

ŠIAULIŲ UNIVERSITETAS
MENŲ FAKULTETAS
DIZAINO KATEDRA

LAURA KULIKAUSKAITĖ

Dailės studijų programos

Odos specializacijos II magistro kurso studentė

KONCEPTUALIŲ KOSTIUMŲ KOLEKCIJA MOTERIMS
„FASHION HOSTAGE“
MAGISTRO DARBAS

DARBO VADOVAS:

Lekt. Ieva Kavaliauskaitė

DARBO RECENZENTAS:

Ernesta Šimkienė

Šiauliai, 2014 m.

SANTRAUKA

„Mada – tai masinis reiškinys, kuris minta individualiais“

S. Biton

Magistro darbą sudaro teorinis aprašas, kūrybinė dalis – penki konceptualių kostiumų komplektai moterims „FASHION HOSTAGE“, projektinė dalis – trijų minučių trukmės video pristatymas, kuriam sumontuoti buvo naudojamos programos CorelDraw X3, Adobe Premier Pro CS4 ir kt.

14 a. susiformavus mados fenomenui, atsirado ir nuo jo priklausomi žmonės. Savanoriškai ar ne, patekę į mados vartojimo spąstus, tapo priklausomi nuo jos diktuojamų formų, elgesio taisyklių ir kitų normų. Su mada susijusios problemos yra ir bus svarbios tol, kol žmonės visais įmanomais būdais bandys atitikti mados primetamus šablonus.

Teoriniame darbe pateikiama susisteminta medžiaga apie madą ir jos, kaip reiškinio atsiradimą ir formavimąsi iki postmodernistinio amžiaus interpretacijų madoje. Šiame darbe analizuojama garsiausių pasaulio sociologų ir filosofų mintys apie madą, kaip fenomeną, jos funkcijas ir bruožus, įtaką visuomenei.

Kolekciją „FASHION HOSTAGE“ sudaro penki kostiumų komplektai - kostiumų siluetai lakoniški, formos organiškos, primenančios stilizuotas žmogaus skeleto ar raumenyno dalis. „FASHION HOSTAGE“ kolekcijoje dominuoja vertikalios, horizontalios, taip pat įvairiomis kryptimis viena su kita persipinančios tūrinės juostų struktūros bei faktūriniai paviršiai kurie suteikia kostiumams dinamiškumo, dekoratyvumo, padeda įtaigiai atskleisti konceptualią mados dvilypumo idėją.

Kostiumais išreiškiamas požiūris į žmogų kaip mados „spąstų“ įkaitą, savotišką mados produktą, savotišką mados ir žmogaus sintezės hibridą.

Kolekcija tikimasi priversi susimąstyti apie tai, kokį vaidmenį žmogus atlieka mados industrijoje, mados reiškinio suteikiamus privalumus ir trūkumus asmeniui bei atkreipti visuomenės dėmesį į šią egzistuojančią dvilypumo problemą per kūrybines interpretacijas pasirinkta tema.

SUMMARY

“Fashion is a mass phenomenon, but it feeds on the individual”

C. Beaton

The present Master’s thesis consists of theoretical description, creative part – five sets of conceptual suits for women “FASHION HOSTAGE”, design part – video presentation of three minutes, developed by using CorelDraw X3, Adobe Premier Pro CS4, etc.

As the fashion phenomenon developed in fourteenth century, people, who are depended on it, also appeared. Voluntarily or not fallen into the trap of fashion, they became depended on forms, behaviour rules and other standards, dictated by it. Fashion-related issues are and will be relevant as long as people will try to follow the fashion imposed patterns by every possible way.

The theoretical part of paper analyzes the information from emergence of fashion as phenomenon we know today till post modern interpretations. The present paper reviews the thoughts of world’s most famous sociologists and philosophers about fashion, its functions and features, its influence on society.

Collection “FASHION HOSTAGE” includes five sets of suits, and each of them consists of the dominating and complimentary smaller accessories. The silhouettes of suits are laconic, the shapes are organic, resembling the stylized human body parts or muscles. The collection “Fashion hostage” is dominated by vertical, horizontal, as well stripe parts, crossing each other in different directions, which give some decorativeness, dynamism, conceptualism to suits, and help to reveal the idea of fashion duality in forceful manner.

The suits express the view towards a person as a hostage of fashion “trap”, a particular “fashion product”, a fashion and human hybrid.

It is expected that the collection would force to think about what role is played by person in fashion industry, what is required by fashion and what fashion gives to person. The conceptual collection “FASHION HOSTAGE” seeks to draw people’s attention on the aforementioned existing problem.

TURINYS

ĮVADAS	6
1. MADOS SAMPRATOS ANALIZĖ.....	12
2. MADOS FENOMENO AIŠKINIMAS FILOSOFŲ IR SOCIOLOGŲ DARBUOSE	16
2.1 Georg Simmel. Socialinės klasės ir mada.....	16
2.2 Thorstein Veblen. Parodomasis vartojimas ir laisvalaikio klasės mada	17
2.3 Herbert Blumer. Mada kaip kolektyvinio pasirinkimo procesas	18
2.4 Pierre Bordieu. Kova dėl dominavimo mados srityje.....	20
3. NUO MADOS GIMIMO IKI POSTMODERNISTINIO AMŽIAUS. SEPTYNI MADOS DIKTATO ŠIMTMEČIAI	24
4. PRAKTINĖ IR KONCEPTUALIOJI LIETUVOS MADA	29
5. AKSESUARŲ KOLEKCIJOS „FASHION HOSTAGE“ PROJEKTAVIMO ETAPAI.....	36
5.1 Artimiausi prototipai ir jų analizė	36
5.2 Atrinkti „FASHION HOSTAGE“ kolekcijos eskizai įgyvendinimui	41
5.3 Kolekcijos „FASHION HOSTAGE“ koncepcija	43
5.4 Kostiumų įgyvendinimo eigos aprašymas	47
5.5 Konceptualių kostiumų kolekcijos nuotraukos.....	51
IŠVADOS	55
REKOMENDACIJOS	58
LITERATŪROS SĄRAŠAS	59
PRIEDAI.....	63
Priedas Nr.1 kolekcijos „FASHION HOSTAGE“ eskizai	63
Priedas Nr.2 CD su elektroniniu darbo variantu bei kolekcijos video pristatymu.....	70

IVADAS

Problematika. Mada – tai trumpalaikis tam tikro skonio, tam tikrų drabužių modelių, buitinių daiktų vyravimas, kurioje nors gyvenimo ar kultūros sferoje (Tarptautinių žodžių žodynas, 2013). Šis žodis tapo ir kitos sąvokos pagrindu – modernus – šiandieninis, tinkantis šiandienai.

Remiantis analizuotais šaltiniais, būtų galima išskirti tokius pagrindinius dvilypius šio reiškinio bruožus kaip:

- Trumpalaikiškumas;
- Masiškumas;
- Vartojimo skatinimas;
- Mada – kaip kaukė ar individualumo išraiška.

Iš vienos pusės, mada reikalauja nuolatinio atsinaujinimo, naujų formų, naujų vertybių ir originalumo, tačiau, iš kitos pusės, ji yra nuolatinis grįžimas atgal, ankstesnių kanonų improvizavimas.

Mada suteikia galimybę paslėpti savo nevisavertiškumą, stiliaus pajautos neturėjimą po garsiais, visuotinai pripažintais vardais ir prekių ženklais. Ji sąlyginai išaukština, suteikia „vertę“, galimybę pritaikyti prie tam tikrų žmonių grupių ir patenkinti socialinio prisišliejimo poreikį. Galime teigti, kad kai kuriems individams mada yra tam tikro pavyzdžio mėgdžiojimas. Kai siekiama išsiskirti, mėgdžiojimas – negatyvus ir kliudantis bruožas, jis veda atskirą žmogų ne individualiu keliu, o kryptimi, kuria eina visi.

Žmogus patekęs į mados vartojimo spąstus, tam tikra prasme tampa įkaitu. Jis priklausomas nuo mados diktuojamų formų, elgesio taisyklių ir kitų normų. S. Biton yra pasakęs, kad „Mada tai masinis reiškinys kuris minta individualiai“ (Janušauskas, 2006, 12 psl.). Asmenybės, turinčios tik jai vienai priimtina požiūrį į gyvenimą, grožį, vertybes nebelieka. Visa tai vertinama tik pagal vyraujančius tuometinius mados standartus. Biologinė žmogaus sveikata taip pat palieka antrame plane, nes visais įmanomais būdais bandoma pasiekti mados primestus šablonus. Žmonės savo kūną atiduoda ekstremaliems ir beprotiškiems pokyčiams. Mada diktuoja savo kategoriškus įstatymus, ir žmonės tampa jų aukomis, o žmogaus kūnas traktuojamas nebe gamtos, o mados produktu.

Su mada susijusios problemos yra svarbios tuo, kad žmonės, vaikydamiesi mados diktuojamų standartų, praranda sveiką nuovoką bei ima vergauti tam, ko jie patys gerai

nesupranta. Mada suteikia žmogui galimybę tapti tam tikros socialinės grupės nariu, išreikšti savo statusą, bet taip pat reikalauja besąlygiškai jai paklusti, taip nejučia jį suvaržydama. Dažnas mados sekėjas net nesusimąsto jog jis ne tik ima, bet ir atiduoda.

Darbo aktualumas. Kol žmonių populiacija buvo labai primityvi, ji turėjo tik vieną grožio standartą – biologinę sveikatą. Gyvenimui gerėjant, neberekėjo galvoti vien tik apie tai, kaip pelnyti duonos kąsnį ir taip patenkinti pirminius poreikius. Atsiranda naujų idėjų apie tai, kas yra gražu ir sveika, apie tai kaip galima papuošti save ir supančią aplinką, formuojasi estetinis suvokimas ir skonis, stengiamasi atitikti besiformuojančius grožio suvokimo standartus. Dažniausiai tie standartai būdavo priimami kaip viena nediskutuotina tiesa, o juos atitinkantys laimingieji galėdavo mėgautis išskirtine vieta bendruomenėje. Jau Mino civilizacijos laikais (2700-1450 m. pr. Kr.) buvo išrasta tokia moterų varžantį priemonė kaip korsetas. Kaukolės plokštinimas buvo praktikuojamas inkų ir majų civilizacijų gyvavimo laikais, o XI a. Kinijoje moterys ryžosi tokioms procedūroms, kaip pėdų rišimas.

XIV a. pradžioje užgimusiam mados reiškiniui aiškinti nemažai laiko paskyrė modernias visuomenes tyrinėjantis sociologas A. Giddens, vokiečių sociologas G. Simmel, kuris savo rašinyje „Mada“ (1904) išskyrė du esminius visuomeninius individų poreikius – poreikį išsiskirti ir poreikį vienyti, kurie veikia kaip mados funkcionavimo prielaida. Prancūzų filosofas G. Tarde 1890 m. savo veikale „Imitacijos dėsniai“ išskyrė tradicinę ir mados paisančią visuomenę. Mados dinamiškumą gvildeno amerikietis sociologas D. Bell, B. Barber, L. S. Lobel. Lietuvoje mados tematika rašė šie autoriai: J. Adomonis (2008), L. Kraniuskas (2005), T. Milušauskaitė (2009), J. Černevičiūtė (2008) ir kt. Nors visi šie autoriai prisidėjo prie mados fenomeno aiškinimo, ne visi iš jų pateikė konkretų teorinį pagrindą savo tezėms pagrįsti. Dauguma jų nesileido į gilesnius mados reiškinių tyrimus, o apsiribojo paviršutinišku mados sąvokos aiškinimu.

Su mada susijusios problemos buvo aktualios visais laikais, todėl mada tiesiogiai įtakoja praktiškai visas su žmogaus gyvenimu susijusias sritis: mokslą, darbą, požiūrį į šeimą ir gyvenimą, savęs kaip asmenybės supratimą, išreiškimą. Užsienyje, o ypač siauroje Lietuvos rinkoje populiaru praktinė-nešiojama mada, kurią galima realizuoti siekiant pelno, todėl konceptualių kolekcijų kūrimas ir kūrybinės interpretacijos nėra dažnas reiškinys, nes tai neapsimoka. Todėl ypač aktualu skatinti šias konceptualias paieškas. Studijų procese galima atsiskleisti, duoti sau kūrybinę laisvę kuriant eksperimentines kolekcijas, tokiu būdu perduodant

žinią žiūrovui pristatyti mokslinius ir kūrybinius sprendimus, savo individualaus braižo paieškas bei prisistatyti visuomenei kaip jaunam dizaineriui.

Kostiumų kolekcija „FASHION HOSTAGE“ siekiama atkreipti visuomenės dėmesį į mados primetamus šablonus ir rėmus į kuriuos yra įspaudžiamas žmogaus individualumas. Mados dviprasmiškumo idėją siekiama perteikti netradiciniu būdu, sukuriant konceptualių kostiumų kolekciją bei ją papildantį video pristatymą.

Tema. Konceptualūs kostiumai moterims.

Darbo objektas. Konceptualių odos ir tekstilės kostiumų kolekcija moterims „FASHION HOSTAGE“. Tai kostiumai išreiškiantys dvilypę - „mados suvaržyto“ ir „mada besimėgaujancio, besinaudojančio“ individo idėją. Jais deklaruojamas požiūris į žmogų kaip mados „įkaitą“, „mados produktą“. Žmogaus asmenybė ir individualumas paliktas antrame plane. Šia kūrybine kolekcija norima parodyti žmogaus kūno ir jo asmenybės unikalumo savanorišką suvaržymą. Žiūrovą siekiama priversi susimąstyti apie tai kokį vaidmenį jis atlieka mados industrijos džiunglėse, atkreipti dėmesį į egzistuojančią problemą netikėtomis menines išraiškos priemonėmis.

Darbo tikslas. Apžvelgus XIV-XXI amžiuje gyvavusias mados tendencijas ir raiškos sritis, bei požiūrį į mados reiškinių ir jo įtaką žmogui per filosofinę prizmę, suprojektuoti moteriškų kostiumų kolekciją, paremtą mados kanonų taikymo poveikio dvilypumu ir įgyvendinti šią konceptualią kolekciją.

Darbo uždaviniai:

1. Užsienio ir lietuvių kalba parengtos literatūros apie madą, kaip egzistuojančio reiškinių atsiradimą, vystymąsi ir įtaką žmogui, analizė;
2. Dizainerių darbų apžvalga ir atranka, kuriuose atspindimas žmogaus individualumo slėpimas ar kūno formų transformavimas per aprangą, netradiciniai sprendimai;
3. Eskizinių paieškų atlikimas, bandomųjų gaminių siūvimas, lekalų paruošimas;
4. Tinkamų medžiagų derinių atranka ir kostiumų įgyvendinimas;
5. Darbo eigos aprašo paruošimas;
6. Profesionalios darbų foto-sesijos atlikimas;

7. Kolekcijos filmavimas ir montavimas pristatomajam video klipui;
8. Aksesuarų kolekcijos projektinės dalies ir dokumentacijos parengimas;
9. Pasirengimas diplominio darbo gynimui VEK.

Hipotezė : Tikėtina, kad moda kaip paplitęs socialinis reiškinys, turi dvilypį, teigiamą ir neigiamą, pobūdį: moda išlaisvina ir įkalina, moda individualizuoja ir niveliuoja.

Tyrimo metodologija: Teorinėje magistro darbo dalyje, galima išskirti pagrindinę sociologinę koncepciją – asmens tapatumo formavimą per madą.

Minimalizmo, funkcionalizmo ir konceptualizmo kryptys atsispindi praktinėje darbo dalyje. Minimalizmas - tai XX a. II pusės modernioji dailės kryptis, kuriai būdingas racionalumas, maksimaliai supaprastintos formos, objekto struktūros išryškėjimas (Tarptautinių žodžių žodynas, 2013).

Viename iš Tarptautiniame žodžių žodyne pateikiamų funkcionalizmo aprašymų, jis apibūdinamas kaip moderniosios architektūros kryptis, atsižvelgianti vien į funkcinį tikslingumą ir ignoruojanti formų estetiškumą.

