

УДК: 7.01:001

ДОСЛІДЖЕННЯ ФАКТОРІВ ВПЛИВУ НА РОЗВИТОК МОЛОДІЖНОЇ МОДИ
ТА ЕСТЕТИКИ КИТАЮ

Кузьменко А. А., Ніколаєва Т. І.

Київський національний університет технологій та дизайну

Мета. Створення колекції неординарного одягу повсякденного призначення, що виражає ідею взаємного впливу політичних, демографічних та соціально-економічних процесів на розвиток сучасної моди, на прикладі китайського молодіжного вуличного стилю.

Методика. Історіографічний аналіз наукових праць з вивчення зовнішніх факторів впливу на розвиток моди; вивчення архівних матеріалів вуличного стилю Китаю останнього десятиліття; аналіз статистичних даних; для трансформації елементів вуличного стилю у принципи проектування сучасного молодіжного одягу – метод асоціацій, метод стилізації, системно-структурний аналіз, морфологічний аналіз, візуально-аналітичний метод.

Результати. Отримано характеристики досліджуваного творчого джерела для трансформування у принципи проектування сучасного одягу. Визначено конструктивно-декоративні особливості одягу у вуличному стилі. Проаналізовано тренди вуличного стилю Китаю останнього десятиліття та спрогнозовано основні тенденції розвитку даного стилю на найближче майбутнє.

Наукова новизна. Визначено раціональні способи повернути увагу до феномену виникнення нових та креативних модних молодіжних течій та субкультур, як реакція на спроби влади втручатися в особисте життя населення. Вивчення впливу стрімкого розвитку технологій на формування та зміну світових модних трендів.

Практична значимість. На основі комплексного дослідження створена капсульна колекція одягу з використанням основних конструктивно-декоративних елементів та останніх трендів в течії стріт стайлу у Китаї.

Ключові слова: глобалізація, стріт стайл, золотий щит, міленіали, покоління Z, урп, унісекс, методи художнього проектування

Китай, раніше відомий своєю прихильністю до впізнаваної продукції західних мега-брендів, а також силою свого ринку збуту, нещодавно вступив у нову фазу розвитку, в якій місцеві нішеві бренди вуличного одягу мають все більше культових прихильників. Завдяки помітним колабораціям розкішних брендів та величезному успіху реаліті-телевізійних шоу, бренди вуличного одягу потрапляють на світові тижні високої моди та захоплюють глобальні тренди.

Слідкуючи за розкішним способом життя знаменитостей у численних соціальних мережах та прагнучи копіювати їх сміливу моду в повсякденному житті, при цьому пропускаючи ці тренди через призму власної індивідуальності — саме так молоде покоління Китаю формує власний неповторний стиль. І хоч раніше існувало уявлення

про китайців як шанувальників виключно люксових брендів, цей стереотип стрімко відходить у минуле, адже це покоління дивиться на моду вже зовсім інакше. Тепер основна мета — не показати свій статус за допомоги великих логотипів, а продемонструвати свою обізнаність та вміння навігувати модними трендами, поєднуючи люкс з місцевими брендами, вінтажними речами чи навіть секонд хендом. В цьому і є суть китайського стріт стайлу. На місце логоманії приходить створення персонального бренду та позачасового іміджу, з гардеробів зникає fast fashion, а натомість набирає популярності recycling та sustainability.

Постановка завдання

Комплексне дослідження, аналіз та систематизація даних щодо основних факторів впливу на формування тенденцій розвитку індустрії моди Китаю, а також механізм появи «вірусних» трендів та течій у вуличній моді Китаю та використання цієї інформації для створення концептуальної колекції молодіжного одягу.

Результати досліджень

Здавна лейбл «Made in China» асоціювався з виключною майстерністю, віковими традиціями та репрезентував гарантію якості та унікальної краси. Століттями крамарі з усього світу мандрували шовковим шляхом аби мати можливість придбати та розповсюджувати товари преміальної якості, які виготовлялися виключно китайськими майстрами. Ситуація значно змінилася в 70-х роках ХХ століття коли влада Китаю взяла курс на індустріалізацію. З того часу роль Китаю як світового виробника та постачальника недорогих товарів займає вагомую роль у глобальній економіці. Саме завдяки такій високій концентрації експорту товарів з Китаю, цей лейбл отримав ті конотації, як є на сьогодні в світовій свідомості.

