

5. Grigorieva, G.V. (1989) *Stilevyye problemy russkoy sovetskoy muzyki vtoroy poloviny XX veka* [Stylistic Problems of Russian Soviet Music of the Second Half of the 20th Century]. Moscow: Soviet composer.
6. Kuznetsov, K. (1925) *Istoricheskiye formy noktyurna* [The Historical Forms of the Nocturne]. *Iskusstvo – Art.* 2. pp. 129–130.
7. Wilson-Dixon, E. (2001) *Istoriya khristianskoy muzyki* [The History of Christian Music.]. Saint Petersburg: Mirt.
8. Sollertinsky, I.I. (1963) *Romantizm, yego obshchaya i muzykal'naya estetika* [Romanticism: Its General and Musical Aesthetics]. In: Druskin, M. (ed.). *Istoricheskiye etyudy* [Historical Etudes]. Leningrad: State Music Publishing House. pp. 90–113.
9. Rezetdinov, L.F. (2019) *Peterburgskiy noktyurny: liricheskaya syuita dlya fortepiano* [Saint-Petersburg Nocturnes: A Lyrical Suite for Piano]. St. Petersburg: Composer.
10. Mikhailov, A.V. (1991) *Romantizm* [Romanticism]. *Muzykal'naya zhizn' – Musical Life.* 5–6. pp. 21–23.

УДК 391:687.01

DOI: 10.24412/2070-075X-2026-3-129-137

О.А. Зимина, М.Б. Похлебаева, В.В. Гоппе

ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОРНАМЕНТИКИ ТРАДИЦИОННОГО КУБАНСКОГО КОСТЮМА ПРИ СОЗДАНИИ АВТОРСКИХ БРЕНДОВ ОДЕЖДЫ

В статье исследуются особенности использования орнаментальных мотивов традиционного кубанского костюма в системе проектирования авторских брендов одежды. Рассматривается художественно-семантический потенциал кубанской орнаментики как ресурса региональной визуальной идентичности. Определяются структурные, цветовые и символические характеристики вышивки кубанского костюма. Научная новизна состоит в том, что впервые орнаментика кубанского костюма рассматривается как комплексная проектная система, органично встраиваемая в брендинговые стратегии авторской моды.

Ключевые слова: кубанский костюм, этнодизайн, культурная идентичность, трансформация традиции, декоративно-прикладное искусство.

Актуальность темы исследования. Актуальность настоящего исследования определяется, во-первых, растущей практической потребностью авторских брендов Краснодарского края в научно обоснованных инструментах работы с региональным наследием и, во-вторых, недостаточностью теоретической разработки вопроса о соотношении этнографической достоверности и дизайнерской трансформации в процессе создания современной авторской коллекции.

Степень научной разработанности проблемы. Современная индустрия моды демонстрирует устойчивый и нарастающий интерес к этнокультурным источникам как к ресурсу формирования уникального визуального языка бренда. В условиях высокой конкуренции среди авторских марок одежды именно региональная идентичность все чаще выступает значимым конкурентным преимуществом, позволяя выстраивать систему узнаваемого образного языка, апеллирующего к культурной памяти потребителя. Культурный бренд – это ядро конкурентоспособности культурной индустрии и важное проявление национальной культурной «мягкой силы». Культурный бренд, как воплощение

материальных и нематериальных активов, является показателем уровня развития культурной индустрии [1. С. 117]. Традиционный кубанский костюм в этом контексте представляет особый интерес как явление, сформировавшееся в результате длительного культурного синтеза, отличающееся богатой орнаментальной системой и характерной цветовой выразительностью.

Исследователями уже предпринимались попытки описать трансформацию кубанского костюма в условиях современного дизайна [2. С. 51]. Однако большинство из них рассматривали этот процесс преимущественно с историко-этнографической точки зрения, не затрагивая специфику проектирования авторского бренда как системной коммуникативной единицы. Вышивка кубанского женского костюма изучалась в контексте территориального брендинга [3. С. 8], однако вопрос о принципах построения целостной бренд-стратегии на основе орнаментики остается неразработанным.

