

3. Дарашэвіч, Э. К. Тэорыя фальклору : вучэб.-метад. дапам. / Э. К. Дарашэвіч. – Мінск : БДУКМ, 2016. – 78 с.
4. Компаративный метод [Электронный ресурс] // Центр военно-политических исследований. – Режим доступа: <http://eurasian-defence.ru/?q=komparativnyu-metod>. – Дата доступа: 16.12.2020.
5. Культурологический журнал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://cr-journal.ru/rus/journals/79.html&j\\_id=7](http://cr-journal.ru/rus/journals/79.html&j_id=7). – Дата доступа: 16.08.2021.
6. Малиновский, Б. К. Научная теория культуры = A scientific theory of culture : пер. с англ. / Б. К. Малиновский ; вступ. ст. А. К. Байбурина. – 2-е изд., испр. – М. : Объед. гуманитар. изд-во, 2005. – 182 с.
7. Пытанні мастацтвазнаўства, этналогіі і фалькларыстыкі : зб. арт. / НАН Беларусі, Ін-т мастацтвазнаўства, этнаграфіі і фальклору. – Мінск : Права і эканоміка, 2008. – Вып. 5. – 591 с.
8. Семиотический подход в изучении культуры [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://iskusstvoed.ru/2017/03/23/semioticheskij-podhod-v-izuchenii-kul/>. – Дата доступа: 12.08.2021.
9. Системный метод исследования [Электронный ресурс] // Мир знаний. – Режим доступа: <https://smekni.com/a/213657/sistemnyu-metod-issledovaniya/>. – Дата доступа: 16.12.2020.
10. Структурна-функцыянальны падыход у сацыялогіі. Заснавальнік структурна-функцыянальнага падыходу [Электронны рэсурс] // TostPost.com. – Рэжым доступу: <https://tostpost.com/be/adukacyya/15366-strukturna-funkcyuanal-ny-padyhod-u-sacyyalog-zasnaval-n-k-strukturna.html>. – Дата доступу: 16.12.2020.
11. Типологический подход [Электронный ресурс] // Гуманитарный портал. – Режим доступа: <https://gtmarket.ru/concepts/7233>. – Дата доступа: 16.12.2020.

**Хуан Ичэн, соискатель.**

Научный руководитель – **А. И. Смолик,**  
*доктор культурологии, профессор*

## **МОДА КАК СЕГМЕНТ ИНДУСТРИИ КУЛЬТУРЫ КИТАЙСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ**

В современной культуре Китая одним из значимых глобальных явлений становится мода. Она представляет собой «совокупность вкусов и взглядов, господствующих в обществе в определенное (обычно недолгое) время и проявляющихся в увлечениях чем-либо, формах быта, одежде и т. п.» [2, с. 549]. Несмотря на то, что становление моды как феномена культуры

в Китае по сравнению со странами Запада началось на 100 лет позже, она в первой четверти XXI в. трансформировалась в «модельную экономику», приносящую значительный доход в социально-экономическую отрасль китайского общества.

Модельная индустрия на Западе начала процветать в первой половине XX в., с появлением профессиональных продюсеров и модельных агентств, специализирующихся на организации модельных показов. Уже с 1910 г. коммерческие показы мод стали проводиться за пределами Европы, в некоторых центрах производства одежды США и на Среднем Западе. Так, в 1914 г. Чикагская ассоциация производителей одежды провела крупнейшую выставку одежды в мире. Ярмарку посетили около 5 000 человек, а 250 костюмов представляли 100 женщин-моделей. Особенностью шоу было то, что показ был снят на видео, чтобы торговцы костюмами со всех Соединенных Штатов могли посмотреть его в своих местных театрах [1].

Периодом бума показа мод на Западе считаются 1960-е гг. Изменение образа жизни людей и появление новых культурных тенденций привело к возникновению своеобразного «духа времени» (*zeitgeist*) в моделировании. Основанное в 1972 г. в Париже сетевое модельное агентство ELITE и сегодня является одним из крупнейших в мире, из которого вышли многие звезды модельного бизнеса [3].

В 1980-е гг. произошел всплеск популярности супермоделей, чья слава, статус и доходы соперничали со славой, статусом и доходами самых больших звезд Голливуда. Статус супермодели еще никогда не был так высок. В первой четверти XXI в. на Западе происходит коммерциализация индустрии моделирования, что проявляется, во-первых, в масштабах развития индустрий моды, которые становятся грандиозными. Самые известные в мире модельные агентства имеют огромные организации и филиалы в странах и регионах с развитой мировой модой. Во-вторых, развитие зарубежной цепочки индустрии моделирования становится все более совершенным.

