

VILNIAUS DAILĖS AKADEMIJA

VILNIUS ACADEMY OF ARTS

Agnė Kuzmickaitė-Prūsaitienė

Meno projektas

**KASDIENYBĖ KAIP KŪRYBOS INSPIRACIJA:
DIZAINERIO SAVIREFLEKSIJA**

Art Project

**THE EVERYDAY AS A CREATIVE INSPIRATION :
DESIGNER'S SELF- REFLECTION**

Meno doktorantūra, Meno sritis, Dizaino kryptis W200 (P02)

Art Doctorate, Design W200 (P02)

Vilnius, 2017

Meno projektas rengtas Vilniaus dailės akademijoje 2010–2017 metais

KŪRYBINĖS DALIES VADOVĖ:

Prof. Jolanta Talaikytė

Vilniaus dailės akademija, dizainas P02, kostiumo dizainas

TIRIAMOSIOS DALIES VADOVAS:

Doc. dr. Nerijus Milerius

Vilniaus universitetas, humanitariniai mokslai, filosofija 01H

Meno projektas ginamas Vilniaus dailės akademijoje Meno doktorantūros dizaino krypties gynimo taryboje:

PIRMININKĖ:

Doc. dr. Deima Katinaite

Vilniaus dailės akademija, dizainas P02

NARIAI:

Prof. Audrius Klimas

Vilniaus dailės akademija, dizainas P02, grafinis dizainas

Gintaras Sodeika

Lietuvos muzikos ir teatro akademija, muzika P03, kompozicija

Doc. dr. Agnė Narušytė

Vilniaus dailės akademija, humanitariniai mokslai, menotyra 03H

Dr. Agnès Rocamora

London College of Fashion, University of the Arts London, socialiniai mokslai, sociologija 05S

Meno projektas ginamas viešame Meno doktorantūros dizaino krypties gynimo tarybos posėdyje

2017 m. spalio 27 d. 14 val. VDA parodų erdvėje „Titanikas“, Ia. (Maironio g. 3, Vilnius).

Meno projektas ir jo santrauka išsiųsta 2017 m. rugsėjo 27 d.

Su disertacija galima susipažinti Lietuvos nacionalinėje Martyno Mažvydo, Vilniaus dailės akademijos bibliotekose.

© Agnė Kuzmickaitė 2017

ISBN 978-609-447-242-8

The Artistic Research Project was carried out at Vilnius Academy of Arts during the period of 2010–2017

ART PROJECT SUPERVISION:

Prof. Jolanta Talaikytė

Vilnius Academy of Arts, Design P02, Costume Design

THESIS SUPERVISION:

Doc. dr. Nerijus Milerius

Vilnius University, Humanities, Philosophy 01H

The Artistic Research Project will be defended in an oral examination before the Academic Board of Design at Vilnius Academy of Arts composed of the following members:

CHAIRPERSON:

Assoc. prof. dr. Deima Katinaite

Vilnius Academy of Arts, Design P02

MEMBERS:

Prof. Audrius Klimas

Vilnius Academy of Arts, Design P02, Graphic Design

Gintaras Sodeika

Lithuanian Academy of Music and Theatre, Music P03, Composition

Doc. dr. Agnė Narušytė

Vilnius Academy of Arts, Humanities, Art Criticism, 03H

Dr. Agnès Rocamora

London College of Fashion, University of the Arts London, Social Sciences, Sociology 05S

The public defence of the Artistic Research Project will be held on October 27, 2017, 2 p.m., at exposition hall of Vilnius Academy of Arts “Titanikas”, 1st floor (Maironio str. 3, Vilnius)

The art project is available at Martynas Mažvydas National Library of Lithuania, and the library of Vilnius Academy of Arts.

ISBN 978-609-447-242-8

PADĖKA

Šis meno projektas nebūtų atsiradęs be mamų amžiną atilsį Leonardos Jekentaitės Kuzmickienės fundamentalios įtakos mano kaip asmenybės formavimuisi, jos šviesiam atminimui ir yra skirtas šis darbas. Savo ruožtu šis darbas nebūtų įgyvendintas be nuolatinio mano močiutės Gitel Jekentienės rūpinimosi ir meilės.

Taip pat už palaikymą ir visokeriopą pagalbą dėkoju savo vadovams Nerijui Mileriui ir Jolantai Talaikytei, recenzentėms Agnei Narušytei bei amžiną atilsį Rūtai Jurkūnaitei-Bruožienei, bendražygei Mildai Savickienei, prisidėjusiai prie daugelio bendrų projektų įgyvendinimo. Dėkoju savo tėčiui Bronislavui Kuzmickui, savo vyrui ir visai šeimai bei mano įkvėpėjai ir daugelio kūrybinių idėjų bendraautorei mažajai Leonardai.

TURINYS

ĮVADAS	9
I. KASDIENYBĖS FENOMENAS DRABUŽIŲ DIZAINE	24
1.1. Kasdienybės fenomeno mados dizaine atsiradimo sąlygos	24
1.1.1. Meninis ir socialinis kontekstas, lėmęs kasdienybės objektų mados dizaine atsiradimą	24
1.1.2. <i>Kairė</i> ir <i>dešinė</i> mados pasaulyje	35
1.1.3. Kasdienybės žemėlapiai ir drabužių iškarpos	45
1.1.4. Masinės kultūros ir šiuolaikinio meno santykis drabužių dizaine	48
1.2. Kasdienybės fenomeno mados dizaine reiškimosi būdai	60
1.2.1. Mados dizaino ir architektūros ryšys	61
1.2.2. Kasdienybės objektų inkorporavimas ir paviršiaus dekoravimas, postprodukcija ir apropiacija	67
1.2.3. Kasdienybės objektas kaip įvaizdžio kūrimo priemonė	81
II. KASDIENYBĖ DRABUŽIŲ DIZAINE SAVIREFLEKSIJOS POŽIŪRIU	84
2.1. Mano kasdienybės apibrėžimas	84
2.2. Motinos ir dizainerio vaidmenų sąveika	88
2.3. Pabėgimo nuo kasdienybės strategijos – teatras, vestuvės, istorinės nuorodos madoje	102
IŠVADOS	113
LITERATŪROS SĄRAŠAS	115
ILIUSTRACIJŲ SĄRAŠAS	118
MENO PROJEKTAS	124
APIE AUTORE	128
SUMMARY	135
INTRODUCTION	135
1.1.1. Cultural and Social Context and the Use of the Everyday Life Objects in Fashion Design	145
1.1.2. The Left and the Right in the Fashion World	147
1.1.3. Maps of the Everyday and Clothing Patterns	147

1.1.4. The Relationship of the Mass Culture and Art in Fashion Design	148
1.2. Manifestations of the Everyday Phenomenon in Fashion Design	148
1.2.1. The Relationship Between Fashion Design and Architecture	149
1.2.2. Incorporation of the Everyday Life Objects and Surface Decor, Postproduction and Appropriation	149
1.2.3. The Everyday Life Objects as Creative Means for Image Making	150
2. THE EVERYDAY LIFE IN CLOTHING DESIGN THROUGH THE SELF- REFLEXIVE PERSPECTIVE	150
2.1. My Personal Denotation of the Everyday	151
2.2. The Relationship Between the Roles of Mother and Designer	151
2.3. Strategies for Escaping the Everyday — Theatre, Wedding, and Historicism in the Fashion Design	151
CONCLUSIONS	152
ART PROJECT	154
ABOUT THE AUTHOR	158
KATALOGAS	165
CATALOGUE	165

ĮVADAS

Temos pagrindimas

Kalbėti apie kasdienybę drabužių dizaino kontekste galima daugeliu aspektų. Ne vieną amžių išskirtinė, specialiai sukurta, apranga buvo tik kilmingųjų privilegija – būtent kilmingųjų aprangos vaizdavimu daugiausia ir remiasi gausi mados istorijos medžiaga. Dabar, XXI a. pradžioje, priešingai, pagrindinės pozicijos tenka drabužiams, skirtiems dėvėti kasdien. Tai dažniausiai masiškai gaminama kasdienė žmonių apranga. Drabužių moda, dar prieš keletą šimtmečių buvusi išskirtine privilegijuotųjų sluoksnių prerogatyva, dabar tapo kasdiene visų žmonių kultūros dalimi. Šią kasdienę aprangą, kaip ir progines, pvz., vestuvių, sukneles, XXI a. dažniausiai kuria profesionalūs dizaineriai. Kiekvieną dieną gatavus drabužius dėvi beveik visi – tiek įtakingi asmenys, politikos, meno pasaulio atstovai, tiek ir studentai. Tai – tik vienas iš mados „kasdieniškumo“ aspektų.

Kasdienės aprangos praktiškumas neatima jos estetinės vertės. Šiais laikais, kasdienei aprangai tapus pagrindine drabužių dizaino lauko „žaidėja“, ji tampa ir pagrindine drabužių dizainerių kūrybiškumo raiškos vieta. Pastebiu, kad vis dažniau drabužių dizainerių kūryboje galima pamatyti įvairiai integruotus,

lengvai atpažįstamus, kasdienio gyvenimo elementus, įvairius pačią kasdienybę žyminčius daiktus. Kolekcijoms yra pasirenkamos kasdieniškos, netgi būtinės, temos ar koncepcijos, o drabužio audinio dekorui naudojami paprasti, kasdieniai, atpažįstami elementai. Šie kasdieniai elementai, dominuojantys urbanizuotoje šiuolaikinio žmogaus aplinkoje, tampa lygiaverčiai kitoms meninėms temoms ir meninei inspiracijai pasirenkamoms nuorodoms.



1 pav. Chanel 2014–2015 m. kolekcijos pristatymas Grand Palais inscenizuotame prekybos centre



2 pav. 2015 Chanel kolekcijos pristatymas Grand-Palais – inscenizuota demonstracija



3 pav. 2016 Chanel kolekcijos pristatymas vyksta inscenizuotame oro uosto laukiamajame

Kaip teigia Jeanas Baudrillard'as, šiuolaikinėje visuomenėje gamtos peizažą dažnai išstumia prekių peizažas, ir tai būtų galima sieti su stiprėjančia tendencija, jog vis dažniau drabužyje atsirandančios konkrečios nuorodos jau yra realiai egzistuojantys, kasdieną mus supantys daiktai, vis dažniau naudojami greta visada aktualių gamtos motyvų. „Vienas iš šios visuomenės bruožų yra tai, kad joje gyvenantį žmogų supa jau ne kiti žmonės, o tik vartojimo objektai.“¹ Vartojimo objektai – daiktai, tampa itin svarbūs ir vis dažniau sutinkami. Pvz., prekybos centrą (1 pav.), protestuojančių žmonių pilną gatvę (2 pav.) ar oro uosto laukiamąjį (3 pav.) atkartojanti *Chanel* kolekcijų scenografija, įrengta *Grand Palais*² XXI a. pradžioje, skiriasi nuo santūrių, daugiausia klasikinio tvido kostiumėlio variacijomis grįstų kolekcijų pristatymų XX a. šeštame, septintame ar aštuntame dešimtmetyje (4 pav.), o pieno (5 pav.), mėsos (6 pav.) ar skalbimo miltelių pakuotes atkartojančių konstrukcijų rankinėmis ar protesto lozungais nešini, sportiniais bateliais avintys modeliai pakeitė klasikiniam grožiui ir elegancijai atstovaujančias damas. Panašūs pokyčiai yra matomi ir kituose garsiuose mados namuose – barokinių formų suknelė gali būti pasiūta iš populiaraus ir atpažįstamo, šokolado pakuotę primenančio audinio (7 pav.).



4 pav. Chanel reklaminė nuotrauka, 1959 m.



5 pav. Chanel 2014–2015 m. rudens/žiemos kolekcijos aksesuarai



6 pav. Chanel 2014–2015 m. rudens/žiemos kolekcijos aksesuarai



7 pav. Moschino 2014 m. suknelės audinys – šokolado pakuotė.

¹ Jean Baudrillard, *Vartotojų visuomenė: mitai ir struktūros*, by Editions ENOEL, 1970, p. 15.

² *Grand Palais* – Paryžiuje esantis karalių rūmai, šiuo metu prestižinės parodų salės.

Paraleliai į mados pasaulio areną nuolatos ateina naujos kartos modeliuotojai, kurių mažiau prabangūs pristatymai vyksta eilinio kinų restorano³ (8 pav.), ne imituoto, o tikro prekybos centro⁴ (9 pav.) ar tiesiog gigantiškos drabužių krūvos⁵ (10 pav.) fone. Šių kūrėjų darbuose suknelė gali būti panaši į hiperbolizuotų proporcijų pirštinę (11 pav.), ilgaauliai gali būti pasiūti iš sovietinį palikimą primenančios plastikinės staltiesės, o aukštakulnių kulniukai tapti žiebtuvėlio formos (12 pav.). Tokių požymių galima rasti įvairiuose drabužių dizainerių, kuriančių įvairiose pasaulio šalyse, darbuose. Visi šie požymiai yra itin įdomūs ir aktualūs man, šių eilučių autorei, kadangi panašūs principai artimi ir mano kūrybai. Šiame teoriniame darbe ir bus siekiama įvairiais aspektais ištirti priežastis ir aplinkybes, lėmusias tokios drabužių dizaino specifikos susiformavimą, bei įvertinti jų reikšmę, kartu integruojant asmeninę patirtį ir analizuojant savo kūrybos metodą.



8 pav. Vetements 2016 m. kolekcijos pristatymas Kinų restorane



9 pav. Koche 2016 m. kolekcijos pristatymas tikrame prekybos centre



10 pav. Jacquemus 2016 m. kolekcijos pristatymas

³ Vetemens (pranc. drabužiai) – populiarus prancūziškas prekių ženklas.

⁴ Koche – populiarus prancūziškas prekių ženklas.

⁵ Jacquemus – populiarus prancūziškas prekių ženklas.

Kasdienybės sampratos apibrėžimas šiame darbe



Filosofiniame ir sociologiniame kontekste kasdienybės problematikai atsirasti buvo svarbūs Edmundo Husserlio, Martino Heideggerio, Maxo Weberio veikalai, o taip pat Alfredo Schutzo, Haroldo Garfinkelio, Ervingo Goffmano,



Anselmo Strausso,

Ludwigo Wittgensteino,

12 pav.

Vetements batai-kojinės, kulnai – žiebtuvėliai

Johno

Austino

darbai.

Kasdienybės

11 pav. Jacquemus suknelė-pirštinė

tema

itin

reikšminga ir šiems XX

a. antrosios pusės prancūzų mąstytojams: Henri Lefebvre'ui,

Roland'ui Barthes'ui, Micheliui Foucault, Jeanui Baudrillard'ui, Pierre'ui Bourdieu, Micheliui De Certeau. Toliau trumpai pristatysiu autorių, kuriais remiuosi savo disertacijoje, mintis.

H. Lefebvre'as kasdienybę aiškino kaip kasdienį gyvenimą, apibrėžtą pasikartojančių žmogiškų ir materialių praktikų. Kasdienybė jam – egzistencinė ir fenomenologinė sąlyga, o kasdieniškumas – imanentinė, visa kame esanti gyvenimo jėga, „vienintelė ir beribė erdvė ir laikas gyventi“⁶. M. De Certeau kasdienybę suprato kaip dominuojančių jėgos struktūrų ir joms paklūstančių „silpnųjų“ kovos lauką, kuriame veikiama remiantis strategijomis ir taktikomis. Kasdienybę jis aiškino kaip kasdienių praktikų ar veikimo kasdienybėje būdų visumą⁷. Kad drabužių dizaino, mados, kaip verto dėmesio objekto, problematika atsirastų filosofiniame diskurse itin reikšmingas P. Bourdieu indėlis. Nors P. Bourdieu tiesiogiai netiria pačios kasdienybės, jos supratimą galima išvelgti per jo įvestas teorines kapitalo ir *habitus* sąvokas. *Habitus* – tai įkūnytas kapitalas, „inkorporuotų praktikų logika“⁸. Šis įkūnytas kapitalas yra „išorinis turtas, konvertuotas į integralią žmogaus dalį, į *habitus*“⁹. Kasdieniai ritualai, tokie kaip rengimasis, ir savitas kūno santykis su mada taip pat yra *habitus* dalis.

⁶ Ash Amin & Nigel Thrift, *Cities: Reimagining The Urban*, Cambridge, UK, Polity Press 2002, p. 9.

⁷ Michel De Certeau, *The Practice of Everyday Life*, Berkeley: University of California Press, 1984, p. ix.

⁸ Agnes Rocamora and Smelik Anneke, *Thinking Through Fashion: A Guide to Key Theorists*, I.B.Tauris, London, New York, 2016, p. 240.

⁹ *Ibid.*, p. 240.

Disertacijoje tiriama architektūros ir mados santykis, o abi šios sritys vienareikšmiškai susijusios su kasdienybe. Svarbūs kasdienybės tyrimai, liečiantys madą ir architektūrą, siejasi su miestu. Šių įžvalgų pradžia gali būti siejama su Walteriu Benjaminu. H. Lefebvre'as, kasdienybę teigė esant netgi miesto išradimu¹⁰. Miesto struktūros analizavę ir H. Lefebvre teoriją interpretavę šiuolaikiniai autoriai Nigelas Thriftas ir Ashas Aminas knygoje *Cities. Reimagining the Urban* kasdienybę supranta kaip imanentinę jėgą, „perteklių, kuris kyla ne iš kūno ar izoliacijos, bet iš banalių gryno proceso judesių“¹¹. Šie akademikai kasdienybę taip pat įvardija kaip tai, kas lieka nuo visų aukštesnių, specializuotų, struktūruotų veiklų, apibrėžiamų kaip *visuma*. Tarp visų šių aukštesnių veiklų atsiranda tam tikras vakuumas, kuris ir yra užpildomas kasdienybe. Kasdienybė susijusi su visomis žmogaus veiklomis, ji yra visų žmogaus veiklų jungiamoji grandis. Būtent kasdienybėje įgauna formą bendra santykių, kurie ir formuoja žmogų, sumą. Kasdienybėje pasireiškia ir išsipildo tie santykiai, per kuriuos ateina realybės visuma – draugystė, meilė, žaidimai ir kt.¹².

Savirefleksijai skirtoje disertacijos dalyje reikšminga E. Goffmano kasdienybės, kaip aiškos socialinės tvarkos, kurią sudaro *vaidmenys* ir *fasadai*, koncepcija, taip pat *ready-made* tradicija mene.

Šiame darbe vartojama *mano kasdienybės* sąvoka taikoma kalbant apie mano pačios kiekvienos dienos rutiną, išgyvenimus ir patirtis, persunktas įvairiausių atliekamų vaidmenų ir pareigų specifikos, buities ir daugybės ją sudarančių daiktų. Šie daiktai – tai greta koegzistuojantys masinės produkcijos elementai, populiariosios kultūros produktai, sumišę su meno kūriniais ir kitais kasdieniais objektais, iš ko ir susideda kasdieninis mano aplinkos peizažas.

Kasdienybės peizažas susideda iš daugelio daiktų, o drabužių dizaino disciplinos uždavinys kurti drabužius, t. y. žmogaus kūnui skirtus daiktus. Juos kurdamas aš tiriu, kaip mano kasdienės patirtys ir kasdienybės daiktai tampa mano kūrybine inspiracija ir drabužių dizaino kolekcijų tema.

Disertacijoje yra susitelkiama į XXI a. pradžios situaciją, tiriami drabužių dizaine vykstantys procesai, suvokiant ir parodant šių procesų tęstinumą ir priklausomybę nuo prieš juos vykusių socialinių ir meninių reiškinių. Disertacijos tema daugiausia nagrinėjama remiantis moteriškos drabužių mados dizaino specifika,

¹⁰ Ash Amin, Nigel Thrift, *op. cit.*, p. 94.

¹¹ *Ibid.*, p. 9.

¹² *Ibid.*, p. 47.

kadangi man, šių eilučių autorei, moteriškų drabužių specifika yra artimesnė – būtent moteriški drabužiai ir sudaro didžiąją dalį mano pačios kūrybos. Vis dėlto dabartiniame XXI a. vyrų mados vaidmuo taip pat yra tapęs itin reikšmingas. Kita vertus, akcentuojamos benusitrinančios ribos tarp lyčių, tad principai, būdingi mano aptariamai moteriškų drabužių specifikai, iš tiesų galioja ir vyriškų drabužių madai. Naujausiuose XXI a. antrojo dešimtmečio kolekcijų pristatymuose jau demonstruojami tiek vyriški, tiek moteriški drabužiai. Kalbant apie terminologiją, tai pats terminas „mada“ gali būti vartojamas įvairiuose kontekstuose. Šioje disertacijoje jis bus vartojamas kalbant apie drabužių madą.

Darbo tikslai ir uždaviniai

Pagrindinis šio darbo tikslas yra išskleisti kasdienybės fenomeno mados dizaine XXI a. svarbą, parodant filosofinius, socialinius ir meninius šio reiškinio aspektus, aptariant ir įvertinant konkrečias kūrybines raiškos būdų strategijas, taip pat įprasminti ir kontekstualizuoti savo kūrybą bendrame mados pasaulio kontekste, įvardijant pagrindinius savo įkvėpimo šaltinius ir jų kilmę. Siekiama rasti savo kūrybos vietą, o atsiradusius bendrumus – ištirti ir įvertinti.

- 1) Analizuojant socialinį ir meninį kontekstą, ištirti sąlygas, lėmusias kasdienybės problematikos mados dizaine atsiradimą.
- 2) Įvertinant pagrindines dominuojančias mados dizaino kryptis, struktūruoti daugialypį mados dizaino lauką.
- 3) Interpretuojant tam tikras mados dizaino taktikas, parodyti įvairialypę motyvaciją, lemiančią vienokią ar kitokią modeliuotojų veiklos strategiją.
- 4) Analizuojant kelis pastaruosius dešimtmečius vykstančius mados dizaino procesus, įvertinti masinės kultūros reikšmę mados dizaino kūrimo procesui bei ištirti mados dizaino ir šiuolaikinio meno santykį.
- 5) Išanalizavus meninį ir socialinį kasdienybės fenomeno mados dizaine atsiradimo kontekstą, apibūdinti konkrečius kasdienybės fenomeno mados dizaine reiškimosi būdus.
- 6) Tiriant mados dizaino ir architektūros ryšį, suformuluoti ir plačiau išskleisti konkrečius, analogiškus architektūrai kasdienybės objektų atsiradimo drabužiuose metodus – objektų inkorporavimą ir paviršiaus dekoravimą. Palyginti su tokiomis

šiuolaikinio meno kūrimo praktikomis kaip postprodukcija ir apropiacija, išanalizuoti kaip šios praktikos pasireiškia bendrame įvaizdžio kūrime.

7) Pateikiant savireflektyvią kasdienybės kaip kūrybos inspiracijos analizę ir apibendrinant savas kasdienybės patirtis, parodyti tai kaip esančiame mados dizaino lauke funkcionuojantį kūrybinį metodą.

8) Įvertinus įvairias kasdienybės fenomeno mados dizaine pasireiškimo formas, išskirti paralelias pabėgimo nuo kasdienybės strategijas.

Tyrimo metodas

Kadangi, norint pasiekti disertacijos tyrimo tikslą ir įgyvendinti uždavinius, reikia konceptualiai reflektuoti ir meninę kūrybą, pirmoji metodologinė prieiga yra tiesioginė kasdieninio drabužių kūrimo ir mano pačios gyvenimo bei darbo aplinkos analizė, taip pat tarptautinio mados pasaulio procesų stebėjimas, apibendrinimas ir vertinimas. Tai buvo vykdoma analizuojant tarptautinę mados dizainui skirtą žiniasklaidą, dalyvaujant tarptautinėse mados savaitėse ir mados dizaino parodose, disertacijoje remiamasi asmenine dalyvavimo tokiuose renginiuose ir jų organizavime patirtimi.

Stebėdama mane supančią aplinką ieškojau ypatingų, pasikartojančių, vizualiai patrauklių *objektų*, kurie, atėję iš kasdienybės, galėtų būti organiškai pritaikomi mados dizaine. Tyriau, kokios naujos konstrukcinės galimybės atsiranda šių elementų integravimo į drabužio konstrukciją ar audinio dekorą procese. Šios disertacijos tyrimas susideda iš mano pačios kasdienio gyvenimo, jo aplinkos, kasdienės rutinos ir įvairių situacijų patyrimo ir jame atrastų įkvepiančių momentų, rūpimų problemų ir daiktų įvardijimo, išskyrimo ir išgryninimo. Taip apčiuopus labiausiai įkvepiančius, dažnai dominuojančius, aktualius kasdienybės elementus ieškoma, kaip juos perkelti į kitus kūrybinius kontekstus – integruoti į drabužių konstrukcijas. Tuo pačiu metu siekiama šį integravimą susieti su mados dizaino tendencijomis, kurios XXI a. dažnai yra platesnių meninių ir socialinių procesų visumos dalis.

Pirmoje dalyje aptariamos teorinės prielaidos, padedančios analizuoti šiuolaikinį mados dizaino lauką. Pasitelkiant svarbiausių kasdienybės teoretikų R. Barthes'o, P. Bourdieu ir kt. autorių mintis pateikiama jo interpretacija parodant

egzistuojančius skirtumus ir panašumus, pasikeitimus. Remiantis reikšmingų menotyrininkų – J. Stallabrass'o, P. Osborne'o ir N. Bourriaud įžvalgomis analizuojami šiuolaikinio mados dizaino kūrimo metodai. Kartu naudojamos mados dizaino pedagoginė, t. y. mokomąja – aiškinančia tam tikrus kūrybos būdus, ir teorinė literatūra. Antroje dalyje pateikiama mano kūrybinio kelio analitinė apžvalga. Teorinė dalis sudaro asmeninės dalies, kuri yra kūrybinės patirties refleksija, kontekstą. To reflektyvumo prielaidos – pirmoje dalyje analizuojamų autorių mintys ir savo kūrybos bruožų meniniame kontekste kontekstualizavimas.

Svarbią darbo dalį sudaro iliustracijos. Daugiausia tai mano pačios darbai, atlikti nuo bakalauro studijų baigimo pirmųjų kolekcijų iki pastarųjų darbų. Kadangi dauguma kolekcijų įkvėptos mano kasdienio gyvenimo, pateikiamas išsamus jų aprašymas. Disertaciją papildė mano kolekcijų vaizdinė medžiaga.

Ginamieji teiginiai

1. Kasdienybė yra svarbi XXI a. mados dizainerius įkvėpanti tema.
2. Šiuolaikinis mados dizainas, gausiai integruodamas masinės kultūros persmelktą kasdienybės simboliką, daugeliu atveju priartėja prie šiuolaikinio meno ir tampa populiariąja kultūra.
3. Kasdienybės elementai drabužių dizaine dažnai reiškiasi ir būna integruojami architektūrai artimais metodais.
4. Kasdieniškos patirtys, atsirandančios derinant skirtingus asmens atliekamus vaidmenis, pvz., motinos ir dizainerės, gali būti integruojamos į asmeninę kūrybą ir funkcionuoti kaip kūrybinis metodas.

Problemos ištirumas, darbo mokslinis naujumas, šaltinių ir literatūros apžvalga

Mados dizainas savaime sulaukia nemažai kultūros tyrinėtojų dėmesio. Dažniausiai per mados dizaino prizmę apžvelgiami antropologiniai, lyties, seksualumo, tapatybės, socialiniai klausimai. Iš naujausių veikalų šiuo požiūriu

reikšmingi Heike Jenss *Mados studijos: Tyrimo metodai, zonos ir praktikos (Fashion Studies: Research methods, sites and practises)*, Agnès Rocamoras ir Anneke Smelik *Apmąstant madą: svarbiausių teorijų vadovas (Thinking Through Fashion: A Guide to Key Theorists (Dress Cultures))*, taip pat Susan B. Kaiser *Mada ir kultūros studijos (Fashion and Cultural Studies)*. Vis dėlto kasdienybė šiose knygose yra tiriama daugiau kasdieniu drabužių dėvėjimo aspektu. Klausinama, kaip žmonės kasdieną dėvi drabužius ir ką tai apie juos pasako? Kasdienės mados dėvėjimui apibūdinti yra suformuluotas tam tikras ansambliu praktikos¹³ terminas. Drabužių kūrimo praktikos analizuojamos Marnie Fogg knygoje *Kodėl tai galima dėvėti. Modernios mados aiškinimas (Why You can go out dressed like that. Modern Fashion Explained)*. Vis dėlto man buvo svarbu būtent praktinė, kūrybinė pusė žvelgiant iš paties kūrėjo – drabužių dizainerio – perspektyvos, naudojant kasdienybės tematiką kaip kūrybinę inspiraciją. Tokio pobūdžio literatūros trūkumas paskatino tirti šią problemą.

Šio meninio tyrimo teorinės dalies tekstas buvo rašomas naudojantis kelių krypčių literatūra. Pirmiausia, norint nušviesti filosofinį ir socialinį mane dominusios temos kontekstą, buvo remiamasi filosofijos ir sociologijos veikalais, skirtais kasdienybės problematikai. Kita svarbi literatūros dalis – tai meno istorijos medžiaga, reikalinga, siekiant parodyti glaudžiai susijusius procesus, bei trečioji – mados dizainui skirta literatūra.

Darbe yra vystomas dialogas su svarbiausių kasdienybę analizavusių teoretikų mintimis. Daugiausia tai XX a. antrosios pusės prancūzų filosofai ir meno sociologai, kurių akiratyje buvo atsidūrusi drabužių mada. Pierre'o Bourdieu *Sociologijos klausimai (Questions de Sociologie)*, kuriuose išskirta kairės ir dešinės pozicija, padėjo struktūruoti šiuolaikinio mados dizaino lauką; Jean'o Baudrillard'o *Daiktų sistema (Le systeme des objects)* bei *Simuliakrai ir simuliacija (Simulacres et simulation)* buvo vertingi įvertinant konkrečius daiktus, jų sistemas bei reikšmę; Roland'o Barthes'o *Mados sistema (Systeme de la Mode)* padėjo įvardyti autoriaus aptariamo ir dabartinio laikotarpio mados pokyčius; Simone de Beauvoir *Antroji lytis (Le deuxieme sexe)* buvo svarbi rašant apie moteriškos patirties specifiką, Michelio de Certeau *Kasdienio gyvenimo praktika (The Practice of Everyday Life)* buvo remiamasi formuluojant, kokiais konkrečiais būdais reiškiasi kasdienė drabužių

¹³*Practise of Ansemblage*, Heike Jenss, *Fashion Studies: Research Methods, Sites and Practices*, Bloomsbury, 2016, p. 44.

modeliuotojų veikimo praktika; bendrai kasdienybės problematikai suvokti buvo svarbūs Henri Lefebvre'o veikalai. Populiariosios kultūros problematikai tirti buvo reikšmingas Johno Fiske'ės veikalas *Populiarioji kultūra (Popular culture)*. Taip pat buvo remiamasi Johno Storey *Kultūros teorijos ir populiarioji kultūra: Įvadas (Cultural Theory and Popular Culture: an Introduction)*, Shirley A. Fedorak *Populiarioji kultūra (Pop Culture)*, Maurizios Boscagli *Daiktų teorija (Stuff Theory)*. Postmodernizmui ir architektūros bruožams suprasti svarbi buvo Fredrico Jamesono knyga *Kultūros posūkis: Rinktiniai darbai apie postmodernizmą*.

Iš lietuvių filosofų bendresnei kasdienybės problematikai suprasti reikšmingas Nerijaus Mileriaus tyrimų laukas. Pierre'o Bourdieu reikšmei suprasti buvo svarbūs Živilės Gaižutytės-Filipavičienės *Pierre'as Bourdieu ir socialiniai meno žaidimai*, Artūro Tereškino, Leonardos Jekentaitės veikalai.

Antrasis literatūros blokas yra skirtas dailės istorijos ir teorijos, šiuolaikinio meno literatūrai. Tai pirmiausia dadaizmo, konceptualiojo meno, popmeno estetiški aspektai. Kaip svarbi paminėtina literatūra būtų *Dada (Dada: edited by Rudolf Kuenzli) Movements in Modern Art "Conceptual Art)*, taip pat Juliano Stallabrasso, Peterio Osborne'o veikalai. Kalbant apie mados ir architektūros santykį, remiamasi šių dviejų disciplinų analitiko Bradley Quinno veikalu *Architektūros mada (The Fashion Of Architecture)* bei architektūros teorijomis, pvz., Roberto Venturi *Mokantis iš Las Vegaso (Learning from Las Vegas)*. Reikšmingas yra Nicolas Bourriaud veikalas *Postprodukcija (Postproduction)*, kuriame tiriamos interneto medijos persmelktame kasdienybės fone gyvenančios šiuolaikinės pertekliaus visuomenės kuriamos meninės praktikos yra atpažįstamos ir drabužių dizaine.

Apžvelgiant mados teorijos literatūrą, ją galima suskirstyti į keletą krypčių. Pirmoji būtų skirta mados istorijai, antroji – labiau pedagoginė, edukacinio pobūdžio ir trečioji – labiau analitinė, kritinė, analizuojanti mados fenomeną įvairiais socialiniais, meniniais ir kitais aspektais. Kaip šaltinis, leidžiantis stebėti ir rinkti medžiagą apie kasdienes mados pasaulyje vykstančius procesus, labai svarbi ir populiarioji, dažniausiai komercinė, mados literatūra – tai periodiniai žurnalai, kuriuose apžvelgiamos ir taip reklamuojamos naujausios tendencijos ir kryptys, supažindinama su tuo, kas vyksta čia ir dabar. Ne mažiau reikšmingos ir virtualios informacinės svetainės, leidžiančios tiesiogiai stebėti įvairius kolekcijų pristatymus, kiekvieną dieną pateikiančios naujienas.

Mano naudota mados dizaino literatūra – tai Marnie Fogg *Modernios mados aiškinimas (Modern Fashion explained)*, Heike Jenss *Fashion Studies: Research methods, sites and practises*, Agnès Rocamoros ir Anneke Smelik *Thinking Through Fashion: A Guide to Key Theorists (Dress Cultures)*, taip pat Susan B. Kaiser *Fashion and Cultural Studies*, mados teoretikų Colino McDowello *Mada šiandien (Fashion Today)* ir *Mados anatomija (The Anatomy of Fashion)*, Elisabeth Wilson *Adorned in Dreams: Fashion and Modernity*, Angelos McRobbie *Postmodernizmas ir populiarioji kultūra (Postmodernism and Popular Culture)*, mados kritikės Suzy Menkes tekstai periodikoje, bei praktinė mados dizaino literatūra, kaip antai Richardo Sorgerio ir Jenny Udale *Mados dizaino principai (The Fundamentals of Fashion Design)*, Tamoko Nakamichi *Iškarpų magija (Pattern Magic)* bei populiarioji mados spauda – įvairiomis kalbomis žurnalai *Vogue*, *Harper's Bazaar*, *L'Officiel*, *Numero*, *Dazed&Confused* ir kt., tinklaraščiai www.vogue.com, www.bof.com, www.manrepeller.com ir kt.

Didžioji dalis naudojamos mados dizaino literatūros yra užsienio kalbomis. Lietuviškos mados dizaino literatūros nėra daug. Daugiausia tai literatūra, skirta labiau kostiumo istorijos chronologiniam evoliucijos aprašymui. Iš tokių leidinių galima paminėti Rūtos Guzevičiūtės *Europos kostiumo tūkstantmetis*, Marijos Matušakaitės *Apranga XVI–XVIII a. Lietuvoje*, Aldonos Ogijienės ir Audronės Šakienės *Aprangos raida* bei Aldonos Ignatavičienės *Kostiumo istorija. Paskaitų konspektas*. Teatro kostiumo raidai svarbi Virginijos Idzelytės *Kostiumo istorija*. Šiuolaikinio drabužių dizaino principus analizuoja Jolanta Vazalinskienė. Yra ir bandymų sisteminti ir pristatyti bendrą Lietuvos mados dizaino kontekstą, čia būtų galima paminėti Gintarės Albrechtaitės Lingienės knygą – almanachą *Lietuvos mada*. Drabužių konstravimo atžvilgiu reikšminga Kauno technologijos universiteto dėstytojų išleista literatūra, pvz., Mildos Jucienės, Eugenijos Strazdienės, Eglės Mackevičienės ir Jūratės Banionienės *Aprangos gamybos paruošiamieji procesai*.

Analizuojant savo kūrybą buvo remiamasi knygoje „M žodis: tikros motinos šiuolaikiniame mene“ (*The M Word: Real Mothers in Contemporary Art*), pateikiamomis Mary Kelly inspiruotame judėjime dalyvaujančių moterų menininkių, turinčių vaikų, patirtimis, apibendrintomis vaikų piešinių analitinėmis įžvalgomis. Bendrai asmenybės vykdomų vaidmenų reikšmei išskleisti svarbi Ervingo Goffmano

knyga „Asmens reprezentavimas kasdieniame gyvenime“ (*The Presentation Of Self In Everyday Life*).

Daugelį reiškinių apžvelgiant savireflektyviai ir lyginant asmeninę patirtį su kitų kūrėjų patirtimi, yra remiamasi grožine literatūra – Sigito Parulskio, Giedros Radvilavičiūtės, Paulinos Pukytės tekstais, asmeninės patirties nuotrupomis iš pašnekesių su įvairiais meninkais – Oskaru Koršunovu, Jūrate Paulėkaite ir kt.

Visa ši literatūra ir informacija buvo naudojama rašant šio meninio tyrimo tekstą. Dažniausiai praktinėje drabužių dizaino literatūroje akcentuojami bendri drabužio dizaino kūrimo principai, atskirai neišskiriant realių daiktų integravimo aspekto. Aišku, jis dažnai netiesiogiai figūruoja, kai kalbama apie drabužio silueto dekonstrukciją, perdirbimą ar perdarymą, apie pop meno atvaizdus madoje. Tad mano tiriamajame darbe kasdienybės fenomeno drabužių dizaine analizavimas yra pastanga apibrėžti ir kontekstualizuoti dažnai naudojamą, bet neįvardytą drabužių konstravimo metodą. Stengiuosi susitelkti tik į šį mane dominantį fenomeną, sujungdama jį su savo asmenine mados dizainerės patirtimi.

Darbo struktūra

Disertaciją sudaro įvadas, dvi dalys, išvados, literatūros sąrašas, iliustracijų sąrašas.

Pirmoji dalis, skirta kasdienybės fenomenui drabužių dizaine apibrėžti ir susideda iš dviejų skyrių, kurių kiekvienas yra suskirstytas į smulkesnius poskyrius. XXI a. drabužių dizaino laukas tampa itin įvairialypis. Jame gausu įvairiomis kryptimis ir įvairiais stiliais dirbančių mados dizainerių. Vis dėlto vienas labiausiai pastebimų ir įdomiausių pastarųjų dešimtmečių jo bruožų yra nuolatinis lengvai atpažįstamų, kasdienių elementų integravimas į kolekcijos temą, drabužių konstrukcijas ar audinio dekorą. Šis požymis, būdamas itin plačiai paplitęs, kelia daugybę klausimų, pradedant nuo to, koks meninis ir socialinis kontekstas lėmė tokio bruožo atsiradimą drabužių dizaine.

Pirmosios dalies pirmasis skyrius yra pradedamas nuo socialinio ir kultūrinio konteksto aptarimo, bandant suprasti priežastis, lėmusias įvairių kasdienybės objektų nuolatinį atsiradimą drabužių dizainerių darbuose. Dėmesys kasdienybei ir kasdieniam žmogaus gyvenimui filosofiniuose ir socialiniuose kontekstuose yra aptariamas remiantis Henri Lefebvre'o darbais, šiandieninės kasdienybės aspektai

mados dizaine atskleidžiami vystant dialogą su Roland'u Barthes'u, vartotojų visuomenė ir daiktų sistemos įtaka analizuojami remiantis Jean'u Baudrillard'u. Šiuolaikinio meno ir mados bruožai tiriami remiantis J. Stallabrassu. Aktualus šiame skyriuje ir Nicolas Bourriaud įvestas postprodukcijos terminas, kurį jis vartoja įvardinti šiuolaikinio meno fenomenui, kai interneto valdomame pasaulyje, kuriame vyrauja informacijos perprodukcija, meno kūriniai dažnai yra kuriami jau esančių kitų kūrinių arba jau egzistuojančių daiktų, objektų (to, kas jau sukurta) pagrindu, miksuojant jau esančias formas panašiai kaip DJ elgiasi su muzikos *sample'ais*¹⁴.

Šių mąstytojų mintys aptiriamos įvairiuose teksto skyriuose.

Antrame pirmosios disertacijos dalies poskyryje analizuojamas daugialypis mados dizaino laukas, kuriam, remiantis prancūzų meno sociologo Pierre'o Bourdieu skirstymu, pritaikytos išeitinės *kairės* ir *dešinės* pozicijos. Šių pozicijų išskyrimas ir palyginimas su politinio spektro kaire ir dešine leidžia nužymėti pradines pozicijas, lėmusias (lemiančias) tam tikrą pamatinį strateginį apsisprendimą renkantis kūrybinę kryptį. Kairioji kryptis įvardijama kaip radikalesnė, avangardiškesnė, kuriai yra būdingi ieškojimai ir atradimai, o dešinioji – kaip konservatyvesnė. Laikantis šio skirstymo, kasdienių objektų integravimas labiau siejamas su kairiosios pakraipos atstovais, kurių veikimo būdai trečiajame poskyryje analizuojami remiantis kasdienybės teoretiko Michelio De Certeau suformuotomis strategijos ir taktikos sąvokomis. Vis dėlto analizėje parodoma, jog dabartinis, XXI a., mados dizaino laukas jau nebetelpa į griežtą, dvi opozicijas išskirianti diskursą – jam yra būdingas įvairių krypčių persipynimas, kai dešinioji pakraipa gali perimti kairiajai pakraipai būdingas strategijas ir atvirkščiai.

Ketvirtame poskyryje analizuojamos masinės kultūros, konceptualiojo meno, pop meno bei populiariosios kultūros temos, kurios itin glaudžiai susijusios su realių, masiškai gaminamų daiktų atvaizdų panaudojimo kilme ir strategijomis. Atskleidžiami keleto pastarųjų metų mano stebėjimai, atsirandantys apžvelgiant pagrindinių mados „žaidėjų“ kolekcijų pristatymus. Remiantis konkrečiais pavyzdžiais analizuojama, kaip priešingų krypčių dizaineriai naudoja anksčiau jiems nebūdingas strategijas.

Antrame pirmosios dalies skyriuje aptariami kasdienybės objektų mados dizaine reiškimosi būdai. Mados dizainas yra taikomojo pobūdžio ir glaudžiai susijęs

¹⁴ Nicolas Bourriaud, Lukas&Sternberg, New York, 2002, Postproduction, p. 9.

su komercija, todėl pats savaime netraukia gilios filosofinės mokyklos atstovų dėmesio, vis dėlto, būdamas vienu iš elementų, labiausiai atspindinčių laiko dvasią – *zeitgeist*, visuomet palaiko tam tikrą dialogą su aktualiausiomis laikmečių idėjomis. Norint išskleisti platesnį filosofinį vienokių ar kitokių idėjų kontekstą bei pereinant prie konkrečių būdų, kaip kasdieniai objektai integruojami drabužiuose, tikslinga remtis architektūros ir mados analogija – apie tai kalbama pirmajame antrosios dalies antrojo skyriaus poskyryje.

Šios analogijos buvimą aptaria ne vienas teoretikas, bet šios disertacijos kontekste remiamasi abi šias disciplinas nagrinėjusio analitiko Bradley Quinn'o¹⁵ išvadomis. Vedama paralelė tarp drabužio ir statinio nuo pirmąsios bendruomenės, istorinių laikų, senovės romėnų architekto Vitruvijaus iki šių dienų architektūros. Išskiriami svarbiausi architektūriniai konceptai ir jų įtaka mados dizaino srovėms, remiantis Jacques'u Derrida aptariamas dekonstrukcijos vaidmuo.

Vis dėlto, kaip labiausiai atitinkantis mano aptariamą kasdinių objektų integravimo strategiją, pasirenkamas ir drabužių modeliavimui pritaikomas antrajame poskyryje aptariamas amerikiečių architekto Roberto Venturi suformuotas požiūris į architektūrą. Nors R. Venturi teiginiai buvo skirti būtent postmodernizmo architektūrai JAV, vis dėlto prieš kelis dešimtmečius jo pateiktos sąvokos *duck* (antis) ir *decorated shed* (dekoruota pašiūrė) savo techniniais principais itin tinka šiandieninei mados dizaino analizei. Vertindamas būtent to laikotarpio architektūrą, R. Venturi tyrė bendrus erdvinio mąstymo ir komponavimo principus, kuriais daugeliu atveju remiamasi mane dominančiais drabužių dizaino atvejais XXI a. pradžioje. Nors jo kalbėjimas yra labai konkretus ir skirtas būtent tam laikotarpiui, jo minimi principai gali būti plačiau apibendrinami. R. Venturi suformuluoti principai gali būti palyginami su labiau šiuolaikinės meninės praktikos tiriančio Nicolas Bourriaud teorija, išskiriančia postprodukcijos ir apropiacijos strategijas.

Trečiajame poskyryje aptariama, kaip kasdienybės elementai reiškiasi drabužių dizaine įvairiomis įvaizdžio kūrimo priemonėmis, kai pats objektas jau nėra integruojamas į rūbą, o tampa tik uždėtine, lengvai nuimama detale, naudojama reklaminėse, įvaizdinėse fotosesijose ar kolekcijų pristatymuose.

Antrojoje disertacijos dalyje yra pateikiama savireflektyvi asmeninės kūrybinės patirties analizė, parodant, kaip ir kokiais būdais būdingiausi kasdienės aplinkos

¹⁵ Bradley Quinn – žinomas britų autorius, tiriantis technologijas, drabužių dizainą, tekstilę, dizainą.

fragmentai apsigyvena, būna integruojami į kuriamų drabužių struktūras. Šiai analizei didelį impulsą davė savo prigimtimi ir turiniu artimos moterų menininkių patirtys, įprasmintos knygoje *The M word: Real Mothers in Contemporary Art*. Šių moterų judėjimas, ypač viena ryškiausių jo atstovių Mary Kelly, įprasmino motinystės patyrimus kaip asmeninį kūrybos metodą, kai kūrėjos moteriškumas leidžia menininkei kalbėti per savo, kaip motinos, išgyvenimus. Anksčiau meno pasaulyje motinos ir vaiko ryšys daugiausia būdavo vaizduojamas iš vyro stebėtojo taško. Mary Kelly atkreipė dėmesį į vieną moterims akivaizdžią tiesą: moterų, kurios turi vaikų, gyvenimas yra visiškai persmelktas vaiko buvimo – tu negali nuo to atsiriboti¹⁶.

Antrosios disertacijos dalies pirmasis skyrius yra skirtas mano asmeniniam kasdienybės apibūdinimui nusakyti, įvairiems su drabužių dizainerės profesija susijusiems stereotipams aptarti. Paliečiama fasado kategorija – viena vertus, kaip reikšminga išorinė pozicija visoje mados dizaino industrijoje, kita vertus, kaip reikšminga pozicija bendrame gausybės vaidmenų kupiname socialiniame pasaulyje. Taip pat yra kalbama apie mano asmenines patirtis ir įvairius, šalia mados dizainerės, atliekamus vaidmenis. Mano, kaip drabužių dizainerės, profesinis vaidmuo tapus mama taip pat įgavo tam tikrų naujų bruožų. Aiškiai pajutau, kad vaikas ir jo atneštas fasadas dabar jau yra neatsiejama mano kasdienybės dalis, daranti įtaką mano kūrybinei tapatybei, kurios pagrindinis inspiracijos motyvas daugiausia buvo įvairūs kasdienybės aspektai. Vaiko intervenciją į savo kasdienybės išskleidimą pateiksiu antrame antrosios disertacijos dalies skyriuje.

Paskutinis trečiosios dalies disertacijos skyrius yra skirtas pabėgimo nuo kasdienybės strategijoms analizuoti. Tai – kostiumų spektakliams, tradicinių proginių drabužių ir gausių istorinių užuominų mados dizaine vartojimas. Šios strategijos neatsiejamos nuo drabužių dizaino arba mados istorijos (drabužių dizaino kūrimo principu yra renkama aliuzija į konkretų istorinio laikotarpio drabužį) ir yra itin išreikštos tokiose sferose kaip proginių, pvz., vestuvinių, suknelių kūrimas ir visa už to slypinti industrija, bei dar vienas dažno dizainerio veiklos laukas – teatro kostiumai.

¹⁶ Myrel Chernick, Jennie Klein, *The M Word: Real Mothers in Contemporary Art*, 2011, Demeter Press, Canada p. 22.

I. KASDIENYBĖS FENOMENAS DRABUŽIŲ DIZAINE

1.1. Kasdienybės fenomeno mados dizaine atsiradimo sąlygos

1.1.1. Meninis ir socialinis kontekstas, lėmęs kasdienybės objektų mados dizaine atsiradimą

Šiuolaikiniame, XXI a., drabužių mados pasaulyje yra pastebimas ypatingas dėmesys kasdienybės temai. Kalbėdama apie tai, turiu omenyje keletą aspektų: pirma, stebint reguliarius tiek pagrindinėse mados sostinėse¹⁷, tiek ir kituose mados renginiuose vykstančius kolekcijų pristatymus, į akis krenta akivaizdžiai sustiprėjęs mados dizainerių dėmesys kasdieniams drabužiams. Dar palyginti neseniai ant podiumų dominavo įvairūs aprangos, skirtos „pasipuošti“, variantai, o ir pats mados dizainas buvo laikomas išskirtinai privilegijuotų sluoksnių prerogatyva, bet dabar daugelyje pristatymų dominuoja kasdieniam dėvėjimui pritaikyti rūbai – marškinėliai, sportiniai kostiumai, sportiniai bateliai, striukės. Ši kasdienė apranga yra derinama kartu su elegantiškais garderobo elementais, pvz., kimšta neperšlampama striukė – su „deimantais“ nusagstytais aukštakulniais, elegantiškas švarkelis su sportiniais bateliais ir pan. (13 pav.) Kita vertus, tuose pačiuose dizainerių pristatomuose kasdien dėvėti skirtuose drabužiuose apstu ir kitokio pobūdžio nuorodų į kasdienybę: ji dažnai pasirodo per įvairius masinės produkcijos gaminių įvaizdžius, pvz., audinio marginimą. Įvairūs kasdieniai buities daiktai, dažnai atkartojant jų formą, patys būna integruoti į drabužių konstrukcijas. Taigi, šio skyriaus tikslas yra patyrinėti menines ir



13 pav. Balenciaga 2017–2018 m. ruduo/žiema

¹⁷ Paryžius, Londonas, Milanai, Niujorkas ir kt.

socialines sąlygas ir priežastis, lėmusias kasdienybės ir jos objektų mados dizaine atsiradimą ir pastebimą dominavimą bei įvertinti jų reikšmę. Stengsiuosi parodyti, jog mados dizainerių susidomėjimas kasdienybe atsirado ir vystėsi lygiagrečiai su analogiškais meno judėjimais, patyrė jų įtaką.

