

Impact Factor:

ISRA (India) = 6.317
ISI (Dubai, UAE) = 1.582
GIF (Australia) = 0.564
JIF = 1.500

SIS (USA) = 0.912
ПИИЦ (Russia) = 3.939
ESJI (KZ) = 8.771
SJIF (Morocco) = 7.184

ICV (Poland) = 6.630
PIF (India) = 1.940
IBI (India) = 4.260
OAJI (USA) = 0.350

SOI: [1.1/TAS](#) DOI: [10.15863/TAS](#)

International Scientific Journal Theoretical & Applied Science

p-ISSN: 2308-4944 (print) e-ISSN: 2409-0085 (online)

Year: 2022 Issue: 11 Volume: 115

Published: 06.11.2022 <http://T-Science.org>

Issue

Article



Olga Vladimirovna Pischinskaya

Novosibirsk Institute of Technology (branch) The Kosygin State University of Russia
associate professor, PhD,
Novosibirsk, Russia
pischinskaya@mail.ru

Galina Anatolyevna Kornilova

Novosibirsk Institute of Technology (branch) The Kosygin State University of Russia
Graduate student,
Novosibirsk, Russia

DESIGN ETHNOGRAPHY METHODS IN COSTUME DESIGN

Abstract: The article discusses the methods of design ethnography, which allow designing clothing collections in ethnic regional style. Preserving the relationship with their community will not allow cultural traditions to collapse. The aim of the work is the formation of new aesthetic standards of clothing design, their use in design practice.

Key words: costume design, design ethnography, cultural heritage, Russian costume.

Language: Russian

Citation: Pischinskaya, O. V., & Kornilova, G. A. (2022). Design ethnography methods in costume design. *ISJ Theoretical & Applied Science*, 11 (115), 280-284.

Soi: <http://s-o-i.org/1.1/TAS-11-115-10> **Doi:**  <https://dx.doi.org/10.15863/TAS.2022.11.115.10>

Scopus ASCC: 1200.

МЕТОДЫ ДИЗАЙН-ЭТНОГРАФИИ В ПРОЕКТИРОВАНИИ КОСТЮМА

Аннотация: В статье рассмотрены методы дизайн-этнографии, позволяющие проектировать коллекции одежды в этническом региональном стиле. Сохранение взаимосвязи со своей общностью не позволит разрушиться культурным традициям. Целью работы является формирование новых эстетических норм проектирования одежды, использование их в практике дизайна.

Ключевые слова: проектирование костюма, дизайн-этнография, культурное наследие, русский костюм.

Введение

С одной стороны в самом модном костюме как объекте художественной деятельности заключен источник теоретических обоснований и практических действий, нравственных подходов, композиционно обоснованных правил гармонии.

С другой стороны, внесение в теорию и практику проектирования костюма передовых идей современного научного знания позволяет обновить систему понятий и тем самым обогатить профессиональное мировоззрение.

В современном обществе культурная картина мира представляет собой лоскутное одеяло, состоящее из множества фрагментов.

Одним из мировых трендов является тренд на многообразие, и задача дизайнера состоит в том, чтобы попытаться отыскать то, чем мы (русские, сибиряки) отличаемся от других в этом глобальном мире.

Актуальность темы проектирования коллекции одежды в этническом региональном сибирском стиле состоит в том, чтобы найти уникальный локальный язык, понятный миру и потребителям.

Мир, в котором мы живем, заставляет искать четкие ориентиры, преодолевать разноречивость многих представлений и знаний, образующихся в результате потока информации. В поисках

Impact Factor:

ISRA (India) = 6.317
ISI (Dubai, UAE) = 1.582
GIF (Australia) = 0.564
JIF = 1.500