Цель, задачи и предмет исследования. Цель исследования – выявить особенности и принципы использования орнаментики традиционного кубанского костюма при создании авторских брендов одежды. Для достижения цели поставлены следующие задачи: охарактеризовать художественную специфику орнаментики кубанского женского костюма; описать ее семантический и символический потенциал; систематизировать стратегии трансформации этнических орнаментов в системе авторского бренда; выявить риски утраты культурной аутентичности при коммерческом использовании орнаментики; предложить концептуальную модель проектирования авторского бренда на основе кубанской орнаментики. Предметом исследования выступает трансформация орнаментики традиционного кубанского костюма в современных авторских брендах одежды.

Научная новизна исследования состоит в том, что впервые орнаментика кубанского костюма рассматривается как комплексная проектная система, органично встраиваемая в брендинговые стратегии авторской моды.

Методология и методы исследования. В основу методологии данного исследования положены научные публикации по этнографии и орнаментике кубанского костюма; статьи по теории и практике этнодизайна; описания музейных образцов кубанского женского костюма; материалы кафедры дизайна костюма Кубанского государственного университета; работы по семиотике и теории бренда в дизайне одежды.

В работе использован комплекс взаимодополняющих методов, таких как историко-культурный – для анализа формирования орнаментальной системы кубанского костюма в контексте региональной культуры; сравнительный – для соотнесения традиционных орнаментальных образцов с современными дизайнерскими практиками; семиотический – для выявления знаково-символической функции орнаментальных мотивов; структурно-композиционный – для анализа ритма, масштаба и локализации орнамента в изделии; проектный – для разработки модели трансформации орнаментики в систему авторского бренда.

Источниковая / эмпирическая база исследования. Орнаментике и вышивке кубанского населения посвящены работы Н.А. Гангур, являющиеся базовыми этнографическими источниками по данной теме. В ее монографии «Орнамент народной вышивки славянского населения Кубани XIX – начала XX века» систематизированы мотивы, техники и цветовые решения кубанской вышивки; описаны геометрические, растительные, зооморфные, антропоморфные и эпиграфические группы орнаментов [4. С. 45]. В монографии Н.А. Гангур и М.В. Шараповой «Традиции и мода в костюме кубанского казачества» рассмотрен костюмный комплекс в его историческом развитии с учетом взаимодействия народных традиций и городской моды [5. С. 171].

Проектному измерению кубанского костюма посвящена статья О.А. Зиминной, М.Б. Похлебаевой и Е. И. Набоковой, в которой предложена концептуальная модель проектирования современной женской одежды в этническом стиле на основе традиционного

костюма кубанской казачки. Авторы выделяют четыре блока проектной работы: базу знаний о традиционном костюме, базу данных об условиях проектирования, методологию проектирования и непосредственно художественное проектирование [6. С. 83].

Е.В. Василенко и П.Г. Василенко рассматривают вышивку женского кубанского костюма как ресурс для создания территориального бренда, показывая, что орнаментальные мотивы кубанского костюма могут быть преобразованы в элементы графической айдентики [7. С. 368]. Среди более широких контекстов выделяются работы, посвященные этническому костюму в современной моде: его роли в синтезе культур и формировании новых стилей [8. С. 93], а также функции орнамента в художественном проектировании костюма [9. С. 771].

Обзор источниковой базы исследования позволяет констатировать, что, во-первых, историко-этнографическое описание кубанского костюма хорошо разработано; во-вторых, отдельные аспекты его использования в современном дизайне намечены, но не систематизированы; в-третьих, практически отсутствуют работы, рассматривающие орнаментику кубанского костюма как основу целостной бренд-системы авторской моды. Именно этот пробел призвано восполнить настоящее исследование.

