

Magdalena Grela-Chen*

ORCID: 0000-0002-2646-4191

Uniwersytet Jagielloński

ROLA MEDIÓW SPOŁECZNOŚCIOWYCH W UPOWSZECHNIANIU WIEDZY O HISTORII MODY W CHINACH

Artykuł analizuje wybrane przypadki z chińskich mediów społecznościowych, takich jak Weibo, Douyin, Bilibili i Xiaohongshu, pod kątem rozpowszechniania wiedzy na temat historii mody chińskiej. Powszechna świadomość na temat różnorodności chińskiego stroju zaczęła się rodzić w społeczeństwie wraz z opublikowaniem badań Shen Congwena w 1981 roku. Zdobywanie wiedzy z tego zakresu wiąże się z trudnościami w lekturze specjalistycznego słownictwa i specyfiką języka chińskiego. W mediach społecznościowych w Chinach można zaobserwować pojawienie się influencerów edukujących na temat historii mody. Publikowane są materiały rekonstrukcyjne i szkoleniowe, oferujące łatwe do zapamiętania treści. Taka droga przekazu to szansa dla upowszechnienia wiedzy z szeroko pojętych studiów o modzie, jednakże niesie ze sobą zagrożenia. Nie każdy twórca posiada odpowiednie kompetencje i wiedzę. Z tego powodu media społecznościowe przyczyniają się do rozpowszechniania fałszywych informacji i kreują zaburzony wizerunek mody z okresu cesarstwa.

Słowa kluczowe: edukacja, media społecznościowe, moda, Chiny, *hanfu*

WSTĘP

Weibo (微博¹), Bilibili (哔哩哔哩), Douyin (抖音) czy najbardziej znane poza granicami Chin Xiaohongshu (小红书, Rednote) to platformy i aplikacje popularne wśród użytkowników chińskiego Internetu. Weibo i Xiaohongshu pozwalają na zamieszczenie zdjęć, filmów i krótkich wpisów, przy czym ta druga obsługuje również usługi e-commerce. Na Bilibili oraz Douyin (chiński Tik-Tok) autorzy umieszczają filmy różnej długości. Nierzadko twórcy internetowi posiadają konta na kilku platformach i powielają zamieszczane treści. Zawartość

* Instytut Bliskiego i Dalekiego Wschodu, Uniwersytet Jagielloński, Kraków, e-mail: magdalena.grela@uj.edu.pl

¹ W artykule zastosowano transkrypcję Hanyu pinyin bez tonów, jak również dodano zapis w znakach uproszczonych przy pierwszym pojawieniu się terminu. W wyjątkowych przypadkach zastosowano znaki tradycyjne przy przytaczaniu tytułów publikacji, dla zachowania oryginalnego zapisu. Przytoczone w treści tłumaczenia tytułów publikacji chińskojęzycznych na język polski są tłumaczeniami własnymi na potrzeby niniejszego artykułu.

publikowanych materiałów jest różnorodna, oprócz funkcji tylko rozrywkowych mogą mieć one także walory edukacyjne. Popularnością cieszą się również wszelkiego rodzaju poradniki dostarczające sposobów na rozwiązanie codziennych problemów oraz uczące praktycznych umiejętności. Stąd też osoby zainteresowane tematami modowymi mogą spodziewać się nie tylko treści z teoretycznymi rozważaniami, ale też z materiałami szkoleniowymi. Przedstawione w artykule wnioski zostały sformułowane w toku dokonanej analizy komparatywnej materiałów źródłowych. Analizie poddano treści sugerowane przez platformy jako najpopularniejsze lub też wyświetlane jako proponowane dla użytkownika zainteresowanego szeroko rozumianą modą lub też *hanfu*. Zaprezentowano przykłady uznane za najbardziej typowe. W analizie literatury naukowej wyszczególniono najbardziej reprezentatywne przypadki spośród dziewięćdziesięciu monografii w języku chińskim.

Czy posiadanie wiedzy o historii mody ma istotne znaczenie dla budowania tożsamości? Dlaczego powinniśmy rozumieć mechanizmy modowe? Czy dostęp do internetu pozwolił na zwiększenie świadomości o znaczeniu mody w historii Chin? Kto promuje wiedzę o modzie w XXI wieku? Czy tradycyjna literatura naukowa nadal jest ważnym źródłem przekazu wiedzy? Te pytania stanowiły punkt wyjścia do rozważań nad szansą promocji, jaką zyskały studia o modzie w Chinach wraz z postępem technologicznym. Celem niniejszych rozważań jest więc analiza źródeł, z których Chińczycy mogą czerpać wiedzę na ten temat. W artykule przyjęto dwie hipotezy. Po pierwsze, media społecznościowe w Chinach stanowią istotny kanał przekazu treści z zakresu historii mody. Po drugie, media społecznościowe przyczyniają się do rozpowszechniania fałszywych informacji i kreują zaburzony wizerunek mody z okresu cesarstwa.

MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE JAKO WYZWANIE DLA TRADYCYJNEJ EDUKACJI

Bibb Latané w swojej teorii wpływu społecznego (*social impact theory*) zauważa, że „jesteśmy pod wpływem innych, jesteśmy zabawiani przez ich występy i czasami jesteśmy przekonywani przez ich argumenty”. Co więcej, atrakcyjność innych osób może powodować, że zwracamy się w ich kierunku (Latané 1981, s. 343). W tym kontekście rozwój internetu ułatwił docieranie do dużych grup ludzkich ze swoimi ideami, jak również zburzył obowiązujące wcześniej zasady. Taki stan rzeczy miał miejsce także w odniesieniu do osób prezentujących swoje opinie na tematy modowe (Botkin 2016, s. 16). Jednostki bądź grupy zyskały zatem kolejne narzędzie do wywierania wpływu na innych. Marco Pedroni zauważył paradoks charakteryzujący influencerów modowych. Ich siła ma leżeć w umiejętności wykreowania wrażenia, że wszystko jest prawdziwe i autentyczne. Influencer odznacza się dużą charyzmą, która przyciąga innych. Natomiast „charyzma w sieci jest formą *soft power*, a dominacja jest dobrowolna, nie narzucona” (Pedroni, 2023, s. 250). Ponadto stwierdza, że „obserwujący chcą być pod wpływem” (Pedroni, 2023, s. 250). Blogerzy i influencerzy modowi mogą więc przekazywać wiedzę dotyczącą mody, a ich odbiorcy będą dobrowolnie zapoznawać się z tymi treściami. W kontekście charakterystyki i potencjału chińskich mediów społecznościowych na pierwszy plan wysuwa się Xiaohongshu. Platforma ta zgromadziła

190 milionów aktywnych użytkowników, z czego 72% jest w wieku poniżej 30 lat, a około 70% to kobiety. Jest ona najchętniej wybieranym medium przekazu przez chińskich influencerów. Co ważne w kontekście możliwości upowszechniania wiedzy o historii mody poprzez ten kanał, jedną z głównych grup użytkowników stanowią osoby pasjonujące się modą (Verot, 2025).

Ponadto, jak zauważył Chris Dede, sieci drugiej generacji (Web 2.0) stanowiąc będą wyzwaniem dla klasycznego systemu edukacji. Jest to spowodowane tym, że media społecznościowe stanowią jedno ze źródeł czerpania wiedzy przez uczniów. Z jednej strony informacje znajdują się na wyciągnięcie ręki, a z drugiej nie wszystkie są zgodne z prawdą bądź sporządzone w sposób obiektywny (Dede, 2016, s. 95–96). Czy jednak jest to coś całkowicie nowego? Jack M. Balkin i Julia Sonnevend słusznie zauważyli, że wiedza zdobywana w sposób nieformalny nie jest niczym nowym. W odniesieniu do edukacji cyfrowej jako jedną z jej cech wskazali na przenikanie się nauki i rozrywki. Dyplomowani nauczyciele staną zaś w szranki z osobami bez wykształcenia. To potencjalni uczniowie będą decydować o tym, kto przygotowuje doskonalsze, lepiej odbierane materiały audiowizualne (Balkin i Sonnevend, 2016). José van Dijck i Thomas Poell, analizując debatę na temat roli mediów społecznościowych w środowisku naukowym, wskazali, że jednym z popularnych ujęć tematu jest potraktowanie mediów społecznościowych jako narzędzia. Jednocześnie ich faktyczna przydatność w procesie uczenia się poprzez wzbogacanie go jest nadal przedmiotem dyskusji. Na równi zakłada się, że mogą one mieć przeciwny skutek, a więc zakłócać zdobywanie wiedzy (Dijck i Poell 2018, s. 580).

W kontekście funkcjonowania chińskiego internetu, jak również analizy zamieszczanych w nim materiałów edukacyjnych należy mieć na uwadze fakt, że ten kanał komunikacji podlega cenzurze ze strony państwa. Co może wydać się zaskakujące, nie wszyscy użytkownicy internetu pozostają w takim samym stopniu świadomi istnienia takiej kontroli (Wang i Mark, 2015). Ponadto użytkownicy platform zobowiązują się do przestrzegania zasad określonych w regulacjach funkcjonowania społeczności. W punkcie pierwszym regulaminu Xiaohongshu, zaktualizowanego w lutym 2023 roku, możemy przeczytać, że rozpowszechnianiu powinny podlegać tylko naukowo zweryfikowane informacje. Aplikacja sprzeciwia się promocji pseudonaukowych poglądów (Xiaohongshu, 2023). Pozostaje to jednakże tylko wytyczną, bez wskazówek, jak udowodnić, że udostępniona treść spełnia kryteria naukowości i została potwierdzona. Każda udostępniona treść przed publikacją szerszej społeczności zostaje zweryfikowana przez aplikację. W przypadku wykrycia łamania zasad twórca musi liczyć się z konsekwencjami. Każdy ma dostęp do funkcji pozwalającej sprawdzić, czy posiadane konto spełnia kryteria, czy też nałożono na nie ograniczenia. Platforma wspiera oryginalność zamieszczanych treści, którą należy wykazać. Z perspektywy analizowanego zagadnienia może to zniechęcać twórców do jawnego wspierania się literaturą naukową i powielania treści stworzonych przez innych.