SIS (USA) = 0.912
РИИЦ (Russia) = 3.939
ESJI (KZ) = 8.771
SJIF (Morocco) = 7.184

ICV (Poland) = 6.630
PIF (India) = 1.940
IBI (India) = 4.260
OAJI (USA) = 0.350

цельности, в стремлении упорядочить свои знания, человек обращает свой взор к истории, стремится осмыслить себя в сложных связях не только с настоящим, но и с прошлым. Здесь внимание его устремляется на все, что рождает ощущение непреходящих ценностей. Именно к таким ценностям относит он нестаряющееся, никогда не утрачивающее своей привлекательности художественное мышление своих предков. Не случайно сегодня выходит изрядное количество книг и материалов по народному и декоративно-прикладному искусству. Народное искусство воспитывает чуткое отношение к прекрасному, способствует формированию гармонично развитой личности. Основанное на глубоких художественных традициях, народное искусство входит в жизнь, благотворно влияет на формирование человека будущего. Все чаще произведения народного и декоративно-прикладного искусства проникают в быт людей, формируя художественный вкус, создавая эстетически полноценную среду, определяющую творческий потенциал личности [1].

Коммуникативная функция моды сегодня способна раскрывать большие возможности общения с помощью набора элементов различных стилей одежды. Анализируя использование традиционных конструкций, форм, фактур, декора в современных коллекциях, представленных в последние сезоны на мировых подиумах, можно отметить, что на сегодняшний день самым многоликим и актуальным является фольклорный стиль. Через призму моды можно представить полную панораму становления и развития национальных традиций, показать их многообразие, самобытность, неисчерпаемый потенциал. Этномода — это пространство современного мифа, легенды, сказки, нарисованное красками древнего орнамента и новой мифологии, которое смешивает в своей зоне большое количество современных тенденций. Каждая культура имеет характерные черты своего фольклорного стиля, который можно считать с цветовых сочетаний, силуэтных форм, расположения рисунка орнамента, с эмоциональной «метки» внешнего облика этноса. Начинающие дизайнеры ориентируются в представлении национальных стилей в моде через свой внутренний код, своё чутье, свою интуицию. Идентификация себя, как частицы большого многомиллионного города, философия отношений традиций и современности в одежде — это картина мира современного человека, городского или сельского жителя, желающего держать связь со своими корнями. Именно эта тенденция сохранения взаимосвязи со своей общностью не дает разрушаться культурным традициям. В то же время существует потребность

ускорения синтезированных, абсолютно созвучных времени культурных ценностей. Существующее противоречие между традициями и инновациями довольно легко уживается в современном костюме, совмещая модные тренды, ультрасовременные технологии и самобытные источники. Ускорение темпов социального развития сопровождается периодической «переоценкой ценностей личности», трансформацией культурных образцов, сменой модных стандартов [2].

Становление новых социокультурных связей и отношений неразрывно связано с процессами всеобщей глобализации. И в этот период особенно острым становится вопрос самоидентификации как отдельной личности, так и групп людей, объединяющихся в сообщества и выражающих общие интересы и взгляды на разные аспекты жизни. Эти процессы становятся объектом внимания дизайнеров, использующих объекты культуры, которые являются результатом смещения социокультурной парадигмы, как ресурс для разработки различных проектов. В статье рассматриваются вопросы актуальности обращения дизайнеров к этническим источникам, как к эффективному инструменту проектирования современной одежды. Обозначены причины и предпосылки интереса к этническим направлениям в дизайне костюма. Понятие «национальная культура», недавно казавшееся незыблемым, трансформируется. Глобализация, определившая основные векторы культурных трансформаций начала XXI в., стала причиной активного взаимодействия национальных культур, как конструктивного, так и деструктивного. Следствием «деформации культур», оказался «маргинальный человек», принадлежащий одновременно двум или нескольким культурам и не принадлежащий целиком ни к одной, способный ощутить многообразие способов жизни, преодолеть ограниченность этнической односторонности, но утративший чувство целостности и исключительности этнического мировосприятия. Возникла потребность в социальной интеграции, в формировании общих культурных идей и ценностей, преобладающих над частными, национальными, религиозными или субкультурными. Процессы коммуникации между культурами с одной стороны, и процессы национальной самоидентификации с другой стороны, стали важными культурными детерминантами современной моды [3].

