адаптированной традиционной
одежде**



- Растущий спрос и частые фотографии в социальных сетях
- Бренд еще слишком мал, чтобы делать выводы
- Бренд не может отправлять международные заказы с 2022 года
- Одежда бренда в основном используется для модных фотосессий

Несколько разных респондентов в большинстве своем отметили, что их одежда помогает покупателям установить связь с русской культурой, тем самым обогащая их культурную идентичность, даже, и особенно, русской диаспоры.

“Заказывают в подарок родным, которые живут за границей. До введения санкций у нас было очень много клиентов за рубежом. В основном в Германии, Норвегии и Америке. Люди были готовы носить русскую одежду там, тем самым подчеркивая свою идентичность,” ответила Д.А. Белгорода.¹⁹⁶

“Среди моих иностранных клиентов много русских которые в 1ом или 2ом поколении уехали из России и теперь испытывают ностальгию. Моя одежда становится для них инструментом воссоединения с корнями,” сказала А. Моисеева.¹⁹⁷

Н.С. Носова добавила, что многие из ее клиентов - русские эмигранты, для которых “важна связь с традиционной культурой.” В целом, ее клиенты - “творческие молодые люди, жители городов, у которых уже есть понимание /знание о традиции и они готовы включить ее в повседневность.”¹⁹⁸

К. Алексеева сказала, что помочь россиянам найти свою национальность и гордиться ею - это смысл существования ее бренда: “Это и есть моя миссия - помочь людям найти свою идентификацию. Чтобы им было гордо показывать свою причастность к своей культуре, являться ее продолжением.”¹⁹⁹

К. Старыгина, которая ранее рассказывала о преобразующем опыте своих клиентов после соединения с их этническими корнями, страстно заявила, что эти изменения происходят на глубинном уровне: “Моя одежда меняет жизнь, и как следствие, когда со сменой одежды происходят

¹⁹⁶ Белогорова, Д.А. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 24.10.2022.

¹⁹⁷ Моисеева, А. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 23.12.2022.

¹⁹⁸ Носова, Н.С. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 08.11.2022.

¹⁹⁹ Алексеева, К. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 26.10.2022.

изминения в жизни, тогда молодые люди все больше и больше погружаются в этническую сферу, и тогда их гордость за свою нацию, не на словах, а в душе.”²⁰⁰

Как мы видим, потребление адаптированной традиционной одежды помогло многим россиянам, включая представителей русской диаспоры, сохранить связь со своей этнической культурой. К сожалению, события 2022 года привели к тому, что некоторые бренды не могут обрабатывать международные заказы (“из-за последних событий, страницу на этси закрыла и возможность отправки нулевая”²⁰¹). тем не менее, вот страны, в которые упомянутые бренды осуществляли доставку:

Таблица 2. Зарубежные заказы

<u>Количество брендов, отправивших заказы в эти страны</u>	<u>Страны</u>
6	США
5	Германия
4	Австралия
2	Бельгия, Греция
1	Дания, Казахстан, Китай, Латвия, Новая Зеландия, Норвегия, Франция, Сербия

Эти данные имеют смысл, если принять во внимание российскую диаспору, которая насчитывает наибольшее количество русских-эмигрантов, проживающих в Казахстане, США, Германии и Латвии.²⁰² Наибольшее количество брендов упомянули, что они отправляют заказы в США, что неудивительно: согласно переписи населения США 2021 года, 2,407,434 человека в США сообщили, что имеют российское происхождение,²⁰³ а

²⁰⁰ Старыгина, К.В. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 30.07.2022.

²⁰¹ Злотко, А.С. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 18.11.2022.

²⁰² Шевченко, Н. 2021. Where else do Russians live, apart from Russia?

²⁰³ U.S. Census Bureau. 2021. Table B04006: People Reporting Ancestry - - 2021 American Community Survey 1-Year Estimates.

407,564 американских жителей родились в России.²⁰⁴ По данным переписи населения Австралии 2016 года, около 85,000 жителей страны сообщили о своем российском происхождении.²⁰⁵

Вывод по главе 2. На основании всестороннего опроса 26 брендов и их ответов мы сделали несколько выводов об адаптированной традиционной одежде. Бренды используют три метода адаптации: 1) модернизация традиционной одежды и аксессуаров; 2) добавление традиционных элементов к современной одежде; и 3) создание инновационного дизайна, вдохновленного традиционными или культурными элементами. Основными мотивами для производства адаптированной одежды являются национальная и культурная гордость, а также вера в то, что адаптированной одежде есть место в современном мире. Большинство владельцев брендов рассматривают свою работу как акт “этнического активизма”. В адаптированную одежду включается широкий спектр элементов из традиционной одежды, при этом особое внимание уделяется ремеслам, славянской и языческой культуре.

По словам продюсеров, подавляющее большинство россиян, включая старшее поколение, выросшее в советское время, не заинтересовано в традиционной одежде или выражении через нее своей этнической идентичности. Поскольку неадаптированная традиционная одежда несовместима с образом жизни большинства россиян, производители создали адаптированную одежду, которая демонстрирует лучшие черты их культуры и в то же время подходит для современной повседневной жизни. В результате адаптированная одежда была хорошо принята покупателями как в России, так и за рубежом.

²⁰⁴ U.S. Census Bureau. (2021). Table B05006: Place of Birth for the Foreign-Born Population in the United States: 2021 American Community Survey 5-Year Estimates.

²⁰⁵ Kiwi Education. 2021. Russian-speaking communities in Australia.

Глава III: Неоязычество, национализм и советское влияние: Культурные тенденции по результатам исследования адаптированной традиционной одежды

В разделе 3 будут рассмотрены три основные культурные тенденции, возникшие в результате ответов производителей об адаптированной традиционной одежде в разделе 2.2. Во-первых, мы рассмотрим феномен неоязычества в России и его связь с двоеверием и “псевдо” - язычеством. Во-вторых, поскольку многочисленные ответы указывают на роль Советского Союза в снижении уровня традиционной культуры среди русских, мы углубимся в эту тему. Наконец, мы быстро рассмотрим подъем национализма и православия против глобализма. Обратите внимание, что это будут краткие анализы, предназначенные в качестве трамплина для будущих исследований для тех, кто заинтересован.

Неоязычество. Славянское неоязычество начало появляться в 1980-х годах, сосредоточившись на "праздновании славянских древних праздников, таких как Масленица, Летнее солнцестояние и Иван Купала", а к 1994 году была зарегистрирована первая официальная религиозная организация Родноверов.²⁰⁶ За это десятилетие неоязычники стали "изолированными группами единомышленников, которые не имели ни организационных структур, ни доступа к СМИ".²⁰⁷ Для этих Родноверов "основная проблема ...заключается в том, что у них нет живой языческой традиции, на которую они могли бы опереться."²⁰⁸ После тысячи лет христианства большинство традиций было стерто и их пришлось создавать полностью заново, хотя некоторые используют "пробудившуюся память о волхвах как источник знаний о коренной русской религии."²⁰⁹ Поэтому многие группы развивают свои собственные практики и верования из-за относительной изоляции друг

²⁰⁶ Манаев, Г. 2019.

²⁰⁷ Mitrofanova, A. Russian ethnic nationalism and religion today. // The New Russian Nationalism, edited by Pal Kolsto and Helge Blakkisrud. Edinburgh University Press Ltd. 2016. С. 121.

²⁰⁸ Mitrofanova, A. 2016. С. 121.

²⁰⁹ Mitrofanova, A. 2016. С. 121.

от друга. В этом вакууме А. Митрофанова утверждает, что многие неоязычники используют практики, взятые из православия, например, использование церковнославянского языка и архаичных шрифтов.²¹⁰ Трудно точно количественно оценить число славянских неоязычников, поскольку статистика не учитывает различия между ними и сибирскими культами.²¹¹ Исследователи, которые пытались определить количество неоязычников в социальных сетях, не смогли вывести убедительные цифры даже приблизительно, хотя на основании переписи населения 2010 года приблизительно 754,000 человек идентифицировали себя как язычников.²¹² Не считая официальных самопровозглашенных неоязычников, есть и те, кто симпатизирует и практикует некоторые языческие практики, а также "подражатели", - сказал Г. Манаев.²¹³

Г. Манаев также взял интервью у В. Ковал, экспертом Института археологии Российской академии наук, который спорил об обоснованности славянских неоязыческих верований. В. Ковал сказал, что единственными источниками о дохристианском славянском язычестве являются хроники христианской эпохи, а археологических доказательств этого "не существует или они спорны", причем некоторые находки, как выяснилось позже, являются подделками более поздних веков.²¹⁴ В. Ковал сказал, что археология советского периода часто опиралась на фантазии о языческом прошлом и догадки, а не на факты.²¹⁵ Хотя существует по крайней мере один исторически подтвержденный славянский бог - Перун, многие другие являются более поздними изобретениями, которые имеют мало оснований в исторической реальности. "Мы ни в коем случае не умаляем важности верований, которые используют неоязычники, но мы считаем, что эти

²¹⁰ Mitrofanova, A. 2016. С. 122.

²¹¹ Манаев, Г. 2019.

²¹² Бесков А. 2020. № 38(3). С. 313, 327.

²¹³ Манаев, Г. 2019.

²¹⁴ Манаев, Г. 2019.

²¹⁵ Манаев, Г. 2019.

системы верований можно легко сравнить с самоизобретенными культами Нового времени, такими как Викка, или другими альтернативными духовными культами", - сказал Г. Манаев.²¹⁶

Неоязычники не только находятся на "задворках" официальной религии (Русская Православная Церковь неоднократно осуждала неоязычество²¹⁷), но и некоторые из их членов относятся к отдельной политической категории, выступающей за славянское расовое превосходство. Г. Манаев в своей статье также взял интервью у официального администратора страницы "СЛАВЯНЕ | Язычество | РУСЬ" ВКонтакте Е. Орловой, которая идентифицирует себя как язычницу. (Страница, на которой размещаются материалы о славянском язычестве, имеет более 368,000 подписчиков по состоянию на май 2023 года). В интервью Е. Орлова сказала, что "около 50 процентов наших членов - это люди правого толка. И с этим есть проблемы, потому что иногда нас сравнивают с Третьим Рейхом".²¹⁸

В своей книге А. Митрофанова рассматривает русское неоязычество и его формирование как религиозно-политической группы. Ультранационалистические группы, независимо от того, искренне ли они верят в языческие верования или практики, также используют языческие символы в качестве символа русского национализма.²¹⁹ А. Митрофанова далее описывает неоязычество как политическое движение, а также как "изолированную субкультуру, со своим собственным языком, дресс-кодом и правилами поведения",²²⁰ принимающую языческие имена и использующую славянские слова вместо латинских. "Подходящие рубашки можно купить на неоязыческих сайтах или скачать выкройку для шитья дома. Однако большинство неоязычников надевают специальную одежду только на религиозные праздники", сказала А. Митрофанова, и "не каждый может

²¹⁶ Манаев, Г. 2019.