Konceptualizmas apibūdinamas kaip XX a. vidurio modernistinės dailės kryptis, kuriai būdinga idėjų, koncepcijų suabsoliutinimas, vaizdingumo, daiktiškumo neigimas. „Fashion hostage“ kostiumų siluetai lakoniški, vyrauja aiškios, griežtos linijos naudojamas minimalus skirtingų medžiagų ir spalvų kiekis. Nors kuriant kostiumus pagrindinis uždavinys kuo aiškiau perduoti idėją žiūrovui, kostiumai išlieka funkcionalūs.

Darbo metodai. Kūrybiniai darbo metodai: Eskizavimas kompiuteriu, maketavimas, dizaino, konstrukcinių sprendimų paieška, technologiniai bandiniai, bandomųjų gaminių siūvimas iš pakaitalinių medžiagų mastelyje 1:1, konstravimas, modeliavimas, montavimas, odos apdailos ir siuvimo technologijos. Teoriniai darbo metodai: Problemos formulavimas, užduoties konkretizavimas, vaizdinės medžiagos stebėjimas ir palyginimas, apibendrinimas, sisteminimas, internetinių ir literatūros šaltinių atranka, analizė, interpretavimas, mokslinių straipsnių nagrinėjimas. Projektiniai darbo metodai: Video medžiagos stebėjimas, analizė, video pristatymo koncepcijos formavimas, filmavimas, medžiagos atranka ir montavimas Adobe Premier Pro CS4 programa.

Darbo etapai.

2 semestras:

1. Taikomosios dailės parodų lankymas, bei mados kolekcijų stebėjimas ir analizė;
2. Dalyvavimas Dailės magistrų gynimuose;
3. Literatūrinių šaltinių ir duomenų bazių apžvalga;
4. Kūrybinės koncepcijos formavimas;
5. Tyrimo objekto apibrėžimas;
6. Artimiausių analogų analizė;
7. Eskizinės - maketinės paieškos;
8. Įvado struktūrinių dalių, bei konceptualiosios aprašo dalies išpildymas.

3 semestras:

1. Įvado korekcija, pagrindinės aprašo dalies užbaigimas, išvados;
2. Eskizavimas kompiuterine programa Corel DRAW;
3. Bandomųjų gaminių siūvimas iš dirbtinio veltinio;
4. Modelių atranka, repeticijos;
5. Įvaizdžio kūrimas, galutinio darbo fotosesija;
6. Video pristatymo koncepcijos kūrimas, medžiagos filmavimas ir montavimas;
7. Diplominio darbo gynimui VEK pasirengimas.

Darbo struktūra. Teorinė dalis - segtuvas (1vnt.) ir CD. Teorinį darbą sudaro: Įvadas, 5 skyriai, išvados, literatūros sąrašas, rekomendacijos ir 2 priedai. Teorinio darbo apimtis be priedų - 61 psl. Iliustracijų skaičius – 54 pav. Kūrybinė dalis. Penkių kostiumų kolekcija „FASHION HOSTAGE“. Projektinė dalis. Trijų minučių trukmės video pristatymas, kuriam sumontuoti buvo naudojamos programos CorelDraw X3, Adobe Premier Pro CS4 ir kt.

Rezultatų naujumas. Nors nemažai filosofų, sociologų ir mados apžvalgininkų tyrė madą kaip reiškinių, analizavo ir klasifikavo jos bruožus, tačiau nesusitelkė ties mados dvilypumo problema, jos plusų ir minusų įtaka žmogui, savęs identifikavimo procesui.

Menininkai, o ypač mados pasaulio atstovai nedrįsta, o gal ir nenori diskutuoti apie madą kaip dvilypį, visuomenėje egzistuojantį reiškinių, kuris turi netik teigiamų bet ir neigiamų bruožų įtakančių jos vartotojus. Lietuvių liaudies išmintis byloja: „Nekąsk į ranką, kuri tave maitina“, būtent šiuo principu vadovaujasi mados kanonų kūrėjai. Tai pirma tokio pobūdžio kolekcija ne

tik Šiaulių universitete, bet ir Lietuvoje, kuri atskleidžia visai kitą, dizainerių nutylimą ir mados pasaulio slepiamą šio reiškinių pusę.

Teorinis darbo reikšmingumas. Šiame teoriniame magistro darbe analizuojamos garsiausių 17- 21 a. pasaulio filosofų, sociologų mintys ir įžvalgos apie madą, jos dinamiškumą ir dviprasmiškumą. Šiame teoriniame darbe atskleidžiamas ne tik mados aktualumas, bet ir jos dvilypumo įtaka žmogaus savęs identifikavimo procese.

Praktinis darbo reikšmingumas. Tai pristatomoji kolekcija, skirta demonstruoti įvairiose mados renginiuose, galerijose, taip populiarinant dizainerio vardą, potencialius klientus supažindinant su dizainerio kūrybiniais ieškojimais, požiūriu, technologiniais įgūdžiais ir galimybėmis. Ši kūrybinė kolekcija atkreips tikslinės auditorijos (jauni žmonės kurie domisi mada, menu, tačiau juos lengva įtakoti) dėmesį ne tik į žmogaus kūno bet ir jo asmenybės savanorišką arba nesavanorišką suvaržymą. Kolekcija tikimasi išprovokuoti diskusiją apie tai kokią vaidmenį žmogus atlieka mados industrijoje, kaip šis reiškinys įtakoja žmogaus individualumą, ko mada reikalauja mainais ir ką ji jam suteikia?

Norint, kad žiūrovas kuo geriau suprastų kolekcijos „FASHION HOSTAGE“ idėją pageidautina, kad prie kolekcijos būtų pateikiama trumpa jos koncepcija, bei video pristatymas. Siekiant išlaikyti nuasmeninimo, sąstingio, masiškumo nuotaiką, aksesuarai turėtų būti demonstruojami ant plastikinių, apšviestų manekėnų.

1. MADOS SAMPRATOS ANALIZĖ

Mados sąvokos. Sąvoka mada Tarptautinių žodžių žodyne apibrėžiama kaip „neilgalais tam tikro skonio, tam tikrų modelių drabužių, buities daiktų vyravimas kurioje nors gyvenimo ar kultūros sferoje, trumpalaikis kokio nors reiškinio populiarumas (2010).

Pasak J. Adomonio, mada tai trumpalaikis stiliaus variantų pasireiškimas. Būdama konkretus dalykas ji formuoja stilių. Mada yra sudėtingas socialinis ir psichologinis reiškinys, todėl yra priklausoma nuo įvairių pasireiškiančių visuomeninių įvykių, pokyčių ir krizių. Ji glaudžiai siejasi su ekonomika, ją lengvai gali paveikti mokslo atradimai ar suartėjimas su kitų tautų kultūromis. Būdama dar ir psichologiniu reiškiniu, ji turi gebėjimą veikti žmonių nuotaiką ir charakterį, teikti teigiamų emocijų. Ji taip pat veikia ir įvairias meno sferas, tokias kaip architektūrą, taikomąją dailę, drabužių, baldų dizainą ir k.t. (2008).

Janušauskas M. teigia, jog mada yra kaprizingas reiškinys. Nors gyvuoja trumpą laiko tarpą, daugybę žmonių priverčia tenkinti jos norus. Tai taip pat ir kintantis reiškinys. Jos metamorfozės moko būti lanksčiais ir kantriais (2006).

Mada pasak Bernotienės B. prasideda tada, kai žmonės siekdami naujovių patogumą ir funkcionalumą palieka antrame plane (2004).

Milušauskaitė T. teigia, jog mada - tai vieno ar kito skonio viešpatavimas tam tikru laiku ir tam tikroje vietoje. Mada yra sudėtingas ir nuolat kintantis reiškinys. Jis sugeba užčiuopti ir atspindėti esminius socialinius, ekonominius, politinius ir kultūrinius procesus. Ji tarsi įkūnija individo elgesio tipą, gyvenimo stilių, asmens santykį su savimi ir aplinka. Mada turi bruožą atspindėti žmogaus viduje glūdintį atsinaujinimo poreikį, ji sugeba praturtinti estetinę patirtį naujų formų, proporcijų ir koloritų atsiradimu (2009).

Pasak Albrechtaitės Lingienės G. mada- tai įvairių mus supančių kontekstų visuma.

Sąvoka „mada“ ne tik yra semantiškai dviprasmiška, bet ir gali būti siejama su įvairiais sociologiniais aspektais. Mada atlieka ženklo vaidmenį ir aktyvuoja diferenciacijos jėgą skonio, socialinio identiteto ir kultūrinio kapitalo atžvilgiu. Dėl šios priežasties ji naudojama identiteto ir diferenciacijos kūrimui. Mada turi normatyvinę galią standartų nustatyme ir vienodumo kūrime. Ji per parodomąjį vartojimą pasitarnauja simbolinio kapitalo kaupimui. Norint išlaikyti šią išskirtinę mados galią, būtina nuolatinė inovacija. Mada yra susijusi su kapitalizmu ir masinės gamybos augimu. Pažymėtina, jog mados ir masinės gamybos ryšys yra dialektinis: masinė

gamyba leidžia madai plisti visuomenėje ir įveikti klasines kliūtis, tačiau tuo pačiu metu masinė gamyba priklauso nuo mados kaip nuo paklausos palaikymo variklio. Galiausiai dažnai atrodo, jog madą diktuoja elitas, tačiau nereikėtų pamiršti, jog mados paklausą neretai generuoja grupės, kurių padėtis visuomenėje pasižymi stabilumo stoka arba stabilumo netekimu (Ruling, 2000).

Mada – tai duoto modelio mėgdžiojimas, kuris patenkina socialinės adaptacijos poreikį; ji veda asmenį link kelio, kuriuo eina visi, ji pateikia bendrą elementą, kuris paverčia kiekvieno individo elgesį vienu pavyzdžiu (Simmel, 2007).

Mados bruožai. Mėgdžiojimas. Pats būdingiausias mados bruožas pasak J. Adomonio, tai mėgdžiojimas. Įvairūs stiliai gali būti mėgdžiojami iš pagarbos ar pataikavimo, taip pat siekiant susilyginti, arba dėl konkurencijos. Norint, bet negalint lygiavertiškai pamėgdžioti, pradeda rasti įvairios imitacijos (2008).

Nepastovumas. Šalia mėgdžiojimo yra ir nepastovumas. Mada priešinga tradicijai. Jai nebūdingos pastovios formos (Adomonis, 2008).

Dinamiškumas. Yra kelios teorijos, bandančios paaiškinti mados dinamiškumą. Socialinės diferenciacijos teorija teigia klasinę mados prigimtį, kad aukštesnieji visuomenės sluoksniai atmeta madą, kai ji perimama apatinių sluoksnių. Vidinės dinamikos teorija įrodo, kad mada kinta dėl savo vidinio dinamiškumo. Laikmečio dvasios išraiškos teorija teigia, kad mada atspindi kitus socialinius kaitos procesus visuomenėje. Sisteminės teorijos tvirtina, kad mados kaitai turi didelį poveikį kiti veiksniai, kaip mados prodiuseriai, kurie pagreitina mados kaitą.

Diktatoriškumas. Dar vienas iš pagrindinių mados bruožų yra jos diktatoriškumas. Ji reikalauja paklusti, jos negalima reguliuoti jokiais direktyvomis, dogmomis ar nusistatymais. Joje yra tam tikra laisvės tironija ir vienas žmogus negali jai pasipriešinti. (Adomonis, 2008).

Cikliškumas. Anot J. Adomonio, mada plėtojasi cikliška, spiraliniu būdu. Aštuntajame dešimtmetyje buvo domėtasi antrojo- šeštojo dešimtmečio madomis, devintajame dešimtmetyje – karo metų madomis ir t.t. Dabar mados keičiasi kiekvieną metų sezoną (2008). Pasak Janušausko, mada teisiama du kartus. Pirmą kartą kai ji ateina, ir antrą kartą, kai ji išeina (2006).

Dvilypumas. Mada pasak Bernotienės B. yra dvilypė. Ji leidžia įgyvendinti paradoksalų dalyką: būti savimi, bet kartu ir parodyti priklausymą tam tikrai grupei (2004).

Vartojimo skatinimas. Anot G. Simmel mados kintamumas ir nepastovumas pigina daiktus. Kuo pigesni tampa daiktai, tuo greičiau keisti madą jie skatina vartotojus, o išaugęs vartojimas-tai ženklas gamintojams (2007).

Mados funkcijos. Mada – tai viena iš komunikavimo formų, priemonių tam tikrai informacijai skleisti. Ji tarsi simbolis, kurį skirtingi žmonės, skirtinguose kontekstuose gali interpretuoti ir suprasti skirtingai.

Estetinė funkcija. Tai viena pirminių mados funkcijų. Mados formos gali būti naudojamos kaip priemonės asmens kūrybiškumui, estetiniam skoniui išreikšti (Albrechtaitė Lingienė, 2010).

Informacinė funkcija. Maždaug iki XV a. pr. moters mados formos buvo vyro statuso ir jo turto demonstravimo išraiška. Mada įvardintu laikotarpiu buvo vienintelė moters raiškos sritis, kadangi jų dalyvavimas visose kitose srityse buvo ribojimas (Kraniauskas, 2005). Kiek vėliau mada tapo ne tik vienintelė moters raiškos sritis, vyro statuso ar turto demonstravimo išraiška, bet ir moters užimamos padėties, statuso, pareigų išraiškos forma. Vadinasi, informacinė-komunikacinė mados funkcija padeda išreikšti perteikti informaciją apie asmens padėtį (pvz., išsiskyrusi, našlė ir pan.), užimamą socialinę klasę, atstovavimą profesijai ir pan. Tam tikromis mados formomis gali būti išreiškiamas protestas prieš vyraujančias vertybes, diegiamas normas, su kuo nors nesutinkant ir pasirinkta stiliaus išraiška parodant savo nepritariamą ir prieštaravimą.

Inovacinė funkcija. Pasak T. Milušauskaitės ši funkcija - viena iš pagrindinių, labiausiai matomų mados funkcijų. Kadangi mados veiksmai matomi įvairiose socialinio, ekonominio ir kultūrinio gyvenimo sferose, ji tarsi paruošia visuomenę inovacijų priėmimui. Mada įtakoja pramonės produktų atsinaujinimą, technologijų tobulėjimą, meno stilių kaitą ir daugelį kitų dalykų. Kiekvienoje visuomenėje ar socialinėje grupėje naujumas yra pasirošimas inovacijoms (2009).

Ekologinė funkcija. Ji puoselėja ir populiarina ekologines vertybes. Ekologinė mados funkcija pasireiškia per ekologiškų audinių (be pesticidų ir toksinų išaugintą organinę medvilnę, vilną; sojos ir pieno šilką, perdirbtą poliesterį ir pan.) populiarinimą; per drabužių gaminimą aplinkai nekenksmingais metodais, per rūpinimąsi, ar sukuriant produktą darbo jėga buvo naudojama etiškai ir kt. (Albrechtaitė-Lingienė, 2010).

Tapatumo formavimo ir socializacijos funkcija. Apie asmens tapatumo formavimo mados funkciją rašė A. Giddens, tvirtinantis, jog mada pasirenkama kaip vidinio tapatumo, individualumo išorinė išraiška (2001). Įvairios psichologinės teorijos tvirtina, jog kiekvienas asmuo turi universalų poreikį būti pripažintam, parodyti ir sustiprinti savo asmenybę, pritapti. Mada tampa įrankiu leidžiančiu pritapti prie tam tikra ideologija pasižyminčios grupės. Mada taip pat suteikia palankias galimybes individualiai išraiškai bei kitų dėmesio atkreipimui į save.

Savo pobūdžiu mada yra paradoksali, kadangi vienu metu ji generuoja individualią disociaciją ir grupės sanglaudą. Šios dvi funkcijos yra itin svarbios. Pasak Simmel, jeigu kuri nors iš minėtų dviejų sąlygų nėra patenkinama, mados nėra. Žvelgiant iš pamėgdžiojimo (imitavimo) pusės, pastebima, kad mada generuoja depersonalizaciją. Individas, veikdamas madingu būdu, iš tiesų veikia ne kaip individas – jo arba jos veiksmai funkcionuoja kaip socialinės klasės ir jos išskirtinių savybių atvaizdavimas. Mada sukuria padėtį, kurią Simmel vadina „sąlygine individualizacija“ ir kuriai esant, individas išsiskiria, priimdamas išskirtinės grupės standartus (Ruling, 2000).

