

Е. А. Завадская, К. П. Платунова

ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОЙ МОДЫ
(на примере деятельности модного дома Balenciaga)

Мода представляет собой сложный социокультурный и эстетический феномен с развитой семантической структурой, которая не только находится в непрерывном коммуникативном взаимодействии с объектами внутри системы, но и испытывает непосредственное влияние внешних экономических, политических, социальных и культурных факторов.

Мода распространяется на все явления культуры и является одной из форм массовой коммуникации. Осознание моды просто невозможно без участия индивида – непосредственного субъекта моды, который осознает свою значимость.

Понятие моды, рассматриваемое, как системообразующий компонент социального мира, является средством выражения своеобразия национального характера. Таким образом, можно утверждать, что с одной стороны, мода национальна, так как способна порождаться конкретным человеком, живущим в определенной стране и творящим ее культуру. С другой стороны, мода универсальна, так как устанавливает свои законы для всех и повсеместно.

История культуры доказывает, что мода обладает особым посланием, выражающим картину мира определенной эпохи и передающим систему ценностных ориентаций, эстетических вкусов, стилей, господствующих в определенный исторический период. Мода – это особый способ отражения коллективного представления об идеале.

В своей книге «Мода и люди» А. Б. Гофман выделяет пять основных функций моды: демаркационную, нивелирующую, функцию социализации, функцию престижности и функцию психологической разрядки.

Рассмотрим, как данные функции отражает один из самых известных и скандальных Модных домов – Balenciaga.

1. Демаркационная функция – это модные стандарты Balenciaga. Данный бренд позиционирует себя как «богатый бунтарь, разрушающий общепринятую красоту».

Одним из хитов бренда еще при его создателе Кристобале Баленсиага становится платье babydoll. Пока остальные модные дома тех времен пытались подчеркнуть силуэт, Баленсиага, напротив, двигался от обратного и предлагал клиенткам широкие плечи и объем в области талии. По словам самого Баленсиага, основным посланием такого нетипичного для тех времен «oversize» было подчеркивание неидеальной красоты. «Женщине необязательно быть идеальной или даже красивой, чтобы носить мои платья. Платье сделают все за нее», – утверждал Кристобал.

На сегодняшний день дизайнером модного дома Balenciaga является Демна Гвасалия. Среди его работ особую популярность получили его ugly shoes (объемные, уродливые кроссовки), которые первоначально вызвали полное непонимание окружающих, но уже через некоторое время стали копироваться другими модными домами и брендами масс-маркета. Считается, что появление данного тренда – это ответ на чрезмерную сексуальность, царившую в 2000-х годах.

Стиль милитари, который использовали ранее только военные и сотрудники спецслужб, также встречается в коллекциях Модного дома Balenciaga. Постепенно утилитарные предметы перекочевали в разряд городского шика. Данный стиль нашел свое отражение в камуфляже, грубой обуви и материалах, а также в брутальной фурнитуре.

Еще одним примером выполнения демаркационной функции является отрывок из фильма Рубена Эстлунда «Треугольник печали». В этом отрывке можно наблюдать, как бренд позиционирует себя и выделяет среди других. Balenciaga – это про роскошь и презрение к покупателям, про следование определенному имиджу, про силу и неприступность.

2. Нивелирующая функция – модные тенденции Balenciaga формируют «новую роскошь», которая внешне не отличается от одежды низшего и среднего класса.

Так, например, в мае 2022 г. бренд выпустил новую модель кед Paris, на которые нанесены пятна, имитирующие грязь, а также царапины и потертости. Стоимость таких кроссовок, однако, перевалила за 1800 \$ за пару, в то время как обычная модель стоит чуть более 600 \$.

Годом ранее Демна Гвасали уже выпустил линейку осенней коллекции, которую дополнил длинным синим худи с лаконичной надписью Balenciaga, отличительной чертой которого стали специально сделанные дырки. Прорезы с необработанными краями украшают толстовку по всему периметру. Изготовленное из полиэстера худи представлено как в мужской, так и в женской размерных сетках. Стоимость такого дизайнерского решения составляет более 1700 \$.

Итак, модный дом Balenciaga выставляет высокую цену за отрицание комфорта и общепринятой красоты.

3. Функция социализации – модные стандарты отражают все значимые процессы в обществе (агендерность, толерантность, декриминализация, педофилия и т.д.).

Агендерность – главный посыл Balenciaga. Так, например, совсем недавно бренд Balenciaga решил выпустить обувь унисекс, но ограничил количество размеров. Новые балетки для мужчин с традиционным маленьким бантиком посередине выполнены в нескольких оттенках: бирюзовом, черном и светло-бежевом. Обувь представлена в размерах от 39 до 46. И на самом сайте Модного дома коллекцию представляют только мужчины.

Бренд очень четко реагирует на современный тренд стирания общепринятых табу. Об этом свидетельствует недавняя коллекция Balenciaga с детьми-моделями с игрушками в бандажах БДСМ. Вскоре после появления фото в СМИ известный модный дом обвинили в распространении детской порнографии из-за БДСМ-атрибутики на съемке с детьми. Спустя некоторое время после разразившегося скандала креативный директор дома принес извинения в социальных сетях и пообещал судиться с дизайнерами, придумавшими съемку.

Однако на других рекламных снимках бренда также нашли «заигрывание» со скользкой темой. В частности, договор о виртуальной детской порнографии и книгу работ художника Микаеля Борреманса, который рисовал голых детей. В контексте скандала появление таких деталей становится двусмысленным.

4. Функция престижности – в контексте данной функции носить Balenciaga означает разделять ценности бренда, быть своего рода «бунтарем». Тенденции модного дома позволяют создать иллюзию более высокого социального статуса. Путем подражания модным стандартам и лидерам мнений Balenciaga позволяет преодолевать чувство неполноценности и выделиться из толпы. Учитывая ценовой сегмент и богатую историю модного дома, человек приобретает не просто вещь, но и определенные эмоции,

статус и уважение. Более того, такому бренду, как Balenciaga свойственно создание искусственного дефицита. Такой метод дарит клиентам иллюзию обладания лимитированной вещью.

5. Функция психологической разрядки – «бунтарь Balenciaga» выбивается из монотонности жизни, предоставляя комфорт и удобство. Особой популярностью пользуются кроссовки Balenciaga Triple S, которые первоначально удивляли покупателей своими необычно большими формами. Однако вскоре данная модель завоевала любовь потребителей не только своим комфортом, но и универсальностью.

Дизайнер Модного дома не боится провокаций, напротив, он создает их. Гвасалия создал настоящий ажиотаж вокруг желтых футболок курьеров DHL, которые продавал за 200 \$. Это он предложил миру сапоги-лосины, а затем и водолазки-перчатки.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что современная мода, выполняя основные функции своей деятельности, очень чутко реагирует на процессы, происходящие в обществе, и одновременно представляет собой инструмент для их продвижения и укоренения.