

**Дарія ЯНКОВСЬКА**

кандидат мистецтвознавства

доцент кафедри реставрації творів мистецтва ЛНАМ

**СХІДНІ ВПЛИВИ В СУЧАСНІЙ МОДІ  
(КІНЕЦЬ ХХ – ПОЧАТОК ХХІ СТ.)**

**Анотація.** Розглядається проблематика східних впливів у моді кінця ХХ – початку ХХІ ст. Аналізуються східні впливи в контексті творчості дизайнерів, звернення модельєрів до традиційних східних культур, їхнього мистецтва, інтерпретації форм і декоративних мотивів Китаю, Японії, Індії, Кореї, країн мусульманського культурного кола; роль японських дизайнерів-авангардистів у еволюції сучасної моди; розглядається питання впливу Китаю на світову індустрію моди, переміщення східного впливу культурно-мистецьких запозичень в економічну сферу.

**Ключові слова:** східні впливи, індустрія моди, японські дизайнери, вплив Китаю.

Східні впливи в сучасній моді можемо розглядати в різних контекстах. У період глобалізації йдеться не лише про впливи форм і мотивів східного походження на візуальну складову та конструктивні особливості костюму, але й про чіткі тенденції, що зародилися в країнах Сходу в наш час, і більшою мірою — про економічну складову таких впливів, яка має величезне значення для розвитку індустрії моди та для більшості провідних дизайнерів і брендів. Мета статті — підсумувати ці аспекти питання східних впливів у моді кінця ХХ – початку ХХІ ст. і спробувати розглянути проблему комплексно.

Окремої праці про східний вплив у сучасній моді немає, література за темою дослідження — це нечисленні статті, що аналізують економічні аспекти впливу країн Сходу на індустрію моди (у англомовному сегменті мережі Інтернет), і загальні огляди тенденцій східного впливу на сайтах, присвячених моді. Питання східних впливів у європейській моді опосередковано висвітлюється у працях і лекціях історика моди О. Васильєва [1], східних впливів у моді ХХ ст. — у роботі “Moda kobieca XX wieku” польської дослідниці А. Дзеконьскої-Козловської

[2]. Контраверсійна праця професора Колумбійського університету Е. Саїда “Орієнталізм” (1978), що продовжує викликати неоднозначні відгуки через антизахідну позицію, залишається обов’язковою при дослідженнях східних впливів [3].

Насамперед варто звернутися до питання східних впливів у формотворчій і візуальній складовій одягу. Сучасна мода вбирає в себе елементи найрізноманітнішого походження, вагому частку яких складають запозичення та інтерпретації традиційних культур.

Мистецтву сучасності, як і мистецтву ХХ ст., властива актуалізація культурних традицій, коли модними стають об’єкти та стилістика, час творення і побутування яких давно минув. Постійні стилізації, комбінування і трансформації елементів, запозичили з різних першоджерел, художнє обігрування мотивів традиційних культур є характерною рисою сучасної моди. Джерелами тут можуть бути культури Півдня та Півночі, Азії та Африки, Сибіру і доколумбової Америки, Океанії, народне мистецтво країн Європи — тем для натхнення і творчого опрацювання безліч.

Одним з перманентних джерел запозичень та інтерпретацій є художня культура Сходу. Проте традиційний Схід не був монолітним утворенням, єдиною спільнотою; це поняття поєднує давні та середньовічні суспільства Близького Сходу (Західної та Середньої Азії, Північної Африки), Індії, Далекого Сходу (Китаю, Японії, Кореї), Великого Степу, Південно-Східної Азії. У колекціях високої моди і ready-to-wear (готового одягу) східні впливи виявляються досить часто, з року в рік, змінюючи першоджерела інспірацій (це може бути мистецтво арабських країн чи, наприклад, Японії, Кореї) та форму прояву: в орнаменті чи колориті, силуетному вирішенні чи аксесуарах, конкретних запозичених видах одягу або легкому загальному стилістичному звучанні. З останніх проявів можемо назвати інспіровану корейським мистецтвом колекцію Opening Ceremony весна/літо 2014 та колекцію The Row весна/літо 2014, побудовану на основі традиційного арабського костюму.