²¹⁷ Манаев, Г. 2019.

²¹⁸ Манаев, Г. 2019.

²¹⁹ Mitrofanova, A. 2016. С. 122.

²²⁰ Mitrofanova, A. 2016. С. 123.

позволить себе одеваться в соответствии со специфическими требованиями этой субкультуры".²²¹ Поэтому, как официальный сектор национализма, "неоязыческие организации вряд ли значительно вырастут", поскольку "субкультура родноверов (с костюмами, языческими именами, жертвоприношениями и так далее), скорее всего, отпугнет новых рекрутов в националистическое движение."²²²

Было бы упущением обсуждать русское неоязычество, не упомянув работы В.А. Шнирельмана. В своей работе "Неоязычество и национализм (восточноевропейский регион)" он проводит связь между неоязычеством и национализмом.²²³ Он называет неоязычество в России "искусственно создаваемую городской интеллигенцией из фрагментов древних локальных верований и обрядов с целью "возрождения национальной духовности".²²⁴ Российские неоязычники не только озабочены сохранением природной среды, их второй задачей является сохранение "традиционной культурной среды", которой угрожает глобализация, и поэтому они часто "тесно связано с всплеском этнического национализма."²²⁵ Однако, в отличие от других направлений русского национализма, они не рассматривают русское православие как основную национальную ценность.²²⁶ Это происходит потому, что националисты-неоязычники рассматривают христианство как "представляется ими чужеродной идеологией, занесенной извне и не соответствующей «русскому духу»."²²⁷ При таком антисемитском взгляде они считают, что самыми славными днями России были дохристианские, когда русские были "нетронуты" чужеродной иудейской религией.²²⁸

²²¹ Mitrofanova, A. 2016. С. 123.

²²² Mitrofanova, A. 2016. С. 123.

²²³ Шнирельман В. А. Неоязычество и национализм (восточноевропейский ареал). 1998. С. 1–25.

²²⁴ Шнирельман В. А. 1998. С. 3.

²²⁵ Шнирельман В. А. 1998. С. 3.

²²⁶ Шнирельман В. А. 1998. С. 3.

²²⁷ Шнирельман В. А. 1998. С. 4.

²²⁸ Шнирельман В. А. 1998. С. 4.

Однако это прославление связано с эпохой "русской предыстории", предшествующей эпохе письменной истории.²²⁹ В.А. Шнирельман говорит, что, начиная с 1970-х - 1980-х годов, неоязычество в России стало возникать как часть движения "постатеистических" сект по всей стране.²³⁰ Многие группы рассматривают язычество скорее как мировоззрение, чем религию, а некоторые видят в нем возрождение "научных ведических знаний, которые имелись у древнейших славянских предков, но затем были почти полностью уничтожены христианами."²³¹ В.А. Шнирельман приводит пример неоязыческой группы с расистскими, неонацистскими взглядами: Федор Разоренов, руководитель московского ведического центра "Коловрат" заявил, что мир разделен на "расовые центры", которые якобы по очереди вели мир к прогрессу, а в новую эпоху мир поведут «славяноросы», «славные потомки ариев, происходящие якобы с Русского Севера».²³² В.А. Шнирельман говорит, что он обеспокоен тем, что такого рода мысли разрушат славянскую традицию.²³³

При понимании того, что неоязычество имеет мало исторического обоснования и ассоциируется с определенными праворадикальными группами, становится понятно, почему производитель одной марки, Н.С. Носова, заявила, что она избегает использования языческих символов в своей одежде. Она объяснила: "псевдоязыческие и неоязыческие течения только подрывают культурный авторитет и создают некое мифическое прошлое, имеющее мало общего с историей".²³⁴

²²⁹ Шнирельман В. А. 1998. С. 4.

²³⁰ Шнирельман В. А. 1998. С. 5.

²³¹ Шнирельман В. А. 1998. С. 6.

²³² Шнирельман В. А. 1998. С. 8.

²³³ Шнирельман В. А. 1998. С. 8.

²³⁴ "Я противник популяризации язычества и всех его символов, потому что в стране, где уровень знания традиционной культуры и корней и так не сильно высок, псевдоязыческие и неоязыческие течения только подрывают культурный авторитет и создают некое мифическое прошлое, имеющее мало общего с историей. Поэтому в своей одежде я не использую никаких символов. Я работаю только с формой традиционной рубахи и современными цветовыми сочетаниями." Носова, Н.С. Письменный ответ на анкету в "Google Forms". 08.11.2022.

Шотландский зоолог и член Общества древностей Шотландии А. Фицпатрик написал статью под названием "Псевдоархеология и неоязычество: непростая ситуация", где рассматривается связь между псевдоархеологией и неопаганизмом. Фицпатрик указывает на то, что неоязыческие движения иногда стремятся придать своим практикам максимальную древность: "Существует акцент на родословной – прослеживание корней шабаша в древние времена повышает престиж и легитимность", – пишет он.²³⁵

Некоторые неоязыческие группы также являются частью движений за расовое превосходство или альт-правых, которые исключают из своих рядов представителей других рас. Например, неоязыческие группы, основанные на норвежском языке, исключают нескандинавов.²³⁶ Хотя Фицпатрик осуждает псевдоархеологию за ее потенциал дезинформации, он также выражает сочувствие к тому, что практикующие эту новую религию иногда должны искать способы "легитимизации" своих неоязыческих верований, которые по-прежнему редко встречаются в массах:

"Хотя многие неоязычники и ведьмы все еще поддерживают свои древние родословные, несмотря на доказательства обратного, растет число современных практиков, которые вместо этого принимают тот факт, что хотя их верования и практики, безусловно, вдохновлены элементами из прошлого, им не обязательно иметь древнюю родословную, чтобы быть "легитимными". От себя лично я согласен с этим мнением - я думаю, что современные практики ищут легитимности, даже через псевдоархеологические исследования, поскольку их верования и практики часто высмеиваются другими, и я определенно могу сочувствовать этому чувству."²³⁷

²³⁵ Fitzpatrick, A. Pseudoarchaeology and Neo-paganism: A Tricky Situation. 2018.

²³⁶ Fitzpatrick, A. Pseudoarchaeology and Neo-paganism: A Tricky Situation. 2018.

²³⁷ Fitzpatrick, A. Pseudoarchaeology and Neo-paganism: A Tricky Situation. 2018.

Таким образом, многие производители адаптированной одежды продолжают исповедовать неоязычество, несмотря на историческую поддержку. И. Гиря, владелец «Братья Славяне», дал несколько дополнительных комментариев о славянском язычестве в интервью после опроса: "практически все орнаменты корнями уходят в языческое время", – сказал он, и отметил, что заметил постоянный рост славянского язычества. "Наблюдаю его с 90-х годов, интерес только растет. Общины стали появляться в других славянских странах – Польша, Словакия, Сербия."²³⁸

А.А. Львович, владелец бренда «Кудесы», выпускающего ювелирные изделия в древнерусском стиле, сказал, что в современном мире “языческие символы сегодня могут нести только историческое и культурологическое значение”:²³⁹

"Дохристианское язычество, каким оно было тысячи лет назад, не может вернуться. В то время сама форма мышления человека, способ его познания, взаимодействие человека и мира были языческими. Современный человек имеет в своей голове научную картину мира благодаря образу мышления, воспитанию и образованию."²⁴⁰

Однако, вместо того чтобы использовать языческие символы так же, как они использовались в истории – или если у них вообще была история – в глобализованном мире языческие символы могут помочь людям установить более уникальную культурную самоидентификацию.

“В процессах глобализации большинство людей склонны спастись в поисках своей уникальности и как следствие национальной идентичности. Поэтому древние традиции русского народа будут популяризироваться и находить своих почитателей. Но это будет

²³⁸ Гиря, И. Письменное интервью посредством мессенджера “ВКонтакте”. 13.03.2022.

²³⁹ Львович, А.А. Письменное интервью по электронной почте. 21.03.2023.

²⁴⁰ Львович, А.А. Письменное интервью по электронной почте. 21.03.2023.

внешняя атрибутика, а не языческое поклонение как было в древности,²⁴¹ - сказал А.А. Львович.

Для языческого мастера «Алатырь Руны» А. Ревит сказал, что в нынешнем мире "язычество это мировоззрение, а не слепое поклонение каким то сказочным «бородатым мужикам»", а вместо этого – мировоззрение, которое включает в себя почитание предков, отношения с богами, ритуалы, такие как сезонные праздники, и уважение к искусству.²⁴²

Г. Манаев в своем предыдущем комментарии о том, что славянское язычество более сопоставимо с верованиями Нового времени, такими как Викка, также должен кратко коснуться этого вопроса. Если славянское язычество закрепилось в России, то как насчет импортного язычества и других верований Нового времени? Как упоминалось в главе 1.1, Рок (2001) предположил, что двоеверие прошлого России объясняет относительный успех движения Нью Эйдж в наши дни, сосуществующего либо с секуляризмом, либо с православием. И движение Нью Эйдж, и неоязычество, как историческая двоеверия, включали элементы "экстрасенсорного восприятия, гипноза и других явлений, уходящих корнями в глубь веков: новое проявление, в некотором роде, двоеверие".²⁴³

В своей статье о неславянском язычестве в России, Д. Галцин проводит различие между эклектическим язычеством, которое свободно адаптирует религиозный материал разных культур (Викка относится к этой категории), и реконструкционистским язычеством, которое пытается возродить местные дохристианские верования (славянское язычество относится к этой категории).²⁴⁴ Согласно опросу, проведенному в 2014 году ВКонтакте Международной федерацией язычников в России, в котором язычников спрашивали об их типе языческой веры, около 31% были славянскими

²⁴¹ Львович, А.А. Письменное интервью по электронной почте. 21.03.2023.