Культурное многообразие современных народов увеличивается, и каждый из них стремится сохранить и развить свою целостность и культурный облик. Конкретный современный человек выступает носителем конкретной культуры своего сообщества. Культура этноса, как

Impact Factor:

ISRA (India) = 6.317
ISI (Dubai, UAE) = 1.582
GIF (Australia) = 0.564
JIF = 1.500

SIS (USA) = 0.912
РИИЦ (Russia) = 3.939
ESJI (KZ) = 8.771
SJIF (Morocco) = 7.184

ICV (Poland) = 6.630
PIF (India) = 1.940
IBI (India) = 4.260
OAJI (USA) = 0.350

совокупность культурных явлений, сегодня необходима народу для его жизнедеятельности и развития. Появилась необходимость идентификации себя в глобальном мультикультурном пространстве современного мира. Мода показывает, как культура определенного этноса, ассимилируя традиции и инновации, соединяет глобализацию социума и идентичность конкретного человека [4-6].

Целью работы является формирование новых эстетических норм проектирования одежды, использование их в практике дизайна.

Наиболее важные направления развития темы видятся в использовании богатейшего культурного наследия Сибирского региона. В работе рассматривается зодчество Сибири. Несомненно, зодчество как многоаспектное культурное явление сочетает профессиональные и “народные” компоненты. Для его понимания требуются специфические подходы различных наук, и немалую роль играет этнография. Останемся на периоде освоения сибирского пространства русскими, семантике сооружений и их частей. Внешнее оформление крестьянского жилища в Сибири отличалось сдержанностью, прекрасным чувством меры, гармоничностью в украшении всех его частей, начиная от наличников, карнизов, причелин и кончая крыльцами, воротами, калитками.

Проблема сохранения этого наследия стоит очень остро, так как большинство построек выполнены из дерева, который, в отличие от камня, является недолговечным материалом. Запечатлеть наследие и перенести в коллекцию в виде орнаментики является очень важным этапом работы над будущей коллекцией в этническом стиле.

Ценность креативных идей и инноваций в современном мире все более возрастает. Для большинства предприятий они становятся решающим фактором в конкурентной борьбе. Предлагаемые продукты и услуги становятся все более похожи друг на друга. И все же поиск новых идей часто предоставляется случаю и ведется не целенаправленно.

Существует огромное количество способов дизайна и применение их в различных областях дизайна. Неотъемлемой частью современных методов и приемов дизайна являются разговоры, беседы с заинтересованными сторонами, членами команды, клиентами и самое главное с людьми, которые в конечном итоге используют разрабатываемые продукты, системы и услуги. Эти методы и приемы играют немаловажную роль в приобретении дизайнерами опыта и установлении доверительных взаимоотношений, потому что они помогают найти соответствующие слова в нужное время [7].

Из проанализированных методов наиболее подходящим является метод дизайн-этнографии. Этот метод позволяет за короткий промежуток времени получить достаточное количество информации с помощью методов выборочного описания опыта, изучения дневников и фотографий, использования культурного зондирования, контекстного исследования и различных форм наблюдения, включая модифицированные версии включенного наблюдения.

Целый ряд креативных техник, появившихся в 80-е годы прошлого века, может помочь в поисках новых идей. Дизайн-этнография в своем стремлении глубоко прочувствовать и осознать мир пользователя, по сути, приближается к иммерсионным методам традиционной этнографии.

Цель поискового исследования в области дизайна четко видна на примере следующего определения: этнография - изучение людей в их естественных средах; описательный отчет о социальной жизни и культуре в определенной социальной системе, основанный на качественных методах (например, подробных наблюдениях, неструктурированных интервью, анализе документов).

Дизайн-этнография представляет собой широкий подход, охватывающий несколько методов исследования, сфокусированных на всеобъемлющем и эмпатическом понимании пользователей, их жизни, языка, а также поведения.

Собрать наиболее полную информацию по теме – наиважнейшая задача. Заслуживает внимания метод «Персонажей». Персонажи позволяют объединить типичные описания поведенческих шаблонов пользователей в репрезентативные характеристики, чтобы смягчить фокус дизайна, протестировать сценарии и лучше передать дизайн. Персонажи, созданные на основе сведений, собранных у реальных пользователей во время полевых исследований, дают идеальное решение, интегрируя типичные шаблоны поведения в значимые и поддающиеся описанию характеристики. Методы и приемы дизайна являются очень важными, так как они ставят своей задачей установление доверительных взаимоотношений между дизайнерами и теми, кто будет в конечном итоге использовать разрабатываемые продукты.