Використання східних мотивів не є явищем, що належить творчості винятково модельєрів сучасності. Хоч така тенден-

ція наразі є і, очевидно, залишиться актуальною, образи, інспіровані східними культурами, часто створювали дизайнери одягу впродовж ХХ ст. Сама ж практика використання східних елементів у європейській моді, як і в мистецтві загалом, має значно глибше коріння (вплив культур Стародавнього Сходу — у період еллінізму та в одяговій моді пізньої Римської імперії; вплив країн мусульманського культурного кола — у період Середньовіччя і у XV — XVIII ст. у східноєвропейському регіоні; китайські, турецькі, іранські, індійські, марокканські впливи — у XVIII — XIX ст., вплив Японії — від середини XIX ст.) [1; 4; 5].

У другій половині ХХ ст. східні впливи виразно помітні в моді 1960-1970 рр. Етнічні стилі розповсюдилися в одяговій моді водночас із поширенням культури гіппі, які використовували в одязі турецькі, індійські, афганські елементи: взуття, шалі, сорочки, туніки, шаровари, сумки, прикраси (намиста й браслети) тощо. Фольклорні запозичення та цитати можна простежити у творчості переважної більшості модельєрів другої половини ХХ ст.: інтерпретації всього ансамблю національного костюму чи окремої його частини. “Етнографічні” колекції демонструють як точні копії першозразка, включно з правдивими деталями традиційного вбрання, так і розмаїті варіації на тему, коли джерело стилізується до невпізнання; можуть бути еkleктичними (поєднувати елементи різних стилів і країн) або стилістично однорідними [1, 408]. Захоплення етностиліями властиве творчості талановитого кутюрье Іва Сен Лорана (Yve Saint Laurent): “Африканську”, “Китайську” колекції дизайнер створив після подорожей в Африку і Китай; культури Африки, Індії, Полінезії були джерелом інспірації для деяких колекцій італійського дизайнера Еміліо Пуччі (Emilio Pucci).

Східні елементи переважно арабського чи індійського походження поширювалися в моді зламу тисячоліть — це гостроносе взуття без задника, шаровари, шалі, відкритий живіт, пірсинг, прикраси [5, 27].

Етнічна тема сьогодні залишається популярною. У своїх колекціях дизайнери використовують японські, китайські, ін-

дійські, іранські, турецькі, арабські мотиви, і на основі національних костюмів створюють цікаві моделі.

Окремо в контексті розвитку моди кінця ХХ — початку ХХІ ст. варто розглянути японські впливи. Японські естетичні принципи актуалізувалися у світовій моді багато в чому завдяки діяльності японських дизайнерів — Ханае Морі (Hanae Mori), Кензо Такада (Kenzo Takada) та Іссей Міяке (Issey Miyake) у 1970-х рр., Йоджі Ямамото (Yohji Yamamoto) та Рей Кавакубо (Rei Kawakubo) у 1980 рр., — що пропонували у своїх колекціях моделі зі стилістичними цитатами в дусі культури Далекого Сходу, незвичні для європейського костюму вільні або геометричні силуети, інтерпретували принципи східної естетики та орнаментальні мотиви.

Для японських дизайнерів важливим є матеріал одягу (фактура, колір, візерунок) і сприйняття моделі в русі, у взаємодії з мімікою, жестами та постав людини, на противагу традиційно західному сприйняттю одягу в статичності. Японські канони краси не надають красі фізичній першорядного значення — тіло приховане одягом, — важливою є духовна краса, духовна привабливість. Прихована краса речей, характерна для японської естетики, акцентування внутрішнього стану відобразилося у творчості японських модельєрів. Також характерною рисою їхніх робіт є незавершеність, непоєднуваність матеріалів і помітний вплив вуличної моди.

Традиції Заходу і Сходу поєдналися у творах японки Ханае Морі. Її моделі вирішені цілком у дусі європейської традиції крою та пропорцій і лише доповнюються елементами східного костюму чи мотивами орнаменту (Ханае Морі 1977 р. стала членом Синдикату Високої моди в Парижі). Кензо Такада створював моделі в стилі театру Кабукі, використовуючи яскраві насичені кольори, японські візерунки, традиційні східні форми одягу (кімоно, вільні туніки й широкі штани). Проте в Кензо також не знаходимо прямих цитат з тієї чи іншої культури. Іссей Міяке використовує новітні технології та геометричні форми, рух тканини по тілу.