Основная часть. Кубань сложилась как поликультурный регион в результате многоволновой колонизации, прежде всего переселенцами из Полтавской, Черниговской, Екатеринославской и центрально-черноземных губерний России, что непосредственно отразилось на характере женского костюма [10. С. 72]. По определению Н.А. Корсаковой, Кубань – «это уникальный район, где на протяжении двухсотлетнего периода элементы восточнорусской культуры взаимодействуют с элементами южнорусской культуры» [11. С. 541]. Результатом этого взаимодействия стала самобытная орнаментальная система, в которой сочетаются геометрическая строгость великорусской традиции, растительная пышность украинской вышивки и лаконичная графичность декора, характерная для казачьего воинского уклада [12. С. 108].

Основным носителем орнамента в женском костюме была рубаша, а также юбка, нижняя юбка, кофта («парочка») и пояс. Вышивка традиционно располагалась в конструктивно значимых зонах – по вороту, полику, рукаву, манжету и подолу [13. С. 39]. Это размещение не было случайным: оно имело как эстетическое, так и сакральное обоснование, связанное с представлениями о границах тела и пространства, нуждающихся в символической защите.

Цветовая система кубанской вышивки основана на сочетании белого фона, красного и черного цветов. Как указывает Н.А. Гангур, «любимые цвета вышивки – черный и красный, фон белый» [5. С. 304]. В ряде источников подчеркивается символическая нагруженность этой триады: белый – жизненное начало и чистота, красный – жизнь, любовь, здоровье, черный – плодородная кубанская земля. Именно эта устойчивая цветовая система составляет один из наиболее узнаваемых и воспроизводимых элементов региональной идентичности, обладающих потенциалом для включения в фирменный стиль авторского бренда.

В составе орнаментов выделяется пять типологических групп (см. схему 1).

Орнамент традиционного костюма выполнял несколько взаимосвязанных функций: этнодифференцирующую, магико-религиозную, эстетическую, сословную и практическую. Соотношение этих функций менялось в зависимости от типа костюма (будничного, праздничного, обрядового) [6. С. 86]. Для современного авторского бренда принципиально важно, что орнамент исторически нес в себе не только визуальный, но и смысловой код, работавший в системе культурной коммуникации.

Применительно к задачам бренд-дизайна это означает следующее: орнамент не просто «украшает» изделие, но транслирует набор культурных значений, на которых может быть выстроена концепция марки. При таком подходе бренд приобретает нарративную глубину, недостижимую за счет одной лишь стилизации: каждый орнаментальный мотив несет отсылку к системе представлений, живущих в коллективной памяти [14. С. 35]. Особую ценность

при этом представляют эпиграфические мотивы, позволяющие вводить в айдентику бренда текстовое измерение – фрагменты народной мудрости, переосмысленные как слоган, этикетка, паттерн.

Схема 1. Типологические группы орнаментов



Важно также учитывать принцип пространственной локализации орнамента в традиционном костюме: его размещение в зонах «перехода» – ворот, рукава, манжет, подол – было обусловлено семантикой границы и защиты. Переноса этот принцип в современное изделие, дизайнер не просто воспроизводит визуальную цитату, но воссоздает логику пространственной организации декора, что придает изделию большую концептуальную целостность.

На основе анализа теоретических источников и практического материала по этнодизайну выделим четыре базовые стратегии трансформации кубанской орнаментики в системе авторского бренда (таблица 1)..