Накоплен огромный опыт наблюдения за людьми, которые совершенно по разному относятся к существующему в современном мире феномену под названием «русский традиционный костюм». От преданных поклонников фольклора и этнографии, которые трепетно изучают и восстанавливают костюм, до неумелого подражания неоязычников, не лишенных

Impact Factor:

ISRA (India) = 6.317
ISI (Dubai, UAE) = 1.582
GIF (Australia) = 0.564
JIF = 1.500

SIS (USA) = 0.912
РИИЦ (Russia) = 3.939
ESJI (KZ) = 8.771
SJIF (Morocco) = 7.184

ICV (Poland) = 6.630
PIF (India) = 1.940
IBI (India) = 4.260
OAJI (USA) = 0.350

сочинительства. Предпочтения у этих категорий потребителей разные. Если первых интересует период, регион бытования костюма, вторых больше увлекает отсылка к обереговым, охранительным функциям, этнографические данные их мало интересуют. В Новосибирске большое количество людей, способных оценить одежду в этническом стиле, что говорит о перспективности направления.

Тесной и органичной является взаимосвязь костюма и архитектуры, что находит выражение в единстве образного решения, схожести силуэтов, закономерностях пропорционального внутреннего членения формы. Не случайно в древности одежду называли «домом человеческого тела», подчеркивая тем самым родство между двумя видами творчества - зодчеством и костюмом. В названиях деталей женского народного костюма и деталей оформления жилища прослеживается переключка: кисть - кисть у пояса и выступающий нижний конец причелины, украшенный сквозной резьбой;

кокошник - головной убор замужней женщины и верхняя декоративная деревянная часть обрамления наружного оконного проема; серьги - женское украшение и деталь оформления нижней части наличника[8-10].

Построенные из дерева дома, культовые сооружения поражают разнообразием форм, сплетением архитектурных стилей и высоким мастерством отделки. Но есть один минус: проблема сохранения этого наследия стоит очень остро, так как большинство построек выполнены из дерева, который, в отличие от камня, является недолговечным материалом.

Привлечь внимание к этой проблеме посредством создания коллекции одежды в этническом стиле явилось мотивирующим фактором в работе. Опрос потребителей и изучение покупательского спроса в Новосибирске показали, что большое количество людей способны оценить одежду в этническом стиле, что говорит о перспективности направления (рис.1).

