



**MENŲ IR UGDYMO FAKULTETO  
MENŲ AKADEMIJA**

Emilija Bertašiūtė

**NARCIZIŠKOS ASMENYBĖS RAIŠKA DRABUŽIŲ  
KOLEKCIJOJE „APSĖSTAS SAVĖS“**

Baigiamasis darbas

Mados dizaino studijų programos valstybinis kodas 6531PX022

Dizaino studijų krypties

Kūrybinės dalies vadovė: lekt. Milda Griksaitė Jankuvienė

Tiriamosios dalies vadovas: doc. dr. Kęstutis Lekeckas

Konsultantas: lekt. Stella Justina Kasperavičienė

Kaunas, 2025

## TURINYS

LENTELIŲ IR PAVEIKSLŲ SĄRAŠAS.....	4
SĄVOKOS .....	6
SANTRAUKA .....	7
SUMMARY .....	8
ĮVADAS.....	9
1. NARCIZIŠKOS ASMENYBĖS SAVIRAIŠKA IR IDENTITETO SAMPRATA VISUOMENĖJE.....	11
1.1. Narciziškos asmenybės samprata .....	11
1.2. Narciziškos asmenybės identiteto atsiskleidimas visuomenėje.....	12
1.2.1. Narciziškos asmenybės sutrikimas.....	12
1.2.2. Narciziškos asmenybės formavimosi priežastys.....	13
1.2.3. Narciziškos asmenybės saviraiška .....	14
1.3. Narcisizmas madoje ir drabužių dizainuose .....	15
1.3.1. Džiani Versače (it. Gianni Versace) drabužių detalės ir dizainas.....	16
1.3.2. Karlas Lagerfeldas (vok. Karl Otto Lagerfeldt) drabužių dizainas ir narcisizmo atsiskleidimas.....	18
1.3.3. Žano Polio Gotjė (pranc. Jean-Paul Gaultier) narcisizmo atsiskleidimas drabužių detalėse ir dizaine .....	21
2. KOKYBINIS TYRIMAS, INTERVIU SU MADOS DIZAINERIU .....	24
3. MENINĖ - KŪRYBINĖ DALIS .....	26
3.1. Kolekcijos „Apsėstas savęs“ kūrybinė idėja bei koncepcija .....	27
3.2. „Apsėstas savęs“ sampratos apibrėžimas .....	28
3.3. Vartotojo portretas .....	28
4. TECHNOLOGINĖ DALIS .....	30
4.1. Drabužių kolekcijos technologiniai ypatumai ir jų sprendimo būdai.....	30
4.2. Modelių aprašymas ir jų specifikacijos .....	33
4.2.1. Modelis Nr. 1 – kelnės ir nerta palaidinė .....	33
4.2.2. Modelis Nr. 2 – kelnės ir švarkas.....	35
4.2.3. Modelis Nr. 3 – kelnės ir marškiniai.....	37
4.2.4. Modelis Nr. 4 – kelnės ir palaidinė .....	39
4.2.5. Modelis Nr. 4 – kelnės ir maškinėliai ilgomis rankovėmis.....	41
5. KOLEKCIJOS „APSĖSTAS SAVĖS“ FOTOSESIJA.....	44
6. KOLEKCIJOS EKONOMINĖ DALIS .....	46

IŠVADOS IR REKOMENDACIJOS.....	47
LITERATŪRA IR KITI INFORMACIJOS ŠALTINIAI .....	49
PRIEDAI .....	51
1 priedas. KOKYBINIS INTERVIU SU MADOS DIZAINERIU .....	52
2 priedas. KOLEKCIJOS EKONOMINIAI SKAIČIAVIMAI IR MEDŽIAGŲ ĮKAINIAI.....	54
3 priedas. AUDINIO DIZAINO/GAMINIŲ BANDYMAI, SIUVIMO PROCESAS.....	56
4 priedas. FOTOSESIJOS NUOTRAUKOS.....	57

## LENTELIŲ IR PAVEIKSLŲ SĄRAŠAS

### LENTELĖS

<u>4.1.1 lentelė. Sukurtoje drabužių kolekcijoje naudojama furnitūra ir medžiagos (lentelė sudaryta darbo autorės)</u> .....	33
<u>4.1.2 lentelė. Drabužių kolekcijoje naudojamos mašinos (lentelė sudaryta darbo autorės)</u> .....	34
<u>4.2.1.1 lentelė. Lekalų brėžiniai modelis nr. 1 - kelnės (lentelė sudaryta darbo autorės)</u> .....	35
<u>4.2.1.2 lentelė. Lekalų brėžiniai modelis nr. 1 – nerta palaidinė (lentelė sudaryta darbo autorės)</u> .....	36
<u>4.2.2.1 lentelė. Lekalų brėžiniai modelis nr. 2 – kelnės (lentelė sudaryta darbo autorės)</u> .....	37
<u>4.2.2.2 lentelė. Lekalų brėžiniai modelis nr. 2 – švarkas (lentelė sudaryta darbo autorės)</u> .....	38
<u>4.2.3.1 lentelė. Lekalų brėžiniai modelis nr. 3 – marškiniai (lentelė sudaryta darbo autorės)</u> .....	39
<u>4.2.3.2 lentelė. Lekalų brėžiniai modelis nr. 3 – kelnės (lentelė sudaryta darbo autorės)</u> .....	40
<u>4.2.4.1 lentelė. Lekalų brėžiniai modelis nr. 4 – kelnės (lentelė sudaryta darbo autorės)</u> .....	41
<u>4.2.4.2 lentelė. Lekalų brėžiniai modelis nr. 4 – maškinėliai ilgomis rankovėmis (lentelė sudaryta darbo autorės)</u> .....	42
<u>4.2.5.1 lentelė. Lekalų brėžiniai modelis nr. 5 – kelnės (lentelė sudaryta darbo autorės)</u> .....	43
<u>4.2.5.2 lentelė. Lekalų brėžiniai modelis nr. 5 – maškinėliai ilgomis rankovėmis (lentelė sudaryta darbo autorės)</u> .....	44
<u>6.1 lentelė. Kolekcijos “Apsėstas savęs” teisioginių ir netiesioginių išlaidų apskaičiavimai (lentelė sudaryta darbo autorės)</u> .....	47
<u>6.2 lentelė. Projekto pardavimo kainos apskaičiavimai (lentelė sudaryta darbo autorės)</u> .....	48

### PAVEIKSLAI

<u>1 pav. Džiani Versače mados dizainai (Medium, 2023, internetinė nuoroda: <a href="https://tinyurl.com/4f3h6dvv">https://tinyurl.com/4f3h6dvv</a>)</u> .....	15
<u>2 pav. Versače mados namų logotipas - Medūzos galva (Logolook, 2024, internetinė nuotoda: <a href="https://logolook.net/versace-logo/#google_vignette">https://logolook.net/versace-logo/#google_vignette</a>)</u> .....	15
<u>3 pav. Džiani Versače kurti moteriški dizainai atspindintys narcisistines savybes (šaltinis: Collater.al, 2023, internetinė nuoroda: <a href="https://www.collater.al/en/gianni-versace-story-style">https://www.collater.al/en/gianni-versace-story-style</a>)</u> .....	16
<u>4 pav. Džiani Versače kurti vyriški dizainai atspindintys narcisistines savybes (šaltinis: Vogue, 1997)</u> .....	17
<u>5 pav. Karl Lagerfeld mados dizainų detalės, kurios suvokiamos kaip narcisistinės (šaltinis: Vogue, 2023, internetinė nuoroda: <a href="https://www.vogue.com/article/shopping-for-vintage-karl-lagerfeld-fendi-chloe-chanel">https://www.vogue.com/article/shopping-for-vintage-karl-lagerfeld-fendi-chloe-chanel</a>)</u> .....	18