Обігнавши США як найбільший світовий ринок моди, Китай став привабливим ринком збуту великої кількості західних брендів, вражених статистикою місцевої індустрії моди, як, наприклад, сегмент спортивного одягу, що вартий 33 мільярди доларів [1]. Зважаючи на «м'яку силу» своєї модної сцени, Китай наразі заохочує своє внутрішнє споживання, вкладаючи свою енергію в завоювання світу такими брендами, як Li-ning, CLOT та багато інших (рис. 1-2).

«Зроблено в Китаї» більше не означає те, що раніше. Сьогодні нове обличчя китайського дизайну одягу різноманітне, динамічне та відповідає світовим тенденціям — факт, який може здивувати тих, хто вважає, що Китай живе виключно за інформаційним брендмауером.



Рис. 1. Li-Ning - перший китайський спортивний бренд представлений на Нью-Йоркському тижні моди



Рис. 2. Образ американської співачки Ріанни на благодійному вечорі Met Gala 2015 від китайської кутюр'є Гуо Пей

Дійсно, настільки велика кількість обмежень накладена на інформаційне поле країни, що це явище навіть отримало окрему назву – «золотий щит». Проект являє собою систему фільтрації між внутрішніми та міжнародними мережами передачі інформації. Так більшість популярних на заході соціальних мереж (Instagram, Twitter, Facebook) є просто недоступними на території держави, натомість створюють локалізовані аналоги: WeChat, Weibo, Douyin. За даними організації «Репортери без кордонів», китайська

версія пошукової системи Yahoo! в результатах пошуку не показує деяку інформацію. Причина блокування обумовлена, зокрема, описом історично контроверсійних подій у Китаї. Також системою блокуються сайти низки релігійних та філософських течій [2].

Тим не менш, незважаючи на відверту цензуру та маючи сильне бажання розвивати місцеву культуру та створювати нову естетику, молодь у Китаї налаштована на кмітливість, використовуючи власні соціальні мережі та VPN, що допомагає їм творчо процвітати.

Музичні та модні колективи, такі як азіатські Dope Boys та Genome 6.66 Mbp, приносять в андеграунд клуби енергійний новий китайський натовп, тоді як молоді дизайнери та стилісти перевертають стереотипні конотації з етикеткою «Made In China» з ніг на голову, використовуючи доступ на фабрики, величезний ринок праці та ще більший ринок збуту для створення та просування власних ліній одягу [3].

Іронія полягає в тому, що саме соціальні мережі та Інтернет, які влада Китаю так старанно намагається контролювати, стали основним майданчиком популяризації та поширення нових модних та прогресивних трендів, що йдуть проти усього, що пов'язано з програмою комуністичної партії Китаю. Відповідно до Streetwear Impact Report 2019, респонденти визнали, що найбільші джерела натхнення для вуличного одягу вони отримують із соціальних мереж та з самих вулиць. Поступово їх починає хвилювати те, що являє собою бренд і його продукція, вони ставлять під сумнів справжню цінність тієї чи іншої речі і замислюються, який образ найбільше підходить під їх стиль життя та індивідуальність.

На сьогодні віртуальний світ заселений переважно поколінням 80-х та 90-х, або так званими мілленіалами та поколінням Z. Вони, за збігом обставин, є основними споживачами не тільки товарів класу люкс, а й місцевих дизайнерів. Близько 30% населення країни належать саме до цієї вікової групи, а це більше 400 мільйонів молодих, креативних, незалежних та спраглих вирватися за рамки буденного людей. Клієнтам з Китаю в віці близько 20 років, відомих як покоління Z, властиво робити імпульсивні покупки. За даними експертів зростання витрат на товари класу люкс в Китаї зростає з геометричною прогресією. Зокрема, за останніми прогнозами до 2025р. 55% усіх світових витрат на люксові товари доведеться на покоління Y (мілленіали) і Z. Звісно глобальна криза пов'язана з Covid-19 дещо уповільнила стрімкий економічний розвиток країни, але навіть в умовах світової кризи, за останніми даними Boston Consulting Group

в 2020 році попит на товари класу люкс в Китаї виростає на 30%, в той час як у всьому світі через пандемію витрати на предмети розкоші навпаки скоротяться на 45% [4].