Таблица 1. Стратегии трансформации кубанской орнаментики в системе авторского бренда

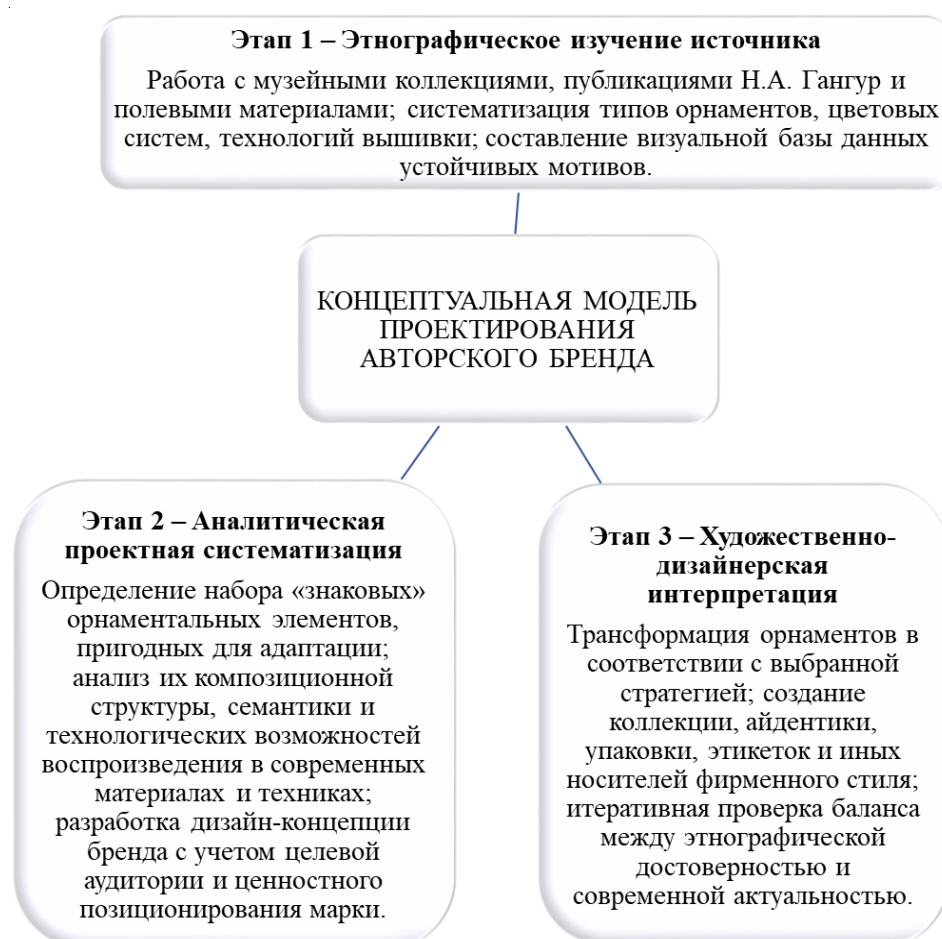
Стратегия 1. Локальный декоративный акцент	Орнамент применяется в виде вышивки или принта на конструктивно значимых зонах изделия – воротнике, манжетах, планке, поясе, подоле, фасонных швах или внутренних деталях (подкладка, внутренний карман, этикетка). Эта стратегия позволяет соблюдать баланс между «акцентом и нюансом», при котором «национальные черты лишь угадываются, а не доминируют» [6. С. 81], что отвечает требованиям актуального городского гардероба.
Стратегия 2. Орнамент как модульный паттерн	Традиционный мотив переводится в повторяющийся графический раппорт и тиражируется на ткани, подкладке, упаковке, ярлыках, сайте и других носителях фирменного стиля [3. С. 10]. Стратегия позволяет превратить орнамент из элемента единичного изделия в системообразующую ось визуальной айдентики бренда. Особенно продуктивно использование геометрических мотивов с их высокой модульностью и масштабируемостью.

продолжение Таблицы 1

Стратегия 3. Знаковая редукция	Один устойчивый орнаментальный мотив – роза, ромб, петух, крестовый элемент или фрагмент эпиграфического орнамента – редуцируется до графического символа и используется как логотип, монограмма, знак коллекции. Именно этот путь трансформации подчеркивается в исследовании вышивки как ресурса территориального брендинга, так как «наиболее оригинальными признаками кубанской вышивки» названы мотив петуха, текстовые фрагменты и красно-черная гамма на белом фоне [3. С. 7].
Стратегия 4. Нарративная коллекция	Семантика орнаментов становится сюжетной основой всей сезонной коллекции: каждый блок изделий связан с определенным культурным нарративом – «казачий дом», «степной ветер», «праздничный костюм», «память станицы», «свадьба» [14. С. 129]. В этом случае орнамент, силуэт, цвет и фактура подчинены общей концептуальной идее, а бренд выстраивает художественное высказывание, а не набор этнических цитат.