DZIEDZICTWO SHEN CONGWENA

Przed dokonaniem analizy treści w mediach społecznościowych należy zastanowić się, jak wyglądał dostęp do wiedzy przed erą internetu oraz jak obecnie wygląda rynek literatury chińskiej poświęconej historii mody chińskiej. Warto również zauważyć, że publikacje

tego rodzaju są napisane specjalistycznym językiem. W przypadku specyfiki języka chińskiego stanowi to niemałe wyzwanie dla czytelnika. Język chiński zapisywany jest za pomocą znaków, których liczba – jak wskazuje Chen Tingyou – wynosi aż 90 tysięcy, jednakże nie wszystkie używane są z tą samą częstotliwością. Za najpopularniejsze uważa się jedynie 3500 znaków. W trakcie pisania należy zwrócić uwagę na to, aby każdy ze znaków zajmował porównywalną ilość miejsca, tworząc harmonijną całość (Chen, 2003, s. 13). Tak więc potencjalna osoba chcąca zgłębić temat od zera z dużym prawdopodobieństwem napotka znaki, których znaczenia nie zna. Co więcej, nie będzie w stanie nawet przypisać im prawidłowego sposobu czytania. Z tego powodu w części książek poświęconych historii mody, zamieszczony jest sposób czytania danego znaku w transkrypcji Hanyu pinyin. Jednak zabieg ten został ograniczony tylko do wybranych, uznanych przez autorów za najtrudniejsze, sytuacji. Przykładami takiej praktyki mogą być pozycje *Zhongguo fushi shi jiaocheng* (中国服饰史教程, *Kurs historii chińskiego stroju*) autorstwa Sun Shipu (1999) oraz *Yiguan tianxia: Zhongguo fuzhuang tu shi* (衣冠天下: 中国服装图史, *Stroje pod niebem: Ilustrowana historia chińskiego ubioru*) autorstwa Huang Nengfu i Qiao Qiaoling (2009).

W Chinach za nestora badań nad rodzimym ubiorem uważa się Shen Congwena, którego osiemnastoletnie badania skutkowały publikacją w 1981 roku pionierskiej książki *Zhongguo gudai fushi yanjiu* (中国古代服饰研究, *Badania nad starożytnymi chińskimi strojami*). Uznaje się, że działania na gruncie naukowym podjęte przez Shena przyczyniły się do wyodrębnienia osobnej dziedziny badań, to jest archeologii tekstyliów (*fangzhi kaogu*, 纺织考古). Jego publikacja pomogła również w zaprezentowaniu światu dziedzictwa chińskiego przemysłu jedwabnego w czasach przed powszechnym dostępem do internetu. Co więcej, była ona ofiarowywana w ramach prezentu w trakcie spotkań na najwyższym szczeblu dyplomatycznym (Huafulzhipingtai, 2019, s. 1–2). Informacje w niej zawarte obejmują okres od neolitu aż do początku dynastii Qing (清朝, *Qingchao*). Znajdują się w niej też krótkie odniesienia do historycznego stroju niektórych mniejszości etnicznych, na przykład Miao (苗族, *Miaozu*), Zhuang (壮族, *Zhuangzu*) czy też Ujgurów w początkach dynastii Qing (Shen, 2005). Należy więc zauważyć, że zgodnie z tytułem nie obejmują czasów najnowszych. Treść ma formę litego bloku tekstu, okraszona jest oszczędnymi rycinami wraz z czarno-białymi fotografiami wybranych artefaktów. Wiedza nie jest tu przekazywana skrótowo, a walor popularnonaukowy jest niższy. Mimo to do dnia dzisiejszego pozostaje ona aktualna, a jej wartość podkreślana jest przez kolejne wznowienia publikacji.

Standardową literaturę dotyczącą zagadnienia można podzielić na słowniki, przekrojowe opracowania przez całą historię Chin oraz szczegółowe studia konkretnych okresów. W zakresie słowników za najważniejszy można uznać *Zhongguo yiguan fushi da cidian* (中国衣冠服饰大辞典, *Wielki słownik chińskich ubiorów i nakryć głowy*), który na niemal stu stronach definiuje terminy podzielone na kategorie, m.in. górne i dolne części ubioru, makijaż, nakrycia głowy, rodzaje strojów (Zhou i Gao, 1996). Źródło to pozwala w szybki sposób poznać znaczenie nieznanego terminu, szczególnie w sytuacji, gdy nie posiada się wiedzy o okresie historycznym, do którego dany termin się odnosi. Warto wskazać tu jeszcze pozycję *Zhongguo chuantong fushi tujian* (中国传统服饰图鉴, *Ilustrowany przewodnik po tradycyjnych chińskich strojach*), który zawiera więcej kolorowych ilustracji, jednak jest

opracowaniem znacznie okrojonym. Pozostaje jednakże wartościowym opracowaniem dla osób zaczynających uczyć się historii mody (Li, 2010).