²⁴² Ревит, А. Письменное интервью посредством мессенджера "Телеграмм". 20.03.2022.

²⁴³ Rock, S. What's in a word?: A historical study of the concept dvoeverie. С. 20.

²⁴⁴ Галцин, Д. Non-Slavic Paganism in Russia: Russian Wicca and Asatru. 2020.

язычниками, 26% не смогли себя идентифицировать, и почти 19% были викканами.²⁴⁵ Начиная с 1990-х годов, в России начали издаваться викканские книги, что привело к появлению одиночных или неформальных групп практикующих: "Викка, импортированная в Россию, была "эkleктической" Виккой - то есть, очень свободным комплексом ритуалов, верований и этики, уходящим корнями в британскую и американскую языческую Викку/колдовство середины 20-го века".²⁴⁶ Викка стала популярной среди молодой, пользующейся Интернетом аудитории в 2000-х годах, когда стало появляться все больше метафизических магазинов. С 2010-х годов по настоящее время на русском языке продолжает выходить все больше викканских книг. В настоящее время Викканский Альянс объединяет российских виккан из таких крупных городов, как Москва, Санкт-Петербург, Калининград и так далее.²⁴⁷

Исследуя русские языческие пространства в Санкт-Петербурге и в Интернете, я, автор этой работы, заметила разницу в демографической структуре между славянскими неоязычниками и русскими викканами. Первые, как правило, относятся к более старшей возрастной категории, например, не моложе 40 лет, в то время как русские, практикующие Викку или неспецифические, эклектичные языческие верования, как правило, моложе. Одним из авторов, относящихся к этой второй группе, является А. Саргсян, популярный российский языческий автор, опубликовавший несколько книг о викканизме в России, таких как "Викка: Книга Теней" и "Викканский Оракул Теней. Заклинание Луны, ритуалы Солнца", книга, к которой прилагается колода карт оракула для использования в викканских ритуалах и которая пропагандирует веру в магию природного мира в России.²⁴⁸

²⁴⁵ Галцин, Д. Non-Slavic Paganism in Russia: Russian Wicca and Asatru. 2020.

²⁴⁶ Галцин, Д. Non-Slavic Paganism in Russia: Russian Wicca and Asatru. 2020.

²⁴⁷ Галцин, Д. Non-Slavic Paganism in Russia: Russian Wicca and Asatru. 2020.

²⁴⁸ Саргсян, А. 2022. С. 11–12.

“Когда-то давно мы верили в магию, древних обитателей холмов и туманов, диких безымянных богов. Мы видели фей, следы троллей и волшебные огни, мы слышали шепот домового, крик банши и песнь русалок. ... А если я вам скажу, что вы (так же, как и я) верите, что все это существует и что еще бьется сердце Матери-Природы? И что она зовет своих детей в забытые круги, самыми разными способами показывая дорогу тем, кто ее ищет?”²⁴⁹ Оракул это тоже некая карта в мир викканской ведьмы, шаманское путешествие в другие миры или те, что рядом, но незримые. Это воззвание жрицы к своим богам и прикосновение к миру фейри.”²⁵⁰

Популярные создатели языческого или вообще "магического" контента в социальных сетях также имеют преданных последователей, которые потребляют их посты о магической жизни как маг или ведьма. Л. Павлова, ведьма из Москвы, которая ведет англоязычный блог в Instagram по адресу @lidapavlova_magic с примерно 53,000 подписчиков на момент написания статьи, является популярным создателем магического контента во всем мире. Она предоставляет англоязычные материалы, такие как медитации на основе Таро, как отмечать языческие праздники и полнолуния, информацию о русских языческих практиках и так далее.²⁵¹

Подводя итог, несмотря на отсутствие исторической основы, неоязычество в России, похоже, растет, будь то славянское язычество или импортированные эклектичные языческие разновидности.

Влияние Советского Союза на восприятие традиционной культуры. Отвечая на вопросы о восприятии традиционной культуры, многие производители обвинили Советский Союз в создании того, что О.В.

²⁴⁹ Саргсян, А. 2022. С. 11,

²⁵⁰ Саргсян, А. 2022. С. 12.

²⁵¹ Павлова, Л. Instagram. 2023.

Венцислицкая (владелица «Wild Garden») назвала "уровень этнической идентичности у современных россиян очень низкий."²⁵²

“Советский период истории руководство страны старалась сделать «нового человека», сейчас мы пожинаем плоды этого периода своей истории,²⁵³ - сказал в интервью А.В. Сериков, владелец «Братья Славяне». А. Ревит из «Алатырь руны» сказал, что древняя русская культура была стерта еще до коммунистических времен, например, во время реформ Петра Великого по вестернизации, и усилилась в советское время: “Печальна и трагична судьба Хранителей, мудрецов, ученых, выступающих за Великую историю и традиции.”²⁵⁴

К.В. Старыгина дала один из самых прямых ответов на этот вопрос: "На мой взгляд во времена СССР традиционную одежду вытравливали из людей, так же как и православную религию," она сказала. “Существовала только партия, и как она сказала, так и будет, и что она сказала отшивать и носить, то и носили.”²⁵⁵ Несмотря на создание уникальной советской моды, “СССР поставил одну из жирных точек на традиционной одежде, и даже на ее элементах.”²⁵⁶ Сегодня среди ее покупателей пожилые люди, выросшие в советское время, чаще всего реагируют на ее одежду вяло или пренебрежительно. "Пожилые люди в 80% процентах не понимают куда носить такую одежду", - говорит она. ““Ну если только на костюмированный праздник”; ‘Старье’, ‘Куда это вообще можно носить,’ это обобщенные варианты ответов пожилого населения на мои изделия.”²⁵⁷

Отчасти это отсутствие уважения к традиционной культуре может быть связано с тем, что советское государство не поощряло некоторые аспекты традиционной и религиозной культуры. Согласно П.И. Кутенкову и А.Г.

²⁵² Венцислицкая, О.В. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 08.11.2022.

²⁵³ Сериков, А.В. Письменное интервью посредством мессенджера “ВКонтакте”. 04.03.2023.

²⁵⁴ Ревит, А. Письменное интервью посредством мессенджера “Телеграмм”. 20.03.2022.

²⁵⁵ Старыгина, К.В. Письменное интервью посредством мессенджера “ВКонтакте”. 13.03.2022.

²⁵⁶ Старыгина, К.В. Письменное интервью посредством мессенджера “ВКонтакте”. 13.03.2022.

²⁵⁷ Старыгина, К.В. Письменное интервью посредством мессенджера “ВКонтакте”. 13.03.2022.

Резункову в книге "Ярга-крест и свастика: народная исконь в науке", одним из важных аспектов традиционной культуры было использование древних славянских символов, таких как ярга, древний вид свастики. В 1922 году в официальном правительственном газете «Известия» было опубликовано объявление, предостерегающее людей и художников от использования знака свастики из-за его связи с "глубоко контр-революционной немецкой организации ОРГЕШ".²⁵⁸ До этого эффективного запрета ярга использовалась в революционных знаках вместо христианского креста для представления русской культурной идентичности: "Шествия в честь октябрьских событий расцветивали не только красные знамёна. Над колоннами идущих гордо реяли образы древнего знаменья добра и жизни – ярги-креста."²⁵⁹ Символ стал использоваться все реже, и к 1930-м годам использование таких слов, как "«русская история», «краеведение», «русская народная культура»" в опубликованных книгах и статьях считалось контрреволюционным, а ученых наказывали.²⁶⁰ К 1950-м годам это пренебрежение к символам распространилось и на традиционную одежду. Хотя для обычных граждан не существовало запретов на их ношение, государственным специалистам было запрещено их носить, и в целом они воспринимались негативно.²⁶¹ В некоторых исторических примерах описывается, как коммунистические власти требовали уничтожить традиционную одежду, украшенную свастиками (яргами): "Содрав со всех баб одежды с яргами, они облили ворох одежды керосином и сожгли".²⁶² Государственные служащие, посещавшие сельские дома, иногда возмущались при виде ярги, подозревая местных жителей в сотрудничестве с немецкими шпионами.²⁶³ Даже фабрика,

²⁵⁸ Кутенков П. И., Резунков А. Г. 2014. С. 50.

²⁵⁹ Кутенков П. И., Резунков А. Г. 2014. С. 51.

²⁶⁰ Кутенков П. И., Резунков А. Г. 2014. С. 52.

²⁶¹ Кутенков П. И., Резунков А. Г. 2014. С. 52.

²⁶² Кутенков П. И., Резунков А. Г. 2014. С. 53.

²⁶³ Кутенков П. И., Резунков А. Г. 2014. С. 53–4.

производившая маслобойки, подверглась расследованию, так как лопасти их машин напоминали форму «фашистской свастики».²⁶⁴

Великая Отечественная война усилила борьбу против ярга-свастики: вышивки с этим символом были уничтожены в музеях, а коренному народу Севера – лопарям – запретили вышивать этот символ.²⁶⁵ В прошлом древний символ добра, теперь он воспринимался как “знаком врага, представлялась знаком изуверства и нечеловечности”.²⁶⁶ Даже после войны такое мышление прочно укоренилось: в книге приводится пример директора музея в Демидовском районе в 1980-х годах, который вырезал эти символы из ткани для экспозиции: “Пример показывает, сколь сильна была большевистская «противояргическая прививка» у старшего поколения спустя 60 лет после запрета креста с загнутыми концами.”²⁶⁷ Даже научные исследования о древних индоевропейских узорах должны были быть очищены от любых банок и свастик.²⁶⁸ П.И. Кутенков и А.Г. Резунков приходят к выводу, что крест-ярга имеет огромное культурное значение как древний индоевропейский знак и в русской истории, но его кооптирование нацистской Германией опорочило его значение, а его фактический запрет в Советском Союзе подавил его культурное наследие.²⁶⁹ “Временный запрет на изучение яргических знаков и яргических образований отрицательно сказался на качестве научных исследований культуры русского народа, его творческих достижений.”²⁷⁰

“Запрет” на традиционные символы, такие как ярга, в советское время, возможно, способствовал уменьшению оценки традиционной культуры среди населения. Это отдаление от до-советской традиционной культуры можно

²⁶⁴ Кутенков П. И., Резунков А. Г. 2014. С. 55.