<u>6 pav. Karl Lagerfeld mados dizainai (šaltiniai: Vogue, 2023)</u> .....	19
<u>7 pav. Karl Lagerfeld dizainai vyrams (šaltiniai: Fendi Mensswear Autumn Winter, 2019 Show)</u> ...	20
<u>8 pav. Žano Polio Gotjė mados dizainai moterims (šaltinis: Ztylez, 2022, internetinė nuoroda: <a href="https://tinyurl.com/e6y8jpw">https://tinyurl.com/e6y8jpw</a>)</u> .....	25
<u>9 pav. Žano Polio Gotjė korsetas Madonai (šaltinis: Vogue, 2023)</u> .....	22
<u>10 pav. Žano Polio Gotjė mados dizainai vyrams (šaltinis: GQ, 2021)</u> .....	23
<u>11 pav. Kolekcijos „Apsėstas savęs“ meniniai eskizai (šaltinis: sukurtas autorės)</u> .....	26
<u>12 pav. Kolekcijos „Apsėstas savęs“ galutiniai eskizai (šaltinis: sukurtas autorės)</u> .....	27
<u>13 pav. Kolekcijos „Apsėstas savęs“ nuotaikos koliažas (šaltinis: sukurtas autorės)</u> .....	28
<u>14 pav. Kolekcijos „Apsėstas savęs“ vartotojo profilio koliažas (šaltinis: sukurtas autorės)</u> .....	29
<u>15 pav. Kelnės su sublimacija (šaltinis: sukurtas autorės)</u> .....	31
<u>16 pav. Airiškas nėrimas iš dalių (šaltinis: sukurtas autorės)</u> .....	32
<u>17 pav. Siūlių sujungimas atliktas dviguba kabančia siūle (šaltinis: sukurtas autorės)</u> .....	32
<u>18 pav. Techniniai eskizai modelis nr. 1 – kelnės (šaltinis: sukurtas autorės)</u> .....	33
<u>19 pav. Techniniai eskizai modelis nr. 1 – nerta palaidinė (šaltinis: sukurtas autorės)</u> .....	33
<u>20 pav. Techniniai eskizai modelis nr. 2 – kelnės (šaltinis: sukurtas autorės)</u> .....	33
<u>21 pav. Techniniai eskizai modelis nr. 2 – švarkas (šaltinis: sukurtas autorės)</u> .....	36
<u>22 pav. Techniniai eskizai modelis nr. 3 – marškiniai (šaltinis: sukurtas autorės)</u> .....	37
<u>23 pav. Modelis Nr. 3 kelnės (šaltinis: sukurtas autorės)</u> .....	38
<u>24 pav. Modelis Nr. 4 kelnės (šaltinis: sukurtas autorės)</u> .....	39
<u>25 pav. Modelis Nr. 4 – marškinėliai ilgomis rankovėmis (šaltinis: sukurtas autorės)</u> .....	40
<u>26 pav. Modelis Nr. 5 – kelnės (šaltinis: sukurtas autorės)</u> .....	41
<u>27 pav. Modelis Nr. 5 – marškinėliai ilgomis rankovėmis (šaltinis: sukurtas autorės)</u> .....	42
<u>28 pav. Kolekcija „Apsėstas savęs“ (šaltinis: sukurtas autorės)</u> .....	43

## SĄVOKOS

**Narcisizmas** (pagal senovės graikų mitinio personažo Narkiso vardą) – asmens būdo savybė, kuriai būdinga savo poelgių aukštinimas, gėrėjimasis jais, savo reikšmės pervertinimas ir didelis noras, kad juo būtų žavimasi. (šaltinio autorius, leidimo metai).

**Savęs idealizavimas** – noras pasiekti tobulumą ir gyvenimą pagal visuomenės ar asmeninius standartus, neatsižvelgiant į savo tikrąsias vertybes ar poreikius.

**Obsesija išoriniu įvaizdžiu** – nuolatinis dėmesys kūno išvaizdai, socialinei padėčiai, karjerai ar pasiekimams, kurie tampa gyvenimo tikslu.

**Įstrigimas savo atspindyje** – žmogus, kaip narcizas, lieka įkalintas savo paties vaizduotėje, nesugeba pažvelgti tai kas vyksta už ribų, kurti prasmingų, autentiškų ryšių su kitais žmonėmis.

## SANTRAUKA

**Emilija Bertašiūtė. Narciziškos asmenybės raiška drabužių kolekcijoje „Apsėstas savęs“. Profesinis bakalauro baigiamasis darbas. Kūrybinės dalies vadovė lekt. Milda Grikšaitė Jankuvienė, teorinės dalies vadovas doc. Dr. Kęstutis Lekeckas, Kauno kolegijos menų ir ugdymo fakulteto mados dizaino programa.**

Baigiamajame darbe pristatoma mados dizaino kolekcija, pavadinimu „Apsėstas Savęs“. Šios kolekcijos kūrybinė idėja paremta narciziškos asmenybės identiteto paieškomis. Šio darbo tikslas buvo sukurti aprangos kolekciją, inspiruotą narcisistinės asmenybės identiteto. Iškelti šie tyrimo uždaviniai: atlikti narciziškos asmenybės identiteto analizę, apžvelgti identifikavimo požymius ir ir sampratą visuomenėje. Išnagrinėti narciziškos asmenybės atsiskleidimą madoje ir drabužių kūryboje. Suformuluoti kolekcijos idėją įvertinant galimo vartotojo profilį. Atlikti įvaizdinę fotosesiją, kurioje per sukurtus įvaizdžius būtų atskleistas narciziškos asmenybės identitetas. Kūrybinėms paieškoms naudojamos studijų metu įgytos žinios: atlikti medžiagų kūrybiniai ieškojimai, meninių, techninių eskizų ir lekalų paruošimas.

Teorinėje darbo dalyje aptariame narcisizmo sampratą ir jos raišką šiuolaikinėje visuomenėje, buvo pastebėta, kad socialiniai tinklai tapo svarbia platforma narcisistinių bruožų vystymuisi, nes suteikia galimybę žmonėms nuolat patvirtinti savo išskirtinumą, išvaizdą ir pasiekimus, gauti dėmesio ir pripažinimo iš aplinkinių. Narcisizmas madoje ir drabužių dizainuose pasireiškia kaip savęs idealizavimo, išskirtinumo ir dėmesio troškimo išraiška, kur drabužiai tampa įrankiu individualumui ir socialiniam statusui pabrėžti. Tokie dizaineriai kaip Džiani Versače, Karl Lagerfeldas ir Žanas Polas Gotjė savo kūryboje dažnai naudojami provokuojančiomis detalėmis, kurios skatino žmones išsiskirti ir būti pastebėtiems. Kūrybinėje/Projektinėje darbo dalyje pateikiama kolekcijos ieškojimai, techniniai eskizai, gaminių aprašai, lekalų brėžiniai bei aprašomas atlikos kolekcijos „Apsėstas Savęs“ fotosesijos rezultatas. Ekonominėje dalyje atlikus kolekcijos ekonominiai apskaičiavimai, gauta galutinė – 4287,1 Eur.

*Temos raktažodžiai:* narcisizmas, asmeninis identitetas, idealizavimas, bruožai, dėmesys tobulumui, obsesija savimi, mada, menas, mados kolekcija.

Darbą sudaro 72 puslapiai, 14 lentelių, 28 paveikslai, 28 literatūros ir kiti informacijos šaltiniai, 4 priedai.

## SUMMARY

**Emilija Bertašiūtė. The Expression of Narcissistic Personality in the Clothing Collection “Obsessed with Myself”. Professional Bachelor's Thesis. Supervisors: Lecturer Milda Grikšaitė Jankuvienė, Associate Professor Dr. Kęstutis Lekeckas, Faculty of Arts and Education, Fashion Design Program at Kaunas University of Applied Sciences.**

This thesis presents a fashion design collection titled “Obsessed with Oneself”. The creative concept of the collection is based on the identity search of a narcissistic personality. The aim of this thesis was to create a clothing collection inspired by the identity of a narcissistic personality. The following research tasks were set: to analyze the identity of a narcissistic personality, to review its features and concept in society, to examine the manifestation of narcissistic personality traits in fashion and clothing design, and to formulate the concept of the collection, considering the potential user profile. Additionally, an image photoshoot was conducted, where the narcissistic personality identity was expressed through the created looks. The creative process incorporated the knowledge gained during the studies, such as material research, artistic and technical sketches, and pattern preparation.

In the theoretical part of the thesis, the concept of narcissism and its manifestation in contemporary society is discussed. It was observed that social media has become a significant platform for the development of narcissistic traits, as it provides people the opportunity to constantly validate their uniqueness, appearance, and achievements, and to receive attention and recognition from others. Narcissism in fashion and clothing design is expressed as an idealization of oneself, a desire for distinctiveness, and a thirst for attention, where clothing becomes a tool for emphasizing individuality and social status. Designers such as Gianni Versace, Karl Lagerfeld, and Jean-Paul Gaultier often used provocative details in their work to encourage people to stand out and be noticed.

The creative/project section of the thesis includes the research, technical sketches, product descriptions, pattern drawings, and a description of the photoshoot results for the collection “Obsessed with Oneself.” The economic section includes financial calculations for the collection, with a final total of 4287.1 Euros.

*Keywords:* narcissism, personal identity, idealization, traits, focus on perfection, obsession with oneself, fashion, art, fashion collection.

The work consists of 72 pages, 14 tables, 28 images, 28 references and other information sources, and 4 appendices.

## ĮVADAS

Narcisizmas yra charakterio bruožas, kuriam būdingas didybės jausmas, dėmesio siekimas, perdėtas domėjimasis savimi, demonstratyvumas ir savęs svarba (Campbell and etc., 2006). Šis asmenybės sutrikimas jau nuo VIII a. pr. m. e. romėnų tyrinėjamas reiškinys, kuris aktualus iki šių dienų. Šis asmenybės sutrikimas yra susijęs ne tik su požiūriu į pasaulį ir kitus žmones, bet ir dažnai asocijuojamas su grožio samprata. Narciziškų bruožų turi visi žmonės, ypatingai menininkai, nes jiems ypatingai svarbu garbės troškimas, ambicijos, maištavimas, beprasmybės niekinimas, egoizmas, tačiau nuo narcizo jį skiria kūrybos instinktai ir pripažinimo siekimas. Vieni pagrindinių dizaino ir mados principų yra jų gebėjimas atspindėti skirtingus visuomenės sluoksnius, ekonominės ir socialinės sėkmės simbolius. Narcisistinę asmenybę turintis asmuo dažnai renkasi vardinius, garsių dizainerių, prestižinius drabužius, taip siekdamas išsiskirti iš minios ir įrodyti savo statusą. „Narciziškai nusiteikę vartotojai greičiausiai linkę sutelkti dėmesį į prestižo ir išskirtinumo produktus, todėl jie sudaro svarbų segmentą, kuris tapatinasi su naujausiais produktais“ (Sedikides ir kt, 2011). Naujausių stiliaus tendencijų sekimas ir įsipareigojimas jų laikytis, dažnai tampa nuolatiniu siekiu ir priežastimi save pozicionuoti kaip madingą asmenį, kas dar labiau paskatina narciziškos asmenybės ego augimą. Šiuolaikinėje madoje, ištobulintose mados fotosesijų vaizduose, grožis suprantamas, kaip idealaus kūno sudėjimo ir suderintų įvaizdžių pateikimas. Narcisistinę asmenybę turintys asmenys visada siekia išsiskirti, nori būti pastebėti ir nuolat stebinti aplinkinius, kaip unikalūs, įdomūs ir nepakeičiami asmenys. Šios asmenybės dažnai renkasi drabužius su drąsiomis spalvomis, masyviomis detalėmis, įdomiais raštais, norėdamos išsiskirti ir pritraukti dėmesį. Šie asmenys taip pat vertina ir renkasi prabangias medžiagas, tokias, kaip oda, aksomas, šilkas ar kašmyras, kurios ne tik vizualiai, bet ir emociškai suteikia išskirtinį bei prabangų įvaizdį.

