

Kolekcija- no koncepcijas līdz gatavam produktam.

Indra Komarova

2022

Koncepcija

Ko caur apģērbu var vēstīt?

Ar savu ārējo tēlu, tai skaitā apģērbu, cilvēki viens otram nepārtraukti nodod vēstījumus par to, no kurienes viņi nāk, kas viņus interesē, par ko strādā, cik turīgi viņi ir. Citreiz šie vēstījumi var būt tieši (piemēram, policista uniforma, tautastērps, T-krekls vai džemperis ar kādu saukli), bet lielākoties netieši (koša krāsa kā vēlme būt pamanītam vai māksliniecisku rotu izvēle, kas vēstī, ka valkātājs ir radoša personība, vai ērts, vienkāršs apģērbs, kas vēstī, ka valkātājam nemaz neinteresē mode).

Arī apģērbu radītāji nodod vēstījumus caur savu radīto apģērbu komplektiem kopā ar veidu, kā tie tiek pasniegti, piemēram, īpaši piemeklētu kolekcijas fotogrāfiju vidi, kolekcijas skates mūziku, modeļu frizūrām, grīmu un pieskaņotiem aksesuāriem.

Apģērbs ir kā valoda, kas pastāsta citiem, kāds ir valkātāja noskaņojums, dzīvesstils, tradīcijas, stereotipi un informācijas “burbulis” un, tāpat kā jebkura valoda, tā var būt kādam saprotama, bet citam nesaprotama, un ar to pastāstītie stāsti var būt interesanti, garlaicīgi, izglītojoši vai mājīgi.

Koncepcija

Ar to sākam radošo procesu.

Vēl pirms idejām par kolekcijas izskatu, ir svarīgi nodefinēt kolekcijas ideju, jeb koncepciju. Šajā gadījumā domājam par vēstījumu, ko vēlamies pateikt ar savu radošo darbu. Vēstījumam jābūt kā idejai, ko var paust dažādos veidos un šajā gadījumā tā būs apģērbu kolekcija.

Koncepcija

Kāds var būt kolekcijas vēstījums?

Jebkāds! Tomēr svarīgi, lai šis vēstījums ir nozīmīgs un interesants pašam kolekcijas autoram. Pirms sākt, svarīgi ir apdomāt, kas satrauc, nomāc, iepriecina vai varbūt gribas aicināt uz kādu darbību vai domām. Vēstījums var būt **sociāls** (protests, aicinājums palīdzēt vai pievērst uzmanību kādai sociālai grupai vai problēmai), **stāstošs** (kāda interesanta fakta vai stāsta radošs attainojums), **emocionāls** (ar dažādiem mākslinieciskiem paņēmieniem kolekcija veidota, lai radītu kādu specifisku emociju vai noskaņu), dziļi **personisks** (presonīgajā pieredzē balstīts) vai **funkcionāls** (“es radīšu T-krekus cilvēkiem, kam ir lauza roka!”).

Lielākoties vēstījumam ir vairāki līmeņi un tas var būt gan sociāls un emocionāls (izraisot skatītājā kādas emocijas, problēmai tiek vairāk pievērsta uzmanība) vai, piemēram, personisks un funkcionāls (pagājušo vasaru man bija lauza roka un bez citu palīdzības nevarēju uzvilkt savu mīļāko T-kreklu) utt.

Koncepcija

Sociāls vēstījums

Zīmola Balenciaga 2023.gada pavasara kolekcijas skates scenogrāfija demonstrēja apokaliptisku ainu un modeļi staigāja starp dubļu kalniem, demonstrējot biedējošu ātomkara ainu un vēršot uzmanību Krievijas iebrukumam Ukrainā. Kolekciju papildina aksesuāri- somiņas, kas izskatījās gluži, kā karu piedzīvojušas bēgļu bērnu rotaļlietas.



Koncepcija

Stāsts

Savukārt dizaineris Toms Brauns (Thom Browne) savā 2023.gada pavasara kolekcijas skatē pastāstīja savu versiju par Pelnrušķītes stāstu. Skatuves noformējumā bija milzu kristāla kurpīte un Pelnrušķīte karieses vietā pa skatuvi “brauca” improvizētā kabrioletā.