²⁶⁵ Кутенков П. И., Резунков А. Г. 2014. С. 55.

²⁶⁶ Кутенков П. И., Резунков А. Г. 2014. С. 55.

²⁶⁷ Кутенков П. И., Резунков А. Г. 2014. С. 56.

²⁶⁸ Кутенков П. И., Резунков А. Г. 2014. С. 60–61.

²⁶⁹ Кутенков П. И., Резунков А. Г. 2014. С. 155.

²⁷⁰ Кутенков П. И., Резунков А. Г. 2014. С. 155.

также частично объяснить пропагандой концепции "нового советского человека", целью которой было изменить ценности и идентичность народа.

Центральное место в советской идеологии занимал тот факт, что «новый советский человек» должен был отстаивать коллективные интересы государства и социалистические ценности, а не досоветские ценности. В своей работе "Концепция нового советского человека" и ее краткая история" М. Соболева делит развитие нового советского человека на три этапа. С 1900-х по 1930-е годы этот Новый Человек формировался на основе идей о пролетарской культуре, которая требовала "товарищеского сотрудничества"²⁷¹ и научной рациональности во всех сферах жизни, таких как целесообразность²⁷² и эффективность. Этот социально сконструированный «Новый Советский Человек» должен был стать основой для модернизированного социалистического общества.²⁷³ С 1930-х по 1950-е годы получила дальнейшее развитие концепция пролетарского утилитаризма, где "поведение индивида является правильным, если оно максимизирует общее благосостояние"²⁷⁴ и "индивид как средство для достижения государственных и партийных целей".²⁷⁵ Политические организации, такие как Юные Пионеры и Комсомол, защищали героев, которые подражали этим идеалам,²⁷⁶ и предоставляли людям возможность присоединиться к ним и коллективно помочь построить коммунистическое общество, основанное на социалистической этике.²⁷⁷ Начиная с 1960-х годов и до распада Советского Союза, личность этого "строителя коммунизма"²⁷⁸ и реальные условия его жизни уже нельзя было игнорировать. "Термин "советский" приобретал все более уничижительное и ироничное значение в связи с растущим осознанием

²⁷¹ Soboleva, M. 2017. С. 68.

²⁷² Soboleva, M. 2017. С. 69.

²⁷³ Soboleva, M. 2017. С. 70.

²⁷⁴ Soboleva, M. 2017. С. 75.

²⁷⁵ Soboleva, M. 2017. С. 75.

²⁷⁶ Soboleva, M. 2017. С. 76.

²⁷⁷ Soboleva, M. 2017. С. 79.

²⁷⁸ Soboleva, M. 2017. С. 83.

несоответствия между средствами и целями государства и противоречий между существующими условиями жизни и официальной идеологией",²⁷⁹ - пишет М. Соболева.

На мой взгляд, в это время пришло разочарование в идеале нового советского человека. Проходили десятилетия, фасад Советского Союза разрушался, цель достижения коммунизма становилась все дальше и дальше, а форма людей оставалась неизменной, утилитарной и милитаристской. Это способствовало созданию обстановки, в которой Н.С. Макарова в 1957 году в своей статье «Народные традиции в современной одежде» в журнале «Декоративное искусство СССР» предложила ввести некоторые народные элементы в современную одежду. Позже, в 1975 году М.Н. Мерцалова опубликовала свое первое издание «Поэзия народного костюма». Обе эти работы, на которые ссылается глава 1, демонстрируют этнографический интерес к традиционной одежде в эти десятилетия, хотя этот интерес относился больше к тем, кто работал в этой области, чем к простым советским гражданам.

А.А. Бобрихин и С.И. Егорова в книге «Одежда и мода как средство формирования советской идентичности» писали о связи между советской идеологией и одеждой: "Построение новой, советской идентичности потребовало и нового визуального образа советского человека, целенаправленного конструирования его культурного (и, впоследствии, физического) тела."²⁸⁰ "Романтизация производства, индустрии, отказ от старых художественных практик"²⁸¹ означали, что самым важным было создание одежды для «строителя коммунизма», чьи тела были "спортивные, здоровые, мускулистые."²⁸² Советское общество отказалось от "устаревших и буржуазных образов" в пользу простой одежды. "Идеологически признанная

²⁷⁹ Soboleva, M. 2017. С. 84.

²⁸⁰ Бобрихин А. А., Егорова С. И. 2015. С. 22.

²⁸¹ Бобрихин А. А., Егорова С. И. 2015. С. 22.

²⁸² Бобрихин А. А., Егорова С. И. 2015. С. 23.

«мода» появляется как антипод существующих прежде стилей – от крестьянской до буржуазной одежды.²⁸³ Таким образом, униформа и футболки заменили дореволюционную одежду. Униформа была особенно важна для советского образа мышления: «Установка «я – один из» была важной для идентичности советского человека, которому предписывалось жертвовать личным во имя общественного.»²⁸⁴ Униформа указывала на социальную принадлежность к группе, а части униформы, такие как ««кожанка», некогда часть униформы летчиков и шоферов, она олицетворяла собой социальные приоритеты периода военного коммунизма, идеи «борьбы» и «равенства», принадлежность «пролетарской культуре».²⁸⁵ Например, комсомольская форма, введенная в 1928 году, состоявшая из «гимнастерка, брюки полугалифе, портупей», имела «военизированный внешний вид» чтобы привить членам комсомола качества военных.²⁸⁶ В 1930-х годах советская номенклатура приняла военные элементы в своей одежде, такие как френч, фуражка, сапоги, что было предложено самим Иосифом Сталиным.²⁸⁷ Школьная форма мальчиков также была аналогично милитаризована.²⁸⁸ Таким образом, в советском обществе «костюм становится не средством индивидуального выражения, не результатом каждодневного свободного выбора, а инструментом преобразования личности через преобразование её социального тела.»²⁸⁹ "Костюм становился частью образа «советского человека»".²⁹⁰

Советская культура подчеркивала важность современной, небуржуазной культуры, а также эффективности, научной рациональности и коллективизма. Поэтому образ традиционного платья или косоворотка,

²⁸³ Бобрихин А. А., Егорова С. И. 2015. С. 23.

²⁸⁴ Бобрихин А. А., Егорова С. И. 2015. С. 24.

²⁸⁵ Бобрихин А. А., Егорова С. И. 2015. С. 24.

²⁸⁶ Бобрихин А. А., Егорова С. И. 2015. С. 24.

²⁸⁷ Бобрихин А. А., Егорова С. И. 2015. С. 24.

²⁸⁸ Бобрихин А. А., Егорова С. И. 2015. С. 25.

²⁸⁹ Бобрихин А. А., Егорова С. И. 2015. С. 25.

²⁹⁰ Бобрихин А. А., Егорова С. И. 2015. С. 25.

кропотливо сшитая и расшитая древними языческими верованиями или элементами православия, естественно, чужды этому образу мышления. Не является социальной загадкой, почему поколения, выросшие на гордости за милитаризованную униформу, не чувствуют связи с интернационализированным косоворотка.

Подъем патриотизма, национализма и православия против глобализма. Идея патриотизма и русского национализма возникала несколько раз в ходе данного исследования. В четвертом вопросе опроса, задаваемого производителям, ставился вопрос о мотивах, побудивших их основать свои бренды. Более трети ответили, что национальная гордость за русскую или славянскую культуру была их стимулом для создания бренда. На вопрос о том, как русские выражают свою этническую идентичность, владелица «Deelwear» ответила, что, по ее мнению, русские проявляют свою этническую идентичность тремя способами: выражая свою любовь к ней, будучи социально неуместными, и уходя в национализм. "Это очень страшно", - сказала она.²⁹¹ Наиболее ясные ответы на эту тему были получены от миссионерского бренда «Христиания», которые заявили, что они видят одежду "как способ возврата к русским и православным истокам" из-за вытеснения "традиционных ценностей посредством европейской и американской культуры в молодежной русской среде."²⁹²

Возрождение традиционной одежды может быть связано с выражением этнической идентичности и национализма. Как уже упоминалось в разделе главы 3 о неоязычестве, некоторые правые неоязыческие группы используют славянские символы в качестве проявления национализма и утверждения славянского этнического превосходства. Однако важно отметить, что возрождение традиционных нарядов не связано исключительно с правыми идеологиями.

²⁹¹ Мария (основатель бренд Deelwear). Письменный ответ на анкету в "Google Forms". 30.10.2022.

²⁹² Основатель/работник бренд Христиания. Письменный ответ на анкету в "Google Forms". 11.11.2022.

На самом деле, во всем мире возрождение незападной традиционной одежды в повседневной жизни можно рассматривать как ответ на влияние современной глобализации. Эту точку зрения поддерживает М. Chew в статье 2007 года, которая специально исследует возрождение ципао.²⁹³ Чу проанализировал, что популярное возрождение ципао, которое является предметом адаптированной традиционной одежды, происходило тремя путями. Первым был государственный и политический национализм, когда его носили политики и бюрократы, которые хотели показать связь с КНР.²⁹⁴ Второй – через культурное производство: когда международная модная элита начала воссоздавать ципао, а международные знаменитости носили его, "узаконивая" ципао в глазах граждан материкового Китая.²⁹⁵ Наконец, будучи предметом моды, ципао помогало людям приблизиться к своим культурным корням: "Покупка и ношение ципао является одним из менее скучных компонентов в процессе поиска этнических и культурных корней – можно делать покупки, выглядеть стильно и одновременно поддерживать свои этнические традиции".²⁹⁶ Хотя традиционная русская одежда, такая как сарафан или косоворотка, еще не получила такого широкого распространения, как ципао - например, хотя некоторые международные и местные модные бренды начали включать мотивы традиционной русской одежды, политики обычно не носят русские наряды в качестве политического заявления, как и международные знаменитости. Однако, как показывают результаты опроса, проведенного в Главе 2, покупатели брендов, в которых представлена адаптированная традиционная одежда, начинают воссоединяться со своими культурными корнями, нося эту одежду.