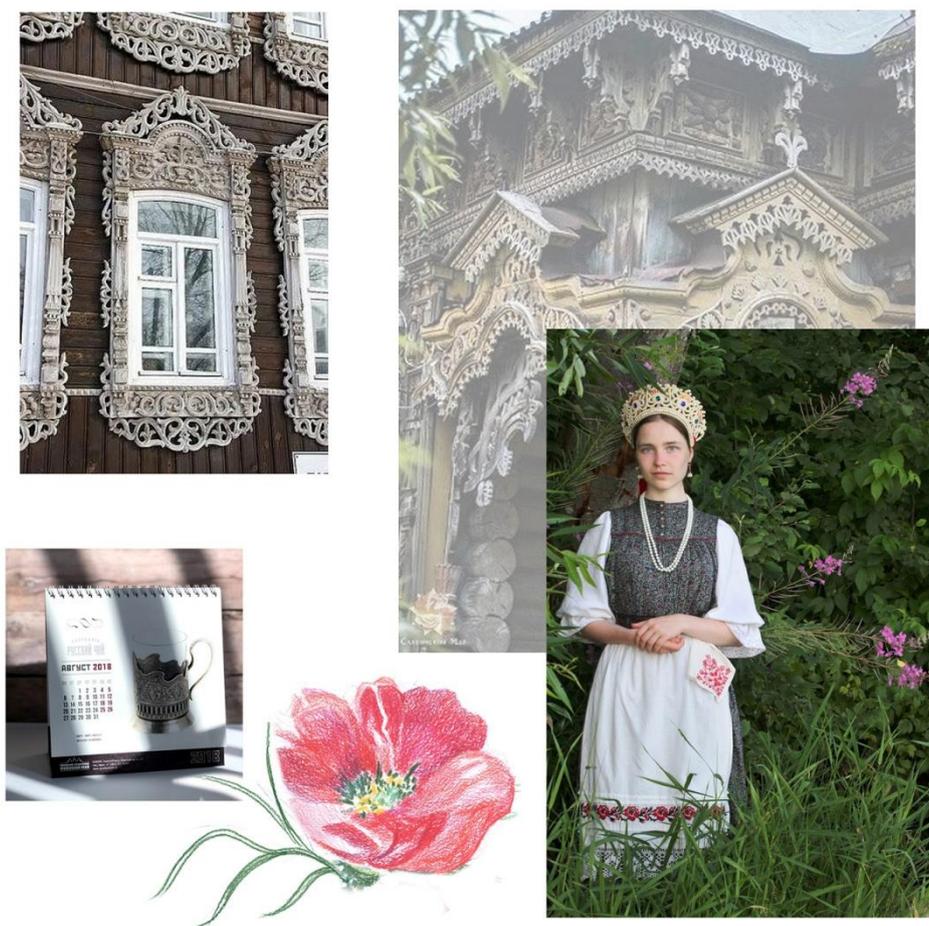


Рисунок 1 - Атмосферокарта будущей коллекции

Impact Factor:	ISRA (India) = 6.317	SIS (USA) = 0.912	ICV (Poland) = 6.630
	ISI (Dubai, UAE) = 1.582	PIHII (Russia) = 3.939	PIF (India) = 1.940
	GIF (Australia) = 0.564	ESJI (KZ) = 8.771	IBI (India) = 4.260
	JIF = 1.500	SJIF (Morocco) = 7.184	OAJI (USA) = 0.350

References:

- Smirnova, L. (2013). Narodnoe iskusstvo kak odno iz osnovnykh sodержanii pri razrabotke regional'nykh obrazovatel'nykh programm. *Mir nauki, kul'tury, obrazovaniya*, №3(40), pp.300-304.
- Tolmacheva, G. (2013). Metod proektov kak odno iz effektivnykh sredstv razvitiya khudozhestvennogo vospriyatii i sovershenstvovaniya proektnoi deyatel'nosti studentov napravleniya «Dizain» posredstvom osvoeniya osnov traditsionnogo narodnogo iskusstva. *Omskii nauchnyi vestnik*, №4, pp.207-211.
- Sosnina, N. (2020). Etnomoda kak trend v sovremennoi kul'ture. *Kostyumologiya*, №3, tom 5. <https://kostumologiya.ru/PDF/06IVKL320.pdf>
- Gerasimova, Yu.L. (2014). *Etmicheskii stil' v mode. Istoricheskii i sovremennyi kontekst (nauchnaya stat'ya)*. Vizual'naya kul'tura: dizain, reklama, informatsionnye tekhnologii: sb. trudov XIII mezhdunar. nauch.-prakt. konf. (pp.19–21). Omsk: OmGTU.
- Vasil'eva, E. (2014). Vzaimodeistvie kul'tur i obrazov mody v srede vizual'nogo prostranstva (na primere rossiiskikh etnofestivalei. *Omskii nauchnyi vestnik*, №5(132), pp.205-208.
- Vasil'eva, E. (2014). Kul'tura mody v kontekste rossiiskoi identichnosti. *Omskii nauchnyi vestnik*, №4(131), pp.212-214.
- Khanington, M. (2014). *Universal'nye metody dizaina*. (p.208). Sankt-Peterburg: Piter.
- Cherepanov, V. (1986). *Derevyannoe kruzhevo Krasnoyar'ya*. (p.160). Krasnoyarsk: Krasnoyarskoe knizhnoe izdatel'stvo.
- Fursova, E. (2002). *Russkie starozhily i pereselentsy Sibiri*. (p.216). Novosibirsk: Izdatel'skii tsentr AGRO.
- Shelegina, O. (2005). *Adaptatsionnye protsessy v kul'ture zhizneobespecheniya russkogo naseleniya Sibiri v 18 - nachale 20 veka*. (p.191). Novosibirsk: Sibirskaya nauchnaya kniga.