Koncepcija

Emocionāls vēstījums

Dizainere Sāra Bērtone (Sarah Burton) 2021.gada rudens kolekcijā zīmolam Alexander McQueen demonstrē poētiski nostalgisku noskaņu, kas viņu pavadīja cauri noslēgtajam un neskaidrajam globālās pandēmijas gadam. Kā izteiksmes līdzekļus viņa izvēlējās anemones ziedu, ko viņa ir dekonstruējusi līdz tas atgādina asiņojošu brūci, un it kā nenoteiktu formu otu triepieni rada nedaudz miglainu kopskatu, kas demonstrē aizmiglotas atmiņas par “normālu dzīvi” pirms.



Koncepcija

Personisks stāsts

Zīmols Gucci 2023.gada pavasara kolekcijas skatei bija piemeklējis 68 identisku dvīņu pārus, kas demonstrēja dizainera Alesandro Mikēles (Alessandro Michele) jaunāko veikumu. Alesandro mamma bija viena no identiskajām dvīnēm, līdz ar to viņam bija sajūta, ka viņam bija divas mammas. Viņš viņas tā arī dēvēja- mamma Eralda (Eralda) un mamma Džuliana (Giuliana).



Koncepcija

Sāc ar “kāpēc”!

Ļoti svarīgi ir spēt sev skaidri atbildēt uz jautājumu- “kāpēc es šo radu?”. Tad būs daudz vieglāk to paskaidrot citiem- gan tekstuāli, gan ar vizuāliem līdzekļiem.

Jo šis “kāpēc” būs patiesāks un skaidrāks, jo vieglāk to uztvers skatītājs.

1. Vispirms jānedefinē **KĀPĒC**. Kāds ir mans mērķis? Ko es gribu pateikt? (Piemēram, pārāk daudz apgērba nonāk miskastē kā negribētas un novalkātas lietas, un man ir žēl)

2. Pēc tam domāju, **KĀ** es šo “kāpēc” parādīšu. (Piemēram, piešķiršu jaunu dzīvi un vērtību vecajiem, nevajadzīgajiem apģērbiem)

3. Un visbeidzot **KAS** būs tas, ko darīšu. (Piemēram, kolekcionēšu caurus un pleķu saraibinātus T-kreklus, atlasīšu interesantākos un papildināšu bojājumus ar gleznojumu vai izšuvumu, veidojot jaunus un īpašus T-kreklus kā mākslas darbus, kas stāstīs par kreklu iepriekšējo dzīvi un izcels to personību un trūkumus).

Izpēte

Radošā izmeklēšana

Kad ir skaidrs kolekcijas mērķis, tad nākamais darbs ir izpēte. Lai arī internets ir lielisks rīks un pārbagāts ar visdažādāko informāciju, tomēr vislabāk radošo izmeklēšanu ir veikt vistuvāk avotam. Ielās, dabā, spēļu laukumos, muzejos, draugu skapjos un hobiju pulciņos. Pievērsiet uzmanību ne tikai drēbēm, bet visdažādākajām detaļām, kas ir saistītas ar izvēlēto tēmu, tas viss var noderēt kā silueta, grafikas vai izgatavošanas tehnoloģiju iedvesmas avots. Visu interesanto fotografējiet! Pat, ja pirmajā brīdī šķiet, ka tas nenoderēs, pēc laika var atrasties visneiedomājamākais pielietojums kādai visdīvainākajai detaļai. Turklāt šādi var atrast interesantus papildinošus materiālus, par kuriem pat nebūtu iedomājies.

Izpēte

Iedvesmas kolāža

Tas nav obligāts uzdevums, tomēr var būt ļoti noderīgs rīks, lai vieglāk organizētu savu darbu, neaizmirstu savu “kāpēc” un apkopotu savus saņemtos vai atrastos attēlus. Kolāžā var salīmēt vai saspraust dažādus materiālu paraugus, fotogrāfijas, izgriezumus, tekstus vai pat priekšmetus- visu, kas iedvesmo radīt idejas. Kolāžai nav jābūt skaistai, tā var būt arī nekārtīga vai haotiska. Galvenais, lai tā iedvesmo darīt!



Izpēte

Ko par šo tēmu ir teikuši citi

Kādi mākslas darbi, idejas, filmas vai ziņas ir par izvēlēto tēmu? Varbūt var atrast kādu piemēru modē?