Обобщение выявленных стратегий позволяет предложить концептуальную модель проектирования авторского бренда на основе кубанской орнаментики, включающую три последовательных этапа (см. схему 2).

Схема 2 этапы концептуальной модели проектирования авторского бренда



Данная модель согласуется с концептуальной схемой, предложенной О.А. Зиминной и ее соавторами, и развивает ее применительно к специфике бренд-проектирования, а не только к разработке одиночной коллекции.

Несмотря на высокий потенциал кубанской орнаментики как ресурса для авторского бренда, ее использование сопряжено с рядом рисков, которые необходимо учитывать в проектной практике.

Первый риск – *поверхностная декоративизация*: механический перенос орнамента без учета его культурного контекста, структуры и семантики ведет к производству стилистически обобщенных, «этнографических по внешнему виду, но пустых по смыслу» образов [9. С. 774].

Второй риск – *культурная апроприация без атрибуции*: использование орнамента без ссылки на источник и без осмысления его принадлежности конкретной культурной традиции может вести к десакрализации и обесценению регионального наследия [15. С. 31].

Третий риск – *стилистическая эклектика*: произвольное смешение мотивов разных этнических традиций без опоры на структурную логику кубанской орнаментики создает визуально несогласованные результаты и разрушает идентичность бренда [14. С. 124].

Четвертый риск – *коммерческое упрощение*: требования серийного производства и ценовая оптимизация нередко приводят к замене вышивки на печать, изменению цвета, масштаба и техники, что ослабляет связь с первоисточником. Преодоление этого риска возможно через работу с малотиражными капсульными коллекциями, сотрудничество с народными мастерами и ремесленными производствами.

Таким образом проведенное исследование позволяет сделать следующие выводы.

1. Орнаментика традиционного кубанского костюма обладает высоким потенциалом для использования в авторских брендах одежды благодаря характерной цветовой системе (красно-черная на белом фоне), богатству типологических групп (геометрические, растительные, зооморфные, антропоморфные, эпиграфические) и семантической насыщенности каждого мотива.

2. Наиболее перспективными для бренд-проектирования являются эпиграфические и геометрические мотивы: первые открывают возможности для вербально-визуального синтеза, вторые – для паттернирования и масштабирования в системе фирменного стиля.

3. Систематизация стратегий трансформации – локальный акцент, паттерн, знаковая редукция, нарративная коллекция – позволяет дизайнерам выбирать тип работы с орнаментом в зависимости от концепции бренда, целевой аудитории и ассортиментной политики.

4. Концептуальная модель трехэтапного проектирования (этнографическое изучение ! аналитическая систематизация ! художественно-дизайнерская интерпретация) обеспечивает баланс между аутентичностью источника и актуальностью продукта.

5. Ключевым условием продуктивного использования кубанской орнаментики является последовательная работа с первоисточником, а не его поверхностное цитирование – только при таком подходе орнамент становится основой визуальной идентичности марки, а не лишь декоративным элементом.

Практическая значимость исследования определяется применимостью его выводов в проектировании авторских коллекций одежды, разработке бренд-стратегий, этнокультурном маркетинге и образовательных программах по дизайну костюма. Перспективой дальнейших исследований является разработка типологии цифровых методов адаптации кубанских орнаментов, включая параметрическое проектирование и генеративные инструменты, а также сравнительный анализ региональных школ народного костюма Южного федерального округа как источников авторских брендов одежды.