Bandant apibrėžti kasdienybės fenomeno mados dizaine atsiradimo sąlygas bei atsakyti į klausimą, kodėl rūbų dizainerių kūryboje vis dažniau atsiranda kiti daiktai (objektai), reikia nurodyti keletą svarbių faktorių. Kaip teigia J. Stallabrassas vienas pagrindinių veiksnių, veikiančių šiuolaikinį meno pasaulį (mada – taikomojo meno rūšis), yra globali neoliberali ekonomika¹⁸, ir daugelis meno procesų yra įvairių santykių su šia ekonomika išraiška.

Vartojimas šiuolaikinėje visuomenėje yra įvardijamas kaip totalus kasdienybės organizavimas¹⁹. Lietuvoje ir kitose posovietinio bloko šalyse šie procesai tik įsibėgėja. Tokių įsibėgėjančių procesų atspindį galime stebėti ir madoje – mūsų šalyje vis dar gajus idealizuotas ir romantiškas požiūris į drabužių dizainą, reikšmingą, jeigu ne didžiausią, dalį mados industrijos sudaro proginių, t. y. nekasdieniškų, dažniausia vestuvinių drabužių siuvimas, kolekcijų pristatymai yra dažnai prilyginami ypatingos prabangos renginiams, kita vertus, didžiojoje dalyje projektų, pateikiamų ir gaunančių finansavimą Lietuvos kultūros tarybos skelbiamuose konkursuose²⁰, akcentuojamas konceptualios kolekcijos sukūrimas. Taip parodoma, kad į drabužį vis dėlto linkstama žiūrėti kaip į konceptualaus meno kūrinį ar šventei skirtą apdarą, o ne į kasdieną dėvėti skirtą gaminį.

O Vakarų šalyse situacija tik patvirtina iki šiol aktualų filosofo Jeano Baudrillard'o teiginį: „(...) mes išgyvename daiktų laiką – gyvename jų ritmu, pagal jų nepaliaujamą kaitą“²¹. Reikia pabrėžti, jog drabužis taip pat yra vienas iš daiktų.

Kasdienių drabužių įsitvirtinimui, be abejonės, turėjo įtakos ir tai, kad šiuolaikinis XXI a. pradžios mados pasaulis yra itin glaudžiai susijęs su miesto kultūra, kurioje kaip tik ir cirkuliuoja prekės. Jeanas Baudrillard'as teigė: „sankaupa ir gausa – labiausiai sukrečiantis miestų aprašomasis bruožas“²². O juk mada – būtent miesto kultūrai būdingas reiškinys. Kaip teigia mados analitikė Elizabeth Wilson,

¹⁸ Julian Stallabrass, *Art Incorporated*, Oxford University Press, 2004, p.2.

¹⁹ John Storey, *Cultural Theory and Popular Culture*, Pearson, p. 21.

²⁰ http://www.ltk.lt/admin/ckeditor/fileman/Uploads/2017%20I%20etapo%20rezultatai/SRITYS/Dizainas_2017%20I%20etapas.pdf

²¹ Jean Baudrillard, *op. cit.*, p. 15.

²² *Ibid.*, p. 16.

„Mada visada akcentavo miesto ir provincijos skirtį. Išskirtinumas ir prabanga priklauso didmiesčių gyventojams.“²³ Menotyrininkas Nicolas Bourriaud miestą įvardina kaip ypatingą šiuolaikinį muziejų, kuris yra tarsi daugybės skirtingų formų, vaizdų ir pozų katalogas šiuolaikiniam menininkui – tarsi kolektyvinis kūrybos priemonių rinkinys kiekvienam, kuris nori jas vartoti, idant pažintų šiuolaikinį pasaulį²⁴. Pati drabužių moda yra itin būdingas mūsų laikų reiškinys, kurio vienas iš pagrindinių bruožų yra tai, kad daugelis visuomenės poreikių yra dirbtinai sukuriami.

Žvelgiant iš meninės pusės, toks dėmesys kasdieniam žmogaus gyvenimui meniniame kontekste gali būti stebimas nuo dadaizmo judėjimo, atsiradusio XX a. pradžioje ir kaip savo išraiškos priemonės naudojusio realiai jau egzistuojančius, pagamintus objektus – *ready-made*. Dadaizmo krypties atstovai pabrėžė, kad iki tol vyrausiam mene buvo keliamos ir vaizduojamos aukštosios idėjos ir idealai, kurie, ypač prasidėjus I pasauliniam karui, pasirodė esantys tik teoriniame lygmenyje, o realiame gyvenime, kuriame viešpatavo buržuazijos elitas, tų idealų visai nebuvo paisoma, vyravo karo baisumai ir nusikaltimai žmogiškumui²⁵.

*(...) Tai išaugo iš intensyvaus troškimo sukurti tinkamą, adekvačią kultūrą, tokią, kuri į kasdienį gyvenimą žvelgtų rimtai, kaip į svarbiausią žmogiškų svajonių, vilčių ir troškimų vietą. (...)*²⁶

Būtent jų dėka menininkų žvilgsnis buvo nukreiptas į kasdienio, realaus gyvenimo problemas.

*(...) Aukščiausias menas bus tas, kuris sąmoningai savo turiniu atspindės tūkstanteriopas dienos problemas (...)*²⁷

Mados pasaulyje realių, masiškai gaminamų daiktų inkorporavimo pradininke gali būti laikoma dizainerė Elsa Schiaparelli, glaudžiai bendravusi su tuo dadaistų atskilusiais siurrealistais. Ji pirmoji savo kolekcijose sąmoningai naudojo kasdinių daiktų atvaizdus, konceptualiai sujungdama ir pritaikydama jų formą funkcionaliems drabužiams ir aksesuarams. „Elza įvedė į madą *siurrealizmą*, savo kūryboje panaudojusi jam būdingą principą ištraukti kasdienes, įprastus dalykus iš jiems

²³ Elizabeth Wilson, *Adorned in Dreams : Fashion and Modernity*, 2003, I.B. Tauris & Co Ltd, London. p. 154. „Fashion always set up a radical distinction between the world of the capital city and the world of the province. Exclusivity and chic belonged to metropolitan life.“

²⁴ Nicolas Bourriaud, *Lukas&Sternberg*, New York, 2002, Postproduction, p. 9.

²⁵ Michael E. Gardiner, *Critiques of Everyday Life*, Routledge 2000, London, p. 24–41.

²⁶ *Ibid.*, p. 25.

²⁷ *Ibid.*, 30 p.

būdingos aplinkos ir parodyti juos visiškai kitame kontekste.“²⁸



14 pav. Elsos Schiaparelli kaklo aksesuaras, dekoruotas įvairiais vabzdžiais.

Tuo metu E. Schiaparelli moda buvo šokiruojanti. Vienas iš pagrindinių dalykų, siejančių Elza su kasdienybės pasauliu, kuriuos svarbu paminėti, yra tai, kad Schiaparelli savo modeliuose naudojo įvairius kasdienybės objektus (telefono formos rankinukas, moteriško torso formos kvėpalų buteliukas, dabar naudojamas kito dizainerio Jean Paul Gaultier, įvairūs tarakonai kaip bižuterijos elementas (14 pav.) ir t. t.) bei tai,

kad patys jos kurtų drabužių siluetai buvo įkvėpti būtent darbininkų (paprastų žmonių) aprangos ir uniformų²⁹.

Siurrealizmą su daiktų atsiradimu mados dizaine sieja ir mados tyrėja Marnie Fogg. Ji įveda madoje taikomą perkėlimo sąvoką (*displacement*)³⁰. Marnie Fogg teigia, jog moda pasisavino siurrealizmo naudotą taktiką paimti daiktus iš vieno konteksto ir perkelti į kitą, ir kaip pavyzdį pateikia vidinės drabužio pusės perkėlimą į išorę.

Po II pasaulinio karo realių objektų atsiradimas madoje gali būti siejamas pirmiausia su konceptualiuoju menu ir neodadaizmo judėjimu, lėmusiu pop meno atsiradimą apie 1960 m.,³¹ ir šių judėjimų įtaka drabužių dizainui. Neodadaizmas gyvavo tiek Europoje, tiek JAV. JAV neodadaizmas atsirado kaip reakcija į meniniame pasaulyje dominavusį abstraktųjį ekspresionizmą. Neodadaizmas reiškėsi hapeningais, *Fluxus*, ansambliažais³², o pagrindinėms idėjoms padarė įtaką Johnas Cage'as, teigęs, kad: „(...) menas turėtų teigti gyvenimą tokį, koks jis yra, ne stengtis praplėsti ar kritikuoti jį (...)“³³ Kitas postūmis, lėmęs pop meno atsiradimą, gali būti

²⁸ Sharlotta Zeling, *Mode. Das Jahrhundert der Designer 1900-1999*, Köln: Könemann, 2000, p. 149.

²⁹ *Ibid.*, 149 p.

³⁰ Marnie Fogg, *Modern Fashion Explained*, Thames&Hudson, 2010, p. 7.

³¹ Kaip ir daugeliui meno srovių, atsiradusių po II pasaulinio karo, sąlygas jam atsirasti sudarė DADA judėjimas, atsiradęs XIX a. pradžioje, o pats popmenas pradžioje buvo laikomas neodadaizmu.

³² Collins R. Bradford, *Pop art*, Phaidon, 2012, p. 49.

³³ *Ibid.*, p.49.

siejamas su paties abstraktaus ekspresionizmo atstovo Willemo de Kooningo pradėtu vartoti figuryvū ir populiariosios kultūros medžiaga.

Neodadaizmo judėjimas siekė panaikinti skirtį tarp meno ir gyvenimo. Svarbūs neodadaizmo atstovai buvo Jasperas Johnsas ir Robertas Raushenbergas, Europoje itin svarbus buvo judėjimas „Cobra“, situacionistų judėjimas, naujasis realizmas. Šių kryptų atstovai į savo kūrybą pradėjo integruoti realiai egzistuojančius daiktus – *ready-made*’us, rastus objektus³⁴ ir kt. Visų jų bendras bruožas – tai, kad jie kažkuria prasme norėjo atsistoti ant žemės, integruoti sparčiai besivystančią ir gausėjančią vartotojiškos visuomenės simboliką. Dadaizmą ir popmeną sieja daugelis bendrybių, tokių kaip realių daiktų, gaminių naudojimas, koliažai. Tačiau priešingai negu dadaizmas, kuris iš prigimties buvo kritiškas, popmenas atvirkščiai, dažniausiai neturi akivaizdaus kritinio atspalvio. Kaip teigia vienas popmeno atstovas Robertas Rauschenbergas, „Dada buvo anti; aš esu pro“³⁵. Richardas Hamiltonas popmeną įvardijo kaip dadaizmą su pliuso ženklu. Jis teigė: „popmenas kuria ten, kur dada veikė destruktiviai“³⁶. O vienas iš pagrindinių pop meno bruožų yra būtent įprastų kasdienių objektų fetišizavimas ir estetizavimas:

„(...) POP menininko rankose menas jau nebėra pabėgimo forma, tai – (modernios) realybės įvertinimas. Popmenas atspindi realybę. (Popmenas) yra betarpiškas, blizgus, linksmas ir džiaugsmingas. Savo darbuose menininkai žvelgia į dabar, į dabartį, šiandieną su malonumu ir patvirtinimu.“³⁷

Žvelgiant iš socialinės pusės, JAV po II pasaulinio karo suklestėjo tam tikras naujos rūšies kapitalizmas, kuris rėmėsi nepaliaujamu vartojimu. Šio vartojimo, kuris daugiausia buvo orientuotas į viduriniąją klasę, svarbiu skatinamuoju faktoriumi tapo reklama ir jos vaidmuo. Reklamos estetika skatino nuolatinį vartojimą, kurdama geresnio ir laimingo gyvenimo iliuziją³⁸. Reklama itin svarbi ir šiandieniniame mados pasaulyje. Pasak J. Stallabrasso, reklama dabar naudoja daugelį taktikų, kurios anksčiau būdavo būdingos tik meno pasauliui, kita vertus, verslas dažnai bendradarbiauja su menu vien reklaminiiais tikslais³⁹.

³⁴ *found object* (objet trouve).

³⁵ Rudolf Kuenzli. *DADA*, Phaidon Press Lmt, London, 2006, p. 43.

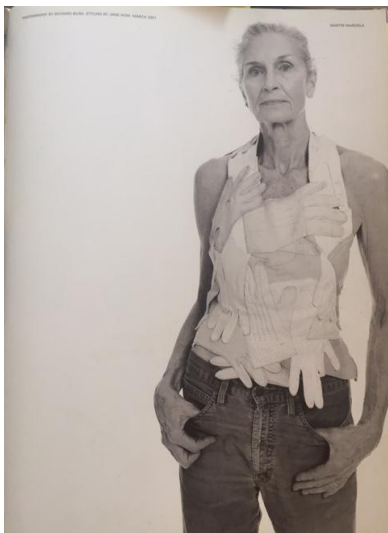
³⁶ *Ibid.*, p.43.

³⁷ Bradford R. Collins, *op. cit.*, p. 8.

³⁸ *Ibid.* p. 8.

³⁹ Julian Stallabrass, *Art Incorporated*, p. 125.

Kaip pažymi Peteris Osborne'as, po 1960 m. meno pasaulyje įvyko svarbūs pokyčiai: atsirado transkategoriškumas ir postkonceptualumas, lėmęs žanrų ribų išsitynimą ir skirtingų medijų naudojimą⁴⁰. Šie procesai vyko ir madoje.



15 pav. Martin Margiela, liemenė iš pirštinių, 2001 m.

Julianas Stallabassas teigia, kad po 1990 m. įvykę globalūs pokyčiai itin sustiprino prekių ženklų įtaką, ir autorius tai sieja su pačių prekių tariama dematerializacija. Ypač pradėjus prekiauti su mažiau turtingomis ekonomikomis, labai atsiskyrė prekių gamintojai ir jų vartotojai. Vis dėlto smarkiai plečiantis prekybai ir komercializacijai, vis dar yra keletas sričių, iš kurių nėra reikalaujama nuolatinio pelno didinimo. Ta sritis ir yra menas⁴¹. Po 1990-ųjų moda ir menas pradeda itin glaudžiai bendradarbiauti⁴². J.Stallabassas tai sieja su jaunystės kultu, tapusiu itin svarbiu tiek komercijoje, tiek meno pasaulyje, tiek madoje. Autorius teigia, kad mados ir meno susijungimas yra ne didesnis negu meno ir masinės kultūros arba meno ir pramogos susijungimas. Autorius pažymi, kad toks susijungimas nebūtų įmanomas, jeigu tai nebūtų naudinga abiems pusėms⁴³.

Nors drabužių moda ypatingai susijusi su vartojimu ir komercija, prasidėjus laikotarpiui, siejamam su postmodernizmo idėjomis, išryškėjo ir kitoks požiūris į drabužių madą, dėl kurio ji įgijo galimybę dalyvauti meno pasaulyje kaip viena iš bendražmogiškų idėjų medijų.

Mados dizaine atsiradę kasdienybės elementai patyrė ir konceptualaus meno įtaką. Terminas „konceptualusis menas“ pirmą kartą buvo pavartotas 1967 m. Sol Le Witto išleistuose „Konceptualiojo meno paragrafuose“ (*Paragraphs of Conceptual Art*)⁴⁴. Su konceptualizmo atsiradimu susijęs minimalizmas lėmė antiformos atsiradimą: meno kūrinio galėjo tapti bet kas – šiukšlės, veltinis, įvairūs daiktai arba išvis jokių daiktų, svarbiausia – veiksmai ir idėjos⁴⁵. Meno kūrinio forma buvo

⁴⁰ Peter Osborne, *Anywhere or not at all, Philosophy of Contemporary Art*, Verso, 2013, p.100

⁴¹ Julian Stallabassas, *Art Incorporated.*, p. 80.

⁴² *Ibid.*, p. 83.

⁴³ *Ibid.*, p. 87.

⁴⁴ Paul Wood, *Movements in Modern Art: Conceptual Art*: Tate publishing, 2002, p. 37.

⁴⁵ *Ibid.*, p. 30.

padiktuojama pačios pasirinktos medžiagos savybių⁴⁶. Atsiradęs kaip reakcija į modernizmą, kurio meno kūriniai daugeliu atvejų žiūrovą veikė per jausmus ir emocijas, konceptualusis menas telkėsi į intelektą ir pačios idėjos svarbą⁴⁷. Buvo kvestionuojamas pats meno objektas. Kaip teigia teoretikas Paulas Woodas, net ir XXI a. konceptualizmas ne tik tapo „dominuojančiu meniniame pasaulyje“, jo dėka pati meno kūrinio idėja, o ne amato dalykai tapo „pagrindine šiuolaikinio meno valiuta“⁴⁸. Menotyrininkė Amy Dempsey teigia, jog svarbiausias konceptualiojo meno principas tas, kad realų kūrinį iš tikrųjų sudaro idėjos arba sąvokos⁴⁹. Šios idėjos neišvengiamai palietė ir drabužių dizaino sferą, kurios procesai ir XXI a. pradžioje vis dar veikiami šių septintajame pereinamojo amžiaus dešimtmetyje suformuotų teiginių. Aišku, natūralu, kad pirmiausia tie principai atsispindėjo to laikotarpio drabužių modeliuotojų – Martino Margielos (15 pav.), *Antverpeno šešetuko*⁵⁰, *Comme de Garçons* ir kitų – darbuose.



16 pav. Dešinėje – 2016 m. *Vetements* modelis, kairėje – Martin Margiela 1999 m. pavasaris/vasara.



kituose, jau įsitvirtinusių mados namuose (16 pav.).

Verta stebėti, kaip šios idėjos atgimsta XXI a. antrajame dešimtmetyje jaunų ir kylančių prekinių ženklų, tokių kaip *Vetements*, *Koche*, *Jacquemus* ir kiti, darbuose, ir kokie konceptualumo požymiai matyti

⁴⁶ <http://www.tate.org.uk/learn/online-resources/glossary/a/anti-form>

⁴⁷ Paul Wood, *op. cit.*, p. 33.

⁴⁸ *Ibid.*, p. 74.

⁴⁹ Amy Dempsey, *Stiliai, judėjimai ir kryptys. Modernaus meno vadovas*, lietuviška laida 2004, Presvika, versta iš "Thames&Hudson Ltd, London", 2002, p. 240.

⁵⁰ Antverpeno šešetukas (angl. – *Antwerp Six*), tai yra tokie radikalūs dizaineriai kaip Martinas Margiela, Ann Demeulemeester, Dries van Noten, Dirk Bikkembergsas ir kiti.

Avangardinis menas „leido“ naudoti realius daiktus drabužių dizaine, integruoti juos į drabužio konstrukciją. Tokia konceptuali taktika drabužių dizaine iki tol nebuvo taikoma. Drabužis, būdamas besąlygiškai susijęs su konkrečia forma – žmogaus kūnu, jau savaime nėra abstrakcija, labiau atvirkščiai – drabužis yra konkretus objektas. Vis dėlto savo konstrukcija ir dekoru jis gali nurodyti arba nenurodyti į kažkokį kitą objektą negu žmogaus kūnas. Mane domina tas atvejis, kai turi nuorodą į kitą objektą. Būtent M. Duchamp'ui pirmajam pradėjus naudoti *readymade'us*, drabužis kaip tam tikras *readymade'as* tapo vartojamas kaip meno kūrimo priemonė kituose meno kūriniuose (17 pav.). Mados pasaulyje



17 pav. Joseph Beuys, veltinio kostiumas, 1970 m.

konceptualusis menas inspiravo siekį kuriamais drabužiais pirmiausia išreikšti idėjas, o ne tik atspindėti „stiliaus ar grožio supratimą“⁵¹. Drabužis tapo vienu iš meno kūrimo priemonių idėjai išreikšti, o drabužių mada galėjo tapti dar viena meno forma, idėjų, peržengiančių aprangos ribas, išraiškos priemone. Kartu su šia tendencija per drabužį, kaip meno kūrimo priemonę, galime stebėti įvairius kasdienybės, kasdienio gyvenimo, kaip vienos pagrindinių meno temų, atsiradimo drabužiuose atvejus.

Drabužis, kaip arčiausiai žmogaus kūno, jo odos esantis daiktas, dažnai menininkų (pvz., Louise'as Bourgeois) naudojamas kaip žmogaus kūno, lyties ar tiesiog žmogaus simbolis. (17 pav.)

Tą itin taikliai suformulavo R. Barthes'as teigęs: „Neįmanoma kalbėti apie žmogaus kūną neiškeliant drabužio problemos, kadangi (...) drabužis – tai momentas, kai juslinis dalykas tampa ženklinančiu, t. y. drabužis yra tai, per ką žmogaus kūnas tampa ženklinančiuoju, signifikantu, tad ir ženklų ar netgi savo paties ženklų nešiotoju.“⁵²

Žinoma, drabužių simbolinės prasmės mados istorijoje visada užėmė itin svarbią vietą ir, kaip teigia Roland'as Barthes'as:

„(...) monarchinėje Prancūzijos visuomenėje drabužis neabejotinai buvo skirtas padėčiai, situacijai, amatui, trumpai tariant, socialinių klasių skirtumams

⁵¹ Amy Dempsey, *Stiliai, judėjimai ir kryptys*, p. 240.

⁵² *Kūno raiška šiuolaikiniame socialiniame diskurse*, sudarė N. Keršytė, Vilnius, Baltos lankos, 2007, p. 39.

afišuoti, parodyti, ženklinti. (...) po Didžiosios Prancūzijos revoliucijos, sykiu su demokratijos atėjimu, drabužis buvo išpūdingai uniformuotas, tad net ir demokratijos laikotarpiu išlikusios aukščiausios socialinės klasės, siekdamos išsiskirti iš vadinamųjų darbininkų klasių, pajuto poreikį išrasti drabužių detalių: ne formą, kuri daugiau ar mažiau buvo tokia pati (...), bet detalių tam, kad būtų sukurta ši XIX a. visuomenei būdinga vertė, vadinama išskirtinumu. Neabejotinai būtent šiuo momentu drabužių mada, mados fenomenas įgavo tokį mastą, koks mums žinomas dabar.⁵³

Šiais laikais mada jau ne tik reprezentuoja išskirtinumą, bet jį ir kuria. Tam tikrų grupių išskirtinumas yra įgavęs daug skirtingų pavidalų, kurių kai kurie gali atrodyti labai netikėti. Pats principas išlieka toks pat, kaip ir Barthes'o aptariamuoju laikotarpiu, tik išskirtiniai ženklai jau veikia keliomis kryptimis – vieni yra akivaizdūs



18 pav. Gosha Rubchinskiy
2017/2018 m. ruduo/žiema

ir skirti plačiajai visuomenei (prabangūs automobiliai ir kt.), o kiti – tik siauram išrinktųjų ratui, ir plačioji masė jų gali net ir nesuprasti. Toks pavyzdys galėtų būti tos pačios kasdienybės, kaip ypatingos prabangos prekės, atsiradimas privilegijuotuose sluoksniuose – tai būtų nesuprantama ten, kur tokia kasdienybė gyvenama kasdien, kaip ir dabar Vakaruose itin populiarius prekės ženklas *Gosha Rubchinskiy* (18 pav.), eksploatuojantis sovietinių laikų kasdienybę – ant podiumo pristatantis tarybines uniformas ir kt., dažnai lieka nesuprastas pačiose posovietinėse šalyse.

⁵³ Dempsey Amy, *Stiliai, judėjimai ir kryptys*, p. 240.

Drabužis, tapęs lygiaverte menine priemone, dabar galėjo tapti ir kasdieniu elementu – savotišku *ready-made*, inkorporuotu į kito drabužio konstrukciją, leidžiančiu drabužį, kaip objektą, naudoti įvairiais vizualiam menui būdingais būdais – (19 pav.) tiek ir konkrečiomis idėjomis, pvz., atkurti benusirengiančio žmogaus išpūdį. (20 pav). Abiejuose pavyzdžiuose drabužių konstrukcijose yra panaudoti kiti, specialiai pasiūti drabužiai. 19 pavyzdyje esančio minimalistinio kelnų ir



19 pav. Jaquemus modelis iš 2016 m. rudens/žiemos kolekcijos

palaidinės komplekto efektinga ir vienintelė dekoro detalė yra blizgaus audinio suknelė, ryškiai kontrastuojanti su pačiu pristatomu deriniu. 20 pav. –

mano kurtas moteriškas kostiumėlis buvo sukonstruotas kaip kolekcijos „Nuogi drabužiai“⁵⁴ dalis. Šios kolekcijos tikslas buvo sukurti drabužių derinius, sukuriančius



20 pav. Modelis iš Agnės Kuzmickaitės 2005 m. kolekcijos „Nuogi drabužiai“

dinamišką vaizdą, kuris atsiranda žmogui nusirengiant ar apsirengiant, t. y. kai dalis drabužių jau yra ant kūno, o dalis yra dar tik velkami – ne iki galo užsegti ir pan. Buvo siekiama, kad toks ne iki galo apsirengusio žmogaus išpūdis būtų pasiektas konstravimo būdu, t. y. liktų ir tada, kai drabužiai iš tiesų yra visiškai aprengti. Tokia idėja buvo pasirinkta siekiant viename gaminyje parodyti abi drabužio puses – gerąją ir išvirkščiąją, o „apsirenginėjimo“ idėja pasirinkta kaip ta, kurioje tiksliausiai pasireiškia abi drabužio pusės.

Drabužio konstrukcinė jungtis su kitais drabužiais iš principo yra organiška, kadangi, viena vertus, kaip teigė Jeanas Baudrillard'as, daiktai yra vienintelės „būtybės“, kurios gali egzistuoti paraleliai, nes jų skirtumai nesupriešina jų tarpusavyje, kaip atsitinka tarp gyvų būtybių⁵⁵. Žvelgiant iš praktinės pusės, drabužio jungtis su kitu drabužiu

⁵⁴ Agnės Kuzmickaitės bakalauro darbo kolekcija, 2005 metai.

konstruktyviai nėra sudėtinga, kadangi visi rūbai iš esmės paklūsta bendriems iškarpu žemėlapių dėsniams, kas dažnai leidžia išvesti bendrus modulius formuojant konstrukcines jungtis.

M. Duchamp'o idėjų įsitvirtinimas įgalino drabužio, kaip *readymade*'o, vartojimą tiek drabužių dizaine, tiek ir meniniame pasaulyje. Kai drabužis yra vartojamas kaip tam tikras *readymade*'as, dažnai jo individualaus dizaino savybės jau nebėra itin svarbios. Tai sutampa su M. Duchampo mintimi, kad „(...) *readymade*'o pasirinkimas nėra padiktuotas estetinio pasitenkinimo. Šis pasirinkimas remiasi vizualiniu abejingumu bei tuo pat metu visišku gero ar blogo skonio nebuvimu – faktiškai visiška anestezija (...)“⁵⁶. Drabužis čia yra tiesiog kaip tam tikras abstraktus (rūbo) simbolis.

Dažnai drabužis gali būti naudojamas ne kaip *readymade*'as, bet kaip specialiai sumodeliuotas drabužis konkrečiam sprendimui. Tokiu atveju estetikos jo dizaino savybės yra svarbios. Aišku, kalbant konkrečiai apie drabužių dizainą, estetikos savybės kažkiek visada yra svarbios – spalva, modelis, bet detalės gali ir neturėti didelės reikšmės.

Tiriant konceptualiojo meno ir mados dizaino ryšį iškyla ir toks niuansas – pačioje konceptualizmo apibrėžtyje teigiama, kad konceptualiojo meno pakraipa išlaisvina menininką nuo amato priklausomybės⁵⁷. Tai iš dalies galima paaiškinti tuo, kad dažniausiai konceptualią strategiją savo kūrybai renkasi jauni (kaip vėliau kalbėsiu, – kairiosios pakraipos) dizaineriai, kurie sąmoningai savo meninėje kalboje neakcentuoja amato dalykų, – daugelis jų patys netgi nebūtinai moka siūti, priešingai negu galias istorines tradicijas turinčių namų atstovai, kurių atstovaujamų namų istorinis bagažas dažnai remiasi amato tradicijomis ir išmanymu, – tokių drabužių dizainerių darbuose amato dalykai yra itin svarbūs. Būtent amato dominavimas taip pat gali būti svarbiu veiksniumi, leidžiančiu priskirti dizainerį vienai ar kitai pakraipai – dažnai ir jauni dizaineriai savo kūrybą pradeda būtent nuo amato dalykų, pradėdami dirbti kaip siuvėjai.

⁵⁵ J. Baudrillard, *The System of Objects*, London, New York: Verso, 1996 p. 95.

⁵⁶ M. Duchamp <http://radicalart.info/things/readymade/duchamp/text.html> Apropos of “readymades” a point which i want very much to establish is that the choice of these “readymades” was never dictated by esthetic delectation.

This choice was based on a reaction of visual indifference with at the same time a total absence of good or bad taste – in fact a complete anesthesia.

⁵⁷ Sol Lewitt, *Paragraphs on Conceptual Art*, Artforum, Summer 1967, in Peter Osborne, *Conceptual Art*, Phaidon Press Limited, 2002.

Apibendrinant šį skyrių, galima teigti, kad šiuolaikinė globalaus pasaulio ekonominė situacija ir masinės produkcijos dominavimas neišvengiamai paveikė masinės produkcijos, kuri persipina su realaus gyvenimo atvaizdavimu mene, o per meno ir drabužių dizaino jungtį ir madoje, atsiradimą, kadangi drabužių dizainas, mada yra itin tinkama jungtis menui. Kita vertus, toks kasdienių elementų, kurių nemaža dalis yra masinės kultūros objektai, integravimas turi tradicijas, kurios buvo sąlygotos meninių judėjimų, siekusių atkreipti dėmesį į kasdienį žmogaus gyvenimą ir problemas bei kasdienybės daiktus naudojusią savo meninei kalbai, – dadaizmo, neodadaizmo, konceptualiojo meno, popmeno ir kt.

1.1.2. *Kairė ir dešinė mados pasaulyje*

Šiuolaikinis mados dizaino spektras yra labai įvairus. Pasak J. Stallabrasso, šiuolaikinis menas labai glaudžiai susijęs su mada, kita vertus, pastebimas labai glaudus meno ir jo naudojamų masinės kultūros elementų ryšys, ir tai, kaip teigia J. Stallabrassas, gali būti painiojama su tikru gyvenimu⁵⁸. Drabužių mada pati savaime balansuoja ant tapimo masine produkcija ribos, nuolatos su ja flirtuoja, jai pataikauja arba priešinasi. Vis dėlto, bandant struktūruoti mados dizaino spektrą, galima išskirti dvi kryptis: dominuojančią komercinę ir jai priešingą, kurios atstovai specialiai propaguoja dominuojančiai madai priešingus elementus, bet taip daro iš esmės siekdami atkreipti dėmesį ir taip išsikovoti pozicijas, ir galbūt pradėti dominuoti. Atkreiptinas dėmesys į tai, kad XXI a. pradžioje abu šie poliai pradeda naudoti kasdienybės simboliką. Šiame skyriuje bus tiriamas mados dizaino lauko pasiskirstymas, įvertinant kasdienybės aspekto vietą jame. Šiam pasiskirstymui yra vartojamos du kraštutinius įvardijančios politinės kairės ir dešinės sąvokos, kurias P. Bourdieu vartojo kalbėdamas apie XIX a. *haute couture* situaciją Prancūzijoje⁵⁹. Šiam tyrimui P. Bourdieu pasirinktas todėl, kad jis buvo vienas iš nedaugelio sociologų, į kurių tyrimų lauką įėjo drabužių dizainas. P. Bourdieu teigė, kad, nepaisant egzistuojančios mokslinių studijų objektų hierarchijos, tam tikros mokslinės įžvalgos gali būti atrastos ir tiriant iš pažiūros moksliskai ne itin vertingas sritis, t. y.

⁵⁸ Julian Stallabrass, *Art incorporated*, p. 14.

⁵⁹ Pierre Bourdieu, *Sociology in Question*, London: Sage Publications, 1993p.133.

mados dizainą⁶⁰. Patyrinėkime, ar dar išlikusios šios dvi opozicijos ir koks kasdienybės aspekto šiandienėje madoje vaidmuo.

XX a. antroje pusėje, daugelio meno srovių įtakai keičiant drabužių dizaino veidą, viena iš nuolatinių dilemų, kuri kyla drabužių dizainerių darbe, yra tai, ar drabužio dizaino kūriniai pakanka, ar nepakanka būti tik gražiam, bei kiek jis turi, kiek gali atsiriboti nuo komercinės drabužių dizaino programos. Ar drabužyje turi jaustis dizainerio sarkazmas ar neviltis? Ar gali rūbas būti tik gražus ar tik funkcionalus? Ar tai nusižengia mados dizaino, kaip meno (tegu ir taikomojo) principams, o argumentas, kad geriau pirks, kelia tam tikrus moralinius klausimus ir atsakomybę drabužių dizaineriui? Aišku, vertinant dizaino kūrinį jo meninės kokybės požiūriu, visada yra įdomiau, kai drabužyje matoma dizaino logika, bet ji neprivalo dominuoti. Kiek kūrybinio mąstymo logikos matysis kūrinyje, t. y. drabužyje, tegul sprendžia pats autorius. Panašiai teigia mados teoretikai: „Prisiminkite, žiniasklaidai ir pirkėjams rūpi tik rezultatas. Ar drabužiai atrodo gerai? Ar jie puošia? Ar jie jaudina? Ar išeis juos parduoti? Jiems nebūtinai rūpi, ar dizaineris sugebėjo išreikšti kvantinę fiziką švarkelio modeliu. Bet jei tai yra būtent tai, apie ką Tau norisi kalbėti – tada daryk tai.“⁶¹

Mados dizaino lauko žemėlapiuose galima išskirti bendras kryptis – vieni dizaineriai stengiasi būti originalūs, avangardiniai ir progresyvūs, naudoja naujas technologijas, kuria naujus siluetus, savo kūryboje dažnai kvestionuoja tradiciniu laikomo moteriškos figūros, kaip smėlio laikrodžio, stereotipą. Tuo tarpu kiti kuria (dirba) tradicinių garderobo elementų rėmuose, kuria naujus audinių derinius, tobulina jau esančias konstrukcijas, bet nenutolsta nuo įprastų seksualumo sąvokų. Ši opozicija greičiausiai ir įkvėpė P. Bourdieu pritaikyti daugiau politiniams kontekstams būdingą skirstymą į kairę ir dešinę.⁶²

Svarbiausių demokratinių valstybių politinį gyvenimą veikiančių politinių doktrinų – liberalizmo, konservatizmo ir socializmo – atstovų pasiskirstymas parlamente lėmė politinio spektro susiformavimą. Ši tradicija politikoje skirti kairiuosius ir dešiniuosius kilo Prancūzijoje, kurioje po Didžiosios revoliucijos (1789–1792) Steigiamojo susirinkimo posėdžių salėje į dešinę nuo pirmininko

⁶⁰ *Ibid.*, p. 132.

⁶¹ Richard Sorger, Jenny Udale, *The Fundamentals of Fashion design*, 2006, p. 18.

⁶² Pierre Bourdieu, *op. cit.*, p. 133.

sėdėdavo konservatyviau, o į kairę – radikaliau nusistatę atstovai⁶³. Kitoje parlamentinėje valstybėje – Didžiojoje Britanijoje – dešinėje nuo pirmininko sėdėdavo vyriausybės šalininkai, o kairėje – opozicija⁶⁴. Vėliau, stiprėjant socializmo doktrinos pozicijoms ir silpnėjant liberalams, kairioji pusė buvo pradėta sieti su socialistais, o liberalai persikėlė labiau į politinį centrą. Šiandienėje politikoje parlamento nariai dažniausiai sėdi pagal abėcėlę, o jų politinę kryptį lemia jų pažiūros, o ne sėdėjimo vieta. Kairė, dešinė ir centras tapo labai įprastais, be kabučių rašomais terminais. Politiniame spektre atsiranda ir tokių politinės krypties apibūdinimų kaip centro dešinieji arba centro kairieji⁶⁵. Taigi patyrinėkime mados pasaulio žemėlapiu kelius pagal mados dizainę Pierre'o Bourdieu išskirtas kairės ir dešinės pozicijas. Šios kryptys savo pavadinimu siejasi su politinėmis kaire ir dešine savo ideologija – kairioji pakraipa atstovauja liberalizmui, reformoms, radikalumui, o dešinioji – konservatyvioms vertybėms.

P. Bourdieu skirstymui pasirinkti šias, paprastai politikai taikomas sąvokas lėmė jo brėžiama analogija ir žvilgsnis į mados (*haute couture*) pasaulį per tų, kurie turi dominuojančią ekonominę įtaką ir kapitalą, ir tų, kurie rinkoje yra naujokai ir dar tik bando įžengti į dominuojančiųjų valdomą lauką, prizmę. Šį skirstymą jis grindžia kapitalo turėjimo pagrindu. O mada, kaip taikliai įvardija teoretikė Agnes Rocamora, yra kapitalizmo vaikas⁶⁶, tad joje itin jautriai atsispindi ekonominiai procesai. Vis dėlto P. Bourdieu įvardytas kapitalas nėra tik finansinis kapitalas. Rašytojas išskiria keturias kapitalo rūšis: ekonominį, socialinį, simbolinį ir kultūrinį⁶⁷. Socialinį kapitalą sudaro socialiniai mados namų ryšiai ir kontaktai, simbolinį – mados namų turimas statusas, kultūrinį – jų dalyvavimas kitose kultūrinėse terpėse – knygoje, filmuose ar kituose meno kūriniuose – arba reikšmingų įvertinimų, diplomų turėjimas.⁶⁸ P. Bourdieu pažymi, kad nauji žaidėjai, siekdami įgyti savo kapitalą, naudoja įsitvirtinusiems mados namams priešingas strategijas, kita vertus, paradoksalu, bet jauni dizaineriai yra priklausomi nuo jau įsitvirtinusių, nes, norėdami įgyti labai reikalingos patirties, atlieka pas juos praktiką⁶⁹.

⁶³ Gediminas Vitkus, *Politologija*, leidykla Danielius, 1998, Vilnius, p. 106.

⁶⁴ *Ibid.*

⁶⁵ *Ibid.*, p. 108.

⁶⁶ Agnes Rocamora, Anneke Smelik, *Thinking Through Fashion: A Guide to Key Theorists*, p. 43.

⁶⁷ *Ibid.* p. 240.

⁶⁸ *Ibid.*

⁶⁹ *Ibid.*

Ir nors dabartinis XXI a. mados pasaulio daugialypiškumas jau neleistų kategoriškai suskirstyti visų modeliuotojų į dvi kryptis, o atvirkščiai, kaip bandysiu įrodyti vėlesniuose skyriuose, bet kokios opozicijos nyksta ir persipina tarpusavyje, vis dėlto bendrai orientacijai mados žemėlapyje Pierre Bourdieu įžvalgos yra itin svarbios.

P. Bourdieu pastebėjo, kad vieniems dizaineriams apibūdinti įvairiuose žurnaluose vartojami tokie būdvardžiai kaip prabangus, [...] elegantiškas, tradicinis, klasikinis, rafinuotas, rinktinis, subalansuotas, patvarus, ilgalaikis, o kitiems – kičinis, juokingas, [...], sąmojingas, įžūlus, blizgus, laisvas, funkcionalus⁷⁰. Dešinei pakraipai atstovaujantys, tradiciškai konservatyvesni, įsitvirtinę mados namai mados pasaulyje dažniausiai yra tie, kurie priklauso didelėms korporacijoms⁷¹. Čia dizaineris dažniausia yra samdomas darbuotojas, netiesiogiai įpareigotas kurti paklausias prekes. Kaip parodė Johno Galliano atvejis⁷² ir kiti pastarųjų metų atvejai⁷³, net ir labai garsus ir pripažintas dizaineris gali būti paprasčiausiai atleistas. Kairiosios pakraipos dizaineriai nepriklauso korporacijoms. Tai dažniausiai savarankiškai dirbančios tiek pradedančių, dar tik bandančių įsitvirtinti, tiek ir nuolat kuriančių mados kūrėjų įmonės. Pagal mados teoretikų Richardo Sorgelo ir Jenny Updale skirstymą, tai galėtų būti vadinamieji nepriklausomi dizaineriai⁷⁴. Kartais tas pats dizaineris gali dirbti abiejose kryptyse, pvz., kaip samdomas dizaineris įsitvirtinusiuose mados namuose ir kartu turėti savo nepriklausomą prekės ženklą, pvz., Demna Gvasalia dirba pagrindiniu dizaineriu *Balenciaga* ir vadovauja savo prekių ženklui *Vetements*.

Abu šie poliai yra vienodai svarbūs bendrame drabužių dizaino lauke, nors, aišku, labiau yra jaučiamas būtent dešinėsios pakraipos dominavimas – būtent šiuos prekių ženklus žino daugelis žmonių visame pasaulyje, net ir tų, kurie drabužių moda beveik nesidomi. Vis dėlto, kaip teigia Bourdieu, tam tikras naujų idėjų atsiradimas daugiausia siejamas būtent su kairiąja kryptimi. Kairiosios pakraipos dizainerių darbuose šie atspindžiai ir gali būti aptinkami pirmiausiai, o tik vėliau juos pritaiko

⁷⁰ Pierre Bourdieu, *op. cit.*, p. 133: “On the one hand – ‘luxurious, exclusive, elegant, traditional, classic, refined, select, balanced, made to last; on the other, ‘super-chic, kitsch, funny, appealing, witty, cheeky, radiant, free, enthusiastic, structured, functional”.

⁷¹ Yra keletas korporacijų, valdančių didžiuosius mados namus: *LVMH, Kering, etc.*

⁷² Ilgametis, sėkmingai dirbęs *Christian Dior* mados namų pagrindiniu dizaineriu John Galliano buvo iškarto atleistas 2011 metais po jo antisemitinio pasisakymo.

⁷³ Nuo 2014 metų galima stebėti itin didelę pagrindinių dizainerių rotaciją dešinėsios pakraipos mados namuose: John Galliano pakeitęs Raf Simons po kelių sezonų taip pat paliko Dior mados namus, Alber Elbaz atsisveikino su Lanvin, ir t.t.

⁷⁴ Richard Sorger, Jenny Udale, *The Fundamentals of Fashion design*, p. 114.

sau dešinioji pakraipa. Šios aplinkybės suvokimas padeda man naujais aspektais pažvelgti į mano kūrybai reikšmingus kasdienybės objektus.

Pasak Bourdieu, dažniausiai vyksta tam tikra „konkurencinė kova“ tarp seniai įsteigtų, dominuojančių mados namų ir naujų „žaidėjų“, kuriems reikia gauti pelną, „apverčiant“ tam tikras nusistovėjusias vertybes, sulaužant įsigalėjusias normas ir „nuvertinant“ ar „pervertinant“ dominuojančias. Dešinėsios krypties dizaineriai dažnai manipuliuoja tokiomis vertybėmis, kurios pasireiškia konservatyvia gynybine strategija, kurios gali būti „tylios“, neišreiškiamos žodžiais. Turėdami savo statusą, jie gali nebesistengti keistis tam, kad būtų tinkami. Kaip kontrastas jiems, kairiosios krypties modeliotojai turi naudoti tam tikrus veiklos būdus, kurie padėtų pakeisti nusistovėjusius principus. Jie visada stengiasi grįžti prie pačių ištakų ir paneigti principus, kuriais savo dominavimą grindžia „autoritetai“. Šie nauji kūrėjai visada rizikuoja, bet tik jų dėka madoje vyksta tam tikri pokyčiai ir progresas⁷⁵.

Kaip teigia H. Lefebvre'as – tikroji kritika buvo ir bus įmanoma tik „iš kairės“. Kodėl? Nes ji vienintelė remiasi *žiniomis*⁷⁶. Šiuo atveju tai reikštų, kad, veikdami tame pačiame lauke, kairiosios pakraipos atstovai gerai žino bendras lauko žaidimo taisykles ir veikimo principus, o tai žinodami sugeba taip balansuoti ant šių taisyklių laužymo ribos, kad jų kūryba vis dar būtų suprantama, t. y. jie neiškritų iš bendro žaidimo.

Kaip minėjau, XXI a. kategoriškai skirstyti mados pasaulį į šias dvi kryptis jau nebūtų tikslu, kadangi pastaruoju metu ir daugelis klasikinių mados namų, jeigu ne idėjiškai, tai bent jau išoriškai stengiasi atrodyti progresyvūs – integruoti aktualiausius, jaunimo mėgstamus laiko ženklus, net jeigu jie ir nėra tiesiogiai susiję su tų mados namų koncepcija (pvz., *Burberry*, *Chanel*, *Dior*). Tokią išvadą leidžia daryti reklaminės medžiagos apžvalga populiariojoje spaudoje, kolekcijų pristatymų nuotraukos. Klasikinius drabužius įvaizdinėse fotosesijose, skirtose mados namų naujausioms kolekcijoms reklamuoti, dėvi itin šiuolaikiški modeliai, kurių tipažai gali būti labai nutolę nuo klasikinio grožio standartų, ką ir kalbėti apie tai, kad dažnai manekenės, demonstruojančios turtingą istoriją turinčių mados namų rūbus, būna itin jaunos, greičiausiai žymiai jaunesnės negu reali vidutinė mados namų pirkėja ar pirkėjas, uždirbantis ir galintis sau leisti prabangias prekes.

⁷⁵ Pierre Bourdieu, *op. cit.*, p. 133.

⁷⁶ H. Lefebvre, *Critique of Everyday Life*, London-New York: Verso, 2014, p. 150.

Sunku tiksliai įvardinti, kuri pozicija yra geresnė – akivaizdu, kad finansinė ir dominavimo prasme dešinė pusė yra nepalyginamai pranašesnė. Paradoksalu, bet net kairiosios krypties dizainerių kūryba dažnai ilgainiui tampa labiau deklaratyvia manifestacija, kadangi dažnai realiai parduodami yra paprasčiausi, *basic* konstrukcijos, masinės gamybos gaminiai⁷⁷, nebent prekės ženklas yra finansuojamas iš kitų lėšų, nesusijusių su drabužių pardavimu.

Mados dizainas šiais laikais paklūsta kapitalistinio pasaulio logikai: produkcija yra gaminama ne tam, kad išspręstų kokias nors problemas ar patenkintų kažkokius poreikius, o pirmiausia tam, kad sukurtų pasiūlą pardavimui ir galiausiai būtų parduota⁷⁸. Šiame kontekste itin dera Jeano Baudrillard'o teiginys, kad, priešingai negu aiškino K. Marxas, ne produkcija formuoja vartojimą, o atvirkščiai – vartojimas yra pagrindinis kapitalistinės visuomenės variklis⁷⁹. Plėtodamas šį teiginį, J. Baudrillard'as pabrėžė, kad žmonių poreikiai yra sukonstruojami, o ne yra įgimti. Drabužių madą su poreikių kūrimu dar gerokai anksčiau buvo susijęs Roland'as Barthes'as. Dar praėjusio amžiaus antroje pusėje jis įvardijo, jog drabužių atsinaujinimas, kuris priklausytų tik nuo jų susidėvėjimo trukmės, būtų per lėtas drabužių mados kaitai⁸⁰. Pasak R. Barthes'o, „(...) jeigu drabužių perkama daugiau, negu yra sunašiojama, yra Mada, ir kuo labiau įsigijimo ritmas viršija drabužių susidėvėjimo ritmą, tuo stipresnė yra Mados įtaka (...)“⁸¹. Dabartiniais laikais šie fenomenai yra įgavę itin didelį pagreitį. Dar prieš kelis dešimtmečius per metus buvo pristatomos dvi kolekcijos, o dabar jų būna jau šešios. Į tai net kiek ironiškai atkreipė dėmesį viena svarbiausių šiuolaikinių mados kritikų Suzy Menkes:

„(...) kaip ir kiekvienam prabangiuose mados namuose dirbančiam dizaineriui, sukurti vieną sėkmingą kolekciją neužtenka. Tą reikia kartoti be perstojo. Sausį reikia pristatyti *haute couture* (aukštoji mada), kovą – *ready-to-wear*, gegužę – kruizinę kolekciją, liepą – vėl *haute-couture*, rugsėjį – vėl *ready-to-wear*, lapkritį – vėl kurortinę ar kruizinę kolekciją? (...)“⁸²

⁷⁷ Puikus pavyzdys yra vis dar vykstanti Rei Kawakubo paroda *Metropolitan* muziejuje Niujorke: čia eksponuojami radikaliausi modeliai, o šalia pardavinėjami *basic* tipo marškinėliai su širdele bei sportiniai *Nike* bateliai su CDG ženkliuku.

⁷⁸ J. Baudrillard, *The System of Objects*, p. 176.

⁷⁹ *Ibid.*, p. 176.

⁸⁰ R. Barthes, *The Fashion System*, Berkely, Los Angeles, London, p. 298.