Все больше людей по всему миру начинают приобщаться к своему культурному наследию через адаптированную традиционную одежду,

²⁹³ Chew, M. 2007. P. 145.

²⁹⁴ Chew, M. 2007. P. 147–150.

²⁹⁵ Chew, M. 2007. P. 150.

²⁹⁶ Chew, M. 2007. P. 156.

поэтому очень важно понять связь между патриотизмом и традиционной одеждой в России. В своей статье "Визуальный язык неонационализма: Патриотическая мода в Восточно-Центральной Европе и Центральной Азии" Анна Новиков рассматривает степень возрождения патриотической одежды в постсоветских странах. В последнее десятилетие патриотические наряды можно увидеть в странах Центральной Восточной Европы, таких как Венгрия, Польша, Украина и Россия, в которых присутствуют "элементы нео-фолка, традиционная вышивка, фестивали и воспроизведение исторических сцен, религиозные символы, фотографии политиков... российские девушки носят блузки с портретами Путина".²⁹⁷

Новиков прослеживает эту связь между одеждой и "сегодняшней патриотической или "неонационалистической" самовизуализацией" до выражений панславизма в традиционной одежде в 19 веке.²⁹⁸ Она утверждает, что неонационализм и патриотическая одежда в постсоветских странах развивались после распада Советского Союза как "эмоциональная" попытка принадлежать к определенным этническим группам, часто с использованием "древнего" фольклора и визуальных образов.²⁹⁹ Патриотическая одежда может вызывать в памяти "псевдосредневековые фантастические фильмы", такие как "Властелин колец" или "Хоббит", что соответствует возрождению псевдосредневековых народных традиций. Это явление позволяет людям демонстрировать свою неопатриотическую идентичность через одежду, иногда с патриотической целью.³⁰⁰ (Эти теории согласуются с предыдущим разделом о стремлении русского неоязычества к связи с часто воображаемым прошлым).

Этот поиск этнической самоидентификации может быть признаком того, что российское общество движется не к глобализации, а к

²⁹⁷ Novikov, A. 2017.

²⁹⁸ Novikov, A. 2017.

²⁹⁹ Novikov, A. 2017.

³⁰⁰ Novikov, A. 2017.

постглобализации. Современная глобализация, которая начала формироваться в 1970-х годах, представляла собой процесс международной интеграции в результате обмена мировоззрениями.³⁰¹ Однако в настоящее время постглобализация делает акцент не столько на наличии "глобальной" точки зрения, сколько на национальном или местном уважении к истории и специфике.³⁰² В эпоху постглобализации страны и общества пересматривают социальные убеждения, которые стали доминирующими во время глобализации благодаря средствам массовой информации³⁰³ (очевидным примером могут служить голливудские фильмы). Вместо этого в эпоху постглобализации защита и развитие "национальной культуры" становятся национальными приоритетами.³⁰⁴

Русская православная церковь также внесла свой вклад в формирование национальной идентичности, противостоящей западной культуре и глобальному влиянию в эпоху постглобализации. Конечно, это отдельная тема, о которой можно писать долго. Однако важно кратко отметить, что Русская Православная Церковь в последние годы все чаще апеллирует к традиционным ценностям: "В своих заявлениях и проповедях церковные иерархи не просто ссылаются на традиционные ценности, но и противопоставляют их ценностям либеральным, постулируют их обязательность и безальтернативность для православной идентичности", написал Д.В. Журавлев.³⁰⁵ Он также указывает на то, что в речи 2017 года в Совете Федерации, Митрополит Иларион осудил идеологию "нравственной вседозволенности, которая активно проникает к нам с Запада," и отметил, что существует "глубокая нравственная болезнь западного общества."³⁰⁶

³⁰¹ Bagrova, E. V. and Kruchinin, S. V. Characteristics of Post-Globalization // International Transaction Journal of Engineering, Management, & Applied Sciences & Technologies. Vol. 14.01.2020. P. 2.

³⁰² Bagrova, E. V. and Kruchinin, S. V. 2020. P. 3.

³⁰³ Bagrova, E. V. and Kruchinin, S. V. 2020. P. 5.

³⁰⁴ Bagrova, E. V. and Kruchinin, S. V. 2020. P. 8.

³⁰⁵ Журавлев, Д.В. Православная идентичность как традиционализм: конструирование политических смыслов в актуальном публичном дискурсе РПЦ // Политика. 2017. С. 82.

³⁰⁶ Журавлев, Д.В. 2017. №4 (87). С. 89.

Примером патриотической русской адаптированной одежды являются кокошники от бренда «Патриотка», который не участвовал в данном исследовании, но который автор встретил на рынке ручной работы 19 марта 2023 года. Среди однотонных кокошников были также кокошники с патриотическими узорами, что соответствует их названию. Например, был черный кокошник со словом «Любовь», написанным в цветах российского флага. На одном был космический рисунок с планетами цвета российского флага и надписью «без границ». На другом было анатомическое сердце с надписью «горячая русская кровь». Но самым интересным был кокошник с головой белого шланга с огненно-красной гривой, символом из русского фольклора, со словами «Вперёд бабоньки». Эту фразу можно интерпретировать как призыв к женщинам старшего возраста проявлять упорство и придерживаться традиционных и патриотических ценностей. Фотографии этих кокошников, сделанные автором, см. на Иллюстрации 7.

Процесс восстановления национальной "русской идентичности" в постсоветскую, постглобализационную эпоху все еще продолжается. Адаптированная традиционная одежда - лишь способ выражения этой идентичности.

Заключение

Целью данного исследования было изучение брендов, производящих адаптированную традиционную одежду, для того чтобы выяснить, что производство и потребление их продукции могут рассказать о самоидентификации россиян и текущих культурных тенденциях. Методика исследования включала обращение к владельцам брендов с просьбой заполнить анкету, позволяющую изучить их мотивы, технологии и специфику производства. Для создания контекста исследования автором был дан обзор основных предметов традиционной одежды, а также рассмотрена связь между одеждой и этнической идентичностью. Результаты анкетирования были количественно проанализированы и представлены в виде круговых диаграмм. Исходя из этих данных, были выявлены ключевые культурные тренды, актуальные для современной России.

В исследовании были приняты во внимание следующие предметы традиционной одежды: понева, рубашка, косоворотка, оберег, сарафан и головные уборы. Именно эти предметы наиболее часто подвергаются адаптации современными брендами. Ряд экспертов в области моды, начиная с советских времен и до наших дней, провели исследования практик модернизации традиционной одежды в России. Современный костюм может быть усовершенствован путем внедрения традиционных элементов, что позволяет "этнодизайну" углубить связь между людьми и их культурными "корнями". Некоторые особенности традиционной русской одежды и украшений делают их подходящими для модернизации. Например, свободный крой и широкие рукава могут быть использованы для создания "оверсайз" образа, вышивка может быть применена к различным предметам одежды, а защитные амулеты с элементами двоеверия могут выполнять функции повседневной бижутерии.

К. А. Гаврилова в своем исследовании³⁰⁷ показала, что традиционная одежда часто выступает инструментом выражения этнической идентичности через акт этнического активизма. Этнический активизм подразумевает выражение или даже популяризацию своей традиционной культуры без институциональной поддержки. Результаты указанного исследования были использованы для создания анкеты, отправленной производителям адаптированной традиционной одежды. После обнаружения многочисленных брендов адаптированной традиционной одежды в магазинах Санкт-Петербурга и интернете им была отправлена анкета в виде ссылки на Google Forms. Google Forms позволил автору эффективно опросить 26 брендов из 71, с которыми был установлен контакт.

Анкета включала в себя 13 вопросов, составленных таким образом, чтобы стимулировать к размышлениям и выявить темы, которые могли бы отражать состояние российской самоидентификации и культурные тенденции. Исходя из ответов респондентов, автору удалось классифицировать бренды на три категории по их подходу к адаптации традиционной одежды: модернизация традиционной одежды и аксессуаров, добавление традиционных элементов в современную одежду и инновационный дизайн, вдохновленный традиционными или культурными элементами. Существование первых двух категорий предполагалось еще до анализа результатов анкетирования, однако третья была выявлена только в ходе изучения данных опроса.

Ответы на вопросы анкеты показали, что основными мотивами для создания своего бренда были гордость за русскую/славянскую культуру и вера в то, что традиционная одежда может быть адаптирована к современной жизни. Большинство производителей рассматривали свой малый бизнес как акт этнического активизма. Традиционные элементы, которые были

³⁰⁷ Гаврилова, К. А. Этнический активизм и локальные стратегии производства этнической культуры в марийских деревнях Кировской области автореферат дис. 2016. С. 4-40, 5-41, 139-190.

адаптированы в адаптированную традиционную одежду, включали в себя все народные промыслы, этнографически фиксируемые и реконструируемые элементы языческой славянской/североевропейской культуры, православие и результаты археологических раскопок.

Некоторые производители жаловались на то, что большинство россиян не ценят традиционную культуру или одежду, обвиняли в этом политику советского времени (особенно среди представителей старшего поколения). Однако дело не в том, что существует общий разрыв между поколениями. Скорее, несмотря на интерес определенных нишевых групп к этнической идентичности и одежде (чаще всего это молодые люди), лишь немногие россияне в целом стремятся выразить свою этническую идентичность через внешний вид.

Так как неадаптированная традиционная одежда считается несовместимой с современной жизнью (например, никто не будет носить сарафан и лапти в метро), создатели брендов пытаются адаптировать элементы традиционного костюма к повседневной жизни в современной России. Их изделия в целом вызывают положительную реакцию у покупателей.

Три ключевые культурные тенденции, выявленные из ответов на анкету, были подробно проанализированы в третьей главе с опорой на интервью с создателями брендов, которые предоставили ответы на дополнительные вопросы. В данном разделе обсуждаются выводы, которые можно сделать о самоидентификации россиян на основе данных анкеты и исследований, проведенных в предыдущих главах. Учитывая, что многие бренды интегрируют славянские или языческие элементы в свою одежду, в части главы рассмотрено неоязычество в России. Несмотря на то, что славянское неоязычество как движение не имеет подтвержденного исторического основания, в России нельзя отрицать широкий общественный интерес к

язычеству и викканству. В рамках данного исследования однако, мы не можем точно определить, является ли это проявлением искреннего принятия нового "религиозного течения" среди большинства россиян или просто отражением общего интереса. Тем не менее, учитывая долгую историю двоеверия в России, сосуществование современных мистических верований с атеизмом или православием не вызывает удивления.