**Darbo aktualumas.** Šiuolaikinėje meno ir mokslo kultūroje skiriamas vis didesnis dėmesys asmenybės sutrikimams, kurie lemia ne tik asmens charakterio patologijas, bet ir daro įtaką kitų psichikos sutrikimų raidai bei kilmei. Narcisistinės asmenybės tipas šių laikų visuomenėje yra itin plačiai nagrinėjamas, ypač psichodinaminės teorijos rėmuose. Konceptualiai normalus narcisizmas apibrėžiamas kaip egocentriška, save aukštinanti, dominuojanti ir manipuliatyvi tarpasmeninė orientacija (Sedikides ir kt., 2007). Christopheris Laschas vienas pirmųjų pradėjo kalbėti apie didėjančią narcisizmą, kurio plitimui daro įtaką į įvaizdį, išvaizdą ir pastangas sužavėti, nukreipti kultūriniai renginiai bei modernioji mada (Lasch, 1979). Internetas ir pradėję atsirasti socialiniai tinklai tik dar labiau sustiprino šią tendenciją.

**Temos naujumas.** Narciziškos asmenybės atsiskleidimas madoje ir drabužių kolekcijose yra pakankamai nauja ir įdomi perspektyva mados pasaulyje, nes ji leidžia gilintis į savivertės ir asmenybės dinamiką per kūrybą. Šiuolaikinėje visuomenėje narcisistinė asmenybė tampa matoma visuomenės dalimi, kuri pastoviai ieško naujų saviraiškos formų, todėl kūrėjams atsiranda nauja terpė

kurioje galima orientuotis į perspektyvinės mados tendencijas ir saviraiškos laisvę, bei sukurti visiškai naujus originalius aprangos sprendimus, kurie gali integruotis kuriant narcisistinės asmenybės identitetą, tuo pačiu pasitarnauti vizualinės savireprezentacijos sferoje veikiantiems asmenims. Ši inovatyvi ir mažai nagrinėta visuomenėje tema padeda suprasti, kaip kūrėjai, mados dizaineriai ir jų kolekcijos gali atspindėti narcisistiškos asmenybės bruožus ir kaip jie susiję su saviraiška, estetika ir pasaulio suvokimu.

**Darbo problema.** Baigiamajame darbe keliamas klausimas kaip madoje reiškiasi asmens turinčio narcisistinių asmenybės sutrikimą bruožai. Ieškoma ribos, kada vizualinė įvaizdžio reprezentacija tampa patalogiškai narcisistinė...

**Darbo objektas.** Narcizišką asmenybės tipą turinčio žmogaus identiteto analizė, bei vizualinė išraiška per įvaizdžio elementus, ypač aprangą.

**Darbo tikslas.** Sukurti aprangos kolekciją, inspiruotą narcisistinės asmenybės identiteto.

**Darbo uždaviniai:**

1. Atlikti narciziškos asmenybės identiteto analizę, apžvelgti identifikavimo požymius ir sampratą visuomenėje.
2. Išnagrinėti narciziškos asmenybės atsiskleidimą madoje ir drabužių kūryboje.
3. Suformuluoti kolekcijos idėją įvertinant galimo vartotojo profilį. Atlikti įvaizdinę fotosesiją, kurioje per sukurtus įvaizdžius būtų atskleistas narciziškos asmenybės identitetas.

**Darbo metodai.** Atliekama literatūrinė pasirinkto lauko analizė ir formalioji mados kolekcijų analizė, analogų apžvalga, kokybinis tyrimas - interviu. Kūrybinėms paieškoms naudojamos studijų metu įgytos žinios: atlikti medžiagų kūrybiniai ieškojimai - konstravimas ir modeliavimas. Meninių, techninių eskizų kūrimas naudojantis „Procreate“ programa, audinių pritaikymas ir lekalų paruošimas. Vykdomas kolekcijos pristatymas, kolekcijos fotosesija, projektinės lentos maketavimas naudojantis Adobe Photoshop CC ir ekonominiai skaičiavimai.

**Darbo struktūra.** Darbą sudaro 72 puslapiai, 14 lentelių, 28 paveikslai, 28 literatūros ir kiti informacijos šaltiniai, 4 priedai.

# 1. NARCIZIŠKOS ASMENYBĖS SAVIRAIŠKA IR IDENTITETO SAMPRATA VISUOMENĖJE

XXI a. labai dažnai mokslininkų ir psichoanalitikų yra vadinamas narcisizmo amžiumi dėl visuomenės susitelkimo į save. Socialiniai tinklai (Twitter, Instagram, Facebook, TikTok, Snapchat, LinkedIn ir kiti) demokratizavo įžymybių pasaulį, kurį kiekvienas matome socialiniuose tinkluose, TV ekranuose ir žurnalų puslapiuose. Dabar kiekvienas iš mūsų turintis išmanųjį telefoną gali susikurti Instagram ar TikTok paskyrą, žavėti visuomenę savo išvaizda, pasiekimais, talentais, meniškumu ar kūryba. Internetas ir atsiradę socialiniai tinklai suteikia žmogui pranašumą, padėdamas ir stiprindamas asmens saviraiškos, bendravimo, personalizavimo ir dalyvavimo socialiniame gyvenime geismą.

Atsiradę socialiniai tinklai smarkiai sustiprino narcisizmo įsigalėjimą moderniam amžiuje. Žinojimas, kad esi stebimas, matomas ir atpažįstamas, daugumai žmonių sukelia ypatingą pojūtį, egzistenciją daro intensyvesnę ir reikšmingesnę, tai žodžiai puikiai apibūdinantys narcizišką asmenybę. Socialiniuose tinkluose dažnai labiau vertinama išvaizda, privatus gyvenimas, išreikšta nuomonė, o ne individo pasiekimai, moralinės normos, nuopelnai, mąstymo lygis ir darbai. Socialiniai tinklai, internetas pasitarnavo, kaip narcizų ego auginančios platformos.

## 1.1. Narciziškos asmenybės samprata

Narcisizmo terminas kilo VIII a. romėnų poeto Ovidijaus parašytoje trečioje „Metamorfozės“ knygoje, kuriame vienas iš mitologinių veikėjų buvo „Narcizas“. Pagrindinis istorijos veikėjas, Narcizas, buvo išskirtinio grožio jaunuolis, kuris sudaužė širdį nimfai Echonei nepriėmęs jos meilės. Norėdama nubausti jaunuolį meilės ir grožio deivė Afroditė, privertė jaunuolį įsimylėti savo atvaizdą vandenyje, nesuprantant, kad ten jis. Narcizas, nesuprasdamas, jog vandenyje mato savo atvaizdą ir negalėdamas nuo jo atsitraukti, žuvo toje vietoje, o jo vietoje išdygo gėlė – narcizas. Narcizas, tai pasižymintis egoizmu žmogus, mylintis save labiau nei kitus, arba kitaip tariant meilė, kuri nukreipta į save (Shoshani, M., & Shoshani, B., 2013).

Narcisizmo sąvoka moksle buvo pradėta nagrinėti XIX a. Pabaigoje. Zigmundas Froidas (ček. Sigmund Freud) pirmasis, kuris 1910 m. panaudojo šį terminą, mokslinėje psichoanalizėje. Šiame straipsnyje autorius narcisizmą aprašo, kaip kompensacinį nepilnavertiškumo jausmo mechanizmą. Froido požiūris į narcisizmą buvo įvairiapusiškas, nuo seksualinio iškrypimo ir primityvaus mąstymo iki „objekto pasirinkimo, objekto santykių būdo ir savigarbos“. 1914 m. autorius parašė straipsnį „Apie narcisizmą: Įvadas“. Šiame straipsnyje jis atkreipė dėmesį į dinamišką narcisizmo aspektą – jausmus ir visą informaciją, kurie gali sumenkinti savojo „aš“ pojūtį, laikyti atokiai nuo savimonės (Levy, Ellison Reynoso, 2013).

