



УДК 7.038.531+7.038.55 : 746.4:687.016

ПЕРФОРМАНС ЯК ФОРМА ПРЕЗЕНТАЦІЇ КОЛЕКЦІЇ ОДЯГУ

ГУРДІНА Владислава, ЛОКТІОНОВА Вероніка
Харківська державна академія дизайну і мистецтв, Харків, Україна
vlada.gurdina@gmail.com

У сучасній модній індустрії існує дуже висока конкуренція. Тижні моди по всьому світові відбуваються практично безперервно. Молодим брендам доволі важко заявити про себе, тому вони часто звертаються до креативних методів презентації нових колекцій. У роботі проведено аналіз останніх модних показів, де для демонстрації колекцій одягу використовується перформанс, як потужний маркетинговий інструмент. Встановлено, що концептуальні шоу та інноваційні технології привертають увагу аудиторії та забезпечують висвітлення в ЗМІ та соціальних мережах.

***Ключові слова:** перформанс, презентація, модний показ, модна індустрія, тиждень моди, бренд одягу.*

ВСТУП

Молоді модні бренди використовують незвичайні покази мод як стратегічний інструмент для привернення уваги в конкурентній індустрії. Вони усвідомлюють важливість створення чіткої присутності, щоб налагодити контакт зі своєю цільовою аудиторією на особистому рівні. Покази мод служать потужним маркетинговим інструментом для молодих брендів, які прагнуть пробитися на ринок. Вони часто створюють шоу з інноваційними концепціями, що привертають увагу та мають потенціал для значного висвітлення в ЗМІ та в соціальних мережах. Це є ефективним способом представлення нових продуктів, привертаючи увагу як споживачів, так і професіоналів галузі. Для молодих модних брендів, які шукають фінансової підтримки та партнерства, добре проведений модний показ також може привернути увагу потенційних інвесторів.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Метою роботи є дослідити, до яких засобів та форм презентації вдаються модні бренди для привернення уваги преси до своїх робіт, а також вивчити значення показів мод у сприянні впізнаваності, представленні продукту та залученні аудиторії.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ЇХ ОБГОВОРЕННЯ

Датський бренд Heliot Emil під час презентації колекції осінь-зима 2023 під назвою «Connected Forms» показав на подіумі модель у підпаленому одязі,



що привернуло значну увагу в соціальних мережах (рис. 1). У перших рядах сидів персонал з вогнегасниками, поки проходила модель в палаючому одязі.

Цей показ викликав різну реакцію глядачів. Одним сподобалось це видовище, інші його критикували через небезпеку. Критики звинуватили лейбл у тому, що він віддає перевагу ефектності над змістом, стверджуючи, що без «вогняного шоу» одяг сприймався б як нудний. Але загалом бренд домогся того, щоб про нього говорили [1].

На фіналі показу бренду (Di)vision в Копенгагені 2023 р. модель Сара Дахлінг вміло звернула на себе увагу глядачів. Вона підвелася зі свого глядацького місця та продефілювала у сукні, шлейфом якої виявилася скатертина стола, за яким сиділа модель (рис. 2). Гості побачили на “шлейфі” залишки їжі, брудний посуд та погашені свічки. Ця несподівана сцена здивувала публіку та швидко набула популярності в TikTok та Instagram [2].

На Тижні моди в Мілані 2023 р. під час показу Sunnei, моделі завершували свої дефіле подіумом вражаючими стрибками прямо в натовп, подібно до того, як рок-зірки стрибають зі сцени (рис. 3). Присутні глядачі та члени команди бренду ловили моделей. Дизайнерка Сімона Ріццо пояснила, що намір цього нетрадиційного фіналу полягав у тому, щоб вшанувати свою команду та клієнтів [3].



Рис. 1. Показ Heliot Emil 2023 р. [1]



Рис. 2. Показ (Di)vision 2023 р. [2]



Рис. 3. Показ Sunnei 2023 р. [3]

Під час показу бренду AVAVAV у Мілані 2023 р. кожна модель спотикалася на подіумі, а її одяг розлітався. Кульмінацією шоу стало руйнування декорацій у фіналі. Креативний директор Беате Карлссон мала намір заглибитися в тему вразливості будинків моди та сучасної розкоші [4]. Наступного року, на подіумі Міланського тижня моди, бренд організував показ, де глядачі могли брати активну участь, кидаючи сміття у моделей. Цей перформанс мав на меті відобразити емоції, які відчуває людина, стикаючись із критикою в соціальних мережах. Різноманітні предмети, такі як обгортки, бананові шкірки, банки та, навіть, яйця, жбурляли у моделей на тлі двох екранів з хейтерськими коментарями. Презентація була мотивована постійною негативною реакцією, з якою Беате зіштовхується з моменту створення свого бренду. Після даного показу AVAVAV отримав хвилю негативних коментарів від людей, які вважали, що нетрадиційний показ відволікає від «нудного» одягу та критикували за ставлення до моделей [5].