W kontekście przekrojowych opracowań, oprócz wcześniej wymienionych publikacji Shena, Suna, Huanga i Zhou, można podać też inne przykłady, takie jak rzetelne opracowanie *Zhongguo fuzhuang shi* (中國服裝史, *Historia chińskiego ubioru*) przygotowane przez Huang Nengfu i Chen Juanjuan (2001). Przez długi czas literatura poświęcona zagadnieniu stroju pisana była przez wąskie grono autorów, którzy publikowali kolejne warianty historii mody, zawierające nieco inne ujęcia tematu, lub też inne poglądy na terminologię, w szczególności w kontekście wczesnych dziejów, jak na przykład ubiory z dynastii Zhou (周朝, *Zhouchao*) i Han (汉朝, *Hanchao*). Na uwagę zasługują również przekrojowe publikacje dotyczące fryzur i makijaży – *Zhongguo lidai zhuangshi* (中国历代妆饰, *Chiński makijaż i ozdoby na przestrzeni dziejów*) (Li, 2004), oraz męskich ubiorów – *Zhongguo lidai nanzi fushi* (中国历代男子服饰, *Chińskie męskie stroje na przestrzeni dziejów*) (Wang, 2025).

W obliczu dużego skomplikowania mody chińskiej, mnogości fasonów, symboli i znaczeń, powszechne są publikacje skupiające się tylko na co najwyżej dwóch dynastiach. Pozwalają one na szczegółowe przedstawienie tematu bez nadmiernych skrótów. Na gruncie naukowym na szczególną uwagę zasługuje publikacja *Mingjian: Mingdai fuzhuang xingzhi yanjiu* (明鉴: 明代服装形制研究, *Odzwierciedlać Mingów: Badania nad fasonami ubiorów dynastii Ming*), która analizuje zachowane do czasów współczesnych przykłady odzieży (Jiang, 2021). Jak również analiza Zhang Ling (2019) dotycząca mody południowej dynastii Song (南宋朝, *Nan Song chao*) – *Na geng luoyi qiaozhaicai: nan Song nüzhuang xingzhi fengge yanjiu* (那更罗衣峭窄裁: 南宋女装形制风格研究, *Te wąsko krojone ubrania z jedwabnej gazy: Badania nad stylem ubioru kobiet z południowej dynastii Song*).

Z uwagi na coraz większą popularność strojów typu *hanfu* (汉服), a więc współczesnej mody bazującej na fasonach z czasów cesarskich Chin od dynastii Zhou do Ming (明朝, *Mingchao*) (Grela-Chen, 2024), można zaobserwować zapotrzebowanie na wydania mające praktyczny charakter. Zawierają dużą liczbę ilustracji, przedstawiają gotową sylwetkę z pasującą fryzurą i makijażem. Mogą być to plansze ze strzałkami z terminologią, odchodzącymi od poszczególnych elementów stroju, jak w publikacji *Tangdai guanfu tuzhi* (唐代冠服图志, *Ilustracje nakryć głowy i ubiorów z czasów dynastii Tang*), oraz z opisami w formie skondensowanej wiedzy (Yan, 2024). Treściowymi, skonstruowanymi w sposób nieco przypominający treści na platformach mikroblogowych. Wyraźnie dostosowują więc książkę do potrzeb czytelnika przyzwyczajonego do krótkiej formy przekazu. Dużą popularnością cieszy się seria książek pozwalająca się utożsamić z osobami żyjącymi za czasów danej dynastii. Znajdują się w niej ilustracje pokazujące poszczególne etapy ubierania się, obejmujące elementy odzieży spodniej, nierzadko pomijane, lecz istotne dla uzyskania odpowiedniego efektu końcowego. Należy do niej między innymi publikacja *Wo zai Ming chao chuan shenme* (我在明朝穿什么, *Co nosiłem w czasach dynastii Ming*) (Lu, 2022).

Zauważyć można więc ewolucję literatury przedmiotu, która dostosowana jest do potrzeb różnych grup czytelników. Wydania nowych publikacji cechują się wysokim poziomem estetyki oraz wysokiej jakości materiałem ilustracyjnym. Cechą łączącą wszystkie publikacje jest zastosowanie w dużym nagromadzeniu wysokospecjalistycznego słownictwa.

EDUKATORZY ERY MEDIÓW SPOŁECZNOŚCIOWYCH

Coraz większy dostęp do internetu sprawił, że oprócz tradycyjnych źródeł pisanych oraz produkcji telewizyjnych, można też czerpać wiedzę przekazywaną przez każdego, kto zdecyduje się założyć konto na portalu społecznościowym. Znacznie zwiększa to dostęp do informacji, które są niemal na wyciągnięcie ręki. Krótka forma przekazu porcuje też wiedzę na łatwe do zapamiętania części. Można również wybierać formę przekazu, od poważnych materiałów utrzymanych w naukowym tonie po humorystyczne nagrania.

Zaletą materiałów filmowych jest fakt, że często oprócz treści mówionych dodaje się napisy. W ten sposób osoby uczące się historii mody mogą powiązać specjalistyczne słownictwo z prawidłowym sposobem wymowy. W znaczący sposób usprawnia to więc proces przyswajania wiedzy, pomijając nierzadko żmudne poszukiwania słownika specjalistycznego obejmującego daną terminologię. Co więcej, powstają materiały filmowe, w których twórcy podejmują temat właściwego nazewnictwa danej rzeczy, korygując najpopularniejsze błędy w wymowie (Tang Xiaomi Dou, 2023).