Исследования китайской индустрии моды позволяет полагать, что с 1949 г. до конца 1970-х гг. в КНР никаких показов мод не проводилось. Лишь в 1979 г. в Шанхае состоялся первый показ французских мод, осуществленный известным

итальянским модельером П. Карденом, который привез сюда четырех японских моделей и восемь французских моделей. Китайские зрители были потрясены красотой представленных костюмов и тел и полностью погрузились в индивидуальность и энергию шоу [5]. В 1980 г. создается группа «Перформанс» по демонстрации костюмов. Идеологические ограничения того времени не позволяли еще пользоваться принятыми на Западе терминами «model», «fashion». Тем не менее в 1981 г. в шанхайском кинотеатре «Дружба» состоялась первая репетиция китайской команды по показу мод, и это был первый показ в истории китайской индустрии, который проводили китайцы, начиная от костюмов и заканчивая подготовкой моделей и организацией мероприятия. Это привело к появлению первых профессиональных манекенщиц в Новом Китае. В том же году в вестибюле Западного здания отеля «Пекин» состоялся показ мод Pierre Cardin, подготовленный госпожой Сонг Хуай Гуй. Кроме двух иностранных моделей, привезенных П. Карденом, остальные мужчины и женщины были китайскими моделями, что стало первым публичным международным показом мод в истории Китая [6].

Под влиянием волны реформ и открытости в последующие годы в КНР продолжалось знакомство с модными показами, и китайские модные показы вошли в жизнь людей вместе с быстро развивающейся модернизацией общества. Так, уже в 1983 г. состоялась Шанхайская выставка костюмов, в которой принимали участие предприятия легкой промышленности пяти провинций. Телевидение и ряд информационных агентств, таких как «Народное радио», «Синьхуа дейли» и «Чайна дейли» освещали это событие. Костюмированное представление посетили некоторые партийные и государственные лидеры КНР, которые поддержали и полностью одобрили шоу [3].

С этого времени индустрия показов мод в Китае вступила в период беспрецедентного расцвета. В Харбине, Цзинане, Чэнду и Нанкине вслед за Пекином и Шанхаем начали создаваться профессиональные команды по показу мод [5]. Уже в 1987 г. компания Beijing Fashion Development Company, юридическим представителем которой был Чжан Шип, была одобрена Городской экономической комиссией и Комиссией по плани-

рованию, став первой в Китае командой модного показа, получившей лицензию юридического лица-предприятия [6].

В 1990-х гг. китайские показы мод постепенно переходят на международный путь развития, заменяя командную систему на агентскую. В Пекине создается первое в стране модельное агентство New Silk Road Model Agency. Его создание ознаменовало сближение китайской индустрии мод с международной, переход от легализации к интернационализации, формирование 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 и привело модельный рынок КНР в благоприятную среду.

Растущее международное сотрудничество способствовало появлению более сложных модных показов. Так, в 1996 г. был организован компанией CATWALK финал Шанхайского фестиваля моды и искусств, в котором на одной сцене выступали китайские и иностранные модели [1].

В быстро развивающейся экономике Китая после реформ и открытости ускорилось развитие и обновление товаров. Современные темпы развития требовали быстрого изменения потребительского мышления населения при появлении новых продуктов. В этой связи моделирование выступало в качестве катализатора изменения потребительских вкусов населения.

В первой четверти XXI в. представление китайской общественности об одежде преобразовывалось под влиянием различных модельных показов, в результате чего потребительское отношение общества кардинально изменилось. Публика КНР постепенно эволюционировала от слепой погони за модой до стремления к комплексному дизайну и индивидуальному выражению образа. В этой непрерывной трансформации и скачке индустрия моделирования превратилась в «модельную экономику» (сочетание моделирования и экономики).

Благодаря модернизации всех сфер жизнедеятельности китайского общества, индустрия моды быстро развивалась. В КНР сформировалась модельная отрасль с китайской спецификой: в каждом регионе действуют свои отраслевые правила

в зависимости от географических особенностей. В настоящее время Пекин, Шанхай и Гуанчжоу являются развитыми регионами модельной экономики, имеющей свои собственные уникальные характеристики, обусловленные такими факторами, как географическое положение и экономическое развитие. «Как сочетание искусства одежды и исполнительского искусства, мода, – полагает Чжу Хуанлянь, – превосходит чисто коммерческую цель. Она имеет более широкое эстетическое и художественное значение, формирует духовные ценности» [8, с. 14].

