

УДК 391(510)

Динамизм и универсальность КИТАЙСКОЙ МОДЫ

Мао Юнпэн

Учреждение образования «Белорусский государственный
университет культуры и искусств», Минск

В исследовании раскрываются факторы, обусловившие стремительное развитие современной моды в Китайской Народной Республике. Отмечается, что в странах Запада и Востока наблюдается повышенный интерес к китайским модным брендам, актуализация китайского стиля на модных подиумах как Поднебесной, так и на мировых модельных форумах. Подчеркивается, что мода в КНР постепенно становится эффективным сегментом культурной индустрии. Это детерминировано системной модернизацией, демократизацией, расширением межкультурных коммуникаций, что вызывает кардинальные изменения потребительского отношения китайского общества.

Ключевые слова: мода, Китай, динамизм, универсальность, бренд, дизайн, коллекция, стиль.

(Искусство и культура. – 2025. – № 2(58). – С. 77–81)

Dynamism and Universality of Chinese Fashion

Mao Yunpeng

Education Establishment “Belarusian State University of Culture and Arts”, Minsk

The article reveals the factors that caused the rapid development of modern fashion in the People’s Republic of China. It is noted that in the countries of the West and the East there is an increased interest to Chinese fashion brands, relevance of Chinese style on fashion catwalks both in China and on the world model forums. It is concluded that fashion in the PRC is gradually becoming an effective segment of the cultural industry. This is determined, in our opinion, by systemic modernization, democratization, expansion of intercultural communications, which has led to fundamental changes in the consumer attitude of Chinese society.

Key words: fashion, China, dynamism, versatility, brand, design, collection, style.

(Art and Cultur. – 2025. – № 2(58). – P. 77–81)

Современная мода Китая представляет собой уникальный синтез традиционного наследия и глобальных тенденций, отражающий глубокие социокультурные трансформации в обществе. На протяжении XX–XXI веков китайская мода прошла путь от идеологической унификации до активной интеграции в мировое фэшн-пространство. Актуальность исследования обусловлена возрастающим интересом к китайским брендам как на Востоке, так и на Западе, а также превращением моды в значимый сегмент культурной индустрии КНР. Поэтому необходимо рассмотреть ключевые этапы эволюции китайской моды: от революционного отказа от западных стандартов в пользу стиля милитари и суньятсеновки до возрождения традиционного

ципао и активного заимствования международных трендов в эпоху реформ и открытости. В связи с этим следует уделить особое внимание роли государственной политики, межкультурных коммуникаций и рыночных преобразований в формировании динамичной и универсальной модной индустрии.

Цель исследования – анализ факторов, обусловивших стремительное развитие современной китайской моды, включая системную модернизацию, демократизацию общества и расширение международного сотрудничества. В работе прослеживается трансформация моды КНР от инструмента идеологического контроля до эффективного элемента культурной индустрии,

Адрес для корреспонденции: e-mail: maoyunpeng@gmail.com – Мао Юнпэн

способствующего экономическому росту и укреплению национальной идентичности в глобальном контексте.

Основные этапы развития моды в КНР.

На рубеже XIX–XX вв. китайское общество испытывало сильное воздействие западной моды. Изящная одежда Запада, неограниченный цвет одежды и костюмы звезд кино и эстрады привлекали внимание к их одежде и аксессуарам. Ситуация коренным образом изменилась с образованием Китайской Народной Республики (1949 г.). Одной из важнейших задач социалистического государства стало формирование принципиально иной от Запада новой социалистической моды. Западная мода интерпретировалась Компартией и правительством Китая как стремление капиталистического общества навязать китайцам буржуазный образ жизни.

В связи с этим была проведена реформа в сфере одежды, согласно которой в нарядах китайского общества произошли серьезные изменения. Западные костюмы, кожаная обувь, аксессуары, ранее символизирующие социальный статус человека, отменялись. Мужчинам предписывалось носить простую военную форму из грубой ткани, серую рабочую одежду и синее пальто. Женщинам рекомендовалось использовать платья с различными принтами (булацзи), стиль и фасон которых был простым и открытым, удобным и естественным в носке. Традиционное платье ципао в течение последующих десятилетий находилось в упадке. Вместо шелка для изготовления женской одежды применялся простой хлопок.