Ja neatrodas nekādi piemēri, tad var veikt aptauju- ko par šo tēmu domā draugi vai skolotāji? Varbūt radinieki vai kaimiņi? Var izrādīties, ka kādam ir kāds labs stāsts par izvēlēto tēmu vai ideja, kur meklēt informāciju vai iedvesmu.

Izpēte

Mērķauditorija

Kam es radu savu kolekciju?

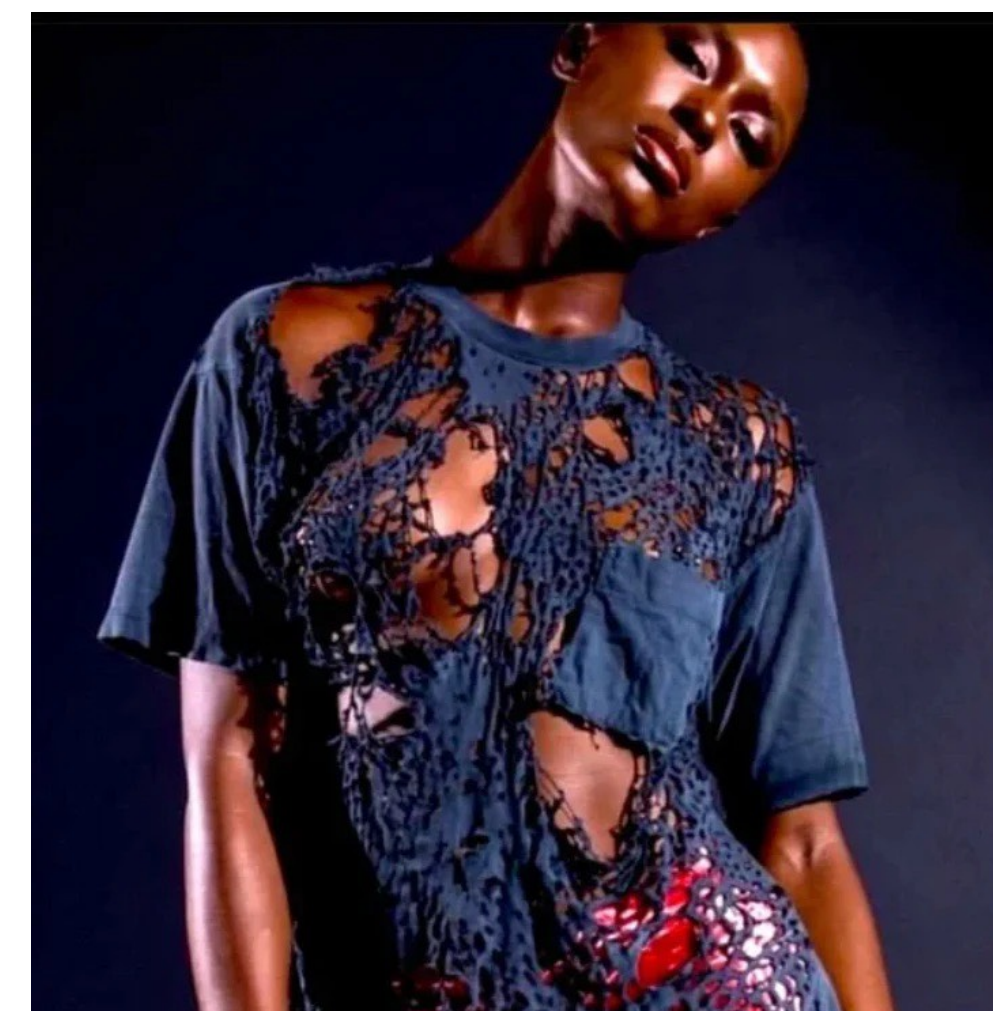
Visticamāk tiem, kurus interesē vai satrauc manis izvēlētā tēma. Ja kolekcijas tēma ir skeiterparks, tad, visticamāk, mērķauditorija būs skeiteri un viņu draugi. Ja tēma ir kāds protests, tad mērķauditorija būs gan domubiedri, gan tie, pret kuriem ir vērsts šis protests vai tie, kuru uzmanību vēlies vērst uz kādu konkrētu problēmu. Galvenais- mērķauditorija nav konkursa žūrija, tas var tikai lieki sajaukt prātu un novirzīt no vēstījuma mērķa.