З таким ненаситним попитом іноземним люксовим брендам безперечно має сенс випускати спеціальні колекції для китайського ринку (рис. 3).



Рис. 3. «Червона» колекція Valentino, створена спеціально для відкриття флагманського магазину в Шанхаї

Незважаючи на велику популярність західних люксових брендів, які у всьому готові догодити смакам споживачів, у Китаї дуже багато молодих талановитих дизайнерів: Masha Ma, Uma Wang, Xander Zhou, Yang Li та інші. Тут у них вже є своя постійна віддана аудиторія. Маючи таку велику перевагу та бажання самостійно створювати своє майбутнє, молодь стає безпосередніми трендсеттерами сучасної індустрії моди. Це ми можемо бачити у зростанні уваги міжнародної публіки до тижнів моди в Китаї або шаленої популярності китайської вуличної моди в найпопулярнішому мобільному додатку сьогодні TikTok [5] (рис. 4-5).



Рис. 4. Приклади стильних образів на модному тижні в Шанхаї



Рис. 5. Приклади стильних вуличних образів, популярних у додатку TikTok

Аналітикою та прогнозуванням трендів стріт стайлу в Китаї займаються спеціальні консалтингові фірми. Одна з них – P1 – заснована в 2007 році та займається збором та аналітикою трендів індустрії моди в Китаї за допомогою власно розробленого алгоритму. Спочатку тисячі фотографів у найгарячіших модних точках країни збирають дані. Після цього фото проходять аналітику штучним інтелектом, але контроль якості все ж виконують співробітники компанії. Завдяки цій технології можливо відстежувати популярність певних трендів або продуктів на модному ринку Китаю, прогнозувати тенденції майбутніх сезонів, або аналізувати відмінності різних модних регіонів країни (рис. 6). Наприклад, відомо, що Шанхай і Пекін – дуже різні міста. Вони втілюють в собі дві сторони життя сучасного Китаю - його північної і південної частин. Стиль життя і соціальні установки першої радикально відрізняються від другої. Засновники проекту вважають, що за цією технологією майбутнє світової моди.

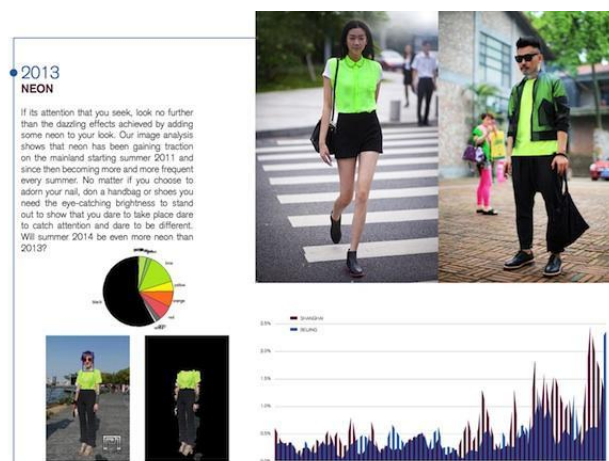


Рис. 6. Аналіз P1 поширеності неонових кольорів на фотографіях вуличного стилю

Також через відносно меншу кількість гендерно-орієнтованих стереотипів на китайському ринку та в культурі, зміна силуету у напрямку брендів вуличного одягу була швидшою, ніж на Заході. Якщо раніше основою стріт стайлу Китаю був спортивний та брендовий одяг, то зараз можна побачити набагато більше експериментів та неочікуваних поєднань: висока мода або люкс в поєднанні з масмаркетом, старі та нові речі, мікс традиційно фемінних та маскулінних елементів гардеробу. Найбільший внутрішній ринок збуту Китаю, Таобао, зауважив, що клієнтів-жінок більше цікавлять нейтральні, чоловічі предмети одягу, тоді як клієнти-чоловіки все частіше цікавляться предметами, що не мають гендерних обмежень [6].