Dużą popularnością cieszą się nagrania utrzymane w lekkiej konwencji, nierzadko balansujące na granicy pastiszu. Czasem wręcz nieco ironiczne w wyrazie, ale jednocześnie nieprzekraczające granicy dobrego smaku. Można stwierdzić, że jest to nauka przez zabawę, a chwytliwa forma ułatwia zapamiętanie głównych idei. Taką drogę edukowania wybrał bloger Yalikeshanda, który specjalizuje się w rekonstrukcjach męskich ubiorów. Jego konto na platformie Weibo obserwuje ponad 185 tysięcy osób (Yalikeshanda, 2025a), natomiast konto na Xiaohongshu śledzi ponad 493 tysiące osób, a udostępnione treści polubiono bądź dodano do kolekcji ponad 4,8 miliona razy (Yalikeshanda, 2025b). Posiada on również konta na Douyin (Yalikeshanda, 2025c) oraz Bilibili (Yalikeshanda, 2025d). Jego rekonstrukcje cechują się wysoką dbałością o szczegóły, zwykle posiadają napisy wyjaśniające nazewnictwo poszczególnych rodzajów odzieży i nakryć głowy. Osobną grupę stanowią filmy typowo humorystyczne, w których autor wraz z osobami towarzyszącymi tańczy w zabawny sposób, niepasujący do stylu epoki, którą rekonstruuje. Takie produkcje opatrzone są hasztagiem *li beng yue huai* (礼崩乐坏, „rytuał i muzyka są w ruinie”) (Yalikeshanda, 2025e). Można uznać, że mają one dwojaką funkcję. Po pierwsze, przyciągają uwagę i być może zainteresują obserwatorów do zapoznania się z bardziej edukacyjnymi materiałami twórcy. Po drugie, oswajają one stroje o krojach tradycyjnych i pokazują, że można je wykorzystywać w codziennym życiu, a wybór *hanfu* jako odzieży codziennej nie oznacza konieczności zachowania powagi i ceremoniału sprzed wieków.

Osobną grupę edukatorów stanowią rekonstruktorzy, którzy nie tylko dbają o odtworzenie wizerunku z danej epoki, ale również nakręcenie filmu w otoczeniu nawiązującym do historycznych realiów. Co więcej, oddają oni charakter okresu odpowiednim zachowaniem aktorów i doбором muzyki. Produkcje tego typu pozwalają na wrażenie podróży w czasie, ułatwiają zrozumienie wiedzy przekazywanej w książkach o charakterze naukowym. Jedną z takich osób jest Bao Yifan, który w szczególności specjalizuje się w ożywianiu wizerunku społeczeństwa z czasów dynastii Tang (唐朝, *Tangchao*). Jego produkcje wyróżniają się wykorzystaniem pełnowymiarowych ozdób do włosów, będących wiernym odwzorowaniem oryginalnych spinek (Bao Yifan, 2025). Autentyzm i dbałość o szczegóły pozwala na poznanie

splendoru kosmopolitycznych Tangów w pełnej krasie. Należy tutaj zauważyć, że sam autor w wywiadach podkreśla, że swoją wiedzę czerpał z czasopism naukowych i publikacji, a następnie osobiście odwiedzał stanowiska archeologiczne (Fengmianxinwen, 2024).

PROBLEMATYCZNE WYBORY BLOGERÓW MODOWYCH

Nagrany głos, który z jednej strony jest siłą ogólnodostępnych filmów o charakterze rozrywkowo-edukacyjnym, z drugiej strony może przynosić szkodę i utrwalać błędy. W tym kontekście chodzi przede wszystkim o prezentowanie niepoprawnej wymowy bądź też uznanej za niewłaściwą w głównym nurcie badań. Przykładem takiej sytuacji jest film twórcy Huang Dong Ye Qian Hu, który w humorystyczny sposób przedstawia różnice pomiędzy dwoma podobnymi fasonami męskich ubiorów z czasów dynastii Ming, to jest *yisan* (曳撒) i *tieli* (贴里). Niestety stosowana przez autora wymowa w formie *yesa* (zamiast *yisan*) uznawana jest obecnie za niewłaściwą. Kwestia ta doprowadza do dyskusji pod jego filmem, jednakże nie każdy widz pochylił się nad rozmowami w sekcji komentarzy (Huang Dong Ye Qian Hu, 2024). Poprawna wymowa podana jest zaś przykładowo we wspomnianej wcześniej publikacji *Zhongguo lidai nanzi fushi* (Wang, 2025, s. 215). Wyzwania w kontekście wyboru prawidłowej wymowy pokazują, że potrzeba umieszczania w literaturze naukowej w języku chińskim czytania trudnego znaku pozostaje nadal kwestią aktualną i istotną.