⁸¹ *Ibid.*

⁸² Suzy Menkes <http://www.vogue.co.uk/suzy-menkes/2015/10/raf-simons-why-fashion-is-crashing>

Taigi ir reguliarius kolekcijų pristatymai gali būti siejami ne su greitai besikeičiančiomis tendencijomis, o veikiau atvirkščiai – taip dirbtinai sukuriama tendencijų pokyčiai, kad žmonėms būtų ką pirkti. Toks principas griežtai disciplinuoja dizainerio kūrybą. Didelis tempas reikalauja nuolatinių inspiracijų kūrybai, taigi vis dažniau įkvepia tai, kas visada yra šalia, – kasdienybė. Su šia itin didelio tempo problema susiduria ne tik dešinėsios pakraipos modeliuotojai, kurių komercinė programa yra aiški, bet ir alternatyvieji, kairiosios pakraipos, turintys rasti savo santykį su bendra mados pasaulio logika. Tai leidžia stebėti pokyčius, kai dešinioji pakraipa perima anksčiau tik kairiajai pakraipai būdingas strategijas, o kairioji, kad ir būdama alternatyvi, vis tiek integruoja bent keletą labiau tradicinių



21 pav. Gosha Rubchinskiy modelis iš 2016 m. pavasario/vasaros kolekcijos.

modelių, kad būtų ką parduoti ir būtų išlaikytas drabužių dizainui būtinas dialogas su auditorija, t. y. klientu. Šis procesas stiprėja kokiam nors kairiosios pakraipos prekių ženklui stiprėjant, įsitvirtinant. Galime matyti ir dar vieną įdomų dalyką: daugelis didelių, korporacijų valdomų prekių ženklų dažnai bendrais projektais bendradarbiauja su kairiosios pakraipos atstovais, pvz., *Adidas Soccer* bendradarbiavimas su *Gosha Rubchinskiy*⁸³ (21 pav.).

Dar vienas fenomenas, kurį pastebiu, yra tai, kad dažnai kaip tik įsitvirtinę, dešinėsios pakraipos mados namai gali daryti, ką nori, kadangi jų statusui pavojus negresia (jie tiesiog gali atleisti nepatikusį dizainerį). Dažnai tai būtent ir leidžia jiems būti kūrybiškesniems pristatomose kolekcijose, šou – jų tiek neriboja finansai, su kuo dažnai susiduria nepriklausomi kairiosios pakraipos dizaineriai, kurie išsilaiko tik iš savo pačių apyvartos. Pastarieji kaip tik yra įpareigoti labiau apgalvoti savo sprendimus, negali leisti sau rizikuoti, nes kitaip gali tiesiog nebeturėti galimybių tęsti veiklos. Tai parodo skirtumą tarp kairiosios ir dešinėsios pakraipos reliatyvumą. Dizaineriai, teoriškai nepriklausomi nuo kažkieno iš aukščiau primastos komercinės

⁸³ <http://news.adidas.com/us/Latest-News/adidas-soccer-x-gosha-rubchinskiy--soccer-meets-fashion-through-latest-collaboration/s/27b97a0f-bcca-458b-bbf0-8b0aa10b9d51>

valios, kuria ganėtinai pragmatiškus drabužius. Kaip teigia garsus mados kritikas Colinas McDowellas: „(...) Komercijai reikalingiausi paprasti, niekuo neypatingi drabužiai, kurie būtų visiškai normalūs, ir visų amžiaus grupių moterys jaustųsi saugiai juos dėvėdamos, nerizikuodamos atrodyti juokingai“⁸⁴

Taigi, čia galima išvelgti keletą simuliacijos lygmenų. Kaip aiškina J. Baudrillard'as, simuliuoti reiškia apsimesti, kad turi tai, ko neturi⁸⁵. Šioje vietoje įspūdingi kolekcijų pristatymai ir fantastiški modeliai gali būti suvokiami kaip simuliakras, kadangi kuriama iliuzija, kad jie yra tai, ką tie mados namai siūlo dėvėti, kai tuo tarpu daugelis parodytų modelių dažnai netgi nebūna parduodami – jie yra kuriami nebent individualiai, keli ypač brangūs vienetai, o pardavinėjami dažnai kiti, paprasčiausi, kiekvieną sezoną beveik nesikeičiantys arba minimaliai kintantys daiktai, kurių dažnai net ir nebūna ant podiumo. Pavyzdys galėtų būti *Chanel* mados namai, kurie kiekvieną sezoną pristato tiek *haute couture*, tiek *ready to wear* kolekcijas, bet parduotuvėse didžiąją dalį asortimento sudaro jau klasika tapusios rankinės, kurių pasiūla dažnai visai neprimena to asortimento, kuris buvo pristatytas ant podiumo. Panašiai vyksta ir daugelyje kitų dešiniajai pakraipai priklausančių mados namų, pvz., *Louis Vuiton*, *Gucci* ir kt., – pagrindinę jų apyvartos dalį sudaro ne drabužiai, o aksesuarai, konkrečiai – rankinės, kosmetika.⁸⁶

Tokia simuliacinė strategija, atrodytų, visai nereikalinga dešinėsios pakraipos atstovams, yra dažna ir tarp kairiosios pakraipos dizainerių, kurie, nors deklaruoja avangardą, bet dažnai vis tiek pardavinėja daugiau ar mažiau tradicinius modelius. Kitas dažnai pasitaikantis reiškiny, atspindintis mados pasaulio realijas, yra tas, kad dažnai kairiosios pakraipos kūrėjai pajamų iš savo kolekcijų negauna visai, jų drabužių niekas neperka arba nuperka nepakankamai, nors dizaineris gali būti ir garsus, tad pajamos yra generuojamos iš visai kitur, pvz., sceninių kostiumų kūrimo, stilizavimo, dėstymo ar darbo reklamos agentūrose ir pan.

Procesai, vykstantys mados dizaino lauke, gali būti suvokiami pasitelkiant J. Baudrillard apibūdintą Mobijaus spiralės vaizdinį: „Sistema ir kraštutinė jos alternatyva susijungia kaip dvi kreivo veidrodžio kraštinės (...) dešinė virsta kaire ir

⁸⁴ Collin McDowell, *Fashion today*, London: Phaidon Press Limited, 2000, p. 317: “what is needed in commercial terms is ordinary, unexciting clothes, which, (...) are so normal that women of all age groups and walks of life feel safe to wear them without the risk of attracting ridicule”.

⁸⁵ J. Baudrillard, *The System of Objects*, p. 9.

⁸⁶ <https://www.ft.com/content/a3acb5f4-4309-11e4-8a43-00144feabdc0>, žiūrėta [2017 09 13].

atvirkščiai (...).“⁸⁷ Dešinėsios pakraipos mados namai, kad įtvirtintų savo vertybes, supriešina jas su sau priešingomis ir taip jas tik dar labiau išryškina. Tai veikia pagal J. Baudrillard'o išdėstytą dėsnį: „Visa virsta savo priešingybe, kad tik išliktų apvalytu pavidalu.“⁸⁸

Pats maišto motyvas, dažnai būdamas kairiosios pakraipos inspiracija, drabužių dizaine jau yra tapęs tam tikra kliše ir nebeatlieka savo tikrosios funkcijos, konstatuoja ir vienas populiariausių mados žurnalų *Vogue*: „Besikeičiant mados įvaizdžiams, turbūt labiausiai nuvalkiotu yra tapęs maišto įvaizdis – odinis švarkelis, pora kitos spalvos plaukų sruogų ir tu jau – bloga mergaitė.“⁸⁹

Kalbėdamas apie nuolatinę naujų ir dominuojančių struktūrų kovą kultūriniame lauke, P. Bourdieu teigia, kad viena vertus, anksčiau dominavusios mados struktūros gali būti visai išstumtos naujų struktūrų ir tapti praeitimi, kita vertus, senieji mados kūrėjai gali tapti klasikais, t. y. amžiniais⁹⁰. *Haute Couture* filosofas įvardija kaip erdvę, kurioje šie procesai yra itin akivaizdūs.

Bourdieu teigia, kad būtina sąlyga įžengti į mados lauką yra tam tikrų jam būdingų vertybių paisymas, neperžengiant tam tikrų ribų, nes kitaip iškyla grėsmė iškristi iš žaidimo. Vidinė konkurencija gali leisti tik tam tikras dalines „revoliucijas“, kurios gali pakeisti hierarchiją, bet ne patį žaidimą iš esmės. Remiantis mados kritiku C. McDowellu galima netgi teigti, kad kažkokia skirtis apskritai gali egzistuoti tik tam tikrame viešame mados kontekste – kolekcijų pristatymuose, įvaizdinėse nuotraukose ir pan., o realūs daiktai, kurie yra parduodami, didžiosios dalies dizainerių iš esmės yra labai panašūs.⁹¹

Taigi, visi modeliuotojai turi išsitekti viename mados lauke ir bent iš dalies žaisti taip, kad jų žaidimas būtų suprantamas pagrindiniam vertintojui – pirkėjui ir vartotojui.

Vis dėlto, manau, yra vienas aspektas, beveik visuomet išliekantis dešinėsios pakraipos dizainerių darbuose – tai seksualumo, erotiškumo aspektas. Beveik

⁸⁷ J. Baudrillard, *Simuliakrai ir simuliacija*, Baltos lankos, Vilnius, 2002 (pagal 1981 m. vert.), p. 27.

⁸⁸ *Ibid.*

⁸⁹ <http://www.vogue.com/13368145/modern-rebel-fashion-movement-hood-by-air-vetements/>: “As fashion archetypes go, it doesn’t get more cliché than the rebel. Throw on a biker jacket, paint some streaks in your hair, and boom! You’re a bad girl. But we all know there’s a lot more to it than just looking the part, and the whole concept of punk has changed in a major way since its ’70s heyday. Leather jackets, colorful hair, and ripped jeans are practically mainstream now (they might even be *basic*), and embracing an alternative lifestyle in 2015 isn’t so much about fighting the establishment as it is about celebrating individuality and accepting broader, positive notions of identity.”

⁹⁰ P. Bourdieu, *Sociology in Question*, p. 113.

⁹¹ Colin McDowell, *op. cit.*, p. 302.

visuomet orientuodamiesi į klientą („geriau pirks“) šios krypties modeliuotojai, kad ir santūriai, į drabužius visada inkorporuoja tam tikrą tradicinį fizinio patrauklumo aspektą (angl. *sex-appeal*)⁹². Tuo tarpu kairiosios pakraipos kūrėjai, bandydami eksperimentuoti su drabužio forma, ne tiek veikiami tikslo – parduoti – gali sau leisti kartais ignoruoti šį aspektą.

Šiame kontekste puikiai tinka rašytojos Giedros Radvilavičiūtės kiek ironiškai išsakyta mintis apie literatūrą: „Teoriškai tarsi žinau, ko reikia, kad romanas būtų perkamas. Sekso.“⁹³

Kad drabužis būtų perkamas, matyt, kažkoks erotiškumo aspektas taip pat yra svarbus. Labiau klasikinių, dešinėsios pakraipos modeliuotojų darbuose visada galime rasti tam tikrą dialogą su klasikiniu, moterišką figūrą pabrėžiančiu siluetu, tuo tarpu kairiosios pakraipos atstovai gali leisti sau jo nepaisyti. Kaip teigė amerikiečių architektas ir architektūros teoretikas R. Venturi kalbėdamas apie architektūrą, abstrakčios formos žmogaus vaizduotę jaudina tiek, kiek jose jis atpažįsta konkrečių objektų⁹⁴. Perkeliant šią analogiją į drabužių dizainą, galima teigti, kad bet koks žmogaus kūno formos ignoravimas vis dėlto visada rizikingas, nes kūno linijos jaudina sąmonę. Panašiai kalbėjo ir J. Baudrillard'as: kad ir kokiais kontrastais ir paradoksaais operuotų mada, ji negali išvengti talijos⁹⁵. Taigi apibendrinant būtų galima teigti, jog erotiškumo aspektas gali būti vienu iš pagrindinių faktorių, leidžiančių atskirti kairiosios ir dešinėsios krypties dizainerius. Vis dėlto būna ir išimčių: pvz., *Chanel* įsitvirtinti padėjo būtent kitokio, negu tuo metu dominavo, t. y. taliją ignoruojančio, silueto propagavimas⁹⁶.

Grįžtant prie pirmame skyrelyje aptartų konceptualiojo meno ištakų ir vieno svarbiausių jo bruožų – opozicijos modernizmui, būtent žiūrovo veikimo ne per jusles, o per intelektą, įdomi situacija galima drabužių dizaine, kuomet iš šios disciplinos yra tikimasi juslinio jaudulio, kita vertus, tai matyt yra įtakojama ir

⁹² Angl. fizinis patrauklumas.

⁹³ Giedra Radvilavičiūtė, *Suplanuotos akimirkos*, Baltų lankų leidyba, Vilnius, 2004, p. 9.

⁹⁴ Robert Venturi, Denise Scott Brown, Steven Izenour, *Leaving From Las Vegas*, The MIT Press, 1972, p. 213.

⁹⁵ J. Baudrillard, *Vartotojų visuomenė: mitai ir struktūros*, p. 145.

⁹⁶ Jean Leymarie, *Chanel*, L'officiel mada, versta iš Editions de la Martiniere, Paris, 2010, Vilnius, 2011, p. 60: „(...) Išradusi džersį aš išlaisvinau kūną, atsisakiau pabrėžti liemenį (prie jo grįžau tik 1930 metais) ir nupiešiau naują siluetą (...)“

komercinės programos. Tuo tarpu konceptualios tradicijos mada dažnai ignoruoja šį aspektą arba palaiko itin subtilų dialogą su juo.

Apibendrinant būtų galima teigti, kad šiuolaikiniame mados pasaulyje tam tikra opozija išlieka, bet ribos jau yra labai susilpnėjusios ir dažnai persipina – dešinė bendradarbiauja su kaire, o kairiosios pakraipos dizaineris dirba dešinėsios pakraipos namuose ir pan. Kalbant politinėmis sąvokomis, galima būtų teigti, jog šiuolaikiniame mados pasaulyje dominuoja centro pozicija, kuri gali turėti centro kairės arba centro dešinės aspekto. Manau, tai byloja apie tai, kad siekiant išlikti, t. y. norint išsaugoti galimybę būti aktyviems kūrybiniame lauke, pasitelkiamos įvairios priemonės.

1.1.3. Kasdienybės žemėlapiai ir drabužių iškarpos

Minėtas kairiosios krypties modeliuotojų nuolatinis bandymas savaip interpretuoti jau esamas aprangos sistemas, itin dominantis kasdienybės atspindžių drabužių dizaine tyrinėtoją, leidžia žvelgti į mados dizainerių pasaulį per Michelio de Certeau suformuotą kasdienybės praktikų sampratą, *strategijos* ir *taktikos* teorijos prizmę.

Michelis de Certeau yra vienas svarbiausių kasdienybės mąstytojų. Kiekvienos dienos praktikas jis skirsto į dominuojančiųjų, stipriųjų, (pvz., stambiųjų gamintojų, korporacijų arba miestų, institucijų⁹⁷), kuriančiųjų taisykles ir joms paklūstančiųjų – silpnųjų (vartotojų, klientų ir t. t.). Filosofą domina, kaip silpnieji sugeba prisitaikyti stipriųjų sukurtas taisykles. Analizuodamas šių dviejų grupių veikimo būdus de Certeau vartoja *strategijos* ir *taktikos* sąvokas. Strategijas naudoja stiprieji – pagal strategijų modelį veikia daugelis politinės, ekonominės, mokslinės galios struktūrų. Šie galios dariniai funkcionuoja jiems būdingoje aplinkoje, kuri tam tikru būdu gali būti izoliuota nuo išorinės aplinkos. Jų strategijos yra veiksmingos būtent toje aplinkoje, kurioje formuojami ir su išorine aplinka palaikomi galios ryšiai⁹⁸. Taktikas naudoja silpnieji, kurių veikla vyksta ne galingųjų teritorijai, jie neturi savo apibrėžtos

⁹⁷ Michel de Certeau, *The Practice of Everyday Life*, p. xix.

⁹⁸ *Ibid.*

veikimo erdvės ir visada veikia stipriųjų galios lauke. Pagrįsdamas savo teoriją, filosofas taiko rašymo ir skaitymo analogiją.

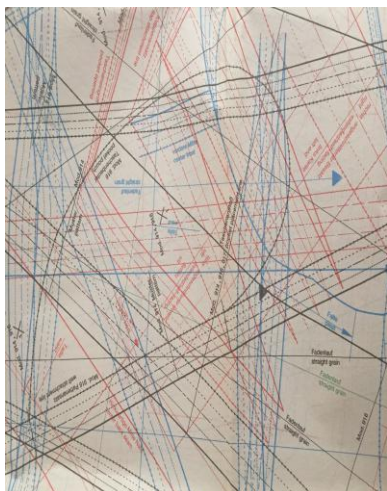
Manau, kad šią sampratą galima sieti su drabužių dizainu bei svarbia sudedamąja dalimi – iškarpomis. Šiame skyriuje tiriu, kaip kasdienėje drabužių dizainerių veikloje – braižant iškarpas – pasireiškia ir atspindi sirtingi drabužius konstruojančiųjų keliai, jų taktikos ir ką tai reiškia?

Kaip teigia de Certeau, taktikomis naudojasi silpnieji⁹⁹. Silpnaisiais šiame kontekste galima būtų įvardyti *kairiosios* pakraipos dizainerius, bandančius pritaikyti savo modeliavimo *taktiką* bendroje drabužių modeliavimo sistemoje. Jie yra „silpni“, nes dar neturi tokios galios kaip „stiprieji“. Funkcionuojant pastarųjų galios lauke jiems reikia surasti savo vartotoją, atkreipti į save dėmesį, kad galėtų įeiti į mados rinką. Tam jie turi kažkuo išsiskirti, būti kitokie. Vis dėlto tas kitoniškumas galimas tik tam tikruose apibrėžtuose drabužių rėmuose – juos peržengus iškyla pavojus būti nesuprastiems.

De Certeau savo teoriją dėsto kalbėdamas apie miestą kaip specifinę galios struktūrą su jai būdingais žemėlapiais ir institucijomis. Ta struktūra savo galią parodo naudodama *strategijas*, o žmonės, gyvendami ir veikdami mieste, kur jiems „iš aukščiau“ nuleistas sistemos kontekstas, veikia per *taktikas*. Aš šią filosofo mintį naujai interpretuoju aprangos rėmuose, susiedama vaikščiojimą urbanistinėje sistemoje ir modeliavimą. Miesto paralelė su mados dizainu, mano požiūriu, būtų tokia: drabužių dizainas rūpinasi žmogaus išvaizda, arba fasadu. Fasada, kaip architektūrinė konotacija, itin svarbi ir miesto peizažo dalis. Taip pat drabužių dizaineris kuria tam tikrame labai apibrėžtame lauke, t. y. konstruoja drabužius, kurių didžioji dalis turi savo jau iš anksto apibrėžtas formas, nulemtas pagrindinio objekto, kuriam yra skirti rūbai, – žmogaus kūno. Žmogaus kūno sandara iš anksto padiktuoja tradicinę rūbo struktūrą, pvz., švarkas ar marškiniai privalo turėti dvi rankoves, kelnės turi turėti dvi klešnes ir t. t. Viena iš svarbiausių rūbų modeliavimo sudedamųjų dalių yra drabužių iškarpos. Iškarpų brėžiniai taip pat gali būti interpretuojami kaip tam tikri žemėlapiai (18 pav.) Tai tarsi drabužio metrika ar dokumentai: „Iškarpos yra tarsi drabužių apibūdinantys dokumentai, perteikiantys jo struktūrą aiškiau negu žodžiai. Jie atspindi jų kūrėjo mintis.“¹⁰⁰

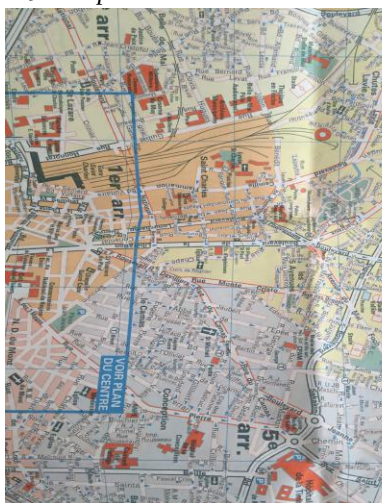
⁹⁹ Michel de Certeau, *The Practice of Everyday Life*, p.xix.

¹⁰⁰ Nakamichi Tomoko, *Pattern Magic 2*, Laurence King Publishing, London, 2011, p. 2.



22 pav. Iškarpų žemėlapiai.

23 pav. Miesto žemėlapiai.



Egzistuoja tam tikri baziniai brėžiniai, nusakantys tipinę suknelės, kelnių, marškinių formą. Taigi, yra gana aiškūs kanonai, jau iš anksto apibrėžiantys tam tikras kūrybines ribas. Šis rūbų dizainerių kūrybos laukas man kelia asociacijas su miesto struktūra ir jo žemėlapiais, apie kuriuos kalba de Certeau: žmogus, vaikščiodamas po miestą paklūsta taisyklėms ar jas savaip apeina ir miesto elementus interpretuoja tais būdais, kuriuos naudoja kairiosios pakraipos dizaineriai kurdami drabužius (22, 23 pav.).

Dizaineriai, kuriantys klasikinio grožio supratimo rėmuose, gali būti įvardijami kaip vaikščiojantys reglamentuotais, tai yra pramintais takais, neieškantys naujų išraiškos būdų, o susitelkiantys, tarkime, į jau esančių klasikinių konstrukcijų tobulinimą ar medžiagos kokybę. Tuo tarpu kiti dizaineriai, įvardijami kaip labiau avangardiniai, pagal Bourdieu – priklausantys kairiajai pakraipai, ieško naujų aprangos elementų interpretavimo būdų. Tie būdai gali būti labai įvairūs žaidimai su klasikinėmis drabužių konstrukcijomis, kūrybiškai jas apeinant ir plečiant klasikinio iškarpų žemėlapių ribas.

Vis dėlto šiuolaikiniame mados dizaino kontekste vis dažniau galima stebėti tam tikrą fenomeną, kada tas pats dizaineris ar mados namai toje pačioje kolekcijoje veikia abiem anksčiau paminėtais metodais. Stengdamiesi išlikti aktualūs, jie tarsi save teigia, bet tuo pat metu ir save neigia. Itin įdomiai šiame kontekste atrodo įvairus kasdienių objektų integravimas, kuris gali būti priskirtas taktikoms.

1.1.4 Masinės kultūros ir šiuolaikinio meno santykis drabužių dizaine



24 pav. Modelis iš Moschino mados namų 2016 m. kruizinės kolekcijos.

(Pop Art) *It's liking things*¹⁰¹

Andy Warhol

J. Stallabrassas teigia, kad didžiąją dalį šiuolaikinio meno problematikos sudaro šiuolaikinio meno santykio su kapitalu įvairaus laipsnio kritika¹⁰². Pasak teoretiko, šiais neoliberalios ekonomikos dominavimo laikais masinės kultūros simboliai yra labai stipriai persismelkę į daugelį gyvenimo sričių:

„(...) Vienas pagrindinių bruožų, apibūdinančių meną po šaltojo karo, yra žaidimas su pasiskolintais įvaizdžiais, medžiagomis ir medijomis (...)“¹⁰³ Kaip vieną pagrindinių šiuolaikinio meno požymių jis nurodo tam tikrą *ready-made'ų* (arba lengvai ir iš karto atpažįstamų objektų) judėjimą iš vienos vietos į kitą ir jų susijungimą naujose konfigūracijose¹⁰⁴. Būtent tokį jau esamų įvaizdžių konfigūravimą J. Stallabrassas įvardija kaip vieną iš pagrindinių šiuolaikinio meno „gamybos“ principų, kurio priežastys galėtų būti masinės žiniasklaidos (*mass media*) pasklidimas ir įsigėrimas į žmonių gyvenimus, taip pat laisvoji prekyba, visapusiškas mobilumas ir kitos priežastys¹⁰⁵. Šie bruožai neišvengiamai atsispindi ir mados dizaine, kuriame vis dažniau galima stebėti vis sistematiškesnę paprastų, kasdienių įvaizdžių, masinės kultūros vaizdinių integraciją. Daugelis menininkų patys yra tapę madingomis įžymybėmis¹⁰⁶, o meno ir drabužių dizaino jungtis yra kaip niekada ryški¹⁰⁷. Šis skyrius bus skirtas masinės kultūros ir meno santykiui drabužių dizaine patyrinėti, ypatingą dėmesį skiriant kasdienybės aspektui, kurį, masinės kultūros persmelkto gyvenimo fone tampa vis sunkiau apčiuopti.

¹⁰¹ Rudolf Kuenzli, *Dada*, p. 43.

¹⁰² J. Stallabrass, *Art Incorporated*, p. 8.

¹⁰³ *Ibid.*, p. 155.

¹⁰⁴ *Ibid.*, p. 155.

¹⁰⁵ *Ibid.*, p. 161.

¹⁰⁶ *Ibid.*, p. 14.

¹⁰⁷ *Ibid.*, p. 15.

Įvardijus kasdienybę ir svarbią jos dalį – masinės kultūros dominavimą kaip reikšmingą faktorių, lemiantį šiuolaikinio meno, taip pat ir drabužių dizaino, pobūdį, netikėti tampa nauji istorinį bagažą turinčių mados namų (*Chanel, Dior, Balenciaga*) pasiūlymai istorinį palikimą sujungti su šiuolaikinio pasaulio aktualijomis. Kaip ir kokiais būdais pasireiškia tokio pobūdžio kūryba, ir bus analizuojama šiame skyriuje, ypatingą dėmesį skiriant reikšmingam įvairių, didžiąją dalį kasdienybės sudarančių masinės kultūros simbolių ir atvaizdų naudojimui bei įvairioms to interpretacijoms, keliančioms masinės kultūros ir šiuolaikinio meno santykio drabužių dizaine klausimą.

Drabužių dizaino disciplina, pati būdama taikomojo pobūdžio, visada buvo glaudžiai susijusi su kitais, menų hierarchijoje tarsi aukščiau esančiais menais – teatro, kino menu, o dauguma garsiausių drabužių dizainerių glaudžiai bendravo ir bendradarbiavo ir su teatro menininkais, ir su kompozitoriais bei dailininkais¹⁰⁸. XXI a. galime matyti, kad itin dažnai dešinėsios pakraipos mados namai bendradarbiauja tiek su kairiosios pakraipos dizaineriais, apie ką buvo kalbėta pirmo skyriaus antrame poskyryje, tiek apskritai su kitų sričių menininkais. Tai galime stebėti įvairiais lygmenimis. Seniau kostiumų dailininko vaidmuo buvo svarbi integrali, pvz., teatro pastatymo, dalis, o dabar daugelis svarbių kolekcijų pristatymų neapsieina be režisieriaus, scenografo ar šviesų dailininko. Kolekcijos pristatymas tampa ne tik dalykišku naujų modelių pristatymu – tai dažnai tarsi atskiras šou, turintis savitą drabužius atskleidžiančią režisūros, scenografijos ir muzikos koncepciją.

Mados dizainerių bendradarbiavimas su kitų sričių menininkais toli gražu čia nesibaigia¹⁰⁹. Šiuolaikinių, stambių prekių ženklų bendradarbiavimo su menininkais pavyzdžių yra itin daug. Garsūs, pripažinti menininkai yra kviečiami kurti visko – nuo drabužių parduotuvių interjerų iki rankinių modelių. Ką visa tai reiškia? Teoretikas J. Stallabrassas aiškiai įvardija po 1990 m. vykstantį meno ir masinės kultūros bei meno ir mados dizaino bendradarbiavimą. Tyrinėtojas teigia, kad, nors postmodernistams galėjo atrodyti, kad menas gali jungtis su visomis gyvenimo sferomis, vis dėlto yra

¹⁰⁸ Coco Chanel yra kūrusi kostiumus Jeanui Cocteau, glaudžiai bendradarbiavo su kitais savo laikų menininkais Igoriu Stravinskiu, Luchino Visconti ir kt. Kostiumus teatrui, operoms, kino filmams yra kūrę ir daugelis kitų drabužių dizainerio – Christianas Dioras, Yves’as Laurent’as ir kt.

¹⁰⁹ Vienos paskaitos metu Deimantas Narkevičius pasakė įdomų dalyką apie bene garsiausią lietuvių menininką pasaulyje Joną Meką – iki 2000 metų Europoje jis plačiai auditorijai nebuvo žinomas – jo žinomumas sustiprėjo tik jam padarius bendrą projektą su populiariu drabužių prekių ženklu *Agnes B.* Šios parduotuvės erdvėse menininkas pristatė savo darbus “This side of paradise”.

priešingai – menas jungiasi ne su visomis sferomis, bet mada tokiai jungčiai yra itin tinkama. Pasak autoriaus, toks glaudus susijungimas nebūtų įmanomas, jeigu tai nebūtų naudinga visoms pusėms – kultūrinis išskirtinumas suteikia madai rimtumo, o menui – prabangos ir madingumo¹¹⁰.

Svarbu pažymėti, kad masinės kultūros objektus savo kūryboje pirmiausia inkorporuodavo tie drabužių dizaineriai, kurie dar būdavo kelyje į pripažinimą, t. y. pagal P. Bourdieu skirstymą – *kairiosios* pakraipos dizaineriai, naudodami tokį inkorporavimą kaip vieną iš strategijų, į drabužį įterpdami aktualų laikotarpiui dalyką tam, kad taptų matomi, atkreiptų dėmesį. Ilgainiui tai galėjo tapti nuolatinio kūrybinio metodu, naudojamu net kai mados namai yra jau įsitvirtinę, pvz., *Martin Margiela*. Dabar jau turintys solidžią poziciją, šie vardai savo karjeros pradžioje buvo siejami su naujomis idėjomis ir avangardu. Daugelis būtent su šiais vardais atsiradusių drabužių dizaino strategijų – dekonstrukcijos, drabužių perdirbimo ir kt. – XX a. antrajame dešimtmetyje vėl tampa aktualios.

Įdomu yra tai, kad konservatyvūs dešinėsios pakraipos mados namai, ilgą laiką tarsi ignoravę masinę vartotojiškos visuomenės simboliką, naudoję labiau klasika tapusius tradicinius elementus, įtvirtintus jų įkūrėjų (pvz., *Chanel*), keletą pastarųjų sezonų sąmoningai kreipia savo žvilgsnį neoliberalizmo pagrindu gyvenančios visuomenės kasdienybės link (1–6 pav.).

Daugelis dešinėsios pakraipos mados prekių ženklų buvo sukurti modernizmo laikotarpiu ar dar anksčiau. Jų sukūrimo metu ir buvo suformuotas unikalūs ir išskirtinis, tik tiems mados namams būdingas stilius – *Chanel*, *Christian Dior* ir kt. Sėkmingų mados prekių ženklų, kurie sugeba išlikti aktualūs ir geidžiami, ypatybė yra ta, kad jie, veikdami kaip verslo vienetą, nemiršta kartu su savo įkūrėju, o toliau tęsia kūrybinę veiklą, turėdami prisitaikyti ir kiekvieną sezoną iš naujo aktualizuoti savo įkūrėjų sukurtą stilistiką, taip susidurdami su iššūkiu, kaip neprarandant esminės stilistikos atrodyti aktualiai ir atspindėti vis besikeičiančio laiko *zeitgeist*, o ne įstrigti praeityje. Čia tinka prisiminti F. Jamesono minimą postmodernizme atsiradusį *pastišką* – tam tikrą bejausmę parodiją¹¹¹, kuri paplito postmodernizmo laikotarpiu kaip tam tikras meninis metodas, naudojamas kitų menininkų kaip nuoroda į iškilių modernistų sukurtus stilius. Mados namų atveju toks procesas vyksta tiesiog įmonės viduje, o

¹¹⁰ J. Stallabrass, *Art incorporated*, p. 28.

¹¹¹ F. Jameson, *Kultūros posūkis*: Rinktiniai darbai apie postmodernizmą, Lietuvos rašytojų sąjungos leidykla, Vilnius, 2002 p. 24.

samdomas dizaineris menininko įkūrėjo atžvilgiu veikia kaip savarankiškas šiuolaikinis menininkas.

Ar mados žaidimas su masine kultūra ir jos simboliais aiškiai apibrėžia madą kaip populiariąją kultūrą, kaip ją apibūdina Johnas Fiske, ar tai yra naujas masinės kultūros veidas, kviečiantis daugiau pirkti?

Kaip teigia J. Fiske, popkultūrą galimą būtų apibūdinti kaip prekių, kurias tiekia, gamina sistema, savitą, kitokį, nei diktuoja daiktų tiesioginė paskirtis, panaudojimą, kurį vykdo tų prekių vartotojai, t. y. pirkėjai¹¹². Popkultūrą J. Fiske apibūdina kaip tam tikrą partizaninį karą, kurį vykdo vartotojai (pirkėjai), kovodami su sistema. Tuo populiarioji kultūra ir skiriasi nuo masinės kultūros, kuri yra akylai primetama sistemos¹¹³. Jie negali pasipriešinti sistemiškai, tad kovoja individualiai, vienas iš tokių jo pateikiamų pavyzdžių yra suplėšyti džinsai. Gamintojai, vos tik pajutę kylantį pavojų, iškart inkorporuoja tą pasipriešinimo formą į gamybą ir pateikia tai kaip prekę, neutralizuodami „partizaninį karą“. Tas ir nutiko su suplėšytais džinsais – pradžioje atsiradę kaip pasipriešinimo sistemai forma, dabar jie jau yra gaminami ir plėšomi pramoniniu būdu¹¹⁴.

¹¹² John Fiske, *Populiariosios kultūros supratimas*, Vilnius: Žara, 2008, p. 20.

¹¹³ *Ibid.*, p. 20

¹¹⁴ *Ibid.*, p. 20.



25 pav.
Chanel reklama žurnale Vogue UK, 2014 m.

namams būdingus ženklus (pvz., *Chanel* – džersis, tvidas ir kt.), naujausiose kolekcijose ima naudoti tas *taktikas*, kurias prieš tai buvo galima stebėti tik kairiosios pakraipos modeliuotojų kūryboje. Tai yra dar visai neseniai pristatymuose būdavo pristatomi vis nauji iš esmės to paties klasika tapusio įvaizdžio variantai, o dabar žengiama į kitą teritoriją. Įdomiai atrodo klasikinę *Chanel* kostiumėlį dėvinti neoninių rožinės spalvos plaukų manekenė (25 pav.), ar elegantiška *Dior New Look* įvaizdžio atstovė, laikanti bokalą alaus (26 pav.), ar išspūdingų barokinių formų *Moschino* mados namų suknelė, pasiūta iš bulvių traškučių įpakavimą atkartojančio audinio. Tokių pavyzdžių yra ir daugiau, o masinė kultūra ir jos prekių vaizdai šiuo metu yra itin mėgstami mados dizainerių, bet įdomiausia stebėti jų atsiradimą tų mados namų kūryboje, kur jie tarsi kertasi su istoriniu, elitariu mados namų bagažu.

Viena vertus, yra modeliuotojai, kurie laikomi avangardiniais, kurie tarsi maištauja prieš sistemą, kvestionuodami pamatą, kuriuo vadovaudamiesi dirba įsitvirtinę mados namai, ir vienas iš tokių būdų yra klasikos dekonstravimas, be kita

Panaši situacija šiuo aspektu vyksta drabužių dizaine jau ne pirmą sezoną. Daugelis didžiųjų, gilių istorines tradicijas turinčių ir įsitvirtinusių mados namų, tokių kaip *Chanel*, tradiciškai propaguodami savo kiekvienoje kolekcijoje pasikartojančias vertybes, tam tikrus, būtent tiems mados



26 pav. Vienkartinė *The Lady Dior* Pub („Ledi Dior aludė“) iškaba, kuri buvo atidaryta prieš 2017 m. kruizinės kolekcijos pristatymą Anglijoje, Oksfordshire.

ko, pasireiškiantis ir paprastų, kasdieniškų objektų inkorporavimu. Kita vertus, įsitvirtinę mados namai taip pat žaidžia šį žaidimą, iškart integruodami ir adaptuodami tą tariamą pasipriešino formą į savo kolekcijas ir paversdami tai dar viena, pilną nešančia preke. Toks pasipriešinimas sistemai nėra tikras, o tik apsimestinis, nes sistema iš tiesų su savimi nekovoja.

Atstovaudami dideliems koncernams, *Chanel* ar *Dior* mados namai atstovauja sistemai, o tokią jų taktiką galima įvardyti kaip tramdymo taktiką¹¹⁵. Jie panaudoja tas taktikas, kurias seniau naudodavo *kairiosios* krypties modeliuotojai. Tarkime, nekonkuruodami su itin brangiais, įsitvirtinusių mados namų siūlomais aksesuarais, jie siūlydavo alternatyvius, dažnai iš kasdienybės paimtus variantus. Dabar tokius variantus jau siūlo „galingieji“. Kitas pavyzdys:, anksčiau *Chanel* mados namams atstovaudavo klasikinio grožio manekenės, o kairioji pakraipa galėjo ginti ir parodyti, jog ir netradicinis grožis gali būti gražus. Dabar *Chanel* monopolizuoja ir tai. Tai, kas seniau buvo priskiriama subkultūroms, pvz., auskarai netradicinėse vietose ar fluorescencinių, nenatūralių spalvų plaukai, dabar tampa neatsiejama *Chanel* ar kitų itin gilią tradicijas turinčių mados namų kūrybos dalimi, tarsi „vizitine kortele“. Su šia tendencija vyksta ir tam tikras spalvų išlaisvinimas, apie kurį kalbėjo Baudrillard'as. Jeigu anksčiau buvo vengiama grynų, ryškių spalvų, kaip tiesioginių aistros, instinkto išraiškos¹¹⁶, tai dabar jos jau pasirenkamos sąmoningai. Anksčiau *Chanel* ar *Dior* kolekcijose dominuodavo juoda ir balta, kūno, pastelinės, švelnios spalvos, o dabar vis dažniau atsiranda ryški rožinė, geltona, įvairūs lakuoti, blizgantys paviršiai, anksčiau tarsi ir nebūdingi šių mados namų stilistikai.

Taigi, įsitvirtinę mados namai, norėdami išlaikyti savo aktualumą ir stiprią poziciją mados lauke, ieško vis naujų kūrybos būdų. Tai darydami jie žengia į teritoriją, tradiciškai laikomą jų antiteze. Stengdamiesi išlikti populiarūs, jie turi „apeliuoti į tai, kas visiems bendra, neigti socialinius skirtumus“¹¹⁷, jau nebegali laikytis savo prigimtinio elitiškumo. Šiuolaikinio neoliberalaus pasaulio kontekste toks žaidimas su masine kultūra jiems yra naudingas, nes paradoksaliai kontrastingoje prekybcentrio aplinkoje išryškėja tradiciniai ir klasikiniai jų įkūrėjams būdingi elementai.

¹¹⁵ John Fiske, *op. cit.*, p. 31.

¹¹⁶ Jean Baudrillard, *The System of Objects*, p. 34.

¹¹⁷ *Ibid.*, p. 34.

Toks istorinių ir šiuolaikinių elementų derinimas, kaip ir žaidimas sugretinant tai, kas aukšta, elitiška, ir tai, kas kasdieniška, populiaru, buvo vienas iš pagrindinių postmodernizmo bruožų. Šis bruožas yra itin palankus istorines tradicijas turintiems mados namams, kadangi toks istorinių detalių naudojimas yra tikras, t. y. istorinės (archyvinės) medžiagos, su kuria siejamas būtent tų mados namų identitetas, naudojimas ir jų jungtis su šiuolaikine, dažnai masinės kultūros paveikta kasdienybe, tarsi rodo tam tikrą stiliaus (bet ne kainų) liberalėjimą. Aišku, svarbu nepamiršti ir to, jog *Chanel* savo laiku buvo itin progresyvūs mados namai, daugeliu aspektų liberalizavę moterų aprangą, pvz., *Chanel* sukurti drabužiai buvo tokie, kuriuos moterys galėdavo apsivilkti pačios, be pašalinių pagalbos¹¹⁸. *Chanel* į mados žodyną įvedė dabar jau, atrodytų, nebepakeičiamą, o XX a. pradžioje laikytą naujiena džersį, arba trikotažą. Pirmoji pradėjo siūlyti tiesaus, vyriško ar berniokiško silueto drabužius, daug eksperimentavo su juvelyrika, šalia tikrų deimantų pradėjo naudoti ir netikrus akmenis.

Toks žaidimas kontrastais padeda iš naujo aktualizuoti klasikinį tvido kostiumėlį. *Chanel* žaidžia daugialypį žaidimą – šių mados namų kūrėjų žvilgsnis kartu ir ironiškas, ir ne. Moteris prekybos centre – kas gali būti kasdieniščiau? (1 pav.) Bet prekybos centras yra ne vien dekoracija – kasdienės prekės – kiaušinių dėklai, pieno pakeliai čia tampa rankinukais, o *Chanel* logotipas meistriškai patalpinamas į tokių prekių užrašus. Kasdienybė čia ne tik scenografija, jos elementai pritaikomi ir pavirsta funkcionalia galanterija.

Viena vertus, toks kolekcijos pristatymas gali būti suvokiamas ir kaip postmodernizmui būdingas pastišas, kadangi kiekvieną kartą pasirenkant ir imituojant itin aiškia, savitą stilistiką turinčią aplinką – prekybos centrą, oro uosto laukiamąjį ar pagrindinę gatvę – demonstracijos metu yra naudojamosi tų erdvių savitumu, pasitelkiant išskirtinius jų bruožus, bet originalas čia tikrai nėra pašiepiamas, kaip kad būtų parodijos atveju. Čia nebėra sugretinama, sumaišoma istorinė ir šiuolaikinė perspektyva, kadangi patys drabužiai yra šiuolaikiški, neatkartojantys istorinių formų, o istoriją turintys simboliai pritaikomi tam, kas yra ultrašiuolaikiška – tai taip pat tam tikra nostalgijos išraiška, kalbanti apie mūsų dabartinį požiūrį į praeityje sukurtą stiliaus ypatybes.

¹¹⁸ Jean Leymarie, *Chanel*, L'officiel moda, p. 112.



27 pav. Moschino 2015 m. pavasario/vasaros kolekcijos pristatymo herojė – lėlė Barbė.

Panašus žaidimas vyksta ir *Moschino* mados namuose. Naujausios jų kolekcijos herojė – lėlė Barbė (27 pav.). Tačiau čia nėra justi negatyvaus požiūrio į moters kūno suprekinimą, taip pat nėra ir parodijuojama, atvirkščiai – čia žaidžiama ir mėgaujamasi. Tarsi teigiama, jog dabar moteris gali pasirinkti vieną iš vaidmenų mados maskarade, o lėlės kaukė – viena iš daugelio variantų.

„Mada yra tapusi populiariosios sąmonės dalimi, o masinės produkcijos dėka ji tapo populiariosios kultūros dalimi“, teigia mados teoretikė Elizabeth Wilson¹¹⁹. Tai puikiai iliustruoja mados industrijos mastą: tai, ką anksčiau darė tik avangardiniai mados namai, ji pajungė sau – tai dabar tiesiog yra madinga. Turėdama dideles pajėgas ir galimybes, ji monopolizuoja įvairiausias maisto apraiškas ir neutralizuoja bet kokią maisto galimybę. Čia vėl galime grįžti prie antrame skyriuje aptarto J. Baudrilard'o Mobijaus mazgo koncepcijos, kad bet kokia dominuojanti valdžia tam, kad išliktų, turi inscenizuoti savo mirtį, kad galėtų pradėti ciklą iš naujo. Mirtis šiuo atveju galėtų būti suvokiama kaip savųjų vertybių tariamas atsisakymas, savo įkūrėjų vertybių paneigimas. Būtent šiuos procesus dabar ir galime matyti vykstančius, atrodytų, klasikinių mados namų „repertuare“.

Vienas iš tokių pavyzdžių galėtų būti *Moschino* mados namų kūrybos koncepcija. Naujausioje jų kolekciijoje yra naudojama *Macdonald's* stilistikos M raidė, taikliai susieta su *Moschino* pirmąja M, taip pat drabužių modeliuose atsiranda ironiški sūrio ir kempiniuko (*spongebob*) paveikslėliai. Kaip teigia pats kolekciją sukūręs naujasis *Moschino* mados direktorius Jeremy Scottas, šioje kolekciijoje jis norėjo „parodyti ir išreikšti savo pagarbą (*Moschino*) mados namams, bet kartu padaryti kažką naujo, pažaisti su mados momentišku. Taip gimė mintis apie *Macdonald* su jo geltona ir žalia spalvomis. Sujungęs aukštąją madą ir greitąjį maistą (*fast food*), gavau *fast-fashion* koncepciją.“

Arba visada tarsi akivaizdžiai dešiniajai pakraipai priklausę *Christian Dior* mados namai, kurių naujausi kvėpalai vadinasi „Grand Bal“ (užuomina apie laikus,

¹¹⁹ E. Wilson, *Adorned in Dreams*, p. 157.

kai buvo gyvas pats mados namų įkūrėjas – Christianas Dioras, o damos siūdindavosi sukneles pūstais sijonais prašmatniems baliams.) Žvelgiant į istorinį šių namų bagažą toks kvėpalų pavadinimas atrodo logiškas, tačiau pūstų, istorizmu dvelkiančių suknelių su korsetais kolekcijose jau žymiai mažiau – naujausiose kolekcijose jų vietą užėmė marškinėliai (37 pav.). Taigi ir šie, atrodytų, vienareikšmiškai dešinėsios pakraipos žaidėjai žaidžia dvigubą žaidimą.

Įdomų dalyką galime matyti ir žvelgdami iš kitos perspektyvos – XXI a. pradžioje tarp brangiausių ir jau pripažintų (dešinėsios pakraipos) mados ženklų atsiranda naujų, kairiosios pakraipos žaidėjų (pvz., jauni modeliuotojai, pasivadinę *Vetements*¹²⁰), kurie, nors ir siūlo išoriškai visiškai priešingą produktą ir estetiką, kainų prasme apeliuoja į tą patį prabangos prekių segmentą. Jų estetika – tai gatvės stiliui artimi, itin kasdieniški, labiau masinei produkcijai įprasti drabužiai – sportiniai kostiumai, T formos marškinėliai, celofaniniai lietpalčiai nuo lietaus ir tie patys suplyšę džinsai bei daugelis kitų drabužių variantų, kurie, viena vertus, patys yra itin kasdieniški (sportiniai kostiumai, o ne proginės vakarinės suknelės ar klasikiniai kostiumėliai), kita vertus, sukonstruoti į gaminius integruojant tam tikrus kasdienes, masinės kultūros daiktus – žiebtuvėlį cigaretėms pridegti (12 pav.), sovietinį palikimą žyminčią plastikinę staltiesę, populiaraus kino filmo plakata ar visiems žinomos kurjerių tarnybos DHL¹²¹ (28 pav.) prekių ženklų pažymėtus marškinėlius.

Paradoksalu, šie, nors paprasti, bet itin brangūs drabužiai yra parduodami šalia iš prabangių audinių pasiūtų klasikinį moteriškumą teigiančių rūbų. Kaip teigia vieno populiaraus tinklaraščio autorė, „suprantu, kad galima išleisti



28 pav. *Vetements* modelis iš 2015 m. rudens/žiemos gatavų drabužių kolekcijos

didžiulę sumą pinigų už drabužius, su kuriais atrodai kaip XVIII a. kilmingasis, nors realybėje dirbi indų plovėju. Bet kam pirkti brangius drabužius, su kuriais atrodysi

¹²⁰ *Vetements* – drabužiai.

¹²¹ DHL – siuntų tarnyba.

kaip indų plovėjas?“¹²² Manau, kad *Vetements* atvejis, viena vertus, gali būti analizuojamas pagal tą patį klasikinį J. Fiske'ės suplėšytų džinsų pavyzdį, kai paprasta kasdienybė yra brangiai parduodama kaip ypatinga prabanga ir savotiška egzotika itin aukštas pajamas turintiems pirkėjams, o ne tiems, kurie ja iš tikrųjų gyvena kasdien. Galbūt ypač suklestėjusį tiek masinės kultūros simbolių apskritai, tiek ir paprastos kasdienybės ženklų atsiradimą drabužių dizaine galima paaiškinti kaip mados tapimą populiariąja kultūra, siūlant tai kaip ypatingą, rafinuotą, ne visiems prieinamą dalyką, kuris ypatingai skamba tikrai ten, kur tokie dalykai nėra paprasta kasdienybė. Čia taip pat galime stebėti tramdomąją sistemos taktiką, minimą J. Fiske'ės suplėšytų džinsų pavyzdyje – turint omenyje, kad didžioji dalis drabužių pardavimo apyvartos yra sugeneruojama būtent orientuojantis į didžiąją masę ir jos skonį, šie savaip adaptuoti ir pritaikyti masinės kultūros simboliai yra integruojami į prabangos prekių gamybos sistemą ir jau pasiūlomi kaip rafinuotas produktas. Kita vertus, *Vetements* savaime yra naujas, jaunų žmonių kuriamas prekės ženklas, o jų kūryboje populiari masinės kultūros simbolika gali būti suprantama tiesiog kaip sąmoningai pasirinkta kalbėjimo priemonė. Toks yra ir neopop atstovo Jeffo Koonso atvejis. Pasak jo paties, į savo „žodyną“ jis sąmoningai įtraukė primityviausius masinės kultūros simbolius tam, kad jo kuriamas menas „kalbėtų žmonėms“¹²³, gyvenantiems reklamos prisodrintame pasaulyje, kuriame masinės kultūros įvaizdžiai sudaro didelę dalį kolektyvinės sąmonės.

¹²² Clothes that make you feel like 18th century royalty while you're washing the dishes in real life, I totally get that. But to wear clothes that make you *feel like you're about to wash dishes*? <http://www.manrepeller.com/2016/03/confession-i-dont-get-vetements.html>

¹²³ Collins, Bradford R. *Pop art*, p. 394.