Apie narcisizmą, kaip apie asmenybės bruožus pirmasis pasisakė Wälder (1925). Jis narciziškas asmenybės aprašė, kaip: „besijaučiančias pranašesnėmis už kitus, nuolatos besirūpinančiomis savimi ir savęs žavėjimusi, pasižyminčias empatijos stoka, tai daugiausiai atsispindi su jų pačių seksualumu, kuris grindžiamas fiziniu malonumu ir nederinamas su emociniu intymumu“ (cit. Levy, Ellison Reynoso, 2011). Pasak, W. Keith Campbell, narcizmas pasireiškia tam tikrais asmenybės bruožais, kurie yra normali ir natūrali asmenybės dalis. Šie bruožai gali pasireikšti nepriklausomai nuo to ar žmogus turi patologinį narcizmo sutrikimą (Campbell, W. K., 1999).

Visais aprašytais atvejais, narcizmas yra teigiamai susijęs su tokiais asmeninėmis savybėmis, kaip padidinta savivertė, veiklumas ir padidintas dėmesys į save, ir neigiamai susijęs su su artumo bruožais, tokiais kaip intymumas, empatija ir sutarimas su kitais. Apibendrinant psichoanalitinę požiūrį, galime įžvelgti, kaip narcizmas sąveikauja su išorine aplinka ir jos daroma įtaka.

## **1.2. Narciziškos asmenybės identiteto atsiskleidimas visuomenėje**

Prieš kelis dešimtmečius narcisistinis asmenybės sutrikimas buvo laikomas psichologine patologija, rimtu asmenybės sutrikimu. Dabartiniais laikais, kai socialiniai tinklai yra mūsų kasdieninio gyvenimo dalis, jie tampa tikra žmogaus narcizmo sklaidos terpe. Laura E. Buffardi ir W. Keith Campbell (Buffardi, L. E., & Campbell, W. K., 2008) pastebėjo, kad socialiniai tinklai sudaro puikias sąlygas ir tinkamą platformą narciziškai asmenybei skleisti, nes leidžia save pateikti iš tam tikros pusės ir suteikia galimybę sukurti didelius paviršutiniškų santykių tinklus, kurie daro didelę įtaką narcisistinį asmenybės sutrikimą turintiems žmonėms.

### **1.2.1. Narciziškos asmenybės sutrikimas**

Narciziškas asmenybės sutrikimas (NAS) – psichikos sveikatos sutrikimas, kuris pasireiškia pernelyg dideliu asmens susidomėjimu savimi, savo išvaizda ir pasiekimais. Tokį asmenybės sutrikimą turintys žmonės dažnai turi labai stiprų norą būti garbinami arba pripažinti. Narciziškas asmenybės sutrikimas dažnai siejamas su žmogaus negebėjimu užmegzti gilių ir autentiškų santykių, nes jis daugiausiai sutelktas į savo troškimus ir poreikius (Stinson, F. S., Dawson, D. A. ir kt., 2008).

Amerikos Psichiatrų asociacija (APA) narcisistinį asmenybės sutrikimą (NAS) apibūdina grandioziškumu, kuris pasireiškia realiame eglesyje arba fantazijose (Stinson, F. S., Dawson, D. A. ir kt., 2008). Psichikos sutrikimų diagnostinis ir statistinis vadovas (DSM-5), išskiria 9 pagrindinius bruožus būdingus narcisistinėms asmenybėms: arogantiškumas, pavydo jausmas, žmonių išnaudojimas tarpasmeniniuose santykiuose, nepelnytų teisių ar poelgių tikėjimasis (angl. entitlement), perdėto žavėjimosi siekimas iš kitų, perdėtas savęs ir savo svarbos vertinimas,



neatitinkantis realių pasiekimų, per didelis susirūpinimas svajonėmis ir idealais, išskirtinumo, svarbos jausmas ir noras būti susijusiam tik su panašiais žmonėmis. Nors šių savybių sąrašas ir nėra trumpas, jis gana tiksliai apibūdina narcisistinių asmenybės sutrikimą ir labai tiksliai nurodo, į kokius aspektus atsižvelgiama literatūroje, kalbant apie šį sutrikimą, kaip apie asmenybės bruožų rinkinį. Visiems žmonėms vienaip ar kitaip būdingas bent vienas stipriau ar silpniau išreikštas narcisizmo aspektas, tačiau tai laikoma sutrikimu, kai 5 ar daugiau bruožų ilgą laiką pasireiškia ilgą laiką įvairiuose gyvenimo aspektuose (Miller, J. D., McCain, J. ir kt., 2014).

Visuomenėje iki šių dienų yra įsitvirtinęs tipinis požiūris apie narcisistinės asmenybės sutrikimą turinčius asmenis. Vienas populiariausių ir klaidingų įsitikinimų – narcisistiški asmenys turi labai aukštą savivertę ir be galo save myli, panašiai kaip veikėjas „Metamorfozėje“. Remiantis pagrindiniais bruožais (savanaudiškumu, savo pasiekimų pervertinimu, nepelnytų teisių reikalavimu ir arogantiškumu), susidaro įspūdis, kad šie žmonės nepaprastai gerai save vertina, tačiau ši idėja yra klaidinga, paviršutiniška ir neatspindinti realybės. Atlikti moksliniai tyrimai nėra patvirtinę, kad aukštas savivertės lygis ir narcisizmas yra reikšmingai susiję (Miller ir kt., 2021). Foster ir kt., 2016 atliktame tyrime koreliacijos koeficientas tarp narcisizmo ir savivertės buvo ganėtinai žemas – 0,32. Šio tyrimo metu, taip pat pastebėta, jog ryšys galioja tik tais atvejais, kai narcisizmo lygis yra žemesnis. Stipriau išreikštam narcisizmui ir jo lygiui didėjant, savivertė ne tik kad nebedidėja, bet ir ima mažėti. Autorių interpretacijomis, iki tam tikro lygio (balų vidurio) narcisizmas yra adaptyvus ir sveikas, tad savivertė su juo koreliuoja, o aukštas narcisizmas tampa neadaptyvus ir žalingas tarpasmeniniams santykiams, tuo pačiu metu savivertės lygis nebekyla, o krenta. Kitame 2018 metais Hyatt ir kt. atliktame tyrime, kuriame dalyvavo daugiau nei 4000 tiriamųjų, vidutinis savivertės ir grandiozinio narcisizmo lygis buvo lygus 0,28, kas rodo silpną koreliacijos ryšį tarp narcisizmo ir savivertės. Šie tyrimai puikiai atspindi, kad narcisizmas, kaip reiškinys yra nepakankamai empiriškai išnagrinėtas ir sieti narcisizmą su aukšta saviverte būtų klaidinga (Hyatt, C. S., Sleep ir kt., 2018).

Remiantis moksliniais tyrimais, narcisizmas yra itin aktuali tema dabartinėje visuomenėje. Mokslininkai nėra priėję vieningos išvados apie narcisizmo apibrėžimą ir jį sudarančius komponentus, tačiau dažniausiai yra išskiriamas pažeidžiamas bei grandiozinis narcisizmas ir jiems būdingos bendros (antagonizmas) ir atskiros (jautrumas, savęs išaukštinimas, arogantiškumas) savybės.

### **1.2.2. Narcisistinės asmenybės formavimosi priežastys**

Narcisistinė asmenybės sutrikimas dažnai formuojasi dėl įvairių genetinių, psichologinių, Narcisistinė asmenybės sutrikimas dažnai formuojasi dėl įvairių genetinių, psichologinių, socialinių ir šeimyninių veiksnių bei jų sąveikos. Tai labai sudėtingas procesas, dažniausiai siejamas su neigiamomis vaikystės patirtimis, tačiau ne retai ir su biologiniais polinkiais ar kultūrine įtaka, kurios gali skatinti pernelyg stiprų savęs idealizavimą ir santykių su kitais iškraipymą.

Narciziškas asmenybės sutrikimas gali turėti genetinį pagrindą. Kai kurių mokslininkų atlikti tyrimai rodo, kad žmonės, kurių artimoje aplinkoje yra asmenų sergančių NAS, gali turėti didesnę tikimybę perimti šį sutrikimą. Mokslininkai daro prielaidą, kad tam tikros smegenų struktūros ar genai, atsakingos už empatiją ar emocinį apdorojimą, gali turėti įtakos polinkiui į narciziškus bruožus. Biologiniai veiksniai, tokie kaip neurobiologiniai procesai ir smegenų funkcijos, taip pat gali prisidėti prie šio sutrikimo formavimosi. Kaip pavyzdys, žmonės su narcizišku asmenybės sutrikimu dažnai turi mažesnę empatijos lygį, kuris priklauso nuo tam tikrų smegenų struktūrų susiformavimo augimo ir brendimo laikotarpiu.