Należy również zauważyć negatywne oddziaływanie blogerów mających dostęp do wysokiej jakości ubiorów i dodatków, lecz wykorzystujących je w nie do końca poprawny sposób. Tworzą wrażenie rekonstrukcji o wysokiej jakości, która wzbudza chęć naśladowania. W przypadku czerpania wiedzy o historii mody jedynie z produkcji tego typu zachodzi duże ryzyko powielania błędnych schematów, które następnie zostaną utrwalone w świadomości społecznej. Jednym z jaskrawych przykładów są stylizacje wskrzeszające wizerunek arystokratki i cesarzowej z czasów wczesnej dynastii Ming. Jest to niezwykle efektowna sylwetka obejmująca fryzurę typu *diji* (狄髻/鬃髻). Charakteryzuje się ona uczesaniem przypominającym stożek ozdobiony kilkoma rodzajami spinek, z których każda posiada swoją nazwę, określoną formę i miejsce, w którym powinna zostać umieszczona. *Diji* to świadectwo stylu epoki oraz splendoru dworu Mingów (Dong, 2014). Niestety zagadnienie ułożenia spinek często traktowane jest powierzchownie, a wpinane są one wedle gustu twórcy: na przykład spinkę typu *man guan* (满冠) umieszcza się z przodu zamiast z tyłu koka. Powszechnie jest również wpinanie spinek typu *yan bin* (掩鬓) w kształcie chmury (ułożonych nad skroniami) do góry nogami bądź przekreślonych o kąt 90 stopni (MoYanxk, 2025). Przeczy to informacjom o lokalizacji *man guan* oraz fotografii z ukazaniem ułożeniem *yan bin* w kształcie chmury przytoczonym w *Wo zai Ming chao chuan shenme* (Lu, 2022, s. 127, 132). Należy również zauważyć, że odbiorcom materiału dużo trudniej jest wskazać pomyłkę w kosztownej stylizacji, która bardzo dobrze udaje oryginał. Wymaga to posiadania szczegółowej wiedzy oraz odwagi do publicznego wejścia w dyskusję na specjalistyczny temat.

Kolejny problem stanowią działania marek specjalizujących się w projektowaniu *hanfu*, w których osoby odpowiedzialne za projekty nie posiadają odpowiedniego poziomu wiedzy teoretycznej. Mimo że *hanfu* są współczesnymi ubiorami, to jednak bazują na starych wzorach

i pozostają głęboko zakorzenione w kulturze Chin. Należy więc zauważyć, że istnieje cienka granica pomiędzy tym, co dopuszczalne do zmiany, a tym, co nie powinno mieć miejsca. Wprowadzanie nowych wzorów, poszerzanie dostępnej puli kolorystycznej, wariacje na temat kroju – to wszystko może zostać wprowadzone bez wielkiej szkody, w ramach rozwijania gałęzi unowocześnionych *hanfu*. Problematiczne jednakże jest tworzenie ubrań o charakterze rekonstrukcyjnym i zestawianie ich chociażby z niewłaściwymi dodatkami. Takim przykładem może być wykonany przez Linde Hanfu projekt urzędniczego *yuanlingpao* (圆领袍, szata o okrągłym kołnierzu), bazującego na kroju z dynastii Song, zestawionego w filmie promocyjnym z rekonstrukcją paska z dynastii Ming (Linde Hanfu, 2025). Kontrowersyjny projekt w odniesieniu do kroju przygotowała zaś marka Yi Zhan Feng Chun. Jej propozycja rekonstrukcji zestawu wzorowanego na dynastii Jin (晋朝, *Jinchao*) posiadała rękawy bardziej przypominające krojem dużo późniejszą dynastię Ming. W tej sytuacji, co warte zauważenia, zainterweniowali potencjalni klienci, którzy zwrócili uwagę na nieścisłość i poprosili o zmianę kroju. Przedstawiciel firmy w odpowiedzi uznał uwagi i zapowiedział dokonanie korekty fasonu (Yi Zhan Feng Chun, 2025). Pierwotny krój różnił się od rycin i fotografii pokazujących rękawy charakterystyczne dla obu okresów historycznych, zamieszczonych między innymi w *Yiguan tianxia: Zhongguo fuzhuang tu shi* (Huang i Qiao, 2009). Sytuacja ta pokazuje zarówno coraz większą świadomość konsumentów na temat historii ubioru chińskiego, jak i chęć wybierania strojów zgodnych pod względem kroju z prawdą historyczną. Filmy promujące nowe produkty dostępne w sprzedaży, a umieszczane na platformach takich jak Xiaohongshu, również stanowią nieformalny materiał edukacyjny dla publiczności. Zaciera się granica między reklamą dla konsumentów a filmem obrazującym okres w historii mody chińskiej.

PODSUMOWANIE

Dzięki aktywności blogerów możliwe było rozpropagowanie wiedzy na temat historii mody chińskiej, która wymaga znajomości specjalistycznego słownictwa. Rosnąca popularność tej formy przekazu nie oznacza zmierzchu klasycznej literatury poświęconej tematowi. Wręcz przeciwnie, zwiększa się zapotrzebowanie na publikacje, gdyż każdy influencer chcący przekazywać rzetelną wiedzę powinien najpierw zdobyć informacje ze sprawdzonego źródła. Wskazane przykłady pokazują jednakże, że nie wszyscy z nich czerpią wiedzę z rzetelnych opracowań naukowych. Rekonstrukcje i nagrania edukacyjne natomiast pozwalają odbiorcom w pełni docenić bogactwo chińskiej mody, lepiej zrozumieć skomplikowane opisy z książek, obejmujące kroje odmienne od współczesnej zachodniej mody.