J. Stallabrassas pabrėžia, kad šiuolaikinis menas yra glaudžiai susijęs su masine kultūra ir kad masinė kultūra iš esmės dominuoja¹²⁴. Autorius teigia, kad vartotojiškumo lygis dabar yra itin aukštas, o jo mechanizmų veikla labai plati, garsi ir visaapimanti. Daugelis prekių dabar yra itin estetizuotos, tai autorius kiek ironiškai įvardija kaip savotišką modernizmo svajonės išsipildymą – gyvenimo ir meno susiliejamą. Autorius pabrėžia, jog po 1990 m. sparčiai besikeičianti ir itin estetizuota produkcija bei ją gaminančios korporacijos įteisino visuotinį tariamą ribų nebuvimą, kuris pats jau tapo labai nuspėjamas. Daugelis reklamų ragina būti originaliems, nebūti tokiems kaip visi, netgi maištauti, bet daugeliu atveju tai irgi yra tapę tam tikra manipuliacija, kaip parduoti prekę.

Be to, kaip pažymi J. Stallabarassas, šiuolaikinis menas atsiriboja nuo bet



29 pav. Vanesos Beecroft performansas Kanye Westo kolekcijos pristatymo dalis

kokio vertinimo, kontroversiškiausiuose darbuose, kuriuose sujungiamos meno ir mados sferos, (pvz., 29 pav., Vanessa Beecroft, Fleury ar Bijl), nėra aišku, kurią pusę palaiko pats menininkas – ar mados industrija ir vartotojiškumas yra smerkiami, ar jais džiaugiamasi?¹²⁵ Panaši situacija yra ir žvelgiant tik į masinės produkcijos simbolius naudojančią mados dizainą – iki galo nėra aišku, ar tame panaudojime yra kritikos ar ne? Pavyzdžiui, menininkės Vanesos Beecroft kuriamas populiariaus JAV atlikėjo Kanye Westo kolekcijos pristatymas (29 pav.). Vis dėlto, pažvelgus giliau

¹²⁴ J. Stallabrass, *Art incorporated*, p. 73.

¹²⁵ J. Stallabrass, *op. cit.*, p. 89.

akivaizdu, kad kritinis aspektas, net jeigu ir būtų, būtų žymiai silpnesnis, o jau vien pats menininko/ės ir populiaraus atlikėjo ar masinės produkcijos prekybos ženklo bendradarbiavimo faktas yra labiau pritariančias¹²⁶, ypač kalbant apie drabužių dizainą, kurio kūrėjų pagrindinis tikslas, kad sukurti drabužiai atsidurtų vartotojų spintose.

Šiais masinės produkcijos dominavimo ir begalinės informacijos internete sklaidos laikais, manau, jos įvaizdžių atsiradimas tiek bendrame meno kontekste, tiek ir drabužių dizainerių kūryboje yra neišvengiamas ir dėsningas. Vis dėlto, šis naudojimas neturėtų būti aklas ar tiesmukas, nes dizainerio kolekcijose visada yra įdomiausia jo interpretacija ir idėja, dėl kurios tas objektas yra panaudotas, o ne pats masinės kultūros objekto atkartojimas savaime. Kita vertus, kalbant apie masinės kultūros objektus (ne drabužius), jų atsiradimas drabužiuose įmanomas tik juos pasiuvus, pagaminus iš audinio (jeigu tai nėra audinio dekoravimas) ar kitaip pritaikius dėvėjimui, kas jau irgi yra interpretacija. Vis dėlto man įdomiausia savitas autoriaus santykis su masinės produkcijos gaminiu ir idėja, kurią norima pasakyti.

Taigi, apibendrinant galima teigti, jog šiuolaikinis mados pasaulis, kuriame pagrindines žaidimo taisykles diktuoja kapitalo valdomi prekių ženklai, tampa itin dinamiškas. Masinės produkcijos įvaizdžiai drabužių dizaine tampa labai dažni, ypač pasikeičia kasdienybės aspekto vaidmuo. Tai, kas anksčiau sudarė tarsi periferinę kūrybinę plotmę, tampa pagrindine: kasdieniai drabužiai tampa vis svarbesne drabužių modeliutojų kūrybos raiškos vieta, net ir tiems prekių ženkams, kuriems tai nebuvo būdinga. Tas pats vyksta ir su masinės kultūros simbolika. Kita vertus, kasdienybės simbolika, sumišusi su masinės produkcijos atvaizdais, toliau stiprina mados, kaip populiariosios kultūros, pozicijas.

¹²⁶ *Ibid.*, p. 90.

1.2. Kasdienybės fenomeno mados dizaine reiškimosi būdai



30 pav. Agnės Kuzmickaitės modelis iš 2008 m. kolekcijos „Tarpusavio priklausomybė“. Modesto Ežerskio nuotrauka.

„Tai buitįs, bet kartu ir būtis. Menas turbūt tai ir padaro – perkelia iš buities į būtį kokį nors šiaudą, ir jeigu tai pavyksta – nesvarbu, koks tas menas, – turbūt yra prasmė kurti. Jeigu tas šiaudas patenka iš tamsaus ploto į kokį nors apšviestą grožio plotą ir staiga pasidaro auksinis, stebuklingas.“¹²⁷

Sigitas Parulskis

Kūryboje arčiausiai „tiesos“ jaučiuosi reikšdama savo idėjas per dalykus, kuriuos pažįstu geriausiai. Tai įvairūs buities daiktai, kurių apstu mano kasdienybėje – kaip tik jie neretai mane įkvepia.

Kasdienybės objektai mano kūryboje pasirodo kaip tam tikrų universalesnių idėjų simboliai (pvz., dėlionės elementas tampa tarpusavio priklausomybės simboliu) (30 pav.). Kasdienius buities objektus, tokius kaip pirkinių maišelis, rūbų pakaba ir pan., aš inkorporuoju į kuriamą drabužį, pasinaudoma tiek tinkama objekto forma, kuri drabužyje pritaikoma kaip funkcionalus elementas (pvz., maišelis naudojamas kaip kišenė) (31 pav.), tiek ir dėl papildomų objekto turimų prasmų, kurios, objektui sąveikaujant su drabužiu ir tampant integralia jo dalimi, gali kilstelėti patį drabužį į erdvinio meno kūrinio statusą, suteikti jam konceptualumo, paversti jį meninės idėjos medija.

Šie mano kūryboje atsiradę kasdieniai elementai, kurių dalis gali būti atėjusi iš masinės kultūros (pvz., tas pats pirkinių maišelis), integruoti į drabužį, viena vertus, tampa populiariosios kultūros dalimi, kita



31 pav. Agnės Kuzmickaitės modelis iš 2006 m. kolekcijos „Shopoholic“. Pauliaus Gasiūno nuotrauka.

¹²⁷ Laimantas Jonušys, *Pokalbiai su Sigitu Parulskiu*, Vilnius, Alma Littera, 2009, p. 48.

vertus, gali ir nebūti masinės kultūros dalis, o tiesiog kasdienybėje atsiradęs žmogaus veiklos padarinys – tarkime, vaiko piešta keverzonė.

Kasdienių objektų integravimas į drabužių aktualus šiuolaikiniame drabužių dizaine, kai mada jau nustoja būti elitinė – didžioji dalis mados industrijos kuriamų produktų yra nuolatos dėvimi, kasdieniai drabužiai, kurių pasiūla turi būti atnaujinama kiekvieną sezoną, o drabužių kūrėjų inspiracijos turi būti generuojamos itin sparčiai. Pastebiu, jog kasdienio gyvenimo elementų integraciją į drabužių dizainą tampa labai dažnu reiškiniu.

Šių dažnai iš populiariosios ir masinės kultūros atėjusių ženklų integracija egzistuoja ir kitoje erdvę aplink žmogaus kūną formuojančioje disciplinoje – architektūroje. Tolesniuose skyriuose, remdamasi architektūros ir drabužių dizaino disciplinų analogija, tyrinėsiu metodus, kuriuos taikant kasdienybės elementai atsiranda drabužiuose.

1.2.1. Mados dizaino ir architektūros ryšys

Mada yra architektūra. Čia viską lemia proporcijos.

*Coco Chanel*¹²⁸



32 pav. Menininkės Lucy Orta „kūno architektūros“ kūrinys

Daugelis mados teoretikų¹²⁹ akcentuoja drabužių dizaino ir architektūros ryšį. Šis ryšys buvo visais amžiais – istoriniais laikais jis buvo itin ryškus ir matomas tiek drabužio ir statinio formoje, tiek konstrukcijose. Drabužius ir statinius dažniausiai jungė bendra estetinė

ideologija. Šiame skyrelyje, remiantis amerikiečių architekto Roberto Venturi XX a.

¹²⁸ <http://daily.artspace.com/post/42510662450/fashion-is-architecture-it-is-a-matter-of> [žiūrėta 2017 05 08].

¹²⁹ Colin Mc Dowell, Bradley Quinn ir kt.

septintojo dešimtmečio architektūrai apibūdinti taikomais *decorated shed* ir *duck* principais, kuriuos išsamiai pristatysiu vėliau, bus aptariama tai, kaip kasdienybės objektai atsiranda drabužių struktūrose XXI a. Nors šie principai buvo suformuluoti XX a., postmodernizmo laikotarpiu, pastebiu, jog pati tų principų logika leidžia jiems būti pritaikomiems šiandieniniams, man aktualiems, drabužių modeliavimo principams. Suprantama, tai nėra vienintelė architektūros srovė, šiandien daranti įtaką drabužių dizaineriams, tiesiog, būdama aktualiausia mano tyrimui, ji labiausiai atskleidžia tuos būdus, kuriais realūs daiktai būna įkurdinami drabužių struktūrose. Bendram konteksto supratimui svarbu aptarti ir kitus architektus, kurių įtaka mados pasaulyje yra jaučiama šiandien.

Reikšminga yra tai, kad drabužio ryšys su architektūra prasmingiausiai atsiskleidžia tuomet, kai į drabužį žiūrima kaip į trimatę konstrukciją, kurios visi rakursai (ne tik priekis ir nugarą, kaip dažnai būna piešiami drabužių konstrukcijos eskizai) yra svarbūs. Vieni reikšmingiausių šių dienų mados kūrėjų Alessandro Michele (*Gucci*) ir Demna Gvasalia (*Balenciaga*) interviu *The New York Times* teigia:

„(...) Kalbant apie drabužius, manau, jie yra pernelyg trimačiai, kad juos būtų galima nupiešti (...).“¹³⁰

Architektūra ir drabužių dizainas, nors jų objektas ir skiriasi, dažnai sprendžia, susiduria su tomis pačiomis problemomis. Aišku, nepaisant visų bendrybių architektūra ir drabužių dizainas skiriasi tuo, kad mados ciklai greitai keičiasi, o statinių gyvavimo laikas itin ilgas. Iš tiesų, patys įdomiausi drabužių sprendimai, savo principais būdami artimi architektūrai, retai tampa masine produkcija ar būna gausiai tiražuojami, tai daugiau vienetiniai, parodoms ar tam tikrai idėjos išraiškai skirti kūriniai.

Aišku, yra ir tokių architektūros teoretikų, kurie šiai mados ir architektūros analogijai prieštarauja, pvz., Charlesas Jenksas¹³¹. Jis teigia: „Mada yra tik tuštybė. (...) Tarp mados ir architektūros nėra jokio ryšio, mada tėra paviršiaus apdangalas“.¹³²

Drabužių dizaino ryšiui su architektūra analizės pradžiai svarbios yra šių dviejų disciplinų analitiko Bradley Quinno suformuluotos išvalgos. Drabužių ryšys su statiniais egzistuoja nuo seniausių laikų ir susilieja pačiose ištakose. Teigiama, kad

¹³⁰ Ištrauka iš interviu su Demna Gvasalia ir Alessandro Michele, *The New York Times*, *These Two Guys Are Changing How We Think About Fashion*, 2016 m. balandžio 11 d.

¹³¹ Bradley Quinn, *The Fashion of Architecture*, NY, USA, Berg publishers, 2003, p. 2.

¹³² “Fashion is all froth(...) It has no real convergence with architecture, it is merely an overlap”, Bradley Quinn, *op. cit.*, p. 9.

pirmieji architektūros objektai buvo iš tekstilės, kaip ir pirmykščiai rūbai¹³³. Tekstilė, apvyniota aplink žmogaus kūną, buvo pirmykštis drabužis, o pritvirtinta prie stabilaus rėmo – pirmykštis architektūros statinys. Abiejų disciplinų svarbiausia funkcija yra formuoti (*enclose*) erdvę aplink žmogų. Teoretikas teigia, jog kai kurie architektai savo požiūriui į architektūrą išreikšti rėmėsi būtent analogija su drabužių dizainu. Tai – Le Corbusier, Hermanas Mutezijas ir Peteris Behrensas¹³⁴, kurių projektavimo logika rėmėsi pastanga apvalyti XIX a. pastatus nuo nereikalingų ornamentų ir dekoracijų, lyginamų su moteriškos aprangos kaspinėliais ir raukinukais¹³⁵. Jų pačių architektūra savo principais buvo artima funkcionaliam vyriškam kostiumui. Architektūros kritikas Siegfriedas Giedionas¹³⁶ modernizmo architektūrą apibrėžia kaip „etinį madingo drabužio teikiamų pagundų atsisakymą“¹³⁷. Madingumo faktorius architektūroje yra dažnai suvokiamas kaip trumpalaikės krypties – tendencijos (*trend*) – sinonimas. XIX a. pabaigos architektūros trūkumu kaip tik buvo laikoma tai, kad ji pernelyg madinga. Vis dėlto, pasak Bradley Quinno, madingumo pateikimas kaip trūkumo ir jo atsisakymas suteikia vienintelę vertybę – leidžia pastatams ilgiau neišėiti iš mados¹³⁸. Taip pat galima sutikti su teoretiko nuomone, kad dauguma pagrindinių architektų sistemingai stengiasi nenaudoti savo statiniuose stilių, medžiagų, kompozicijų ar detalių, kurios gali būti suvokiamos kaip dekoratyvios¹³⁹. Tas pats pasakytina ir apie kai kurias drabužių dizaino kryptis – saugiausia kryptis yra ta, kuri renkasi vyriško kostiumo variacijas, šią kryptį sunkiausia apkaltinti blogu skoniu. „Šiems architektams tai, kas madinga, yra tolygu nuodui, kurio net ir nedidelė dozė yra mirtina.“¹⁴⁰ Vis dėlto atsiribojimo nuo mados tendencija buvo aiškiai sumažėjusi, kai tokie architektai kaip Remas Koolhaasas, Tadao Ando ar Franckas Gehry pradėjo projektuoti pastatus reikšmingiems drabužių mados vardams *Prada*, *Armani* ar *Issey Miyake*¹⁴¹.

¹³³ Bradley Quinn, *op. cit.*, p. 2.

¹³⁴ *Ibid.*

¹³⁵ *Ibid.*

¹³⁶ *Ibid.*, p. 2

¹³⁷ *Ibid.*

¹³⁸ *Ibid.*, p. 4.

¹³⁹ *Ibid.*

¹⁴⁰ *Ibid.*

¹⁴¹ Mano 2016 metų kolekcijoje išbarstytų žaislų-šiukšlių vaizdas taip pat yra atėjęs iš grindų – architektūrinės interjero kanotacijos.

Daugelis postmodernizmo teoretikų¹⁴² kalba apie architektūrą kaip vieną iš svarbiausių sričių, kuriose ėmė reikštis postmoderni estetika. Drabužio ir architektūros ar interjero ryšys egzistuoja ir matomas ne tik postmodernioje, bet ir šiandieninėje estetikoje.

Architektūrą ir rūbų modeliavimą sieja daugelis bendrybių. „Drabužius, kaip odos tęsinį, galime laikyti ir šilumą reguliuojančiu mechanizmu, ir būdu save apibrėžti socialiai. Šiais atžvilgiais drabužis ir būstas yra beveik dvyniai, nors pirmieji yra labiau tiesioginis ir senesnis tęsinys“¹⁴³, rašė Marshallas McLuhanas. Abi sritys kuria trimačius objektus, skirtus žmogui, abiejų sričių objektai neišvengiamai susiję su funkcija. Drabužis, kaip ir statinys, yra atpažįstamas laike ir erdvėje, jame, kaip ir statinyje, atsispindi pažangios technologijos, technikos ypatybės, kultūrinės vertybės, finansiniai ištekliai, politinės nuostatos, gyvenimo būdo pokyčiai.

Žmogaus kūno ir architektūros ryšį akcentavo ir filosofas Jeanas Baudrillard'as, teigęs, kad gyvenamojo namo struktūra gali būti sugretinta su žmogaus kūnu¹⁴⁴. Pasak jo, keičiantis žmonių tarpusavio santykiams ir vaidmenims visuomenėje, keičiasi ir baldų bei interjero specifika¹⁴⁵. Drabužis yra neišvengiamai susijęs su žmogaus kūnu, tad ir požiūrio į žmogaus kūną pokyčiai veikia tradicinius aprangos modelius – jie keičiasi keičiantis tradiciniams lyčių modeliams.

Mados dizainas, kaip ir architektūra, susideda iš daugybės įvairiausių stilių ir jų atmainų, tad ir žymiausi bei ryškiausi architektai ir jų teorijos dažniausiai rasdavo atgarsį ar bendražygius mados pasaulyje. Minimalizmo įkvėpta mada remiasi architekto Le Corbusier teorija ir teiginiu, jog „namas yra mašina gyventi“¹⁴⁶, vis dėlto šią funkcionalumo ir minimalizmo dermę mados dizaino kritikas Colinas McDowellas vertina kaip nepakankamą mados dizainui, prieštaraujančią pačiai mados prigimčiai, kuri remiasi ne tik funkcija, praktiškumu, bet būtent tuo, kas apibūdina drabužių madą – „dekoratyvaus pertekliaus poreikiu“¹⁴⁷.

Architektūros ir drabužių modeliavimo ryšys lėmė tokių mados dizaino srovių, kurios pirmiausia pasireiškė architektūroje – dekonstrukcijos, rekonstrukcijos ir kt.,

¹⁴² Pvz., J. Derrida, F. Jamesonas ir kt.

¹⁴³ Marshall McLuhan, *Kaip suprasti medijas: žmogaus tęsiniai*, Baltos lankos, 2003. Originalas: 1994, p. 125.

¹⁴⁴ J. Baudrillard, *The System of Objects*, p.100.

¹⁴⁵ *Ibid.*, p. 14.

¹⁴⁶ Collin McDowel, *Fashion today*, London: Phaidon Press Limited, 2000 p. 266.

¹⁴⁷ *Ibid.* p.266.

atsiradimą. Vienas iš ryškiausių judėjimų, kuriuose reiškiasi architektūros įtaka, buvo dekonstrukcijos judėjimas madoje. Architektūroje radikaliausios dekonstrukcijos apraiškos įmanomos dėl jos plataus socialinio konteksto, bet ir drabužių modeliavime dekonstrukcija ne tik galima, bet ir yra ne mažiau paveiki. Daugelis dekonstrukcijos idėjų drabužių modeliavime, nors ir pasižymėdamos kiek kitokia specifika, pasireiškia tokiais pat pavidalais, kaip ir architektūroje. Tai – opozicijų „išorė–vidus“ (išvirkščiosios pusės, siūlių demonstravimas), skirties „viršus–apačia“, „forma–bepormiškumas“ panaikinimas. Drabužiams būdingas ir įvykiškumo aspektas. Tai deklaruoja pabrėžtinis neužbaigtumas, iliuzoriškumas, transformacijos¹⁴⁸.

Ryšys, kurį matau tarp architektūros, namų fasadų, sudėtingai suplanuoto miesto ir drabužio struktūros, jos santykio su žmogaus kūnu ir paties mados fenomeno, būdingo daugiausia miestų kultūrai, leidžia man analizuoti įvairius mano pasirinktos specialybės aspektus kasdienybės estetikos kontekste remiantis daugelio mąstytojų, analizavusių architektūrą, įžvalgomis. Miesto architektūra, būdama šiuolaikinio žmogaus kasdienybės epicentre, domino daugelį filosofų ir sociologų – Walterį Benjaminą, Henri Lefebvre'ą, Michelį De Certeau¹⁴⁹, kurių įžvalgos yra naudingos analizuojant drabužių modeliavimo niuansus kasdienybės, kaip kūrybos inspiracijos, kontekste. Drabužių mada, kaip ir šiuolaikinio žmogaus kasdienybė, labiausiai atsiskleidžia mieste. Mieste galime stebėti šiuolaikinės architektūros apraiškas, mieste skleidžiasi ir pasireiškia drabužių mada, mieste tarpsta šiuolaikinio žmogaus kasdienybė.

Architektūros ir drabužių mados ryšį galima įžvelgti ir tyrinėjant interjerą. Filosofas J. Baudrillard'as, apibūdindamas šiuolaikinį interjerą, akcentuoja modulinę baldų sistemą¹⁵⁰, organizuojančią visą žmogaus gyvenimą. Ši analogija galioja ir žmogaus vaidmenims visuomenėje – jie tampa lyg modulinė sistema – mama gali būti dizainere, žmona, teatro kostiumų dailininke ir pan., ir dėl to labiausiai vertinamas tampa tas rūbas, kuris minimalių pastangų dėka gali būti dėvimas nuo ryto iki vakaro, lengvai pritaikomas ir darbui, ir išeigai¹⁵¹.

¹⁴⁸ B. Quinn, *op. cit.*, p. 320.

¹⁴⁹ Ash Amin, Nigel Thrift, *Cities: Reimagining The Urban*, p. 9.

¹⁵⁰ *Ibid.*, p. 46.

¹⁵¹ Pavyzdys galėtų būti daugelio pamėgtos odinės kelnės, pvz. Mados konsultantė Roopal Patel teigia: „Man patinka mano odinės kelnės. Jas galiu dėvėti biure, lėktuve, savaitgaliais bei vakarais. Su žemakulniais jos gerai atrodo kasdieną, o su švarkeliu ir aukštakulniais tinka vakarui.“ Iš Harper's Bazaar, p.142, 2014, Spalis, nr.10.

Taigi, keičiantis gyvenimo būdui, nyksta skirtumai tarp proginės ir kasdienės aprangos, o pagrindinė varomoji jėga tampa kasdieniai nešiojami drabužiai.

Dekonstruktyvumo sąvoka yra siejama su prancūzų filosofu Jacques'o Derrida vardu. Pats žodis „dekonstrukcija“ yra įprastesnis techniniams kontekstams, juo įvardijamas konstrukcijos suardymas. Tačiau filosofiniame kontekste dekonstrukcija anaipol nereiškia tam tikro postmoderniai mąstysenai būdingo metodo. J. Derrida aiškina, kad „dekonstravimas yra klausimas, koks yra pagrindas, ant kurio stovi sukonstruoti dalykai (...)“¹⁵². Dekonstravimas nėra nei analizė, nei kritika, kadangi, išardant kokią nors struktūrą, nesiekama surasti tam tikro pirminio nedalomo pradmens, nes net ir pirminės ištakos galima dekonstruoti. Pačią radikaliausią dekonstrukciją jis manė esant įmanomą architektūroje, kadangi architektūrinė veikla yra glaudžiai susijusi su naujausia technika ir jos galimybėmis, naujomis technologijomis, politiniais sprendimais, ekonomika, kultūros vertybėmis bei gyvenimo būdo pokyčiais¹⁵³.

Dekonstrukcijos idėjomis drabužių dizaine buvo atkreiptas dėmesys būtent į patį drabužį ir jo konstrukciją. Būdamas dekonstrukcijos idėjų taikiniu, drabužis galėjo tapti ne tik dailiu, statusą išreiškiančiu simboliu, bet ir kalbėti apie įvairius bendražmogiškus dalykus – apie viską, apie ką kalba meno kūriniai. Tos kalbos žodynu dabar tapo įvairios nefasadinės drabužio pusės – būtent dekonstrukcijos įsitvirtinimas filosofijoje įvedė į mados „žodyną“ rūbą, kaip tokį, su visomis siūlėmis ir įsiuvais, kurie, anksčiau buvę nematomais konstrukciniais elementais, dabar galėjo tapti atskirais, ne mažiau reikšmingais vizualiais „žaidėjais“. Tai, kas buvo kasdieniška drabužius siuvantiems ir konstruojantiems žmonėms, bet tarsi neturėjo būti matoma ar dominuoti juos dėvintiems, dabar galėjo lygiavertiškai būti matoma. Pirmieji dekonstrukcijos principais madoje dirbti pradėjo aštuntajame dešimtmetyje dizaineriai Yohji Yamamoto ir Rei Kawakubo. Jų naudojama dekonstrukcija drabužiuose rėmėsi grynai estetinė nuostata¹⁵⁴. Mano pasirinktai kasdinių elementų integravimo taktikai apibūdinti svarbios amerikiečių architekto R. Venturi įžvalgos.

Architektūra ir drabužis, turėdami abiemis sritims bendrų bruožų, dažnai tarpusavyje bendradarbiauja ir susijungia tiesiogiai – drabužių mados ir architektūros

¹⁵²V. Rubavičius, *Postmodernusis diskursas: filosofinė hermeneutika, dekonstrukcija, menas*, Vilnius: Kultūros, filosofijos ir meno institutas, 2003.

¹⁵³ V. Rubavičius, *Architektūra postmetafiziniame diskurse*, Urbanistika ir architektūra, 2001, XXV tomas, Nr. 3, p. 113.

¹⁵⁴ Richard Sorger, Jenny Udale, *Fundamentals of fashion design*, p. 96.

tiesioginė jungtis gali būti matoma drabužių prekybos vietose. Nagrinėdami šią temą, galėsime aptarti ir kitą svarbų mados dizaino aspektą – būtent virtualų mados būvį, kuris taip pat labiausiai išplėtotas internetinės prekybos erdvėse – tiek įprastose parduotuvėse, kuriose vyksta prekyba dizainerių kurtais drabužiais, tiek ir tose, kuriose drabužių kūrimas yra demokratiškesnis, t. y. vartotojas pats gali susikurti savo drabužio variantą pagal tam tikrus pateiktus „scenarijus“.

1.2.2. Kasdienybės objektų inkorporavimas ir paviršiaus dekoravimas, postprodukcija ir apropiacija

Analizuojant vizualiąją kasdienybės elementų aprangos dizaine funkciją ir brėžiant paralelę tarp architektūros projektavimo ir drabužių modeliavimo principų, paranku remtis amerikiečių architekto ir teoretiko R. Venturi įžvalgomis, kurios buvo suformuluotos postmodernizmo pradžioje kaip reakcija ankstesnę modernizmo architektūrą ir jos kritika. R. Venturi mintys mano atliekamam kasdienybės, kaip kūrybos inspiracijos, tyrimui yra svarbios tuo, kad jis į savo tyrimų lauką įtraukė kasdienišką (*everyday*) amerikiečių architektūrą, kurią pats architektas vertino kaip itin vertingą meninį stimulą¹⁵⁵. Jis kvestionavo „elito“ skonį atitinkančią modernizmo architektūrą, kaip vertingesnius priešpriešindamas jai iš pažiūros paprastus, bet sudėtingos ir turtingos ornamentinės semantikos statinius. Kita vertus, analizuodamas daugiausiai JAV architektūros specifiką, architektas suformulavo tam tikrus dėsningumus, kurie, man atrodo, itin tinkami mano stebimiems, dabar esantiems mados dizaine dėsningumams tyrinėti. Noriu atkreipti dėmesį, jog R. Venturi principai buvo suformuluoti kaip atsakas būtent moderniajai JAV architektūrai, aš jais remiuosi analizuodama dabartinę, XXI a. pradžios, mados dizaino situaciją, įžvelgdama esamus bendrumus.

Viena vertus, galbūt tai gali būti daroma, nes mados ciklai šiek tiek atsilieka nuo architektūros arba įvairūs mados stiliai dažniausiai gyvuoja greta. F. Jamesonas teigia, kad dažnai „žmogiškieji subjektai, patekę į šią naują erdvę, nespėja su jos raida; vyksta objekto mutacija, bet jos dar nelydi atitinkama subjekto mutacija

¹⁵⁵ Philip Jodidio, „*Contemporary american architects*“, Koln: Taschen, 1993, p. 164.

(...)“¹⁵⁶. Pagavos priemonių, reikiamų šiai naujai erdvei suvokti, neturėjimą autorius aiškina tuo, kad mūsų suvokimo įpročiai didžiąja dalimi buvo išugdyti ankstesnėje, aukštojo modernizmo erdvėje. Todėl, pasak F. Jamesono, naujojo tipo architektūra savotiškai tampa „imperatyvu išsiugdyti naujus organus“, plėsti savo sensorikos ribas¹⁵⁷.

Kalbėdamas apie savo laiko architektūrą, R. Venturi analizavo bendrus erdvinio mąstymo ir komponavimo principus, kuriais daugeliu atveju remiamasi mane dominančiu drabužių dizaino atveju, kai įvairiais pavidalais integruojami skirtingi kasdienybės daiktai. Nors jo mintys yra labai konkrečios ir skirtos būtent tam laikotarpiui, architekto minimi principai gali būti apibendrinami. Kitas aspektas yra tas, kad lygindamas modernizmą ir postmoderną, R. Venturi sprendžia vieną iš svarbių estetinių problemų, kurias įvardija ir B. Quinnas ir kurios yra visada svarbios vertinant drabužių dizainą. Tai – architektūros santykis su įvairiomis dekoracijomis, ornamentais ir pan, kas, kalbant apie drabužius, yra įvardijama kaip raukinukai ir kaspinėliai. Būtent šių „blogybių“ atsisakymu rėmėsi Bauhauso ir Le Corbusier ideologija, lėmusi modernizmą architektūroje. R. Venturi parodo tam tikrą šios krypties aspektą, kad stengiantis atsisakyti nereikalingų dekoracijų pastatas tampa viena didele dekoracija. Šių problemų dažnai pasitaiko ir mados dizaino estetikoje, kai diskutuojama apie dekoratyvumo ir minimalizmo vertę. Kitas svarbus aspektas, dėl ko R. Venturi yra svarbus mano tyrimui, – tas, kad XXI a. pirmaisiais dešimtmečiais mados dizaineriai ypatingą dėmesį skiria praėjusio amžiaus paskutiniais dešimtmečiais vykusiems procesams, o kuriant drabužius naudojamas konstrukcinis pagrindas dažnai labai panašus į strategijas, atrastas praėjusio amžiaus septintajame ar aštuntajame dešimtmečiuose – tai tos pačios dekonstrukcijos, rekonstrukcijos, konceptualizmo bei popmenui artimos strategijos. Viena vertus, tai gali būti suprantama kaip logiškas mados ciklą pasikartojimas, kita vertus, tai parodo neišblėsusį praėjusio amžiaus septintajame ir aštuntajame dešimtmečiuose atsiradusių idėjų aktualumą.

Šie procesai siejasi su tuo, ką Fredericas Jamesonas įvardijo kaip nostalgijos madą¹⁵⁸, kai šiuolaikinių kūrinių meninei kalbai pasirenkama netolimos istorijos

¹⁵⁶ F. Jameson, *op. cit.*, p. 25.

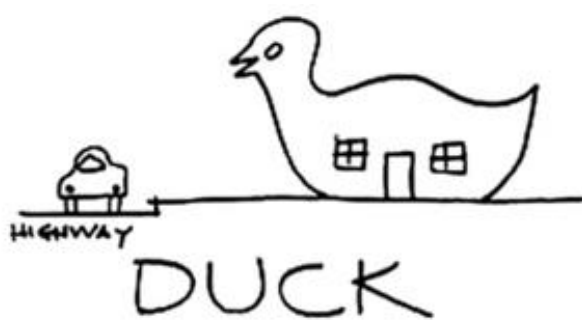
¹⁵⁷ *Ibid.*, p. 26.

¹⁵⁸ Frederic Jameson, *op. cit.*, p. 24.

nuoroda, kadangi dar per sudėtinga ar nebemokama apibrėžti savo pačių dabarties¹⁵⁹. Įdomu yra tai, kad tokių nuorodų į praeities istorinius stilius negalime priskirti ir istorizmo žanrui, kurio atstovai šiuolaikinių drabužių kūrybine inspiracija pasirenka vieną ar kitą praeities meninį stilių (apie tai bus kalbama paskutiniame šio rašto darbo skyriuje). Tokio pobūdžio nostalgiški drabužių dizaino kūriniai kalba ne apie tą pasirinktą istorinį laikotarpį (šiuo atveju XX amžiaus septintąjį, aštuntąjį dešimtmečius) bet apie mūsų dabartinį laiką ir apie tai, kaip mes suvokiame to laikotarpio kultūrinius stereotipus¹⁶⁰. Naudodami buvusių stilių kalbą, bando apibrėžti dabartį.

R. Venturi, kalbėdamas apie architektūrą ir lygindamas modernizmo ir

postmoderno požiūrius, išskiria du pagrindinius statinių tipus, kuriuos jis įvardijo kaip *decorated shed* (dekoruota pašiūrė) ir *duck* (antis) (33 pav.).



33 pav. Duck ir decorated shed – iš R.Venturi *Learning from Las Vegas*

didele dekoro detale (35 pav.).

Sugretinus šiuos du apibūdinimus, galima išskirti du drabužių dizaino metodus:

Decorated shed gali būti įvardijama kaip paprastos, neįmantrios, funkcijas atliekančios konstrukcijos statinys (drabužis), dekoruotas iškabomis arba užrašais (aplikacijomis), turinčiais ir informacinę, ir dekoratyvią – gebančią patraukti dėmesį, funkciją (34 pav.).

Duck apibūdinimas tinka, kai svarbiausia inovatyvi pastato (drabužio) forma. Tokia dažnai sudėtinga forma pati tampa tarsi

¹⁵⁹ *Ibid.*

¹⁶⁰ *Ibid.*, 25 p.



34 pav. Modelis iš Vetements 2016 m. rudens–žiemos pret-a-porter drabužių kolekcijos;

a) gana paprastos, nuo žmogaus kūno proporcijų nenutolusios drabužio struktūros paviršiaus dekoravimą, pvz., įvairiomis aplikacijomis ar kitais dekoro elementais (34, 36 pav.), kaip antai įprasti T formos marškinėliai, dekoruoti užrašu (šiuo atveju dekonstruotas užrašas „Antwerpen“).

b) drabužio konstrukcija, nutolusi nuo žmogaus kūno linijų, galinti atkartoti kažkokį realiai egzistuojantį daiktą; dažnai tik tai, kad ta konstrukcija yra dėvima, leidžia ją apibūdinti kaip drabužį (35 pav.). Viktor&Rolf suknelė-paveikslas – dėvima rėmo ir audinio konstrukcija.

Viena iš pagrindinių priežasčių, lėmusi didelių reklaminių iškabų, kaip tam tikro dekoro, atsiradimą architektūroje, yra ta, kad keitėsi architektūros samprata: anksčiau architektūra buvo

suvokiama tik kaip erdvę konstruojantis menas, o pastaraisiais dešimtmečiais, sparčiai plečiantis miestams, didėjant automobilių greičiams, jai tenka ir kita, ne mažiau svarbi informacinė funkcija, padedanti orientotis erdvėje¹⁶¹. Panaši situacija yra ir su drabužiais,



35 pav. Viktor&Rolf modelis iš 2015 m. rudens–žiemos haute couture kolekcijos



36 pav. Modelis iš Vetements 2016 m. rudens–žiemos pret-a-porter drabužių kolekcijos

¹⁶¹ Robert Venturi, Denise Scott Brown, Steven Izenour, *Leaving From Las Vegas*, p. 131.

margintais įvairiais užrašais arba logotipais, kurių pagrindinė funkcija yra dėmesio pritraukimo, informacinė arba konceptuali, kai drabužis yra ne tik dėvimas, bet ir „skaitomas“. Ši ant drabužių pateikiama informacija gali būti labai įvairi – nuo statusą reiškiančių logotipų iki įvairius šūkius ar idėjas reiškiančių užrašų. Ši informacija žiūrovą veikia įvairiai – ji gali būti naudojama kaip vizualus efektas, pasirenkant ypatingą šriftą, kuris veikia asociatyviai, net ir nesigilinant ar nesuprantant (jeigu



37 pav. Christian Dior, „We should all be feminist“, modelis iš 2017 m. pavasario–vasaros kolekcijos

užrašas yra kita kalba) pačios žinutės, gali būti ir kitaip – susikoncentruojant tiesiog į patį pranešimą, jo turinį, neteikiant šriftui ypatingos prasmės (37 pav.).

Kaip aiškina R. Venturi, dekoru elementai *decorated shed* statinyje dažnai būna išdėstyti pagal konstrukcines jungtis – panašiai yra ir drabužio dekore: įvairūs papuošimai išsidėsto aplink apykaklę, rankoves ar kitą konstruktyviai svarbią zoną. Toks iš pirmo žvilgsnio tradicinis modeliavimo būdas reiškiasi naujos konstrukcijos formavimui priešingais metodais – įvairių įprastų funkcionalių elementų, proporcijų (būdingas ir popmeno bruožas) ar konteksto pakeitimu, pvz.,

individualių namų tipo langus naudojant industriniams pastatams, taip pat naudojant įvairius šriftus, dažniausiai reikalingus informacinėms pastato reikmėms tenkinti. Kadangi rūbuose tarsi nėra būtinybės kažką akivaizdžiai įvardyti šriftu (kaip, pvz., namo numeris ar gatvės pavadinimas), čia šriftai ir įvairūs užrašai turi grynai dekoratyvią ar informacinę – statuso reikšmę (pvz., dideli logotipai). Kita vertus, ant kiekvieno drabužio turi būti nurodyta dydis, priežiūros ir kilmės, t. y. gamybos vietos, informacija. Šie užrašai taip pat kartais yra iškeliami į paviršių, pavyzdžiui priežiūros etiketės simbolika pateikiama kaip dekoru elementas (38 pav.).



38 pav. „Dry clean only” marškinėliai iš ukrainiečių dizainerių dueto Chakshyn kolekcijos

Drabužius

modeliuojant tokiu
decorated shed būdu,
naudojamasi klasikiniiais
komponentais ir nekuriama
iš *principo* naujų formų,
konstrukcijų ant žmogaus
kūno – žaidžiama įvairiai
improvizuojant ir
perkomponuojant įprastas

konstrukcijas, per daug nenutolstant nuo realių žmogaus kūno proporcijų (39 pav.).

Vedant analogiją tarp R. Venturi vartojamo *duck* termino architektūroje ir drabužių dizaino, galima kalbėti apie atvejus, kai į drabužio konstrukciją integruojami iš audinio pasiūti įvairių realiai egzistuojančių daiktų konstrukciniai atitikmenys. Tokio konstravimo metodo atveju svarbu, kad objekto inkorporavimas nevirstų tiesiogine objekto iliustracija, drabužis netaptų karnavaliniu kostiumu, pvz., žmogus – dėžė,

(nebent kostiumo paskirtis ir būtų karnavalinė).

Visada turėtų būti matoma dizainerio interpretacija ir adaptacija žmogaus kūnui, dizainerio požiūris – juk keičiant esamą drabužio formą ne bet kokį daiktą renkamasi inkorporuoti. Kiekvienas daiktas pasirenkamas dėl tam tikrų priežasčių, tarkime, rankinukas tampa knyga dėl knygos ir rankinuko formų panašumo (abu gali būti stačiakampiai) bei dėl papildomų integruojamo daikto reikšmių.



39 pav. Modelis iš Agnės Kuzmickaitės 2006 m. kolekcijos. Visvaldo Morkevičiaus nuotrauka.

Taikant tokį dizaino metodą siekiama, kad kiekviena linija ar siūlė turėtų paaikškinimą, nebūtų atsitiktinių elementų, o tokie argumentai, kaip „tiesiog gražu“ šiuo atveju negalioja. Daiktai drabužiuose, pakeičiant jų mastelį, dažnai organiškai atsiranda kaip detalės ar aksesuarai, pvz., saga kaip sumažintas pieštukas arba kišenė – maišelis, rankinukas – knyga, sagė – drugelis ir kt. (40 pav.).

Vienas iš objektų inkorporavimo į drabužį bruožų, atskiriant pasirinktą daiktą nuo jo įprastos lokacijos, pasireiškia tiek pakeistu

masteliu, tiek pakitusiu kontekstu. Taip drabužių mada priartėja prie šiuolaikinio meno – šie principai yra pagrindiniai ir popmeno bruožai. Su tokia nuostata dirbantys dizaineriai remiasi principu – nekurti naujų formų, o naudotis gausiu jau sukurtų formų arsenalu. Vis dėlto toks modeliavimo būdas yra neatsiejamas nuo konceptualios nuostatos, kadangi objekto pasirinkimą visada lemia tam tikri idėjiniai ir estetiniai motyvai.

Paradoksalu, kad R. Venturi *decorated shed* modeliavimo būdą įvardija kaip progresyvesnį, technologiškai teisingesnį ir logiškesnį, palyginti su naujų, nuo kūno nutolusių formų kūrimu – tai yra finansiškai nuostolinga ir apskritai nelabai turi kitokios prasmės, kaip patenkinti architekto (dizainerio) ambiciją. (Juk tokių drabužių niekas nedėvi.)¹⁶² Tai ir rodo esminę drabužio ir architektūros skirtį – architektūra tarnauja kūnui, bet neturi prisitaikyti prie jo formų.

R. Venturi teorija buvo sukurta postmodernizmo laikotarpiu, turint omenyje konkrečiai modernizmo architektūrą, kaip atsakas jai. Šiame, XXI amžiuje, kai ir pats postmodernizmas jau yra praeitis, R. Venturi teorija ir įžvalgos man yra tinkami mados dizaino reiškinių analizei. Žinoma, šiuolaikinės *pret-a-porter* (gatavų drabužių) kolekcijos dažniausiai būna sudarytos iš *decorated shed* atitikmenų, inkorporuojant keletą *duck* elementų. Pavyzdžiui, vestuvinei suknelei kolekcijos



40 pav. Modelis iš Agnės Kuzmickaitės kolekcijos „Shopoholic“ 2006 metai, kišenės – pirkinių maišeliai. Pauliaus Gasiūno nuotrauka.

¹⁶² *Ibid.*, p. 140.

kompozicijoje, kalbant architektūros terminais, dažniausiai tenka reikšmingiausias – bažnyčios vaidmuo, konstrukciškai tai reiškia, kad šiame modelyje gali būti sujungta efektinga forma su gausia puošyba (41 pav.).



41 pav. Finalinis modelis iš Agnės Kuzmickaitės 2010 m. kolekcijos „Untitled“. Modesto Ežerskio nuotrauka.

Bažnyčia, pasak R. Venturi, gali turėti tiek *duck*, tiek *decorated shed* bruožų. Taigi, pasak R. Venturi, išeina, jog progresyvumas ir avangardas dabar gali būti siejami ne tik su kairiąja pakraipa, siekiančia naujų išraiškos formų, kaip tvirtino Bourdieu. Dabartinėje situacijoje šios griežtos opozicijos yra beveik išnykusios, ir modeliuotojai vienoje kolekciijoje sujungia

ir kairiosios, ir dešinėsios pakraipų bruožus. Pagrindinė bazinė kolekcijos dalis konstruojama pagal žmogaus kūnui artimas bazinių iškarpų konstrukcijas (*decorated shed*), dekoruojant jas įvairiais vizualiais elementais bei inkorporuojant į kolekciją keletą modelių, kuriuos R. Venturi vadina *duck* (antis). Drabužių kolekcijose tokie teatrališki modeliai naudojami kaip masalas spaudai, žiniasklaidai ir fotografams – jie būtent ir įkūnija didžiąją dalį kolekcijos koncepcijos, efektingai atrodo fotosesijose. Tuo tarpu visa „komercinė programa“ išdėstoma per visą kolekcijos pristatymą ir būna sudaryta iš drabužių, per daug nenutolstančių nuo bazinių iškarpų arba sukurtų sujungiant tas iškarpas su naujomis formomis ir gaunant tam tikrą tarpinį variantą.

Šrifto ir įvairių užrašų drabužių dizaine atsiradimas taip pat gali būti siejamas su konceptualiojo meno pradžia, dadaizmu ir siurrealizmu¹⁶³ – tai yra būtent ta meno kūriniiui būdinga savybė, kad į jį gali būti ne tik žiūrima, jis gali būti ir skaitomas.

Kitas būdas, kuriuo kasdienybės fenomeno atspindžiai pasireiškia drabužių dizaine, yra audinio, iš kurio konstruojamas rūbas, paviršiaus dekoravimas kasdienybėje pasitaikančiais įvaizdžiais (42 pav.).

¹⁶³ Paul Wood, *Movements in Modern Art: Conceptual Art*, p. 14.



42 pav. Modelis iš Agnės Kuzmickaitės 2015 m. kolekcijos. Audinio marginimo pagrindas – vaikiškas neartikuluotas piešinys – „makaliūzė“. Visvaldo Morkevičiaus nuotrauka.

Audinių paviršiaus dekoravimas yra itin svarbus šiuolaikiniame mados pasaulyje. XXI a., atsiradus skaitmeninei audinių marginimo galimybei¹⁶⁴, esant didžiuliam technologiniam potencialui ir itin sumažėjus gamybos sąnaudoms, konstrukcijos paprastinamos ir universalėja. Didelė reikšmė tenka pačiam audinio marginimui, raštui, kuris ir atlieka pagrindinę drabužio, kaip konceptualaus dizaino kūrinio, „žinutės“ funkciją. Itin svarbus technologinis perėjimas nuo mechaniškai atliekamos šilkografijos prie skaitmeninio marginimo, kuris leidžia dizaineriams

įgyvendinti sudėtingas spalvų ir raštų dermes¹⁶⁵. Audinio paviršiaus dekoravimas būna labai įvairus, dažnai dizaineriai netgi formuoja savo, kaip kūrėjo, identitetą naudodami vien audinio marginimą.

Viena iš priežasčių, lėmusių itin didelio



43 pav. Dizainerės Mary Katrantzou modelis iš 2012–2013 m. rudens–žiemos kolekcijos

paviršiaus dekoravimo atsiradimą ir išpopuliarėjimą, gali būti susijusi su tuo, kad daugeliu atvejų konceptualiojo meno dokumentavimo muziejams ir meno institucijoms priemonė buvo

¹⁶⁴ Marnie Fogg, *Modern Fashion Explained*, p. 100.

¹⁶⁵ *Ibid.*, p. 100.

dokumentinė fotografija¹⁶⁶. Būdamą tiesiogiai susijusi su konceptualių menu, fotografija tapo svarbi ir drabužių dizaine – būtent kaip tinkamas būdas perteikti norimą realybės vaizdinį, kuris technologijų dėka gali būti integruotas į drabužį. Ant drabužio atsiradusi nuotrauka įgyja galimybę sąveikauti su žmogaus kūnu. Tokiame santykyje susiformuoja tikimybė gimti įvairioms prasmėms, tuo pat metu neapkraunant drabužio konstrukcijos. Čia svarbu paminėti ir kitą aspektą. Konceptualiam menui išlaisvinus menininką nuo priklausomybės nuo amato, konceptualumo suteikiantys atvaizdai (fotografijos) pradėti naudoti ant labai gilių drabužių siuvimo amato žinių nereikalaujančių gaminių. Analizuojant kolekcijų pristatymus, fotosesijų nuotraukas ar apskritai paviršiaus dekoravimo metodą



44 pav. Latvijos dizainerių dueto Mareunrol's žemėlapių vaizdinio įkvėpta kolekcija

taikančių dizainerių kūrybą, atkreiptinas dėmesys, kad vis dėlto dažniau tokia strategija yra pasirenkama, kai kuriami ne itin sudėtingos konstrukcijos drabužiai, taigi vaizdas su ja nekonkuruoja, nors, žinoma, galime rasti ir išimčių. Pvz., britų–graikų dizainerė Marie Katranzou kolekcijose

visuomet naudoja skaitmeniniu būdu margintus audinius, kurie sudėtingoje drabužio konstrukcijoje būna komponuojami specialiu, nuo konkrečios idėjos priklausančiu būdu, taip sukuriant naujas prasmes, bet pačiam drabužiui išliekant visiškai funkcionaliam (pav. 43).

Objektų atvaizdus, kaip konceptualaus drabužių dekoravimo, tam tikros žinutės perteikimo priemonę, naudoja

dizaineriai, nesiekiantys kurti naujų raštų, simbolių. Dizaineriai dažniausiai tai daro rinkdamiesi kažką iš jiems aktualių kasdienių elementų ir atsižvelgdami į to kasdienio elemento savaiminį, ne sukurtą, bet jau *a priori* turimą raštą. Pavyzdžiui, žemėlapių motyvas turi jau savaime būdingą linijų žaismą, kuris gali būti vizualiai paveikus net

¹⁶⁶ Osborne Peter, *Conceptual Art*, p. 240.

ir atsiejant jį nuo jo integralios informacinės, orientavimuisi skirtos funkcijos (44 pav.).

Taigi, paviršiaus dekoras pasirinktais realiai egzistuojančių dalykų sandaros vaizdais veikia dvejopai – kuria tam tikrą prasminę nuorodą į realiai vaizduojamą daiktą su jo simbolinėmis reikšmėmis ir turi raštą, kuris vizualiai veikia net ir būdamas atsietas nuo savo tiesioginės funkcijos.

Vienas iš pagrindinių popmeno principų yra įprasto, kasdienio objekto perkėlimas į kitą kontekstą, mastelio pakeitimas:

„(...) pakeičiant gerai pažįstamo, įprasto elemento mastelį ar kontekstą galima sukurti neįprastas reikšmes. Popmenininkai naudojo neįprastas kasdinių objektų jungtis intensyviems ir ryškiems senų ir naujų asociacijų žaidimams, ignoruodami kasdienę konteksto ir prasmės priklausomybę, sukurdami naujas XX a. kultūrinių artefaktų interpretacijas. Kai tai, kas pažįstama, būna parodoma kažkiek kitaip, tai įgauna keistos ir iškalbingos prasmės.(...).“¹⁶⁷

Pastebiu, jog kasdienybės objektai drabužių struktūrose atsiranda įvairiais, dažniausiai architektūrai artimais būdais. Itin tinkami yra postmodernizmo laikotarpiui būdingi Roberto Venturi suformuluoti architektūriniai metodai. R. Venturi analizuoja ir tiria aštuntojo dešimtmečio JAV architektūrą, tad šiuolaikinių drabužių dizaino struktūrų panašus konstrukcinis pagrindas gali būti siejamas su šiuo jau praėjusiu dešimtmečiu dėl to, ką F. Jamesonas yra įvardijęs kaip nostalgiją. Tokiu būdu ir vėl patvirtinama ta pati mintis, kad drabužių dizaine laiko suvokimas ir atspindys yra formuojamas praėjusiems dešimtmečiams būdingais metodais, taip parodant tam tikrą nesugebėjimą realiu metu reflektuoti savojo laiko. Taip galima paaiškinti ir dabartinius drabužių dizaino procesus, kurie yra artimi popmeniui – būtent tai pirminei *neopop* srovei, kurios atspindžiai šių dienų dizaine gali būti interpretuojami kaip nostalgija.