Narciziškas asmenybės sutrikimas turi tendenciją formuotis vaikystėje, priklausomai nuo išgyvenimų. Vaikystės laikotarpiu mažamečiams formuojasi pagrindiniai asmenybės bruožai, todėl netinkami auklėjimo metodai gali iššaukti narciziškos asmenybės bruožus. Vienas iš būdų, kaip paskatinamas narcisistinės asmenybės formavimasis yra vaikui nuolat gaunant idealizavimą ir perdėtą dėmesį, tokiu atveju jis gali išsiugdyti tikėjimą, kad yra „ypatingas“, nusipelnęs išskirtinio elgesio ir pripažinimo. Kitas, priešingas išskirtiniam dėmesiui būdas, yra visiškas emocinis tėvų nepasiekiamumas. Vaikai, nesulaukiantys emocinės paramos ar patiriantys emocinę nepriežiūrą (pvz. nuolatinė kritika, atmetimas), gali formuoti neteisingą savivertės jausmą. Tokie vaikai stengiasi užmaskuoti savo pažeidžiamumą, sukurti idealizuotą „aukštesnį“ aš įvaizdį ir siekti tobulumo per išorinius pasiekimus. Dažnai Emocinis ar fizinis smurtas, nesutarimai šeimoje arba nepalankios gyvenimo sąlygos taip pat gali prisidėti prie narciziškų tendencijų vystymosi. Dėl tokių traumų vaikai gali formuoti „apsauginį“ asmenybės įvaizdį, kuris vėliau gali virsti narcizišku elgesiu.

Socialiniai ir kultūriniai veiksniai taip pat turi didelę įtaką narciziškos asmenybės formavimuisi. Dabartiniais laikais, visuomenėje skiriamas didelis dėmesys išoriniam pasiekimų įvertinimui ir populiarumui (ypatingai socialinėse medijose), kas skatina narciziškų tendencijų augimą. Socialinės medijos, kuriose žmonės dažnai dalijasi savo pasiekimais, išvaizda ir gyvenimo akimirkomis, gali skatinti narciziškus bruožus. Tai ypač pasakytina apie paauglius ir jaunuolius, kurie formuoja savo tapatybę, palygindami save su kitais ir siekdami išorinės patvirtinimo. Kultūra, kuri skatina išskirtinumą, estetiką ir asmeninę sėkmę, gali paskatinti žmogų kurti iškreiptą savęs suvokimą. Narciziškas elgesys, siekiant įtikti aplinkiniams ir gauti pripažinimą, gali pasireikšti tiek mados, tiek profesiniame gyvenime.

### **1.2.3. Narciziškos asmenybės saviraiška**

„Vilioniė vaizdais, naudodamasi naujųjų technologijų magija, giliai įsikverbia į privačią individo erdvę“ (Lipovetsky 2013, p. 25). Sekuliari ir religinė Vakarų kultūra vaizdams visada skyrė itin didelį dėmesį. Meno istorikai, filosofai, kritikai, psichologai, mados dizaineriai, teologai įvairiais aspektais tyrinėjo vaizdus ir atvaizdus, jų prigimtį, geometrines, estetines ir optines ypatybes,

simbolinę prasmę, poveikį socialinei vaizduotei, kultūrai ir menui. Paskutinį dešimtmetį iš naujo yra keliamas klausimas, kas yra vaizdas, diskutuojama apie estetinius, psichologinius vaizdų kultūros aspektus ir jų galią.

Jin ir Muqaddam (Jin, S. V., & Muqaddam, A., 2018) savo moksliniame tyrime pristatė ryšį tarp narcisizmo ir asmenukų populiarumo. Autorių teigimu, žmonės turintys narcisistinį sutrikimą, asmenukes ne tik mėgs, bet ir interpretuos jas kaip savo nuomonės patvirtinimą, kokia yra teisinga savęs reprezentacija virtualioje erdvėje. Atlikto mokslinio tyrimo duomenimis, aukštas žmonių narciziškumo lygis ne tik patvirtina ketinimus darytis asmenukes, bet ir atskleidžia polinkį sekti tuos žmones, kurie dalijasi savo asmenukėmis. Lyginant nuotraukas, kurias už kadro daro kitas žmogus, su grupinėmis asmenukėmis yra vertinamos, kaip itin didelė narcisizmo išraiška.

Ryšį tarp asmenukų darymo bei naudojimosi su narcisizmu mobiliosiose vaizdo dalijimosi programėlėse („Snapchat“, „Instagram“) atskleidė ir kiti autoriai, tokie kaip Fox (Fox, C., 2019). Jų nuomone, vartotojai yra linkę save išaukštinti ir idealizuoti save dalindamiesi asmenukėmis „Instagram“ platformoje. Įvairių tyrimų teigimu, didžiausią poveikį vartotojų įsitraukimui turi ntraukos formatas – portretas.

### **1.3. Narcisizmas madoje ir drabužių dizainuose**

Dizainas ir mada yra vienas svarbiausių vaidmenų visuomenėje, suteikianti žmonėms galimybę išreikšti save, kurti, formuoti ir išreikšti asmeninį identitetą. Save išreikšti ir realizuoti yra skatinami įvairaus amžiaus žmonės, nuo jaunimo, kurie ir taip turi labai stiprų stilių ir identitetą, iki vyresnio amžiaus žmonių. Didžiausi mados židiniai telkiasi didžiuosiuose miestuose, kur yra labai daug žmonių, daug kultūros renginių, meno galerijų ir savirealizacijos lygis yra aukštas. Mada ir dizainas leidžia šių laikų visuomenei daryti pareiškimus apie savo tapatybę ir save, naudojant drabužius ir įvairias stiliaus detales. Žmogaus dėvima apranga, gali vizualiai pranešti, koks jis yra, kokių norėtų būti ar kokiai socialinei grupei priklauso.

Narcisizmas drabužių dizainuose ir madoje dažnai pasireiškia, kaip tendencija, kuri atspindi išskirtinumo siekimą, savęs idealizavimą ir dėmesio troškimą bei pritaikimą per išorines detales. Ši tema plačiai nagrinėjama tiek mados kūrėjų, tiek vartotojų, kurie siekia atskleisti savo individualumą ir savivertę per drabužius. Narcisizmas, kaip asmenybės tipas, kuris labiausiai atsiskleidžia akcentuojant save ir savo išvaizdą, tampa ne tik asmeninio identiteto, bet ir socialinio bei estetinio elgesio išraiška madoje.

Narciziškas požiūris madoje dažnai išreiškiamas unikaliomis ir dramatiškomis dizaino formomis, kurios suteikia galimybę dėvėtojui išsiskirti iš minios. Garsūs dizaineriai, tokie kaip

„Dior“, „Gucci“, „Balenciaga“, kuria vizualiai išpūdingus ir neįprastus drabužius (Kim, H. Y., & Kim, Y., 2022).

### 1.3.1 Džiani Versače (it. Gianni Versace) drabužių detalės ir dizainas

Vienas iš garsiausių mados dizainerių tituluojamas mados genijumi Džiani Versače (it. Gianni Versace), žinomas dėl savo išskirtinio stiliaus, ryškių spalvų ir kūrybos, kuris dažnai galėjo rodyti aukštą savo vertės suvokimą ir pasitikėjimą savimi, savo dizainuose (žr. 1 pav.).



1 pav. Džiani Versače mados dizainai

(šaltinis: Medium, 2023 (<https://tinyurl.com/4f3h6dvv>))

Džiani Versače drabužių modeliai pakeitė mados industriją, demonstruodami bebaimę žavesio ir drąsos sintezę, kuri sužavėjo viso pasaulio publiką. Šio dizainerio dizainai išsiskiria unikalumu, ryškiomis spalvomis ir eklektiškais raštais. Vienų garsiausių mados namų esmė - ikoninė Medūzos galva, žavesio ir galios simbolis, kuris persmelkia visas Džiani Versače kolekcijas (žr. 2 pav.) (Arnold, R., 2001).



2 pav. Versače mados namų logotipas - Medūzos galva

(šaltinis: Logolook, 2024, internetinė nuoroda: [https://logolook.net/versace-logo/#google\\_vignette](https://logolook.net/versace-logo/#google_vignette))

Džiani Versače kūryba pasižymėjo išskirtine prabanga, seksualumu ir stipria pasitikėjimo bei individualizmo išraiška, kurios rezonuoja su narcisizmo konceptu. Dizaineris savo dizainuose bei kūryboje įkūnijo šiuos bruožus įvairiais būdais tie moteriškuose, tiek vyriškuose drabužiuose.

Džiani Versače kurti moterų drabužiai buvo drąsūs, seksualūs ir pabrėžiantys kūno formas. Jo garsiosios sirenų suknelės, pasižyminčios priglundusiais siluetais ir drąsiais kirpimais, iš naujo apibrėžia moteriškumą, puoselėdamos kūną kaip saviraiškos drobę. „Versače“ naujoviškai naudoja medžiagas, pavyzdžiui, aliuminio tinklę ir neokultūrinę lazerinę technologiją. Apatiniai drabužiai, suknelės ir kostiumai buvo kuriami ne tik pabrėžti grožį, bet ir skatinti žavėjimąsi išorine išvaizda. Tai akivaizdus narcisistinis požiūris į kūną kaip į objektą, kurį reikia demonstruoti ir kuris turi būti nuolatos vertinamas bei pripažįstamas. Drabužių dizainai buvo kupini didelio išskirtinumo, prabangos ir nuogo kūno bei provokacijos (žr. 3 pav.). Savo kolekcijoms dekoruoti kūrėjas dažniausiai naudojo brangakmenius, kristalus ir auksines detales, kurios suteikė drabužiams statusą. Džiani Versače pabrėžti provokacijai naudojo atvirai iškirptas sukneles, permatomus audinius, drąsius ir šokiruojančius dizaino sprendimus, kurie visais atvejais atspindėdavo narcisistinį troškimą būti pastebėtam. Narciziškumo aspektas čia akivaizdus – dizainai ir drabužiai kurti taip, kad atkreiptų žmonių dėmesį ir taptų vizualiniais objektais. Sukurtos kolekcijos iki dabar išreiškia ir pabrėžia kūrėjo unikalumą bei skatina aplinkinių susižavėjimą (Martin, R. H., & Versace, G, 1997).