Kaukės funkcija Priešinga asmens tapatumo raiškos funkcijai išskiriama asmens slėpimo po mados kauke funkcija. Mados formos gali būti pasirinktos kaip kaukės tikrajai asmenybei, asmens tapatumui paslėpti. Siekiant išvengti individualumo raiškos mada gali pasitarnauti kaip manipuliavimo priemonė, kaukė, nuslepianč tikruosius asmenybės polinkius ar tikrąjį asmenybės tapatumą (Kraniauskas, 2005).

2. MADOS FENOMENO AIŠKINIMAS FILOSOFŲ IR SOCIOLOGŲ DARBUOSE

Ruling Ch. C. teigia, jog pastaruoju metu mados fenomenas sulaukia vis didesnio mokslininkų, filosofų ir sociologų dėmesio. Nepaisant to, didžioji dalis su mada susijusios literatūros nepateikia jokio aiškaus koncepcinio ir teorinio pagrindo. Informacija dažniausiai būna paremta bendromis mados sąvokomis (2000).

Šiame skyriuje trumpai apžvelgiami tokių filosofų ir sociologų kaip T. Veblen, H. Blumer, G. Simmel ir P. Bourdieu darbai mados fenomeno tema.

2.1 Georg Simmel. Socialinės klasės ir mada

Amžių sandūroje sociologai pabrėžė madą kaip specifinį socialinio proceso tipą. Thorstein Veblen (1899 m.) ir Georg Simmel (1904 m.) buvo vieni pirmųjų susieję madą su socialine mados veikėjų padėtimi bei socialine diferenciacija ir integracija – argumentais, kurie ir šiandien tebėra labiausiai paplitę mados paaiškinimai (Ruling, 2000).

G. Simmel savo 1905 m. rašinyje „Mada“, madą apibūdino kaip tam tikro pavyzdžio mėgdžiojimą, tenkinantį socialinio prisišliejimo poreikį. Mėgdžiodamas žmogus susijungia su visuotinybe. Tačiau, kai norima išlaikyti individualumą, mėgdžiojimas tampa negatyviu principu.

Sąsaja tarp mados dinamikos ir klasinės diferenciacijos tikriausiai yra ryškiausias Simmel mados teorijos aspektas. Mada atsiranda tada, kai aukštesnės klasės, norėdamos išsiskirti, pasirenka išskirtinius akcentus. Kadangi žemesnės klasės yra linkusios imituoti aukštesniąsias, aukštesniųjų sluoksnių nariams tenka iš naujo kurti segmentaciją per naują diferenciaciją, ir t.t. Kopijavimas ir pastangos sukurti naujus skirtumus tarp socialinių klasių yra varančiosios mados proceso jėgos.

Pasak G. Simmel mada įvairiuose socialiniuose sluoksniuose yra skirtinga. Aukštesniojo sluoksnio mada skiriasi nuo žemesniojo sluoksnio mados. Sukurti naują madą gali tik aukštesnieji luomai. Žemesniesiems luomams ją pradėjus savintis ir taip peržengus aukštesniųjų luomų nubrėžtą ribą, aukštesnieji luomai iškart atsisako tos mados ir vėl sukuriama nauja. Kuo arčiau sugludę vienas su kitu socialiniai ratai, tuo stipriau siekiama mėgdžioti apačioje ir vaikomasi naujumo viršuje (Simmel, 2007).

Anot G. Simmel mados esmė yra ta, kad jos visuomet laikosi tik grupės dalis, o visi likusieji dar tik pakeliui į ją. Madai visiškai įsiviešpatavus, t. y. jos pradeda laikytis visa grupė, o ne tik grupės dalis, ji jau nebelaikoma mada. Mada priskiriama prie tokių reiškinių, kurie nori plisti įveikdami visas kliūtis, tačiau jeigu pasiekiamas šis absoliutus tikslas, vidinis prieštaravimas juos sunaikina (2007).

Požiūrį į mados besilaikantį žmogų, sudaro pritarimo ir pavydo mišinys, teigia G. Simmel. Madingam žmogui pavydima kaip individui, tačiau pritariama kaip rūšies atstovui.

Mada iškelia nereikšmingą žmogų, nes padaro jį visumos atstovu. Tas, kas sąmoningai rengiasi ar elgiasi nemadingai, įgyja su tuo susijusį individualizacijos jausmą ne dėl savo individualių ypatybių, o vien neigdamas socialinį pavyzdį.

Pasak G. Simmel mada kartu išreiškia ir pabrėžia potraukį susilyginti ir potraukį individualizuotis, siekimą mėgdžioti ir siekimą išsiskirti (2007).

Mada ir vartojimo skatinimas- tai du neatsiejami dalykai. Kuo greičiau keičiasi mada, tuo pigesni turi būti daiktai, ir kuo jie pigesni, tuo greičiau keisti madą jie skatina vartotojus ir verčia gamintojus (Simmel, 2007).

Madai svarbus tik vienas dalykas- tai kaita. Tačiau jai, būdinga ir jėgų taupymo tendencija. Todėl nuolatos grįžtama prie buvusių formų (tai ypač pastebima drabužių madoje). Mada gali tapti bet kuri aprangos, meno, elgsenos ar nuomonių forma.

Pasak G. Simmel svarbus ne tam tikros mados turinys, bet faktas, kad kažkas yra pripažįstama kaip madinga. Dėl šios priežasties tam tikra mada nereikalauja racionalaus pagrindimo.

2.2 Thorstein Veblen. Parodomasis vartojimas ir laisvalaikio klasės mada

Anot Ruling Ch.C. mados, kaip parodomąjo vartojimo, idėja siekia Thorstein Veblen laikus ir jo Laisvalaikio klasės teoriją, kuri pirmą kartą buvo paskelbta 1899 m. Savo tyrime Veblen kritikuoja aukštesniųjų klasių gyvenimo būdą ir atskleidžia, jog parodomasis vartojimas ir eikvojimas tapo turto bei socialinio statuso simboliais. Jis vaizduoja visuomenę, remdamasis tik ekonominiais principais, privačia nuosavybe ir individualizmu, kur parodomasis laisvalaikis ir vartojimas žymi asmens priklausomybę naujai tinginiaujančių kapitalo savininkų, kurie gauna pajamas patys nedirbdami, klasei. Anot T. Veblen, instinktai – tai varomosios žmonių veiksmų ir požiūrių jėgos. Laisvalaikio klasės teorijoje Veblen vaizduoja aukštesniąją klasę, kuri kovoja dėl

socialinio išskirtinumo ir kurios gyvenimo stilių imituoja žemesniosios klasės. Dėl šios priežasties Veblen teigia, kad mada vystosi dviem lygmenimis: ji aukštesniosiose klasėse atsiranda inovacijos dėka. Minėtų klasių atstovai nuolat kuria naujas drabužių, ornamentų formas, rengiasi vis įmančiau ir brangiau, kad patvirtintų savo vietą, kurią jie užima socialinėje erdvėje. Mada plinta per pamėgdžiojimą, kai žemesnės klasės pradeda kopijuoti aukštesnių luomų elgseną (2000).

Veblen teigia, kad mados atsiradimą ir dinamiką lemia trys principai. Pirmasis principas byloja, jog laisvalaikio klasės nariai konstruoja savo socialinį statusą per „parodomąjį eikvojimą“. Be to, jie išsiskiria iš darbo klasės atstovų „parodomojo laisvalaikio principu“, o veikia šie asmenys, remdamiesi „būtinybe pakeisti drabužius, kai tik pastarieji „tampa nebemadingi“ (Ruling, 2000).

2.3 Herbert Blumer. Mada kaip kolektyvinio pasirinkimo procesas

Praėjus daugiau nei šešiasdešimčiai metų po pirmosios G. Simmel mados teorijos publikacijos, Herbert Blumer žengė kitą žingsnį, pasiūlydamas bendrąją mados teoriją (Ruling, 2000).

Blumer palaiko mados, kaip socialinės formos, idėją, tačiau jis modifikuoja socialinį elito vaidmenį. Šis autorius madą vadina socialiniu reiškiniu, kuris tam tikru mastu egzistuoja, nepriklausomai nuo sąmoningos mados nustatymo veiklos. Žvelgiant iš šios perspektyvos, elito ar avangardo vaidmuo tampa sudėtingesnis. Anot Blumer, elitas nėra nustatomas už mados proceso ribų, jis tampa elitu, kadangi jo nariai yra pirmieji, kurie pajaučia mados vystimosi kryptį.

Pasak Blumer, mada tapo vienas pagrindinių tvarkos kūrimo modernioje visuomenėje mechanizmų. Kalbėdamas šia tema, jis kritikuoja tuos autorius, kurie apriboja madą ties puošmenomis arba pateikia ją kaip socialiai nereikšmingą, neįprastą ar iracionalią. Kaip jau buvo minėta, Blumer apibrėžia madą kaip nuolatinio pobūdžio pokytį, kuriame tam tikros socialinės formos susiduria su laikiniu pripažinimu ir pagarba bei gali būti pakeistos tik tų, kurie turi „naujesnės informacijos“. Mada neveikia racionalumo principu, t.y., norėdama įgyti socialinį pripažinimą, ji gali, bet neprivalo pasižymėti naudingumu bei pranašumais. Mada atsiranda per socialinio pasirinkimo procesą, kuris atspindi bendrąją kolektyvinio skonio kryptį ir tendencijas.

Kalbėdamas apie Simmel, Blumer kritikuoja tradicinę mados sąsają su klasių struktūra. Jis pritaria Simmel teorijai, kadangi pastaroji pabrėžia faktą, teigiantį, jog mada reikalauja tam tikro visuomenės tipo, kuris koncentruojasi ties prestižu ir suteikia galimybę pasireikšti mados esmei, t.y., proceso pokyčiams. Kita vertus, Blumer tvirtina, kad mados susiejimas su klasių kova „neatitinka mados esmės šiuolaikinėje mūsų epochoje, kurioje egzistuoja daugybė įvairių sričių ir pasireiškia modernumo akcentavimas (Ruling, 2000).

H. Blumer aptaria keturias mados mechanizmo savybes. Visų pirma mada pasižymi savo istoriniu tęstinumu arba, anot Blumer, nauja mada yra susijusi ir atsiranda iš savo tiesioginių pirmtakų. Iš šios istorinės mados sekos pasireškia tęstinumo linija, kurią Blumer vadina „mados tendencija“. Itin didelį tyrėjo dėmesį patraukia galiniai mados tendencijų taškai, kadangi pastarieji dažniausiai žymi eksperimentavimo potencialiomis mados vystimosi kryptimis periodą. Trečia, mada yra susijusi su modernumu, ji visada atspindi „laiko dvasią“.

Ryšciausias, tačiau tuo pačiu ir labiausiai miglotas Blumer mados teorijos elementas yra kolektyvinis skonis. Pastarasis atlieka selektoaus vaidmenį, kai reikia pritari ir atmesti idėjas, ir yra inovacijas formuojantis veiksnys. Blumer skonį laiko patirties rezultatu. Vadinasi, kolektyvinis skonis išsivysto tarp žmonių, patekusių į bendros sąveikos sritis ir turinčių panašios patirties“ Mada priklauso nuo kolektyvinio skonio ir jį atkuria (Ruling, 2000).

Blumer bendroji mados teorija yra paremta kolektyvinio pasirinkimo procesu. Pastarasis apima mados elitą, potencialius mados pirkėjus, novatorius, lyderius, šalininkus ir dalyvius. Jį valdo skonio ir jautrumo pokyčiai. „Intensyviai pasinerdami“, dalindamiesi patirtimi ir bendru srities suvokimu, mados pirkėjai išvysto kolektyvinį skonį ir bendrą kryptį, kuriomis mada vystosi, supratimą. Mados elitas siekia savo kūrinį pripažinimo ir trokšta „generuoti artimą susipažinimą su naujausiomis modernumo išraiškomis“. Blumer prieštarauja Simmel argumentui apie mados elitą, kuris kuria madą tam, kad išsiskirtų: ne elitas padaro dizainą madingu, o būtent dizaino tinkamumas arba potencialus madingumas suteikia galimybę susieti jį su elito prestižu. Dizainas turi atitikti atsirandantį madą vartojančios visuomenės skonį. Elito prestižas turi įtakos, tačiau nekontroliuoja atsirandančio skonio krypties. Čia pasireiškia mados mechanizmas, kuris peržengia ir apima elito grupės prestižą, o ne kyla iš to prestižo. Elito klasės pastangos išsiskirti išvaizda pasireiškia mados judėjime, jos nėra madą sukelti priežastis (Ruling, 2000).

Įtraukdamos ir atmesdamos, elito grupės kuria madą, norėdamos išsiskirti – būtent taip Simmel apibūdina šį aspektą. Tuo tarpu Blumer argumentas byloja, kad mada tuo pačiu metu generuoja ir atkuria egzistuojantį elitą per pamėgdžiojančią elgseną.

Simmel ir Blumer į elito produkciją (generavimą, sukūrimą, *angl. production*) ir reprodukciją (atkūrimą, *angl. reproduction*) žvelgia iš dviejų skirtingų perspektyvų. Anot Simmel, elito ir atitinkamos klasės diferenciacija yra egzistuojanti, tuo tarpu Blumer teorijoje teigiama, kad elitas nėra savaime egzistuojantis – jis suformuojamas per mados procesą. Nepaisant to, jų požiūriai papildo vienas kitą, kadangi šių autorių dėmesys telkiamas į skirtingus elito/mados ryšio aspektus.

Žvelgiant iš elito reprodukcijos požiūrio, galima teigti, kad mados generuojama diferenciacija yra svarbus reprodukcijos mechanizmas. Tuo tarpu žvelgiant iš teorinės perspektyvos, kurios atveju mada laikoma tęstiniu, instituciškai įtvirtintu procesu, tampa akivaizdu, kad mada yra linkusi kurti savo vystimosi logiką, kurioje tam tikroms grupėms (paprastai toms, kurios jau užima elito padėtį), (pakartotinai) suteikiamas elito statusas, kadangi jos pirmosios „pajaučia“ kryptį, kuria vystosi modernumas.

Žvelgiant iš sociologinės perspektyvos, akivaizdu, kad „naujos“ mados elito „pajautimo“ gebėjimas negali būti laikomas individualių charakterio savybių, genialumo ir kt. pasekme. Jis atspindi subtilesnę socialinės reprodukcijos pusę, kurioje individualios savybės, įgalinančios elitą prieiti prie savo vaidmens, yra perduodamos per įvairias institucijas, susijusias su konkrečiomis socialinės klasės ar kitų socialinės erdvės struktūrinių elementų sąlygomis (Ruling, 2000).

2.4 Pierre Bourdieu. Kova dėl dominavimo mados srityje

Anot Pierre Bourdieu, mada gali būti laikoma kodeksu, kuris numato socialinį išskirtinumą ir aktyvuoja diferenciacijos jėgas skonio, socialinio identiteto ir kultūrinio kapitalo atžvilgiu. Norėdamas paaiškinti kokia pagrindinė problema egzistuoja intelektualinėje produkcijoje, Bourdieu pateikia aukštosios mados srities, kuri, anot jo, struktūriniu atžvilgiu priylgsta bendrai kultūrinės produkcijos sričiai, analizę. Pasak Bourdieu, mados sritį charakterizuoja kova tarp dominuojančių veikėjų ir naujų dalyvių (Ruling, 2000).

Struktūros, žaidimo taisyklės išlieka stabilios, kadangi visi veikėjai įsipareigoja pripažinti ir pritarti mados žaidimui bei taisyklėms. Kova už galią atitinkamoje srityje – tai simbolinė galia įteisinti normas. Mados srities atveju – normas, kurios valdo estetikos karalystę.

Svarbiausia mados srities funkcionavimo galia yra visų veikėjų tikėjimas srities kūriniais. Remdamasis Mauss darbais apie magiją, fetišo funkcionavimą ir bendro tikėjimo vaidmenį Bourdieu nurodo tylaus ir besąlygiško visų srities veikėjų sąmokslą būtinybę.