Šie Roberto Venturi įvardinti principai leidžiasi būti palyginami su šiuolaikiškesnėmis, būtent nuo 1990 metų stebimomis, menotyrimo ir parodų kuratoriaus Nicolas Bourriaud įvardijamomis meno kūrimo praktikomis – būtent – postprodukcija ir apropiacija.

¹⁶⁷ R. Venturi, *op. cit.*, p. 130. “(...) But it can also come through an adjusting of the scale or context of familiar and conventional elements to produce unusual meanings. Pop artists used unusual juxtapositions of everyday objects in tense and vivid plays between old and new associations to flout the everyday interdependence of context and meaning, giving us new interpretation of twentieth-century cultural artifacts. The familiar that is a little off has a strange and revealing power. (...)”

Menotyrininkas ir kuratorius N. Bourriaud išskiria dvi kūrybines menininkų kryptis: vienų kūryba remiasi jau sukurtais daiktais ar kūriniais, o kiti kuria pirminį meno kūrinį – *ex nihilo*. Šioms dviem kryptims jis pritaiko Karlo Marxo gamybos priemonių apibrėžimą, teigiantį, jog yra natūralios priemonės (pvz., gamta, žemė) ir priemonės, sukurtos civilizacijos, t. y. kitų darbo produktas¹⁶⁸. Šią schemą Bourriaud pritaiko XX a. meno pasauliui, kuriame, kaip jis teigia, pasijautė industrinė revoliucija, tik šiek tiek vėliau. Pirmasis menininkas, panaudojęs kitų sukurtą gaminį – masinės produkcijos objektą – butelių kabyklą ir kapitalistinį gamybos metodą (dirbti kitų darbo „sąskaita“) įnešęs į meno pasaulį, buvo Marcel'is Duchamp'as¹⁶⁹. Būtent jis, pasak teoretiko, pirmasis sujungė meno ir prekybos sritis, leisdamas menininkui laisvai keisti jau sukurtos produkcijos kontekstus. Toks kūrybinis principas sujungia vartojimą ir gamybą (kūrybą), nes vartojimas skatina gamybą. Tik vartojamas produktas tampa tikru, kaip teigė K. Marx'as „[s]uknelė tampa suknele tik kai ji būna dėvima“¹⁷⁰. *Ready-made*'as, pasak autoriaus, įgyvendina lygybę tarp pasirinkimo ir sukūrimo, vartojimo ir gaminimo – tai, pasak autoriaus, sunkiau priimti krikščioniškos ideologijos šalims, labiau vertinančioms pastangas ir sunkų fizinį darbą.¹⁷¹ Remdamasis M. de Certeau, Bourriaud teigia, kad visi žmonės kasdieną vartodami savotiškai kuria. O šiuolaikiniai menininkai yra ypatingi šio principo atstovai. Tokiam kūrybiniam metodui, kuris remiasi jau egzistuojančių kūrinių ar objektų panaudojimu naujai kūrybai autorius vartoja techninį postprodukcijos terminą. Pirmasis postprodukcijos žingsnis yra apropiacija (*appropriation*) – ne pagaminti, sukurti, bet pasirinkti objektą iš jau egzistuojančių ir panaudoti ar modifikuoti jį, atsižvelgiant į poreikį.

Ši teorija yra atpažįstama ir mados dizaine, ji ypač aktuali šios disertacijos kontekste tiriamai mano temai – kasdienybei kaip kūrybos inspiracijai. R. Venturi minimi principai, koncentruojantis į drabužio konstrukciją, gali būti analizuojami mados ir architektūros ryšio kontekste, o N. Bourriaud įvardintos taktikos leidžia mados dizaine atpažinti šiuolaikinio meno kūrimo principus. R. Venturi begalę vairiausių užrašų ant pastatų siejo su atsiradusia jų informacinė funkcija, o Bourriaud akcentuoja interneto ir begalinio nuolatinio informacinio srauto (*overproduction*) bei vaizdinių chaoso šiuolaikinio žmogaus (ir menininko) aplinkoje reikšmę, kaip ir

¹⁶⁸ P. Bourriaud, *Postproduction*, p. 23.

¹⁶⁹ *Ibid.*

¹⁷⁰ N. Bourriaud, *Postproduction*, p. 23.

¹⁷¹ *Ibid.*, p. 24.

realių, jau pagamintų daiktų ir prekių gausą, kuri susilpnina poreikį ir padaro nebeprasmingą kurti dar naujus įvaizdžius ar objektus *ex nihilo*, o veikiau skatina konfigūruoti tai, kas jau yra. Kaip teigia autorius, šiuolaikinis menininkas jau klausia ne „ką mes galime sukurti naujo?“, o „ką mes galime padaryti iš to, ką turime?“¹⁷². Tai paaiškina begalinį įvairiausių įvaizdžių ir užrašų naudojimą (dažniausiai tik paviršiaus dekoravimo principu) ir mados dizaine.

N. Bourriaud tokią šiuolaikinio meno kūrybos praktiką sulygina su DJ naudojamais jau paruoštais muzikiniaiis *sample'ais*, iš kurių komponuojamos naujos kompozicijos. Nekalbant apie patį konstrukcinį drabužių pagrindą, toks gausus įvairiausių įvaizdžių „miksavimas“ itin aiškiai pasireiškia kuriant šiuolaikinį įvaizdį, kuriam būdingas chaotiškumas. Tokį chaotiško vaizdo atsiradimą ir netikėčiausių dermių egzistavimą mene Bourriaud aiškina ir interneto¹⁷³ bei internetinės prekybos suklestėjimu: tokia prekyba, perkeliama analogiją į mados dizainą, viena vertus, atskiria vartotoją nuo prekės fiziniu pavidalu, leidžia atsidarius kelis langus rinktis visai skirtingų stilių ir paskirčių prekes chatiškos žiniasklaidos ir socialinių tinklų *chaoso fone*¹⁷⁴.

Skirtumą tarp aštuntojo ir devintojo dešimtmečio meno Bourriaud parodo įvesdamas *Flea Market*, arba turgaus,¹⁷⁵ terminą, žymintį savotišką blusų turgų, kai vienoje erdvėje yra siūlomi įvairiausi daiktai arba meno kūriniai, kurių paskirtis gali būti visiškai kita, negu jų numatytoji. Pvz., sena siuvimo mašina gali būti naudojama kaip staliukas, senas plakatas – šiuolaikinio interjero akcentas ir etc. Aštuntajame dešimtmetyje buvo svarbus pats apsipirkimas, eksponavimas vitrinose, taisyklingas išdėstymas lentynose, o dabar tai pakeitė perdirbimas ir chaotiškas išdėliojimas (*arrangement*). Šie procesai taip pat matomi ir mados dizaine bei įvaizdžio kūrime. Kuriant įvaizdį konstrukcinės problemos savaime nesprendžiamos (net jeigu tokių ir pasitaiko, jos nėra akcentuojamos), tad Bourriaud aprašomi procesai stilizavimui tinka gal net labiau, kadangi įvairiausių, skirtingų elementų „miksavimas“ čia yra žymiai lengviau įgyvendinamas, dėliojant skirtingus elementus ant žmogaus kūno vienkartinę fotosesijai ar kolekcijos pristatymui, kai tuo tarpu mados dizaine visada svarbus funkcionalumas, savikaina, patvarumas, masinės gamybos galimybė ir kt.¹⁷⁶.

¹⁷² *Ibid.*, p.17.

¹⁷³ *Ibid.*, p.14

¹⁷⁴ *Ibid.*, p.29

¹⁷⁵ *Ibid.*, p.28.

¹⁷⁶ *Ibid.*, p.29

Gal aštuntajame dešimtmetyje ir buvo svarbus vientisas stilius ir daugelio elementų, iš kurių formuojamas įvaizdis, dermė, bet dabar dažnai sąmoningai siekiama chaotiškumo ir eklektikos.

Aišku, skirtingi elementai gretinami ir drabužių dizaine.

Bourriaud teigia, jog skirtingi modernizme susiformavę stiliai dabar yra kaip formų arsenalas ir įrankiai, kuriais galime formuoti naujas dermes, konstruoti naujus meno kūrinius¹⁷⁷.

Postprodukcijos menininkams kūrimas naudojant materialius, civilizacijos pagamintus objektus yra alternatyvių scenarijų kūrimas¹⁷⁸. Per materialius daiktus kapitalistinė visuomenė primeta iš anksto numatytus scenarijus, o pakeisdami jų iš anksto numatytą vartojimo paskirtį menininkai sukuria alternatyvius vartojimo scenarijus ir taip maištauja prieš sistemą.

Autorius pabrėžia, kad tokie kūrybiniai principai kaip citavimas, perdirbimas ir t. t. tikrai nėra naujas dalykas, bet įdomu tai, kad šiuolaikinio meno kontekste jie staiga tampa pagrindiniai¹⁷⁹.

Autorius teigia, kad šiuolaikiniai postprodukcijos menininkai miksuoja konceptualųjį ir popmeną, antiformą ir *junk art* su dizaino, kino, ekonomikos ir industriniais metodais¹⁸⁰. Menotyrininkas teigia, kad šie menininkai, kaip ir anksčiau, siekia atskleisti nematomas ideologinio aparato struktūras¹⁸¹.

Apibendrinant šį skyrių būtų galima teigti, jog XX a. meno, o kartu ir mados, pasaulyje ima dominuoti jau anksčiau atsiradusios, tačiau šiame laikotarpyje itin aktualiomis tapusios, meno praktikos – tokios kaip citavimas ar perdirbimas. Šios praktikos šiuolaikiniame drabužių dizaine reiškiasi tiek postmodernizmo laikotarpiu suformuotais architektūrai būdingais metodais (tokiais kaip objektų inkorporavimas ir paviršiaus dekoravimas), tiek šiuolaikiniam menui įprastais metodais – apropiacija ir postprodukcija.

¹⁷⁷ *Ibid.*, p.43

¹⁷⁸ *Ibid.*, p.46

¹⁷⁹ *Ibid.*, p.9.

¹⁸⁰ *Ibid.*, p.70.

¹⁸¹ *Ibid.*, p.70.

1.2.3. Kasdienybės objektas kaip įvaizdžio kūrimo priemonė

Kaip buvo aptarta ankstesniuose skyriuose, šiuolaikinis mados dizainas dažnai savo išraiškos būdais artėja prie meno. Pateikiant šiuolaikinį drabužių dizainą – įvaizdinėse nuotraukose, reklaminėse fotosesijose, kolekcijų pristatymuose – dažnai



45 pav. Modelis iš Craig Green 2013 m. kolekcijos

galima matyti tokią taktiką: pats drabužis yra dėvimas ir absoliučiai funkcionalus, bet visas informacinis krūvis, kalbantis apie dizainerį įkvėpusią idėją, norimą išreikšti koncepciją, didžiąja dalimi teigiantis jo požiūrį, yra sukuriamas įvaizdžiu (angl. *styling*) – atsiradusia detale, kuri drabužiui nepriklauso, bet kurios buvimas sukuria bendrą, galutinį vaizdą, o patį žmogaus, dėvinčio šį drabužį, įvaizdį kilsteli iki meno kūrinio statuso (45 pav.). Ta pridėtinė įvaizdžio detalė neprivalo būti dėvima, yra lengvai nuimama, dažnai naudojama tik įvaizdinėse nuotraukose ar kolekcijų pristatymo metu.

Tiek gyvai, tiek internetu stebėdama pastarųjų metų kolekcijų pristatymus pastebiu, jog dažnai kolekcijos, inspiruotos konkretaus kasdienybės objekto ar reiškinių, pasižymi tuo, kad objektas bent keliuose modeliuose ar bent jau bendrame įvaizdyje būna inkorporuojamas tiesiogiai taip, kaip jis tikrovėje sąveikauja su drabužiu, pvz., jeigu kolekcija yra inspiruota atidžiai tyrinėjančio žemėlapi žmogaus vaizdo, tuomet ir pats žemėlapis atsiranda galvos aukštyje, juo dengiama galva. Kadangi vienas ant kito sudėtiems žemėlapiams būdingas daugiasluoksniškumas, ši savybė, kuri būdinga ir tinkama drabužiams, atsiras ir gaminyje (46 pav.). Svarbu surasti pačią būdingiausią tiek vaizdinę, tiek ir konstrukcinę inspiruojančio kasdienio daikto, elemento savybę ir, ją perkeltiant į drabužį, surasti tinkamą jos išraišką.



46 pav. Modelis iš Mareunrol's kolekcijos

Man įdomu ir tai, kad daugeliu mano minėtų atvejų stilistinė detalė yra uždedama

būtent ant galvos. Kodėl taip atsitinka? Viena vertus, šį reiškinį galima paaiškinti tuo, kad XXI a. ypač konceptualesnių, kairiosios pakraipos dizainerių darbuose ir jų pateikime yra stengiamasi atsiriboti nuo supermodelių kulto, vengiama tam tikro asmeniškumo ir dėmesio drabužių demonstruojančiam asmeniui – dėmesys turi būti sutelkiamas tik į drabužį ir jo autorių inspiravusią idėją. Nenorima, jog modelio asmenybė

konkuruotų su pristatomu drabužiu, todėl dažnai veidas uždengiamas.

Analizuojant kasdienybės objektus, jų pasirinkimą ir simbolines prasmes, svarbios Jeano Baudrillard'o įžvalgos apie objekto atskyrimą nuo jo tiesioginės funkcijos, apie aistrą objektams, jų kolekcionavimą. Mados pasaulyje vykstantys procesai yra artimi tam tikro pobūdžio daiktų kolekcionavimui, kai daiktai yra vertinami tik kaip gražūs, vertingi specialiam, kolekcininko (šiuo atveju drabužių dizainerio) pasirinktame kontekste (pvz., žmogui, kolekcionuojančiam senovinius mikrofonus, kiekvienas vertingas eksponatas bus gražus nepriklausomai nuo to, ar mikrofonas atliks pagrindinę funkciją – reprodukuos garsą), kartu suteikiant jiems kitą funkciją. Kolekcionavimą J. Baudrillard'as prilygina aistringam žaidimui¹⁸². Šią tendenciją dažnai matome šiuolaikiniame daiktų inkorporavimo į drabužių ir aksesuarų dizainą vyksme. Pvz.,



47 pav. Modelis iš Giles 2010 m. kolekcijos

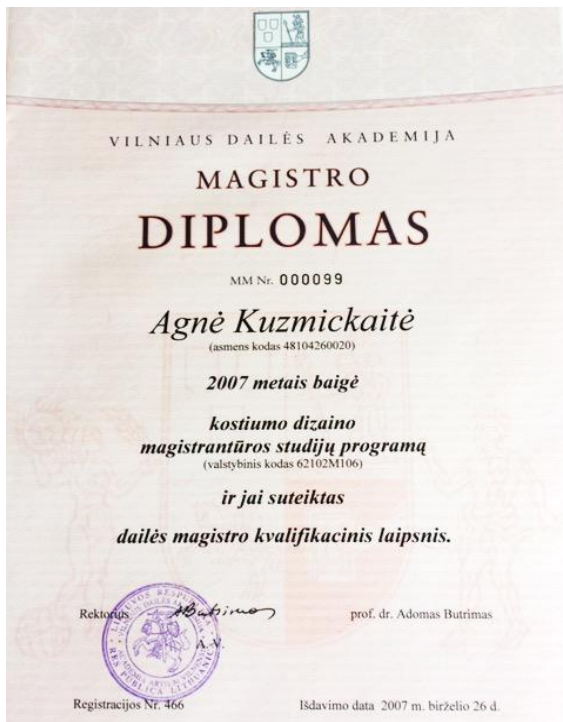
¹⁸² Jean Baudrillard, *The System of Objects*, p. 93.

kai purškiamų dažų balionėlis, kiaušinių dėklas ar mėsos pakuotė yra kaip inspiracija, šie objektai nebėra funkcionalūs, jais tiesiog mėgaujamasi, manipuliuojama jų vizualinėmis asociacijomis, bet ne jų funkcijomis arba jiems suteikiamos naujos, visiškai kitokios funkcijos, pvz., kiaušinių dėklas – rankinukas ir pan. Mados dizainas vėl priartėja prie popmeno, kai gėrimasi pačiomis prekėmis, masinės produkcijos gaminiais¹⁸³, o tai savo ruožtu leidžia įžvelgti F. Jamesono minimą nostalgiją, kadangi popmenas pats savaime jau yra istorija.

¹⁸³ XXI a. atsiradus 3D spausdintuvams, atsiranda ir kitoks požiūris į drabužio dizainą bei konkrečios realybės atspindžius joje. Virtualioje erdvėje konstruojamas drabužis gali būti sudėliotas iš įvairiausių objektų, kurie vėliau yra atspausdinami skaitmeniniu būdu.

II. KASDIENYBĖ DRABUŽIŲ DIZAINE SAVIREFLEKSIJOS POŽIŪRIU

2.1. Mano kasdienybės apibrėžimas



48 pav. Agnės Kuzmickaitės magistro studijų diplomas. A. Kuzmickaitės nuotrauka.

Vilniaus dailės akademijoje magistro studijas baigiau 2007 metais. (48pav.)

Po baigimo didžiąją dalį savo laiko būtent ir skiriu „buvimui“ mados dizainere, arba, remiantis teoretiku Ervingu Goffmanu, mados dizainerės vaidmeniui. Jis pažymi, jog lotynų kalbos žodžio *persona* pirminė reikšmė yra *kaukė*. Pasak filosofo, ši kaukė, arba pagrindinis atliekamas vaidmuo, yra vienas esminių veiksmų, apibrėžiančių (šiuo atveju mano) asmenybę: „ši kaukė reprezentuoja koncepciją, kurią mes apie save formuojame – vaidmenį, su kuriuo

mes siekiame susigyventi, – ši kaukė yra mūsų tikrasis aš, toks, kuriuo norime tapti“¹⁸⁴.

Savo, kaip mados dizainerės, kūrybinės tapatybės bendrame mados pasaulio kontekste nuolatos ieškau. Pastebėjau, kad kūryboje arčiausiai tiesos jaučiuosi reikšdama savo mintis per dalykus, kuriuos pažįstu arba manau pažįstanti geriausiai.

Mano kasdienybė nėra vienalytė. Be mados dizainerės vaidmens, ją sudaro daugybė skirtingų, gretutinių vaidmenų (teatro kostiumų dailininkės, meno doktorantūros studentės, taip pat motinos, žmonos, dukters, sesers... ir t. t.), kurių kiekvienas turi dažnai skirtingą, tik jam būdingą specifiką, savus reikalavimus,

¹⁸⁴ Erving Goffman, *The presentation of self in everyday life*, London: Penguin Books, 1990, p. 30: *this mask represents the conception we have formed of ourselves – the role we are striving to live up to – this mask is our truer self, the self we would like to be.*

scenovaizdį ir rekvizitą, ką Goffmanas yra įvardijęs kaip vaidmens *fasadą*. Asmeninį kiekvieno vaidmens *fasadą* sudaro: „apranga, lytis, amžius, rasinės charakteristikos, ūgis, išvaizda, kalbėsena, veido išraiškos ir t. t. [...], taip pat „scenografija“ – baldai ir kt.“¹⁸⁵. Būtent teisingas vaidmens fasadas padeda atlikti vaidmenį įtikinamai prieš savo auditoriją. (49 pav.)



49 pav. Agnė Kuzmickaitė – drabužių dizainerė. Žurnalo „L’officiel“ viršelis. 2014 m.

Taigi, aš įkvėpimo ieškau pažįstamoje, mane supančioje aplinkoje, kurioje esančius mano dėmesį patraukusius objektus naudoju savo, kaip drabužių modeliotojos, kūryboje. Atliekami skirtingi vaidmenys su skirtingais fasadais daro įtaką mano, kaip kūrėjos, tapatybei. Pastebėjau, kad atliekant kiekvieną iš šių vaidmenų susiklosto situacijos, kuriose mano dėmesį prikausto kiekvienam vaidmeniui būdingi scenovaizdžio elementai. Daiktas, objektas būna nušviečiamas naujos šviesos¹⁸⁶. Tie daiktai nenurodo į „grožį, esantį už jų, jie taip pat netransliuoja jokios atitikties: jie tiesiog pasirodo tam tikru ypatingu intensyvumu, kurio prieš tai aš nebuvo pastebėjęs¹⁸⁷“. Analizuodamas šį fenomeną, Umberto Eco kalba apie epifaniją. Epifaniją jis įvardija kaip „ekstazę, bet ekstazę be Dievo: tai nėra transcendencija, bet dvasia šio pasaulio daiktų – materiali ekstazė“¹⁸⁸. Tie daiktai nėra gamtos kūriniai, tai žmogaus sukurti objektai. Būtent tokių objektų ir akimirklų aš ir ieškau savo kasdienybėje.

Apibrėždama save, kaip dizainerę, ir piešdama savo kūrybinio judėjimo trajektoriją, atsižvelgiu į tai, kas vyksta aplink mane platesniame mados pasaulio žemėlapyje. Ieškodama savo tapatybės ir vaikščiodama po platų drabužių modeliavimo lauką stebiu ir analizuoju šio žemėlapio kelius. Kokie išoriniai bruožai yra reikalingi sėkmingam mados dizaineriui? Ar jie skiriasi atsižvelgiant į kryptį, kuriai modeliotojas priklauso?

Architektas R. Venturi, analizuodamas postmodernios ir modernios architektūros skirtumus, kaip vieną iš modernybės architektų būdingų bruožų įvardija dažnai neigiamą (kritinį) jų (architektų) požiūrį į, pvz., užmiesčio ar priemiesčių

¹⁸⁵ Ibid., p. 33.

¹⁸⁶ Umberto Eco, *On Beauty. History of a western idea*, London: Secker&Warburg, 2004, p. 353.

¹⁸⁷ Ibid.

¹⁸⁸ Ibid., p. 354.

(kaimo) architektūrą, kuri dažnai yra kuriama tiesiog pagal pačių žmonių poreikius ir supratimą. Tokio požiūrio architektai savo pareigą laiko „sutvarkyti“ tai, ką žmonės būna padarę savo aplinkoje pagal savo nuomonę¹⁸⁹. Panaši situacija ir drabužių dizaine – yra įprasta manyti, kad stilisto, dizainerio nuomonė ir skonis gali geriau sutvarkyti kasdienės ar proginės žmonių aprangos „chaosą“.

XX a. besiplečiant medijų¹⁹⁰ vaidmeniui visuomenėje, dėmesio centre atsiduria pati dizainerio asmenybė¹⁹¹. Kaip teigia mados kritikas Collinas McDowell:

„XXI a. pradžioje tampa aišku, kad norėdamas išlaikyti pasaulio susidomėjimą, (mados) dizaineris turi nuveikti daug daugiau negu tik kurti drabužius. Jis turi kurti save tokia forma, kurią žmonės suprastų, priimtų ir kuri juos jaudintų“¹⁹².

Taigi, sėkmingas mados dizaineris – dažniausiai įdomi asmenybė. Paklūstant egzistuojančiam aplinkos spaudimui turinti visada gerai atrodyti, pačiam (-iai) savo išvaizda reprezentuoti savo kūrybą, kuriamą stilių. Fasado aspektas čia tampa itin svarbus. Kaip teigė Roland’as Barthes’as, mados moteris turi būti¹⁹³ „ypač moteriška, absoliučiai jauna, turinti stiprią tapatybę“¹⁹⁴. Dizaineris pats turi reprezentuoti savo prekių ženklą¹⁹⁵.

Kitas svarbus reikalavimas – dizaineris turi sulaukti sėkmės tol, kol yra jaunas. Jaunystė apskritai itin svarbi madai: jos trapumas sukuria jos prestižiškumą¹⁹⁶. Turi mokėti išlikti, atrodyti jaunas ar suprantamas, patrauklus jaunimui. Tinkamas pavyzdys šiuo atveju galėtų būti Karlas Lagerfeldas – būdamas daugiau kaip aštuoniadešimties metų sėkmingai vadovauja ir reprezentuoja pasaulinį prekių ženklą *Chanel*, kuria dizainą kitam prekių ženklui *Fendi*, kartu yra ir jo paties vardo prekių ženklas *Karl Lagerfeld*¹⁹⁷.

¹⁸⁹ Robert Venturi, Denise Scott Brown, Steven Izenour, *Leaving From Las Vegas*, p. 154.

¹⁹⁰ Artūras Tereškinas, *Pop kultūra: jausmų istorijos, kūniški tekstai*, Kaunas: Kitos knygos, 2013, p. 107.

¹⁹¹ Collin McDowell, *Fashion today*, p. 110.

¹⁹² *Ibid.*

¹⁹³ Roland Barthes, *The Fashion System*, Berkely, Los Angeles, London: University of California Press, 1983, p. 260.

¹⁹⁴ *Ibid.*

¹⁹⁵ Mary Gehlhar, *The Fashion Designer Survival Guide*, New York : Kaplan Publishing, 2008, p. 122; “Be Your Brand”.

¹⁹⁶ *Ibid.*, p. 258.

¹⁹⁷ <https://www.businessoffashion.com/community/people/karl-lagerfeld>

Dizainerio sėkmei svarbi ir finansinė išraiška: „faktas, jog mes nenorime, kad mūsų dizaineriai būtų neturtingi“¹⁹⁸. Būtent su šia problema dažnai susiduria *kairiosios* pakraipos atstovai. Čia slypi svarbus drabužių dizaino paradoksas: nesvarbu, ar modeliuotojas yra kairiosios pakraipos, ar dešinėsios, jis turi turėti savo auditoriją, kuri norėtų jo kuriamų rūbų ir būtų pasiruošusi už juos sumokėti didelę sumą. Tai neišvengiamai tampa savotišku pripažinimo rodikliu, nes būdama vienu iš savo laiko ženklų drabužių mada tarsi teigia, jog jos vertę parodo tai, kiek daug žmonių joje atpažįsta save. Aišku, visada tų, kurie atpažįsta pirmieji, yra žymiai mažiau negu tų, kurie nesusimąstydami inertiškai seka paskui daugumą, ir dažnai didieji dešinėsios pakraipos mados namai meistriškai manipuliuoja masėms suprantamais įvaizdžiais, taip išplėsdami savo finansinio kapitalo gavimo lauką. Būtent finansinė nauda gali būti vienas iš reikšmingiausių faktorių, lėmusių didelę populiariosios kultūros integraciją į tai, kas seniau buvo elitinis *Haute Couture*. Kaip teigia Goffmanas, materialinis turtas yra vienas iš stipriausių ženklų, reprezentuojančių statusą¹⁹⁹. Pati mada apskritai tarsi ir nelabai kalba apie finansinį aspektą, ir R. Barthes'o laikais madų žurnaluose rūbų kainos nebuvo akcentuojamos: „(...) aukšta gaminio kaina yra paminima tik tam, kad patvirtintų jo begėdiškumą: piniginės problemos nėra minimos, nebent mada galėtų jas išspręsti (...)“²⁰⁰, o dabar jos dažniausiai jau yra nurodomos, net ir prie conceptualiausios fotosesijos. Taip tarsi parodoma ne solidi daikto kaina, bet, atvirkščiai, jo prieinamumas – tokį daiktą gali įsigyti bet kas, užtenka turėti pakankamai pinigų.

Taigi, tarsi nepabrėžiant finansinio aspekto, mada, vis dėlto yra labai glaudžiai susijusi su verslu. Dizaineris, nesvarbu, kuriai kryptčiai priklausantis, savo įvaizdžiu tarsi turi atspindėti savo prekių ženklą ir kviesti žmones pirkti jo kuriamą stilių arba „dalyvauti globalioje vartojimo utopijoje, kurioje jaunystė, grožis, žavesys, turtas ir laimė – svarbiausios prekės“²⁰¹. Tad mano išvardyti dizainerio vaidmens fasado „privalomi“ bruožai yra labai susiję su mados poreikiu rasti savo vartotoją, pirkėją.

Tai yra keli, nors ir paviršutiniški, bet dažnai akcentuojami sėkmingo mados dizainerio kasdienio fasado bruožai. Aišku, kiekvienas dizaineris nusistato savo

¹⁹⁸ Collin McDowell, *op. cit.*, p. 105.

¹⁹⁹ Erwing Goffman, *op. cit.*, p. 46.

²⁰⁰ Roland Barthes, *op. cit.*, p. 261

²⁰¹ Artūras Tereškinas, *op. cit.*, p. 107.

santykį su fasado reikalavimais. Šio santykio susiformavimui turi įtakos įvairios gyvenimiškos, kasdieniškos aplinkybės. Kaip jau minėjau skyriaus pradžioje, kiekvienas žmogus šalia profesinių turi ir daugelį kitų vaidmenų. Taip ir mados dizaineris iš tiesų nėra tik dizaineris – jis turi paralelinių kitų vaidmenų – yra kažkieno sūnus ar dukra, brolis ar sesuo, tėtis ar mama ir t.nt. Paraleliniai vaidmenys turi didesnę arba mažesnę įtaką pagrindiniam atliekamam vaidmeniui.

2.2. Motinos ir dizainerio vaidmenų sąveika

*Motinystė yra milžiniška dovana. Man ji tolygi stebuklui. Niekada nepamiršiu sakralinio pojūčio, kad esu slenkstis tarp mirties ir gyvenimo. Fiziškai jatau – viena koja esu iš šio pasaulio išėjusi, o į kitą dar neįėjusi. Staiga tampa slenksčiu, per tavo ateina nauja gyvybė. Tu esi durys.*²⁰²

Aš po savo kasdienybę vaikštau vadovaudamasi žemėlapiais, kuriuose kelius brėžia mano atliekami vaidmenys. Pagrindinę mano kelio trajektoriją ilgą laiką lėmė tik drabužių modeliavimas, tačiau 2011 m., kai tapau mama, pastebėjau, jog būtent buvimas mama yra fundamentalus vaidmuo, kuris persmelkia visus kitus atliekamus vaidmenis. Kaip rašė filosofė Julia Kristeva, gimus vaikui, motinos viduje atsiranda tam tikras skausmas:

„Ne sopuliuos gimdoma, o gimdomas sopulys: ji reprezentuoja vaikas, ir nuo šiol jis įsitvirtina visam laikui. Žinoma, Jūs galite užmerkti akis, užspausti akis, skaityti paskaitas, keliauti, tvarkytis namuose, galvoti apie objektus, subjektus. Bet motina visuomet pažymėta skausmo žyme. (...)“²⁰³

Atsiradus vaikui, mamos kasdienybė įgauna ne tik tam tikrą nuolatinį ir nesibaigiantį rūpesčio foną, bet ir konkrečius pavidalus. Dienos ritmas tampa labai konkretus, padiktuotas, pasak Henri Lefebvre'o, vaiko organinių funkcijų²⁰⁴. Vaiko buvimas yra visa apimantis dalykas. Paradoksalu, kad visuomenėje, oficialiai deklaruojančioje meilę vaikams, tam tikros jų buvimo išraiškos ne visada yra viešai

²⁰² Renata Valčik, Po gimdymo traumos – kasdienė menininkės kova už sūnaus gyvenimą, *Moteris*, 2015 m. birželis.

²⁰³ Julia Kristeva, „Stabat Mater“, 501 p.

²⁰⁴ Henri Lefebvre, Clearing The Ground, in: *Documents of Contemporary Art: The Everyday*, edited by Stephen Johnstone, Cambridge, MIT Press, 2008, p. 26.

priimtinos ir kartais reikalauja būti „nuslėptos“, paverstos nepriimtinu faktu, kurio stengiamasi neparodyti, norint sėkmingai atlikti kuriamą vaidmenį²⁰⁵. Ypač tai tampa akivaizdu, kai tam tikra vaiko aplinkos specifika susiduria su kito vaidmens įsivaizduojamu *fasadu*, kuriam vaiko buvimas arba kai kurios to buvimo formos netinka. Šis oficialaus drabužių modeliavimo ar kito visuomenėje išankstinį įvaizdį turinčio žmogaus vaidmens ir kasdienių nenuspėjamų, neprognozuojamų vaiko gyvenimo trajektorijų disonansas mane ir įkvepia, o nukrypimai ir taktikos, kurias tenka naudoti norint įtikinamai atlikti kitus visuomenėje turimus vaidmenis, tarnauja kaip įkvėpimo šaltinis.

Motinstės temą drabužių dizaine paranku patyrinėti pasitelkiant mados fotografiją. Kadangi drabužių moda daugeliu atveju yra dokumentuojama ir reklamuojama per fotografiją, tad naudinga palyginti kaip dabartiniu laikotarpiu reprezentuojama motinstės tema, palyginti su R. Barthes'o laikotarpiu. R. Barthes'as įvardijo, jog jo laikų mados fotografijoje pasireiškėdavo vienas madai būdingas paradoksas – fotografijoje, skirtoje madai reklamuoti, pristatyti, visada būdavo sukuriamą tokia scenografija, kurioje tai, ką moda išreiškia, yra tarsi paimama į kabutes, tarsi nėra tikra, pvz.: filosofas pabrėžia, jog, nesvarbu, koks būtų judesys fotografijoje, joje visada juda ne drabužis, o tik kūnas²⁰⁶. Dabartinėje mados fotografijoje yra visko, tačiau vienas iš reikšmingų bruožų būtų tas, kad ir pats rūbas



50 pav. Šiuolaikinė mados fotografija. Jeurgen Teller

būna
pavaizduotas
tarsi tarp kitko,
o fotografija –
tarsi kadras iš
neformalaus,
dažnai buitinio,
kasdienio
gyvenimo (50
pav.).

Pats
rūbas taip pat

²⁰⁵ Pvz., į daugelį įstaigų vaikai iki tam tikro amžiaus nėra įleidžiami.

²⁰⁶ Roland Barthes, *The Fashion System*, Berkely, Los Angeles, London: University of California Press, 1983, p. 302.

nėra statiškas – čia jis tarsi net nebėra svarbiausias. Aišku, turint omenyje, kad tokios mados fotografijos vis tiek daromos specialiai, ir „kasdieniškumas“ dažnai taip pat būna sukuriamas dirbtinai, tokią mados fotografiją galima būtų įvardyti kaip simuliacrą, imituojantį „kasdienybę“, tačiau nors ir imituojama, dirbtinai sukuriamą, ši kasdienybė vistiek dažnai būna labai artima tikrai realybei. Paradoksalu, dažnai tokioje kasdieniškoje aplinkoje paprasčiausio kontrasto būdu reklamuojamas rūbas tik dar labiau išryškėja. Pavyzdžiui, prabangus rūbas, atsiradęs kitoje nei jam stereotipiškai įprasta, neprabangioje aplinkoje, tampa tarsi labiau „savas“, bet tai gali būti savotiška iliuzija, primenanti situaciją su J. Fiske'ės minimais suplėšytais džinsais (51 pav.).



51 pav. Šiuolaikinė mados fotografija. Jeorgen Teller

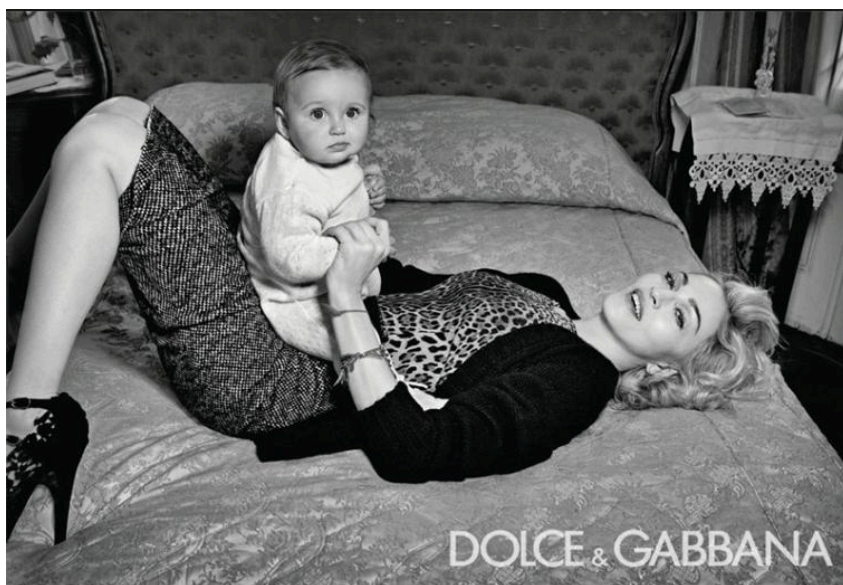


52 pav. Dolce&Gabbana 2015 m. reklaminė kampanija

Taigi
drabužių
mada, pati
tarsi
figūruodama
iliuziniame
pasaulyje,
susiliesdama
su gimusiu
kūdikiu,
vaiku,
tiesiogiai
susiliečia su

tikru gyvenimu, kur scenovaizdis jau nėra tik tinkamas fonas rūbams demonstruoti, o ir patys rūbai pradeda gyventi „tikrą“ gyvenimą – nebūtinai geriausiais savo rakursais.

Motinstės tema
tampa gerokai
platesnė už R.
Barthes'o įvardytą
ano meto madoje
dominuojantį
motinos,
laikančios mažą
mergaitę ²⁰⁷,
įvaizdį. Dabartinė



53 pav. Dolce&Gabbana 2015 m. reklaminė kampanija

mados fotografija
jau įsileidžia tarsi

ir nefasadines motinstės briaunas.

Mados dizainerei, auginančiai mažą vaiką, skirtingų vaidmenų derinimas gali tapti iššūkiu. O pats skirtingų vaidmenų suderinimo procesas provokuoja kūrybiškumą ir tam tikrą nukrypimą nuo įsivaizduojamų visuomenės normų, t. y.

²⁰⁷ Roland Barthes, *The Fashion System*, Berkely, Los Angeles, London: University of California Press, 1983, p. 302.

priverčia naudotis tam tikromis *taktikomis*, vaikščiojant visuomenėje egzistuojančiais įvaidžių keliais. Man šis reprezentatyvių įvaidžių ir realybės neatitikimas tarnauja kaip inspiracijos šaltinis kuriant naujas mados dizaino formas, derinant jas su klasikinėmis, stabiliomis struktūromis. Žinoma, šis dviejų fasadų derinimas slepia turbūt didžiausią paradoksą ir motinos–kūrėjos koliziją – motina ir nori pabūti be vaiko, kad galėtų skirti laiko kūrybai, bet ir negali ilgai būti be jo, nes būtent vaiko turėjimas motinai suteikia tam tikro ypatingo džiaugsmo, kuris knygoje *The M World: Real Mothers in Contemporary Art* yra įvardijamas kaip visiška atsakomybė²⁰⁸, kaip ypatingo pripažinimo požymis. Moteris motina būtent per vaiko turėjimą suvokia savo kūną kaip tikrą. Išsiskyrimas su vaiku, net ir trumpalaikis, yra skausmingas ne tik vaikui, bet ir motinai, atsiranda tam tikras išsiskyrimo nerimo fenomenas²⁰⁹. Taigi, motinai dirbti yra iššūkis. Galbūt dėl noro kuo mažiau atsiskirti nuo savo kūdinio keletas pastarųjų metų mano kūrybos strategijų kaip tik ir buvo skirtos maksimaliam vaiko egzistencijos persmelktos mano aplinkos integravimui į kūrybą.



54 pav. Spalvingas žaislų chaosas ant grindų.

Kaip pasikeičia moters aplinka ir darbo specifika atsiradus kūdikiui, turint mažą vaiką?

Simone de Beauvoir rašė: „Nelengva išlikti geidžiamai, kai rankos sutrūkinėjusios, o kūnas deformuotas gimdymų.“²¹⁰

Gimus kūdikiui, kartu su juo atsiranda tam tikras jį supantis vaiko *fasadas*²¹¹. Spalvos (54 pav.) – viena pagrindinių sudedamųjų jo dalių, aktyviai kontrastuojančių su daugelio mados žmonių mėgstama juoda spalva²¹²“²¹³. Jeanas Baudrillard’as teigia, kad iš modernaus interjero yra pašalinta spalva – vyrauja pasteliniai, pilkšvi atspalviai²¹⁴.

²⁰⁸ Myrel Chernick, Jennie Klein, *The M word: Real Mothers in Contemporary Art*, p. 34.

The ultimate responsibility – terminas, kurį verčiu „visiška atsakomybė“

²⁰⁹ *Ibid.*, p. 31, *separation anxiety* – irgi terminas, kurį verčiu „išsiskyrimo nerimas“.

²¹⁰ Simone de Beauvoir, *Antroji lytis*, Vilnius: Margi raštai, 2010, p. 626.

²¹¹ Remdamasi asmenine patirtimi galiu pasakyti, jog mažylio priežiūrai reikia nemažai daiktų: įvairūs buteliukai, jeigu norės atsigerti, sauskelnės, atsarginiai drabužėliai ir t. t.

²¹² Collin McDowell, *op. cit.*, p. 398.

²¹³ Harper’s Bazaar, *Alexander Wang in 24 hours*, October 2014, p. 156

(...) My closet is like a uniform (...) filled with black shirts: my slouchy black, my stiff black, my dressy black that I wear under a jacket, my brushed cotton black, the more dressy cotton black, the cashmere black, the knit black (...)

²¹⁴ Baudrillard Jean, *The System of Objects*, p.89.

Vaikas grąžina į interjerą spalvas rinkdamasis ryškiaspalvius žaislus, piešdamas ryškiomis spalvomis. Jų atsiranda visur – šios spalvos tai ir žaislai, išsibarstę po visą būstą, ir emocijos, kurių atėjęs mažylis atneša savo tėvams. Pirmaisiais vaiko gyvenimo metais tiesiogiai nuo jų priklausantis, šis vaiko fasadas užkloja arba įsiterpia į tėvų atliekamų kitų vaidmenų fasadus. Be to, vaiko fasadas yra ir mobilus, kadangi vaikui nuolatos reikia įvairių daiktų, tačiau jų dar labiau reikia jį auginantiems. Šių dviejų fasadų jungtis dažnai pasireiškia netikėtomis kasdienių daiktų kompozicijomis, kai kartu atsiduria iš pažiūros nesuderinami dalykai (55 pav.).

Dėl kai kurių aspektų drabužių modeliotojo profesija iš pirmo žvilgsnio gali atrodyti labai tinkama motinystei, nes yra gana lanksti, dažnai nepririšta prie fiksuotų darbo valandų ir konkretaus darbo grafiko. Bet būtent šis lankstumas ir sukuria įvairiausių galimybių nenumatyta sąveikauti dviem fasadams, kurių junginys nevisada atitinka įsivaizduojamą drabužių modeliotojo ar kito, griežčiau reglamentuoto, vaidmens standartą.

Grįžkime prie išvaizdos (arba fasado). Manoma, kad mados pasaulio žmonės daug dėmesio skiria savo išvaizdai ir vaidmens reprezentavimui. Šią nuostatą stiprina įvairūs įvaizdžiai mados žurnaluose. Reikia įvertinti, kad, atsiradus kūdikiui, sumažėja laiko, kurį mama gali skirti sau. Atsiradusi būtinybė greitai pereiti iš vieno vaidmens į kitą taip pat padiktuoja tam tikrą specifiką. Negana to, dabar mama turi pasirūpinti ne tik savo, bet ir vaiko išvaizda, nes stereotipškai vertinamas mamos vaidmuo pritaikomas ir vaikui²¹⁵. Čia susiduriame su tuo, apie ką Goffmanas sako: kad vaidmuo būtų atliktas, svarbu ne tik gerai jį atlikti, bet ir ištransliuoti reikiamą informaciją apie įdėtas pastangas, kurios reikalingos, kad auditorija patikėtų, jog vaidmuo gerai atliktas. Jis teigia, jog dažnai tie, kas iš tikrųjų gerai atlieka savo darbą, skiria jam visą savo energiją ir dažnai neturi laiko tam, kad jo/jos darbas, būtų gerai paviešintas²¹⁶. Taip ir modeliotojai ne visada spėja pasirūpinti savo pačių išvaizda besirūpindami kitais.

Aišku, žvelgiant į šią problemą kairiosios pakraipos modeliotojų požiūriu, atsiranda tam tikro liberalumo ir išvaizdos reikalavimų atžvilgiu, šį žaidimą su privalomu modeliotojui fasadu ir realiai gyvenime pasitaikančiomis aplinkybėmis galima vadinti tam tikra *taktika*, reikalinga išgyventi. Vaikai labai žingeidūs ir nori

²¹⁵ Pavyzdžiui, man dažnai sako: „tu dizainerė, tai greičiausiai visus rūbelius vaikui siuvi pati, nieko nereikia pirkti“. Deja, taip yra ne visada.

²¹⁶ Erwing Goffman, *op. cit.*, p. 43.

viską išbandyti, pačiupinėti, paliesti, dėl to nuolatos atsitinka nenumatytų situacijų, pvz., vaikas, ką tik piešęs akvarele, gali netikėtai pribėgti ir apkabinti pasipuošusią mamą, palikdamas dėmes ant jos reprezentacinių drabužių, kai tuo tarpu nebėra laiko persirengti. Tuomet reikia rasti kūrybišką išeitį iš situacijos. Vaiko buvimas ir žaidimas savaime yra geri dalykai, bet kažkokie jų pėdsakai atrodo nepriimtini ir neturi būti matomi darbiniam *fasade*, nes savo auditorijai gali pasirodyti kaip nepatikimas specialistas – argi purvinais rūbais apsivilkęs dizaineris būtų teigiamai vertinamas užsakovo? Greičiausiai kad ne.

Madingi rūbai apskritai dažniausiai gerai atrodo, kol yra nauji, tad



55–56 pav. Vaikiškos makaliūzės.

madingi rūbai ir nešvara nedera: „Mada moko, kaip „įsisavinti“ drabužį, o ne kaip kuo ilgiau jį dėvėti (...)“²¹⁷

Auginant mažylį sudėtinga visada išsaugoti drabužius švarius ir naujai atrodančius. Įdomu yra tai, kad įvairios dėmės

ir „nešvara“ yra naudojami kaip drabužių dekoras kairiosios pakraipos modeliuotojų, bet reali nešvara madoje nėra toleruojama. Ši situacija yra panaši į Johno Fiske'ės minimą suplėšytų džinsų santykį su neturtu: „tai neturto demonstravimas, tačiau tai prieštaringas signalas, nes iš tiesų vargingai gyvenantys žmonės nepaverčia savo skurdo mada“²¹⁸. Taip ir tam tikros dėmės, madoje sukurtos

²¹⁷ Roland Barthes, *op. cit.*, p. 261: “Fashion teaches how to “adapt” a garment, not how to make it last. Resistance to wearing out ...”

²¹⁸ John Fiske, *Populiariosios kultūros supratimas*, p. 20.

sąmoningai, gali būti naudojamos kaip dekoras ar marginimo elementas, bet tik tol, kol jos nėra neišvengiama kasdienybė. Paprastas vaikiškas piešinys – keverzonė, mano manymu, geriausiai simbolizuoja tam tikrą išorinę sumaištį, kylančią pirmaisiais metais po vaiko atsiradimo. Šių piešinių pirmaisiais vaikučio gyvenimo metais galima rasti visur – ant baldų, sienų, knygų, žurnalų ir netgi drabužių. (55-56 pav.)

Netvarkingo, primityvaus vaikiško piešinio jungtis su klasikine marškinių konstrukcija, mano nuomone, geriausiai atspindi dviejų skirtingų – darbinio ir šeimininio – fasadų sąveiką (57 pav.).



57 pav. Agnės Kuzmickaitės modelis, 2014 m. Vaikišku piešiniu dekoruoti klasikiniai vyriški marškiniai ir hiperbolizuotų proporcijų kaspinas – dekoru detalė. Lino Masioko nuotrauka.

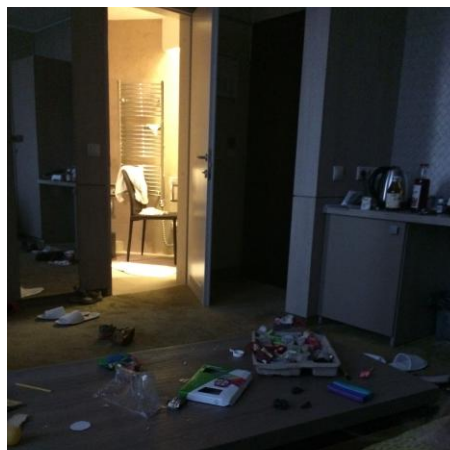
Turint vaiką, nebelieka laiko būti neproduktyviam (pvz., privalomam darbui atlikti išnaudojamos tos kelios valandos, kai vaikas miega). Tai taip pat reiškia, kad sumažėja laiko, kurį galima skirti savo išvaizdai „puoselėti“. Laiko sąvoka apskritai nėra būdinga madai: „Laiko mados retorikoje nėra.“²¹⁹ Niekada nėra akcentuojama, kiek laiko reikia skirti vienam ar kitam įvaizdžiui sukurti. Net jeigu prie veidrodžio buvo praleistos ištisos valandos, pagal mados dėsnius tų pastangų turi nesimatyti.