**3 pav. Džiani Versače kurti moteriški dizainai atspindintys narcisistines savybes**

(šaltinis: Collater.al, 2023, internetinė nuoroda: <https://www.collater.al/en/gianni-versace-story-style/>)

Vyriško šio dizainerio darbai ir kolekcijos turėjo stiprius individualizmo, pasitikėjimo savimi, „išskirtinio“ stiliaus ir paviršinio elegantiškumo akcentus. Džiani Versače vyrams kūrė elegantiškus ir dažnai išskirtinius drabužius, kurie atitiko populiariausias tų metų tendencijas. Vyriškos drabužių kolekcijos pasižymėjo rafinuotumu, tačiau kartu išsiskyrė drąsiais seksualumo akcentais. Kostiumai buvo suformuoti taip, kad pabrėžtų vyrišką jėgą ir išvaizdą, tačiau siekiant, kad kūnas atrodytų kaip meno kūrinys. Modernūs akcentai, tokia kaip: ryškios spalvos, plačios petnešos, metalinės detalės, atspindėjo ne tik pasitikėjimą savimi bet ir nuolatinį troškimą būti



pastebėtam bei išsiskirti. Tokiu būdu dizaineris formavo vyrišką įvaizdį, kuris būtų matomas kaip idealizuojamas ir vertas nuolatinio dėmesio objektas. Narcisistiniai asmenybės bruožai vyriškuose dizainuose ir kolekcijose pasireiškė per drabužių stilių ir formas.



**4 pav. Džiani Versače kurti vyriški dizainai atspindintys narcisistines savybes**

(šaltiniai: Vogue, 1997)

Kai kalbame apie „Versače“ mados namus, galvojame ne tik apie drabužius, bet ir įsitraukiame į filosofiją, kuri puoselėja individualumą ir įgalinimą, taip įtvirtindama šio prekės ženklo kaip nesenstančios mados pasaulio ikonos statusą. Tiek moteriškos, tiek vyriškos Džiani Versače kolekcijos pabrėžė kūno formas, pasitikėjimą savimi ir seksualumą, skatindamos žmones atkreipti dėmesį į savo išvaizdą, siekti būti vertinamiems ir pastebėtiems. Dizainerio kūryboje narcisizmas pasireiškė, kaip nuolatinis siekis būti dėmesio centre ir išsiskirti, o drabužiai tapo ne tik funkcija atliekančiu daiktu, bet ir įgavo simbolinę reikšmę, perteikiančią kūrėjo filosofiją apie galią, grožį ir statusą (Martin, R. H., & Versace, G, 1997).

### **1.3.2 Karlas Lagerfeldas (vok. Karl Otto Lagerfeldt) drabužių dizainas ir narcisizmo atsiskleidimas**

Karlas Lagerfeldas (vok. Karl Otto Lagerfeldt) – garsus vokiečių kilmės drabužių dizaineris, kuris buvo žinomas dėl savo nuostabių kūrinių, nepriekaištingo mados stiliaus ir įžvalgų apie madą, kūrybiškumą ir stilių. Jis garsėjo labai ryškiu, pretenzingu viešu įvaizdžiu, ekstravagantišku gyvenimo stiliumi, užsispyrimo siekti išskirtinino įvaizdžio ir perfekcionizmo. Dizainerio santykis su savimi ir savęs idealizavimas, kuris reiškėsi tiek asmeniniame stiliuje, tiek drabužių dizainuose ir viešose kalbose buvo suvokiamas kaip narcisistinis (5 pav.). Jo kūryboje dažnai atsispindėjusios

savybės tobulumo siekimas, savęs idealizavimas ir nepriekaištingumo siekimas skatino narcisistinį požiūrį į išvaizdą ir kūrybą tiek moteriškuose, tiek vyriškuose dizainuose (Rothenberg, S., 2023).



**5 pav. Karl Lagerfeld mados dizainų detalės, kurios suvokiamos kaip narcisistinės**

(šaltinis: Vogue, 2023, internetinė nuoroda: <https://www.vogue.com/article/shopping-for-vintage-karl-lagerfeld-fendi-chloe-chanel>)

Karlas Lagerfeldas daugumoje savo moteriškų kolekcijų pabrėžė eleganciją ir prabangą, ją išreiškdamas detalėmis, tokiomis kaip aukštos kokybės audiniai, puošnios detalės, rafinuoti kirpimai (žr. 6 pav.). Jo kuriami dizainai buvo ne tik drabužiai, jie tapo statuso simboliu, kuriuos nešiojanti moteris buvo laikoma išskirtine ir svarbia. Lagerfeldas, gebėjo sujungti modernias tendencijas su klasikinais elementais, kas atsispindi jo pačio kūryboje bei jo darbuose garsiausiuose mados namuose, tokiuose kaip „Chanel“ ar „Fendi“. Šis dizaineris atnaujino drabužių dizainus ir atnešė naują narcisistinį požiūrį į „Chanel“ mados namų moterį – tai asmenybė, kuri dėvi mados kūrinius, dažnai peržengianti tradicinę grožio sampratą. Moteriški kostiumai ir kiti drabužiai, buvo kuriami naudojant rafinuotus ir brangius audinius su moderniais akcentais. Dizaineris labai mėgo rafinuotai ir subtiliai pabrėžti moters seksualumą, jo kuriami drabužiai atskleidė moterišką kūną ir linijas. Priešingai nei Džiani Versače jie neisstengė šokiruoti, o atskleidė ir perteikė pasitikėjimą savimi ir galią, kurią turi moteris. Moteriški drabužiai buvo pritaikyti pabrėžti kūno linijas ir išskirtinumą, kad atitinka narcisizmo sampratą – siekti dėmesio ir išskirtinumo. Dizainerio supratimu, drabužiai yra kaip įrankis pabrėžti individualų išskirtinumą ir atskleidžia narcisizmo bruožus, nes tokiu būdu pasireiškia noras būti vertinamam ir matomam. Lagerfeldas sugebėjo sukurti ilgaamžes, nesenstančias ir atrodo amžinas mados kolekcijas, kurios taip pat rodo narcisistišką siekį tapti įsimintinu ir nepamirštamam (Ferrill, E., & Tanhehco, T., 2010).



**6 pav. Karl Lagerfeld mados dizainai**

(šaltiniai: Vogue, 2023)

Karlas Lagerfeldas kūrė vyriškus drabužius, kurie skatino vyrišką pasitikėjimą savimi ir išskirtinumą, jo kolekcijos vyrams pasižymėjo tikslingai pritaikytomis formomis, kurios ne tik atskleidė kūną, bet ir stiprino vyriškumą (žr. 7 pav.).



**7 pav. Karl Lagerfeld dizainai vyrams**

(šaltiniai: Fendi Mensswear Autumn Winter, 2019 Show)

Drabužiai vyrams buvo kuriami su minimalizmo akcentais, jie sujungė paprastumą ir prabangą. Kaip ir moterų dizainuose, Lagerfeldas vyriškuose dizainuose akcentavo seksualumą, tačiau tai darė ne vulgariai, o per savotišką misticizmą ir drabužių išskirtinumą. Vyriškų kostiumų detalės buvo suderintos ir apgalvotos iki smulkmenų ir niuansų, kas atskleidžia narcisistinį dizainerio požiūrį į išvaizdą ir siekį būti pastebėtam ir vertinamam. Vyriškos kolekcijos buvo suprojektuotos taip, kad vyrai jaustųsi ne tik stilingi, bet ir charizmatiški, išskirtiniai bei verti dėmesio.

Karlo Lagerfeldo moteriški ir vyriški kūriniai garsiuose mados namuose bei jo paties dizainuose pasižymėjo ypač kruopščiu išbaigtumu ir detalėmis, kurios ne tik pabrėžė estetiką, bet ir



išreiškė pačią kūrimo filosofiją – nuolatinį tobulėjimą, netgi idealizavimą. Dažnai jo kūryba būdavo apibūdinama, kaip „mados menas“, siekiant perteikti aukščiausią kūrybiškumą ir gyvenimo standartą, kuris gali būti suvokiamas kaip narcisizmas – nuolat save išreikšti siekiant sulaukti šlovės, pripažinimo ir dėmesio. Lagerfeldas nebuvo tik narcisistinis mados kūrėjas, jis taip pat buvo ironijos ir savirefleksijos meistras. Jis eksperimentavo su savo įvaizdžiu ir nesibaimino naudoti mados kaip būdo savęs apibūdinimui, pasitelkdamas humorą ir saviironiją (Rothenberg, S., 2023). Šis dizaineris nuolat žaidė su narcisizmo ir savęs idealizavimo elementais, tačiau šie bruožai buvo integruoti į jo meninį požiūrį, leidžiantį jo kūrybai tapti ne tik mados manifestu, bet ir asmeninės tapatybės atspindžiu.