Izpēte

Ietekme uz vidi

Jebkurš apģērbs kādreiz nolietojas un kļūst par atkritumu, ja vien netiek pārstrādāts jaunā materiālā vai tam netiek iedota jauna dzīve citā veidolā. Šī ir lieliska iespēja savas idejas realizēt materiālā (T-kreklos), kurš, iespējams, vairs nevienam nav vajadzīgs. Šeit ir arī vērts padomāt arī par pārējiem izmantojamiem materiāliem; vislabāk pielietot tikai tik, cik nepieciešams vēstījuma nodošanai. Ja kaut kas tiek likts klāt tikai dekoratīvu iemeslu dēļ, tad, visticamāk, tas ir lieki.

Izmantot, protams, var arī pavisam jaunus Tkreklus kā izejas materiālu, bet jācenšas tos izmantot pēc iespējas jēgpilnāk.



Izpēte

Izejmateriāls

Kādi izejmateriāli būs visatbilstošākie, lai pastāstītu savu stāstu?

T-krekls ir uzdevums, tomēr arī tie var būt visdažādākie. Veci vai jauni, varbūt kādam pāri palikuši un nevajadzīgi. Varbūt vecmodīgi vai sacaurumoti vai kādi pavisam dīvaini.

Pamatmateriālu T-kreklū var papildināt gan ar tradicionāliem apģērbu izgatavošanā izmantotiem materiāliem (audumiem vai neaustiem materiāliem), gan arī ar kādiem pavisam pārsteidzošiem- dabas materiāliem, stieplēm, dārzniecībā vai celtniecībā izmantojamiem materiāliem vai pat kādiem priekšmetiem.

Ja plānota kāda apdruka uz gatavā izstrādājuma, tad tā var būt gan uzgleznota, gan izšūta, gan ar trafaretu uzpūsta vai aplikācijas tehnikā uzšūta. Var veidot izšuvumus no vecām krellēm vai jaunām pērlītēm vai kādiem maziem priekšmetiem, kas nemaz oriģināli nav paredzēti izšūšanai.

Izejmateriālu idejas vislabāk apkopot kā attēlus vai materiālu paraugus un piestiprināt pie savas iedvesmas kolāžas, ja tāda ir izveidota.

Ideju izstrāde

Kolekcija

Kolekcija modes kontekstā ir apģērbu un/vai aksesuāru kopa, ko vieno kopīga ideja.

Kolekcijas var būt dažādas, piemēram, tā var būt T-kreklu kolekcija, kurā ir vienāda piegriezuma T-krekli, bet uz tiem ir dažādas apdrukas, dažādās proporcijās. Tā var būt kolekcija par tēmu dekonstrukcija un tad tajā var būt pavisam dažādi apģērbu veidi, bet tos vieno dekonstrukcijas metode.

Vienmēr ir interesantāk, ja kolekcijā ir dažādi silueti vai apģērbu veidi nevis viena veida apģērbu dažādas versijas, kas atšķiras tikai niansēs. Tādā veidā var uzrunāt plašāku auditoriju ar dažādākām gaumēm, bet kurus vieno interese par kolekcijas pamatideju.

Ideju izstrāde

Nav viena pareizā ceļa

Var būt ļoti atšķirīgas pieejas tam, kā sākt meklēt idejas. Vienam vieglāk tās vispirms uzskicēt, uzzīmēt, bet kādam citam sākt darboties uzreiz materiālā. Pats galvenais, lai darbs aizrauj un sāk virzīties uz priekšu.

Ja ir izveidota iedvesmas kolāža, tad ir vērtīgi to turēt acu priekšā, kad ķerās pie pašu apģērbu ideju izstrādes. Katru reizi uz šo kolāžu paskatoties, var ieraudzīt kaut ko jaunu; citreiz uzmanību pievēršot siluetiem un citreiz- krāsām vai faktūrām.

Ideju izstrāde

Skicēšana

Tas ir visātrākais un demokrātiskākais veids, kā idejot. Tas ir lēti, vajadzīgs vien papīrs un zīmulis, un skicēt var jebkur. Nevajag satraukties par to, vai zīmējumi ir pietiekami skaisti, svarīgi ir, lai ātri var uzskicēt ideju, kas ienākusi prātā, pirms tā ir piemirsusies. Zitreiz kāda neveikla vai drebelīgi līnija pat var piešķirt idejai kādu negaidītu pavērsienu.