Rozwój działalności na platformach typu Xiaohongshu czy Douyin niesie również zagrożenia, takie jak promocja złych wzorców i nieprawdziwych informacji, nad którymi nie ma tak ścisłego nadzoru, jak w przypadku publikacji książkowych. Każdy może przygotować i umieścić materiały, a ewentualna ewaluacja może nadejść ze strony odbiorców lub ewentualnie platformy. Niemniej często takie wykrzywiające rzeczywistość obrazy pozostają w przestrzeni internetowej i mogą przyczyniać się do powielania błędów oraz promocji niezgodnych z faktami wzorców. W tym kontekście należy zwrócić uwagę na działania Komunistycznej Partii Chin, która wprowadza ograniczenia dla influencerów tworzących

informacje z zakresów uznawanych za wrażliwe, a wśród nich znalazły się treści związane z edukacją. Wedle nowych regulacji wymagane jest posiadanie stosownego wykształcenia, aby wypowiadać się publicznie na takie tematy (Danao, 2025). W tym momencie trudnym do określenia jest to, czy regulacje obejmą osoby przekazujące wiedzę dotyczącą historii mody, jednakże jest to ważny sygnał ostrzegający przed wprowadzaniem w błąd użytkowników mediów społecznościowych. Osoby edukujące innych w tym zakresie powinny poprzedzić przygotowanie materiałów pogłębionymi studiami z wykorzystaniem uznanych publikacji, których nie brakuje w Chinach.

BIBLIOGRAFIA

- Balkin, J.M., Sonnevend, J. (2016). W: C. Greenhow, J. Sonnevend, C. Ahur (Ed.), *Education and Social Media. Towards a Digital Future* (s. 9–27). The MIT Press.
- Bao, Yifan (2025). *Xiaohongshu*. Pobrano z: <https://xhslink.com/m/82dFDGtK8RN> [10.11.2025].
- Botkin, M. (2014). The Evolution of Fashion Media: Participatory Culture and Style. *The international Journal of Design in Society*, 8(1), 13–22.
- Chen, T. (2003). *Chinese Calligraphy*. L. Ren (Trans.). Beijing: China Intercontinental Press.
- Danao, M. (2025). *China's influencer crackdown bans unqualified voices from covering 'sensitive topics' – should the US follow?* Pobrano z: Yahoo! Finance, <https://finance.yahoo.com/news/china-influencer-crackdown-bans-unqualified-140000836.html> [10.11.2025].
- Dijck van, J., Poell, T. (2018). Social Media Platforms and Education. W: J. Burgess, A.E. Marwick, T. Poell (Ed.). *The SAGE Handbook of Social Media* (s. 579–591). SAGE Publications.
- Dede, C. (2016). Social media and challenges to traditional models of education. W: C. Greenhow, J. Sonnevend & C. Ahur (Ed.), *Education and social media. Towards a digital future* (s. 95–112). The MIT Press.
- Dong, J. (2014). *Q ban da Ming yiguan tuzhi* (版大明衣冠图志). Zhongxin chubanshe.
- Fengmian xinwen (2024). *Tang chao zenme „zhuang”? Luoyang zhe ge zaoxing shikao kaogu dazao “fuhuoshu”* (唐朝怎么“妆”? 洛阳这个造型师靠考古打造“复活术”). Pobrano z: <https://www.thecover.cn/news/L52Pc2PxC%2BH90qSdq8Jkw> [10.11.2025].
- Grela-Chen, M. (2024). *Hanfu: Wskrzeszając splendor cesarskich Chin ze wzrokiem skierowanym w przyszłość*. Księgarnia Akademicka.
- Huang Dong Ye Qian Hu (2024). *Mingdai de tieli he yisan you shaqubie? Kanwannijiuzhidaozenmexuanle* (明代的贴里和曳撒有啥区别? 看完你就知道怎么选了). Pobrano z: Bilibili, https://www.bilibili.com/video/BV1s4421Q7fQ/?spm_id_from=333.337.search-card.all.click [9.11.2025].
- Huafuzhipingtai (Ed.) (2019). *Juewei gouchen: Zhongguo gudai fushi wenhua yanjiu* (扶微钩沉: 中国古代服饰文化研究). Beijing Shi: Hongguo fangzhi chubanshe.
- Huang, N., Chen, J. (2001). *Zhongguo fuzhuang shi* (中國服裝). Beijing: Zhongguo luyou chubanshe.