### **1.3.3 Žano Polio Gotjė (pranc. Jean-Paul Gaultier) narcisizmo atsiskleidimas drabužių detalėse ir dizaine**

Žano Polio Gotjė (pranc. Jean-Paul Gaultier) – vienas žymiausių moderniosios kartos prancūzų aukštosios mados dizaineris. Šis dizaineris yra žinomas dėl savo netradicinių ir provokuojančių dizainų, kurie tiesiogiai atskleidžia savęs idealizavimo ir narcisizmo temas. Šis mados genijus narcisizmo temą savo dizainuose išreiškia detalėmis ir įvairiais elementais. Narcisizmas jo kūryboje, kaip per didelis savęs vertinimo ir meilės sau jausmas, yra atspindimas per gilią psichologiją, drabužių estetiką ir filosofinę prasmę, kurią jis perteikia savo kūrinuose. Žano Polio Gotjė vyrų ir moterų drabužių kolekcijose dažnai yra eksponuojamas seksualumas, prabanga ir pasitikėjimas savimi, kai kuriose savo kolekcijose dizaineris naudojo „per didelius“ elementus, atkreipiančius dėmesį į išvaizdą ir kūną. Į kolekcijas jis įtraukė drabužius, kurie ne tik apgaubia kūną, bet ir parodo, kaip galima manipuliuoti savo kūnu ir išvaizda, taip atkreipiant dėmesį į žmogaus savivertę ir individualumą (Arnold, R., 2001). Gotjė kūriniai dažnai sulaužo tradicinius vyro ir moters vaidmenis, sukuriant lyties maišymą, kuriame tiek moteriški, tiek vyriški drabužiai pasitelkia savitą išraišką. Moteriški drabužiai gali turėti vyriškų elementų (pvz., švarkus, marškinius), o vyriški drabužiai gali būti dekoruoti moteriškais akcentais (pvz., sijonais, švelniais audiniais). Tai atspindi narcisistinį požiūrį, kur lytis tampa tik dar viena meno priemone, naudojama pabrėžti individo išskirtinumą bei išvaizdą.

Gotjė savo moteriškuose dizainuose kūnus naudojo kaip subtilios mados objektus, o ne kaip pasyvias figūras. Seksualumą jis bandė perteikti kaip moterų galios simbolį. Dizainerio kuriami drabužiai laikomi menine kūryba, kai kūnas ir apranga yra neatsiejami. Dažnai jo kolekcijose buvo galima pastebėti kūno skulptūrų elementų, kai drabužiai formuoja ir tiesiogiai liečia kūną, sukurdami estetiką ir naują tapatybę. Tokiuose dizainuose narcisizmas pasireiškia per teatrališką ir sąmoningą dėmesio siekimą, kai žmogus tampa svarbiausiu dėmesio centru. Vieni garsiausių jo darbų moterims

– korsetai, šie drabužiai tapo skiriamuoju dizainerio ženklu, kuris ne tik pabrėžia ir išryškina figūrą, bet tuo pačiu suteikia galios bei pasitikėjimo moteriai, kuri jį dėvi. Vintažiniai stiliai ir korsetai buvo naudojami atskleisti fizinę išraišką ir sukurti dėmesio centrą aplink modelį (žr. 8 pav.) (Bruzzi, S., 2012).



**8 pav. Žano Polio Gotjė mados dizainai moterims**

(šaltinis: Ztylez, 2022, internetinė nuoroda: <https://tinyurl.com/e6y8jpw>)

Dizaineris, buvo gerai žinomas dėl savo bendradarbiavimo su populiariomis kultūros ikonomis, o šis bendradarbiavimas įkūnijo narcisizmo elementą, nes jis kūrė drabužius, kurie ne tik atliko tiesioginę funkciją, bet ir tapo kultūriniais simboliais. Garsiosios pop kultūros atstovės Madonos korsetas (žr. 9 pav.) ir drabužiai, kuriuos ji dėvėjo ant scenos ir pasirodymuose, tapo ne tik mados ikonomis, bet ir narcisizmo simboliais – prabangos, moterų kūno išryškavimo ir šou elementų deriniu (Drake, A., 2012).



**9 pav. Žano Polio Gotjė korsetas Madonai**

(šaltinis: Vogue, 2023)

Vyriški Gotjė dizainai, kaip ir moteriški, dažnai askleidžia jų kūną, naudoja nepriklausančius nuo lyties elementus ir pagrindinis akcentas – tradicinių vyrų drabužių normų peržengimas. Dizaineris kūrė drabužius ir siluetus, kurie priverčia atkreipti dėmesį į kūną, tokios detalės yra: aptemptos kelnės, auliniai batai ir moteriškos detalės – sijonai (žr. 10 pav.). Tokios iššaukiančios detalės sukelia klausimus apie vyrišką tapatybę ir lytinius stereotipus, o taip pat ir narcisistinį požiūrį į išvaizdą ir socialinę vaidmenų reprezentaciją.



10 pav. Žano Polio Gotjė mados dizainai vyrams

(šaltinis: GQ, 2021)

Dizainerio kūryboje narcisizmas pasireiškia ir per prabangą, kuri yra ne tik vidinio, bet ir išorinio pasaulio refleksija. Gaultier kolekcijose dažnai naudojamos prabangios detalės, ekstravagantiški akcentai ir brangūs audiniai, kurie ne tik suteikia grožio, bet ir sukuria įpatingą aurą apie žmogų dėvintį drabužius – pagrindinė idėja savęs idealizavimas, kur kiekvienas drabužis tampa pasakojimu apie žmogaus norą būti matomu ir pripažintu. Gotjė kūryboje narcisizmas nėra tik paprastas estetikos elementas, tai gilus tyrimas apie saviraišką, asmeninę savivertę ir norą būti pripažintam. Jo drabužių, kvėpalų, aksesuarų kolekcijos bei dizaino idėjos visada buvo provokuojančios, unikalios bei suteikiančios dėvinčiajam nepaisant lyties laisvę išlaisvinti savo asmeninę tapatybę ir išskirtinumą.

## 2. KOKYBINIS TYRIMAS, INTERVIU SU MADOS DIZAINERIU

Šiais laikais vyraujančios tendencijos ir narcisizmo populiarėjimas paskatina vis daugiau dizainerių kurti atkreipiančius dėmesį, iššaukiančius ir išskirtinius drabužius. Norint įsigilinti ir suprasti šias aktualijas, su kuriomis susiduria jauni mados dizaineriai ir kūrėjai bei atskleisti saviraiškos ir populiarėjančio narcisizmo svarbą mados dizaine, buvo atliktas kokybinis interviu su mados dizaineriu. Interviu buvo imamas iš jaunojo Lietuvos mados talento Raimedo Latvio (slapyvardis – Fencisuka). Šis maištingasis dizaineris kuria eksperimentinius, labiau scenai skirtus drabužius su didesne ekspresija. Jo kuriami dizainai ir slapyvardis yra skirti iššaukti žmonių reakcijas ir išsiskirti, kas yra vienas pagrindinių narcisizmo bruožų.

Tyrimo tipas – kokybinis struktūrizuotas interviu, kai pašnekovui pateikiami 9 iš anksto suformuluoti nekintami klausimai. Klausimai susiję su profesijos pasirinkimo kryžkelėmis, dizainerio identitetu, kūrėjo saviraiška bei bakalauro temai būdingais klausimais apie narcisizmą, jo bruožus ir atsiskleidimą kūryboje.

Pirmieji, įvardiniai interviu klausimai padeda išryškinti, kodėl kaip kūrybinė sritis pasirinktas mados dizaino sektorius (Gal galite pakomentuoti, kodėl pasirinkote mados dizainerio profesiją? Ar jaučiatės atradę savo identitetą ar vis dar jo ieškote? Ar mados dizainas yra ta sfera kurioje jaučiatės, kad galite save išreikšti kaip kūrėją?). Toliau užduodamas klausimas apie dizainerio požiūrį į pasaulį, jo pasaulėžiūrą ir požiūrio atsiskleidimą kūryboje bei kuriamuose drabužių dizainuose (Kaip savo požiūrį į pasaulį išreiškiate madoje? Kokiomis priemonėmis?). Tolimesniais klausimais bandoma išsiaiškinti įvairias dizainerio kelyje kylančias priešpriešas su visuomene ir jos požiūriu, kaip visuomenė priima kūrėją ir jo dizainus (Ar nesijaučiate varžomas visuomenės ir jos sukurtų normatyvinių rėmų? Su kokiomis problemomis susiduriate kaip kūrėjas?). Dizainerio taip pat buvo klausta apie saviraišką ir jos supratimą (Kas jums yra saviraiška?). Paskutiniai interviu klausimai buvo skirti bakalauro baigiamajame darbe analizuojamai temai apie narcisizmą, narcisistinės asmenybės bruožus pasireiškiančius madoje ir kokia jo, kaip kūrėjo nuomonė apie šio asmenybės sutrikimo indėlį į mados industriją (Šiais laikais „narcisizmas“ yra populiarumo viršūnėje, ką manote apie šį žmogaus asmenybės tipą? Jūsų nuomone, kaip narciziškos asmenybės bruožai pasireiškia madoje? Ar narcisistinės asmenybės bruožai padeda mados dizaine?).