Var zīmēt uzreiz visu apģērbu komplektu kopā ar cilvēku, kam tas ir uzvilts, bet var arī uzskicēt tikai kādas detaļas vai detaļu variantus, piemēram, ja ir skaidrs siluets (kopējā apģērba forma), tad var blakus pieskicēt vairākus apkaklīšu variantus, lai piemeklētu labāko variantu.

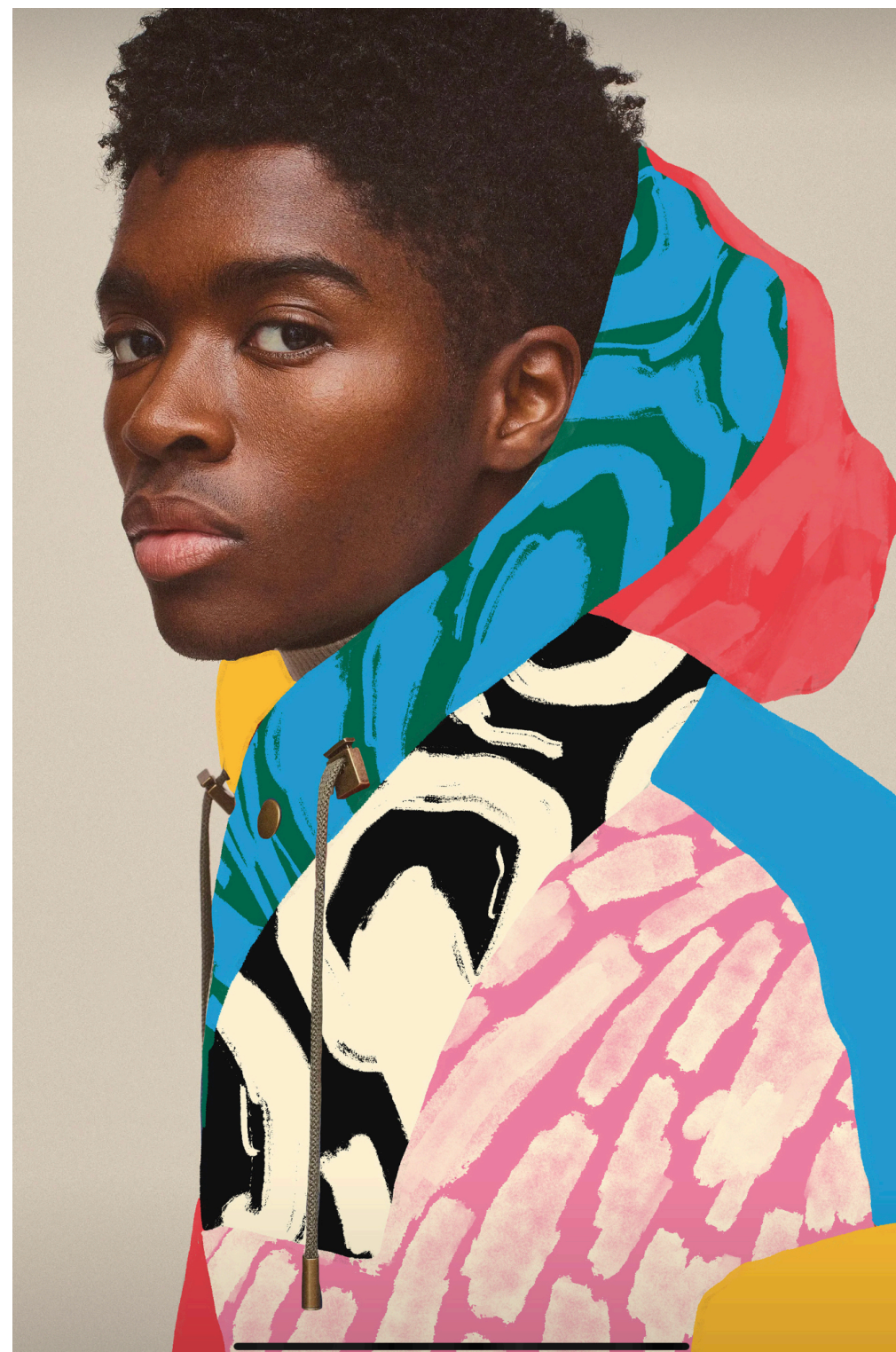
Skicēt vajag daudz vairāk, nekā paredzēto komplektu skaits. Nekādā gadījumā nevajag apstāties pie pirmajām idejām, ir vērts attīstīt idejas tālāk.