Taigi iš pirmo žvilgsnio vaiko gimimas ir auginimas moters gyvenime yra sunkiai suderinamas su profesine veikla. Sumažėja laiko, galimo skirti savo profesinio vaidmens atlikimui, padidėja atliekamų vaidmenų skaičius. Vis dėlto skirtingų vaidmenų gausa yra kaip tik naudinga mados pasauliui, nes leidžia individui atsiskleisti ir prisiliesti prie mados atliekant daugelį vaidmenų, išbandyti daugelį mados veidų. Kaip teigia R. Barthes'as: „(...) [Mada] yra prabanga asmenybės, pakankamai turtingos, kad būtų tiražuojama, pakankamai stabilios, kad nebūtų

²¹⁹ Roland Barthes, *op. cit.*, p. 262.

pamesta (...)²²⁰ Taip pat paradoksalu, bet šie atsiradę trukdžiai ne tik suteikia moters asmenybei esminės patirties, bet ir padiktuoja netikėtus sprendimus, neįmanomus esant kitoms aplinkybėms, neturint patirties, ką reiškia būti mama (pateikiama ištrauka iš interviu su jauna kompozitore Juste Janulyte):

„Motinystė mane užpildo naujais potyriais, savotiškai praplečia pasaulio ribas ir padeda kurti. Juk, pavyzdžiui, gimdymo patirtis – pati stipriausia moters gyvenime, su niekuo nepalyginama. Tavyje gimsta nauja laiko dimensija, ji tave pripildo, stimuliuoja ir veikia visiškai kitaip. Svarbiausius kūrinis parašiau laukdamasi vaikų ar pirmaisiais jų gyvenimo metais. Kartais, atrodo, fizinis nuovargis tuoj paguldys ant žemės, tačiau tokiose ribinėse situacijose man ir gimsta naujo kūrinio vizijos – o ne prakilniai atsisėdus prie stalo su baltais marškiniais (...).²²¹



58–59 pav. Kambarys iki vaiko pažaidimo ir po jo

Kaip teigia Lefebvre'as, būtent kasdienybėje individas arba išsipildo, arba ne²²². Atsiradus vaikui, materialiai realizuoti save kitame, negu motinos, vaidmenyje yra sudėtinga, bet atsiradęs sudėtingumas gali padiktuoti netikėtus sprendimus, kuriuos kūrybiškai išnaudojant tai gali tapti įmanoma. Analizuodama savo kasdienę aplinką supratau, kad didelę įtaką mano kasdienybės maršrutams daro mano atliekami vaidmenys – tiek šeimoje, tiek ir platesniame, visuomenės kontekste.

²²⁰ Roland Barthes, *op. cit.*, p. 257: *[Fashion] is the final luxury of a personality rich enough to be multiplied, stable enough never to be lost (...).*

²²¹ Dovilė Štuikienė, Debesų ganytoja, in *Laima*, Kaunas, 2014, nr. 9, p. 35.

²²² Henri Lefebvre, *op. cit.*, p. 27.



60–61 pav. Vaiko žaidimai su maistu.



62 pav. Silikoninė suknelė, inspiruota vaiko žaidimo su maistu. Atlikta kartu su skulptoriumi Donatu Jankausku.

Vaiko
keverzonė – tai
tarsi savotiškas
žemėlapis, pagal
kurį eidamas lyg
painiame
labirinte turi
nepasiklysti
suaugusysis.

Iki vaiko
atsiradimo

buvusi aiški dienotvarkė
jam atsiradus tampa
pavaldi nevisada
nuspėjamiems ir
neracionaliems vaiko
įgeidžiams. Aiškias
darbotvarkės valandas
sudrumščia šimtai
smulkmenų ir
nenumatytų
gyvenimiškų
aplinkybių. Kaip teigia
vaikų piešinius
analizuojanti tyrėja
Theresa Foks-
Appelman knygoje
Draw me a picture,
„ženklų po savęs
palikimas yra itin

svarbus žmogiškosios raidos faktorius“.²²³

Tyrėja teigia, kad vaiko piešiniai skiriasi priklausomai nuo raidos fazių – amžiaus. Pirmiausia vaikas pradeda piešti piešinius „be ribų“. Toks piešinys atspindi vaiko vystymosi fazę, kai jis nėra įsisąmoninęs savo buvimo kaip judėjimo kažkur, jis tiesiog yra, tad ir ant popieriaus „kažkas vyksta“, o įdomumas tas, kad ant popieriaus lieka ženklai. Vaikui dar nekyla klausimai „kodėl?“ ir „nuo kada?“.

Tačiau *keverzonė* primena chaosą tik iš pirmo žvilgsnio. Aš į, atrodytų, abstraktų, nesąmoningą piešinį žvelgiu kaip į ypatingą ornamentą ar medžiagą ornamentui, kurį brėžia dar neišlavinta, bet pasąmonės vedama vaiko ranka.

Aš pasirenku du 3 metų vaikui būdingus piešinius – apskritimo formos (63 pav.) ir gyvatės pavidalo. (64 pav.).

Taigi savo vaiko keverzones inkorporuoju į kūrybinį procesą. Su šiuo

elementu elgiuosi įvairiai: naudoju jį tiek paviršiaus dekoravimui, tiek kaip drabužio konstrukciją formuojantį įrankį. Audinį dekoruoju tokiu principu, koku vaikas margina popieriaus lapą, naudoju tokius pačius metodus – pasikartojimą, „išėjimą už kraštų“ ir kitus. Vaikas piešdamas dažniausiai naudoja spalvas. Aš elgiuosi dvejopai: iš pradžių redukuoju spalvas susitelkdama tik į linijų žaismą, kitu atveju – panaudoju spalvas. Paradokslu – vaikiškos *makaliūzės*, komponuojamos simetriškai, pradeda panašėti į sudėtingas, mandalas primenančias kompozicijas.



63 pav. Apskritimo formos vaikiška „makaliūzė“



64 pav. Gyvatės formos vaikiška „makaliūzė“

²²³ Theresa Foks-Appelman, *Draw me a picture, Draw me a picture*, BookSurge Publishing, 2007, p. 25.



65 pav. Vaikiški žaislai – spalvos

Vaikas, dar nežinodamas kultūriškai įsitvirtinusių interjero funkcijų, kuria savas funkcijas, pvz., sofą naudoja kaip stalą – ant jos piešia, gali dėti maistą, žaisti; grindis gali naudoti kaip lovą (Leonarda mėgsta dėti pagalves ant žemės ir taip „kloti“ lovą) ir pan. Taigi vaiko buvimas savaime priverčia tėvus kvestionuoti nusistovėjusius dalykus. Vaikas žaisdamas pakeičia ir sugriauna tradicines daiktų paskirtis.

Jeanas Baudrillard'as teigia, jog daiktai yra vienintelės būtybės, kurios gali egzistuoti paraleliai, nes jų skirtumai

nesupriešino jų vieno su kitu kaip kad atsitinka gyvoms būtybėms²²⁴. Šios realybėje atsiradusios netikėtos dermės gali būti perkeltamos į mados dizainą.

Vaikų keliamame chaose tą visada galime stebėti. Atsiradę kontrastai – įkvėpimas.

Gilesniam žvilgsniui į vaikišką *keverzonę*, be vaikų piešinius analizuojančios literatūros, remiuosi dadaistų ir neodadaistų įžvalgomis. Vienas iš dadaizmo teoretikų Marcelis Janco įvardija dada kaip „sinonimą to, kas gyna, vaikiška, tiesu ir pirmapradiška (...)“²²⁵ Pats buvimas mama taip pat gali būti traktuojamas kaip tam tikra dadaizmo judėjimo rūšis, nes būdama mama, kaip teigia vienas iš dadaizmo manifesto autorių Tristanas Tzara, „vienu metu galima atlikti kelis prieštaraujančius veiksmus“ (*You can perform contrary actions at the same time*)²²⁶. Tai tiesiogiai siejasi su buvimo mama apibrėžimu – turi vienu metu žongliuoti daugybe pareigų.

2014 ir 2015 metų kolekcijose aš dokumentavau savo vaiko raidos fazes. Menininkė Mary Kelly dokumentavo daugelį savo vaiko paliekamų ženklų, kurie rodė pastangą rašyti raides. Aš renkuosi kitus ženklus, tarsi ir neturinčius pretenzijų į rašytinį tekstą (pvz.: *keverzonė*). Mano kūryboje atsirandančios raidės ir iš jų

²²⁴ *Ibid.*, 95 p.

²²⁵ Rudolf Kuenzli, *DADA*, p.18.

²²⁶ *Ibid.*, p. 197.



66–68 pav. Agnės Kuzmickaitės 2016 m. kolekcijos modelis. Visvaldo Morkevičiaus nuotrauka.



sudedami žodžiai tėra atvaizdavimas nuolat mano aplinkoje skambančių garsų, kai vaikas mokosi raidžių ir žodžių iš aplinkinių garsų, televizijos, dainelių. M. Kelly dokumentavo savo vaiko paliekamus ženklus kaip tam tikrų rašmenų atitikmenį ir teigia liovusi tą daryti, kai sūnus be klaidų parašė savo vardą, taip tarsi įžengdamas į simbolinę kalbos tvarką²²⁷. Mano atveju galima teigti netgi atvirkščiai – aš tarsi maksimaliai supaprastinu kalbą iki pirminio ženklo, raidės ar piešinuko, parodau tam tikrą paradoksą – galimą suaugusiojo gyvenimo redukciją iki paprastų, primityvių simbolių bei juose esančio žavesio.

Atsiradus vaikui visi žaidimai vyksta ant grindų. 2016 metų kolekcijos konstrukcinis principas – grindų skuduro jungtis su spalvingu grindų turiniu, kuris nors ir labai gražus, turi būti „sutvarkytas“. Grindys tampa pagrindine žaidimų aikštele. (54 pav.) Kiekvieną dieną jos vis kitokios, tačiau kaskart jose stebiu įvairiaspalvę spalvų gausą. Toje gausoje bandau surasti esančius žemėlapius arba nubrėžti naujus, surasti savo kelius. Pradedu nuo bazinio suknelės pagrindo (66 pav.).

²²⁷ Myrel Chernick, Jennie Klein, *op. cit.*, p. 48.



68 pav.

Apibendrinant šį skyrių galima teigti, kad motinystė į moters gyvenimą ateina su savo iššūkiais ir specifika, kurie dažnai reikalauja permąstyti savo santykį su kūryba, kadangi motinystės patirtis persmelkia visus kitus atliekumus vaidmenis. Gimus vaikui moteriai reikia papildomų pastangų, norint išlikti kūrybiniame lauke. Kita vertus, atsirandanti nauja patirtis atveria iki tol nepažintus naujus išgyvenimus, kurie gali suteikti kūrybai naujų spalvų.

2.3. Pabėgimo nuo kasdienybės strategijos – teatras, vestuvės, istorinės nuorodos madoje

Ankstesniuose disertacijos skyriuose buvo įvardytos pasinėrimo į kasdienybę arba pasidavimo jai strategijos. Dėmesio sutelkimas į istorinius, nekasdieniškus dalykus, arba, atvirkščiai, kartais netgi labai futuristinis požiūris (pvz., Iris Van Herpen kūryba, pav. 68) gali būti interpretuojami kaip pabėgimo nuo kasdienybės strategijos. Kaip teigia H. Lefebvre'as, „Pabėgimas nuo gyvenimo arba gyvenimo atsisakymas, išeities ieškojimas išėjusiuose iš mados ar išsisėmusiuose gyvenimo įpročiuose, nostalgija praeičiai ar svajonės apie superhumanišką ateitį – šie požiūriai yra praktiškai tapatūs.“²²⁸



69 pav. Dizainerės Iris Van Herpen modelis iš 2014 m. rudens–žiemos gatavų drabužių kolekcijos

Filosofas Bernhard'as Waldenfeldas taip yra įvardijęs tai, kas nekasdieniška: „Kasdienybė – tai, kas įprasta, gerai pažįstama, artima. Priešingas kasdienybei nekasdieniškumas egzistuoja kaip tai, kas neįprasta, nepažįstama, tolima (...)“²²⁹ Šiame skyriuje bus tiriamos tos drabužių dizaino strategijos, kurioms kasdienybės tematika nėra būdinga, labiau priešingai – šios krypties dizaineriai įkvėpimo dažnai semiasi iš to, kas nėra artima ir pažįstama, dažnai – istoriniuose praeities stiliuose. Istorinių nuorodų, o ne šiuolaikinės kasdienybės, kaip kūrybos inspiracijos drabužių dizaine naudojimas ir istorinio kostiumo svarba teatro pastatymuose bus tiriami šiame skyriuje.

²²⁸ H. Lefebvre, *Everyday Life*, p. 150. Escape from life or rejection of life, recourse to outmoded or exhausted ways of life, nostalgia for the past or dreams of a superhuman future, these positions are basically identical.

²²⁹ SocioLogos – Sociology, Anthropology, Metaphysics. Society and spheres of meaning, by Filippov A.F and Vinokurov V.V. Progress Publishers Moscow, 1991, p.42.



70 pav. Alexander McQueen modelis iš 2013 m. rudens–žiemos gatavų drabužių kolekcijos

ansamblyje.

Vis dėlto kaip kūrybinį metodą, istorinių nuorodų naudojimą galima tirti atskirai. Tai yra bene giliausias tradicijas turintis ir labiausiai paplitęs drabužių dizaino būdas, kurį mados kritikas Colinas McDowellas įvardijo kaip istoristinį kūrybos metodą²³⁰.

Cikliškumas ir nuolatinis stilių, siluetų pasikartojimas drabužių dizaine yra mados prigimties esmė ir vyksta periodiškai. Pasak mados teoretikės Elizabeth Wilson, „mada – tai drabužiai kurių pagrindinis bruožas yra spartus ir nuolatinis stiliaus kitimas“²³¹. Atsiradę nauji stiliai po keletos metų tampa praeitimi – istorija.

Mados istorija teikia daug svarbios medžiagos kūrybiniam metodui, kuris remiasi istorinio mados kostiumo šiuolaikine interpretacija, pritaikymu šiuolaikiniam kontekstui. Nors ši strategija yra priešinga šiuolaikinės kasdienybės elementų integravimo strategijai, bet, kaip parodė mano tyrimas ir kairiosios bei dešinėsios pakraipos dizainerių kūrybos analizė, šiuolaikiniame mados dizaino kontekste šios dvi kryptys ne tik gali, bet dažnai ir egzistuoja greta, papildydamos viena kitą net ir viename drabužių

²³⁰ Angl. *Historicism*, Collin McDowell, *op. cit.*, p.286-317.

²³¹ Elizabeth Wilson, *Adorned in Dreams*, p. 3.



71 pav. Modelis iš 2016 m. rudens–žiemos mados namų Burberry gatavų drabužių kolekcijos;

Pati drabužių mada, XIV a.²³² atsiradusi kaip specifinė ženklų sistema, simbolizavo priklausomybę tam tikram luomui ar klasei. Dabartiniame pasaulyje, kuriame nebelikę klasinės visuomenės, mada iš dalies yra praradusi signifikanto vaidmenį. (Mados) ženklai jau nebenurodo kažko tikro, o prekės perkamos ne tam, kad būtų patenkinti kokie nors poreikiai, bet tam kad būtų dalyvaujama „visuotinio ženklinimo visatoje“²³³. Toks pavyzdys galėtų būti madoje gausiai eksploatuojami religiniai įvaizdžiai (pvz., kryžius). Pasak filosofo, kadangi tikrovėje nebėra tvirtų referentų, atsiveria simuliacijos era²³⁴. Šiuolaikinį susižavėjimą retro dalykais J.

Baudrillard’as aiškina taip: kai yra „(...) lupte išlupta bet kokia referencija (...), istorija įvedama ne sąmoningai, o veikiant nostalgijai dėl prarasto referento“²³⁵.

„Kaip tik į šią tuštumą ir suplūsta praėjusios istorijos fantazmai, įvykių, ideologijų, retro madų panoplija – ne tiek todėl, kad žmonės tuo tiki ar vis dar puoselėja viltis, o tiesiog todėl, kad taip atgaivinamas laikas, kai bent jau būta istorijos (...)“²³⁶

J. Baudrillard’as teigia, jog tokioje situacijoje žmonės ieško pakaitalo, kad tik išvengtų „vertybių nukraujavimo“²³⁷ laikotarpiu atsiradusios tuštumos. Iš dalies tuo galima paaiškinti tai, kad ir XXI a. pradžioje vis dar išlieka stiprus istorinių nuorodų poreikis. Kita vertus, aš sutinku su šiuolaikinės mados analitikės A. Rocamoros nuomone, kad nors šiuolaikinėje madoje dominuoja eklektika ir daugelis istorinių

²³² *Ibid.*, p. 16.

²³³ Jean Baudrillard, *Simuliakrai ir simuliacija*, p. 82.

²³⁴ *Ibid.*, p. 56.

²³⁵ *Ibid.*, p. 57.

²³⁶ *Ibid.*, p. 56.

²³⁷ *Ibid.*, p. 56.

ženklų yra praradę savo svarbą, vis dėlto išliekantis, pvz. vintažinių²³⁸ drabužių, poreikis rodo, kad juose vis dar yra svarbių ženklų, net jeigu jie ir nedalyvauja rinkoje kaip stiprūs ir aktyvūs žaidėjai²³⁹. Kaip teigia A. Rocamora, mada kaip tam tikra statuso ženklų sistema egzistuoja net ir mūsų laikų besikeičiančiame, daugeliu atvejų savo referencijas praradusių ženklų maskarade. Drabužiai ir toliau išlaiko ir savo simbolinę prasmę. Tik ta prasmė jau nebegali būti tiesmukai suprantama – ji yra tapusi žymiai sudėtingesnė ir gali skirtis skirtingose stilistinėse grupėse²⁴⁰.

Mados kritikė Elizabeth Wilson teigia, kad, nykstant *haute couture* tradicijai ir plečiantis masinei drabužių gamybai, nyksta drabužių dizainerio kaip menininko vaidmuo ir netgi kyla pavojus pačiai madai, kadangi visa apranga tampa unifikuota²⁴¹. Vis dėlto įdomu tai, kad gaminant (dažnai masiniu būdu) šiuolaikinius drabužius dažnai renkama ne tik šiuolaikišką, bet ir istorinę nuorodą.

Apie tai J. Baudrillard'as, rašė, jog tai, kas istoriška, visada gerai įsiterpia tarp to, kas šiuolaikiška, nes istoriškumas visada turi kažką „šilto“, o modernumui iš esmės būdingas tam tikras „šaltis“²⁴². Taip ir istorinių nuorodų turintys drabužiai dažnai gerai dera su moderniais, funkcionaliais rūbais, pačios istorinės nuorodos bendram įvaizdžiui suteikia „šilumos“. Dažnai pasitaiko, kad akivaizdžią istorinę nuorodą turintis drabužis sujungiamas su pabrėžtinai šiuolaikišku.

Istorinė referencija siekiant kažko tikro yra vienas iš būdų patenkinti tam tikrą „dekoratyvaus pertekliaus poreikį“²⁴³, apie kurį kalbėjo mados kritikas C. McDowell. Pasak kritiko, būtent šio giluminio poreikio, kaip ir poreikio svajoti, buvimas ir yra viena iš drabužių mados egzistavimo sąlygų apskritai. Tai yra ir viena iš priežasčių, kodėl žmonėms niekada neužteks vien funkcionalių drabužių, kuriais ir remiasi didžioji dalis komercijos²⁴⁴. Šio poreikio dėka madoje visada išlieka aktualus tam tikras nefunkcionalumo faktorius. Vis dėlto pagrindinis C. McDowell aptariamo laikotarpio ir to, apie kurį kalbu aš, skirtumas yra toks: C. McDowell nurodo, kad būdas patenkinti dekoratyvaus pertekliaus poreikį yra istorinės referencijos; mano tyrimas parodo, jog XXI a. dekoratyvus perteklius gali būti randamas toje pačioje, šiandienėje, kasdienybėje ir konstruojamas jau remiantis ja, nurodant tą patį, esamąjį,

²³⁸ *Vintage* – angl.

²³⁹ Rocamora Agnes, Smelik Anneke, *Thinking Through Fashion: A Guide to Key Theorists*, 227 p.

²⁴⁰ *Ibid.* p.227.

²⁴¹ Elizabeth Wilson, *Adorned in Dreams*, p. 48.

²⁴² Jean Baudrillard, *The System of Objects*, p. 79.

²⁴³ McDowell Collin, *op. cit.*, p. 317.

²⁴⁴ *Ibid.*, p. 286.

laiką, taip jį įprasminant ir padarant lygiavertį istorinėms praeities epochoms. Daugelis mano 1.1.4 skyriuje aptartų šią taktiką naudojančių dizainerių mėgaujasi kasdiene, populiariaja kultūra. Jos simboliai, atsiradę drabužių struktūrose, dažnai neturi minuso ženklo – tai taip pat priartina šiuolaikinę madą prie šiuolaikinio meno, gausiai persisunkusio masinės kultūros simbolika. Šis dekoratyvus pertekliaus efektas yra kuriamas iš gerai pažįstamų elementų, ir būtent dėl to jis yra „tikresnis“. Kuriant dekoratyvų perteklių iš šiandienų elementų jau nenorima pabėgti ar atsiriboti nuo kasdienybės, atvirkščiai, būtent dabartinė kasdienybė yra teigiama, arba švenčiama.

Istoristinį kūrybos metodą dažniau naudoja 1.1.2 skyriuje aptarti dešinėsios pakraipos dizaineriai – ypač tai būdinga ir natūralu galias istorines tradicijas turintiems mados namams – *Chanel*, *Dior*, *Balenciaga*, *Lanvin* ir kt., kurie, turėdami unikalų, tik jiems būdingą istorinį bagažą, yra tarsi įpareigoti kiekvienoje kolekcijoje iš naujo vis kitaip interpretuoti jiems ypatingas, praeityje pačių sukurtas detales ir siluetus. Kaip parodė mano tyrimas 1.1.2 skyriuje, net ir šios pakraipos modeliuotojai jau nebesilaiko griežtų stiliaus atskirčių, o stengiasi integruoti tas strategijas, kurios anksčiau jiems nebuvo būdingos.

Istorinės nuorodos drabužyje atsiskleidžia siluete ir kirpimuose, audinio marginime. Kalbant konkrečiai apie drabužių iškarpas, galima būtų teigti, jog iškarpų žemėlapiuose istorizmo šalininkai neieško naujų kelių – labiau atvirkščiai – renkasi seniai patikrintus. Istorinės nuorodos dažnai yra inspiracija būtent tiems efektingiems, žiniasklaidai skirtiems modeliams, kurių reikia per kolekcijų pristatymus bei fotosesijas. Aišku, turint omenyje praeityje buvusią iš esmės kitokią aprangos specifiką (pvz., moterys dėvėjo korsetus) nenuostabu, kad dauguma tokių istoristinių motyvų geriausiai atsiskleidžia kuriant proginis drabužius.



72 pav.

Vestuvinė Kate Middleton suknelė, sukurta Alexander McQueen mados namų dizainerės Sarah Burton

Itin
dažnai
istorinių
nuorodų
pasitaiko
vestuviniuos
e
drabužiuose
(71 pav.).
Istorinio
silueto
pasirinkima
s vestuvinei

suknei yra itin tinkamas, nes pati vestuvių ir šeimos institucija yra istorinis, gilias šaknis turintis darinys. Vestuvinė suknelė drabužių dizaino hierarchijoje, kalbant architektūros kategorijomis, gali būti prilyginta bažnyčiai – tai tam tikra taikomosios mados forma, kurioje puošnumas gali „oficialiai“ dominuoti funkcionalumo atžvilgiu, ką ir kalbėti apie visai nepraktišką spalvos pasirinkimą – pati rūbo funkcija yra daugiau simbolinė negu funkcionali. Vizualumui dominuojant funkcionalumo atžvilgiu, dizaineriui atsiranda galimybė integruoti daugiau kūrybos į drabužį, kuris dažniausiai yra vienetinis – siuvamas pagal klientės figūrą, derinant klientės (užsakovės) ir dizainerio vizijas.

Kaip teigia teoretikė Shirley A. Fedorak, vestuvių ritualas šiais laikais sujungia asmenines ir viešas erdves bei tampa savotišku sėkmę simbolizuojančiu ritualu²⁴⁵. Drabužių dizaineris dažnai tampa vienu iš šio spektaklio veikėjų, kuo dizaineris garsesnis – tuo geriau.

²⁴⁵ Shirley A. Fedorak, *Pop Culture: The Culture of Everyday Life*, University of Toronto Press, 2009, Canada, p. 103.



73 pav. Scena iš spektaklio „Hamletas“, rež. O. Koršunovas, kostiumai – A. Kuzmickaitė.

D. Matvejevo nuotrauka.



75 pav. Scena iš spektaklio „Užsispyrėlės sutramdymas“, rež. O. Koršunovas, kostiumai – A. Kuzmickaitė. OKT archyvas

Kostiumo istorijos medžiaga ypač svarbi kuriant teatro kostiumus. Madoje istorinės nuorodos dažnai jau nėra tikri statusą simbolizuojantys ženklai, bet teatre jos išlieka aktualios. Dirbant teatre su istorinėmis, klasikinėmis pjesėmis



74 pav. Scena iš Dž. Verdi operos „Ernani“, LNOBT, kostiumai – A. Kuzmickaitė. LNOBT archyvas.

kiekvieną kart reikia iš naujo permąstyti savo santykį su istoriškumu. Šio santykio permąstymu remiasi, pvz., Oskaro Koršunovo teatras. Šis režisierius teigia, jog klasiką stato taip, tarsi tai būtų šiuolaikinė dramaturgija, o šiuolaikines pjeses – tarsi jos

būtų klasikinės. Taip elgiamasi siekiant suteikti dabarčiai mastelį, kilstelėti ją „ant koturnų“²⁴⁶. Remiantis šiuo principu buvo

sukurti kostiumai O. Koršunovo režisuotam V. Šekspyro „Hamletui“ (73 pav.).

Panašiu kūrybiniu principu vadovavomės ir kurdami operą „Ernani“ (74 pav.) su režisieriumi J. C. Berruti, kurį, kaip jis pats teigė, būtent ir įkvėpė O. Koršunovo

²⁴⁶ Režisieriaus O. Koršunovo citata.



76 pav. Scena iš spektaklio „Hamletas“, rež. O. Koršunovas. Kostiumai – A. Kuzmickaitė.

„Hamletas“. Toks principas pasikartojo ir O. Koršunovo režisuotame V. Šekspyro „Užsispyrėlės sutramdyme“ (75 pav.).

Šiuo atveju palanki strategija – viename spektaklyje derinti autentiškus istorinius ir tikrus

šiuolaikinius rūbus. Tokiu principu sukurtus šiuos spektaklius čia ir pristatysiu. (76 pav.) . Abiejuose spektakliuose remiamasi renesansu – ypatingais kostiumais pasižyminčiu laiku. Abiejų spektaklių sprendimai pagrįsti dviejų epochų sugretinimu – šiuolaikinio „dabar“, vykstančio realiu spektaklio pastatymo metu, ir stilizuoto istorinio renesanso.

Atkreiptinas dėmesys į vieną faktorių – kadangi spektakliai būna rodomi ne vieną sezoną, ypatinga rizika atsiranda kuriant, perteikiant šiuolaikinio kostumo įspūdį. Jeigu drabužiai bus perdaug madingi, po kelių sezonų akivaizdžiai atrodys nebeaktualūs, nebeatliks šiuolaikiškumo funkcijos. Taigi dažnai teisingas kelias būtų šiek tiek abstraktinti šiuolaikinį įvaizdį, nebent režisieriaus sprendimas yra akivaizdžiai priešingas. Abstrahavimo būdai gali būti labai įvairūs – vienas iš tokių gali būti vienos spalvos, pvz., juodos, įvedimas, kaip yra padaryta „Hamlete“ bei keliose masinėse G. Verdi „Ernani“ scenose. Abstrahavimas spalva leidžia iš šiuolaikinių rūbų asociatyviai sukurti istorinio kostumo įspūdį.

Vienas iš pagrindinių uždavinių, su kuriais susiduriama kuriant kostiumus spektakliams, remiantis istorine medžiaga – savo santykio su istoriniu kostiumu paieškos ir atradimas (tokių pjesių turbūt yra pastatoma daugiausiai). Kaip teigia scenografė ir teatro kostiumų autorė Virginija Idzelytė, tai „(...) interpretacija, naujos meninės tiesos, daugiau ar mažiau besiremiančios istorinėmis žiniomis, kūrimas“²⁴⁷.

²⁴⁷ Idzelytė Virginija, *Kostiumo Istorija*, 2009, Vilniaus dailės akademijos leidykla, p. 9.

Be abejo, autentiška, istorinė medžiaga yra itin svarbi. Tačiau tiesmukas istorinių kostiumų atkartojimas jau nebėra teisingas kelias. Nors kostiumų dailininkas, būdamas bendros spektaklio komandos žaidėju, kostiumų koncepcijos pats dažniausiai nediktuoja, vis dėlto nuo jo talento priklauso, kokie tie kostiumai bus. Visada įdomu, kai istorinius kostiumus dailininkas ne tiksliai atkartoja, bet suranda savitą savo santykį su istorija, pritaiko savitam stiliui – tarsi savo šiandieniniu požiūriu kurtų istorinius kostiumus – aišku atsižvelgdamas į režisieriaus ir scenografo vizijas. Pasak V. Idzelytės, šiandieniniame teatre „tiek daug stilizacijos, sąlygiškumo, perfrazavimo, dažnai net ir istorinėje dramaturgijoje scenografija ir personažų kostiumais tolstama nuo tam tikro periodo vaizdavimo scenoje. Nebenorima „tvarkingų“ istorinių kostiumų ir pilių su Hamleto tėvo šmėkla.“²⁴⁸

Taip pat, kuriant istorinį kostiumą konkrečiam aktoriui svarbu, jog jis organiškai derėtų su individualia kiekvieno aktoriaus fizine specifika. Aš tokiais atvejais keletą repeticijų stebėdavau ir dokumentuodavau kasdienę aktorių aprangą,



77–78 pav. Aktoriai prieš repeticiją. Agnės Kuzmickaitės nuotrauka

kurios pagrindu formuodavau istorinių jų kostiumų atitikmenis (76–77 pav.).

²⁴⁸ *Ibid.*, p. 8.



78 pav. Agnės Kuzmickaitės kurtas renesanso epochos kostiumas “.

interpretacijas, naudojamas šiuolaikinėse kolekcijose. Renesansas tam yra itin dėkingas. Vienas, iš spektaklių atėjęs, renesanso epochos elementas, kurį vėliau panaudojau ir savo mados kolekcijose, – charakteringa renesansinė apykaklė – freza (78 pav.). Turėdama aiškia istorinę nuorodą, ypatingą sandarą ir faktūrą, ji leidžiasi įvairiai modifikuojama, bet keisdama formas, vistiek išlaiko nuorodą į savo istorinę kilmę (79 pav.).



80 pav. A. Kuzmickaitės modelis, sijonas – hiperbolizuota renesansinė apykaklė freza. Modesto Ežerskio nuotrauka.

Mano, kaip mados dizainerės, kūryboje šalia kasdienybės temų kartais taip pat pasitaiko istorinių nuorodų. Tam tikrą abstrahavimo momentą aš integruoju ir kurdama istorinių kostiumų

Istoriniai laikotarpiai nuolatos yra vienas iš daugelio mados dizainerių įkvėpimo šaltinių. Istorinės nuorodos, kaip inspiracijos kūrybai, naudojimas gali būti traktuojamas kaip kasdienybės tematikai priešinga strategija, kita vertus, mados cikliškumas ir laiko tėkmė net ir visai neseniai buvusius

laikotarpius, kuriuose užgimė, atsirado kasdienybės simbolika, įtraukia į savo ciklą ir jie pagal ciklo logiką grįžta su naujomis interpretacijomis. Sugebėjimą remtis įvairiomis kultūrinėmis nuorodomis mados kritikas C. McDowellas įvardija kaip vieną svarbiausių drabužių dizainerio sėkmės faktorių²⁴⁹.

²⁴⁹ McDowell Collin, *op. cit.*, p. 297.

IŠVADOS

1) Nuo pat XXI a. pradžios kasdienybės problematika meno pasaulyje tapo viena pagrindinių temų, įvairiai pasireiškiančių drabužių dizainerių darbuose. Kasdienybės fenomeno svarbą mados dizaine lėmė XX a. kapitalistinės visuomenės bruožai, tokie kaip urbanizacija, masinė gamyba, vartotojiškumas, pertekliaus visuomenė, dėl kurių šiuolaikinio žmogaus gyvenimo peizažą vis didėjančiu mastu sudaro prekės, o žmonių poreikiai daugeliu atveju yra dirbtinai sukuriami. Meniniame kontekste kasdienybės reikšmingumui buvo svarbus dadaizmo judėjimas, konceptualiojo meno ir popmeno atsiradimas. Pastarųjų įtaka bendram meniniam kontekstui XX a. antroje pusėje lėmė požiūrį į drabužį kaip į konceptualiojo meno kūrinį bei tam tikrų popmenui būdingų kūrybinių principų perkėlimą į drabužių dizainą. Tai tampa itin aktualu ir dabar, XXI a. pradžioje.

2) Stebint daugialypį XXI a. mados dizaino lauką, galima išskirti kasdienybės aspektą kaip dominuojantį įvairiomis kryptimis dirbančių mados dizainerių darbuose – tiek jau įsitvirtinusių, *dešinėsios* pakraipos, tiek ir nepriklausomų – *kairiosios* pakraipos, kartais vadinamų stipriaisiais ir silpnaisiais. Taip pat galime matyti griežtų opozicijų mados dizaino lauke nykimą. Skirtingais metodais dirbantys drabužių dizaineriai turi išsitemkti toje pačioje mados pasaulio erdvėje, dizaineriai dažnai veikia taip, kaip buvo būdinga priešingų krypčių atstovams.

3) Lauke, kur dominuoja sistemos atstovaujantys stiprieji dizaineriai, savita silpnėsniųjų dizainerių kasdienybės raiška gali būti įvardijama kaip tam tikra išlikimo taktika. Kita vertus, šios taktikos dažnai būna integruojamos ir jau siūlomos pačios sistemos.

4) Kasdienybės fenomenas drabužių dizaine, skirtingais būdais pasireiškdamas priešingais principais ir strategijomis kuriančių dizainerių darbuose, tapdamas plačiai dėvimų, individualiai interpretuojamų drabužių atributu, daugeliu atveju paverčia drabužių madą populiariąja kultūra, kita vertus, mada dažnai priartėja prie šiuolaikinio meno arba tampa šiuolaikiniu menu.

5) Architektūrą ir drabužių dizainą sieja daugelis bendrų bruožų, o kasdienybės fenomenas drabužių dizaine dažnai pasireiškia postmodernios architektūros metodais. Kasdienybės fenomenas mados dizaine atsiranda per objektų inkorporavimo, audinio dekoravimo ir atskirą – bendrą įvaizdžio kūrimo strategiją. Drabužių dizaine dažnai pritaikomos ir šiuolaikiniam menui būdingos strategijos, tokios kaip postprodukcija ir apropiacija.

6) Savireflektyvi kasdienybės fenomeno analizė atskleidžia mados dizainerio ir kitų asmens atliekamų vaidmenų, kurių tarpusavio dermė arba kontrastai funkcionuoja kaip kūrybinis metodas, koliziją. Ypatingi kontrastai, atsirandantys derinant motinos ir mados dizainerės vaidmenis, tarnauja kaip kūrybinė inspiracija.

7) Nuorodos į mados istoriją yra itin aktualios proginių drabužių, teatro bei kitose sferose, funkcionuoja kaip atskira, bet ne mažiau svarbi mados dizaino kryptis, kurią galima priskirti pabėgimo nuo kasdienybės strategijoms.

LITERATŪROS SĄRAŠAS

1. Amin Ash, Thrift Nigel, *Cities: Reimagining The Urban*, Cambridge, UK: Polity Press, 2002.
2. Barthes Roland, *The Fashion System*, Berkely, Los Angeles, London: University of California Press, 1983.
3. Baudrillard Jean, *The System of Objects*, London, New York: Verso, 1996.
4. Baudrillard Jean, *Vartotojų visuomenė: mitai ir struktūros*, Editions DENOEL, 1970.
5. Baudrillard Jean, *Simuliakrai ir simuliacija*, Vilnius: Baltos lankos, 2002.
6. Bourdieu Pierre, *Sociology in Question*, London: Sage Publications, 1993.
7. Bourriaud Nicolas, *Postproduction*, New York: Lukas&Sternberg, 2007.
8. Collins Bradford R., *Pop art*, Phaidon, 2012.
9. Chernick Myrel, Klein Jennie, *The M Word: Real Mothers in Contemporary Art*, Demeter Press, 2011.
10. De Certeau Michel, *The Practice of Everyday Life*, Berkeley: University of California Press, 1984.
11. De Beauvoir Simone, *Antroji lytis*, Vilnius: Margi raštai, 2010.
12. Dempsey Amy, *Stiliai, judėjimai ir kryptys. Enciklopedinis moderniojo meno vadovas*, 2004.
13. Umberto Eco, *On Beauty. History of a western idea*, London: Secker&Warburg, 2004.
14. Fedorak Shirley A., *Pop Culture: The Culture of Everyday Life*, University of Toronto Press, 2009.
15. Fiske John, *Populiariosios kultūros supratimas*, Vilnius: Žara, 2008
16. Fogg Marnie, *Modern Fashion Explained*, Thames & Hudson, 2010.
17. Foks-Appelman Theresa, *Draw me a picture*, BookSurge Publishing, 2007.
18. Gaižutytė-Filipavičienė Ž., *Pierre'as Bourdieu ir socialiniai meno žaidimai*, Vilnius: Kultūros, filosofijos ir meno institutas, 2005.
19. Gardiner Michael E., *Critiques of Everyday Life*, London: Routledge, 2000.
20. Gehlhart Mary, *The Fashion Designer Survival Guide*, New York: Kaplan Publishing, 2008.

21. Goffman Erving, *The presentation of self in everyday life*, London: Penguin Books, 1990.
22. Gombrich Ernst Hans, *Meno istorija*, Vilnius: Alma littera, 1995.
23. Idzelytė Virginija, *Kostiumo istorija*, Vilniaus dailės akademijos leidykla, 2009.
24. Jekentaitė Leonarda, Sabaliauskaitė Regina, *Žmogus tarp žmonių*, Vilnius: Kronta, 2002
25. Jameson Fredric, *Kultūros posūkis: Rinktiniai darbai apie postmodernizmą*, Vilnius: Lietuvos rašytojų sąjungos leidykla, 2002.
26. Jense Heike, *Fashion Studies: Research Methods, Sites and Practices*, Bloomsbury Academic, 2016.
27. Jonušys Laimantas, *Pokalbiai su Sigitu Parulskiu*, Vilnius: Alma Littera, 2009.
28. Kuenzli Rudolf, *DADA*, London: Phaidon Press Lmt, 2006.
29. Kristeva Julia, „Stabat Mater“, in: *Feminizmo ekskursai: Moters samprata nuo antikos iki postmodernizmo*, Vilnius: Pradai, 1995.
30. Kaiser Susan B., *Fashion and Cultural Studies*, Bloomsbury, 2012.
31. Lefebvre Henri, Clearing The Ground, in: *Documents of Contemporary Art: The Everyday*, edited by Stephen Johnstone, Cambridge: MIT Press, 2008.
32. Lefebvre Henri, *Critique of Everyday Life*, Verso, 2014.
33. Leymarie Jean, *Chanel*, Vilnius: L'officiel mada, 2011, versta iš Editions de la Martiniere, Paris, 2010.
34. McDowell Collin, *Fashion today*, London: Phaidon Press Limited, 2000.
35. McDowell Collin, *The Anatomy of Fashion: Why We Dress The Way We Do*, 2013.
36. McRobbie Angela, *Postmodernism and popular culture*, New York: Routledge, 1998.
37. Nakamichi Tomoko, *Pattern Magic 2*, London: Laurence King Publishing, 2011.
38. Quinn Bradley, *The Fashion of Architecture*, NY, USA: Berg publishers, 2003.
39. Osborne Peter, *Conceptual Art*, Phaidon Press Limited, 2002.

40. Osborne Peter, *Anywhere or not at all: Philosophy of Contemporary Art*, London, New York: Verso, 2013.
41. Pukytė Paulina, *Netikras zuikis*, Vilnius: Apostrofa, 2008.
42. Rubavičius Vytautas, Architektūra postmetafiziniame diskurse, in; *Urbanistika ir architektūra*, XXV tomas, Nr. 3, 2001, p. 113.
43. Sorger Richard, Udale Jenny, *Fundamentals of fashion design*, Switzerland: Ava Publishing, 2006.
44. Radvilavičiūtė Giedra, *Suplanuotos akimirkos*, Vilnius: Baltos lankos, 2004.
45. Rocamora Agnes, Smelik Anneke, *Thinking Through Fashion: A Guide to Key Theorists*, London, New York: I.B.Tauris, 2016.
46. Storey John, *Cultural Theory and Popular Culture*, England: Pearson Education Limited, 2001, 2012.
47. Stallabrass Julian, *Art incorporated: The Story of Contemporary Art*, Oxford University Press, 2004.
48. Štuikienė Dovilė, Debesų ganytoja, in *Laima*, 2014, Nr. 9, p. 35.
49. Alexander Wang in 24 hours, in: *Harper's Bazaar*, October 2014, p. 156.
50. Zeling Sharlotta, *Mode. Das Jahrhundert der Designer 1900-1999*, Köln: Könemann, 2000, p. 149.
51. Venturi Robert, Brown Denise Scott, Izenour Steven, *Leaving From Las Vegas*, The MIT Press, 1972.
52. Vinokurov V. V. Society and spheres of meaning, *SocioLogos – Sociology, Anthrophology, Metaphysics.*, ed. Filippov A. F and Vinokurov V. V. Moscow: Progress Publishers, 1991.
53. Vitkus Gediminas, *Politologija*, Vilnius: Danielius, 1998.
54. Wood Paul, *Movements in Modern Art: Conceptual art*, Tate Publishing, 2002.
55. Wilson Elizabeth, *Adorned in Dreams: Fashion and Modernity*, London: I.B. Tauris & Co Ltd, 2003.
56. *Kūno raiška šiuolaikiniame socialiniame diskurse*, sudarė N. Keršytė, Vilnius: Baltos lankos, 2007, p. 39.

ILIUSTRACIJŲ SĄRAŠAS

1. *Chanel* 2014–2015 m. rudens–žiemos kolekcijos pristatymas *Grand Palais* inscenuotame prekybos centre, [žiūrėta 2017 09 07], <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2014-ready-to-wear/chanel/slideshow/collection>.
2. *Chanel* 2015 m. kolekcijos pristatymas, [žiūrėta 2017 09 07], <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2015-ready-to-wear/chanel/slideshow/collection>.
3. *Chanel* 2016 m. pavasario kolekcijos pristatymas, [žiūrėta 2017 09 07], <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2016-ready-to-wear/chanel>.
4. 1959 m. *Chanel* prekinio ženklo reklama, iš Jean Leymarie *Chanel, 2011 L'officiel mada*, Vilnius, p. 235;
5. 2014–2015 m. *Chanel* aksesuaras – rankinukas „pieno pakelis“, [žiūrėta 2017 09 12], <http://www.fashionphile.com/chanel-metallic-goatskin-lait-de-coco-milk-carton-bag-silver-77549>.
6. 2014–2015 m. *Chanel* aksesuaras – rankinukas „mėsos pakelis“, [žiūrėta 2017 09 12], <https://www.purseblog.com/chanel/channels-supermarket-themed-fall-2014-bags-stores-now-look-surprisingly-wearable/>.
7. *Moschino* 2014 m. pavasario–vasaros kolekcijos modelis – suknelė iš populiaraus šokolado pakuotę atkartojančio audinio, [žiūrėta 2017 09 07], <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2014-ready-to-wear/moschino/slideshow/collection#45>.
8. *Vetements* prekių ženklo 2016 m. pavasario–vasaros kolekcijos pristatymas kinų restorane, [žiūrėta 2017 09 07], <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2016-ready-to-wear/vetements>.
9. *Koche* prekių ženklo kolekcijos pristatymas tikrame prekybos centre, [žiūrėta 2017 09 07], <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2016-ready-to-wear/koche>.
10. *Jacquemus* 2016 m. rudens–žiemos kolekcija, [žiūrėta 2016 08 21], <http://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2016-ready-to-wear/jacquemus/slideshow/collection#21>.
11. *Jacquemus* prekių ženklo suknelė-pirštinė, [žiūrėta 2017 09 07], <https://www.lyst.com/clothing/jacquemus-navy-la-main-dress/>.

12. *Vetements* kurti batai, kurių kulniukai – žiebtuvėliai, [žiūrėta 2017 09 07], <https://trendsandtribulations.com/2016/02/04/shoe-porn-thursday-vetements/>.
13. *Balenciaga* 2017–2018 m. rudens–žiemos kolekcijos pristatymas, [žiūrėta 2017 03 09], <http://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2017-ready-to-wear/balenciaga/slideshow/collection#18>.
14. *Elsa Schiaparelli* kaklo aksesuaras, dekoruotas įvairiais vabzdžiais ir, Zeling Sharlotta, *Mode. Das Jahrhundert der Designer 1900-1999*, Köln: Könemann, 2000, p.
15. Martin Margiela, liemenė iš pirštinių, *Fashion now*, 2001, p. 313.
16. Dešinėje – *Vetements* 2015 m., kairėje – Martin Margiela, 1999 m. pavasaris–vasara, [žiūrėta 2016 08 21], <http://www.highsnobiety.com/2016/03/04/vetements-margiela-influence/>.
17. Joseph Beuys *Felt Suit*, [žiūrėta 2016 08 21], <http://www.tate.org.uk/art/artworks/beuys-felt-suit-ar00092>.
18. *Gosha Rubchinskiy*, 2016 m. pavasaris–vasara, [žiūrėta 2017 09 07], <http://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2016-menswear/gosha-rubchinskiy/slideshow/collection#16>.
19. *Jaquemus* 2016 m. rudens–žiemos kolekcija, [žiūrėta 2017 09 07], <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2016-ready-to-wear/jacquemus/slideshow/collection>.
20. Agnės Kuzmickaitės 2005 m. kolekcija „Nuogi drabužiai“. Visvaldo Morkevičiaus nuotrauka.
21. *Gosha Rubchinskiy* 2016 m. pavasario–vasaros kolekcija, [žiūrėta 2017 09 07], <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2016-menswear/gosha-rubchinskiy>.
22. Iškarpų „žemėlapiai“.
23. Vilniaus miesto gatvių žemėlapis.
24. *Moschino* 2016 m. kolekcijos modelis, [žiūrėta 2017 09 07], <http://www.vogue.com/fashion-shows/resort-2016/moschino/slideshow/collection#1>.
25. *Chanel* prekės ženklo reklama žurnale *Vogue*, 2014 m. balandis
26. Vienkartinė *The Lady Dior Pub* („Ledi Dior aludė“) iškaba. Aludė buvo atidaryta prieš 2017 m. kruizinės kolekcijos pristatymą Anglijoje, Oksfordshire.

27. *Moschino* 2015 m. pavasario–vasaros kolekcijos pristatymo herojė – lėlė Barbė, [žiūrėta 2017 09 07], <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2015-ready-to-wear/moschino>.

28. *Vetements* modelis iš 2015 m. rudens–žiemos gatavų drabužių kolekcijos, [žiūrėta 2016 08 22], <http://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2015-ready-to-wear/vetements/slideshow/collection#24>.

29. Vanesa Beecroft performansas Kanye West'o kolekcijos pristatymo dalis, [žiūrėta 2017 09 07], <https://hypebeast.com/2016/2/vanessa-beecroft-tlop-music-video>.

30. Agnės Kuzmickaitės modelis iš 2008 m. kolekcijos „Tarpusavio priklausomybė“. Modesto Ežerskio nuotrauka.

31. Agnės Kuzmickaitės modelis iš 2006 m. kolekcijos „Shopoholic“. Pauliaus Gasiūno nuotrauka.

32. Menininkės Lucy Orta „kūno architektūros“ kūrinys, [žiūrėta 2016 08 22], <http://ilikethisart.net/?p=13956>.

33. *Duck in decorated shed* – iš R. Venturi *Learning from Las Vegas*.

34. Modelis iš *Vetements* 2016 m. rudens–žiemos gatavų drabužių kolekcijos, [žiūrėta 2016 08 22], <http://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2016-ready-to-wear/vetements/slideshow/collection#9>.

35. *Viktor&Rolf* modelis iš 2015 m. rudens–žiemos *couture* kolekcijos, [žiūrėta 2016 08], <http://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2015-couture/viktor-rolf>.

36. Modelis iš *Vetements* 2016 m. rudens–žiemos gatavų drabužių kolekcijos; [žiūrėta 2016 08 22], <http://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2016-ready-to-wear/vetements/slideshow/collection#9>.

37. Modelis iš *Dior* SS17 kolekcijos, [žiūrėta 2017 02 26], <http://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2017-ready-to-wear/christian-dior/slideshow/collection#18>.

38. “Dry clean only” marškinėliai iš ukrainiečių dizainerių dueto *Chakshyn* kolekcijos, [žiūrėta 2016 09 10], https://www.google.lt/search?q=chakshyn&espv=2&biw=1278&bih=642&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwifxfyRvoTPAhXLjSwKHaDsDPgQ_AUIBjgB#imgsrc=f3SX3zYnjxRsM%3A.