Apibendrinant keturių madą tyrinėjusių filosofų ir sociologų idėjas, būtų galima teigti, jog mados atsiradimas yra susijęs su pokyčiais. Viena vertus, moda atlieka pokyčių, kurie vyksta ekonominėje struktūroje, normose ir vertybėse, egzistuojančios socialinės stratifikacijos stabilumo rodiklio vaidmenį. Šiuo atžvilgiu Blumer kalba kaip apie „laiko dvasios“ atspindį. Kita vertus, pati moda yra pokyčių variklis.

Anot Veblen, moda ne tik parodo, bet ir konstruoja bei atkuria socialinį ir ekonominį savo šalininko statusą. Akivaizdu, kad parodomasis vartojimas, kurio reikia socialinės padėties patvirtinimui, priklauso nuo perteklinių ekonominių išteklių ir turto egzistavimo bei nuo socialinio mobilumo galimybės (bent tų, kurie gali sau leisti vadovautis parodomojo eikvojimo, laisvalaikio ir inovacijos principais, atveju).

Pasak Blumer mados vystymosi procese nėra jokios privalomos krypties ir progreso, jis yra susijęs su bendru atitinkamos srities vystymosi suvokimu. Mados negalima apriboti sąmoninga kūrimo veikla; ją taipogi lemia bendra srities evoliucija.

Bourdieu iškelia idėją, jog mados sričiai yra būdinga kova dėl įtakos ir galios kurti standartus, numatančius, kas yra „estetiška“, o kas ne.

Prieš pasiekdama tam tikrą laiko tašką, moda būna savaimė stiprėjanti; paprasčiausias jos egzistavimas stiprina pripažinimą. Sudėtingiau paaiškinti, kodėl po šio taško moda išnyksta, o madingas daiktas tampa nebemadingu, arba, Simmel žodžiais tariant, „palaipsniui eina link pražūties“. Simmel požiūris į madą, kaip į socialinę formą, nurodo antrąją mados savybę, kuri yra tariamai priešinga pokyčių idėjai. Antroji savybė byloja, kad moda atkuria ir stabilizuoja esamą socialinę tvarką. Remiantis šia perspektyva, galima teigti, kad moda atlieka terpės ar platformos, skirtos elito kontroliuojamiems pokyčiams, kurie galiausiai patvirtina ir atkuria egzistuojančią socialinę struktūrą, vaidmenį. Ši idėja sutampa su Bourdieu mintimi apie įvairius veikėjus, kurių nuolatinė kova dėl dominavimo, nors ir priklausoma nuo egzistuojančių „žaidimo taisyklių“ laikymosi, nuolat patvirtina srities, kaip visumos, tvarką.

Individualiame lygmenyje moda veikia ne tik kaip išorinis pasirinkimo suvaržymas. Jos dinamika taipogi priklauso nuo mikro lygmens adaptavimo, atkūrimo ir palikimo. Tuo tarpu, kai mados atsiradimas makro lygmenyje yra akivaizdžiai pastebimas, mikro lygmens mados procesai yra glaudžiai susiję su kitais socialiniais – psichologiniais mechanizmais. Individualaus veikėjo priklausomybė ir indėlis į madą makro lygmenyje daugeliu atveju nėra akivaizdus net patiems veikėjams.

Mados funkcijų paaiškinimas mikro lygmenyje paprastai pradedamas nuo asmens noro išsiskirti, noro, kuriuo dalinamasi su kitais, ir kuris priveda prie kopijavimo, pamėgdžiojimo ir mados atsiradimo (Ruling, 2000).

Mada gali būti laikoma apsaugos mechanizmu, kuris individui suteikia narystės tam tikroje grupėje jausmą, ir orientaciją visuomenėje, praradusioje ženklus bei savybes, kurios suteikdavo galimybę orientuotis tradicinėje visuomenėje. Šią funkciją akcentuoja mados gebėjimas išsiskirti, t.y., nubrėžti skirtingumo linijas tarp įvairių mados bendruomenių narių.

Kaip jau buvo minėta, Blumer madą laiko kolektyvinių mados alternatyvų, kurias pateikia mados kūrėjų elitas, pasirinkimo pasekme. Anot Blumer, šis kolektyvinis pasirinkimo iš įvairių alternatyvų procesas paprastai atsiranda situacijose, kuriose tradiciniai vertinimo kriterijai yra pasenę, ir kur mada, kaip „kolektyvinio sprendimo, kas yra tinkama ir teisinga procesas“ pasitarnauja naujų, tačiau laikinų, gairių sukūrimui.

Kitas svarbus aspektas yra susijęs su šiuo argumentu: suteikiant individui mados jausmą ir konkretų mados daiktą, kaip socialinės diferenciacijos priemonę, drauge perteikiant laisvo pasirinkimo idėją, kurią propaguoja dominuojanti ekonominio liberalizmo ideologija, mada suteikia individui valdomumo fikciją ir galimybę sukurti „savo“ asmenybės išraišką. Mados, kaip kolektyvinio reiškinio, kuris tuo pačiu metu yra linkęs pabrėžti individualumą, paradoksą aprašė Simmel, tapatinantis mados sekėjo charakterį su „asmeninės laisvės stoka“, „pavydu“, „priklausomybe“. Nepaisant to, Simmel teigia, kad mada – tai puiki sritis priklausomos prigimties žmonėms, kurių savimonė reikalauja tam tikro kiekio žymumo, dėmesio ir savitumo. Mada iškelia net ir neįžymų individą, paversdama jį klasės atstovu, bendros dvasios įkūnijimu.

Heterogenišką mados prigimtį mikro lygmenyje lemia faktas, jog mada ne tik apsaugo individą nuo orientacijos praradimo, bet ir išskiria asmenį iš kitų, rodo jį kaip išskirtinio elito ar protesto grupės atstovą. Apie tokį individualumo kūrimą, įgyvendinamą, laikantis mados grupės standartų, kalba Simmel, minėdamas „sąlyginę individualizaciją“ (Ruling, 2000).

Trukmė, kaip akivaizdi arba numanoma mados funkcijų savybė, yra paradoksali, kai kalbama apie faktą, teigiantį, jog mada paprastai yra siejama su beprasmiškumu, efemeriškumu ir paviršutiniškumu. Trukmės svarba tampa akivaizdi, kai kalbama apie mados, kaip socialinio išskirtinumo priemonės ir bendro vertinimo, vaidmenį. Kol visuomenė bus suvokiama, atsižvelgiant į trukmę, tol sistema, skirta visuomenės tvarkymui, turės pasižymėti patvarumu.

Tik visiškai postmodernioje visuomenėje, kitaip tariant, kai visuomenė yra netekusi savo „modernumo“ prasmės, o mada savo reikšmės socialinės orientacijos kūrimui per išskirtinumą ir

integravimą, sąvoka „madingas“ gali būti tapatinama su terminais „žaismingas“ ir „savavališkas“.

Vis dėlto tokiame pasaulyje mada, kaip kolektyvinis reiškinys, galėtų pasireikšti tik kaip tikro žmogaus polinkio į imitavimą pasekmė, o konkreti (socialinė) mados funkcija netektų savo prasmės (Ruling, 2000).

3. NUO MADOS GIMIMO IKI POSTMODERNISTINIO AMŽIAUS. SEPTYNI MADOS DIKTATO ŠIMTMEČIAI

Istorikai teigia, kad mada kaip reiškinys atsirado XIV a. kada pradėjo griūti ankstesnė luominių skirtumų sistema, kuomet rūbai ir jų prabanga buvo suprantami kaip tiesioginė socialinio statuso išraiška, o skurdas ir nepriteklis natūraliai garantuodavo apsirengimo skirtumus tarp luomų. Tam pritaria ir J. Adomonis, teigdamas, jog mada buvo pažįstama graikams, romėnams, viduramžių žmonėms, tačiau tik Renesanso epochoje ji įgijo reikšmę, atitinkančią šių dienų mados sąvokos supratimą (2008).

Pasak G. Simmel mada atlieka dvi simbolines funkcijas – leidžia žymėti skirtynes ir išreikšti bendruomeniškumą. Kai kuriose primityviose Afrikos gentyse, kur nėra klasinio susiskirstymo, nėra ir jį lydinčio poreikio demonstruoti skirtynes. Čia mados sąvoka neegzistuoja. Noras išsiskirti atsiranda tik ruošiantis kovoms su kitomis gentimis (2007).

XIV amžius. Mados prigimtis laikoma universalialia, tačiau ne visur ji yra vienodai svarbi ir reikšminga. XIV a. Florencijoje vyrų aprangai nebuvo būdingas joks mados aspektas. Poreikis priklausyti susivienijimui ar vieningai grupei buvo nesvarbus, todėl daugelis rengdavosi savo nuožiūra. Venecijoje aukštesnės klasės vyrai rengdavosi juodai, kad minioje neišsiskirtų ir kad žemutinių sluoksnių atstovai nežinotų, kiek mažai yra aukštuomenės atstovų. Jie neturėjo poreikio išsiskirti, todėl mados elementų čia ir nerandama (Šoblickas, 2012).

XIV-XV amžiaus Vokietijoje išaugo galimybės saviraiškai bei įsitvirtinti vyriškos lyties individams, bet to negalima pasakyti apie moteris. Pasak P. Šoblicko, kaip tik tuo metu Vokietijos moterų apsirengime buvo ypač pastebimas perdėtas mados suviešėjimas. Todėl teigiama, jog mados įvairovė dažnai susijusi su moterų klasinės priklausomybės išraiška. Mada moterims buvo vienintelė raiškos sritis, kai kitose visuomeninio gyvenimo sferose jų dalyvavimas buvo ribojamas (2012).

Moters pagrindiniu papuošalu tapo plaukai, kurie turėjo būti tankūs, šviesūs ir blizgantys. Antakiai ir blakstienos juodi kaip anglis.

Nuo XV amžiaus drobė pradėta vartoti tik apatiniams drabužiams. Prastuomenė dažniau dėvėjo vilnonius natūralios spalvos rūbus nei šilkinčius ar dažytus, jų apranga buvo mažiau puošiama ornamentais nei aukštuomenės. Aristokratų mėgiami šviesūs drabužiai. Žemesniųjų luomų žmonėms buvo netik draudžiama dėvėti drabužius iš brangių, bet ir kai kurių spalvų audinių (Ogijienė A., Šakienė A., 1995).

Šiuo laikotarpiu buvo avimi plokščiapadžiai, suapvalinta nosimi, šiek tiek paaukštinta nosimi batus iš odos, aksomo, vilnonio ar šilkinio audinio (Guzevičiūtė, 2001).

Tačiau augančios pajamos ir prekių prieinamumas didesniems visuomenės sluoksniams leido atsirasti aukštuomenės simbolikos imitacijai tarp žemesnių luomų žmonių.

XVI amžius. J. Adomonis teigia, jog XVI a. mada buvo ypatinga feodalinių viršūnių privilegija (2008). Šio laikotarpio grožio idealui didelę įtaką turėjo meno stiliai, visuomeniniai judėjimai, politiniai įvykiai.

XVI amžiuje keistos ir drąsios vėlyvųjų viduramžių spalvų kombinacijos (juodos - baltos, geltonos - mėlynos) nyko. Vienas austrų metraštininkas pastebėjo, kad kiekvienas vilkėjo tai, kas jam patinka. Vienas dėvėjo švarką iš dviejų spalvų, kito kairioji rankovė buvo platesnė nei dešinioji, kartais netgi platesnė, nei viso švarko ilgis. Kai kurių rankovės buvo papuoštos įvairių spalvų juostomis ir sidabriniais varpeliais ant šilko virvelių.

Vyrų ir moterų išvaizda supanašėjo. Suklestėjo dirbtinumas, kuris ir tapo pagrindiniu šio laikotarpio žmogaus išvaizdos bruožu.

Dvasininkai tuometinę aprangą įvardino kaip nuodėmingą, bjaurią ir nederamą, kritikavo, kad vienuose žmonėse ji pažadina puikybės, kituose – pavydą. Aprangos prabanga vertė juos baimintis ir savo tautos ekonomikos ateitimi. (Mados istorija: Viduramžiai, 2007)

Dauguma XVII amžiaus madų tendencijų ateidavo iš mados diktatore vadinamos Prancūzijos, kur mados tendencijas skelbė tuo metinio karaliaus Liudviko XIV dvaras, jame vykstantys pobūviai ir išradingi kostiumai. Prancūzija buvo Europos aristokratijos mados tendencijų šaltinis (Adomonis, 2008).

Prancūzijos amatininkų meistriškumas leido kurti tikrus tuometinės mados šedevrus. Vieni jų garsieji trimačiai siuvinėjimai, kuriais buvo puošiamos karališkajam dvarui priklausiusių damų suknelės, taip pat iš plunksnų ir brangakmenių kuriami puošybės elementai (Gofman, 2010).

Moteris tuomet lyginta su rože - ji švelni, gležna ir grakšti. Būtent dėl šios priežasties madinga buvo maža krūtinė. Tuometinė mada buvo lengva, koketiška ir itin moteriška.

XVIII amžiaus mada pasižymėjo naujomis medžiagomis ir papuošalais. Audiniai, iš kurių buvo siuvami rūbai, tapo daug įvairesni, spalvingesni. Kostiumuose buvo naudojami kontrastingų spalvų deriniai (pvz. pilka ir raudona). Jų apdaila pasižymėjo gausiais kaspinių ir raukinių papuošimais.

XVIII a. Vakarų Europoje kostiumas pamažu keitėsi, įgaudamas lengvesnes, grakštesnes formas. Pirmoje amžiaus pusėje moterų avalynė buvo gaminama iš spalvotos odos, ševro, balto atlaso ir brokato, ilga noselės dalimi ir aukšta smaila pakulne (Guzevičiūtė, 2001).

XIX amžiuje pradėjo kurtis mokslinė madų teorija. Su mada susijusiomis problemomis ėmė domėtis tokie rašytojai, filosofai ir mokslininkai kaip Honore de Balzac, Georg Hegel, Herbert Spencer, Verner Sombart, Georg Simmel, Herbert Blumer ir kt. (Adomonis, 2008).

XIX amžiuje paspartėjus technologijų ir demokratinių pažiūrų plėtrai, įvairioms informacinėms technologijoms (radijui, televizijai, laikraščiams) tapus prieinamoms platesniam visuomenės ratui, mada iš elitinio pobūdžio tapo daugiau populistine (Kraniauskas, 2005).

Rūbų mada, pajutusi naujo meninio mąstymo gūsius, atidavė pirmenybę švelniems pasteliniams gamtos tonams – vandens, debesų, smėlio, jaunos žolės, nedrąsių pavasario gėlių. Padūmavęs tiulis, rūko spalvos muslinas, pieno putų baltumo nėriniai, neryškūs žiedai – visa tai turėjo supti liekną išlenktu į priekį stuomeniu moterį, kurti jos nepakartojamą įvaizdį. Bet moterų padėtis visuomenėje nekito – jos visiškai priklausė nuo vyro ir jo pajamų, neturėjo teisės dalyvauti rinkimuose, kreiptis į teismą dėl skyrybų, siekti aukštojo mokslo, įgyti profesiją. Visą laiką namuose skyrė šeimai, būstui, vaikams, savo išvaizdai. Susiveržusios korsetu (tai buvo vienas iš didžiausių suvaržymų, kuriuos patyrė moterys), persirenginėdavo per dieną po kelis kartus, ir ši procedūra dėl daugybės sagų, kabliukų, raištelių, spaustukų buvo ganėtinai sudėtinga. Tačiau tokia traumuojanti priemonė kaip korsetas grožio idealams pasiekti buvo išrasta jau Mino civilizacijoje (2700-1450 m. pr. Kr.). Senovės Kretoje rastos statulėlės buvo su korsetais iš metalo plokštelių. Sijonas krisdavo ant klubų ir išryškindavo liekną taliją. Korsžas sutvirtindavo liemenį ir pakeldavo atidengtas krūtis. Tai buvo pirmieji į istoriją įrašyti faktai apie moters figūros deformavimą panaudojant korsetą (Grožis yra kintanti forma, 2003).

XX amžius. Pasak A. Šinkūnaitės iki XX amžiaus pradžios mados pokyčiai vyko lėtai, tendencijos buvo ilgalaikės ir dažniausiai kito vos ne kas šimtmetį. Šis šiuolaikiniam žmogui beveik nesuvokiamas tendencijų kitimo procesas pradėjo spartėti pirmaisiais XX a. dešimtmečiais. Jį lėmė besikeičiantis gyvenimo būdas ir tempas, modernėjančios technologijos bei kiti veiksniai (2013).