Ideju izstrāde

Kolāža

Ja ātra skicēšana īsti labi nevedas un raisa tikai satraukumu, tad ļoti laba metode ir kolāžu veidošana. No krāsainiem žurnāliem, aplikācijas papīriem vai avīzēm var izgriezt dažādas formas un likt kopā visdažādākajos veidos. Šādi var sanākt nejaušs un interesants rezultāts kā arī atbrīvot prātu no stereotipiem par to, kādās proporcijās vai siluetos jābūt apģērbam.



Ideju izstrāde

Drapēšana jeb mulāža

Kam vieglāk domāt uzreiz materiālā, tie var spraust, drapēt, griezt un vilkt jau gatavus T-kreklus vai citus materiālus uz šūšanas manekena vai skolasbiedra. Arī šajā gadījumā ir jāveido vairāk šādu “skiču”, nekā nepieciešams. Vislabāk uzvilkt, sadrapēt, saspraust, nofotografēt un atkārtot šīs darbības cik vien nepieciešams, lai atrastu īsto formu.

Šo metodi ir vērtīgi apvienot ar skicēšanu. Nofotografētos drapējums izprintē un papildina ar zīmējumu- precizētām detaļām vai trūkstošiem apjomiem. Šādi vienam drapējumam var izveidot vairākas versijas.



Ideju izstrāde

Dekonstrukcija

Gatavu T-kreklus var izjaukt, sagriezt, locīt, griezt “kājām gaisā”, vairākus apvienot, izmantot tā atvērumus pavisam citādi un šādi meklēt jaunas formas vai kādus īpatnējus siluetus.

Šajā gadījumā ir vērtīgi pavisam atbrīvot prātu no tradicionālas izpratnes par apģērbu un veidu, kā tas tiek valkāts. Nevajag arī satraukties par to, vai ir “smuki”, jo dekonstrukcijas lielākā vērtība ir pārsteigums.



Ideju izstrāde

Uzlabošana, papildināšana

Nav vienmēr “divritenis” jāizgudro par jaunu. Var padomāt, kā ir iespējams uzlabot vai ar ko papildināt jau diezgan pārdomāto un savā vienkāršībā ideālo T-kreklu. Modes dizaineri nenogurstoši interpretē klasiskas vērtības, ir neskaitāmi baltā, klasiskā vīriešu krekla veidi un milzumdaudz klasiskas žaketes interpretāciju. Tāpat T-kreklam var mainīt proporcijas vai papildināt to ar kādām funkcionālām detaļām.

Ideju izstrāde

Apvienošanas metode

Vienmēr ļoti spēcīgu iespaidu uz skatītāju atstāj kontrasts. Kontrasts pārsteidz un piesaista uzmanību un ir labs palīgs vēstījuma nodošanai. Vienā kompletā vai pat apģērbā apvienojot it kā nesavienojamas lietas, var panākt ļoti interesantu, bieži ironisku koptēlu.



Izgatavošana

Šūšana

Kad ir skaidrs, kas tiks izgatavots, tad jāķeras pie izgatavošanas plānošanas. Atkarībā no iecerētā dizaina, jāsaplāno izgatavošanas secība. Klasiski tā būtu:

Piegriešana- apdruka vai izšuvums (ja tādi plānoti)- detaļu izgatavošana (kabatas, aplikācijas utml.)- saspraušana vai sadiegšana- piemērīšana- sašūšana- pēcdarbi (pogu piešūšana vai tamlīdzīgi)- gludināšana.

Tomēr konceptuāliem darbiem secība var atšķirties, piemēram, var būt situācija, kad apdrukā vai apglezno jau gatavu sašutu apģērbu.