Литература

1. Ни Цзяоцзяо, Кучинская Т.Н. Культурный брендинг в репрезентативных практиках китайской мягкой силы // Дискурс-Пи. 2017. № 3–4 (2829). Т. 14. С. 115–119.

2. Шарапова М.В. Традиции и новации в культурно-историческом развитии костюма кубанского казачества (женская одежда второй половины XIX – начала XX века) // Культурная жизнь Юга России. 2011. № 3 (41). С. 51–53.
3. Василенко Е.В., Лопасова В.С., Барсукова Н.И., Василенко П.Г. Вышивка женского кубанского костюма – выявление идентичности для создания территориального бренда // Костюмология. 2024. Т. 9. № 3. С. 1–12.
4. Гангур Н.А. Орнамент народной вышивки славянского населения Кубани XIX – начала XX века. Краснодар: Советская Кубань, 1999. 80 с.
5. Гангур Н.А., Шарапова М.В. Традиции и мода в костюме кубанского казачества: середина XIX – начало XX века. Краснодар: Традиция, 2014. 349 с.
6. Зимина О.А., Похлебаева М.Б., Набокова Е.И. Аспекты трансформации традиционного костюма кубанской казачки при создании коллекций одежды в этническом стиле // Культурная жизнь Юга России. 2022. № 3 (86). С. 80–88
7. Василенко П.Г., Василенко Е.В. Интеллектуальный ландшафт народного искусства Кубани и республики Адыгея // Россия и мир: развитие цивилизаций. Трансформация политических ландшафтов за период 1999–2019 годы: Материалы IX международной научно-практической конференции: в 2-х частях / под ред. О.Н. Слобогчикова. Ч. 1. М.: Институт мировых цивилизаций, 2019. С. 364–372.
8. Ярошенко И.В. Традиционный бытовой костюм кубанских казаков XIX – начала XX веков (из истории развития форм и конструкций). Краснодар: КГУКИ, 2010. 160 с.
9. Графова Е.С. Традиционное народное искусство и возможности художественного текстиля в дизайн-проектировании костюма // Гуманитарное пространство. 2018. Т. 7. № 4. С. 771–775.
10. Вакуленко Е.Г. Народная культура кубанского казачества. Краснодар: Традиция, 2009. 111 с.
11. Корсакова Н.А., Матвеев О.В. Традиционная народная культура // Очерки истории Кубани / под ред. В.Н. Ратушняка. Краснодар: Советская Кубань, 1996. С. 538–554.
12. Богуславская И.Я. Художественные особенности русской народной вышивки с геометрическим орнаментом XIX начала XX вв. // Советская этнография. 1982. № 11. С. 101–112.
13. Беловинский Л.В. История русской материальной культуры. Ч. 1. М.: Изд-во МГУК, 1995. 112 с.
14. Мухутдинова Р.Ф. Этнические элементы в современной моде: синтез культур и формирование новых стилей // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2024. № 2 (118). С. 123–131.
15. Ляхова Е.В. Этнические элементы в системе авторского бренда одежды: между аутентичностью и стилизацией // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета технологии и дизайна. Серия 2: Исствоведение. Филологические науки. 2021. № 4. С. 31–38.

Features of using ornamentation of traditional Kuban costume in creating original clothing brands

Kul'turnayazhizn' Yuga Rossii – Cultural Studies of Russian South, 2026, 3 (102), 129–137
DOI: 10.24412/2070-075X-2026-3-129-137

Olga A. Zimina, Kuban State University (Krasnodar, Russian Federation). E-mail: 4377431@mail.ru
Maya B. Pokhlebaeva, Kuban State University (Krasnodar, Russian Federation). E-mail: 2s_m@mail.ru

Victoria V. Goppe, Kuban State University (Krasnodar, Russian Federation). E-mail: goppeviktorya@mail.ru

Keywords: Kuban costume, ethnic design, author's brand, cultural identity, transformation of tradition, decorative and applied arts, clothing design.