В связи с многочисленными комментариями в анкете о влиянии Советского Союза на восприятие традиционной культуры и одежды, особенно среди тех, кто вырос в советское время, этот социальный феномен также был исследован. Этот недостаток осознания традиций можно частично объяснить политикой Советского Союза по созданию и "одеванию" «нового советского человека». Вместо тщательно расшитых рубашек, наполненных мистическими смыслами, стандартом становилась функциональная и милитаристская униформа.

В заключение, была изучена националистическая специфика моды на "традиционное". Результаты исследования могут свидетельствовать о возникновении в России фазы постглобализации, когда местная и национальная культура становятся более важными для россиян в поиске самоидентификации, чем следование международным тенденциям. Иногда это проявляется в чувстве необходимости "защиты" русской культуры или православия от культурных веяний "Запада".

Стоит отметить, что данная третья глава представляет собой лишь отправную точку для будущих исследований тех, кто желает продолжить изучение современных тенденций, влияющих на культурную самоидентификацию россиян. Возможны дальнейшие исследования наличия разных форм неоязычества в России и склонности к искреннему или "псевдо"- язычеству. Целый научный труд мог бы быть посвящен влиянию Советского Союза на восприятие старшими поколениями традиционной

культуры, которое, несомненно, многоаспектно. Оба эти исследования могли бы способствовать углублению и уточнению данной работы.

Основное внимание в данном исследовании уделяется анкетированию и анализу его результатов, которые выявили интересные тенденции на растущем рынке адаптированной традиционной одежды, поскольку россияне непрерывно создают и трансформируют свою культурную идентичность в современном мире. Я надеюсь, что эта научная работа способствует более ясному пониманию адаптированной традиционной одежды в России: как она создается, как она потребляется и какие культурные тенденции ее определяют.

В области исследования адаптированной традиционной одежды и русской самоидентификации я также надеюсь, что моя точка зрения как иностранки позволит взглянуть на культурные предметы или явления по-новому, извне. Каждый раз, когда я рассказывала русским друзьям о теме своей работы, все они были удивлены моему интересу. Многие заявляли, что никогда раньше не носили традиционную русскую или даже адаптированную традиционную одежду и не видели, как ее носят друзья или родственники. Многие были удивлены, что такой вид одежды вообще существует.

Приехав из Таиланда, где за последние несколько лет адаптированная традиционная одежда пережила возрождение благодаря популярному в 2018 году историко-романтическому сериалу, я, естественно, заинтересовалась, будет ли в России такая одежда также допустима для ношения в школе, офисе или просто в повседневной жизни. Я была рада обнаружить множество малых предприятий, производящих прекрасные вещи, которые внедряют традиционную русскую культуру в современные гардеробы.

Надеюсь, это исследование поможет покупателям выбрать одежду "с душой". Вместо "быстромодных", низкокачественных вещей, сделанных на безымянной фабрике и выходящих из моды через несколько месяцев,

возможно, стоит выбирать что-то другое? Удобное платье в стиле сарафана, ожерелье с оберегом Перуна, ультрамариновая толстовка с неоновозеленой вышивкой православной церкви - любой из этих предметов, когда его носят, может изменить восприятие "русскости" или "быть русским".

Список литературы

1. Аитамурто, К., Тютин, О. С. Язычество, традиционализм, национализм: нарративы русского родноверия // Александровский институт Хельсинского университета, Хельсинки, Финляндия; Нижегородский государственный педагогический университет имени Козьмы Минина (Мининский университет), Нижний Новгород. 2016. С. 1–14.
2. Бесков А. Полезен ли анализ неоязыческих сообществ в соцсетях для оценки численности последователей русского неоязычества? // Государство, религия, церковь в России и за рубежом. Козма Минин Нижегородская государственная педагогическая университет, Ульяновка. 2020. № 38(3). С. 306–330.
3. Бобрихин А. А., Егорова С. И. Одежда и мода как средство формирования советской идентичности // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2015. – № S18. – С. 21–25. – URL: <http://e-koncept.ru/2015/75242.htm>.
4. Гаврилова, К. А. Этнический активизм и локальные стратегии производства этнической культуры в марийских деревнях Кировской области автореферат дис. ... кандидата исторических наук: 07.00.07. СПб., 2016. С. 4-40, 5–41, 139–190.
5. Галцин, Д. Non-Slavic Paganism in Russia: Russian Wicca and Asatru [Электронный ресурс] // New Age in Russia. 25 сентября 2020. URL: <https://newageru.hypotheses.org/4897> (Дата обращения: 09.05.2023).
6. Городнова, М. В. Проектирование современных решений женской одежды по мотивам русского народного костюма // Международный студенческий научный вестник. 2017. № 6. С. 103–109. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=32374125> (дата обращения: 2023-04-12)

7. Гузева, А. What's behind the traditional Russian shirt's design? [Электронный ресурс] // Russia Beyond the Headlines. 29 сентябрь 2020. <https://www.rbth.com/arts/332778-kosovorotka-russian-shirt> (Дата обращения: 21.03.2023)
8. Журавлев, Д.В. Православная идентичность как традиционализм: конструирование политических смыслов в актуальном публичном дискурсе РПЦ // Полития. 2017. №4 (87). С. 82–100.
9. Ковешников, Е. (29.04.2023). Крепость Осовец. ВКонтакте. https://vk.com/wall-12859122_63523 (дата обращения: 01.05.2023).
10. Кутенков П. И. Знаковость обрядовых рубах сядемской крестьянской родовой культуры // Социосфера. 2012. № 2. С. 29–36.
11. Кутенков П. И., Резунков А. Г. Ярга-крест и свастика: народная исконь в науке. СПб: 2014. С. 172
12. Макарова, Н. С. Народные традиции в современной одежде. / Н. С. Макарова // Декоративное искусство СССР. 1957. № Юбилейный номер 40 лет Великого Октября. С. 63–64.
13. Манаев, Г. Is Slavic paganism a real power in Russia? [Электронный ресурс] // Russia Beyond the Headlines. 13 июня 2019. <https://www.rbth.com/lifestyle/330509-is-slavic-paganism-still-real> (Дата обращения: 05.05.2023)
14. Мерцалова, М.Н. Поэзия народного костюма. // Молодая гвардия, М. 1988.
15. Минкультуры России. Русский костюм: как сложился русский народный костюм, картины, фотографии. [Электронный ресурс]. // Культура.РФ. 18 сентябрь 2015. <https://www.culture.ru/materials/51485/po-odezhke-vstrechayut> (Дата обращения: 20.03.2022)

16. Момот, Т. В. Использование народных традиций при создании современного костюма // Социально-экономическое и политическое развитие территории. Том Выпуск 6. Пенза: Автономная некоммерческая научно-образовательная организация «Приволжский Дом знаний», 2018. С. 77-82.
17. Павлова, Л. Lida Pavlova Magic. [Электронный ресурс] // Instagram. URL: https://www.instagram.com/lidapavlova_magic/ (Дата обращения: 09.05.2023).
18. Пармон, Ф.М. Русский народный костюм как художественно-конструкторский источник творчества. // М: Легпромбытиздат, 1994. С. 255-266.
19. Правда Севера. Архангельский музей открыл выставку «Прялка и шерсть.» История одного брака». [Электронный ресурс]. 2022. Правда Севера. // <https://pravdasevera.ru/2022/01/21/61ea5a0496599e79424dc812.html> (дата обращения: 28.04.2023)
20. Саргсян, А. Викканский Оракул Теней. Заклинание Луны, ритуалы Солнца. –СПб.:ИГ «Весь», 2022. С. 192.
21. Химдиат, Н.А. "Проектирование современной женской одежды на основе традиционного женского костюма. Этнодизайн." Отрывок из диссертации на соискание степени магистра технических наук "Преимственность традиций народного искусства в проектировании современной женской одежды": специальность 50.01.02 // ВГТУ. – М., 2019. – Название электронного ресурса: – URL: <https://www.himdiat.by/2020/08/proektirovanie-sovremennoj-zhenskoj-odezdy-ehnodizajn.html> (дата обращения: 11.04.2023).
22. Химдиат, Н.А. "Этнодизайн. Проектирование современной одежды на основе традиционного костюма. Анализ." Отрывок из диссертации на

- соискание степени магистра технических наук "Преемственность традиций народного искусства в проектировании современной женской одежды": специальность 50.01.02 // М., 2019. – Название электронного ресурса: – URL: <https://www.himdiat.by/2020/11/blog-post.html> (дата обращения: 11.04.2023).
23. Христианиа. Каталог. Христианиа. URL: <https://xristiania.com/ru/katalog> (дата обращения: 01.05.2023).
24. Черокова, А. В. Использование современных функций традиционного народного костюма в этнокультурном пространстве России // Современные проблемы науки и образования. – 2013. – № 5. – С. 606–612. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=20992697> (дата обращения: 11.04.2023).
25. Шевченко, Н. Where else do Russians live, apart from Russia? [Электронный ресурс] // Russia Beyond the Headlines. 09.09.2021. <https://www.rbth.com/lifestyle/334188-where-else-do-russians-live> (Дата обращения: 05.05.2023)
26. Шнирельман В. А. Неоязычество и национализм (восточноевропейский ареал) // Исследования по прикладной и неотложной этнологии. Москва: Ин-т этнологии и антропологии РАН, 1998. С. 1–25.
27. Chew, M. Contemporary Re-Emergence of the Qipao: Political Nationalism, Cultural Production and Popular Consumption of a Traditional Chinese Dress // The China Quarterly. Vol. 189. 2007. P. 144–161.
28. Ivanits, L.J. Russian Folk Belief // Armonk, New York: M.E. Sharpe, Inc. 1989. 256 p.
29. Rock, S. What's in a word?: A historical study of the concept dvoeverie. // Sussex, UK: Canadian-American Slavic Studies. Vol. 35, No. 1. 2001. P. 19-20.