Ja uzreiz nesanāk, tad nevajag pārdzīvot, bet sākt no jauna. Šajā ziņā arī ir vieglāk, ja izejmateriālu T-krekli nav bijuši jauni un svaigi, bet gan lietoti. Ja iecere nesanāk un ir jāpārtaisa, tad labāk tā arī darīt nevis samierināties ar neizdevušos eksperimentu.

Izstrādājuma kvalitāte ir liels pluss, taču noteikti nestāv pāri idejai.

Izgatavošana

Apdruka

T-krekls ir ļoti pateicīgs dažādu apdruku veidošanai un demonstrēšanai, pateicoties tā vienkāršajai formai un plakanajam piegriezumam. Uz tā ļoti labi var zīmēt, gleznot, veidot dažādus nospiedumus, izmantot trafaretus un pūšamās baloniņkrāsas. Var izmantot arī kādas netradicionālas krāsas, eksperimentēt ar dabas materiāliem. Jo neierastā kas metodes un tehnikas, jo interesantāk pašiem un skatītājiem!



Prezentācija

Vizītkarte

Aprakstot kolekcijas idejas pamatojumu vislabāk izmantot formulu-KĀPĒC, KĀ un KO.

Piemērs: “Mani uztrauc šāda lieta un vēlos tai pievērst vienaudžu uzmanību. Es apvienoju savu draugu un vienaudžu viedokļus par to un izveidoju T-kreklus, uz kuriem, izmantojot netradicionālu apdrukšanas metodi, izveidoju ornamentu ar savu vienaudžu citātiem”.

Iesaku neaprakstīt tiešā veidā to, kas jau ir labi redzams pievienotajā attēlā ar gatavo rezultātu, bet gan attēlu papildināt ar tekstu, kas palīdz skatītājam atrast kopsakarības idejai ar gatavo rezultātu.

Prezentācija

Planšete

Planšetē vēstījums var būt aprakstīts pavisam kodolīgi un neizplūstot detaļās.

Arī pati planšetes estētika var palīdzēt pastāstīt stāstu. Tā ir kā scenogrāfija apģērbu komplektiem. Tajā izmantotās krāsas, tehnikas un faktūras kā arī citi izteiksmes līdzekļi kalpo kā atbilstošs fons demonstrētajiem apģērbu komplektiem.

Prezentācija

Video

Ļauj vaļu fantāzijai! Jo neparastāks un “nepareizāks” tas būs, jo interesantāks un atmiņā paliekošāks tā skatītājiem.

Veiksmi darbā!

Attēlu avoti un cita informācija

Attēli no kolekciju skatēm koncepcijas piemēros:

<https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2023-ready-to-wear/balenciaga>

<https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2023-ready-to-wear/thom-browne>

<https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2021-ready-to-wear/alexander-mcqueen>

<https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2023-ready-to-wear/gucci>

Ietekme uz vidi, ātrās modes atkritumu kalns Čīlē:

<https://www.dailymail.co.uk/news/article-10190155/The-fast-fashion-waste-mountain-Gigantic-pile-clothes-looms-desert-Chile.html>

Kā izveidot iedvesmas planšeti:

<https://www.apparelentrepreneurship.com/how-to-create-a-fashion-mood-board/>

“Dizains un tehnoloģijas” mācību līdzeklis, tai skaitā “Modes dizains”:

<https://www.startdesign.lv/dizains-un-tehnologijas>

Ideju izstrāde, skicēšana

<https://www.hamstech.com/all-about-fashion-illustration>

<https://www.hamstech.com/all-about-fashion-illustration>

Ideju izstrāde, kolāža

Autori no kreisās: Angela Freyja Studio, Bernardo Henning, Valeria Manasaryan, Yulia Drobova (visi no **[behance.net](#)**)

Ideju izstrāde, mulāža

<https://www.daniloattardi.it/en/moulage-draping-danilo-attardi/>

Ideju izstrāde

http://secondstreet.ru/blog/peredelka_futbolki/klassnye-peredelki-futbolok.html (**arī apvienošanas metode**)

<https://fashionfad.in/trends/trend-report/deconstructing-the-shirt-for-refashioning/>

Izgatavošana, apdruka

<https://madeit.com.au/Main/Item?itemId=924321>

<https://blog.treasure.com/t-shirt-painting/>

Indra Komarova, 2022