Представники японської модної школи почали асоціюватися у уяві західних медіа, критиків і широкого загалу з авангар-

дом. Нова хвиля японських дизайнерів дебютувала в Парижі на початку 1980 рр. — вони настільки вразили індустрію, що назавжди залишилися у Франції — це Рей Кавакубо (бренд *Comme Des Garçons*) та Йоджі Ямамото. Рей Кавакубо вразила європейців асиметричними чорними моделями, підкресленою недосконалістю, незавершеними швами, деформаціями, експериментами з кроєм і фактурою; її стиль назвали “постядерною модою”. Для дизайнера головне — новаторство, свої естетичні принципи вона успішно реалізовує і досі. Йоджі Ямамото використовує асиметричний вільний крій, прості матеріали без орнаментів, поєднує японські та західні форми одягу, основний колір — також чорний. Порівняно з колекціями провідних європейських брендів, деконструкція та реконструкція в роботах японських дизайнерів сприймалася свіжо і по-новому. На сьогодні їхні компанії стали міжнародними структурами з величезними оборотами, а самі дизайнери — класиками авангардизму в моді.

Серед сучасних японських дизайнерів варто згадати Юнічі Абе з *Kolor*, Чітосе Абе з *Sacai* та Ясуко Фурута з *Toya*, що розпочали кар’єру наприкінці 1990 — на початку 2000-х рр. Вони використовують елементи впроваджені авангардистами естетики, проте роблять це згідно із сучасними тенденціями (використовуючи асиметрію, підкреслено об’ємні елементи, неопрен, примхливі деталі з кроєм по косій). *Kolor*, *Toya* і *Sacai* почали влаштовувати покази в Європі, так, *Toya* і *Sacai* є учасниками Тижня моди в Парижі, а *Kolor* представляє колекції в рамках виставки одягу *Pitti Uomo* в Мілані.

Японія часто страждає від природних катаклізмів, тому місцева індустрія моди виявляється у вразливому становищі: *Токуо Fashion Week* вже був скасований кілька років тому, і місцеві дизайнери не змогли представити свої колекції. Оптимальним кроком для японського дизайнера вважається адаптація до світової індустрії моди і вихід на світовий ринок з показами в Європі чи США. Нові покоління японських дизайнерів, хоча й орієнтовані на традиції, але пропонують зрозумілий для західного світу дизайн і сучасні технології.

Значний вплив на розвиток моди (і на творчість дизайнерів,

і на одягову моду західних міст) справив феномен японської вуличної моди, що виник у 90-х рр. ХХ ст. у Токіо. Різноманітні стилі японської вуличної моди утворені поєднанням місцевих та іноземних тенденцій, це суміш величезної кількості елементів і форм, історичних цитат, стилістики японського аніме, яскравих кольорів і поєднання непоєднуваного, де унікальність та індивідуальність цінуються понад усе. Великі міські райони Токіо — *Harajuku*, *Ginza*, *Odaiba*, *Shinjuku* і *Shibuya* — стали центрами вуличної моди, результати вуличних токійських фотосесій внесені в програми фестивалів сучасного мистецтва, великі видавничі фірми публікують їх у вигляді каталогів, а в інтернеті можна знайти тисячі фото яскраво одягнених японців. Саме завдяки оригінальній вуличній моді Японії стало популярним відстежувати *street style* у різних містах світу, і значна кількість фотографів та сайтів сьогодні спеціалізуються в цьому напрямі.