Основними трендами сезону весна-літо 2021 залишаються вільний крій, неординарні об'єми, розслаблені силуети, драперії та варіації на тему класичного чоловічого костюму. Найпопулярнішими кольорами наступного літа світові модельєри пропонують зробити всі відтінки бежевого та коричневого, теракотовий, благородний сірий та білий. Загалом модні тенденції влітку будуть різними залежно від регіону, внаслідок пандемії Covid-19, адже споживачі готові нарешті поміняти домашній одяг на комфортні та елегантні літні луки. Внаслідок швидкої та рішучої реакції на пандемію, прогнозується, що постпандемічні тенденції в Китаї та інших регіонах Азії, які вже впоралися з загрозою, відобразатимуть оптимізм споживачів та свято свободи та моди.

У процесі дослідження було виявлено основні закономірності, особливості та творчі засоби притаманні одягу у вуличному стилі в Китаї. Ця інформація була аналізована та систематизована, після чого був проведений системно-структурний та морфологічний аналіз, що стали основою формоутворення даної колекції (рис. 7-9).

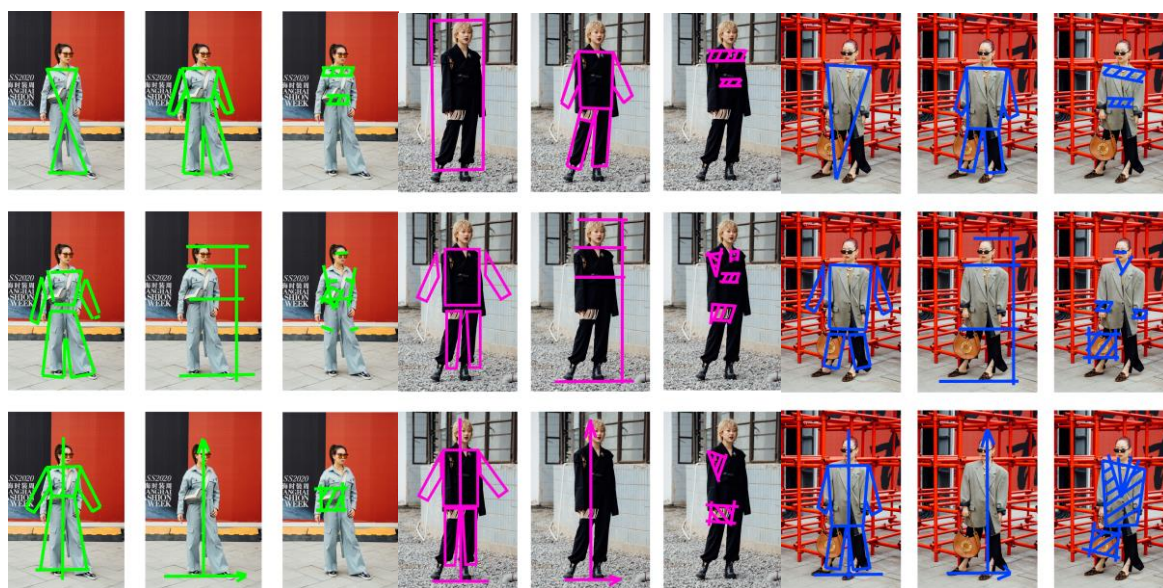