Таким образом, в послереволюционные годы население КНР ориентировалось в основном на моду милитари, сформировавшуюся в революционный период и в годы борьбы с японской агрессией. «Вплоть до политики реформ и открытости (1970-е гг.), – отмечает исследователь моды Сюй Юань, – китайцы не тратили на модную одежду ни одного юаня. На улицах Китая преимущественно можно было видеть одноцветную с длинными рукавами одежду, ватное пальто. Одежда китайцев того времени не имела ни цветов, ни стиля, ни индивидуальных отличий. До конца 1970-х гг. в Китае не практиковались какие-либо показы мод» [1, с. 33].

Культовой одеждой этого периода стала суньятсеновка, которую носили китайцы по всей стране. Она же была официальным нарядом, представляющим китайскую нацию. Как пишут Цзан Инчунь и Сюй Цянь, «суньятсеновка имела свои восточные культурные

особенности: непринужденность, естественность и достоинство» [2, с. 146]. Она была очень практичной, удобной в ношении, универсальной для всех слоев населения. Данный костюм соответствовал традиционной китайской одежде и интровертному, сдержанному национальному характеру народа. В суньятсеновке воплотилась восточная гармоничная красота, китайская эстетика и национальный колорит. Помимо прочего, этот наряд изготавливался как из высококачественных тканей, так и обычных, его носили рабочие, его использовали в торжественных официальных и семейных торжествах, он подходил как взрослым и пожилым людям, так и молодежи. Суньятсеновка не потеряла своего значения и в настоящее время, она пользуется популярностью среди китайского населения разных социальных слоев.

К началу 1980-х годов появилась социальная основа для возникновения в КНР современной моды с китайской спецификой. В процессе реализации политики реформ и открытости, как подчеркивает Чжу Хуанлянь, решение социальных вопросов характеризовалось большей демократичностью, идеологические концепции становились более гибкими, расширялись китайские коммуникации с зарубежными странами. После культурной революции китайцы, привыкшие к серому, черному и синему цвету в нарядах, начали освобождаться от них [3, с. 11].

В конце XX века ципао снова любимый наряд китайцев, так как оно наиболее выразительно выделяло особенности телосложения и темперамент женщин Китая. Постепенно данный наряд вышел даже на международный подиум. Так, в 1998 г. известный западный дизайнер бренда Dior Джон Гальяно на показе осенне-зимней коллекции в Париже представил несколько моделей в ципао. В это же время в КНР распространяется джинсовая одежда, отличающаяся простым и естественным стилем. Джинсовая мода сегодня после потрясений от культурной революции явно доминирует в китайской моде.

В 1979 г. с согласия высших инстанций КНР в Пекине состоялся первый показ французской моды, организованный всемирно известным модельером Пьером Карденом. Среди реципиентов было значительное количество официальных лиц и технических специалистов из сферы внешней торговли и швейного производства. Коллекцию западноевропейских модных нарядов «демонстрировали четыре японских и восемь французских моделей. Зрители были потрясены шикарными

и легкими шагами моделей, их развевающими юбками, кофтами с широкими плечами, тонкими талиями, узкими и красивыми бедрами, стройным телом [4].

Два показа данной коллекции прошли и в Шанхае, где к модному шоу готовились очень тщательно. Даже посетители презентации французской моды проходили строгий отбор. Специалистам, занимающимся производством одежды, было поручено детально изучить технологию изготовления демонстрируемых моделей и ткани, из которых они производились.

В 1980 г. модные коллекции снова представили в Шанхае, которые организовали японское агентство «Nian» и модельное агентство США «Хао Ши Дейтон». Мода Франции, США и Японии вызвала огромный интерес среди значительной части китайского общества. Особенно повышенное внимание к ней было у молодежи. Как признавались Хуа Мэй и Цзя Вэй, «западная мода взволновала присутствующих китайцев, которые полностью погрузились в индивидуальность и энергию шоу» [5, с. 9].

В 1982 г. после продолжительного перерыва в китайско-советском сотрудничестве состоялся показ советского дизайна модной одежды. Шоу вызвало феноменальный успех: китайцы закупили 640 000 модных предметов на сумму 14 млн долларов США [6, с. 231].

На протяжении последних десятилетий китайцы стремились интегрировать в свою культуру элементы международных фэшн-индустрий – от европейских до азиатских. Этот процесс стал отражением глубоких трансформаций в обществе, где стремительный технологический прогресс и социальные изменения открыли доступ к глобальным трендам, благодаря чему постепенно формировался новый эстетический ландшафт повседневности.

