

## ЭТНИЧЕСКИЙ СТИЛЬ КАК ТРЕНД СОВРЕМЕННОЙ МОДЫ КИТАЯ

**Мао Юньпэн,**

*соискатель ученой степени кандидата наук учреждения образования  
«Белорусский государственный университет культуры и искусств»*

**Аннотация.** В статье проанализирована актуализация в Китае этнического стиля современной моды. Отмечено, что на модных подиумах КНР, а также на площадках мировых модельерных форумов формируется повышенный интерес к китайским национальным модным брендам. Раскрыты факторы, которые обуславливают использование китайскими дизайнерами элементов аутентичных изделий, взятых из традиционной среды. Такие элементы приобретают в модных изделиях новые коннотации и смыслы.

**Ключевые слова:** Китай, мода, этнический стиль, дизайнеры, национальный костюм, *ханьфу*.

## ETHNIC STYLE AS A TREND IN MODERN FASHION IN CHINA

**Mao Yunpeng,**

*Competitor of a Scientific Degree of Candidate of Sciences of the Educational  
Institution «The Belarusian State University of Culture and Arts»*

**Abstract.** The article analyzes the actualization of the ethnic style of modern fashion in China and notes that on the fashion catwalks of the PRC, as well as on the platforms of world fashion design forums, there is an increased interest in Chinese national fashion brands. The author reveals the factors that determine the use by Chinese designers of elements of authentic products taken from the traditional environment. Such elements acquire new connotations and meanings in fashion products.

**Keywords:** China, fashion, ethnic style, designers, national costume, *hanfu*.

Исследование развития современной моды в Китае свидетельствует о том, что в настоящее время ряд фирм и компаний, производящих модные вещи, опираются на персонализированный ручной труд и творческое ремесло. Элементы аутентичных изделий, заимствованные из традиционной среды, приобретают в модных изделиях новое значение, наделяются символизмом и актуальными смыслами. Испол-

зование этнического стиля, который в китайской моде в последнее время приобретает все большее распространение, позволяет национальной моде сохранить оригинальность, самобытность, яркость и выразительность. Фольклору находится место даже в минималистических коллекциях. Это, на наш взгляд, обусловлено тем, что народные ремесла восполняют потребность в метафорическом символизме, способствуют выстраиванию исторического нарратива, а также помогают формированию культурной ценности отдельных брендов. Этнический стиль является неисчерпаемым источником вдохновения, в его границах дизайнеры создают различные по своей эмоциональной нагрузке образы. При этом костюм с этническими элементами становится отражением национального характера, особенностей проявления повседневной культуры, специфики окружающей среды. Используя язык символических кодов традиционных техник, дизайнеры создают не только современный визуальный образ, но одновременно вступают в коммуникативные отношения с потребителями модной индустрии.

Исследования показывают, что в наши дни внедрение элементов национального костюма модельерами КНР осуществляется в двух направлениях: дизайнеры обращаются к традициям материальной и духовной культуры региона, стремясь воссоздать образы, которые соответствуют данной этнокультурной традиции, а также заимствуют культурные традиции разных народов. «За время, прошедшее с момента реформ и открытости, китайцы постепенно начали избавляться от единообразия и шаблонного подхода в одежде, больше внимания начали уделять традиционному цвету и стилю, подчеркивающим этническую идентичность. Заметно расширилась и актуализировалась мода на изделия с ярко выраженными китайскими характеристиками. Активнее начал проявляться интерес к традициям своей страны» [4, с. 18].

Современные китайские дизайнеры стремятся использовать в своих коллекциях в основном орнамент того или иного этноса, проживающего на территории КНР, взятый как источник средств художественной выразительности. В 2020-х гг. на модных подиумах Китая значительно увеличилось количество изделий, выполненных в национальном стиле. Дизайнеры осовременивают классику и разрабатывают уникальные и высокохудожественные коллекции, которые с интересом воспринимаются не только в Китае, но и во всем мире. Так, модные изделия Хе Юн Кима неоднократно выставлялись не только в Китае, но и в Великобритании, Италии, Корее, Франции [7, с. 285]. Разнообразным является дизайнерское творчество Го Пэя. Свидетельством тому является платье «Magnificent Gold» («Великолепное золото»), экспонировавшееся на выставке «Китай сквозь увеличительное стекло» в Метрополитен-музее в 2015 г. Оно, как отмечала Кортни Р. Фу, произвело на всех посетителей ошеломительный эффект своей безудержной роскошью и экстравагантностью [5, с. 310]. В каталогах авторских выста-

вок значатся платья, головные уборы, обувь, изысканные аксессуары. В своих работах дизайнер свободно применяет и интерпретирует традиционные китайские образы, а также западные представления на тему Востока [8].