The contemporary fashion industry demonstrates a steady and growing interest in ethnocultural sources as a resource for shaping a brand's unique visual language. In the face of intense competition among designer clothing brands, regional identity is increasingly becoming a significant competitive advantage, enabling the development of a recognizable figurative language that appeals to the consumer's cultural memory. A cultural brand is the core of the cultural industry's competitiveness and an important manifestation of national cultural “soft power”.

The relevance of this study is determined, firstly, by the growing practical need of designer brands in the Krasnodar Territory for scientifically sound tools for working with regional heritage and, secondly, by the insufficient theoretical development of the relationship between ethnographic authenticity and design transformation in the process of creating a contemporary designer collection.

A review of the existing literature allows us to conclude that: 1) the historical and ethnographic description of the Kuban costume is well developed; 2) certain aspects of its use in contemporary design have been outlined, but not systematized; 3) There are virtually no studies examining the ornamentation of Kuban costumes as the basis for a holistic brand system of designer fashion. This study aims to fill this gap.

For a modern designer brand, it is crucial that ornamentation historically carried not only a visual but also a semantic code, functioning within the system of cultural communication.

In relation to brand design tasks, this means the following: ornamentation not only “decorates” a product but conveys a set of cultural meanings upon which a brand concept can be built.

Based on an analysis of theoretical sources and practical material on ethnodesign, four basic strategies for transforming Kuban ornamentation within a designer brand system are identified: Strategy 1: Local decorative accent; Strategy 2: Ornamentation as a modular pattern; Strategy 3: Iconic reduction; Strategy 4: Narrative collection.

A summary of the identified strategies allows us to propose a conceptual model for designing an original brand based on Kuban ornamentation, comprising three sequential stages: Stage 1 – Ethnographic study of the source, Stage 2 – Analytical project systematization, Stage 3 – Artistic and design interpretation.

This model is consistent with the conceptual framework proposed by O.A. Zimina and co-authors and develops it for the specifics of brand design, not just the development of a single collection.

References

1. Ni, Jiaojiao & Kuchinskaya, T.N. (2017) Kul'turnyy brending v reprezentativnykh praktikakh kitayskoy myagkoy sily [Cultural Branding in Representative Practices of Chinese Soft Power]. *Diskurs-Pi – Discourse-Pi*. 3–4 (2829). Vol. 14. pp. 115–119.
2. Sharapova, M.V (2011). Traditsii i novatsii v kul'turno-istoricheskom razvitii kostyuma kubanskogo kazachestva (zhenskaya odezhda vtoroy poloviny XIX – nachala XX veka) [Traditions and innovations in the cultural and historical development of the Kuban Cossack costume (women's clothing of the second half of the 19th – early 20th centuries)]. *Kul'turnaya zhizn' Yuga Rossii – Cultural life of the South of Russia*. 3 (41). pp. 51–53.
3. Vasilenko, E.V., Lopasova, V.S., Barsukova, N.I. & Vasilenko, P.G. (2024) Vyshivka zhenskogo kubanskogo kostyuma – vyyavleniye identichnosti dlya sozdaniya territorial'nogo brenda [Embroidering a Kuban Women's Costume: Identifying Identity for the Creation of a Regional Brand]. *Kostyumologiya – Costume design*. Vol. 9. 3. pp. 1–12.
4. Gangur, N. A. (1999) *Ornament narodnoy vyshivki slavyanskogo naseleniya Kubani XIX – nachala XX veka* [Ornament of folk embroidery of the Slavic population of Kuban in the 19th – early 20th centuries]. Krasnodar: Soviet Kuban.

