Модная индустрия реализует и внедряет в культуру повседневности множество элементов гардероба, которые еще несколько десятилетий назад казались излишне вульгарными, провокационными и не подходили под определение нормы внешнего вида. Схожие тенденции мы можем наблюдать не только в создании одежды и аксессуаров, но и в демонстрации образов на неделях моды и при создании рекламных кампаний. Таким образом, мы видим проблему изменения восприятия концепции модного показа современными СМИ, обращение демонстрации одежды в перформативую аудиовизуальную практику. Целью исследования мы определяем выявление последующих тенденций в реализации модного показа, как аудиовизуального проекта в рамках современных медиа.

Создание нереальных, абсурдных и гротескных образов можно рассмотреть с точки зрения феномена карнавализации, введенного М.М. Бахтиным. В случае с модными показами, мы можем отметить, что стремление создать образ, который заранее не соответствует общественным нормам и будет выглядеть неуместно, словно отделяя его носителя от окружающей действительности, можно отнести к карнавализации в модной индустрии. Данное сопоставление термина с индустрией модных показов и перформансов также было представлено в труде Ф. Граната «Экспериментальная мода. Искусство перформанса, карнавал и гротескное тело». В своем труде автор обращает внимание на модные показы, делая основной акцент на элементах гардероба. Наше исследование обращено на изучение модного показа, как перформативного проекта в медиа. Основным объектом исследования станет непосредственно итоговый видеотекст с показов, так как именно благодаря аудиовизуальной составляющей зритель может погрузиться в «карнавализированную» среду, актуальную для образов моделей. На это повлияло изменение отношения к неделям моды, так как модные показы стали рассматриваться как отдельный аудиовизуальных проект, в котором особую важность начали играть элементы оформления подиума, музыка, поведение модели и т.д. Перформативная специфика демонстрации коллекции обозначила новые формы общения со зрителем.

Если изначально демонстрация новой коллекции модного дома была эксклюзивным и уникальным событием, присутствие на котором позволяло владеть новой информацией и являться первоисточником при создании печатного материала, то сейчас доступ к показам имеет любой пользователь интернета. Модные дома стремятся запомниться и зацепить как можно больше зрителей, что приводит к созданию новых, более раскованных шоу с яркими и провокационными моментами. Из-за появления необходимости создавать контент для публики, современные показы создают полноценную картину для итогового видео, где монтаж и музыкальное оформление позволяют зрителям увидеть концепцию модной коллекции.

Одним из последних показов, запомнившихся не только образами моделей на подиуме, но и медиаконтентом, стал показ Maison Margiela Atrisanal 2024. В видео с показа, размещенном на онлайн-платформе YouTube, коллекция дополнена вставками, которые позволяют зрителю прочувствовать атмосферу мероприятия, не присутствуя на показе. Мы видим молодого человека, который бежит по ночному Парижу, словно прячась от кого-то. Герой скрывается в арке, а в следующем кадре юноша выбегает на подиум и открывает коллекцию. Мы оцениваем видео не просто как модный показ, а в качестве отдельного аудиовизуального проекта, за основу которого была взята демонстрация коллекции одежды.

Таким образом, можно сделать вывод, что современные модные показы постепенно переходят в формат шоу, сопряженных перформансами, которые создаются для последующего аудиовизуального контента на различных интернет-площадках. Это означает перемену восприятия индустрии, ее переход из формата стандартной демонстрации одежды в сложный аудиовизуальный проект, что доказывается увеличением перформансов на показах в течение последних лет. Дальнейшее исследование данного феномена

Список источников:

1. Бахтин М.М Творчество Франсуа Рабле и народная культура Средневековья и Ренессанса. - СПб.: Азбука, 2021. – 640 с.
2. Граната Ф. Экспериментальная мода. Искусство перформанса, карнавал и гротескное тело. - М., 2021. – 240 с.