Mada XX a. tapo masiška, nors dar XIX a. ji buvo tik kai kurių sluoksnių bruožas. Modernioje visuomenėje ji darėsi prieinama vis didesnei visuomenės narių daliai, atsirado vis daugiau jos pasekėjų (Milušauskaitė, 2009).

Madai užėmus didelę vietą žmonių gyvenime, atsirado negatyvių jos keliamų veiksnių, vienas tokių, žmogaus laisvės varžymas (Adomonis, 2008).

XX a. pradžioje į mados verslą atėjo talentingas dizaineris Polis Puarė, 1903 m. jis pradėjo Paryžiuje savarankišką veiklą. Jam reikalaujant bei pritariant gydytojams, moterys palengva vadavosi iš korsetų. Puarė, susiaurinęs sukneles ir pakėlęs jų liemens liniją, pakeitė moterų drabužių siluetą. Mados pasaulyje tai prilygo tradicijų griūčiai.

Posūčiai mados istorijoje buvo ir yra glaudžiai susiję su vykdoma politika, ekonomine situacija, įvairiais socialiniais veiksniais. XX amžiuje taip pat išsiskyrė nauja grupė, daranti didžiulę įtaką vyraujančioms mados tendencijoms – tai muzikos ir kino pasaulio žvaigždės, įvairių judėjimų ir subkultūrų atstovai. Paskutiniame antrojo tūkstantmečio šimtetyje įvyko ryškus mados demokratizacijos procesas, dėl kurio mada yra prieinama plačiajai visuomenei (Šinkūnaitė, 2013).

XXI amžius. Klemaitė A. teigia, jog XXI a. yra įvardijamas kaip postmodernistinis amžius, kuris savo idėjomis buvo nukreiptas prieš modernistinės epochos idėjas, vyravusias XX a. Geriausiai postmodernistinės epochos bruožai apibrėžiami priešpastatant modernistinės epochos idėjas. Modernizmo teorijų pagrindui susidaryti įtakos turėjo pažangos epochos (1896-1916 m.) idėjos. Racionalumas, objektyvumas, universalumas, stabilumas – pagrindiniai ramsčiai, kuriais grindžia savo teorijas modernizmo šalininkai. Universalumo siekis visose gyvenimo srityse – mene, architektūroje, teisėje, moralėje ir kt. Modernizmo epochos stilistika buvo nukreipta į griežtą praeities stilių atsisakymą, neigimą ir novatoriško, kūrybiško, tai, kas dar nebuvo sukurta, pateikimą (2011).

Taigi, esminis modernistinio stiliaus bruožas – praeities autoritetų, stilistikos atsisakymas ir kažko visiškai naujo sukūrimas. Naujumo siekis skatino naujų medžiagų, naujų formų paieškas.

Postmodernizmas, kurio pradžia datuojama XX a. pab., kilo kaip atsakas į modernizmo universalumo siekį, pastarajam priešpastatydamas dialogo, ginčo, daugelio tiesų galimybės, protingumo, išderinimo principus. Modernizmo universalumo siekis, racionalaus argumento, kaip vienintelio teisingo būdo teigimas postmodernizmo yra sukritikuojamas (Žižek, 2005).

Postmodernizmas, nepritariantis modernizmo vienos tiesos galimybei, tvirtina daugelio tiesų buvimą. Jei modernistinės epochos stilistika griežtai vengė praeitų stilių, amžių, mados tendencijų naudojimo, siekiant sukurti kažką, ko nebuvo anksčiau, postmodernistinis amžius, priešingai, vėl grįžta į praeities stilius, tačiau ne į vieną kokį nors stilių konkrečiai (kaip buvo XIX a. klasicizmo stilistikai naudojant antikos epochos formas), bet į daugelį stilių ir mados

tendencijų, vyravusių praeityje, viename kūrinyje naudojant ne vienos praeities stilistikos elementus.

Pagrindinė postmodernizmo išraiška – koliažas ir eklektika. Koliažas nurodo į įvairių medžiagų (popieriaus, plastiko, audinio ir kt.) naudojimą viename kūrinyje. Eklektika nurodo į įvairių stilių, koncepcijų, teorijų jungimą ir vartojimą. Postmodernistinės epochos kūrinys – produktas, apimantis ir jungiantis įvairių epochų – antikos, viduramžių, renesanso, klasicizmo, modernizmo stilistikas, mados tendencijas (Klemaitė, 2011).

G. Albrechtaitė-Lingienė, aptardama šiuolaikinės mados sampratą, šiuolaikinę madą apibrėžia kaip įvairių mus supančių kontekstų visumą. Autorė taikliai pastebi šiuolaikinės (postmodernistinės) mados tendenciją klaidžioti po skirtingus mados istorijos šimtmečius ir kūrybiškai perdirbti praeities mados tendencijas (2010). Įvardinti autorės šiuolaikinės mados bruožai atitinka postmodernizmo epochos stilistiką – praeities stilių detalių ar motyvų naudojimas dabartinėje madoje.

Mąstymo, pasaulėžiūros ir kt. požūriai, būdingi postmodernizmo epochai tuo pačiu gali būti priskiriami ir XXI a. madai. Galima akcentuoti XXI a. šiuolaikinės mados bruožus – įvairių epochų sintezė eklektikos ar koliažo pavidalu, nuolatinė dinamika ir kaita, tobulo kūno kultas vartotojiškos visuomenės kontekste (Klemaitė, 2011).

4. PRAKTINĖ IR KONCEPTUALIOJI LIETUVOS MADA

Dabartinės lietuvių kalbos žodyne drabužio reikšmė įvardijama kaip bet kuris žmogaus kūno apdaras ar apsivilkimas (2013).

Apie drabužio sąveikavimą su žmogaus kūnu randama nemažai pasisakymų užsienio semiotikų, literatūrologų ir mąstytojų darbuose. Pasak vieno ukrainiečių semiotiko Georgij Počepcov, drabužis atskleidžia žmogaus individualumą, taip pat atitinka kontekstą ir esamą situaciją. Drabužių dėvėjimas taip pat priklauso nuo bendros aprangos sistemos, priimtose visuomenėje (2002).

Roland Barthes teigia, jog drabužis sujungia kone visas medžiagos savybes – formą, spalvą, faktūrą, judesį, kritimą ir žvilgesį. Liesdamas kūną, jis taip pat funkcionuoja kaip kaukė. Ypatingas rūbo turtingumas, apie kurį kalba R. Barthes, reiškiasi kaip nusakantis asmens santykius su savimi ir pasauliu. Drabužis pabrėžia kiekvieno žmogaus individualumą, pomėgius ir vertybes (2007).

Modernias visuomenes tyrinėjantis sociologas Anthonie Giddens teigia, jog apranga yra priemonė simboliniam pasirodymui, asmens tapatumui atskleisti (2001).

Drabužiai yra neatsiejama ir šiomis dienomis mums geriausiai pažįstama mados reiškinių dalis, per kurią ir yra atskleidžiamas mados dvyliptumas, jos teigiami ir neigiami bruožai. Nenuostabu, jog madą, kaip susidariusį reiškinį, bei aprangos bruožus ir funkcijas nagrinėjantys semiotikai, filosofai ir sociologai pateikia, galima sakyti, identiškus apibūdinimus.

Mada ir koncepcija. Šiandien konceptualizmo terminas naudojamas dažnai, tačiau tikrojo konceptualizmo klestėjimo laikotarpis buvo septintojo dešimtmečio pabaiga ir aštuntojo dešimtmečio pradžia (Dempsey, 2004). Koncepciją turi ir gali turėti daugelis meno kūrinių, ne išimtis ir drabužių kolekcijos, už kurių paprastai stovi menininkai, kurie savo sumanymo įgyvendinimą ir vadina koncepcija.

Lietuvoje kaip ir kitose pasaulio šalyse yra daugybė garsių dizainerių kurie savo kolekcijose gvildena svarbias sociologines, etnines, religines problemas, jų darbuose atskleidžiamos idėjos apie visuomenę, žmones ir juos supančią aplinką. Savo kūryba dizaineriai dažnai įprasmina meno ir idėjos simbiozę.

Puikus lietuviškos konceptualios mados pavyzdys yra Laura Dailidėnienė. Tai jaunosios kartos menininkė ir kostiumo dizainerė, kuri dalyvauja įvairiuose mados renginiuose, rengia parodas.

Labai svarbi Lauros Dailidėnienės kūrybos dalis – kostiumuose perteikiama aiški, išgryninta idėja. Konceptualumas jos kūryboje daug svarbesnis nei pasaulinės mados tendencijos ar patrauklus kūno, charakterio ar nuotaikos išryškėjimas. Pirmiausia išgryninama idėja, nuo kurios priklauso audinių pasirinkimas, silueto forma, rūbų linijos bei aksesuarai.

Lauros Dailidėnienės kūryboje dažnai įžvelgiamos mados laikinumo, grožio trapumo, lengvumo temos.



1, 2 pav. **Laura Dailidėnienė** „Pėdsakai lede“

Lauros Dailidėnienės potraukis į konceptualią kūrybą akivaizdžiai parodomas 2007 m. „Mados infekcijoje“ demonstruotoje kolekciijoje „Pėdsakai lede“, kurioje buvo puikiai atspindėta laikinumo, vertybių ir pasaulėžiūros kaitos idėja.

Šiaulių universitete bakalauro bei magistro studijas baigusiai menininkei ir dizaineri Jurgai Sutkutei įdomiausia kūrybos tema yra žmogus ir jo vidiniai potyriai, santykis su aplinka.

Dizainerė ne tik kuria įvairius meno objektus, bet ir praktiškus daiktus, tokius kaip diržai, batai bei originalios rankinės.



3, 4 pav. **Jurga Sutkutė** „Kabura“

2009 metais pristatyta kolekcija pavadinimu „Kabura“ dizainerė Jurga Sutkutė siekė atkreipti dėmesį į neigiamus aplinkos veiksnius, kurie ne tik priverčia gyvenime užsidėti šarvą, bet ir tampa trukdžiu bendraujat.

Sandra Striaukaitė - tai taip pat viena iš nedaugelio dizainerių, kurių darbai turi aiškiai suformuotą koncepciją. Pagrindiniai S. Straukaitės inspiracijos šaltiniai, ją supanti aplinka, garsai ir kelionės. Menininės akcijos, moda ir kostiumų kūrimas – tarpusavyje persipynusios sritys kuriuose menininkė bando išreikšti aiškią savo poziciją.



5, 6 pav. **Sandra Straukaitė** „Staccato“

Šios Sandros kolekcijos įkvėpimu tapo japoniškų bachi lazdelių skleidžiamas garsas, naudojamas tradiciniame japonų Kabuki teatre. Šis garsas, pasak dizainerės, išvalo ir išgrynina erdvę, perspėja apie naujo aktorius pasirodymą scenoje. Būtent garsas padiktavo ir pačios kolekcijos grynumą, spalvų bei formų minimalistiškumą.

Praktinė mada. Prancūzų kalbos žodžių junginys „pret-a-porte“ yra verčiamas „paruoštas dėvėti“. Lietuvių kalbininkai tokiai sąvokai yra pritaikę gana tikslų atitikmenį – praktinė mada. Jos šaknys siekia praėjusio amžiaus 5-ojo dešimtmečio pabaigą, kai 1948-aisiais Diuseldorfe buvo surengta pramoninės mados mugė. Po metų kitų tokie renginiai jau vyko Florencijoje, Paryžiuje, o 7-ojo ir 8-ojo dešimtmečių sandūroje persikėlė ir į Milaną, Kelną, Niujorką (Praktinė mada, 2012).

Praktinės mados sąvoka siejama su masine, komercine aprangos bei aksesuarų, avalynės ir parfumerijos gamyba. Skirtingai nei haute couture, čia drabužiai yra tiražuojami šimtais tūkstančių vienetų, yra lengvai ir greitai pasiuvami, atitinka bendras mados tendencijas, tipinius figūrų matmenis bei daugelio vartotojų skonius. Praktinėje madoje nebelieka vietos individualiam stiliui. Ypatingas dėmesys kreipiamas į patogumą, praktiškumą ir vyraujančias mados tendencijas (Čelkaitė, 2009)

Lietuvoje, dauguma dizainerių, kuriančių komerciškai patrauklius, neiššaukiančius gaminius, savo spalvomis, formomis ir nuotaika atspindinčius suformuotą dizainerio braižą, bei tuometinę madą.

Sonata Bylaitė- dizainerė kuriai svarbiausia yra galutinis rezultatas – renginys, kai drabužiai ir papuošalai pristatomi žiūrovams. Vis dėlto pagrindinį dėmesį ji skiria pačiam drabužiui, jo konstrukcijai, kompozicijai, spalvų paieškai, linijos ir formos harmonijai. Dizaineri patinka netikėti sprendimai, eksperimentai, nuolatinė naujovių ir savito stiliaus paieška.



7, 8 pav. **Sonata Bylaitė** „Video“

A. Kuzmickaitė įkvepia sugalvota drabužio funkcija, kurią turi atlikti drabužis, taip pat audiniai ir jų faktūros, ji retai dairosi įkvėpimo gatvėse, žurnaluose ar bloguose.

Lietuvių dizainerė Agnė Kuzmickaitė teigia, jog kartais kuriant drabužius įkvėpimo netgi nereikia. Pasak jos, turėti vieną įkvėpiančią idėją yra netgi šiek tiek ydinga. Visą kolekciją paskirti vienam laikotarpiui, jos nuomone, yra dirbtina, nes tenka kai ką ir „pritempti“ prie idėjos.



9, 10 pav. **Agnė Kuzmickaitė** „Pirmojo asmeninio madų šou nuotraukos“

Savo pirmojo asmeninio madų šou metu, dizainerė Agnė Kuzmickaitė pristatė apie 40 drabužių modelių. Didžiausias dėmesys buvo skirtas rūbų funkcionalumui. Nors kolekcijos modeliai ir neturėjo vieningos koncepcijos, tačiau visuose kostiumuose buvo naudojamas jau firminiu dizainerės ženklu tapęs trimatis drugelio siluetas. Šioje kolekcijoje buvo pristatyti ir dizainerės kurti kostiumai teatrui, t.y. Lietuvos nacionalinio operos ir baletų teatro operetei „Šikšnosparnis“.

Vitalis Čepkauskas – drabužių dizaineris, skulptorius, juvelyras, dailininkas simbolistas. Savo kurtais drabužiais meną perteikiantis dizaineris teigia, jog jam svarbiausia - paskleisti kažkokią žinią. Dažniausi dizainerio idėjų šaltiniai – socialiniai, kultūriniai reiškiniai, menas. Dizaineris dažnai inspiracijos ieško Baroko ar Renesanso epochos architektūroje, kuri jį labai žavi savo formomis (Skeivytė, 2009).

Šiais metais dizaineris pristatė kolekciją vyrams, pavadintą „Sumaištis“. Savo kūryboje derino medžio, odos, stiklo, panaudotų daiktų detales, kūrė savitas figūrines kompozicijas, grįstas poparto, dadaizmo raiška.



11, 12 pav. **Vitalis Čepkauskas** „Sumaištis“

Kolekcijoje buvo pristatomi ryškių, lengvų palaidinių vyrams modeliai, derinami su tiesaus kirpimo kelnėmis, raštais ir kristalais dekoruotomis tamprėmis bei rankų darbo iš atplaišų sunertomis kepurėmis-kaukėmis. Kolekcijoje pasirodė ir klasikinių vyriškų kostiumų interpretacijų: *oversized* švarkų, plačių klostuotų kelnių, šortų derinių.

Apibendrinant skyriuje pateiktą medžiagą galima būtų teigti, jog tiek konceptualiosios, tiek praktinės mados kūrėjų kolekcijos ir jų KONCEPCIJOS yra neatsiejamos ir vienijančios – tik skiriasi jų „gylis“: vienu kūryba tarnauja pamatinės idėjos skleidimui, o ne praktiniam pritaikymui, kitų tik paviršutiniškai užsimena, palikdami kaip temą arba išviso jos neformuoja taip pirmoje vietoje palikdami funkcionalumą. Tačiau yra ir tokių dizainerių kuriuos sunku priskirti vienai ar kitai pusei, jie puikiai išreiškia idėją ar visuomenėje vyraujančią problemą per praktinę madą.