Рис. 7. Системно-структурний аналіз вуличного одягу Китаю

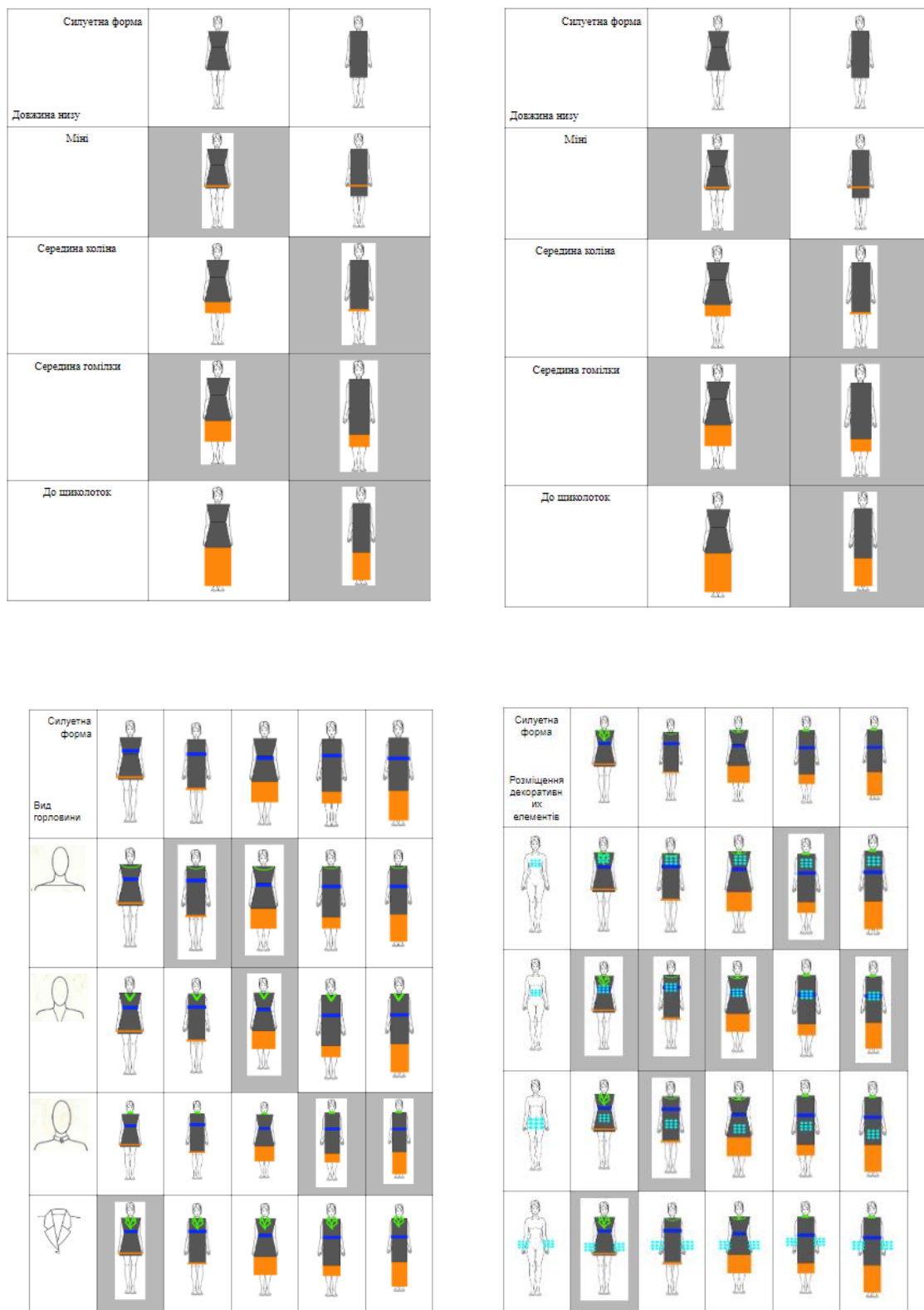


Рис. 8. Таблиці матриць морфологічного аналізу та синтезу елементів форми костюма



Рис. 9. Творчі ескізи колекції

Висновки

В результаті проведених досліджень ми ознайомилися з сучасним становищем індустрії моди в Китаї, встановили її особливості та основні чинники впливу на розвиток даної індустрії. Китайська мода, що з кожним роком все більш впевнено заявляє про себе на міжнародній модній арені та молоді китайські дизайнери, які рішуче захоплюють світ своїм креативом та свіжим баченням є для нас джерелом для натхнення та предметом вивчення нових методів та підходів до конструювання одягу.

Дана дослідницька робота є актуальною в контексті розвитку сучасної модної індустрії світу. Системний підхід до проектування одягу представлений у цій роботі надав змогу створити перспективну та актуальну колекцію молодіжного одягу вуличного стилю, що повністю відповідає джерелу натхнення, художнім смакам та потребам цільової аудиторії колекції.

