



ĮVAIZDŽIO FORMAVIMO GALIMYBĖS NAUDOJANT „MASKUOTĖ PO ŠYDU“ VEIDO AKSESUARUS

Goda Kardišauskaitė,
Rasa Povilaitienė, dr. Jovita Kuzė (*vadovai*)
Kamilė Digrytė (*fotografas*)
Kauno kolegija, Menų ir ugdymo fakultetas, Menų akademija



Adresas: A. Mackevičiaus g. 27, Kaunas
E. puslapis: <https://www.kaunokolegija.lt/muf/>
E. paštas: goda.ka9791@go.kauko.lt
Telefono nr.: +370 635 32633
Tyrimų kryptis (-ys): V 003 Dizainas

Tyrimo tikslas. Sukurti įvaizdinę prekės ženklo „Maskuotė po šydu“ fotosesiją socialinio tinklo „Instagram“ profiliui.

Reikšminiai žodžiai: aksesuaras-kaukė, anonimiškumas, maskuotė, originalumas, priedanga, veido aksesuaras

Tyrimo metodai. Literatūrinių šaltinių aprašomoji analizė, prekinio ženklo „Maskuotė po šydu“ analizė, formalioji-naratyvinė analizė, kurioje analizuojami panašių prekinų ženklų socialinio tinklo „Instagram“ profiliai ir reklaminės aksesuarų fotosesijos.

Rezultatai ir / arba išvados. Išanalizavus veido aksesuarų raidą istoriniame ir šiuolaikiniame kontekste, nustatyta, kad aksesuarai aktualūs išlieka visais laikotarpiais. Jau nuo senovės Egipto laikų žmonės puošėsi įvairiais galvos apdangalais, o ir šiais laikais žmonės savo įvaizdį papildo ir papildo aksesuarais. Atlikus analizę nustatyta, kad veido aksesuarų raidai įtaką padarė ir pandemija. Kai kuriems žmonėms veido uždanga sumažina arba pakeičia sąveiką su aplinka, kuri be jos galėtų sukelti socialinį nerimą. Šiuolaikinėje visuomenėje vykstant socialiniams, kultūriniais pokyčiams atliepia ir aksesuarų kūrėjai. Jie ieško originalių idėjų, kad aksesuaras ne tik puošytų, bet ir atspindėtų dėvinčio asmens poziciją, nuotaiką, emocijas ir būseną. Veido prisidengimas aksesuaru, gali suteikti papildomos emocinės laisvės ir atsipalaidavimo. Tai puikiai atspindi išskirtinė, užsakovo „Maskuotė po šydu“ sukurta, veido aksesuarų kolekcija. Remiantis formaliosios-naratyvinės analizės rezultatais sukurti įvaizdžiai su prekinio ženklo „Maskuotė po šydu“ veido aksesuarais ir jie pateikiami galutinėje fotosesijoje, kuri skirta prekinio ženklo komunikacijai/reprezentacijai „Instagram“ socialiniame tinkle (1-2 pav.).

Originalumas ir / arba praktinis reikšmingumas. Veido aksesuarai, kuriami prekinio ženklo „Maskuotė po šydu“ dengia asmens veidą ir taip jo įvaizdžiui suteikia originalumo. Šie aksesuarai yra skirti jaunoms moterims, kurios nori būti išskirtinėmis, o kartu ir neatpažįstamomis. „Maskuotė po šydu“ yra naujai besikuriantis prekinis ženklas, kuris dar neturi savo puslapio ar aktyvaus socialinio tinklo, tačiau planuoja pirmąsias reklamas kelti į „Instagram“. Šiam naujam aksesuarų kūrėjui yra reikalinga pirminė fotosesija, kurią galėtų publikuoti savo socialiniame tinkle. Toks aksesuaras gali būti naudingas žmonėms, kurie ne visuomet nori būti greitai atpažinti kasdieniniame visuomeniniame gyvenime. Veido aksesuaras gali atitikti psichologinį saugumą, o saugumo jausmas yra vienas iš svarbiausių žmonių socialinių poreikių.



1 pav. Laisvė komforto zonoje
Aut. Goda Kardišauskaitė



2 pav. Ramybė paslapyje
Aut. Goda Kardišauskaitė