5. AKSESUARŲ KOLEKCIJOS „FASHION HOSTAGE“ PROJEKTAVIMO ETAPAI

5.1 Artimiausi prototipai ir jų analizė

Assaad Awad. Dizaineris Assaad Awad 1974m. gimė Beirute. Jo darbai konceptualūs ir dinamiški. Pagrindinės medžiagos su kuriomis jis dirba: oda, metalas, lateksas ir įvairūs kristalai. Jis kuria ne tik rūbus bet ir papuošalus. Įkvėpimą menininkas randa gamtoje, kraštovaizdžiuose, gyvūnuose ir žmonėse.

Žemiau pateiktos kelios nuotraukos iš jo 2013 metų pavasario-vasaros kolekcijos „Medusa Collection“. Jo kūryba mistiška, pastebimi baikerių (gotų) subkultūros atspindžiai ar senovės karių šarvų odinių aprangos detalių šiuolaikiškos interpretacijos.



13, 14 pav. **Assaad Awad** „Medusa Collection“

Tai, kaip dizaineris pritaikė ir sujungė odines juostos detales, padarydamas jas kostiumo dalimi, sukėlė nemažai inspiracijų kai kuriems kolekcijos „FASHION HOSTAGE“ kostiumų technologiniams sprendimams.



15, 16 pav. Assaad Awad „Medusa Collection“

Iris Van Herpen. Iris van Herpen baigusi mados dizaino studijas ArtEZ menų akademijoje Olandijoje, 2006 metais atliko praktiką Alexanderio McQueeno mados namuose. Po metų sukūrė savo vardo mados ženklą.

Dizainerė dažniausiai naudoja neįprastas ir drabužių dizaine retai naudojamas medžiagas, tokias kaip metalas, metalo audinys, oda ar plastikas.



17, 18 pav. Iris Van Herpen „Synesthesia“

2010 m. Londono madų savaitėje pristatytos kolekcijos „Synesthesia“ plastiškos ir skulptūriškos kostiumų formos, sukurtos iš plastiko juostelių inspiravo išbandyti medžiagines odos savybes, kuriant trimates formas „FASHION HOSTAGE“ kolekcijai.

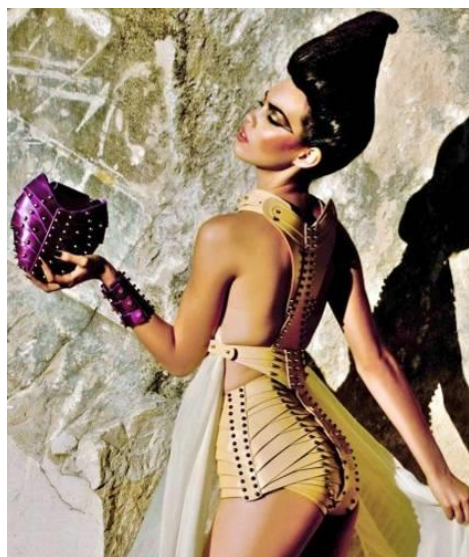


19, 20 pav. **Iris Van Herpen** „Synesthesia“

Una Burke. Tai dizainerė, kurianti odos objektus, kurie yra ir vizualiai patrauklūs, ir technologiškai reikalaujantys iššūkio.

Šių, konceptualių kūrinių pagaminimui dizainerė naudoja tradicines odos apdirbimo technologijas. Savo sukurtais gaminiais autorė siekia paskatinti naują ir labiau modernesnę odos amato vertinimą ir parodyti šios medžiagos galimybes mene bei funkcionaliame dizaine.

Dizainerės konceptualūs kūriniai, odos ir kitų tekstilinių medžiagų jungimas kostiumų kolekcijose, bei jos propaguojamos vertybės tokios kaip odos amato puoselėjimas ir šiuolaikiškumo suteikimas artimas „FASHION HOSTAGE“ kolekcijai.



21, 22 pav. **Una Burke**

Visbol de Arce. Šiuo ženklu prisistato dvi danų kilmės dizainerės Prisca Vilsbol ir Pia de Arce, kurios baigusios mokslus Kopenhagoje šiandien veržiasi į Prancūzijos mados rinką.

Šis tandemas neapsiriboja tik drabužių kūrimu – Vilsbol de Arce kuria ekstravagantiškas menines instaliacijas, konceptualias uniformas, kostiumus spektakliams ir performansams.



23, 24 pav. **Visbol de Arce** „Anatomy“

„Anatomy“ kolekcija tarsi apnuogina žmogaus kūno formas ir išverčia odą. Kolekcijos drabužiai tarsi raiščiai, raumenų skaidulos, kūno audiniai ar skeleto struktūra, sukuria organišką žmogaus ir mados hibrido iliuziją.

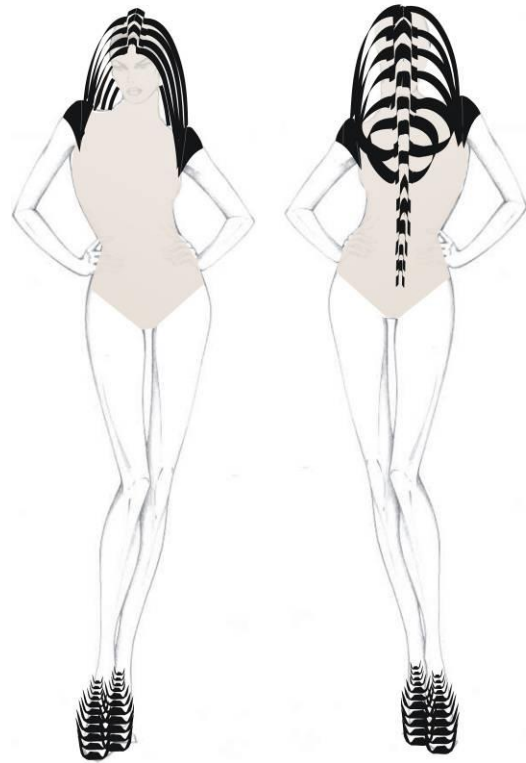
5.2 Atrinkti „FASHION HOSTAGE“ kolekcijos eskizai įgyvendinimui



25-26 pav. Kolekcijos „FASHION HOSTAGE“ 1 ir 2 kostiumai



27-28 pav. Kolekcijos „FASHION HOSTAGE“ 3 ir 4 kostiumai



29 pav. Kolekcijos „FASHION HOSTAGE“ 5 kostiumas

5.3 Kolekcijos „FASHION HOSTAGE“ koncepcija

„FASHION HOSTAGE“ išvertus iš anglų kalbos reiškia - „mados įkaitas“, galima suvokti ir kaip „mados įkalintas“. Lietuvių kalbos žodyne žodis *įkaitas* apibūdinamas kaip pėstininkas, marionetė, pastumdėlis, užstatytas ar įkeistas daiktas, užstatas (2013). Jaunimo žodyne šiuo žodžiu vadinamas žmogus priklausomas nuo kitų: sutinkantis su visų nuomone, užstatas, vaikstantis visiems iš paskos ir pan. Šis žodis naudojamas daugelyje gyvenimo sričių. Situacija kai žaidžiant šachmatais figūra priversta likti savo vietoje, nes pajudėjusi iš vietos atidengtu vertingesnę figūrą, karalių, valdovę arba bokštą, taip pat vadinama „įkaitu“.

Mados reiškinių dvilypumas. Taigi iš šių apibrėžimų galime daryti išvadą jog įkaitu tampama (savanoriškai ar ne) siekiant kažką gauti mainais, pvz. pritapti prie tam tikra ideologija pasižyminčios grupės, norint skleisti tam tikrą informaciją ar ką nors apsaugoti (pvz. nuslėpti savo tikrąją asmenybę). Ši samprata išreiškia pagrindinę mados reiškinių funkcionavimo prasmę - norint gauti, reikia duoti. Čia ir pasireiškia mados dvilypumas. Mada leidžia žmogui tapti tam tikros socialinės grupės nariu, reikšti statusą, padeda atsiskleisti jo kūrybiškumui ir daugelį kitų dalykų, bet taip pat reikalauja besąlygiškai jai paklusti, taip nejučia jį suvaržydama.

Mados pozityviosios pusės:

- Novatoriškumas (mada reikalauja nuolatinio atsinaujinimo, originalumo). Ji įtakoja pramonės produktų atsinaujinimą, technologijų tobulėjimą, meno stilių kaitą.
- Tenkinamas socialinis adaptacijos poreikis. Mada tampa įrankiu leidžiančiu pritapti prie tam tikra ideologija pasižyminčios grupės.
- Mada tai priemonė tam tikrai informacijai skleisti, žmogaus statusui ar protestui reikšti. Tam tikromis stiliaus detalėmis, spalvomis ar formomis asmuo gali pranešti tam tikrą informaciją, kurios neišreiškia žodžiu.
- Mada padeda formuoti asmeninį stilių.
- Ją veikia ir joje atsispindi įvairūs socialiniai, ekonominiai, politiniai ir kultūriniai procesai.
- Mada geba paveikti žmonių nuotaiką ir charakterį.
- Mada tenkina žmogaus viduje glūdintį atsinaujinimo poreikį.
- Mada praturtina žmogaus estetinę patirtį naujų formų, proporcijų ir koloritų atsiradimu.
- Mada tai priemonė asmens kūrybiškumui, estetiniam skoniui išreikšti.

- Įvairios mados formos pasirenkamos kaip kaukės tikrajai asmenybei paslėpti.

Mados negatyviosios pusės:

- Sąlyginė individualizacija. Pasak S. Simmel individas veikdamas madingu būdu iš tiesų veikia ne kaip individas, jo veiksmai funkcionuoja kaip socialinės klasės savybių atvaizdavimas.
- Mada rodo priklausymą tam tikrai grupei. Nepriklausomai nuo asmens noro, aplinkiniams suteikiama informacija apie asmens socialinę padėtį, jo pažiūras, gyvenimo būdą ir k.t.
- Mada priešinga tradicijai.
- Asmens tapatumo slėpimas.
- Vienodumo kūrimas.
- Masiškumas. Mada yra susijusi su masinės gamybos augimu.
- Trumpalaikiškumas, kuris skatina vartojimą.
- Diktatoriškumas (standartų nustatymas).
- Nuolatinis grįžimas atgal.
- Patogumo ir funkcionalumo palikimas antrame plane.

Pasirinktos priemonės negatyviosioms mados pusėms atskleisti:

- Kaukės, raiščiai, galvos apdangalai. Slėpiamas žmogaus veidas, akys. Pradanginamas individualumas, asmenybė, nuomonės neturėjimas arba negalėjimas jos išsakyti;
- Permatomas, kūno spalvos, tamprios medžiagos kostiumo pagrindas, prigludantis ir susiliejęs su kūnu tarsi antra oda. Tokiu būdu išreiškiama mados ir žmogaus sintezė, nematoma mados pusė, sąlyginė mados vartotojo individualizacija, sukurianti išskirtinumo iliuziją. Ji apipina, įvilioja asmenį į „mados džungles“, taip nejuočia primesdama tam tikrus mados kanonus, formuodama sampratas.
- Juostinio dekoru ritmika kuriamas įvaizdis išreiškia mados primetamų šablonų diktatoriškumą, sąlyginį individualumo suvaržymą.

Pasirinktos priemonės pozityviosioms mados pusėms atskleisti:

- Originalūs, netradiciniai kostiumų siluetai, dekoratyvios ir dinamiškos odinių juostų detalės perteikiančios skirtingas kostiumų nuotaikas. Atskleidžiamas mados, kaip reiškinių, praturtinančio žmogaus estetinę patirtį, reikalaujančio nuolatinio atsinaujinimo ir originalumo, formuojančio individualybę, supratimas.
- Pasirinkta tam tikra odinių juostų ir tamprus kostiumo pagrindo standinimo ir jungimo technika, kuri leidžia netik technologiškai gerai atlikti konceptualų-funkcionalų gaminių, bet ir įtaigiai perteikti vieną iš mados plusių - mados kaip reiškinių, tenkinančio žmoguje glūdintį atsinaujinimo poreikį supratimą. Šios jungimo technologijos dėka, odinių juostų struktūros tarsi „išauga“ iš žmogaus kūno.
- Įvairios kaukės ir veidą dengiančios odinių juostų struktūros naudojamos ne tik mados minusams reikšti (individualumui paslėpti), bet ir tikrosios asmenybės savanoriškam slėpimui, protestui reikšti.

Kolekcija „FASHION HOSTAGE“ – tai konceptualūs kostiumai moterims, atskleidžiantys „mados dvilypumo“ idėją. Kostiumais išreiškiamas požiūris į žmogų kaip mados „spąstų“ įkaitą, savotišką „mados produktą“, atskleidžiantį sąlyginę asmenybės individualizaciją.

Kolekciją „FASHION HOSTAGE“ sudaro penki kostiumų komplektai. Kiekviename kostiume stengiamasi improvizuoti skirtingomis juostų struktūromis bei savita silueta nuotaika. Jais išryškinamos skirtingos moters kūno dalys.

Kolekcija sukurta naudojant natūralią odą bei tamprų, peršviečiamą audinį. Pasirinkta minimalistinė furnitūra bei kitos jungimo detalės, siekiama neakcentuoti kostiumų jungimo vietų, o išreikšti kostiumą kuo organiškiau, lakoniškiau, tarsi „suliejant“ su žmogaus kūnu.

Kostiumuose naudojamos dvi spalvos: juoda ir kūno spalva. Juodos spalvos simbolika yra dvilypė. Tai daugiausia negatyvi spalva, įkūnijanti tamsą, liūdesį, gedulą, reiškianti kančią, skausmą, nelaimę, tapatinama su mirtimi, nuodėme ir išdavyste (Adomonis, 2008). Krikščionybėje – tai aukos, nuolankumo, nusižeminimo ir savęs išsižadėjimo ženklas, tačiau Japonijoje juoda spalva reiškia džiaugsmą, simbolizuoja pastovumą ir ištikimybę. Kūno spalva daro lengvą poveikį, praplečia erdvės pojūtį, palengvina realybės suvokimą, suteikia tikrumo jausmą. Šios spalvos kostiumo pagrindas leidžia aiškiau suvokti juodos spalvos juostų struktūrų žaismą ir formų plastiką.

Kostiumų siluetai lakoniški, formos organiškos, primenančios stilizuotas žmogaus kūno dalis ar raumenyną. Visi kostiumai pasižymi simetrija. Kolekcijos „FASHION HOSTAGE“

kostiumai sudaryti iš įvairiomis kryptimis viena su kita persipinančių juostų detalių, kurios suteikia aksesuarams dekoratyvumo ir dinamiškumo, konceptualumo, padeda įtaigiai išreikšti mados dvilypumo idėją.

Tai konceptuali kolekcija, skirta demonstruoti įvairiose mados renginiuose, galerijose, taip populiarinant dizainerio vardą, potencialius klientus supažindinant su dizainerio kūrybiniais ieškojimais, požiūriu, technologiniais įgūdžiais ir galimybėmis. Ši kūrybinė kolekcija atkreips tikslinės auditorijos (jauni žmonės kurie domisi mada, menu, tačiau juos lengva įtakoti) dėmesį ne tik į žmogaus kūno bet ir jo asmenybės savanorišką suvaržymą. Kolekcija tikimasi priversi susimąstyti apie tai, kokį vaidmenį žmogus atlieka mados industrijoje, patraukti dėmesį į šią problemą netikėtomis menines išraiškos priemonėmis.

5.4 Kostiumų įgyvendinimo eigos aprašymas

1. Lekalų gamyba

- Naudojantis sukurtais gaminių maketais bei eskizais pradedame gaminti lekalus.
- Apskaičiuojame galimas užlaidas medžiagos ir odos detalėms.
- Braižome aksesuarų lekalus ant storo popieriaus lapo. Pažymime detalių centrus, užlaidas, uždėtinių detalių montavimo vietas.
- Išpjauname nubraižytus lekalus.

2. Odinių detalių paruošimas.

- Perkeliame lekalus ant odos gaminio siuvimui.
- Rėžtuko pagalba išpjauname visas reikiamas aksesuarų detales.
- Odos sklembimo mašina nuploniname reikiamas kraštines

3. Medžiaginių detalių paruošimas.

- Perkeliame lekalus ant audinio gaminio siuvimui.
- Žirklių pagalba iškerpame visas reikiamas aksesuarų detales.