Анализ представленных различными западными модельными агентствами коллекций модной одежды выявил большой разрыв в сфере дизайна одежды, а также показал, что китайская модная одежда того времени была далека от мирового рынка моды. Перед производителями Поднебесной встала задача создания собственной моды в контексте западного дизайна, но с китайской спецификой. Швейной промышленности руководством КНР была поставлена задача – расширить экспортную торговлю модной одеждой и способствовать развитию производства с тем, чтобы эстетизировать жизнь людей.

Превращение китайской моды в важнейший сегмент культурной индустрии

страны. Для воплощения этой инициативы в начале 1980-х государственные структуры КНР сформировали экспериментальный творческий коллектив при Шанхайской швейной компании, выступившей в качестве пионера в области демонстрации одежды. Однако из-за политического контекста эпохи в официальных материалах избегали западных понятий вроде «модель» или «мода», заменяя их нейтральными формулировками. Переломным стал 1981 год, когда китайские специалисты самостоятельно провели дебютный показ: от разработки коллекций до обучения демонстраторов и сценографии. Это событие положило начало становлению моделирования как профессиональной сферы деятельности в государстве.

Параллельно в Пекине состоялась презентация европейских дизайнерских работ под руководством Сун Хуайгуй, представившая творчество Пьера Кардена. Из 40 участников дефиле лишь двое имели зарубежное гражданство – остальные были набраны среди китайской творческой молодежи. Подобные проекты стимулировали кросс-культурный диалог и сочетали глобальные эстетические тренды с локальными кадрами. Данное событие подчеркнуло растущее желание знать значительно больше о международной моде, но сохранять при этом национальную идентичность [7, с. 22]. В 1983 году в Шанхае прошла масштабная выставка текстильной продукции, объединившая производителей легкой промышленности из пяти провинций Китая. Масштаб события вызвал активный интерес со стороны медиа: ключевые моменты транслировались в прямом эфире государственными телесетями, а новостные платформы, такие как государственное «Народное вещание», авторитетная газета «Синьхуа» и англоязычное издание «Чайна Дейли», включили мероприятие в топы своих материалов. Повышенный статус форуму обеспечило участие членов правительственного аппарата и руководителей Компартии Китая, чье появление стало символическим акцентом ценности проекта.

По итогам просмотра официальные лица не только выразили поддержку инициативе, но и публично одобрили формат мероприятия, подчеркнув его значимость для развития отрасли.

Начиная с этого момента, на наш взгляд, китайская модная индустрия пережила настоящий прорыв. Ярким свидетельством тому стало открытие модельных агентств не только в Пекине и Шанхае, но и в иных крупных городах – Нанкине, Харбине, Цзинане,

Чэнду и ряде других. В последнее десятилетие XX века региональные фэшн-инициативы Китая интегрировались в глобальное пространство, что кардинально изменило подходы к организации индустрии. Традиционные административные модели, характерные для плановой экономики, уступили место рыночно ориентированным практикам с четким распределением ролей. Переломным моментом в этой трансформации стало появление в столице КНР организации New Silk Road Model Agency – новаторского проекта, который впервые систематизировал работу с моделями, установив отраслевые стандарты подготовки кадров и международного сотрудничества. Подобный проект не только адаптировал мировой опыт к местным реалиям, но и послужил катализатором для создания конкурентной среды в азиатском фэшн-сегменте. «Его создание ознаменовало сближение китайской моды с международной, переход от легализации к интернационализации, к формированию системы агентств, что предоставляло больше возможностей моделям, предлагая им более широкое поле деятельности и двусторонний выбор. Появление модельных агентств в определенной степени стимулировало развитие модельной индустрии в направлении формализации, регулировало модельный рынок и привело модельный рынок КНР в благоприятную операционную среду» [6, с. 230].

Развитие международного сотрудничества в сфере моды способствовало зарождению крупных проектов, сочетающих технологические инновации с художественным замыслом. Показателен в этом контексте финальный показ Шанхайского фестиваля моды и искусств 1996 года, реализованный при поддержке компании CATWALK. Проект предстал уникальной площадкой, где впервые в истории объединились модели из Китая и других стран, продемонстрировав гармоничное взаимодействие национального колорита с общепринятыми стандартами мировой индустрии.