39. Modelis iš Agnės Kuzmickaitės 2006 m. kolekcijos. Visvaldo Morkevičiaus nuotrauka.
40. Modelis iš Agnės Kuzmickaitės 2006 m. kolekcijos „Shopoholic“, kišenės – pirkinių maišeliai. Pauliaus Gasiūno nuotrauka.
41. Finalinis modelis iš Agnės Kuzmickaitės 2010 m. kolekcijos „Untitled“. Modesto Ežerskio nuotrauka.
42. Modelis iš Agnės Kuzmickaitės 2015 m. kolekcijos. Audinio marginimo pagrindas – vaikiškas neartikuluotas piešinys – „makaliūzė“. Visvaldo Morkevičiaus nuotrauka.
43. Dizainerės Mary Katrantzou 2012–2013 m. kolekcijos, [žiūrėta 2017 09 07], <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2012-ready-to-wear/mary-katrantzou>
44. Latvijos dizainerių dueto *Mareunrol's* žemėlapių vaizdinio įkvėpta 2015 m. pavasario–vasaros kolekcija, [žiūrėta 2017 09 07], <https://www.pinterest.co.uk/agneseestere/m-a-r-e-u-n-r-o-l-s/>.
45. Modelis iš Craig Green 2013 m. rudens–žiemos kolekcijos, [žiūrėta 2017 09 07], <https://theredlist.com/wiki-2-23-1249-244970-view-2010s-6-profile-craig-green-1.html>.
46. Modelis iš *Mareunrol's* kolekcijos, [žiūrėta 2017 09 07], <https://www.pinterest.co.uk/agneseestere/m-a-r-e-u-n-r-o-l-s/>.
47. Modelis iš Giles 2010 m. kolekcijos, iš Fogg Marnie, *Modern Fashion Explained*, Thames & Hudson, 2010, p. 98.
48. Agnės Kuzmickaitės magistro studijų diplomas.
49. Agnė Kuzmickaitė – tarptautinio žurnalo *L'officiel* veidas.
50. Šiuolaikinė mados fotografija. Jeurgen Teller, [žiūrėta 2017 04 24], <https://cupcakejunky.wordpress.com/2011/03/18/the-photography-of-juergen-teller/>.
51. Šiuolaikinė mados fotografija. Jeurgen Teller, [žiūrėta 2017 04 24], <https://cupcakejunky.wordpress.com/2011/03/18/the-photography-of-juergen-teller/>.
52. *Dolce&Gabbana* 2015 m. reklaminė kampanija, [žiūrėta 2017 09 07], <http://fashionista.com/2015/06/dolce-gabbana-fall-2015-campaign>.
53. *Dolce&Gabbana* 2015 m. reklaminė kampanija, [žiūrėta 2017 09 07], <http://fashionrecipe.typepad.com/blog/2010/07/italian-family-dolce-gabbana-fall-campaign.html>.

54. Spalvingas žaislų chaosas ant grindų. Visvaldo Morkevičiaus nuotrauka.
- 55–56. Vaikiška keverzonė.
57. Agnės Kuzmickaitės modelis, 2014 m. Vaikišku piešiniu dekoruoti klasikiniai vyriški marškiniai su hiperbolizuotų proporcijų kaspinu – dekoro detale. Lino Masioko nuotrauka.
- 58–59. Kambarys iki ir po vaiko pažaidimo.
- 60–61. Vaiko žaidimai su maistu.
62. Agnės Kuzmickaitės sukurta silikoninė suknelė, atkartojanti saldainių „Haribo“ formas. Pauliaus Gasiūno nuotrauka.
63. Apskritimo formos vaikiška „makaliūzė“.
64. Gyvatės formos vaikiška „makaliūzė“.
65. Vaikiški žaislai – spalvos.
- 66–68. Agnės Kuzmickaitės 2016 m. kolekcijos modelis. Visvaldo Morkevičiaus nuotrauka.
69. Dizainerės Iris Van Herpen modelis iš 2014 m. rudens–žiemos gatavų drabužių kolekcijos, [žiūrėta 2017 09 07], <http://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2014-ready-to-wear/iris-van-herpen/slideshow/collection#25>.
70. Alexander McQueen modelis iš 2013 m. rudens–žiemos gatavų drabužių kolekcijos, [žiūrėta 2017 09 07], <http://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2013-ready-to-wear/alexander-mcqueen/slideshow/collection#5>.
71. Modelis iš 2016 m. rudens/žiemos mados namų *Burberry* gatavų drabužių kolekcijos, [žiūrėta 2017 09 07], <http://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2016-ready-to-wear/burberry-prorsum>.
72. Vėtuvinė Kate Middleton suknelė, sukurta Alexander McQueen mados namų dizainerės Sarah Burton, [žiūrėta 2017 09 07], <http://www.vogue.com/article/kate-middletons-wedding-dress>.
73. Scena iš spektaklio „Hamletas“, rež. O. Koršunovas, kostiumai – A. Kuzmickaitė. D. Matvejevo nuotrauka.
74. Scena iš G. Verdi operos „Ernani“, LNOBT, kostiumai – A. Kuzmickaitė. LNOBT archyvas.
75. Scena iš spektaklio „Užsispyrėlės sutramdymas“, rež. O. Koršunovas, kostiumai – A. Kuzmickaitė. OKT archyvas.

76. Scena iš spektaklio „Hamletas“, rež. O. Koršunovas. Kostiumai – A. Kuzmickaitė. D. Matvejevo nuotrauka.

77–78 pav. Aktoriai prieš repeticiją. Agnės Kuzmickaitės nuotrauka.

79 pav. Agnės Kuzmickaitės kostiumas

80 pav. A. Kuzmickaitės modelis, sijonas – hiperbolizuota renesansinė apykaklė freza. Modesto Ežerskio nuotrauka.

MENO PROJEKTAS

Meno projekte „Kasdienybė kaip kūrybos inspiracija: dizainerio savirefleksija“ tiriamos po XIX a. paskutiniojo dešimtmečio itin aktualiomis tapusios mados dizaino praktikos, kurios man yra svarbios dėl kasdienio gyvenimo artefaktų panaudojimo, artimo mano kūrybai. Kasdienybės problematikos teorinis diskursas mados dizaino kontekste yra išskleidžiamas teorinėje disertacijos dalyje, analizuojant P.Bourdieu, R.Barthes, J.Baudrillard, M.de Certeau ir kitų filosofų įžvalgas, leidžiančias geriau suvokti savo kūrybos vietą bendrame meno pasaulio kontekste, suvokiant globalesnių struktūrų procesus ir įtaką drabužių madoje, kairės ir dešinės pozicijų mastą joje, įvertinti ir pritaikyti strategijos ir taktikos praktikas mados dizaine ir savo kūryboje.

Kasdienybės fenomeno dominavimą šiuolaikiniame mados dizaine galima aiškinti ir tuo, ką meno istorikas J. Stallabrassas meno pasaulyje siejo su neoliberalios ekonomikos era²⁵⁰. Menotyrininkas Nicolas Bourriaud šiame ypatingos perprodukcijos laikotarpyje išskiria dominuojantį meno kūrimo principą meno kūrinius kurti ne *ex-nihilo*, o naudojant jau esamus, kitų gamybos objektus²⁵¹. Bourriaud pažymi, jog tokie metodai kaip citavimas, perdirbimas ar *detournement*²⁵² savaime anaipol nėra naujas dalykas, ir įdomu greičiau tai, kad šiame, XXI, amžiuje jie jau yra tapę pagrindiniais ir aktualiausiais. Šių metodų atsiradimas ankstesniame, su postmodernizmo era siejamame laikotarpyje paaiškina ir tai, kad daugelis dabartiniame mados dizaine naudojamų metodų gali būti aiškinami postmodernizmo architektūrai būdingais, R. Venturi suformuluotais principais. Šios mano minimos teorinės įžvalgos yra plačiau analizuojamos teoriniame darbe.

Jau egzistuojančių objektų integravimas į kūrybą man yra artimas nuo studijų laikų – visada teigiau, jog savo kūryboje dažniausiai įkvėpimo semiuosi iš šalia manęs esančios kasdienės aplinkos – benusirengiančio žmogaus įspūdį siekiau sukurti kolekcijoje „Nuogi drabužiai“, apsipirkimo fenomeną tyriau kolekcija „Shopoholic“ ir t. t.

²⁵⁰ J. Stallabrass, *Art incorporated*, p. 2.

²⁵¹ N. Bourriaud, *Postproduction*, p. 23.

²⁵² liet. Sudarkymas, iškreipimas

Šio meno projekto tikslas – apčiuoti aktualiausius ir labiausiai įkvepiančius savos kasdienybės elementus, integruojant juos į kuriamo drabužio dizainą disertacijos tekste apibūdintais metodais: objekto inkorporavimo, paviršiaus dekoravimo, apropiacijos ir postprodukcijos. Parodyti, kad kasdieniai daiktai gali tarnauti kaip vertingas inspiracinis stimulus, ir pademonstruoti tai, kaip šie procesai vyksta. Meno projektą sudaro 3 kolekcijų ciklas, bendradarbiavimo su kompanija „Dormeo“ pagrindu sukurta tiražuojama miegamojo patalynės linija bei kostiumai LNOBT spektakliui „Ernanis“.

Šiandienėje mano buityje dažniausiai naudojami daiktai yra masinės gamybos. Vis dėlto meno projekte pasirenkami kasdienybės artefaktai yra paliesti individualaus žmogiško santykio, o ne akiai primesti sistemos. Kasdienis objektas šiame kontekste gali ir nebūti masinės produkcijos gaminys, pvz., 2015 metų kolekcijoje naudojama makaliuzė yra žmogiškos veiklos rezultatas, bet ne mažiau kasdieniškas. Tas pats pasakytina ir apie įvairias dėmes, nusidėvėjimą ir kitką, kas yra dažna kasdienybės dalis. Taigi, masinė produkcija yra tik viena iš kasdienybės sudarančių dalių.

Kasdieniai daiktai dalyvauja kasdienybėje atsižvelgiant į atliekamą vaidmenį, kaip sudedamoji vaidmens scenografijos dalis. Vienas iš pagrindinių šio meno projekto aspektų – kasdienybės, persmelktos vaiko buvimo problematika, integracija į kūrybą.

Šalia panirimo į kasdienybę strategijos paraleliai parodau ir jai priešingą – pabėgimo nuo kasdienybės galimybę, naudodama istorines nuorodas, pristatydama savo kurtus kostiumus operai, kuriuos kuriant ispanų renesanso kostiumai derinami su šiuolaikiniais – XXI amžiaus – drabužiais.

2016 metų kolekcija tiria kasdienę namų tvarkymo patirtį. Namuose atsiradus vaikui daugelis žaidimų persikelia ant žemės. Nuolatinis spalvingas chaosas ant grindų tampa savotišku iki tol nepatirtu iššūkiu. Kiti interjere esantys objektai nuo šiol įsiterpia tarp žaislingų, bet jiems nebūdingų daiktų – žaislų ar jų pakuočių liekanų, plastilino ir kt., taip inicijuodami netradicines, iki tol jiems nebūdingas jungtis (pav. 1).

Kitas svarbus niuansas – nuolatinė pastanga „sutvarkyti grindis“. Kažkodėl gyvenime tiek sąmoningai, tiek nesąmoningai siekiama pasiekti minimalistinės ir

išgrynintos grindų vizijos ir tvarkos, kuri nedera su nuolatos besikaupiančiomis žaislingomis detalėmis.

Šios patirtys tapo pagrindine kolekcijos idėja ir konstrukciniu pagrindu. Konkrečiai tai – spalvingo grindų chaoso jungtis su organiškai jam priklausančiu grindų skuduru, dažniausiai siuvamu iš lino arba drobės. Grubus lininis audinys – neutrali faktūrinė bazė, kuri kolekciijoje kontrastuoja su spalvinga, realios žaislų krūvos nuotrauka marginta medžiaga (pav. 2).

Kita šios kolekcijos idėja – tai nuolatinis savo kasdienio kelio ieškojimas nesibaigiančioje kasdienių darbų rutinoje ir chaose. Kasdienis chaoso valdymas įprasminamas remiantis bazinių drabužių iškarpų brėžiniais, dėliojamais to paties spalvingą chaosą atspindinčio audinio paviršiuje (pav. 4-6).

Šias idėjas kolekcijos pristatyme papildė scenografija, pakvietimai, muzikinis takelis, taip pat reklaminiai plakatai mieste ir spaudoje (pav.8-15).

2015 metų kolekcija buvo įkvėpta dažnai pasitaikančio kasdienio elemento – *makaliūzės* (pav. 1-3). Tai – vienas pirmųjų vaiko raidos kelyje pasitaikančių simbolių. Šių simbolių atsiradimas visur paskatino panaudoti jį keliais lygmenimis – tiek audinio marginimui, tiek drabužio konstrukcijai, kuomet drabužis tampa tarsi erdvine makaliūze. Šią seką galime matyti kolekcijos drabužiuose (pav.11-26).

Kitas svarbus komponentas – įvairių, suaugusiojo suvokimu, „klaidų“, kurias daro vaikas, (pavyzdžiui, žaidžiant su maistu) fiksavimas ir integravimas į drabužio konstrukciją (pav. 4-8).

Svarbi dalis buvo kolekcijos scenografija, muzika ir pakvietimai į renginį, taip pat reklaminiai plakatai mieste bei spaudoje (pav. 5,9,10) .

2014 metų kolekcija nagrinėja perėjimą nuo vaiko prie suaugusiojo pasaulio elementų. Rodoma vaikiškų piešinių ir klasikinių marškinių jungtis, vaikiškos simbolikos atsiradimas viršutinių gaminių marginime.

Masinės produkcijos ir drabužių dizaino santykis tiriamas parodant „Dormeo by Agnė Kuzmickaitė“ patalynės liniją²⁵³. Parodoje pristatomas videofilmas sudarytas iš socialiniuose tinkluose žmonių publikuotų kasdienių vaizdų patalynės fone, taip

²⁵³ Didelio populiarumo sulaukęs Agnės Kuzmickaitės bendradarbiavimas su kompanija „Studio Moderna“. „Dormeo by Agnė Kuzmickaitė“ patalynės kompletų vien Lietuvoje parduota per 400 000 vienetų.

reflektuojant masinės kultūros integracijos ir adaptacijos kasdieniame žmogaus gyvenime aspektą, iliustruojant jo tapimą populiariąja kultūra.

Šio projekto užduotis buvo sukurti kolekcijų ciklą, remiantis kasdienėmis patirtimis. Tikslas buvo įgyvendintas, o jo didelė sklaida ir populiarumas leidžia teigti, kad projektas pavyko. Stebint mados pasaulio aktualijas galima spręsti, jog ši egzistuojančių daiktų, populiariosios ir masinės kultūros simbolių integravimo strategija tampa vis aktualesnė ir net dominuojanti, ją plačiai naudoja mano teoriniame darbe apibūdinami dešinėsios pakraipos dizaineriai. Tad artimiausiais dešimtmečiais jai galima prognozuoti dominuojančią vietą bendrame mados dizaino lauke.

APIE AUTORE

Agnė Kuzmickaitė-Prūsaitienė (g. 1981 m. Vilniuje) yra drabužių dizainerė ir teatro kostiumų dailininkė. 2001–2005 m. su pagyrimu už profesionalumą baigė bakalauro studijas Vilniaus dailės akademijoje, 2007 m. ten pat apgynė magistro laipsnį, kolekcija „Shopoholic“ įvertinta pagyrimu už konceptualumą (vadovė prof. J. Talaikytė). 2006 m. pagal *Erasmus* mainų programą stažavosi Utrechto dailės akademijoje. Nuo 2010 m. tęsia studijas meno doktorantūroje. Agnės Kuzmickaitės darbai yra pelnę ne vieną tarptautinį apdovanojimą: magistro darbo kolekcija „Shopoholic“ 2008 m. tarptautiniame Berlyno mados dizainerių konkurse „Createurope: The Fashion Academy Award“, kurio komisiją sudarė įvairių šalių mados dizaino profesionalai, laimėjo pagrindinį apdovanojimą „Best Upcomming designer“.

Nuo 2006 m. savo kolekcijas reguliariai pristato tiek Lietuvoje, tiek oficialiose mados savaitėse ir parodose užsienyje - *Mercedes Benz Kiev Fashion Days* Kijeve, *Mercedes-Benz fashion week Berlin* Berlyne, *Riga Fashion Week* Rygoje, *Capsule* Paryžiuje, *Pitti Super* Milane ir kt. Agnės Kuzmickaitės-Prūsaitienės darbai buvo publikuoti tokiuose tarptautiniuose leidiniuose ir portaluose kaip „Vogue“, „L’official“, „Marie Claire“ ir kt.

Agnė Kuzmickaitė-Prūsaitienė taip pat kuria kostiumus spektakliams. Yra sukūrusi kostiumus apie 20 spektaklių, dirbusi Lietuvos nacionaliniame operos ir baleto teatre, Oskaro Koršunovo teatre, Valstybiniame Vilniaus mažajame teatre, Lietuvos rusų dramos teatre, Valstybiniame jaunimo teatre, Oslo nacionaliniame teatre, Turino teatre *Teatro Regio* ir kt. Yra bendradarbiavusi su tokiais režisieriais kaip O. Koršunovas, J. Vaitkus, J. C. Berruti ir kt. 2012 m. už kostiumus J. Vaitkaus spektakliui „Tas, kuris gauna antausius“, nominuota Auksinio scenos kryžiaus apdovanojimui.

Agnė Kuzmickaitė-Prūsaitienė intensyviai bendradarbiauja su Lietuvos ir tarptautinėmis įmonėmis kuriant bendrus projektus. Iš paskutinių paminėtini Magnum, Coca Cola, Electrolux, Dormeo ir Biok Laboratorija, Domus Lumina, Euro Vaistinė ir kt.

Publikacijos disertacijos tema mokslo leidiniuose:

Agnė Kuzmickaitė-Prūsaitienė, Mados dizainerės-mamos kasdienybės žemėlapiai, in *Acta Academiae Artium Vilnensis*, T. 79: *Meninis tyrimas: teorija ir praktika*, 2015, p. 171–185, ISSN 1392-0316; 79; ISBN 978-609-447-195-7

Meno projekto vieši pristatymai:

2016 m. gegužės 4 d. meno doktorantų skaitymai, pranešimas tema: „Kasdienybės objektai drabužių dizaine: atsiradimo sąlygos ir reiškimosi būdai“. „Titanikas“, II aukšto parodų salė, Maironio g. 3, Vilnius;

2016 m. balandžio 28 – gegužės 21 d. dalyvavimas meno doktorantų parodoje „Atviros studijos“, „Titanikas“, II aukšto parodų salė;

2016 m. balandžio 7 d. drabužių kolekcijos iš ciklo „Kasdienybė kaip kūrybos inspiracija“ pristatymas Menų spaustuvėje;

2015 m. gruodžio 17 d. meno seminare pristatytas meno projektas „Kasdienybės fenomeno mados dizaine reiškimosi būdai“;

2015 m. balandžio 29 d. pranešimas tema „Populiariosios kultūros raiška drabužių dizaine“, „Titanikas“, I aukšto parodų salė ;

2015 m. balandžio 23 – gegužės 9 d. dalyvavimas meno doktorantų parodoje „Mnemosinės ledkalnis“;

2015 m. kovo 18 d. drabužių kolekcijos iš ciklo „Kasdienybė kaip kūrybos inspiracija“ pristatymas Mažajame Vilniaus teatre;

2014 m. lapkričio 20 d. meno seminare pristatytas projektas „Vaiko intervencija į suaugusiųjų pasaulį kaip kūrybos inspiracija“ bei pranešimas „Pop kultūra madoje – ar visada tai pasipriešinimo sistemai forma?“;

2014 m. gegužės 16 d. pranešimas „Miesto kultūra kaip viena iš svarbiausių kasdienybės fenomeno madoje aplinkybių“ Dizaino inovacijų centre;

2014 m. balandžio 20 – gegužės 21 d. dalyvavimas meno doktorantų parodoje „Išklotinė“;

2014 m. kovo 26 d. meno projekto rengimo seminare skaitytas pranešimas disertacijos tema;

2014 m. vasario 25 d. drabužių dizaino kolekcijos iš ciklo „Kasdienybė kaip

kūrybos inspiracija“ pristatymas nacionaliniame dramos teatre;

2011 m. balandžio 28 d. meno projekto rengimo seminare skaitytas pranešimas disertacijos tema.

Kolekcijų pristatymai, konkursai, renginiai:

2017 m. asmeninės kolekcijos pristatymas Menų spaustuvėje, Vilnius, Lietuva;

2017 m. dalyvavimas tarptautinėje mados dizaino parodoje *Capsule* Paryžiuje, *Paris Fashion Week, AW 17/18*, Prancūzija;

2017 m. dalyvavimas *Pitti Super* parodoje Milane, *Milan Fashion Week, AW 17/18*, Italija;

2017 m. dalyvavimas tarptautinėje *Mercedes Benz Kiev Fashion Days* mados savaitėje, *AW17/18*, Kijevas, Ukraina;

2016 m. dalyvavimas tarptautinėje mados dizaino parodoje *Capsule* Paryžiuje, *Paris Fashion Week, SS17*, Prancūzija;

2016 m. dalyvavimas tarptautinėje *Mercedes Benz Kiev Fashion Days* mados savaitėje, *SS17*, Kijevas, Ukraina;

2016 m. asmeninės kolekcijos pristatymas Menų spaustuvėje, Vilnius, Lietuva;

2016 m. dalyvavimas tarptautinėje mados dizaino parodoje *Capsule* Paryžiuje, *Paris Fashion Week, AW 16/17*;

2015 m. asmeninės kolekcijos pristatymas tarptautiniame renginyje *Riga Fashion Week, SS16*, Latvija;

2015 m. asmeninės kolekcijos pristatymas Vilniaus mažajame teatre, Vilnius, Lietuva;

2015 m. asmeninės kolekcijos pristatymas tarptautiniame renginyje *Riga Fashion Week, A/W15/16*, Latvija;

2014 m. asmeninės kolekcijos pristatymas Lietuvos nacionaliniame dramos teatre, Vilnius, Lietuva;

2013 m. asmeninės kolekcijos pristatymas Vaidilos teatre, Vilnius, Lietuva;

2013 m. asmeninės kolekcijos pristatymas tarptautinėje Berlyno mados savaitėje *Mercedes-Benz fashion week Berlin*, Berlynas, Vokietija;

2011 m. drabužių kolekcija tarptautinio *Elite Model Look* konkurso finalui, Vilnius, Lietuva;

2011 m. kolekcijos „I do“ pristatymas festivalyje „Mados infekcija 2011“;

2010 m. konkurso *Baltic Fashion Award* finalas, Heringsdorfas, Vokietija;

2010 m. kolekcijos „Untitled“ pristatymas festivalyje „Mados infekcija 2010“;

2009 m. Lietuvos kultūros ministerijos edukacinė stipendija stažuotei Berlyne;

2009 m. Agnė Kuzmickaitė žurnalo „Moteris“ organizuojamuose „Metų moters“ rinkimuose išrinkta „Metų alternatyva“;

2009 m. kolekcijos „Shopoholic“ pristatymas festivalyje *Bridge of Fashion*, Heringsdorfas, Vokietija;

2009 m. kolekcijos „Shopoholic“ pristatymas festivalyje *Erki Moeshow*, Talinas, Estija;

2008 m. už kolekciją „Shopoholic“ tarptautiniame konkurse *Createurope: The Fashion Academy Award*, Berlyne, Vokietijoje, įvertinta aukščiausiu apdovanojimu – *Best Upcoming Designer 2008*;

2008 m. kolekcijos „Tarpusavio priklausomybė“ pristatymas festivalyje „Mados infekcija 2008“;

2007 m. kolekcijos „Shopoholic“ pristatymas šiuolaikinių menų festivalyje „Virus“ Šiauliuose;

2007 m. dalyvavimas renginyje „Mada ir menas prieš krūties vėžį“. Kostiumai solistei Asmik Grigorian ir aktorei Nelei Savičenko;

2007 m. kartu su Nacionaline Mados Dizainerių Asociacija dalyvavimas akcijoje „Dizaineriai už ekologiją“;

2007 m. kolekcijos „Shopoholic“ pristatymas *Riga fashion week, AW 2007/08*;

2007 m. kolekcijos „Shopoholic“ pristatymas festivalyje „Mados infekcija“;

2006 m. kolekcijos „Nuogi drabužiai“ pristatymas Rygos mados savaitėje *Rigafashion week, SS 2007*;

2006 m. kolekcijos „Nuogi drabužiai“ pristatymas renginyje „Mados infekcija“;

2005 m. kolekcijos „Nuogi drabužiai“ pristatymas Sostinės dienų renginyje „Eternity“ Katedros aikštėje;

2005 m. diplominė drabužių kolekcija „Nuogi drabužiai“ bakalauro laipsniui gauti. Kolekcijos pristatymas „Helios“ klube. Darbo vadovė J. Talaikytė, recenzentė N. Adomonytė. Kolekcija įvertinta aukščiausiu 10 balų įvertinimu su pagyrimu už profesionalumą;

2004 m. kolekcija „Išgelbėtieji“ pristatymas konkurse „Habitus Baltija“, Latvija, Ryga;

2003 m. vieno modelio konkursas „Mada. Menas. Muzika“. Specialus prizas;

1996 m. *Aenne Burda Preis '96*. Specialus prizas už eleganciją.

Kostiumai spektakliams:

2013 m. kostiumai J. Verdi operai „Ernani“, režisierius Jean-Claude Berutti, dirigentas Gianluca Marciano, Lietuvos nacionalinis operos ir baleto teatras;

2012 m. kostiumai operetei „Šikšnosparnis“, režisierius G. Šeduikis, Lietuvos nacionalinis operos ir baleto teatras;

2011 m. kostiumai spektakliui „Amfitrionas“, režisierius A. Areima, Valstybinis Vilniaus Mažasis teatras;

2011 m. kostiumai spektakliui „Tas, kuris gauna antausius“ pagal L. Andrejevo pjesę, režisierius J.V aitkus, Lietuvos rusų dramos teatras;

2010 m. kostiumai spektakliui „Dugne“ pagal M. Gorkio pjesę, režisierius O. Koršunovas, OKT Vilniaus miesto teatras;

2010 m. kostiumai spektakliui V. Šekspyro „Užsispyrėlės sutramdymas“, režisierius O. Koršunovas, „Aleksandrinskij“ teatras, Sankt-Peterburgas, Rusija;

2010 m. kostiumai spektakliui „Žygimantas ir Barbora“, režisierius J. Vaitkus. Vilnius, Valstybinis jaunimo teatras;

2009 m. kostiumai spektakliui „Dugne“ pagal M. Gorkio pjesę, režisierius O. Koršunovas. Oslo nacionalinis dramos teatras, Norvegija;

2008 m. kostiumai G. Donizetti operai „Meilės eliksyras“, režisierius O. Koršunovas, dirigentas M. Pitrėnas. Lietuvos nacionalinis operos ir baleto teatras;

2008 m. scenografija (kartu su O. Koršunovu) ir kostiumai spektakliui V. Šekspyro „Hamletas“. Režisierius O. Koršunovas, OKT Vilniaus miesto teatras;

2007 m. personažų įvaizdžio sukūrimas tarptautinio teatrų festivalio „Sirenos“ videoklipui; režisierius A. Jonynas;

2007 m. kostiumai spektakliui A. Strindbergo „Kelionė į Damaską“, režisierius O. Koršunovas, scenografija J. Paulėkaitė, muzika G. Sodeika; Klaipėdos dramos teatras;

2006 m. kostiumai W. A. Mocarto operai „Užburtoji fleita“, libreto autorius A. Barrico, dirigentas F. Biondi, režisierius O. Koršunovas, scenografija J. Paulėkaitė, Italija, Turinas, *Teatro Regio* operos teatras;

2006 m. kostiumai G. Sodeikos operai „Vinter“, dirigentas D. Katkus, režisierius O. Koršunovas;

2005 kostiumai spektakliui A. Strindbergo „Kelionė į Damaską“, režisierius O. Koršunovas, scenografija J. Paulėkaitė, muzika G. Sodeika; Norvegija, Oslas, Nacionalinis teatras;

2005 m. kostiumai spektakliui Brolių Presniakovų „Vaidinant auką“, režisierius O. Koršunovas, scenografija J. Paulėkaitė, muzika G. Sodeika. OKT Vilniaus miesto teatras;

2004 m. kostiumai V. Baltako operai „Cantio“, režisierius O. Koršunovas, libreto autorė Sharon Joyce, scenografas G. Makarevičius OKT Vilniaus miesto teatras, 9-oji Miuncheno bienalė;

2004 m. kostiumai spektakliui M. von Mainburgo „Šaltas vaikas“, režisierius O. Koršunovas. Klaipėdos dramos teatras;

2003 m. kostiumai šokio spektakliui S. Parulskio „Vienatvė dviese“, režisierius O. Koršunovas. OKT Vilniaus miesto teatras;

2002 m. kostiumai spektakliui G. Burke'ės „Gagarino gatvė“, režisierius J. Vaitkus.

Bendradarbiavimas, projektai

2017 m. „Magnum“ ledų ambasadorė Lietuvoje;

2017 m. bendradarbiaujant su vokišku prekių ženklu „Jung“ sukuriamas vardinis elektros jungiklių dizainas;

2017 m. bendradarbiavimas su lietuvišku prekių ženklu „Rasa“ pristatomas vardinis rankų kremas;

2016 m. bendradarbiaujant su kompanija „Domus Lumina“ sukuriamas vardinė langų roletų linija;

2016 m. bendradarbiaujant su tarptautine kompanija „Coca-Cola“ sukurti drabužiai ir aksesuarai perdirbant panaudotą reklaminių tentų;

2016 m. bendradarbiavimas su tarptautine ledų kompanija „Magnum“;

2014 m. bendradarbiavimas sukuriant patalynės liniją tarptautinei kompanijai „Dormeo“.

SUMMARY

INTRODUCTION

A Justification of the Research Theme

Various aspects may be considered when discussing everyday life in the context of fashion design. For many ages, specially designed and exclusive clothing was a privilege of nobility — rich fashion history materials rely on the representation of nobility clothing in particular. Nowadays in contrast, the major focus is on the clothes designed to be worn every day, which is mostly mass produced casual clothing. Clothing fashion, a prerogative of the privileged class only a few centuries ago, has become a part of everyday culture. In the twenty first century this casual clothing, as well as clothing for special occasions e.g. wedding dresses, is mostly made by professional designers. Almost everyone, from influential people and politicians to artists and students, wear ready-made clothes every day. This is only one of the everyday fashion aspects.

The practical features of casual clothing do not take away any aesthetic value. Casual clothing currently plays a key role in the field of fashion design and is becoming a major space of creative expression for fashion designers. Elements from everyday life, or indeed, the characteristics of everyday life are increasingly used, integrated in various ways, and are easy to recognise in the work of contemporary fashion designers. They choose the everyday or even domestic themes and concepts for their collections and simple, recognisable, everyday elements for the textile design. These everyday elements that dominate the urban environment of the contemporary individual become equivalent to other art themes and references chosen for artistic inspiration.

According to Jean Baudrillard, the landscape of nature is often replaced by the landscape of material goods in the contemporary society. This could be linked to the growing trend of the increasing use of particular references that are existing everyday objects alongside the ever relevant motifs of nature in clothing. “Strictly speaking, the humans of the age of affluence are surrounded not so much by other human beings, as they were in all previous ages, but by objects”²⁵⁴. Objects — material goods —

²⁵⁴ Jean Baudrillard. *The Consumer Society: Myths and Structures*. Editions Denoel, 1970, p. 15.

become increasingly important and are more frequently encountered. For example, the scenography of Chanel fashion shows at the Grand Palais²⁵⁵ in the twenty first century features stages comprising a supermarket (figure 1)*, or a street full of protesters (figure 2), or an airport waiting room (figure 3). This is dramatically different from the reserved fashion shows of the nineteen sixties, seventies and eighties (figure 4), which were mostly based on the variations of the classical tweed suit. Today, models carry protest signs, or bags evoking milk (figure 5), meat (figure 6) and washing powder packaging, and wear sneakers, replacing ladies who represent traditional beauty and elegance. Similar changes are also notable in other famous fashion houses — baroque dress can be made using a fabric resembling a popular and recognisable chocolate wrapper (figure 7).

At the same time, a new generation of designers have entered the fashion arena incorporating less and less luxury in their fashion shows, presenting their collections in average Chinese restaurants (figure 8)²⁵⁶, in actual supermarkets (figure 9),²⁵⁷ or simply against the backdrop of a giant pile of clothes (figure 10)²⁵⁸. The dress, in the work of these designers, can become a disproportional glove (figure 11), boots can be made of the plastic tablecloth reminiscent of Soviet inheritance, and heels can take on the shape of lighters (figure 12). Similar features can be found in the work of different designers from around the world. They are also interesting and relevant to my work as similar principles are close to my creative production. This theoretical paper aims to analyse various aspects, reasons and circumstances that influenced the formation of

²⁵⁵ Grand Palais – royal palace in Paris currently a prestigious exhibition hall.

- See page 3

Figure 1. Chanel Fall-Winter 2014/15 Ready-to-Wear Show at Grand Palais in the Staged Super Market

Figure 2. Chanel Fashion Show at Grand Palais — Staged Demonstration

Figure 3. Chanel Fashion Show at the staged Airport Waiting Room

Figure 4. Chanel (1959)

Figure 5. Chanel Accessories 2014–2015 Fall/Winter

Figure 6. Chanel Accessories 2014–2015 Fall/Winter

Figure 7. Moschino 2014

Figure 8. Vetements 2016 Fashion Show at the Chinese Restaurant

Figure 9. Koche 2016 Fashion Show in the Real Super Market

Figure 10. Jacquemus 2016 Fashion Show

Figure 11. Jacquemus Glove Dress

Figure 12. Vetements Lighter-heel Sock Ankle Boots

²⁵⁶ Vetements (Clothes) — popular French brand.

²⁵⁷ Koche — popular French brand.

²⁵⁸ Jacquemus — popular French brand.

this design specifics. It will attempt to assess their meaning while integrating my personal experience and analysing my own creative methods.

Notion of the Everyday in This Work

The origins of the problematics of everyday in the philosophical and sociological context rely on the works of: Edmund Husserl, Martin Heidegger, Max Weber and Alfred Schutz, Harold Garfinkel, Erving Goffman, Anselm Strauss, Ludwig Wittgenstein and John Austin. The theme of everyday is significant for the following French thinkers of the second half of the twentieth century: Henri Lefebvre, Roland Barthes, Michel Foucault, Jean Baudrillard, Pierre Bourdieu, Michel De Certeau. I will further present the theoretical framework of this dissertation.

Henri Lefebvre defined the everyday as the notion of everyday life with recurring human and material practices. The everyday life for him is the existential and phenomenological condition; and the everyday is the immanent, permeating power of life, “the only and unlimited space and time for living”²⁵⁹. M. De Certeau understood the everyday life as a battlefield of dominating and submissive power structures, where actions are based on strategy and tactics. He explained the everyday as the entirety of everyday practices and modes of action in the everyday life²⁶⁰. Pierre Bourdieu’s work had great significance for the fashion design problematic of appearing in the philosophical discourse as a worthy subject. Although Bourdieu does not directly deal with the everyday life in his work, its definition can be perceived through his notions of capital and *habitus*. *Habitus* — is the embodied capital, “logic of the incorporated practices”²⁶¹. This embodied capital is “external wealth converted into the integral part of a human, into *habitus*”²⁶². Everyday rituals, such as getting dressed, and the distinctive relationship between body and fashion is also part of the *habitus*.

This paper discusses the relationship between fashion and architecture, which are both unequivocally related to the everyday life. Some of the most important

²⁵⁹ Ash Amin, Nigel Thrift. *Cities: Reimagining The Urban*. Polity Press, 2002, p. 9.

²⁶⁰ Michel De Certeau. *The Practice of Everyday Life*. University of California Press, 1984, p. ix.

²⁶¹ Agnes Rocamora, Smelik Anneke. *Thinking Through Fashion: A Guide to Key Theorists*. I.B.Tauris, 2016, p. 240.

²⁶² *Ibid.*, p. 240.

research on fashion and architecture is related to the city. The origins of these insights can be associated with Walter Benjamin. Moreover, Lefebvre stated that the everyday life is the invention of the city²⁶³. In their book *Cities: Reimagining the Urban*, contemporary scholars Nigel Thrift and Ash Amin, who analyse the structure of cities and interpret Lefebvre's theory, define everyday life as the immanent power, "the excess that derives from banal pure process movements rather than the body or the isolation"²⁶⁴. These academics also identify the everyday life as something that remains after all higher, specialised, structured activities defined as the *entirety*. The vacuum that emerges in between these higher activities is filled with the everyday life. The everyday is related to all of the human activities, and is their connecting element. The sum of the relationships that form a human being takes shape exactly in the everyday life. The entirety of reality emerges through the relationships — friendship, love, play etc. — that manifest and come to fruition in the everyday life²⁶⁵.

Erving Goffman's idea of the everyday life, as a clear social order that is composed of *roles* and *facades*, and the tradition of the *ready-made* in art, are both important for the analysis of the self-reflection in this paper.

The notion of *my everyday life* in this paper is discussed as my personal everyday routines, experiences and encounters that are saturated by the specifics of various roles and functions, household and its items. These items are coexisting elements of mass production, products of popular culture, which are mixed with art works and other everyday objects, and that is what my everyday environment landscape is comprised of.

The landscape of the everyday is comprised of many items and the task of the fashion design discipline is to create clothes i.e. items designed for a human body. While designing them I analyse how objects and experiences in my everyday life become a source of creative inspiration and thematics for my fashion collections.

This paper focuses on the beginning of the twentieth century fashion design processes by analysing and demonstrating the relationship of these processes to the social and artistic phenomenon of the past. The analysis is based on the specifics of the female fashion design since most of my work as fashion designer is based on designing women's clothing. Although the importance of men's fashion design in the

²⁶³ Ash Amin, Nigel Thrift, *op. cit.*, p. 94.

²⁶⁴ *Ibid.*, p. 9.

²⁶⁵ *Ibid.*, p. 47.

twenty first century increased, the greater focus on gender fluidity allows me to apply the women's fashion design principles to men's fashion as well: both women's and men's clothing is being showcased in the latest fashion shows of the twenty first century. In regards to terminology, the term "fashion" can be used in various contexts, but in this paper it will be used exclusively in the context of clothing fashion.

Aims and Objectives

The main purpose of this paper is to disclose the phenomenon of the everyday life in the fashion design of the twenty first century through demonstrating its philosophical, social and artistic aspects, discussing and evaluating particular strategies of creative expression. In addition, I will aim to contextualise my work within the broad field of fashion, specify major sources of inspiration and their origins. In other words, I will aim to locate my work within the wider creative context as well as analyse and evaluate occurring similarities.

- 1) Research the conditions in which the everyday life problematics entered the field of fashion design through analysing social and cultural context.
- 2) Assess the dominating fashion design tendencies and provide structure to a multifaceted field of fashion design.
- 3) Demonstrate a diverse motivation that influences the working strategy of fashion designers through interpretation of the particular fashion design tactics.
- 4) Assess the importance of pop culture in the creative process of fashion design and investigate the relationship between fashion design and contemporary art through analysing the processes in the fashion field of the last decades.
- 5) After analysing social and cultural context of emergence of the everyday life phenomenon in the fashion design field, to characterize the particular ways of expression of the everyday life phenomenon in fashion design.
- 6) Articulate and disclose particular methods of introducing the everyday life objects into clothing, that are corresponding to those in architecture — incorporation of objects, surface décor, and general image styling — by analysing the relationship between fashion and architecture. Compare these methods with such art practices as postproduction and appropriation.

- 7) Establish a creative method in the contemporary fashion design field through presenting a self-reflexive analysis of the everyday life as a source for creative inspiration and summarising personal experiences of the everyday.
- 8) Investigate the strategies of escaping the everyday after assessing all possible everyday life phenomenon in fashion design.

Research Method

In order to achieve the aim of this paper and to realise its objectives the artistic creativity needs to be considered conceptually. For this reason, the primary methods are: to directly analyse the everyday clothing design and my personal life and work environment; monitor, summarise and evaluate the processes of international fashion world. This is carried out through the analysis of the specialist fashion media, participation in the international fashion weeks and fashion exhibitions. This dissertation relies on the personal experience of participation in and organisation of these events.

In my observations of surrounding environment, I was searching for peculiar, perhaps repeating, visually attractive elements and objects that belong to the realm of the everyday life, and that could be organically adapted in the fashion design. I was investigating new structural possibilities that derive from these elements in the process of their adaptation to the construction of the garment or in textile decor. The research spans my personal everyday life, its environment, routine and experience. It also includes identifying, distinguishing and clarifying the inspiring moments, concerning problems and objects. After grasping the most inspiring, often dominating and relevant everyday life objects, I was looking for the ways of their integration into the garment constructions. At the same time, there is an attempt to relate this integration to fashion design tendencies, which, in the twenty first century, are a part of broader social and artistic processes.

There are hypotheses, which help to analyse the contemporary fashion design field, provided in the first part of the paper. Referring to the ideas of the major theorists of the everyday life — Barthes, Bourdieu, Baudrillard etc. — the interpretation of the fashion design field is provided through a dialogue demonstrating the existing similarities, differences and changes. The contemporary fashion design

methods are analysed based on the ideas of prominent art theorists such as J.Stallabrass, P.Osborne and N.Bourriaud. Moreover, educational and theoretical materials that explain certain creative methods in the field of fashion design are also used. The analytical review of my personal creative path is provided in the second part. The theoretical part provides a context for the contemplation of the personal creative experience. The premise for this contemplation consists of the ideas of authors analysed in the first part of the paper and contextualisation of the features of my personal creativity.

Visual material — figures — is a significant component in this paper. They are mostly depicting my personal work that encompasses the collections produced since the completion of the undergraduate studies. For most of the collections are inspired by my personal life, their descriptions are thorough and contain a lot of detail. Visual materials of my collections are provided in the Catalogue annexed to this dissertation.

Thesis Statements

1. The phenomenon of the everyday is an important theme, which inspires twenty first century fashion designers.
2. Contemporary fashion design contains a large part of the everyday life symbolics found in popular culture. In this way it approximates the field of contemporary art and becomes popular culture itself.
3. The elements of the everyday life in fashion design are often expressed and integrated by the use of architectural methods.
4. Postroduction and appropriation —important contemporary fashion design practices.
5. Experiences of the everyday, which occur as a combination of various personal roles (e.g. mother and designer), can be integrated into the personal creativity and function as a creative method.

Significance of the Study and Literature Review

Fashion design receives a significant amount of attention from cultural researchers. The most common issues examined in the fashion field include social and anthropological matters, issues of gender, sexuality, and identity. Amongst the recent studies in this respect, significant works include: *Fashion Studies: Research Methods, Sites and Practises* by Heike Jenss, *Thinking Through Fashion: A Guide to Key Theorists (Dress Cultures)* by Agnès Rocamora and Anneke Smelik, and *Fashion and Cultural Studies* by Susan B. Kaiser. However, the everyday life in these works is analysed through the perspective of wearing casual clothing, rather than designing it. Authors discuss questions such as how people wear clothes every day and what does it tell about them. To describe this, Heike Jenss coined the term *Practice of Ansamblage*²⁶⁶. The practices of making clothes are analysed in Marnie Fogg's book *Why You Can Go Out Dressed Like That: Modern Fashion Explained*. Nevertheless, practical and creative aspect from the perspective of the creator — fashion designer — based on the theme of everyday life as creative inspiration, is the most important for this dissertation. The shortage of literature on this subject served as a key motivation to pursue this research.

The theoretical part of this research paper was written based on literature from three different fields. First, literature that deals with philosophy and sociology in regards to the everyday life problematics was used to highlight the philosophical and social context of the issue. Second, art history materials were used to disclose closely related processes. Third, fashion design literature was inevitable to concentrate on the fashion field.

This work develops a conversation between the key ideas of theorists that focus on the analysis of the everyday. Most of them are French philosophers and sociologists of the twentieth century, who, amongst other issues, were also interested in fashion. In his book *Sociology in Question* Pierre Bourdieu distinguishes the positions of the left and the right ideology towards fashion and begins to structure this field; *The System of Objects* and *Simulacra and Simulation* by Jean Baudrillard were both important for assessing particular objects, their systems and significance; *The*

²⁶⁶ *Practise of Ansamblage*, Heike Jenss, *Fashion Studies: Research Methods, Sites and Practices*, Bloomsbury, 2016, p. 44.

Fashion System by Roland Barthes was helpful in distinguishing the changes in fashion field of the past (discussed by the author) and nowadays; Simone de Beauvoir's *The Second Sex* was particularly significant while discussing the specifics of female experience; Michel de Certeau's *The Practice of Everyday Life* was irreplaceable in formulating the ways in which the everyday working practices of fashion designers manifest; Henri Lefebvre's works were essential for understanding the everyday life problematics. In dealing with popular culture, it was important to look at John Fiske's book *Popular culture, Cultural Theory and Popular Culture: An Introduction* by John Storey, *Pop Culture* by Shirley A. Fedorak, and *Stuff Theory* by Maurizia Boscagli. In researching the features of postmodernism and architecture it was important to look at Frederic Jameson's book *The Cultural Turn: Selected Writings on the Postmodern*.

Amongst the Lithuanian philosophers, Nerijus Milerius' research field is important for understanding the everyday problematics. In analysing Pierre Bourdieu's work, Zivile Gaizutyte-Filipaviciene's book *Pierre Bourdieu and Social Games of Art*, Arturas Tereskinas' and Leonarda Jekentaite's works were important as secondary sources.

The second Lithuanian block is intended for studying the literature on art history, art theory and contemporary art — first and foremost to the aesthetic aspects in Dadaism, Conceptual Art, and Pop Art. It is important to mention following literary sources: *Dada* edited by Rudolf Kuenzli, works by Julian Stallabrass and Peter Osborne. The discussion on the relationship between fashion and architecture is based on the work of the analyst of these two disciplines Bradley Quinn titled *The Fashion Of Architecture* and architectural theories e.g. *Learning from Las Vegas* by Robert Venturi. Important fashion design and art practices in the contemporary society of abundance are analysed in Nicolas Bourriaud's work *Postproduction*, set in the context of the everyday life subjected to pervasive media.

Literature on the fashion theory can be divided into several ranges. First, it is the literature on the fashion history. Second, pedagogical and rather educational literature. Third, analytical and critical literature that focuses on the fashion phenomenon in regards to its social, artistic, and other aspects. Popular and often commercial fashion literature e.g. periodicals and magazines, which review and promote certain fashion trends and tendencies and introduce to the current fashion world affairs, were an

important source allowing to observe and gather the information about the everyday processes in the fashion world. Internet based sites, which allow to live stream the fashion shows and follow the everyday fashion world news, were also a very important source.

The following fashion design sources were used in this dissertation: *Modern Fashion Explained* by Marnie Fogg, *Fashion Studies: Research Methods, Sites and Practises* by Heike Jenss, *Thinking Through Fashion: A Guide to Key Theorists (Dress Cultures)* by Agnès Rocamora and Anneke Smelik, *Fashion and Cultural Studies* by Susan B. Kaiser, *Fashion Today* and *The Anatomy of Fashion* by the fashion theorist Colin McDowell, *Adorned in Dreams: Fashion and Modernity* by Elizabeth Wilson, *Postmodernism and Popular Culture* by Angela McRobbie, texts by the fashion critic Suzy Menkes in the periodicals; practical fashion design literature e.g. *The Fundamentals of Fashion Design* by Richard Sorger and Jenny Udale, *Pattern Magic* by Tamoko Nakamichi; popular fashion news media including *Vogue*, *Harper's Bazaar*, *L'Officiel*, *Numero*, *Dazed & Confused* and similar magazines in various languages, websites www.vogue.com, www.bof.com, www.manrepeller.com and others.

The majority of fashion design literature is published in foreign languages. There is a very limited amount of Lithuanian fashion design literature and it mostly deals with the description and chronology of the costume design history and evolution. This kind of literature includes *The Millennium of the European Costume* by Ruta Guzeviciute, *Clothing of 16th-18th Centuries Lithuania* by Marija Matuskaite, *The Evolution of Clothing* by Aldona Ogijiene and Audrone Sakiene, and *The History of Costume: Lecture Notes* by Aldona Ignataviciene. Virginija Idzelyte's book *The History of Costume* is important for the evolution of the theatre costume in Lithuania. Jolanta Vazalinskiene analyses the principles of contemporary clothing design. Gintare Albrechtaite Lingiene's book, almanach titled *Lithuanian Fashion*, can be seen as an attempt to systemic structure and present a general context of Lithuanian fashion. Important literature dealing with clothing construction is published by professors of Kaunas University of Technology including *Preparation Processes for Clothing Production* by Milda Juciene, Eugenija Strazdiene, Egle Mackeviciene ir Jurate Banioniene.

While analysing my own work, it was important to examine the experiences of women artists who have children and belong to the movement inspired by Mary Kelly. Their experiences and summary of the analytical review of their children's drawings are presented in *The M Word: Real Mothers in Contemporary Art* edited by Myrel Chernick and Jennie Klein. The disclosure of individual roles and their overall meaning is discussed in Erving Goffman's book *The Presentation of Self in Everyday Life*.

Literary fiction by Sigitas Parulskis, Giedra Radvilaviciute, and Paulina Pukyte was important for this paper as it was used for self-reflexive review of various phenomenon and comparison of my personal creative experience to that of other artists. Moreover, it was important to include the fragments of my personal experience from discussions with other artists such as Oskaras Korsunovas, Jurate Paulekaite and others.

All the sources mentioned above were used for the analysis in this research paper. General principles of clothing design development are emphasized mostly in the practical fashion design literature and without dwelling on the real life object integration aspect. Of course, this aspect is present indirectly when discussing the deconstruction of the garment silhouette, recycling and upcycling, and pop art images in fashion. Therefore, the analysis of the everyday life phenomenon in fashion design attempts to define and contextualise the clothing construction method that is often used, but remains unspecified. My purpose is to focus on this particular phenomenon while connecting it with my personal experience as a fashion designer.

1.1.1 Cultural and Social Context and the Use of the Everyday Life Objects in Fashion Design

The aim of the first section of this dissertation is to highlight the context that gave rise to the use of the everyday life objects in fashion design and to disclose the connections between and simultaneous development of the processes in art and fashion worlds. The impact of the processes and systems of things in consumerist society is analysed based on Jean Baudrillard and his statement: "We live by object time: by this I mean that we live at the pace of objects, live to the rhythm of their

ceaseless succession²⁶⁷.” He also named accumulation and abundance the most shocking descriptive feature of cities²⁶⁸. As a matter of fact, fashion is considered to be exclusively urban feature.

The analysis of contemporary art world is based on the work of art theorist Julian Stallabrass, who claims that one of the key factors influencing contemporary art world (fashion belongs to the applied art sphere) is the global neoliberal economy²⁶⁹, and most of the processes are manifestations of various relationships with this postproduction economy.