4. Standinimo detalių gamyba.

- Ant pastandinimo medžiagos nusibraižome reikalingas detales.
- Iškerpame jas žirkėmis.

5. Medžiaginių detalių standinimas audiniu.

- Iškirptas standinimo detales patepame klėjais.
- Priklijuojame jas prie medžiaginių kostiumo detalių.



30 pav. Pastandinimo detalių kljavimas

- Detalių kraštus apsiuvame siuvimo mašina.



31 pav. **Pastandinimo ir medžiaginių kostiumo detalių siuvimas**

6. Odinių kostiumo detalių standinimas plonu metalu.

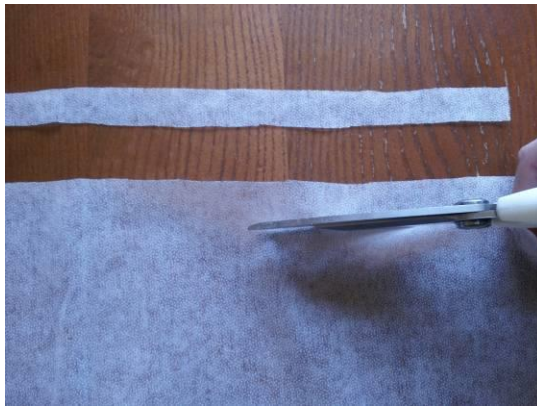
- Ant metalo plokštės nusibraižome reikalingas detales.
- Iškerpame jas specialiomis žirkklėmis.
- Iškirptas standinimo detales patepame klėjais.
- Priklijuojame jas prie odinių kostiumo detalių.



32 pav. **Metalinių standinimo detalių kljavimas**

7. Užtrauktuko siuvimas.

- Iš specialios lipnios standinimo medžiagos iškerpame reikiamo ilgio juosteles, skirtas pastandinti audinio kraštelį.



33 pav. **Standinimo juostelių kirpimas**

- Iškirptą juostelę prilyginame prie medžiagos lygintuvu.



34 pav. **Audinio kraštelio pastandinimas**

- Prisidaigstome užtrauktuką prie pastandinto audinio kraštelio.
- Prisiuvame siuvimo mašina.

8. Korpuso ir uždėtinių detalių jungimas.

- Paruoštas detales suklijuojame ir susiuvame siuvimo mašina.



35 pav. Uždėtinių detalių ir korpusų siuvimas

- Įstatomi metaliniai užsegimai.
- Metaliniu plaktuku atkalamos detalių linkimo vietos.

9. Medžiaginių kostiumo detalių kraštų atlenkimas.

- Atkerpamas reikiamas ilgis specialios lipnios juostelės skirtos atlenkti medžiaginių detalių kraštus.
- Prilyginame ją lygintuvu.
- Nuimame apsauginę popierinę juostelę ir užlenkiame detalės kraštelį.

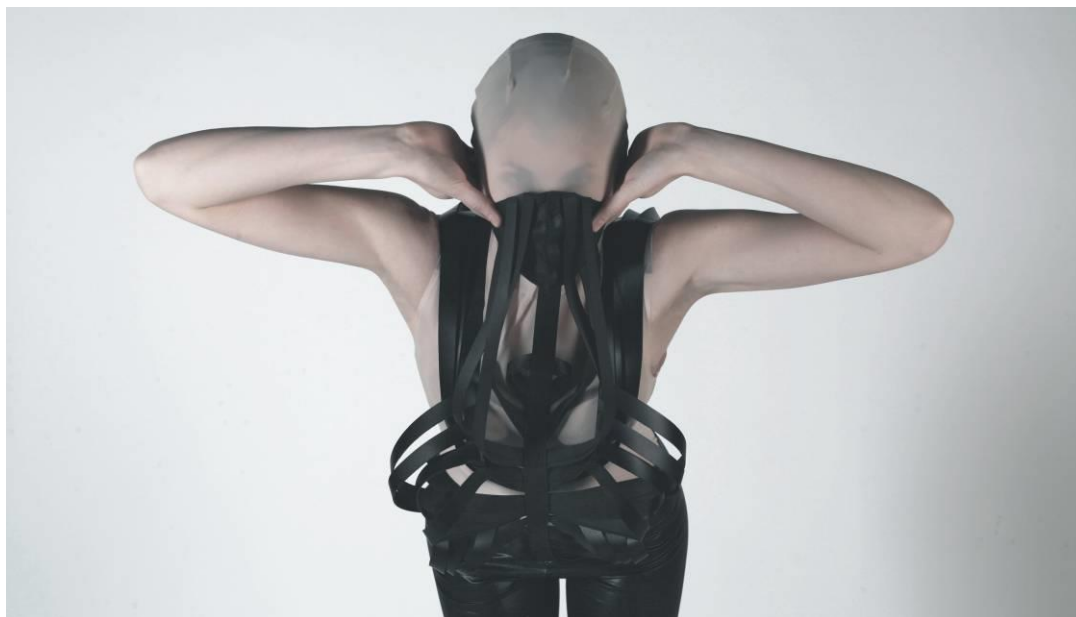
10. Aksesuarų apdaila

- Nudažomi pjautiniai odinių detalių krašteliai.
- Nuvalomos ir nuvaškujamos odinės kostiumų detalės.

5.5 Konceptualių kostiumų kolekcijos nuotraukos



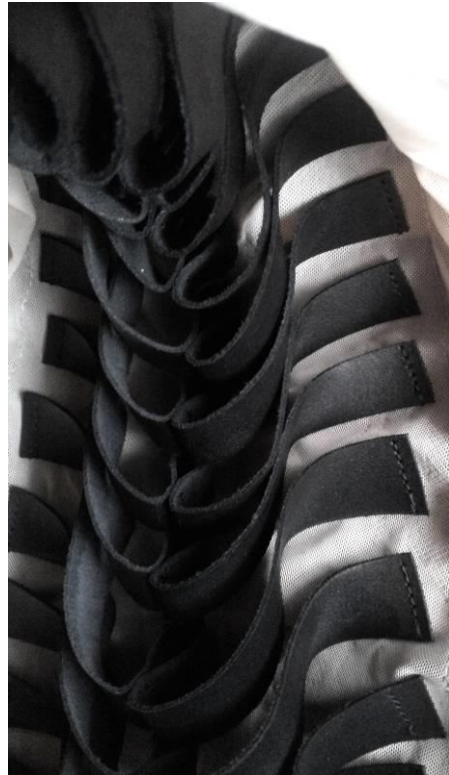
36 -39 pav. Kolekcijos „FASHION HOSTAGE“ 1 kostiumo nuotraukos



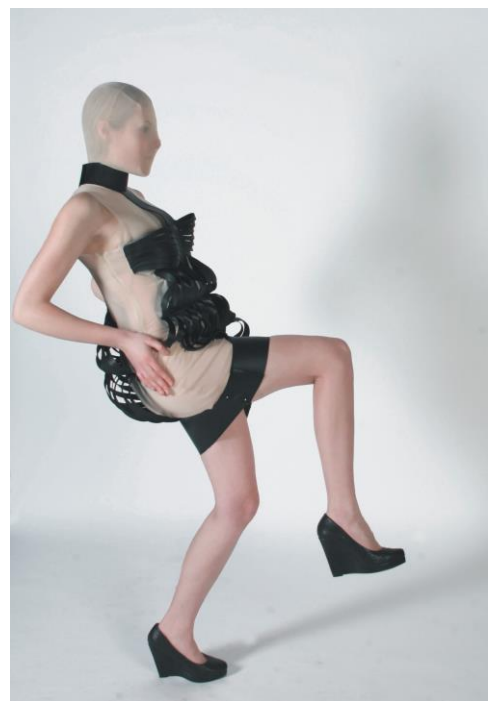
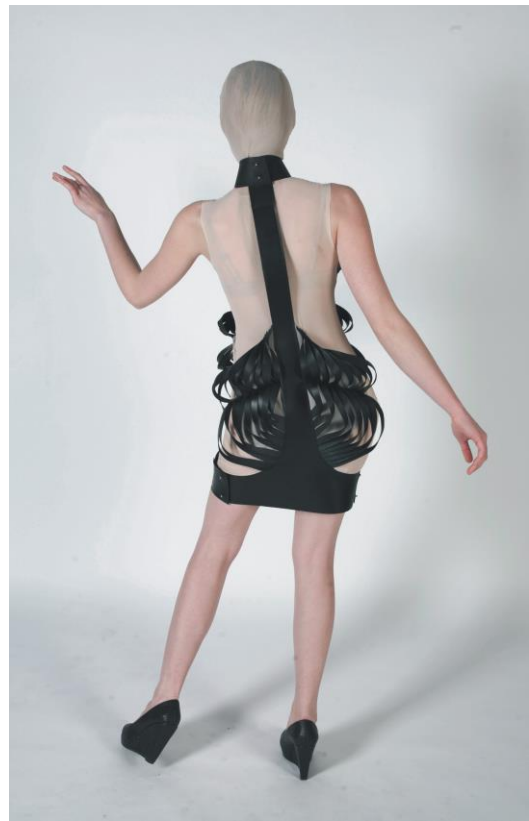
40- 42 pav. Kolekcijos „Fashion hostage“ 2 kostiumo nuotraukos



43- 46 pav. Kolekcijos „Fashion hostage“ 3 kostiumo nuotraukos



47- 50 pav. Kolekcijos „Fashion hostage“ 4 kostiumo nuotraukos



51- 54 pav. Kolekcijos „Fashion hostage“ 5 kostiumo nuotraukos

IŠVADOS

1. Išsikeltas tikslas buvo įgyvendintas: atlikus teorinius tyrimus pasirinktoje temoje, buvo suprojektuoti ir įgyvendinti konceptualūs kostiumai moterims „FASHION HOSTAGE“.
2. Atliekant teorinį tyrimą pastebėtas mokslinių šaltinių trūkumas *mados fenomeno* tema. Nors Lietuvoje, kaip ir užsienyje mados problematika labai aktuali, tačiau lietuvių kalba parengtos profesionalios literatūros trūkumas vis dar jaučiamas.
3. Remiantis atliktais magistro darbo teoriniais tyrimais galime teigti, jog iškeltą hipotezę įrodyti pavyko: egzistuojantis mados reiškinys iš tiesų yra dvilypis, žmogus ir mada tarsi simbiotinis reiškinys, kuris vienas kitam padeda egzistuoti.
4. Mados, kaip reiškinio, koncepcija yra daugialypė. Į ją reikėtų žvelgti giliau, kaip į socialinį, psichologinį reiškinį, kaip informacijos skleidimo ir komunikavimo priemonę, kuri yra reiškiamą semantinių formų ir spalvų kalba.
5. Remiantis J. Adomonio, B. Bernotienės ir kitų rašto darbo dalyje nagrinėtų autorių leidiniais, galima teigti, jog esminiai šiuolaikinės mados bruožai – trumpalaikiškumas, diktatoriškumas, mėgdžiojimas ir dvilypumas.
6. Atlikus teorinių šaltinių apžvalgą mados istorijos tema, galima daryti išvadą, jog mados funkcijos, iki modernizmo ir po jo, skyrėsi. Iki modernizmo mada atliko socialinio statuso, klasinės padėties, profesijos išraiškos funkcijas, o vėliau mada tapo individualizmo raiškos arba tapatybės slėpimo forma.
7. Lietuvos ir užsienio dizaineriai nedrįsta, o gal ir nenori mados dviprasmiškumo idėją perteikti aksesuarų ar rūbų kolekcijose, taip tarsi aiškiai pareikšdami, jog savo darbais prisideda daugiausiai prie teigiamos mados įtakos visuomenei idėjos.
8. Oda - tinkama medžiaga (ne tik idėjine, bet ir technologine prasme) kolekcijos nuotaikai atskleisti, bei įgyvendinti. Dirbant, ypatingai didelis dėmesys buvo skiriamas gaminių formų, uždėtinių struktūrų ir siluetų bei idėjos (koncepcijos) perteikimo įtaigumui.
9. Sukurtas kolekcijos video pristatymas leidžia supažindinti žiūrovą su pagrindine mados dvilypumo idėja: vaizduojamas žmogaus ir mados susijungimas, simbiotinis procesas, savanoriškas asmens individualumo, žodžio laisvės nykimas, suvaržymas.
10. Atliekant kūrybinę darbo dalį, patobulintos kompleksinio projektavimo, kompiuterinio eskizavimo, maketavimo, odos gaminių modeliavimo, konstravimo bei technologinės žinios ir gebėjimai.

11. Projektinė dalis leido pagilinti darbo įgūdžius kompiuterinėmis programomis: Adobe Premiere Pro CS4, Adobe Photoshop, Corel DRAW.
12. Tai pristatomoji kolekcija, skirta demonstruoti įvairiuose mados renginiuose, populiarinti dizainerio vardą, potencialius klientus supažindinti su dizainerio kūrybiniais ieškojimais ir galimybėmis, koncepciniu požiūriu bei technologiniais įgūdžiais.

REKOMENDACIJOS

Teorinėje magistro darbo dalyje apžvelgtos garsiausių 17- 21 a. pasaulio filosofų, sociologų, mokslininkų mintys ir įžvalgos apie madą, jos dinamiškumą ir dviprasmiškumą, atskleidžiamas ne tik mados reiškinių aktualumas, bet ir jo įtaka žmogaus savęs identifikavimo procese, todėl teorinį darbo aprašą rekomenduojama naudoti ir platinti mokslo ir švietimo tikslais. Remiantis surinkta ir išanalizuota teorine medžiaga gali būti rašomi straipsniai laikraščiuose, tokiuose mados žurnaluose kaip „L'Officiel“, „Laima“, „Stilius“ ir k.t., taip pat psichologijos žurnaluose, tokiuose kaip „Psichologija TAU“, „aš ir PSICHOLOGIJA“ ir k.t.

Galimi šia tema susiję klausimai, tolimesnei diskusijai, straipsnių ar pranešimų temoms: Kokia atskirai teigiamų ir neigiamų mados bruožų įtaka žmogui? Kaip sumažinti neigiamą mados fenomeno įtaką individui? Kokiomis priemonėmis šviesti žmones apie mados fenomeną, jo teigiamą ir neigiamą - dvilypį pobūdį? Kaip kito mados funkcijos iki modernizmo ir po jo? Kaip tai įtakojo visuomenę? Ar mada gali būti efektinga komunikavimo, informacijos skleidimo priemonė? Ar žmogus beatodairiškai siekiantis būti madingu, gali jaustis visiškai laisvu?

Praktinę magistro darbo dalį (konceptualių aksesuarų kolekciją moterims „Fashion hostage“) planuojama papildyti keletu modelių ir pristatyti 2014 m. vykstančiame tarptautiniame madų šou „Apkalbos 2014“, pretenduoti į Vilniuje vykstantį madų šou „Mados Injekcija“ 2014, bei mados festivalį „Mados Infekcija“ 2014. Taip pat ji gali būti panaudota Šiaulių miesto meninių renginių Pvz. PER-FORMA, VIRUS FESTIVALIS, MONMARTRO RESPUBLIKA metu ar performansuose, šou atlikėjų stiliaus formavime.

Konceptualių aksesuarų kolekciją moterims „Fashion hostage“ siūloma eksponuoti Šiaulių miesto dailės galerijoje mėnesį laiko po čia sausio pradžioje vykstančių dailės magistrų gynimų. Vėliau kolekciją siūloma eksponuoti kituose šalies miestų galerijose ir muziejuose.