Свидетельством тому, на наш взгляд, является заметный интерес у молодого поколения к традиционной одежде этносов Китая. Например, ношение одежды этноса хань становится признаком следования модному мейнстриму. В стране начали создаваться общественные объединения любителей ханьфу, которые регулярно проводят ряд мероприятий, направленных на популяризацию культуры ханьцев [9]. Молодое поколение с интересом смотрит исторические костюмированные телесериалы, выполненные в стиле традиционной культуры. Возрождение этнического костюма хань, массовое увлечение ханьфу обусловили интенсивное развитие производства и сбыта. Общий объем средств в отрасли, производящей ханьфу, исчисляется более 1,09 млрд юаней [4]. Наши исследования показывают, что популярности ханьфу во многом содействуют современные показы мод, медиа и кинематограф.

---

1. Бао, Минсинь. Искусство исполнения моды [М] / Минсинь Бао. – Шанхай, 2005. – С. 5. – Изд. на кит. яз.: 包铭新 «时装表演艺术», 上海, 东华大学出版社, 2005年版, 第5页.

2. Большой толковый словарь русского языка / А – Я // РАН, Ин-т лингв. исслед. ; сост. гл. ред., канд. филол. наук С. А. Кузнецов. – М., 2003. – С. 549–550.

3. Ву, Вэйган. Учебный курс для моделей моды / Вэйган Ву. – Пекин : Кит. текстильная пресса, 2000. – 93 с. – Изд. на кит. яз.: 吴卫刚 «时装模特儿培训教程», 北京, 中国纺织出版社, 2000年版, 第93页.

4. Жан, Шаньчунь, Новая мода на древнюю ханьфу / Шаньчунь Жан // Китай. – 2020 – № 2. – С. 56–57. – Изд. на кит. яз.

5. Ху, Горуй. Зарождающееся искусство костюмированного представления / Горуй Ху // Журнал ун-та Донхуа. – 2003. – № 3. – С. 80–84. –

Изд. на кит. яз.: 胡国瑞 «方兴未艾的服装表演艺术», 南京, 东华大学学报: 社会科学版, 2003 年第 3 期, 第 80–84 页.

6. Хуа, Мэй. Костюм и презентация / Мэй Хуа, Вэй Цзя. – Пекин : Экономическая пресса China Times, 2010. – 23 с. – Изд. на кит. яз.: 华梅, 贾潍 «服饰与展示», 北京, 中国时代经济出版社, 2010 年版, 第 23 页.

7. Чжу, Хуанлянь. Учебник показа мод / Хуанлянь Чжу. – Пекин, 2002. – С. 11–15. – Изд. на кит. яз.: 朱焕良 «时装表演教程», 北京, 中国纺织出版社, 2002 年版, 第 11–15 页.

8. Чжу, Хуанлянь. Хореография и организация исполнения костюма / Хуанлянь Чжу. – Пекин : Кит. текстильная пресса, 2006. – 17 с. – Изд. на кит. яз.: 朱焕良 «服装表演策划与编导», 北京, 中国纺织出版社, 2006 年版, 第 17 页.

9. Everett et al. by Dong Qingsong / Zhang Ling (trans.), Navigating Costume Performance. – Beijing : China Textile Press, 2003. – 117 p. – Изд. на кит. яз.: 朱迪思·С·埃弗雷特著, 董清松, 张玲译. «服装表演导航», 北京, 中国纺织出版社, 2003 年版, 第 117 页.

**Хуан Пэй, соискатель.**

Научный руководитель – **И. В. Ефремова,**  
кандидат искусствоведения, доцент

## **РАБОТЫ КИТАЙСКИХ МАСТЕРОВ ИСКУССТВ XX в. В КОНТЕКСТЕ ИСТОРИКО-ПАТРИОТИЧЕСКОЙ ТЕМАТИКИ (НА ПРИМЕРЕ ОБРАЗА ЛЮ ХУЛАНЬ)**

После свержения последней правящей монархической династии Цин в 1911 г. до конца 1940-х гг. Китай переживал один из самых сложных периодов своей истории – революция 1913 г., годы гоминьданского режима, преследующего всех инакомыслящих, китайско-японская война 1937–1945, гражданская война 1945–1949, результатом которой явилась победа КПК (Коммунистической партии Китая) и провозглашение КНР (Китайской Народной Республики) [2]. С этого исторического момента начался новый период в жизни Поднебесной, связанный: а) с установлением коммунистической идеологии; б) с возвратом из эмиграции представителей творческой интеллигенции; в) с началом восстановления промышленности и сельского хозяйства. Еще в 1942 г. Коммунистическая партия Китая сформулировала принципы проводимой ею политики в области литературы и искусства, главный из которых состоял в пропаганде государственной идеологии посредством отобра-