

Реакція фешн спільноти на війну в Україні

Гурдіна В.В.

Харківська державна академія дизайну і мистецтв

Мода – то окрема мова, емоційна, потужна, інтернаціональна. І, звісно, нам хотілося би, щоб вона кричала про біль нашої батьківщини максимально голосно.

Жахлива війна в Україні розпочалася в унісон зі світовими тижнями моди. Що ми там побачили? Деяких зірок street style у жовто-блакитних образах (рис. 1), декілька гасел (рис. 2,3), показ бренду Armani, що відбувся в повній тиші в знак підтримки... Найбільше Україну підтримав креативний директор бренду Balenciaga Демна Гвасалія (рис. 4). Він й сам у 90-і був змушений покинути свою батьківщину – Грузію через російську агресію і стати біженцем. Події в Україні сколихнули болючі

© Гурдіна В.В., 2022

спогади, дизайнер навіть думав скасувати шоу. Але потім вирішив, що відмінити шоу буде рівноцінно здатися злу. Показ розпочався з декламації Демною українського вірша, він став присвятою безстрашності, опору та перемозі (рис. 5). Гості отримали у якості запрошень футболки з українським прапором, що також додало стильному натовпу тижня моди жовто-блакитних акцентів (рис. 6).

На тому мої приклади, нажаль, закінчилися. Є й пару скандальних історій - як то буква «z», що читалася на подіумі бренду Prada та на браслетах з нової ювелірної колекції Volt бренду Louis Vuitton. Варто зауважити, що і будь-яка колекція, і її презентація готуються заздалегідь і бренди не мали на увазі нічого поганого. Єдина



Рис. 1.



Рис. 2.



Рис. 3.



Рис. 4.



Рис. 5.



Рис. 6.



PANTONE®

Freedom Blue
Energizing Yellow

Рис. 7.



Рис. 8.



Рис. 9.



Рис. 10.

їх помилка – у неважності. Ці бренди отримали величезну кількість негативних реакцій і звинувачень у підтримці російської агресії. Але насправді, навпаки, бренди передали величезні пожертвування на допомогу Україні. Змінене світовідчуття – ми бачимо символи у всьому навколо.

Якщо все ж таки про хороше. Є і дуже суттєва допомога від фешн спільноти, що може бути не так помітна на перший погляд. Призупинили роботу в росії компанія H&M Group, Inditex, Adidas, Puma та багато інших. Закриваються ритейл-платформи. Виходять з російського ринку і модні конгломерати LVMH (до якого входить вище згаданий бренд Louis Vuitton, а також Dior, Givenchy та ін.) та Kering (це бренди Balenciaga, Gucci, Saint Laurent, McQueen та ін.). Ці компанії та багато інших відомих брендів, не тільки втрачають прибуток, що отримували від російських клієнтів, але й роблять величезні пожертвування на допомогу українцям.

Історія з сумками Chanel подібна – їх більше не продають росіянам. Відтепер навіть закордонні клієнти бренду мають підписувати документ, що аксесуар не потрапить на територію росії. Варто додати, що, можливо, такою позицією бренд спокутує минулі «гріхи» - Коко Шанель звинувачували у співпраці з німецькою військовою розвідкою та романі з німецьким офіцером під час Другої Світової.

Світовий авторитет у сфері кольорових комунікацій та натхнення Pantone, після вторгнення росії в Україну, оголосив трендовими кольорами «вільний» блакитний, та «енергійний» жовтий (рис. 7).

Роблять свій внесок і модні глянцеви видання (Vogue, Elle, GQ, Harper's Bazaar, Cosmopolitan та ін.), виходячи з росії та присвячуючи свої обкладинки підтримці України. Так травневий Vogue Czechoslovakia вперше вийшов без фотографії на обкладинці: лише жовтим назва глянцю на синьому тлі та 3 текстових

меседжа. Обкладинка створювалася у співпраці з Бекою Гвішіані у фірмовому стилі його блогу Stylenotcom (рис. 8). Редактори кажуть, що зараз час, коли мода і модна фотографія мають відійти на другий план та задаються питанням, чи може слово мати вагу в сучасному світі, насиченому візуальним контентом?

Vogue Polska публікують матеріали, що присвячені культурі України, а у квітневому номері представити роботи українських митців (рис. 9). А, наприклад, травневою цифровою обкладинкою Vogue British стала фотографія

українського міста Миколаєва, зроблена французьким фотографом Вільямом Кео, що більше місяця висвітлював війну в Україні (рис. 10). У такий спосіб редакція прагнула показати, що Україна домінує в їх думках, а також привернути увагу до вічної всесвітньої проблеми біженців: «стійкість людей та мерехтіння надії навіть перед обличчям розпачу».

Інформація про автора

Старший викладач кафедри дизайн тканин та одягу