Nicholas Bourriaud’s notion of *postproduction* is also relevant in this chapter. He uses this term to describe the contemporary art phenomenon that occurs in this internet pervaded world, characterised by information excess, when artworks are often created on the basis of already existing artworks or objects, and existing forms are mixed like music *samples* while DJing²⁷⁰.

Taking into account historical and cultural aspects, special attention to the everyday life is noted since the Dada movement, which originated at the beginning of the twentieth century, when artists of this movement chose already existing, *ready-made* objects as the means of expression. Elsa Schiaparelli was the first fashion designer to use the real life imagery in her work.

In the aftermath of the Second World War, the appearance of the real life objects in fashion can be associated with Conceptual Art and Neo Dadaism, which lead to the rise of Pop Art in the sixties, and with the impact of these movements on the fashion design. In the context of these postmodern movements, fashion brands such as Martin Margiela and Comme des Garçons, gave birth to the use of the real life objects in fashion. It is important to notice the ways in which these ideas revive in new ascending fashion labels such as *Vetements*, *Koche*, *Jacquemus* and others.

²⁶⁷ Jean Baudrillard. *The Consumer Society: Myths and Structures*. p.15

²⁶⁸ *Ibid.*, p.16.

²⁶⁹ Julian Stallabrass, *Art Incorporated*, Oxford University Press, 2004, p.2.

²⁷⁰ Nicolas Bourriaud. *Postproduction*. Lukas & Sternberg, New York, 2002. p.35.

1.1.2 The *Left* and the *Right* in the Fashion World

In this chapter, the multifaceted fashion design world is analysed from the positions of the *left* and the *right* as coined by French art sociologist Pierre Bourdieu. The definition and comparison of these positions to the left and the right of the political spectrum, allows to trace the initial stance, which defines the fundamental strategy taken by fashion designers while choosing their creative path. The *left* is considered to be more radical and avant-garde, informed by experimental search and discovery, and the right — more conservative. Following along the lines of this division, the integration of the everyday, already existing objects and forms is rather related to the representatives of the *left*. The emphasis in this chapter is placed on the change, as at the beginning of the twenty first century this division is more ambiguous and the fusion of these two opposite directions is more prominent: there are non-typical details integrated into the collections of the *right*, which they present as their own. Moreover, collaborations nowadays are a very common phenomenon, which also reflects this fusion of the opposites: two brands belonging to the opposite directions work together on the common projects e.g. Louis Vuitton, a brand with deep historical ties and traditions, works with such brands as *Supreme*, *Adidas* and *Gosha Rubchinskij* etc.

1.1.3 Maps of the Everyday and Clothing Patterns

The notions of *strategy* and *tactics*, coined by the everyday life theorist Michel de Certeau, in the third chapter are applied for the analysis of the creative methods used by the *left* and the *right* designers in their work. Fashion design is reduced to primary clothing construction base — pattern drawing. Clothing metric — patterns and their complex drawings — is compared to maps and city plans where, in De Certeau's texts, individuals dwell finding their paths and diversions in seemingly strict urban structures. This comparison of the city maps and clothing patterns allows to draw a parallel between the “dwellers” of regular and rather regulated paths i.e. the designers of the *right*, and ever searching for unique new paths designers of the *left*, who interpret and take advantage of the imagery of the everyday.

1.1.4 The Relationship of the Mass Culture and Art in Fashion Design

This chapter is intended for the analysis of the relationship between the mass culture and art with the emphasis on the everyday life aspect, which is increasingly difficult to grasp in the context of mass culture. Granted that the everyday life and its important part — dominating mass culture — is an important factor that defines contemporary art and fashion design today, new suggestions from historical brands such as *Chanel*, *Dior*, *Balenciaga* to merge historical heritage with relevant issues of contemporary life become unexpected. This chapter analyses particularly how and in what ways this kind of creativity occurs.

The analysis in this chapter is based on the Stallabrass' theory. He argues that most of the problematics in the contemporary art is related to the critique of the relationship between art and capital on various levels²⁷¹. According to the theorist, one of the key features of contemporary art is the movement of the *ready-mades* (or recognisable objects) and their composition into new configurations²⁷². This configuration of existing images and objects in particular, Stallabrass claims, is one of the main contemporary art production principles. These features are inevitably evident in fashion design. This chapter analyses particular cases of the use of mass production imagery in the context of historical fashion houses such as *Chanel*, and the opposite strategy, when after integrating the everyday life or existing objects into the clothing design, garments are sold as luxurious items (*Vetements*).

1.2. Manifestations of the Everyday Phenomenon in Fashion Design

The discussion of the manifestations of the everyday life objects in fashion design is presented in the second chapter of the first part of this paper. As fashion design belongs to applied arts and thus is closely related to commerciality, per se it does not attract the attention of philosophers. However, as one of the elements that reflect the spirit of the time — *zeitgeist* — in the best way, it always sustains a certain conversation with the most relevant ideas of the time. In order to disclose the wider

²⁷¹ Julian Stallabrass, *Art Incorporated*, p. 8.

²⁷² *Ibid.*, p. 100.

philosophical context and proceed to the particular ways of integration of the everyday objects into garment constructions, it is expedient to take the analogy of fashion and architecture as a foundation. The latter is discussed in the first chapter of the second part of this paper.

1.2.1. The Relationship Between Fashion Design and Architecture

Many theorists discuss the relationship between fashion design and architecture, but this dissertation is based on the conclusions of the researcher of both disciplines Bradley Quinn²⁷³. He draws a parallel between the garment and the building since prehistoric communities to Roman architect Vitruvius, to contemporary architecture. This chapter includes the discussion of the major architectural concepts, their influence on fashion design, and the importance of deconstruction, which is based on Jacques Derrida's work.

1.2.2. Incorporation of the Everyday Life Objects and Surface Decor, Postproduction and Appropriation

American architect Roberto Venturi's approach to architecture is selected and adapted to the fashion design as the best fitting to the discussion of the everyday object integration strategy in this paper. Although Venturi's statements refer to the postmodern architecture in the USA, his notions *duck* and *decorated shed*²⁷⁴, invented a few decades ago, and their technical principles are especially suitable for contemporary fashion design analysis. Venturi researched the general principles of the spatial thinking and composition in the architecture of the twenty first century, which are mostly used in the fashion design cases that are relevant to this research paper. Although his discussion is precisely intended to that particular time period, his

²⁷³ Bradley Quinn is a famous British author, who focuses on technology, fashion design, textile and design.

²⁷⁴ Venturi Robert, Brown Denise Scott, Izenour Steven, *Leaving From Las Vegas*, The MIT Press, 1972, p.90.

principles can be applied to a wider extent and compared with other kinds of creative strategies in contemporary art such as Bourriaud's *postproduction* and *appropriation*.

1.2.3. The Everyday Life Objects as Creative Means for Image Making

The third chapter of this dissertation focuses on the everyday elements and their appearance in fashion design as a part of various image making techniques, when the object per se is not integrated into a piece of clothing, but becomes an attached and easily removable detail, used in the commercial image making photo sessions and fashion shows.

2. The Everyday Life in Clothing Design Through the Self-Reflexive Perspective

In the second part of this dissertation the self-reflexive analysis of personal creative experience is presented while demonstrating how the most typical fragments of the everyday environment are integrated into the clothing structures in the making. The impulse for this analysis derives from the female artists and their experiences that are close in both their nature and content. These female experiences are documented in the book *The M word: Real Mothers in Contemporary Art*. The movement of these women, and one of its most prominent participants Mary Kelly particularly, established the experience of motherhood as a personal creative method in which the femininity allows the artist to express herself through motherhood. The relationship between a mother and her child in the earlier art world was mostly portrayed from the perspective of the male gaze. Mary Kelly drew attention to the fact, which is obvious for women: the life of a woman with children is permeated by their existence and there is no way she can disconnect with that²⁷⁵.

²⁷⁵ Myrel Chernick, Jennie Klein, *The M Word: Real Mothers in Contemporary Art*, 2011, Demeter Press, Canada p. 22.

2.1 My Personal Denotation of the Everyday

The first chapter of the second part of this paper aims to define my personal notion of the everyday and discuss various stereotypes related to the profession of a fashion designer. Here, on the one hand, the notion of facade is discussed as an important external stance in the whole fashion design industry and, on the other hand, as an important position in the world full of social roles.

2.2 The Relationship Between the Roles of Mother and Designer

This chapter dwells on my personal experiences and various roles that go along the work as a fashion designer. After becoming a mother, my role as a professional fashion designer obtained certain new features. I clearly felt that the child and the facade they introduced are an inseparable part of my everyday life that influences my creative identity, which took various aspects of the everyday life as a major source of inspiration. The way in which a child enters my everyday life is described in the second chapter of the second part of this paper.

2.3 Strategies for Escaping the Everyday — Theatre, Wedding, and Historicism in the Fashion Design

The last chapter of the second part of this dissertation is analysing the strategies of escaping the everyday life. It discusses the use of theatre costumes, traditional clothing for special occasions and historical references in fashion design. These strategies are inseparable from the fashion design or fashion history (the allusion to a particular historical piece of clothing is chosen within the process of clothing design) and are especially explicit in the clothing for special occasions e.g. wedding dress design and the whole supporting industry. Another common field that fashion designers choose to deal with is theatre costumes.

CONCLUSIONS

1. From the very beginning of the twenty first century, the problematics of the everyday life became one of the leading themes that manifests itself in the work of fashion designers in various ways. The features of the twentieth century capitalist society gave rise to the importance of the phenomenon of the everyday life. These features include urbanisation, mass production, consumerism, society of abundance and excess. They cause material goods to dominate the landscape of the contemporary life of individuals in the ever increasing scope while the needs of individuals are mostly created artificially. In the context of art, importance of the everyday life was influenced by the emergence of Dada movement, Conceptual Art and Pop Art. The latter two changed the approach to clothing: since the second half of the twentieth century clothing can be seen as conceptual art work; and certain typical creative principles from Pop Art start to be applied in fashion design. This continues to be relevant today.
2. Observations of the twenty first century fashion design field show that the aspect of the everyday life is dominating the work of designers working in both the independent *left* and the established *right* directions (that are sometimes named as the weak and the strong tendencies accordingly). The radical oppositions in the fashion field are also noted to be fading. Fashion designers, who apply different working methods, have to fit in the same fashion design space, thus they often use methods associated with the representatives of the opposite directions.
3. In the field where strong designers, who are also representatives of the system, are dominating, peculiar expression of the everyday in the work of the weak designers can be seen as a certain tactics of survival. However, these tactics are often incorporated and later offered by the system itself.
4. The phenomenon of the everyday in fashion design manifests itself in various ways through the work of designers who apply contrasting creative strategies and principles, and becomes an attribute of the individually interpreted mass clothing thus turning fashion design into popular culture. Moreover, fashion often approximates to contemporary art or becomes contemporary art per se.

5. Architecture and fashion design are related in many aspects. The phenomenon of the everyday life in fashion design operates by the use of methods similar to postmodern architecture. It materialises through object incorporation, textile decor and strategy of styling the general image. In relation to the contemporary art practice, the strategies of *postproduction* and *appropriation* become especially relevant for fashion design.
6. Self-reflexive analysis of the everyday life phenomenon discloses the collision of the role of designer with other individual roles, which by harmony or contrast function as a creative method. Stark contrasts occur while combining the roles of a fashion designer and a mother.
7. References to the fashion history are particularly important for theatre costume, clothing for special occasions and other spheres. They function as a separate, but important tendency in fashion design, which can be seen as the strategy for escaping the everyday.

ART PROJECT

The Everyday as a Creative Inspiration: Designer's Self-Reflection is an art project that investigates the most important design practices since the end of the twentieth century that are especially important for the use of the everyday life artefacts, which is very close to my creative production. The theoretical discourse of the everyday life problematics in the context of fashion design is discussed in the theoretical part of the dissertation. It includes analysis of the insights by philosophers such as P. Bourdieu, R. Barthes, J. Baudrillard, M. de Certeau and others, which allows to better perceive the situation of my creative work in the wider global context, understand the processes of larger global structures and their influence on fashion, the scope of the *left* and the *right* in those structures, assess and adopt strategies, tactics and practices existing in the fashion world to my own work.

The prevalence of certain design practices, according to Stallabrass, is related to the neoliberal economy era²⁷⁶. In this period of intense reproduction, according to the art critic and curator Nicolas Bourriaud, the principles of artistic production relies on the use of objects already made rather than operation *ex nihilo*²⁷⁷. Bourriaud notes that the methods such as citation, recycling and *detournement* are not new per se, and the interesting fact is indeed that they have become the major and most relevant methods particularly in the twenty first century. The emergence of these methods in the previous era related to postmodernism shows that most of the fashion design methods can be explained in terms of postmodern architecture coined by Robert Venturi. The insights mentioned above are discussed in depth in the theoretical part of the project.

Existing objects and their integration into the creative process is well familiar to me. Since I started studying, the major source of inspiration for me has always been my everyday environment: the attempt to create the impression of the undressing person in the collection *Naked Clothes*; the research of the phenomenon of shopping in the collection *Shopoholic* etc.

The aim of this art project is to distinguish the most inspiring and relevant elements of my everyday life through integrating them into clothing design while

²⁷⁶ J. Stallabrass, *Art incorporated*, p. 2.

²⁷⁷ N. Bourriaud, *Postproduction*, p. 23.

applying the methods discussed in the dissertation text: incorporation of objects, surface decor, appropriation and postproduction. The project will attempt to demonstrate that the everyday objects can serve as a highly valuable and inspiring stimulation. It will also attempt to show how these processes work. The art project consists of the three clothing collections, mass produced bedding design made in collaboration with Dormeo company, and theatre costumes for the opera *Ernani* at the Lithuanian National Opera and Ballet Theatre.

Most of the objects in my household are mass produced. However, the artefacts from the everyday life selected for this art project are marked by the individual human relationship rather than imposed by the system. The everyday life object in this context can also be a bespoke product. The abstract drawing in the 2015 collection is a result of a human action, but still belongs to the realm of the everyday. Moreover, the same applies to various stains, wearing off and other traces of the everyday usage. Thus, mass production is only one part of the everyday life.

The everyday objects take part in the everyday life with respect to the role that they perform as part of its scenography. The integration of the everyday life, informed by the existence of a child, into creative practice is one of the major aspects of this art project.

Alongside the strategy of the immersion into the everyday life, I also demonstrate the opposite possibility of escaping it through the use of historical references. The opera theatre costumes are designed combining the costumes of the Spanish Renaissance and contemporary clothing.

The 2016 collection investigates the experience of housekeeping. Most of the games move to the floor after the child appears in the family . Permanent and colourful chaos on the floor becomes a new and unique challenge. Other objects in the interior squeeze in amongst playful and surprising things such as toys, their packaging remainders, modelling clay etc. thus initiating unconventional and unusual combinations (figure 1)²⁷⁸ .

Another important nuance is the continuous effort to tidy the floor. There is a conscious or unconscious effort in lives of people, to achieve a minimalist and clear image of the floor, which does not match with the accumulating playful details.

²⁷⁸ See page 164.

These experiences inspired the main idea and the foundational structure for the collection — combination of colourful chaos of the floor and floor mat, which belongs there organically and is mostly made from linen or canvas. Rough linen

textile is a neutral texture base in the collection. It is in contrast with the colourful textile print of a photographed pile of toys (figure 2).

Another idea in this collection is inspired by the ever lasting search of the everyday path in the never ending everyday work routine and chaos. The control of the everyday chaos is realised through basic clothing pattern drawings, which are arranged on the same textile depicting colourful chaos (figures 4-6).

The presentation of these ideas were completed by scenography, invitations, music soundtrack, advertising campaign in media and in the city (figures 8-15).

The 2015 collection was inspired by a common everyday object — children's abstract drawings (figure 1-3). This is one of the first symbols of the child's development path. The occurrence of these symbols encouraged the use of them on several dimensions such as textile decor and garment construction, which transforms a piece of clothing into a three dimensional abstract drawing. This sequence can be seen in the collection items (figures 11-26).

Recording and integrating various “mistakes” made by children as seen from the adult perspective, for example playing with food, is another important component of the garment construction in this collection (figures 4-8).

Scenography, music, invitations to the fashion show, advertising campaign in media and in the city played an important role in the presentation (figures 5,9,10).

The 2014 collection investigates the transition between child and adult world elements. There is a combination of children's drawings and a classical shirt, childish symbolism appears on the textile design of the outerwear.

The relationship between mass production and fashion design is investigated through the bed linen line Dormeo by Agne Kuzmickaite²⁷⁹. The video presented at the exhibition is composed of the everyday images of people set against the background of the bed linen. In this way the aspect of the integration and adaptation of the mass culture in the everyday life of people is exposed through the portrayal of the verge between the everyday and the popular culture.

²⁷⁹ Highly popular collaboration between Agne Kuzmickaite and Studio Moderna. Dormeo by Agne Kuzmickaite sold over 400000 only in Lithuania.

The aim of this project was to design a line based on the everyday experiences. It has been achieved and its wide publicity suggests that the project was successful. The observations of the fashion world suggest that the strategy of the integration of the existing objects and popular mass culture symbols prevails as a creative method especially amongst the right designers described in the theoretical part of this dissertation. Therefore, this strategy can be seen as dominant in the following decades in the general fashion design field.

ABOUT THE AUTHOR

Agne Kuzmickaite-Prusaitiene (born in 1981 Vilnius, Lithuania) is a fashion and theatre costume designer. She earned her BA Honours degree from Vilnius Academy of Art in 2005. She has received her MA Honours degree in 2007 from the same institution. Her degree show *Shopoholic* (Supv. Prof. J. Talaikyte) was recognised as conceptually outstanding. In 2006 she went on Erasmus visit to Utrecht School of the Arts and since 2010 she continues her postgraduate research in fine art at Vilnius Academy of Art. Kuzmickaite-Prusaitiene's work has been awarded with several international prizes including Best Upcoming Designer (Berlin, 2008) from Createurope: The Fashion Academy Award, judged by the international panel of fashion designers, for her collection *Shopoholic*.

Since 2006 she regularly presents her collections in official fashion weeks in Lithuania and abroad including Mercedes Benz Kiev Fashion Days, Mercedes Benz Fashion Week Berlin, Riga Fashion Week, Capsule in Paris, Pitti Super in Milan and others. Her work has been featured in international media such as *Vogue*, *L'Officiel*, *Marie Claire* and others.

Agne Kuzmickaite-Prusaitiene also designs theatre costumes. She has worked on around 20 plays for theatres such as Lithuanian National Opera and Ballet Theatre, Oskaras Korsunovas Theatre, State Small Theatre of Vilnius, Lithuanian Russian Drama Theatre, The National Theatre in Oslo, Teatro Regio in Turin and others. She has worked with prominent theatre directors such as O. Korsunovas, J. Vaitkus, J. C. Berruti and others. She was nominated for Golden Cross of the Stage award in 2012 for her work on the costumes of *He Who Gets Slapped* play by J. Vaitkus.

Kuzmickaite-Prusaitiene works with Lithuanian and international companies on new projects including collaborations with international companies such as Magnum, Dormeo, Coca Cola, Electrolux and Lithuanian companies such as Biok Laboratory, Euro Vaistine, and Domus Lumina.

Publications:

Agne Kuzmickaite-Prusaitiene, Mapping the Everyday Life as a Mother and Fashion Designer, in *Acta Academiae Artium Vilnensis*, T. 79: *Research in Arts: Theory and Practice*, 2015, p. 171–185, ISSN 1392-0316; 79; ISBN 978-609-447-195-7

Public Shows of the Art Project:

4 May, 2016 presentation at the art doctorate readings *Everyday Objects in Fashion Design: Conditions of Occurrence and Ways of Expression*. Titanikas Exhibition Hall II, Maironio St. 3, Vilnius, Lithuania;

28 April – 21 May, 2016 art doctorate group show *Open Studios*. Titanikas Exhibition Hall II, Maironio St. 3, Vilnius, Lithuania;

7 April, 2016 fashion show *The Everyday as a Creative Inspiration* at The Arts Printing House, Vilnius, Lithuania;

17 December, 2015 presentation of the art project *The Phenomenon of the Everyday in Fashion Design: Ways of Expression* at the art seminar;

29 April, 2015 presentation *Popular Culture in Fashion Design*. Titanikas Exhibition Hall I, Maironio St. 3, Vilnius, Lithuania;

23 April – 9 May, 2015 art doctorate group show *Mnemosyne Iceberg*, Vilnius, Lithuania;

18 March, 2015 fashion show *The Everyday as Creative Inspiration* at State Small Theatre of Vilnius, Vilnius, Lithuania;

20 November, 2014 project presentation *Interventions of Children into Adult World as Creative Inspiration* at the art seminar and presentation *Pop Art in Fashion — is it always a form of resistance?*;

16 May, 2014 presentation *Urban Culture as one of the Major Conditions for the Everyday Life Phenomenon in Fashion* at Design Innovation Centre, Vilnius, Lithuania;

20 April – 21 May, 2014 art doctorate group show *Layout*, Vilnius, Lithuania;

26 March, 2014 presentation on the dissertation thesis at the art project seminar;

26 February, 2014 fashion show *The Everyday as Creative Inspiration* presentation at the Lithuanian National Drama Theatre, Vilnius, Lithuania;

28 April, 2011 presentation on the dissertation thesis at the art project seminar.

Fashion Shows, Competitions, Events:

2017 personal fashion show at the Arts Printing House, Vilnius, Lithuania;

2017 Paris Fashion Week, *Capsule* showroom, AW 17/18, Paris, France;

2017 *Pitti Super* exhibition at Milan Fashion Week, *More Dash* showroom,

AW 17/18, Milan, Italy;

2017 International Mercedes Benz Kiev Fashion Days, AW 17/18, Kiev, Ukraine;

2016 Paris Fashion Week, *Capsule* showroom, SS 17, Paris, France;

2016 International Mercedes Benz Kiev Fashion Days, SS 17, Kiev, Ukraine;

2016 personal fashion show at the Arts Printing House, Vilnius, Lithuania;

2016 Paris Fashion Week, *Capsule* showroom, AW 16/17, Paris, France;

2015 personal show at the international Riga Fashion Week, SS16, Riga, Latvia;

2015 personal fashion show at the Small State Theatre of Vilnius, Vilnius, Lithuania;

2015 personal show at the international Riga Fashion Week, AW 15/16, Riga, Latvia;

2014 personal show at Lithuanian National Drama Theatre, Vilnius, Lithuania;

2013 personal show at Vaidilos Theatre, Vilnius, Lithuania;

2013 personal show at Mercedes Benz fashion Week, Berlin, Germany;

2011 collection for the international Elite Model Look competition finale, Vilnius, Lithuania;

2011 presentation of *I do* collection at the festival Fashion Infection 2011, Vilnius, Lithuania;

2010 finalist of the competition *Baltic Fashion Award*, Heringsdorf, Germany;

2010 presentation of *Untitled* collection at the festival Fashion Infection 2010, Vilnius, Lithuania;

2009 recipient of the Educational Stipend for the internship in Berlin from Ministry of Culture of the Republic of Lithuania;

2009 received Alternative of the Year Award as part of the Woman of the Year awards announced by Lithuanian magazine *Woman*;

2009 fashion show *Shopoholic* at the Bridge of Fashion festival in Heringsdorf, Germany;

2009 fashion show *Shopoholic* at the Erki Moeshow festival in Tallinn, Estonia;

2008 Best Upcoming Designer 2008 Award for the collection *Sholoholic* from Createurope: The Fashion Academy Award, Berlin, Germany;

2008 fashion show *Interdependence* at the festival Fashion Infection 2008, Vilnius, Lithuania;

2007 fashion show *Shopoholic* at the festival of contemporary arts Virus in Siauliai, Lithuania;

2007 costume design for opera singer Asmik Grigorian and actress Nele Savicenko for the Fashion Against Breast Cancer event, Lithuania;

2007 Designers for Ecology campaign with National Fashion Design Association, Lithuania;

2007 fashion show *Shopoholic* in Riga Fashion Week, AW 2007/2008, Riga, Latvia;

2007 fashion show *Shopoholic* at Fashion Infection festival, Vilnius, Lithuania;

2006 fashion show *Naked Clothes* in Riga Fashion Week, SS 2007, Riga, Latvia;

2006 fashion show *Naked Clothes* at the festival Fashion Infection, Vilnius, Lithuania;

2005 fashion show *Naked Clothes* at the Vilnius City Fiesta event Eternity in the Cathedral Square, Vilnius, Lithuania;

2005 BA degree show *Naked Clothes* at Helios Club. Supervisor J. Talaikyte, reviewer N. Adamonyte. Collection was praised as highly professional and received a maximum of 10 points, Vilnius, Lithuania;

2004 fashion show *Salvation* at Habitus Baltic competition, Riga, Latvia;

2003 special prize at one piece competition Fashion. Art. Music., Vilnius, Lithuania;

1996 special prize for elegance from Aenne Burda Preis '96, Germany.

Theatre Costumes:

2013 costumes for *Ernani* opera by G. Verdi, dir. Jean-Claude Berutti, cond. Gianluca Marciano, Lithuanian National Opera and Ballet Theatre, Vilnius, Lithuania;

2012 costumes for operetta *The Bat* by J. Strauss, dir. G. Seduikis, Lithuanian National Opera and Ballet Theatre, Vilnius, Lithuania;

2011 costumes for the play *Amphitryon*, dir. A. Areima, State Small Theatre of Vilnius, Vilnius, Lithuania;

2011 costumes for *He Who Gets Slapped* play by L. Andrejev, dir. J. Vaitkus, Lithuanian Russian Drama Theatre, Vilnius, Lithuania;

2010 costumes for the play *The Lower Depths* by Maxim Gorky, dir. O. Korsunovas, Oskaras Korsunovas Theatre, Vilnius, Lithuania;

2010 costumes for *The Taming of the Shrew* play by W. Shakespeare, dir. O. Korsunovas, Alexandrinsky Theatre, St. Petersburg, Russia;

2010 costumes for *Zygimantas and Barbora* play, dir. J. Vaitkus, State Youth Theatre, Vilnius, Lithuania;

2009 costumes for *The Lower Depths* by Maxim Gorky, dir. O. Korsunovas, National Theatre, Oslo, Norway;

2008 costumes for *Elixir of Love* opera by G. Donizetti, dir. O. Korsunovas, cond. M. Pitrenas, Lithuanian National Opera and Ballet Theatre, Vilnius, Lithuania;

2008 set design in collaboration with O. Korsunovas and costumes for *Hamlet* play by W. Shakespeare, dir. O. Korsunovas, Oskaras Korsunovas Theatre, Vilnius, Lithuania;

2007 character image making for Sirenos international theatre festival video clip, dir. A. Jonynas, Vilnius, Lithuania;

2007 costumes for *The Road to Damascus* play by A. Strindberg, dir. O. Korsunovas, set design J. Paulekaite, music G. Sodeika, Klaipeda Drama Theatre, Klaipeda, Lithuania;

2006 costumes for *The Magic Flute* opera by W. A. Mozart, dir. O. Korsunovas, libretto by A. Barrico, cond. F. Biondi, set design J. Paulekaite, Teatro Regio, Turin, Italy;

2006 costumes for *Vinter* opera by J. Fosse, dir. O. Korsunovas, cond. D. Katkus, music by G. Sodeika, Vilnius, Lithuania;

2005 costumes for *The Road to Damascus* play by A. Strindberg, dir. O. Korsunovas, set design J. Paulekaite, music by G. Sodeika, National Theatre, Oslo, Norway;

2005 costumes for *Playing the Victim* play by Brothers Presnyakov, dir. O. Korsunovas, set design J. Paulekaite, music by G. Sodeika, Oskaras Korsunovas Theatre, Vilnius, Lithuania;

2004 costumes for *Cantio* opera by V. Baltakis, dir. O. Korsunovas, libretto by S. Joyce, scenography by G. Makarevicius, Oskaras Korsunovas Theatre, 9th Munich Biennale;

2004 costumes for *The Cold Child* by Marius von Mayenburg, dir. O. Korsunovas, Klaipeda Drama Theatre, Klaipeda, Lithuania;

2003 costumes for *Solitude for Two* dance performance by S. Parulskis, dir. O. Korsunovas, Oskaras Korsunovas Theatre, Vilnius, Lithuania;

2002 costumes for *Gagarin Way* play by G. Burke, dir. J. Vaitkus, Vilnius, Lithuania.

Projects and Collaborations

2017 ambassador of Magnum ice cream in Lithuania;

2017 special line for electricity switchers in collaboration with a German brand Jung;

2017 personal hand care product line in collaboration with Lithuanian cosmetics brand Rasa;

2016 personal window blinds line in collaboration with Domus Lumina company;

2016 clothing and accessories from recycled advertising material in collaboration with Coca-Cola;

2016 collaboration with ice cream company Magnum;

2014 bedding design in collaboration with international company Dormeo.

Katalogas

2016 metų kolekcija

Catalogue Content

Fashion Collection 2016



1 pav. Agnė Kuzmickaitė, 2016. Kolekcijos inspiracija – netvarkingų, ant grindų išbarstytų žaislų ir jų liekanų vaizdas. Visvaldo Morkevičiaus nuotrauka.

Figure 1. Agne Kuzmickaite, 2016. Collection inspired by the imagery of untidy toys and their parts scattered on the floor. Photography by Visvaldas Morkevicius.



2 pav. Agnė Kuzmickaitė, 2016 m. kolekcijos modelis. Grubios drobės ir juodų kontūrų jungtis. Visvaldo Morkevičiaus nuotrauka.

Figure 2. Agne Kuzmickaite, 2016. Collection item. Combination of rough canvas and black contours. Photography by Visvaldas Morkevicius.



3 pav. Agnė Kuzmickaitė, 2016 m. kolekcijos modelis. Grubios drobės ir spalvotų kontūrų jungtis. Visvaldo Morkevičiaus nuotrauka.
Figure 3. Agne Kuzmickaite, 2016. Collection item. Combination of rough canvas and colourful contours. Photography by Visvaldas Morkevicius.



4-6 pav. Agnė Kuzmickaitė, 2016 m. kolekcijos modelis. Netvarkingų grindų vaizdas perkeltas ant kolekcijos drabužių audinio.

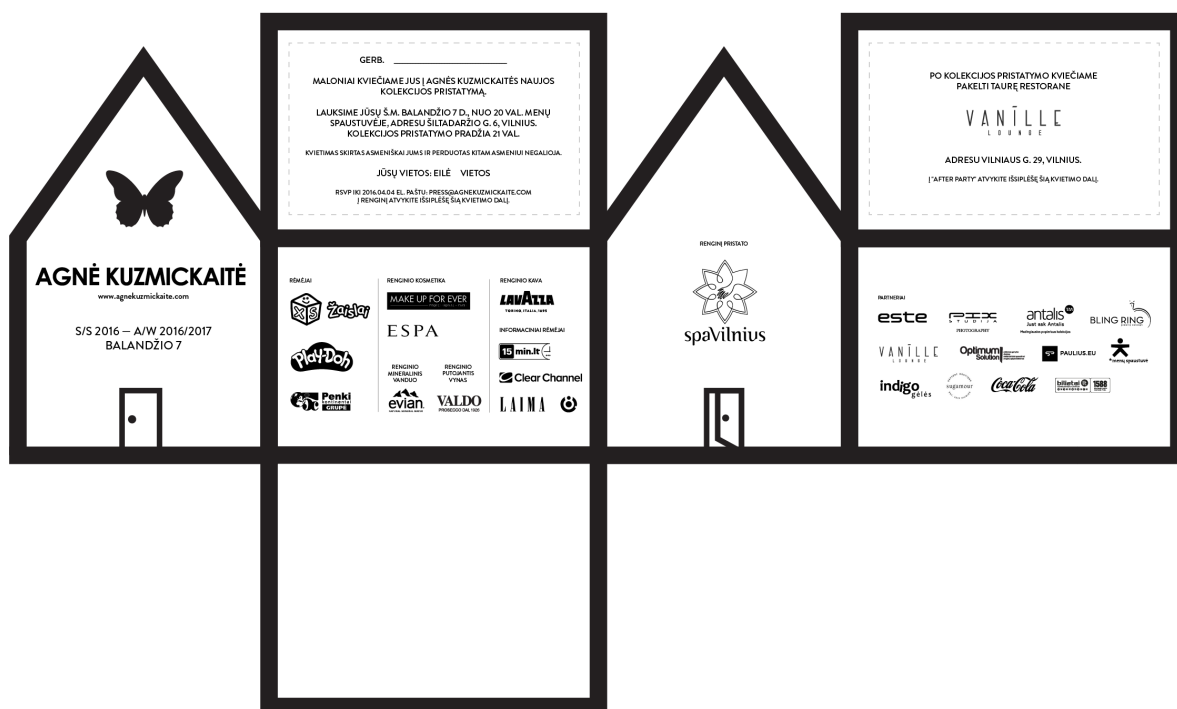
Figures 4-6. Agne Kuzmickaite, 2016. Collection item. Image of untidy floor transferred onto the textile, which is used for clothing in this collection.



7 pav. Agnė Kuzmickaitė, 2016 m. kolekcijos modelis.
Figure 7. Agne Kuzmickaite, 2016. Collection item.



8 pav. Agnė Kuzmickaitė, 2016 m. kolekcijos pristatymo scenografijos brėžinys. Scenografijos idėja – abstrahuotas kambarys. Brėžinio autorė – M. Zemlickaitė
Figure 8. Agne Kuzmickaite, 2016. Fashion show scenography drawing. The idea of scenography is inspired by abstract room. Drawing by Monika Zemlickaite.



9 pav. Agnė Kuzmickaitė, kvietimas į 2016 m. kolekcijos pristatymą.
 Figure 9. Agne Kuzmickaite. Invitation to the fashion show of 2016.

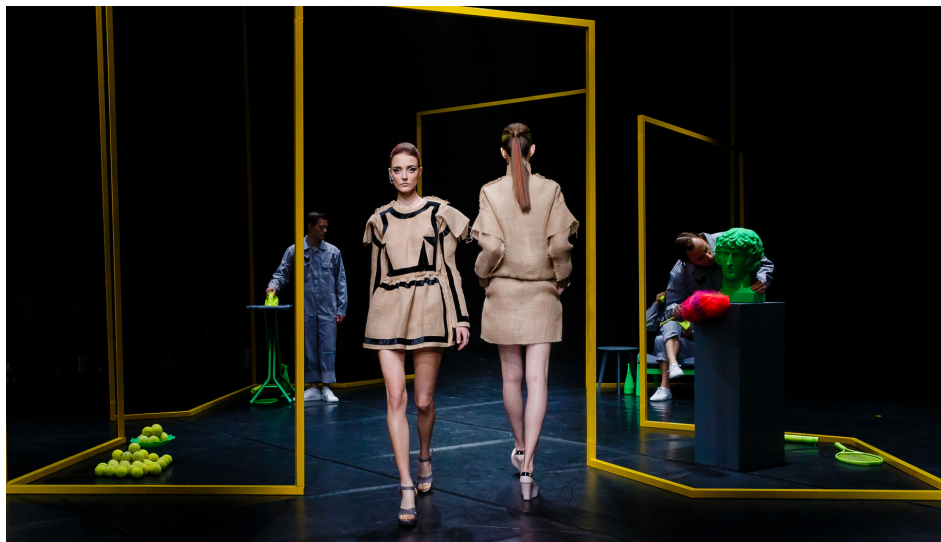


10 pav. Agnė Kuzmickaitė, 2016 m. kolekcijos reklaminiai maketai (A4), publikuoti žurnaluose „Laima“, „Žmonės“.

Figure 10. Agne Kuzmickaite. Advertising prints for the collection of 2016 published in magazines Laima and Zmones.



11 pav. Agnė Kuzmickaitė, 2016 m. kolekcijos „Clearchannel“ reklaminiai plakatai Vilniaus senamiestyje.
Figure 11. Agne Kuzmickaite. Outdoor ads for Clear Channel billboards in the Vilnius Old Town.



Figures 12-15. Agne Kuzmickaite. Fashion show of 2016. Photography by Ramunas Tanguris.
12–15 pav. Agnė Kuzmickaitė, 2016 m. kolekcijos pristatymas. Ramūno Tangurio nuotraukos.



Figures 12-15. Agne Kuzmickaite. Fashion show of 2016. Photography by Ramunas Tanguris.

12–15 pav. Agnė Kuzmickaitė, 2016 m. kolekcijos pristatymas. Ramūno Tangurio nuotraukos.

2015 metų kolekcija
Fashion Collection 2015



1–3 pav. Agnė Kuzmickaitė, 2015. Aplinkoje matomos vaiko „makaliūzės“ perkeltos į aplikaciją
Figures 1-3. Agne Kuzmickaite, 2015. Children’s abstract drawings in the environment transferred to applique.



4 pav. Agnė Kuzmickaitė, 2015. Aplinkoje matomos vaiko „makaliūzės“ perkeltos į aplikaciją

Figure 4. Agne Kuzmickaite, 2015. Children's abstract drawings in the environment transferred to applique.



5 pav. Agnė Kuzmickaitė, 2015. Vaiko žaidimų pėdsakai.
Figure 5. Agne Kuzmickaite, 2015. Traces of children's play.

WWW.AGNEKUZMICKAITE.COM



AGNĖ KUZMICKAITĖ

K
O
V
O
18

VALSTYBINIS VILNIAUS MAŽASIS TEATRAS | TIESIOGINĖ TRANSLIACIJA
zmonės.lt

DIDYSIS RĖMEJAS

RENGINIO KOSMETIKA

LABORATOIRES
FILORGA
PARIS

RENGINIO GĖRIMAS

ABSOLUT.



HARIBO
myli visi – ir suaugę, ir maži!

RENGINIO KAVA

LAVAZZA
ITALY'S FAVOURITE COFFEE

RENGINIO MINERALINIS VANDUO

evian.
Live young

PARTNERIAI

salon

PAULIUS.EU

TYGELIS

MATERIALISTE

antalis
Just ask Antalis
Pielikavimas projektams technikai

Penki
KONTAKTINIAI
GRUPE

MAKE UP FOR EVER
makeup for ever

INFORMACINIAI RĖMEJAI

Clear Channel

LAIMA

6 pav. Agnė Kuzmickaitė, 2015 m. kolekcijos reklaminiai maketai (A4), publikuoti žurnaluose „Laima“, „Žmonės“.

Figure 6. Agne Kuzmickaite. Advertising prints for the collection of 2016 published in magazines Laima and Zmones.



7-9 pav. Agnė Kuzmickaitė, 2015. Vaiko žaidimų su maistu pagrindu sukurta suknelė iš išdidintų guminukų „Haribo“. Atliko skulptorius D. Jankauskas. Silikonas. Pauliaus Gasiūno nuotrauka.

Figures 7-9. Agne Kuzmickaite, 2015. Dress made from enlarged Haribo Gold Bears and created on the basis of child's play with food. Sculpture by Donatas Jankauskas.



10 pav. Agnė Kuzmickaitė, 2015. Kolekcijos scenografijos eskizas. Kartu su Kotryna Balčiūnaite.

Figure 10. Agnė Kuzmickaite, 2015. Sketch of the fashion show scenography. Co-author Kotryna Balciunaite.



11-12 pav. Agnė Kuzmickaitė, 2015. Kvietimas į kolekcijos pristatymą. Kvietimo idėja – vaikiška spalvinimo ir užduočių knygelė.

Figure 11-12. Agne Kuzmickaite, 2015. Invitation to the fashion show of 2015. Design inspired by the children's colouring workbook.



13 pav. Agnė Kuzmickaitė, 2015. Drabužis – erdvinė „makaliūzė“.

Figure 13. Agne Kuzmickaite, 2015. Clothing item inspired by children's abstract drawing.



14–16 pav. Agnė Kuzmickaitė, 2015 metų kolekcija. Visvaldo Morkevičiaus nuotraukos.

Figures 14-16. Agne Kuzmickaite. Fashion collection of 2015. Photography by Visvaldas Morkevicius.



17–19 pav. Agnė Kuzmickaitė, 2015 metų kolekcija. Visvaldo Morkevičiaus nuotraukos.

Figures 17-19. Agne Kuzmickaite. Fashion collection of 2015. Photography by Visvaldas Morkevicius.



20-23 pav. Agnė Kuzmickaitė, 2015 metų kolekcija. Nuotraukos iš Agnės Kuzmickaitės archyvo.

Figures 20-23. Agne Kuzmickaite. Fashion collection of 2015. Photography courtesy of Agne Kuzmickaite.



24–26 pav. Agnė Kuzmickaitė, 2015 metų kolekcijos pristatymas Mažajame teatre. Pauliaus Gasiūno nuotrauka.

Figures 24-26. Agne Kuzmickaite. Fashion show of 2015 at the State Small Theatre of Vilnius. Photography by Paulius Gasiunas.



27–28 pav. Agnė Kuzmickaitė, 2015 metų kolekcijos pristatymas Mažajame teatre. Pauliaus Gasiūno nuotrauka.

Figures 27-28. Agne Kuzmickaite. Fashion show of 2015 at the State Small Theatre of Vilnius. Photography by Paulius Gasiunas.

**2014 metų kolekcija
Fashion Collection 2014**



1–3 pav. Agnė Kuzmickaitė, 2014 metų kolekcijos modelis – hiperbolizuotas kaspinas. Lino Masioko nuotrauka.

Figures 1-3. Agne Kuzmickaite, 2014. Collection item. Hyperbolised ribbon. Photography by Linas Masiokas.



4 pav. Agnė Kuzmickaitė, 2014 metų kolekcijos modelis – hiperbolizuotas kaspinas. Pauliaus Gasiūno nuotrauka.

Figure 4. Agne Kuzmickaite, 2014. Collection item. Hyperbolised ribbon. Photography by Paulius Gasiunas.

Dormeo by Agnė Kuzmickaitė
Dormeo by Agne Kuzmickaite



1 pav. Agnė Kuzmickaitė, 2014. Dormeo by Agnė Kuzmickaitė. Įvaizdinė kampanijos nuotrauka. Pauliaus Gasiūno nuotrauka.
Figure 1. Agne Kuzmickaite, 2014. Dormeo by Agne Kuzmickaite. Key campaign image. Photography by Paulius Gasiunas.



gretutesavickaite

🕒 17w



♥ 41 likes

gretutesavickaite Gmorning! 💕💋😍
#lithuanian #girl #good #morning #my #legs
#butterflies #blue #white #love #it
nonuliuke 🐱👍👍

2 pav. Agnė Kuzmickaitė, 2014. Dormeo by Agnė Kuzmickaitė. Videofilmo epizodas. Autorė Aurelija Maknytė.

Figure 2. Agne Kuzmickaite, 2014. Dormeo by Agne Kuzmickaite. Video episode. Created by Aurelija Maknyte.

dormeo[®]
by AGNĖ KUZMICKAITĖ

Jūsų sparnuotiem sapnams

Rinkite lipdukus ir įsigykite gaminių **Dormeo Primavera**

Su
50%
nuolaida

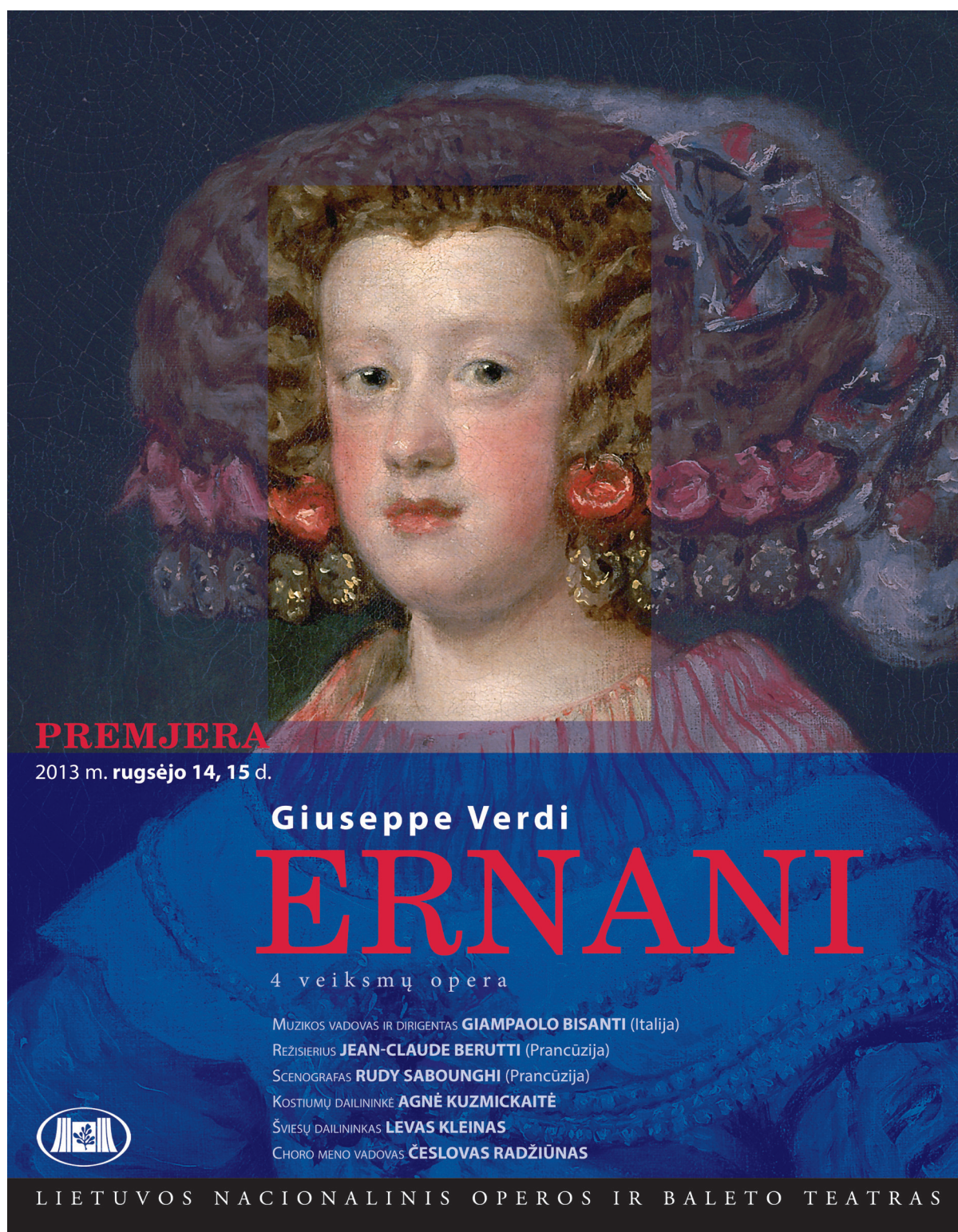
The advertisement features a family of three (a man, a woman, and a young girl) lying in a bed with a white duvet and pillows. The background is a dark blue wall and headboard, decorated with numerous white and blue butterfly stickers. The overall theme is dreamlike and cozy.

MAXIMA

3 pav. Agnė Kuzmickaitė, 2014. Dormeo by Agnė Kuzmickaitė. Įvaizdinė kampanijos nuotrauka. Nuotrauka iš UAB Studio Moderna archyvo.

Figure 3. Agne Kuzmickaite, 2014. Dormeo by Agne Kuzmickaite. Key campaign image. Photography courtesy of Studio Moderna.

**Kostiumai operai “Ernanis” LNOBT
Costumes for theatre play Ernani LNOBT**



1 pav. Operos „Ernani“ plakatas, LNOBT, 2013. Rež. J. C. Berutti, scenografija Rudy Sabounghi, dirigentas G. Marciano. Nuotrauka iš LNOBT archyvo, dizainerė Birutė Černiauskienė.

Figure 1. Poster for opera Ernani staged at The Lithuanian National Opera and Ballet Theatre (LNOBT). Directed by Jean Claude Berutti, scenography by Rudy Sabounghi, conductor Gianluca Marciano. Photography courtesy of LNOBT. Designed by Birutė Černiauskienė.



2 pav. Agnès Kuzmickaitės kostiumų eskizai spektakliui „Ernani“, LNOBT, 2013. Rež. J. C. Berutti, scenografija Rudy Sabounghi, dirigentas G. Marciano. Nuotrauka iš LNOBT archyvo.
Figure 2. Agne Kuzmickaite, 2013. Costume sketches for theatre play Ernani staged at The Lithuanian National Opera and Ballet Theatre (LNOBT). Directed by Jean Claude Berutti, scenography by Rudy Sabounghi, conductor Gianluca Marciano. Photography courtesy of LNOBT.



3-4 pav. Agnès Kuzmickaitės kostiumai spektakliui „Ernani“, LNOBT, 2013. Rež. J. C. Berutti, scenogra ja Rudy Sabounghi, dirigentas G. Marciano. Nuotrauka iš LNOBT archyvo.

Figure 3-4. Agne Kuzmickaite, 2013. Costumes for theatre play Ernani staged at The Lithuanian National Opera and Ballet Theatre (LNOBT). Directed by Jean Claude Berutti, scenography by Rudy Sabounghi, conductor Gianluca Marciano. Photography courtesy of LNOBT.



5 pav. Agnès Kuzmickaitės kostiumai spektakliui „Ernani“, LNOBT, 2013. Rež. J. C. Berutti, scenografa Rudy Sabounghi, dirigentas G. Marciano. Nuotrauka iš LNOBT archyvo.

Agne Kuzmickaite, 2013. Costumes for theatre play Ernani staged at The Lithuanian National Opera and Ballet Theatre (LNOBT). Directed by Jean Claude Berutti, scenography by Rudy Sabounghi, conductor Gianluca Marciano. Photography courtesy of LNOBT.

AGNĖ KUZMICKAITĖ-PRŪSAITIENĖ

Kasdienybė kaip kūrybos inspiracija: dizainerio savirefleksija

Meno doktorantūra, Meno sritis, Dizaino kryptis (W 200)

The Everyday as a Creative Inspiration: Designer's Self Reflection

Art Doctorate, Design (W 200)

Tiražas 50 egz.

Vilniaus dailės akademijos leidyka

Dominikonų g. 15, LT-01131

Vilnius tel. 852791015, leidykla@vda.lt

Vertimas į anglų kalbą: Erika Lastovskytė

ISBN 978-609-447-242-8