5. Gangur, N.A. & Sharapova, M.V. (2014) *Traditsii i moda v kostyume kubanskogo kazachestva: seredina XIX - nachalo XX veka* [Traditions and fashion in the costume of the Kuban Cossacks: mid-19th – early 20th centuries]. Krasnodar: Tradition.
6. Zimina, O.A., Pokhlebaeva, M. B. & Nabokova, E.I. (2022) *Aspekty transformatsii traditsionnogo kostyuma kubanskoy kazachki pri sozdaniy kolektsiy odezhdy v etnicheskom stile* [Aspects of the transformation of the traditional costume of the Kuban Cossack woman when creating clothing collections in ethnic style]. *Kul'turnaya zhizn' Yuga Rossii – Cultural life of the South of Russia*. 3 (86). pp. 80–88
7. Vasilenko, P.G. & Vasilenko E.V. (2019) *Intellectual'nyy landschaft narodnogo iskusstva Kubani i respubliki Adygeya* [Intellectual landscape of folk art of Kuban and the Republic of Adygea]. In: Slobotchikov, O.N. (ed.) *Rossiya i mir: razvitiye tsivilizatsiy. Transformatsiya politicheskikh landshaftov za period 1999–2019 gody: Materialy IX mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii: v 2-kh chastyakh* [Russia and the World: The Development of Civilizations. Transformation of Political Landscapes from 1999 to 2019: Proceedings of the IX International Scientific and Practical Conference: in two parts]. Part 1. pp. 364–372.
8. Yaroshenko, I.V. (2010) *Traditsionnyy bytovoy kostyum kubanskikh kazakov XIX – nachala XX vekov (iz istorii razvitiya form i konstruktсий)* [Traditional everyday costume of the Kuban Cossacks of the 19th century – early 20th century (from the history of the development of forms and designs)]. Krasnodar: Krasnodar State University of Culture and Arts.
9. Grafova, E.S. (2018) *Traditsionnoye narodnoye iskusstvo i vozmozhnosti khudozhestvennogo tekstilya v dizayn-proyektirovanii kostyuma* [Traditional folk art and the possibilities of artistic textiles in costume design]. *Gumanitarnoye prostranstvo – Humanitarian space*. Vol. 7. 4. pp. 771–775.
10. Vakulenko, E.G. (2009) *Narodnaya kul'tura kubanskogo kazachestva* [Folk culture of the Kuban Cossacks]. Krasnodar: Traditsiya Publishing House.
11. Korsakova, H.A. & Matveev, O.V. (1996) *Traditsionnaya narodnaya kul'tura* [Traditional folk culture]. In: Ratushnyak, V.N. (ed.) *Ocherki istorii Kubani* [Essays on the history of Kuban]. Krasnodar: Soviet Kuban. pp. 538–554.
12. Boguslavskaya, I. Ya. (1982) *Khudozhestvennyye osobennosti russkoy narodnoy vyshivki s geometricheskimi ornamentami XIX – nachala XX vv.* [Artistic features of Russian folk embroidery with geometric ornament of the 19th – early 20th centuries]. *Sovetskaya etnografiya – Soviet ethnography*. 11. pp. 101–112.
13. Belovinsky, L. V. (1995) *Istoriya russkoy material'noy kul'tury* [History of Russian Material Culture]. Moscow: Publishing house MGUK.
14. Mukhutdinova, R. F. (2024) *Etnicheskiye elementy v sovremennoy mode: sintez kul'tur i formirovaniye novykh stiley* [Ethnic elements in modern fashion: synthesis of cultures and formation of new styles]. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo universiteta kul'tury i iskusstv – Bulletin of the Moscow State University of Culture and Arts*. 2 (118). pp. 123–131.
15. Lyakhova, E.V. (2021) *Etnicheskiye elementy v sisteme avtorskogo brenda odezhdy: mezhdum autentichnost'yu i stilizatsiyey* [Ethnic elements in the system of the author's clothing brand: between authenticity and stylization]. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo universiteta tekhnologii i dizayna. Seriya 2: Iskusstvovedeniye. Filologicheskiye nauki – Bulletin of the Saint Petersburg State University of Technology and Design. Series 2: Art History. Philological Sciences*. 4. pp. 31–38.