



## VYRIŠKO ĮVAIZDŽIO KŪRIMAS PRITAIKANT „LINDEX“ 2020 METŲ MOTERIŠKĄ PAVASARIO-VASAROS KOLEKCIJĄ

**Urtė Ališauskaitė, Violeta Dobrovolskienė, Jovita Dargienė**  
*Kauno kolegija, Menų ir ugdymo fakultetas, Menų akademija*

**V., Pavardė:** Violeta Dobrovolskienė  
**E-paštas:** [violeta.dobrovolskiene@go.kauko.lt](mailto:violeta.dobrovolskiene@go.kauko.lt)  
**Institucija:** Kauno kolegija  
**Adresas:** A. Mackevičiaus g. 27, LT-44259, Kaunas, Lietuva  
**Telefono nr.:** +370 692800

**Tyrimo tikslas.** Remiantis įvaizdžio komponentais (kostiumu, grimu, šukuosena, aplinka ir kuriamo personažo role), sukurti vyro įvaizdinę fotosesiją pritaikant „Lindex“ 2020 metų pavasario-vasaros moteriškų drabužių kolekciją.

**Reikšminiai žodžiai:** vyro įvaizdis, belytė mada

**Tyrimo metodai.** literatūrinių šaltinių aprašomoji analizė, komercinių fotosesijų formalioji, naratyvinė ir lyginamoji analizės.

**Rezultatai ir / arba išvados.** Istorinio konteksto bei vizualių pavyzdžių analizės duomenys parodė, kad mada iki viduramžių neturėjo griežto skirstymo į vyrišką ir moterišką. Nors vėlesnėse epochose susiformavo aiškios vyrų kostiumo sudedamosios dalys, tačiau kostiumuose nebuvo vengiama moteriškam kostiumui būdingų apraiškų. Šiuolaikinio mados konteksto analizė parodė, kad mada vis aktyviau kalba apie tai, kad apranga neturi lyties. Švedų aprangos tinklo „Lindex“ kelių metų kolekcijų analizė parodė, kad „Lindex“ veiklos koncepcija ir siūlomas asortimentas yra tinkamas vyro įvaizdžiui formuoti. 2020 metų pavasario – vasaros moteriškos kolekcijos pagrindu buvo sukurti 10-ims vyriškų įvaizdžių ir atliktos tai vizualizuojančios fotosesijos, kaip principinis pasiūlymas.

**Originalumas ir / arba praktinis reikšmingumas.** Dėl nepaliaujamai mažėjančių skirtumų tarp moterų ir vyrų aprangos, belytė mada – tema, kuri šiandieniniame pasaulyje vis dažniau aptarinėjama. Švediškas mados tinklas „Lindex“ orientuojasi tik į moteris ir vaikus, tačiau aktyviai akcentuoja savo klientams du svarbiausius įmonės principus, t. y., drabužių ilgalaikis patrauklumas ir kokybė. Siekiant šias idėjas vystyti ir didinti prekės ženklo sklaidą tarp žmonių svarbu apimti vis naujas sritis. Dar neišnaudota įmonės galimybė – garderobas abiejų lyčių atstovams, siūlant vyrams pritaikyti „Lindex“ moterų aprangos kolekciją. Ši sritis glaudžiai siejasi su „Lindex“ principais kurti tvarius ir ilgiau naudojamus drabužius.

**Rezultatas.** Visi dešimt įvaizdžių sukurti remiantis 2020 metų pavasario - vasaros tendencijomis. Pasirinktos dinamiškos modelių pozos, atviros kompozicijos taip sukuriamas laisvos, neįpareigojančios atmosferos išpūdis. Pirmasis įvaizdis - aptaškyta dažais (1 pav. a). Antrasis įvaizdis – dryžuotas švarkas (1 pav. b). Trečiasis įvaizdis – pastelinės spalvos (2 pav. a). Ketvirtasis įvaizdis – laisvas siluetas (2 pav. b). Penktasis įvaizdis – džinsiniai drabužiai (3 pav. a). Šeštasis įvaizdis – berankoviai marškinėliai (3 pav. b). Septintasis įvaizdis – ilga tunika (4 pav. a). Aštuntasis įvaizdis – tropiniai raštai (4 pav. b). Devintasis įvaizdis – leopardo raštas (5 pav. a). Dešimtas įvaizdis – švarkas su daug kišenių (5 pav. b).



a



b

**1 pav. a - Aptaškyta dažais; b – Dryžuotas švarkas**



a



b

**2 pav. a - Pastelinės spalvos; b - Laisvas siluetas**



a



b

**3 pav. a - Džinsiniai drabužiai; b - Berankoviai marškinėliai**



a



b

**4 pav. a - Ilga tunika; b - Tropiniai raštai**



a



b

**5 pav. a - Leopardo raštas; b - Švarkas su daug kišenių**