На Нью-Йоркских неделях моды 2018 и 2020 гг. была представлена коллекция «Essence» («Wudao») от китайского спортивного бренда «Линин». На ней презентовалась спортивная одежда традиционных для бренда красно-желтых цветов с элементами сучжоуской вышивки. В 2020 г. Нью-Йоркская неделя моды открывалась презентацией модного бренда «Mukzin» («Таинственный веер»). Презентовались женские куртки с элементами традиционной китайской культуры. Коллекция изобиловала непривычными цветами – розовым и оранжевым, желтым и лиловым. Обе коллекции были позитивно приняты известными дизайнерами и посетителями выставок. Популярностью на зарубежных подиумах пользуются такие китайские бренды, как «Линин», «Босьдэн», «Peacebird» и др. Успех брендов, на взгляд Жан Шаньчуна, обусловлен тем, что их «одежда подчеркивает типичный китайский стиль и восточную эстетику» [2, с. 57].

Сегодня на улицах китайских городов можно увидеть много девушек в ханьской национальной одежде с традиционными украшениями. В настоящее время количество китайцев, имеющих *ханьфу*, превысило 2 млн, и спрос на этот костюм продолжает расти, что в свою очередь обусловило интенсивное развитие связанного с ним производства и сбыта [1, с. 64].

В последнее время в Китае начали создаваться общественные объединения любителей костюма этносов, разделяющих философию, мировоззрение и традиционные ценности этих этносов. Объединения регулярно проводят мероприятия, направленные на популяризацию этнической культуры. Подобные представления привлекают внимание к традиционной одежде большого числа не только молодежи, но и людей старшего возраста [3].

Эту информацию подтверждают результаты анализа данных «Гордость за отечественные товары», обнародованные известной интернет-компанией «Байду» и Научно-исследовательским институтом при сайте «Жэньминьван», которые показывают, что с 2009 по 2019 г. коэффициент общественного интереса к китайским брендам повысился с 38 до 70 %. Высокий коэффициент интереса к китайским брендам и за рубежом. Как свидетельствует Китайский исследовательский центр бизнес-данных «CBNDData», на интернет-платформе «Tmall» продукцию китайских брендов в 2019 г. стало покупать в 30 раз больше зарубежных потребителей, чем годом раньше. На этой же платформе в 2019 г. в поисковом окне 1 млрд раз вводились названия известных фирм («лаоцзыхао»), при этом продукцию фирм приобрели свыше 86 млн пользователей [1, с. 65].

На наш взгляд, интерес к китайскому дизайну модной одежды и ее производству обусловлен ростом экономической мощи страны, усилением национальной идентичности китайских потребителей. Выбирая национальные бренды, покупатели тем самым стремятся с их помощью выразить себя и уверенность в традиционной культуре. Одновременно это свидетельствует и том, что в процессе системной модернизации всех сфер китайского общества потребительские интересы населения существенно изменились. В дореформенный период китайцы в основном носили одноцветную одежду непритязательного кроя, т. к. для них была важна практическая сторона вопроса. Сегодня, как отмечает Сюй Юань, на первый план все заметней начало выступать стремление к духовной и эстетической составляющим, которые отражают ключевые тенденции современной эпохи [6, с. 32]. Поменялась стилистика. В предыдущие годы модной была утонченная эстетика китайской классики. Сейчас в дизайне одежды и аксессуаров используются традиционные элементы из коллективной памяти современного поколения. В этих «винтажных» вещах воплощаются представления молодых китайцев о своей истории и национальной культуре.

1. Ван Цянь. Мода на все китайское / Ван Цянь // Китай. – 2022. – № 5. – С. 64–65.
2. Жан Шаньчунь. Новая мода на древнюю Ханьфу / Жан Шаньчунь // Китай. – 2020. – № 2. – С. 56–57.
3. Минь Фэнь. Основы костюмной культуры меньшинства Сычуани / Минь Фэн, Юньчуань Шан // Этническая жизнь провинции Хэйлуцзян. – 2002. – Вып. 2. – С. 32–41.
4. Сюэ Жуй. Отказ от шаблона / Сюэ Жуй // Китай. – 2018. – № 6. – С. 18–19.
5. Фу, К. Р. Го Пэй: китайское искусство и высокая мода / К. Р. Фу // Теория моды: одежда, тело, культура. – 2023. – Вып. 57. – С. 309–317.
6. Юань Сюй. Китайский модельный бизнес и перспективы / Юань Сюй // План и рынок. – 2001. – № 10. – С. 32–34.
7. Юн Ким Хе. Швы и края одежды / Юн Ким Хе // Теория моды: одежда, тело, культура. – 2020. – Вып. 57. – С. 285–300.
8. Guo Pei. Chinese Art and Couture / Guo Pei ; Singapore Asia Civilization Museum. – 2019. – 209 p.