Список використаних джерел

1. Сайт журналу «WGSN Insider» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.wgsn.com>
2. Сайт журналу «Media Sapiens» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ms.detector.media>
3. Сайт журналу «i-D» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://i-d.vice.com/en_uk
4. Сайт журналу «South China Morning Post» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.scmp.com>
5. Сайт журналу «Vogue» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.vogue.com/article/chinese-street-style-tiktok>
6. Сайт журналу «Jing Daily» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://jingdaily.com>

References

1. Sait zhurnalu «WGSN Insider» [Site of journal «WGSN Insider»]. Retrieved from <https://www.wgsn.com>
2. Sait zhurnalu «Media Sapiens» [Site of journal «Media Sapiens»]. Retrieved from <https://ms.detector.media>
3. Sait zhurnalu «i-D» [Site of journal «i-D»]. Retrieved from https://i-d.vice.com/en_uk
4. Sait zhurnalu «South China Morning Post» [Site of journal «South China Morning Post»]. Retrieved from <https://www.scmp.com>
5. Sait zhurnalu «Vogue» [Site of journal «Vogue»]. Retrieved from <https://www.vogue.com/article/chinese-street-style-tiktok>
6. Sait zhurnalu «Jing Daily» [Site of journal «Jing Daily»]. Retrieved from <https://jingdaily.com>

Kuzmenko Annaannakuzmenko24031973@gmail.comKyiv National University of
Technologies and Design**Nikolayeva Tetyana**ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9353-9827>nikolaevatd@gmail.com
Kyiv National University of
Technologies and Design**Исследование факторов влияния на развитие молодежной моды и эстетики
Китая****Кузьменко А. А., Николаева Т. И.**

Киевский национальный университет технологий и дизайна

Цель. Создание коллекции неординарной одежды повседневного назначения, которая выражает идею взаимного влияния политических, демографических и социально-экономических процессов на развитие современной повседневной моды, на примере китайского молодежного уличного стиля.

Методика. Историкографический анализ научных работ по изучению внешних факторов влияния на развитие моды; изучение архивных материалов уличного стиля Китая последнего десятилетия; анализ статистических данных; для трансформации элементов уличного стиля в принципы проектирования современной молодежной одежды — метод ассоциаций, метод стилизации, системно-структурный анализ, морфологический анализ, визуально-аналитический метод.

Результаты. Получены характеристики исследуемого творческого источника для трансформации в принципы проектирования современной одежды. Определены конструктивно-декоративные особенности одежды в уличном стиле.

Проанализированы тренды уличного стиля Китая последнего десятилетия и спрогнозировано основные тенденции развития данного стиля на ближайшее будущее.

Научная новизна. Определены рациональные способы привлечь внимание к феномену возникновения новых и креативных модных молодежных течений и субкультур, как реакция на попытки власти вмешиваться в личную жизнь населения. Изучение влияния стремительного развития технологий на формирование и изменение мировых модных трендов.

Практическая значимость. На основе комплексного исследования создана капсульная коллекция одежды с использованием основных конструктивно-декоративных элементов и последних трендов в течении стрит стайл в Китае.

Ключевые слова: глобализация, стрит стайл, золотой щит, миллениалы, поколение Z, vpn, унисекс, методы художественного проектирования

Research of factors that influence the development of youth fashion and aesthetics in China

Kuzmenko A., Nikolaeva T.

Kyiv National University of Technology and Design

Purpose. Creating a collection of extraordinary clothes for everyday use, which expresses the idea of the mutual influence of political, demographic and socio-economic processes on the development of modern everyday fashion, with the example of Chinese youth street style.

Methodology. Historiographical analysis of scientific research of external factors influencing the development of fashion; study of archival materials on Chinese street style of the last decade; statistical data analysis; for the transformation of elements of street style into the principles of designing modern youth clothing - the method of associations, the method of stylization, system-structural analysis, morphological analysis, visual-analytical method.

Findings. The characteristics of the researched creative source for transformation into the principles of modern clothing design are obtained. The constructive and decorative features of street style clothing are determined. The trends of Chinese street style of the last decade are analyzed and the main tendencies of development of this style for the near future are forecasted.

Originality. Rational ways to draw attention to the phenomenon of the emergence of new and creative fashion youth trends and subcultures, as a reaction to attempts by the authorities to interfere in the private life of the population, have been identified. Study of the influence of rapid development of technologies on the formation and change of world fashion trends is conducted.

Practical value. Based on a comprehensive study, a capsule collection of clothing was created using the main structural and decorative elements and the latest trends in Chinese street style.

Keywords: globalization, street style, golden shield, millennials, generation Z, vpn, unisex, design methods