LITERATŪROS SĄRAŠAS

1. Adomonis J. (2008). Stiliaus ir mados įtaka kompozicijai. Nuo taško iki sintezės: taikomosios dailės kompozicijos pagrindai. Vilniaus dailės akademijos leidykla, Vilnius
2. Bernotienė B. (2004). Mados istorija XXa. pirmoji pusė. Technologijos leidykla, Kaunas
3. Dempsey A. (2004). Stiliai, judėjimai ir kryptys. Enciklopedinis moderniojo meno vadovas. Presvikos leidykla
4. Dabartinės lietuvių kalbos žodynas (2013). Drabužis [žiūrėta 2013-09- 20] Prieiga per internetą <<http://dz.lki.lt/search/>>
5. Drudi, E., Paci.T. (2005). FIGURE DRAWING FOR FASHION DESIGN. Milanas: The pepin press leidykla
6. Iris Van Herper (2010). SYNESTHESIA. [žiūrėta 2013-09- 20] Prieiga per internetą <<http://www.irisvanherpen.com/haute-couture#synesthesia>> (17-20 Pav.)
7. Giddens A. (2000). Modernybė ir asmens tapatumas: asmuo ir visuomenė vėlyvosios modernybės amžiuje. Pradai, Vilnius
8. Gofman A. (2010). Paryžius - mados pasaulio meka [žiūrėta 2013-10- 5] Prieiga per internetą <<http://www.delfi.lt/gyvenimas/laisvalaikis/paryzius-mados-pasaulio-meka.d?id=30587551>>
9. Guzevičiūtė R. (2001). Europos kostiumo tūkstantmetis (X-XX a.). Vagos leidykla, Vilnius
10. Janušauskas M. (2006). MADA. Versus aureus leidykla, Vilnius
11. Kontra Plan (2013). Assaad Awad Spring/Summer 2013. [žiūrėta 2013-11- 20] Prieiga per internetą <<http://kontraplan.com/site/2012/11/06/assaad-awad-springsummer-2013/>> (13-16 pav.)
12. Les Editions Jalou vertimas į lietuvių kalbą (2010). Alexanderis McQueenas 1969-2010. Franchise Media leidykla, Vilnius
13. Masteikaitė V. (2001). Drabužių konstravimo pagrindai. VšĮ Šiaulių universiteto leidykla, Šiauliai
14. Norkus Z. (2007). Georg Simmel Sociologija ir kultūros filosofija. Margi raštai, Vilnius
15. Ogijienė A., Šakienė A. (1995). Aprangos raida nuo senovės iki XX a. Technologijos leidykla, Kaunas
16. Sterlacci F. (2010). Leather Fashion design. Laurence King leidykla, Londonas

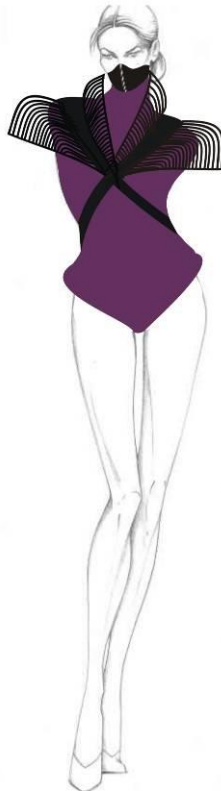
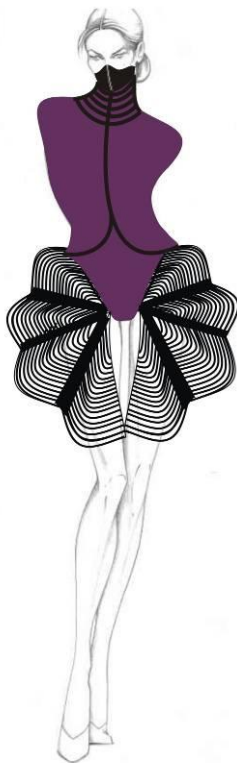
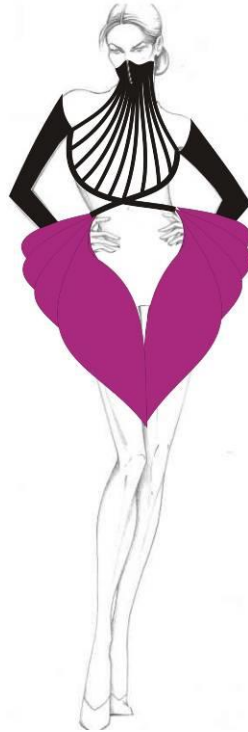
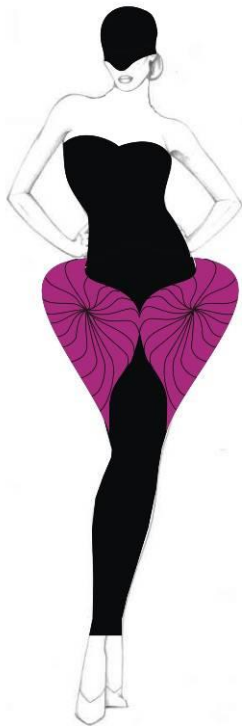
17. The Pepin Press (2006). Fashion accessories. The Pepin Press leidykla, Amsterdamas
18. Žižek S. (2005). Viskas ką norėjote sužinoti apie Žižeką, bet nedrįsote paklausti Lacano. Lietuvos rašytojų sąjungos leidykla, Vilnius
19. Assaad Awad. Biografija. [žiūrėta 2013- 10- 14]. Prieiga per internetą <<http://assaadawad.tumblr.com/biography> >
20. Albrechtaitė - Lingienė G. Kaip atspėti mados tendencijas? [žiūrėta 2013-05- 14]. Prieiga per internetą <<http://gyvenimas.delfi.lt/style/kaip-atspeti-mados-tendencijas.d?id=37073213>>
21. Čelkaitė L. (2009). Pret – a – porter – aukštosios mados priešingybė [žiūrėta 2013-08- 20] Prieiga per internetą <<http://www.jurgita.lt/kolekcijos/naujienos/pret-a-porter-aukstosios-mados-priesingybe>>
22. Černevičiūtė J. (2008). Kūnas vartojimo kultūroje: postmodernizmas, vartojimas, kūnas, kaip prekė. Problemos. [žiūrėta 2013- 11- 6] Prieiga per internetą <<http://www.marksistai.lt/skaityti/jurate-cerneviciute-kunas-vartojimo-kulturoje-postmodernizmas-vartojimas-kunas-kaip-preke>>
23. Jakeliūnaitė L. (2009). Didžioji provokatorė – S. Straukaitė [žiūrėta 2013-08- 20] Prieiga per internetą <<http://www.delfi.lt/gyvenimas/istorijos/didzioji-provokatore-sstraukaite.d?id=20632369#ixzz2mEKe3a70>> (5,6 pav.)
24. Kauno technologijos universitetas. (2010). Tarptautinių žodžių žodynas. [žiūrėta 2013- 05- 14] Prieiga per internetą <<http://www.ukc.ktu.lt/zodynas/word.php?zodis=mada>>
25. Kauno technologijos universitetas. (2010). Tarptautinių žodžių žodynas. [žiūrėta 2013- 03- 05] Prieiga per internetą <<http://www.ukc.ktu.lt/zodynas/word.php?zodis=funkcionalizmas>>
26. Keršytė N. (2007). Roland Barthes, „Dar syki– kūnas“. Kūno raiška šiuolaikiniame socialiniame diskurse. Vilnius: Baltos lankos
27. Klaipėdos rajono kūrybinių industrijų asociacija. Jurga Sutkutė [žiūrėta 2013-11- 28] Prieiga per internetą <<http://www.creativeklaipeda.lt/members/detail/Jurga-Sutkute/20>>
28. Klemaitė A. (2011). Mada, kaip asmens tapatumo raiška moksleivių ir studentų požiūriu. Magistro baigiamasis darbas. [žiūrėta 2013-11- 03] Prieiga per internetą <http://vddb.library.lt/fedora/get/LT-eLABa-0001:E.02~2011~D_20110627_124923-00012/DS.005.0.01.ETD>

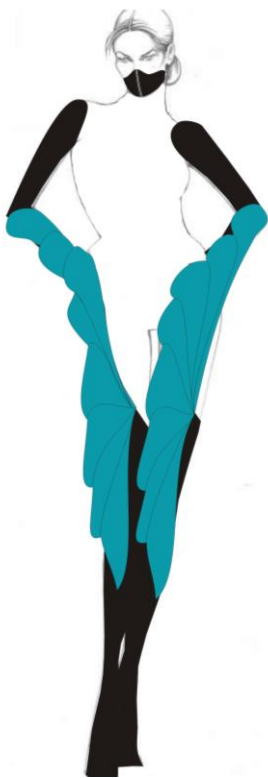
29. Kniežaitė M. (2012). Ir protėviai norėjo būti gražūs. [žiūrėta 2013-02- 21] Prieiga per internetą <<http://lzinios.lt/lzinios/Mokslas-ir-svietimas/ir-proteviai-norejo-buti-grazus-foto/62633>>
30. Kraniauskas L. (2005). Mada – laisvas pasirinkimas ar būtinybė? [žiūrėta 2013-01- 11] Prieiga per internetą <<http://klaipeda.diena.lt/dienrastis/priedai/pasaulis/mada-laisvas-pasirinkimas-ar-butinybe-110797>>
31. Laura Dailidėnienė (2010). Straipsniai [žiūrėta 2013-11- 28] Prieiga per internetą <http://daili.lt/?page_id=41> (1,2 pav.)
32. Milušauskaitė T. (2009). Kas yra mada [žiūrėta 2013-01-26] Prieiga per internetą <<http://culturenews.lt/?p=3127>>
33. Ruling Ch.C. (2000). Theories of (management?) fashion: The contributions of Veblen, Simmel, Blumer, and Bourdieu. [žiūrėta 2013-05- 14] Prieiga per internetą <http://www.hec.unige.ch/recherches_publications/cahiers/2000/2000.01.pdf>
34. Simmel G. Sociologija ir kultūros filosofija. Vilnius: Margi raštai. 2007.
35. Skeivyte G. (2009). Kada įkvėpimas aplanko mūsų mados kūrėjus? [žiūrėta 2013-08- 20] Prieiga per internetą <<http://www.delfi.lt/gyvenimas/stilius/kada-ikvepimas-aplankomusu-mados-kurejus.d?id=24172434#ixzz2ofgNxcd3>> (11, 12 pav.)
36. Straipsnis interneto svetainėje Delfi. (2003). Grožis yra kintanti forma. [žiūrėta 2013-08- 20] Prieiga per internetą <http://gyvenimas.delfi.lt/grozis_ir_sveikata/grozis-yra-kintanti-forma.d?id=3039836#ixzz2IXApRSqk>
37. Sonata B. (2013). Apie mane [žiūrėta 2013-11- 30] Prieiga per internetą <<http://www.sonatabylaite.com/apie-mane>> (7, 8 pav.)
38. Straipsnis interneto svetainėje Delfi. (2007) Mados istorija: Viduramžiai [žiūrėta 2013- 08- 20] Prieiga per internetą <<http://www.delfi.lt/gyvenimas/stilius/mados-istorija-viduramziai.d?id=13869291>>
39. Šinkūnaitė A. (2013). Mados tendencijų atsiradimas XX amžiuje. [žiūrėta 2013-11- 22] Prieiga per internetą <<http://mmanifestas.lt/istorija/mados-tendenciju-atsiradimas-xx-amziuje>>
40. Šoblickas P. (2012). Socialinis gyvenimas: mada ir visuomenės sluoksniai [žiūrėta 2013- 11- 24] Prieiga per internetą <http://klaipeda.diena.lt/naujienos/laisvalaikis-ir-kultura/mada/socialinis-gyvenimas-mada-ir-visuomenes-sluoksniai-381925/?puslapis=61#.UsASw_t2H0Q>

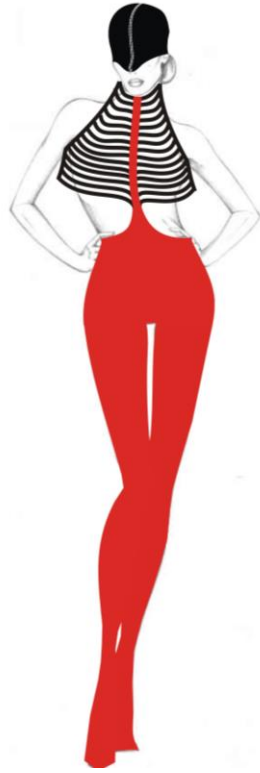
41. Žurnalas „Ji“ (2012). Praktinė mada [žiūrėta 2013-12- 20] Prieiga per internetą <<http://www.15min.lt/ji24/straipsnis/stilius/mada/praktine-mada-564-241260#ixzz2mEZsiAVA>>
42. Žurnalas „Moteris“ (2013). A. Kuzmickaitė pristatys drabužius, kuriuos moterys galės dėvėti kasdien [žiūrėta 2013-10- 20] Prieiga per internetą <<http://www.moteris.lt/veidai/akuzmickaite-pristatys-drabuzius-kuriuos-moterys-gales-deveti-kasdien.d?id=60831713#ixzz2ofJhPwuU>> (9,10 Pav.)

PRIEDAI

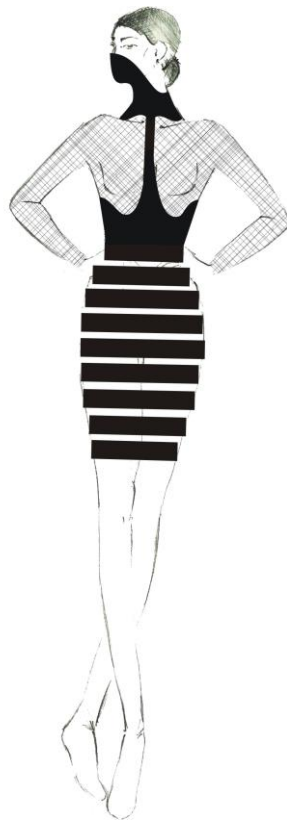
Priedas Nr.1 kolekcijos „FASHION HOSTAGE“ eskizai



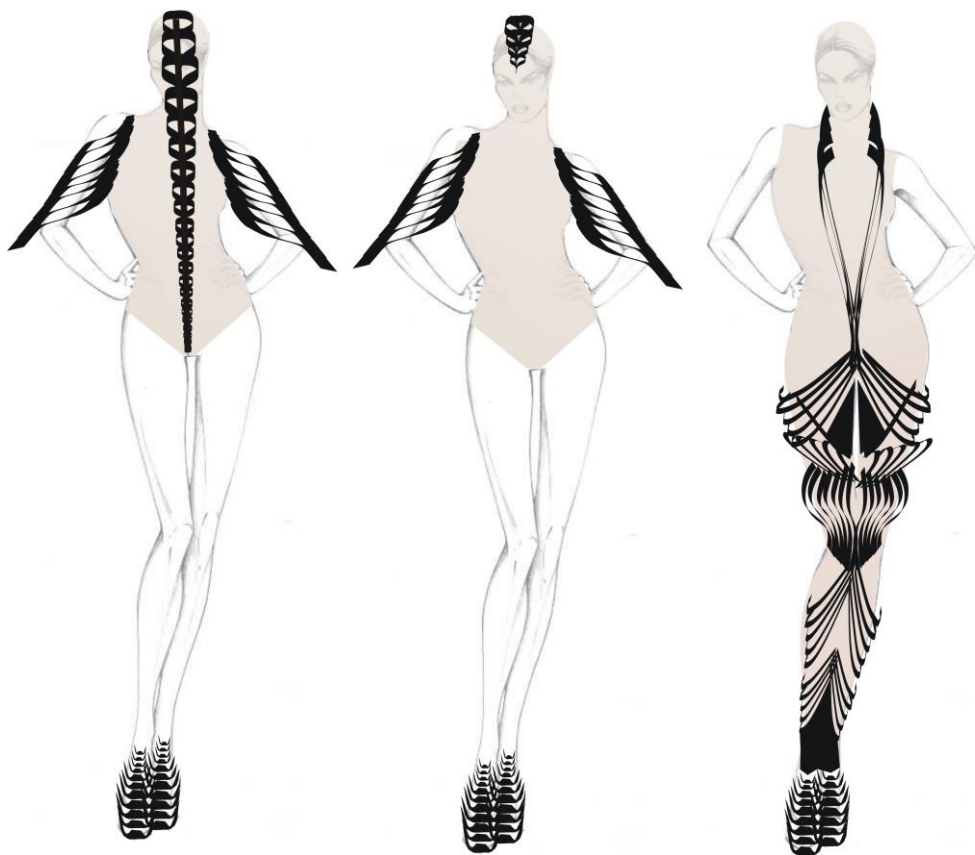












Priedas Nr.2 CD su elektroniniu darbo variantu bei kolekcijos video pristatymu