Бренд Sorerni У 2022 р. вразив глядачів виставою за участі Беллі Гадід, де спрей рідкої бавовни за мить створив на оголеному тілі моделі білу сукню (рис. 4). А у 2023 р. Sorerni переосмислив байку Жана де Лафонтена «Вовк і ягня» на подіумі, організувавши шоу за участі собак-роботів Boston Dynamics Spot (рис. 5). Вони брали активну участь у показі: допомагали моделям знімати куртки чи могли потримати сумку. За допомогою цього видовища дизайнери мали на меті проілюструвати, як технології та люди можуть співпрацювати заради кращого майбутнього. Це видовище неминуче викликало цікавість у аудиторії [5].



Рис. 4. Показ Sorerni 2022 р.



Рис. 5. Показ Sorerni 2023 р.

Токійський бренд Anrealage продемонстрував одяг, який змінює колір під ультрафіолетом, у рамках осінньо-зимової колекції 2023 р. Моделі, одягнені в однотипні білі або нюдові речі, ставали під ультрафіолетові лампи, після чого їхнє вбрання зазнавало яскравого перевтілення в кольорові ансамблі, прикрашені візерунками або монограмою бренду (рис. 6-7). За словами дизайнера, одяг реагує на ультрафіолет, тобто реакція тканини залежить від погодних умов. Кунігіко Морінага у своїй колекції представив концепцію: речі не такі, якими вони здаються на перший погляд [5].



Рис. 6-7. Показ Anrealage 2023 р.



ВИСНОВКИ

Підсумовуючи, організація модних показів є важливим засобом для привернення уваги до бренду та його просування. Тут захоплююче шоу має не менш важливе значення, ніж якісний та креативний дизайнерський одяг. Перформанс слугує дизайнерам засобом донесення до громадськості важливих повідомлень, а також створює галас у ЗМІ та соціальних мережах, що є стратегічним маркетинговим ходом.

ЛІТЕРАТУРА

1. Senn J. Paris Fashion Week: Brennendes Model auf dem Laufsteg – Feuerloscher lag benefit. URL: <https://www.20min.ch/story/paris-fashion-week-luxuslabel-schockt-mit-brennendem-model-495007086813>
2. Модель Сара Дахлінг пройшлася на Тижні моди у Копенгагені у «сукні-скатертині», захопивши з собою страви зі столу. URL: <https://mezha.net/ua/bukvy/model-sara-dakhlinh-proishlasia-na-tyzhni-mody-v-kopenhaheni-u-sukni-skatertyni-zakhopyvshy-z-soboju-stravy-zi-stolu-video/>
3. Кравченко С. Show must go on: як перформанси стали важливою частиною модних показів. URL: <https://elle.ua/moda/fashion-blog/show-must-go-on-yak-performansi-stali-vazhlyvoyu-chastinoyu-modnih-pokaziv/>
4. Валигура М. Моделей закидали сміттям на Тижні моди в Мілані. URL: <https://1news.com.ua/tsikave/modelej-zakydaly-smittyam-na-tyzhni-mody-v-milani.html>
5. Асоскова К. Незвичні дефіле: як модні бренди привертають увагу роботами та вогнем. URL: <https://vogue.ua/article/fashion/brend/nezvichni-defile-yak-modni-brendi-privertayut-do-sebe-uvagu-51547.html>

HURDINA V., LOKTIONOVA V. PERFORMANCE AS A FORM OF FASHION COLLECTION PRESENTATION

The modern fashion industry is very competitive. Fashion weeks around the world take place almost continuously. It is quite difficult for young brands to make themselves known, so they often turn to creative methods of presenting new collections. The paper analyzes the latest fashion shows where performance is used as a powerful marketing tool to demonstrate clothing collections. It is established that conceptual shows and innovative technologies attract the attention of the audience and provide coverage in the media and social networks.

Key words: performance, presentation, fashion show, fashion industry, fashion week, fashion brand.