30. Tartarland. Все товары. [б.г.]. URL: <https://tartarland.ru/all> (дата обращения: 01.05.2023).
31. Traditional Russian Costume. Color Code of Russian Outfit. [Электронный ресурс] // http://traditionalrussiancostume.com/costumeinfo/xru_en.php?nametxt=7
32. U.S. Census Bureau. (2021). Table B04006: People Reporting Ancestry - 2021 American Community Survey 1-Year Estimates. Retrieved from <https://data.census.gov/table?tid=ACSDT1Y2021.B04006> (Дата обращения: 05.05.2023)
33. U.S. Census Bureau. (2021). Table B05006: Place of Birth for the Foreign-Born Population in the United States: 2021 American Community Survey 5-Year Estimates. [Data file]. Retrieved from <https://data.census.gov/table?tid=ACSDT5Y2021.B05006> (Дата обращения: 05.05.2023)
34. Bagrova, E. V. and Kruchinin, S. V.. Characteristics of Post-Globalization // International Transaction Journal of Engineering, Management, & Applied Sciences & Technologies. Vol. 14.01.2020. P. 1–14.
35. Fitzpatrick, A. Pseudoarchaeology and Neo-paganism: A Tricky Situation [Электронный ресурс] // Animal Archaeology. 26.03.2018. URL: <https://animalarchaeology.com/2018/03/26/what-is-old-is-new-again-pseudoarchaeology/> (Дата обращения: 05.05.2023).
36. Kiwi Education. Russian-speaking communities in Australia [Электронный ресурс] // Kiwi Education. 2021. <https://kiwieducation.com/au/lifehack/russian-speaking-communities-in-australia/> (Дата обращения: 05.05.2023)
37. Mitrofanova, A. Russian ethnic nationalism and religion today. // The New Russian Nationalism, edited by Pal Kolsto and Helge Blakkisrud. Edinburgh University Press Ltd. 2016. P. 104–131, 121–124.

38. Novikov, A. The Visual Language of Neo-Nationalism: Patriotic Fashion in East-Central Europe and Central Asia [Электронный ресурс] // TRAF0 – Blog for Transregional Research. 04.07.2017.
<https://trafo.hypotheses.org/7082> (Дата обращения: 12.05.2023)
39. Pamita, M. Baba Yaga's Book of Witchcraft // Woodbury, Minnesota: Llewellyn Publications, 2022. 304 p.
40. Soboleva, M. The concept of the “New Soviet Man” and its short history / М. Соболева // Canadian-American Slavic Studies. - 2017. - Т. 51, № 1. - С. 64–85.
41. Streussnig, M. Evolution of Russian Clothing. [Электронный ресурс] // Liden & Denz. 12 декабрь 2019.
<https://www.russiancourses.com/blog/evolution-of-russian-clothing/> (Дата обращения: 20.03.2022)
42. Vogue.com. Valentino Spring/Summer 2015 Haute Couture Collection [Электронный ресурс]. URL:
<https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2015-couture/valentino> (дата обращения: 11.04.2023)

Список иллюстративного материала

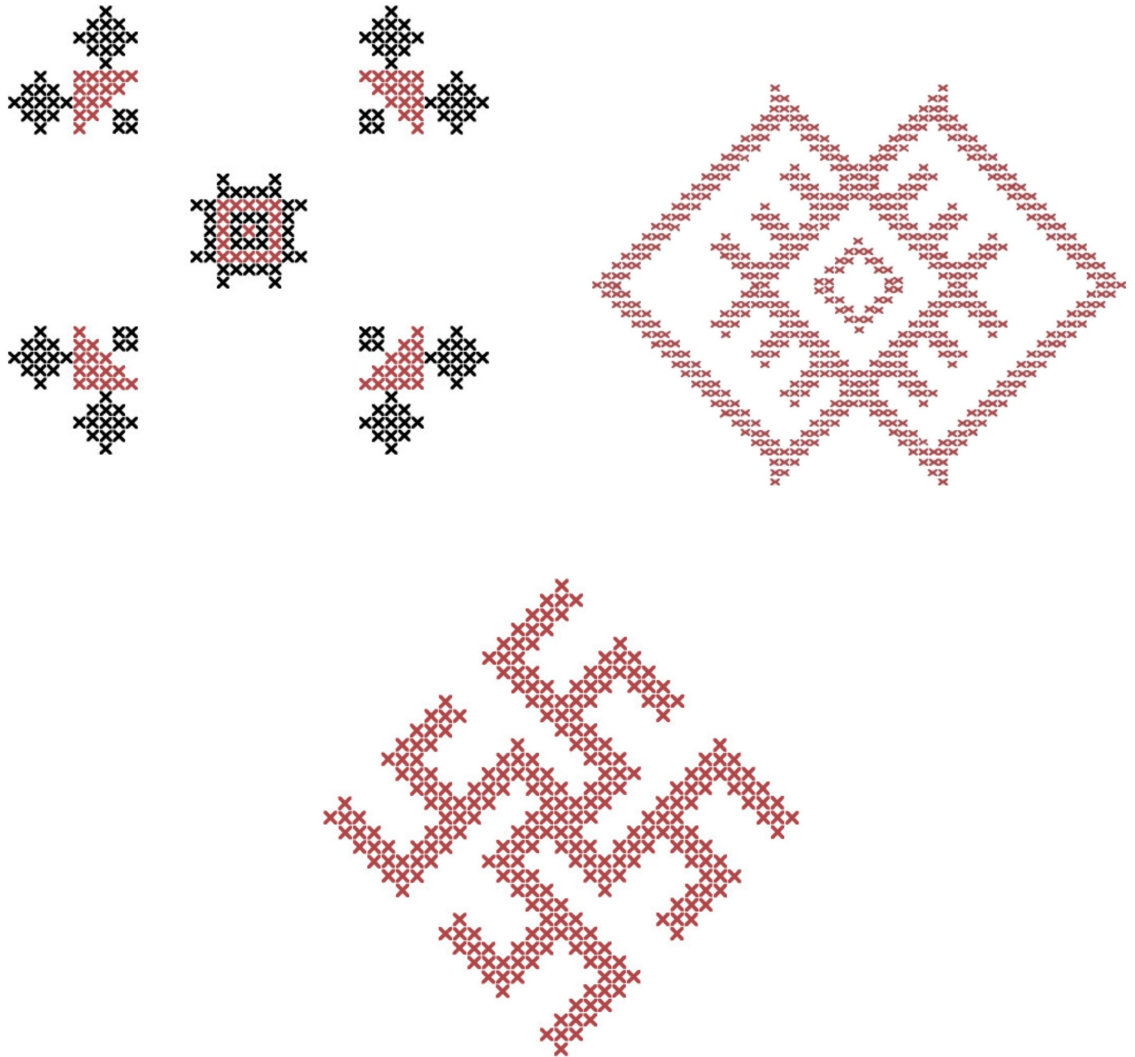


Иллюстрация 1- Талисманные рисунки оберегов: *квадрат, ромб и сварга* или *ярга*. Источник: Pamita, M. *Baba Yaga's Book of Witchcraft* // Woodbury, Minnesota: Llewellyn Publications, 2022. с. 12–13, 17.



Иллюстрация 2 - Крестьянская девушка XIX века в Тверской губернии одета в праздничный костюм, состоящий из сарафана, рубаха и платок. Источник: Мерцалова М.Н. Поэзия народного костюма. // Молодая гвардия, М. 1988, с. 17. Фото предоставлено Государственным этнографическим музеем народов СССР, Ленинград.



Иллюстрация 3 - Vogue.com. Valentino Spring/Summer 2015 Haute Couture Collection [Электронный ресурс]. URL: <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2015-couture/valentino> (дата обращения: 11.04.2023) (Фотограф: Yannis Vlamos).



A.



Б.



Б.





Г.



Д.



Е.



Ж.



З.

И.



К.



Л.



M.



H.



O.



П.

Иллюстрация 4 - Бренды, которые адаптируют традиционную одежду и аксессуары, модернизируя их (Категория 1) (А) Косоворотка «Братья Славяне,» (Б) Платье «Пташа,» (В) Косоворотка и понёва «Deelwear,» (Г) Украшения «Кудесы,» (Д) Башлык «BIRD Russianmood,» (Е) Кокошник из коллекции "Летнее настроение" «Русская корона,» (Ж) Платье Макошь бело-красное «Берегиня,» (З) Сарафан «Сарафай,» (И) Купеческая косынка пуховая «Орнаменты,» (К) Платье «Варвара Зезина» (Л) Платье «Мастерская авторского платья Ксении Старыгиной», (М–Н) Платья «Мастерская авторского платья Ксении Старыгиной», (О) Свадебный комплект "Лебедь" «Студия Дарьи Белогоровой», (П) Косоворотка “Сигур” «Студия Дарьи Белогоровой».

Источники:

(А) Братья Славяне. Чёрная косоворотка. Получено от Сериков, А.В. 30.07.2022 через ВКонтакте.

(Б) Носова, Н.С. Платье пташи. 01.04.2023. ВКонтакте.
https://vk.com/ptasha.dress?w=wall-51119458_3709 (дата обращения: 30.04.2023).

(В) Мария (основатель бренд Deelwear). Понева. Косынка из экокожи. 10.11.2022. ВКонтакте. <https://vk.com/deelwear> (дата обращения: 30.04.2023).

(Г) Nikeenko, Alisa. Фотосессия Кудесы. 08.12.2022. ВКонтакте.
https://vk.com/album-57482368_178984062 (дата обращения: 30.04.2023).

(Д) BIRD Russianmood. Башлык Молочный с красной тесьмой. 2022. BIRD Russianmood.
<https://birdrussianmood.com/bashlyk-molochnyy-s-krasnoy-tesmoy/> (дата обращения: 30.04.2023).

(Е) Русская корона. Кокошник из коллекции “Летнее настроение. 20.06.2022. ВКонтакте. https://vk.com/photo-134334861_457243423?all=1 (дата обращения: 30.04.2023).

(Ж) Берегиня Русская одежда. Платье Макошь бело-красное бренд «Берегиня». 29.03.2023 ВКонтакте. https://vk.com/wall-119157679_27431. (дата обращения: 30.04.2023).

(З) Романова, М.А. Сарафан. Sarafai. <https://sarafai.com/ru/shop/sarafan-golden/> (дата обращения: 30.04.2023).