Вплив Китаю в сучасній моді — доволі цікаве питання, що не вичерпується інспіраціями та інтерпретаціями китайського костюму та традиційної китайської культури. Трансформацію форм і мотивів китайського мистецтва фактично щосезону можна простежити в колекціях одного чи кількох модельєрів, проте сучасна модна індустрія набагато більше переймається економічним потенціалом Китаю. Завдяки розвитку економіки, щільності населення, зростанню середнього класу та великому попиту на товари сегменту “люкс”, густонаселені китайські міста в останні роки були прекрасним середовищем для розвитку бізнесу в сфері моди. 2013 р. Китай залишається найбажанішим ринком для дизайнерських брендів і компаній, незважаючи на загальне сповільнення економічного зростання. Люксові бренди світового рівня мають представництва в країні — великі магазини в Шанхаї та Пекіні, — і також у зростаючих середньонаселених (за китайськими стандартами) містах: Гуанчжоу, Ханчжоу, Шеньчжень і Тяньцзінь. Продажі модних товарів класу “люкс” суттєво зросли, і Китай, за експертними оцінками, стане найбільшим світовим люксовим ринком до 2020 р.

Найзатребуванішим серед брендів у Китаї є *Louis Vuitton*

(від 1992 р. — близько 40 магазинів), на другому місці — Chanel, на третьому за значенням — Dior. У Burberry — близько 60 магазинів в Китаї, Zegna має близько 75 магазинів, Gucci — 54, Hugo Boss — близько 90 і планують відкрити ще 30 в найближчі три роки. Упродовж 2012 р. компанії посилювали свою присутність через відкриття нових магазинів. Зокрема, з'явилися нові представництва 3.1 Philip Lim, Alexander Wang, Christian Louboutin, Saint Laurent Paris, Tom Ford, Alexander McQueen, Maison Martin Margiela, Marni, Lanvin, Sergio Rossi та ін. Глобальні компанії спрямовують зусилля на підтримку бізнесу, для чого організовують різноманітні промо-міроприємства — від показів (Chanel, Armani) і коктейльних презентацій (Gucci) до виставок (виставка Esprit Dior в Національному музеї Китаю в Пекіні).

Локальні бренди також розвиваються. Кількість молодих китайських дизайнерів, які демонструють колекції в Китаї та за кордоном, стабільно зростає. Окремі з них є учасниками Тижнів моди в Нью-Йорку (Qingqing Wu), Мілані (Vega Zaishi Wang), Лондоні (Xander Zhou) і Парижі (Marsha Ma). Зокрема, Marsha Ma — одна з провідних китайських дизайнерів, — працює між Шанхаєм і Парижем, її речі продаються в шоурумі SPIGA2 в Мілані та в LuisaViaRoma.com. Актуальним для китайських дизайнерів є питання напряму розвитку: куди спрямовувати зусилля, на міжнародні розкрутку та впізнаваність бренду чи на локальний ринок з його величезною кількістю потенційних споживачів.

Сегмент чоловічого одягу на китайському ринку постійно зростає. Останні дослідження свідчать про збільшення представників чоловічої статі середнього і вищого середнього класу, які готові витратити кошти на одяг, аксесуари, шкіряні речі (раніше кошти переважно витрачали на дорогі годинники та автомобілі, у той час як сфера одягу була доволі консервативною). Упродовж періоду 2005-2009 рр. люксовий ринок для чоловіків у Китаї зріс на 48%. Причину вбачають у зміні поведінки чоловіків середнього класу в Китаї, які тепер стежать за модними тенденціями та приділяють більшу увагу зовнішньому вигляду. Вони готові купувати високоякісні аксе-

суари, взуття, одяг. 2013 р. спостерігаємо зростання кількості магазинів світових брендів з товарами для чоловіків, зокрема, магазини чоловічого одягу та люксових товарів уже відкрили Bottega Veneta (Шанхай), Lanvin (Гонконг), Salvatore Ferragamo, Dunhill (Шанхай, Гонконг) та ін.

Значне зростання демонструє сфера інтернет-комерції у сфері моди. Американські та європейські інтернет-ритейлери Macy's, Neiman Marcus і Net-A-Porter уже присутні на китайському ринку та намагаються співпрацювати з китайськими сайтами люксових товарів.