На фоне рыночных преобразований конца XX столетия динамичный рост сектора фэшн-индустрии КНР послужил индикатором глубинных социокультурных сдвигов. Интеграция западных брендов в национальный рынок не только насытила его инновационными продуктами, но и выступила триггером переосмысления традиционных паттернов потребления. Индустрия fashion-показов, изначально воспринимавшаяся как

маркетинговый инструмент, постепенно обрела статус социального зеркала, отражающего эволюцию эстетических идеалов. К началу 2000-х годов синтез культурных кодов – от авангардных коллекций европейских дизайнеров до концептуальных работ китайских авторов – переформатировал восприятие одежды как социального маркера. Если ранее массовый спрос ограничивался утилитарными монохромными решениями, то сейчас приоритеты сместились в сторону кастомизации: вместо слепого копирования трендов сформировался запрос на многоуровневые визуальные нарративы, где функциональность сочеталась с авторским замыслом. Этот качественный скачок позволил отрасли выйти за рамки демонстрации коллекций, интегрировавшись в экономическую экосистему как самостоятельный сегмент. Сложившийся феномен «модельного рынка» (model-driven economy) объединил креативные индустрии, цифровые технологии и инвестиционные потоки, превратив эстетику в драйвер добавленной стоимости.

В первом десятилетии XXI века китайские подиумы стали яркой площадкой для переосмысления национальной культурной идентичности. Творцы моды, вдохновляясь многовековым наследием, перерабатывают исторические элементы в актуальные формы, рождая коллекции, где художественная глубина сочетается с новаторским подходом. Эти работы, балансирующие между прошлым и будущим, находят отклик не только на родине авторов, но и в глобальном модном сообществе. Сегодня творения китайских кутюрье регулярно презентуются на ведущих мировых площадках – от Милана и Парижа до Сеула и Лондона. Их участие в международных неделях моды и коллаборации с мировыми брендами превратили локальную эстетику в важнейший элемент глобальной индустрии, демонстрируя, как культурный код Поднебесной обретает универсальный визуальный язык.

Заключение. В условиях масштабных преобразований, охвативших Китай, динамично трансформируется сфера производства одежды и аксессуаров. Эта отрасль становится значимым драйвером не только экономического роста, но и инструментом установления новых культурных кодов в обществе. Параллельно наблюдается расширение ее влияния: от тенденций в повседневном гардеробе до переосмысления традиционных ценностей, что постепенно формирует уникальный синтез современности

и национальной идентичности в различных слоях китайского социума.

Таким образом, развитие китайской моды, пройдя путь от идеологической унификации к глобальной интеграции, стало ярким отражением социокультурных преобразований в КНР. Политика реформ и открытости, начатая в конце XX века, не только реанимировала традиционные элементы одежды, такие как ципао, но и создала условия для синтеза национальной эстетики с мировыми трендами. Сегодня китайская мода, балансируя между наследием и инновациями, превратилась в значимый сегмент культурной индустрии, демонстрируя универсальность через гармонию восточной философии и западного дизайна. Участие в международных показах, коллаборации с ведущими брендами и рост локальных фэшн-инициатив свидетельствуют о переходе от подражания к лидерству, где Китай не только перенимает, но и задает новые стандарты в глобальной модной индустрии.

Этот процесс доказывает, что мода стала не только инструментом самовыражения, но и мощным драйвером «мягкой силы» культуры и экономического роста.

ЛИТЕРАТУРА

1. Сюй Юань. Китайский модельный бизнес и перспективы / Сюй Юань // План и рынок. – 2001. – № 10. – С. 32–34.
2. Цзан Инчунь. Великолепие и элегантность традиционного китайского костюма. Китайская одежда и украшения: в поиске красоты и следование этикету на протяжении тысячелетий / Цзан Инчунь, Сюй Цянь; пер. с кит. Марии Аксютки. – Минск: Мастацкая літаратура, 2019. – 182 с.
3. Чжу Хуанлян. Хореография и организация исполнения костюма / Чжу Хуанлян. – Пекин: Китайская текстильная пресса, 2006. – 17 с.
4. Жуй Сюэ. Отказ от шаблона / Жуй Сюэ // Китай. – 2018. – № 6. – С. 18–19.
5. Хуа Мэй. Костюм и презентация / Хуа Мэй, Цзя Вэй. – Пекин: Экономическая пресса China Times, 2010. – 23 с.
6. Мао Юнпэн. Рецепция дизайна западной моды китайским обществом / Мао Юнпэн // Пути Поднебесной: сб. науч. тр. Вып. IX / редкол.: А.Н. Гордей (отв. ред.) [и др.]. – Минск: МГЛУ, 2022. – С. 229–233.
7. Ван Жунью. Об искусстве инсталляции в сценографии костюмированного представления / Ван Жунью, У Сун // Технология и дизайн обуви. – 2022. – № 2(16). – С. 21–23.

Поступила в редакцию 25.02.2025