(И) Тепцова, Л. «Орнаменты »Купеческая косынка пуховая. Орнаменты. <http://ornaments.tilda.ws/page25043347.html> (дата обращения: 30.04.2023).

(К) Зезина, В. Платье из фланели. ВКонтакте. https://vk.com/market-99406222?w=product-99406222_6366284 (дата обращения: 30.04.2023).

(Л) Старыгина, К.В. Платье. ВКонтакте. https://vk.com/market-82479246?screen=group&w=product-82479246_6131572%2Fquery (дата обращения: 30.04.2023).

(М–Н) Старыгина, К.В. Славянский показ мод бренд Мастерская авторского платья Ксении Старыгиной. 27.07.2022 ВКонтакте. https://vk.com/wall-82479246_503. (Фотограф: Бабушкин, Д.) (дата обращения: 06.05.2023).

(О) Белогорова, Д.А. Свадебный комплект "Лебедь". Студия Дарьи Белогоровой. ВКонтакте. https://vk.com/market-108150819?w=product-108150819_4522513%2Fquery. (дата обращения: 10.05.2023).

(П) Белогорова, Д.А. Толстовка из крапивы "Сигур". Студия Дарьи Белогоровой. ВКонтакте. https://vk.com/market-108150819?w=product-108150819_6131265. (дата обращения: 10.05.2023).



A.



Б.



В.





Г.



Д.



Е.



Ж.

Иллюстрация 5 - Бренды, которые добавляют традиционные элементы в современную одежду (Категория 2) (А) Блуза «Братья Славяне,» (Б) Худи
129

«R1A project,» (В) Рубашка из конопли с вышивкой Воронежской губернии «Мелания,» изображена в традиционном платье с вышивкой Воронежской губернии (Г) Жилетка утепленная «Орнаменты,» (Д) Платье «Артель Нарядно,» (Е) Толстовка «Бренд одежды Оксаны Петришиной,» (Ж) Башлык «BIRD Russianmood.»

Источники:

(А) Братья Славяне. Блуза "Маки". 12.02.2023. ВКонтакте.

https://vk.com/slavbroru?w=wall-40915371_3307 (дата обращения: 30.04.2023).

(Б) R1A Project. Худи. 10.07.2022. Инстаграм.

<https://www.instagram.com/p/Cf1biL8j03q/> (дата обращения: 30.04.2023).

(В) Мелания. Одежда с русской вышивкой. Рубашка из конопли с вышивкой Воронежской губернии. ВКонтакте.

https://vk.com/market-130672706?screen=group&w=product-130672706_7324824%2Fquery (дата обращения: 30.04.2023).

(Г) Тепцова, Л. «Орнаменты »Купеческая косынка пуховая. Орнаменты.

<http://ornaments.tilda.ws/page25043347.html> (дата обращения: 30.04.2023).

(Д) Малашина, С.Н. Цветные льны. 2020. Артель Нарядно. Инстаграм.

<https://www.instagram.com/stories/highlights/17909818549477681/> (дата обращения: 30.04.2023).

(Е) Бренд одежды Оксаны Петришиной. Толстовка с вышивкой Романтика. ВКонтакте.

https://vk.com/market-210937014?screen=group&w=product-210937014_7543432%2Fquery (дата обращения: 30.04.2023).

(Ж) BIRD Russianmood. Костюм BIRD Молочный с орнаментом на груди. 2022. BIRD Russianmood.

<https://birdrussianmood.com/kostyum-bird-molochnyy-s-ornamentom-na-grudi/> (дата обращения: 30.04.2023).



А.



Б.



В.



Г.



Д.



Е.

Ж.



Иллюстрация 6 - Бренды, которые создают дизайн, вдохновленный традиционными или культурными элементами (Категория 3) (А) Леггинсы

Берёзка «Tartarland,» (Б) Кокошник «Pereletnaya Riba,» (В) Футболка с рисунком Ушкуйники «ВАРГГРАДЪ,» (Г) Свитшот "Крепость осовец" «ВАРГГРАДЪ,» (Д) Футболка “Архангел Михаил, побеждающий змея” «Християния,» (Е–Ж) Фотографии стенда «Алатырь Руны» на Магическом рынке (Magic Market) в Санкт-Петербурге. 12.11.2022.

Источники:

(А) Тартарланд. Леггинсы Берёзка. [б. д.].

<https://tartarland.ru/all/tproduct/553671768-784842214951-legginsi-beryozka> (дата обращения: 30.04.2023).

(Б) Pereletnaya Riba. кокошник 6000. 19.06.2022. ВКонтакте.

https://vk.com/photo-67391259_457242273?all=1 (дата обращения: 30.04.2023).

(В) ВАРГГРАДЪ. Футболка с рисунком Ушкуйники. 29.04.2023.

ВКонтакте. https://vk.com/wall-12859122_63523 (дата обращения: 30.04.2023).

(Г) ВАРГГРАДЪ. Свитшот "Крепость осовец."

<https://varggrad.ru/product/svitshot-varggrad-muzhskoy-chyornyy-krepost-osovets-sn> (дата обращения: 30.04.2023).

(Д) Християния. Футболка “Архангел Михаил, побеждающий змея.”

<https://xristiania.com/ru/katalog/arkhangel-Mikhail> (дата обращения: 30.04.2023).

(Е–Ж) Тхайтракулпанич, Э. Фотографии стенда «Алатырь Руны» на Магическом рынке (Magic Market) в Санкт-Петербурге. 12.11.2022.

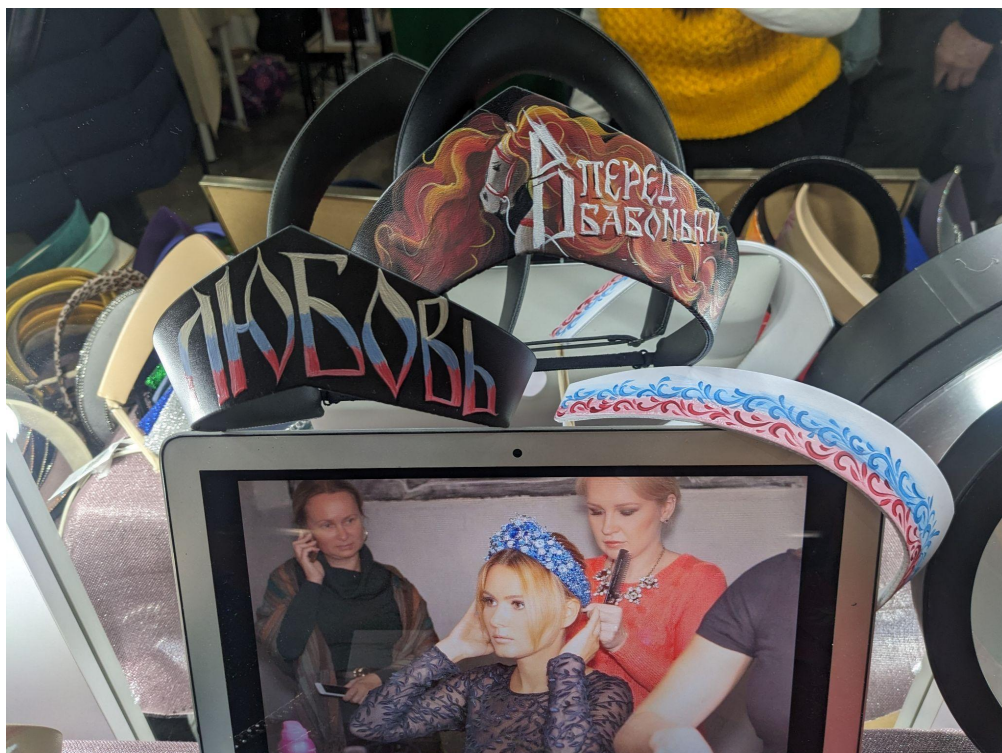


Иллюстрация 7 - Тхайтракулпанич, Э. Патриотические кокошники («Любовь», «Вперед бабоньки», «без границ», «горячая русская кровь») в стенде «Патриотка» в Санкт-Петербурге. 19.03.2023.

Список интервью

1. Алексеева, К. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 26.10.2022.
2. Белогорова, Д.А. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 24.10.2022.
3. Венцислицкая, О.В. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 08.11.2022.
4. Гиря, И. Письменное интервью посредством мессенджера “ВКонтакте”. 13.03.2022.
5. Гиря, И. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 08.11.2022.
6. Глущенко, И. Письменное интервью посредством мессенджера “ВКонтакте”. 13.03.2022.
7. Глущенко, И. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 28.10.2022.
8. Данилова, Е.М. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 30.10.2022.
9. Зезина, В. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 24.10.2022.
10. Злотко, А.С. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 18.11.2022.
11. Ковешников, Е. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 02.08.2022
12. Конне, Я. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 24.10.2022.
13. Львович, А.А. Письменное интервью по электронной почте. 21.03.2023.
14. Львович, А.А. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 25.10.2022.
15. Малашина, С.Н. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 24.10.2022.

16. Мария (основатель бренд Deelwear). Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 30.10.2022.
17. Моисеева, А. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 23.12.2022.
18. Носова, Н.С. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 08.11.2022.
19. Ольга (основатель бренд Divia). Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 06.11.2022.
20. Орлова, И.А. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 08.11.2022.
21. Основатель/работник бренд Христиания. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 11.11.2022.
22. Петришина, О. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 24.10.2022.
23. Ревит, А. Письменное интервью посредством мессенджера “Телеграмм”. 20.03.2022.
24. Ревит, А. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 14.03.2022.
25. Романова, М.А. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 24.10.2022.
26. Сериков, А.В. Письменное интервью посредством мессенджера “ВКонтакте”. 04.03.2023.
27. Сериков, А.В. Письменное интервью посредством мессенджера “ВКонтакте”. 30.07.2022.
28. Старыгина, К.В. Письменное интервью посредством мессенджера “ВКонтакте”. 13.03.2022.
29. Старыгина, К.В. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 30.07.2022.

- 30.Тавгуринова, О.Р. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”.
02.08.2022.
- 31.Тепцова, Л. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”. 21.12.2022.
- 32.Яблокова, А.И. Письменный ответ на анкету в “Google Forms”.
08.11.2022.