- Huang, N., Qiao, Q. (2009). *Yiguan tianxia: Zhongguo fuzhuang tushi* (衣冠天下: 中国服装图史). Beijing Shi: Zhonghua shuju.
- Jiang, Y. (2021). *Ming jian: Mingdai fuzhuang xingzhi yanjiu* (明鉴: 明代服装形制研究). Beijing Shi: Zhongguo fangzhi chubanshe you xiangongsi.
- Latané, B. (1981). The Psychology of Social Impact. *American Psychologist*, 36, (4), s. 343–356.
- Linde Hanfu (2025). *Zise xiaojin hua Song gongfu, ya, shizai shiya* (紫色小金花宋公服, 雅, 实在是雅). Pobrano z: Xiaohongshu, <http://xhslink.com/o/7zV9NAISuUW> [10.11.2025].
- Li, W. (2010). *Zhongguo chuantong fushi tujian* (中国传统服饰图鉴). Beijing: Dongfang chubanshe.
- Li, Y. (2004). *Zhongguo lidai zhuangshi* (中国历代妆饰). Beijing: Zhongguo fangzhi chubanshe.
- Lu, C. (2022). *Wo zai Mingchao chuan shenme* (我在明朝穿什么). Nanjing Shi: Jiangsu renmin chubanshe.
- MoYanxk (2025). *Daming nüguan, Zhongguo nüren de qijie fenghua!* (大明女官, 中国女人的气节风华!). Xiaohongshu. <http://xhslink.com/o/6EvQVHiPeB6> [10.11.2025].
- Pedroni, M. (2023). Two Decades of Fashion Blogging and Influencing: A Critical Overview. *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body and Culture*, 27 (2), s. 237–268.
- Shen, C. (1981). *Zhongguo gudai fushi yanjiu* (中國古代服飾研究). Xianggang: Shangwu yinshu guan Xianggang fen guan.
- Shen, C. (2005). *Zhongguo gudai fushi yanjiu* (中国古代服饰研究). Shanghai: Shanghai shudian chubanshe.
- Sun, S. (1999). *Zhongguo fushi shi jiaocheng* (中国服饰史教程). Beijing: Zhongguo fangzhi chubanshe.
- Tang Xiaomi Dou (2023.09.13). *Hanfu zhishi saomang zhexie ciyu ni zhende du duile ma?* (汉服知识扫盲这些词语你真的读对了吗?). Pobrano z: Xiaohongshu, <http://xhslink.com/o/Bv7rQqwS54> [9.11.2025].
- Verot, O. (2025). *Xiaohongshu Statistics and User Demographics for 2025*. Pobrano z: GMA, <https://marketingtochina.com/xiaohongshu-statistics-and-trends/> [12.11.2025].
- Wang, D.; Mark, G.J. (2015). Internet Censorship in China: Examining User Awareness and Attitudes. *ACM Transactions on Computer-Human Interaction (TOCHI)*, tom 22, numer 6.
- Wang, X. (2025). *Zhongguo lidai nanzi fushi* (中国历代男子服饰). Nanjing: Jiangsu renmin chubanshe.
- Xiaohongshu (2023). *Community Guidelines*. Pobrano z: https://www.xiaohongshu.com/crown/community/agreement?fullscreen=true&themeType=default&lang=en_us&isOverseaData=0&isOverseaRegister=1&isUnicomKing=false&xhs-statusbarheight=30&xhsshare=&appid=672f436200000001d02da0b&apptime=1767111983&share_id=a7051692c8d7474e88f654026417dedb&share_channel=copy_link [30.12.2025].
- Yalikesanda (2025a). *Weibo*. <https://weibo.com/u/6469642690> [9.11.2025].
- Yalikesanda (2025b). *Wuguan: Kan de wo huanmeng dou posui* (武官: 看得我幻梦都破碎). Xiaohongshu. Pobrano z: <https://xhslink.com/m/3pSbtDKQCtd> [9.11.2025].
- Yalikesanda (2025c). *Douyin*. Pobrano z: https://www.douyin.com/user/MS4wLjA-BAAAAEwgQ1OomGjMWi0KqAt7eCGTslBwn667BZX2A_tKXA54 [9.11.2025]

- Yalikeshanda (2025d). Bilibili. https://space.bilibili.com/295568661?spm_id_from=333.337.0.0 [9.11.2025].
- Yalikeshanda (2025e). Xiaohongshu. <http://xhslink.com/o/60lsaObLTYT> [9.11.2025].
- Yan, L. (2024). *Tangdai guanfu tuzhi* (唐代冠服图志). Nanjing Shi: Jiangsu renmin chubanshe.
- Yi Zhan Feng Chun (2025). *Xinpintutou | Jinru* (新品图透 | 晋襦). <http://xhslink.com/o/8vZxsRKEZAQ> [10.11.2025].
- Zhang, L. (2019). *Na geng luoyi qiaozhaicai: nan Song nüzhuang xingzhi fengge yanjiu* (那更罗衣峭窄裁: 南宋女装形制风格研究). Beijing: Zhongguo chuanmei daxue chubanshe.
- Zhou, X.; Gao, C. (1996). *Zhongguo yiguan fushi da cidian* (中国衣冠服饰大辞典). Shanghai: Shanghai cishu chubanshe.

THE ROLE OF SOCIAL MEDIA IN DISSEMINATING KNOWLEDGE ABOUT THE HISTORY OF FASHION IN CHINA

This article analyzes selected cases from Chinese social media platforms such as Weibo, Douyin, Bilibili, and Xiaohongshu in terms of disseminating knowledge about the history of Chinese fashion. Widespread awareness of the diversity of Chinese attire began to emerge in society with the publication of Shen Congwen's research in 1981. Acquiring knowledge in this field is associated with difficulties in reading specialized vocabulary and the specificity of the Chinese language. Social media in China has witnessed the emergence of influencers educating on fashion history. Reconstruction and training materials are published, offering easy-to-remember content. This medium offers an opportunity to disseminate knowledge from a broad perspective on fashion studies, but it carries risks. Not every creator possesses the necessary competences and knowledge. For this reason, social media contributes to the spread of false information and creates a distorted image of imperial-era fashion.

Keywords: education, social media, fashion, China, hanfu

Zgłoszenie artykułu: 13.11.2025

Recenzje: 21.12.2025

Akceptacja: 1.09.2026

Publikacja online: 30.01.2026