У Китаї два тижні моди. Перший — Mercedes-Benz China International Fashion Week, заснований 1997 р., проходить двічі на рік у Пекіні. Другий тиждень моди — Shanghai Fashion Week. Співпрацюючи з консульствами інших країн у Шанхаї, Shanghai Fashion Week запрошує дизайнерів з інших країн, його підтримує Міністерство Економіки Китаю і муніципальний уряд Шанхаю. Загалом обидва заходи підтримує китайський уряд. China Fashion Week організує Китайська Національна Рада Текстилю (China National Textile and Apparel Council), Shanghai Fashion Week — Шанхайська Текстильна Група (Shanghai Textile Group — SHANGTEX), холдинг текстильних і швейних фабрик і підприємств у Шанхаї. У Пекіні демонструють колекції великі китайські мануфактури, які розпочали бізнес близько 20-ти років тому і мають власні фабрики та магазини, тут також кращий майданчик для старту закордонних брендів, які прагнуть розвинути бізнес у Китаї. Шанхай натомість запрошує до участі незалежних дизайнерів (наприклад Uma Wang — одне з найбільш перспективних імен) і більше схожий на міжнародні події такого плану.

Слід також відзначити великий попит на інформацію про люксові бренди в Китаї, завдяки чому активно розвиваються журнали у сфері моди, зокрема, окремі з них виходять двічі на місяць (напр. Elle China). Vogue China розвинувся від 300000 до 700000 примірників від часу заснування у 2005 р. Окремого дослідження заслугове питання психології китайського споживача, адже саме на китайських туристів припадає значна частина продажів модних товарів і дизайнерського одягу в єв-

ропейських столицях. Активність на китайському ринку продовжує залишатися важливою складовою політики люксових компаній і дизайнерських брендів.

Отже, східний вплив у моді в епоху глобалізації певною мірою перемістився з культурно-мистецьких запозичень у економічну сферу. Звернення до традиційних східних культур, їхнього мистецтва, інтерпретації форм і декоративних мотивів Китаю, Японії, Індії, Кореї, країн мусульманського культурного кола характерні для творчості дизайнерів сучасності та знаходять свій вияв майже щосезону. Спадщина японських дизайнерів-авангардистів продовжує впливати на візуальну й формотворчу складову одягу. У сучасній моді Китай став регіоном першорядної ваги, провідні бренди й дизайнери намагаються утвердити свою присутність на азійському ринку як наймасовішому і найперспективнішому, орієнтуючись на китайського споживача.

1. Васильев А. Европейская мода. Три века. — М.: Слово/Slovo, 2006. — 439 с. 2. Dziekonska-Kozłowska A. Moda kobieca XX wieku. — Warszawa: Arkady, 1964. — 395 с. 3. Саїд Е. Орієнталізм. — К.: Основи, 2001. — 511 с. 4. Николаева Н. С. Утопия Востока в Европе и стиль (шинуазри) // Япония и Европа. Диалог в искусстве. — М.: Изобразительное искусство, 1996. — С. 379. 5. Мода и стиль. Современная энциклопедия. — М.: Аванта, 2000. — 480 с.

#### Annotation

*Dariya Yankovska. Oriental influences in contemporary fashion (the end of the 20-th-the begining of the 21-st centuries). The article dwells upon problematics of oriental influences in the fashion of the end of XX-beginning of XXI c. Eastern influences within the context of designers' oeuvre, the role of Japanese fashion designers - avant-gardists in the evolution of modern fashion are analyzed, an issue of China's influence on the world fashion industry is considered.*

**Key words:** *oriental influences, fashion of the end of XX-beginning of XXI c., fashion industry, Japanese designers, Chinese influences*

#### Аннотация

*Дарія Янковська. Восточные влияния в современной моде (конец XX – начало XXI вв.). Рассматривается проблематика влияния Востока в моде конца XX – начала XXI века. Анализируются восточное влияние в контексте творчества дизайнеров, обращение модельеров к традиционным восточным культурам, их искусству, интерпретации форм и декоративных мотивов Китая, Японии, Индии, Кореи, стран мусульманского культурного круга; роль японских модельеров-авангардистов в эволюции современной моды; рассматривается вопрос влияния Китая на мировую индустрию моды, перемещение восточного влияния из сферы культурных заимствований в экономическую сферу.*

**Ключевые слова:** *восточное влияние, индустрия моды, японские дизайнеры, влияние Китая*