Paklausus dizainerio apie mados dizainerio profesijos pasirinkimą, jis atsakė, kad mados pasaulis ir kūryba jį traukė nuo vaikystės, jį žavėjo spalvos, tekstūros, formos ir kaip tai gali tapti vienu kūrinium. Drąšinamas šeimos jis galiausiai pasirinko šį kelią. Pasak dizainerio, jo identitetas jau susiformavo, tačiau jo nuomone, tai kintamas reiškiny. Estetika ir vertybės susiformavusios kūrybos pradžioje išliko, tačiau nauji projektai padeda augti ir plėsti esamas kūrybos ribas. Užklausus klausimo ar mados dizainas yra ta sfera, kurioje jis jaučiasi „kaip žuvis vandenyje“, dizaineris atsakė

jog tai yra visiškai jo sritis. Mada jam leidžia išreikšti save vaizdais, formomis ir emocijomis, taip pat padeda išgirsti kitus, kas kartais yra sunku arba neįmanoma išreikšti žodžiais. Savo požiūrį į pasaulį kūrėjas išreiškia, kaip metaforą drabužiuose, kuriama įvaizdžiais jis nori ne tik puošti, bet ir pasakoti istoriją. Dizaineris pabrėžia, kad dažnai detalėse užkoduojamas socialinis komentaras ar kultūrinė refleksija, o kartais – tiesiog emocija, kurią norisi perteikti. Pasak dizainerio, visuomenė ir jos nustatytos normos yra labiau įkvėpimas nei varžymas. Nusistovėjusios visuomenės normos ir stereotipai, yra lyg iššūkiai, kuriuos norisi perkurti, išplėsti ir apversti aukštyn kojomis. Ir galimybę patikrinti, kaip toli galima nueiti išlaikant vientisumą. Dizaineris saviraišką supranta, kaip galimybę būti išgirstam net tada, kai niekas neklauso. Savęs reiškimas yra viena iš priemonių, kūryboje realizuoti savo vidinį pasaulį, parodyti drąsą būti pažeidžiamam, kartu sukuriant stiprumo jausmą. Paklaustus kūrėjo apie šiais laikais vis populiarėjantį asmenybės sutrikimą – narcisizmą ir jo požiūrį į jį, kūrėjas atsakė, kad tai lyg dviašmenis kardas ir jis gali būti vertinamas dvejopai. Iš vienos pusės ši savybė skatina pasitikėjimą, kūrybinį veržlumą ir ambicijas, iš kitos pusės, tai gali būti kenksminga, nes per didelis susitelkimas į save atitolina žmogų nuo aplinkinių. Jis pabrėžia, kad svarbiausia yra išlaikyti pusiausvyrą ir išlikti atviru pasauliui. Dizaineris, tik dar kartą patvirtina anksčiau bakalauro darbe nagrinėtų, narciziškos asmenybės bruožų pasireiškimą madoje. Jo nuomone, narcisizmas pasireiškia per siekį sukurti unikalų ir įsimenantį įvaizdį – tiek kūrėjui, tiek dėvintajam, tai sukuriama pasitelkiant detales, siekį išprovokuoti ar savęs reprezentaciją per drabužį. Pasak kūrėjo, narcisizmas gali būti naudingas, kadangi jis suteikia pasitikėjimo savimi drąsiai išreikšti save nekreipiant dėmesio į kritiką ir įsivyravusias socialines normas, tačiau svarbu nepamiršti, kad per didelis dėmesys sau gali užgniaužti dialogą su aplinkiniais. Labai svarbu, kad narcisistiniai bruožai būtų kontroliuojami ir nukreipti tinkama linkme.

Kokybinio interviu su dizaineriu metu atskleidžiama, kad mados pasaulyje dizaineriai, siekdami išreikšti savo unikalų vidinį pasaulį ir jausmus, gali pasitelkti kūrybą kaip būdą, kad pabrėžtų savo savivertę ir išsiskirtų iš kitų. Paminėti identiteto paieškos ir saviraiškos aspektai gali atspindėti narcisistinius bruožus, kai dizaineriai ieško ir formuoja savo įvaizdį, kurį vėliau pristato pasauliui, siekdami pripažinimo. Pasak pašnekovo, narcisizmas madoje gali pasireikšti ir kaip nuolatinė kova už unikalumą, nes kūrėjai siekia išsiskirti, laužydami visuomenės normas ir stereotipus, taip pat naudodami savo darbus kaip būdą, kad parodytų savo individualumą ir pasiektų pasitenkinimą savo kūrybos vertinimu. Šiame interviu aprašomas dizainerio siekis išreikšti save per mados kūrinius ir ieškoti savo identiteto iš dalies yra susijęs su narcisizmu madoje. Savęs reiškimas yra viena iš priemonių, kūryboje realizuoti savo vidinį pasaulį, parodyti drąsą būti pažeidžiamam, kartu sukuriant stiprumo jausmą.

### 3. MENINĖ - KŪRYBINĖ DALIS

Baigiamojo bakalauro darbo meninėje - kūrybinėje dalyje pristatoma kolekcijos „Apsėstas savęs“ kūrybinė idėja, koncepcija bei vartotojo portretas. Kolekcija atvaizduoja narciziškos asmenybės sampratą drabužių dizaine, kai drabužiai yra išskirtiniai, traukiantys akį, iššaukiantys ir masyvūs. Narcisizmas išreiškiamas drabužių detalėmis, tokiomis kaip: laisvos formos kelnės (oversize), platus skeltukas, permatoma medžiaga su blizgučiais ir tarpusavyje suderintos spalvos. Kolekcijoje naudojamos spalvos ir medžiagos yra derančios tarpusavyje, tačiau skirtos atkreipti dėmesį ir sutelkti jį į drabužius dėvintį asmenį (žr. 11 pav.). Narciziškų bruožų atsiskleidimas perteikiamas ryškiomis spalvomis, išskirtinėmis medžiagomis ir įvairių aksesuarų pagalba (diržas ar rankinė). Visuomenė į išsiskiriančius iš minios asmenis dažnai žiūri skeptiškai ir su nepasitenkinimu, dažniausiai juos apibūdindami „savimylomis“.

Kolekcijos „Apsėstas savęs“ eskizai kurti naudojant „Ipad Air 10.9“ įrenginį, kuris puikiai derina technologijas su kūrybiškumu. Naudojant skaitmeninio meno galimybes, pasinaudojau universalų „Procreate“ programinį paketą, kad realizuočiau savo idėjas.



11 pav. Kolekcijos „Apsėstas savęs“ meniniai eskizai

(šaltinis: sukurtas autorės)

Iš atliktų eskizų buvo pasirinkti penki galutiniai modeliai (žr. 12 pav.), kurie buvo įgyvendinti siuvant kolekciją „Apsėstas savęs“.





Kolekcija siekiama atskleisti narcizo asmenybės bruožus ir vidinį konfliktą, kylantį iš perteklinės savivertės paieškos bei norų pasirodyti nepriekaištingam kitų akyse. Drabužiai ir jų forma atspindi narcizo obsesiją savimi ir savo vaizdu, kurį jis kuria kitų akyse.

### **3.2. „Apsėstas savęs“ sampratos apibrėžimas**

„Apsėstas savęs“ – tai sąvoka, atspindinti pernelyg didelį žmogaus susidomėjimą savo išvaizda, tapatybe, gyvenimo pasiekimais ir nuolatinį tobulumo siekį. Ši samprata apima narcisizmo, savikritikos, egocentrizmo ir obsesijos savimi derinį, kuris dažnai lemia atskirtį nuo tikrojo savęs pažinimo ir sąmoningumo. „Apsėstas savęs“ apibrėžia žmogų, kuris tampa įstrigęs savo paties atspindyje, nuolat siekdamas išorinio pripažinimo ir patvirtinimo, o tai ne tik formuoja jo vidinį pasaulį, bet ir daro įtaką jo santykiams su kitais žmonėmis bei aplinka. Ši samprata neapsiriboja tik fiziniu kūnu, bet apima ir emocinę bei psichologinę dimensiją, kur žmogus vis labiau orientuojasi į savo įvaizdį, lygindamas save su visuomenės nustatytais standartais ar idealais. „Apsėstas savęs“ tai pat atskleidžia paradoksą – nepaisant to, kad šis žmogus gali pasiekti išorinių pasekmių, jam dažnai trūksta tikrojo vidinio pasitenkinimo ir pilnatvės, nes jo troškimai ir tikslai dažniausiai remiasi paviršutiniškais vertinimo kriterijais. Toks žmogus dažnai tampa uždaras, užstrigęs užburto rato, kur jis negali ištrūkti nuo savo pačiam sukurtų idealų ir nuolat stengiasi juos pasiekti, nesustodamas, nesuvokdamas, kad iš tikrųjų šis siekis tik dar labiau atitolina jį nuo tikrosios laimės ir savęs suvokimo.

„Apsėstas savęs“ požymiai:

*Narcisizmas* – savęs idealizavimas ir nuolatinis noras būti dėmesio centre, net jei tai veda į išorinę tuštumą.

*Obsesija išoriniu įvaizdžiu* – nuolatinis dėmesys kūno išvaizdai, socialinei padėčiai, karjerai ar pasiekimams, kurie tampa gyvenimo tikslu.

*Istrigimas savo atspindyje* – žmogus, kaip narcizas, lieka įkalintas savo paties vaizduotėje, nesugeba pažvelgti tai kas vyksta už ribų, kurti prasmingų, autentiškų ryšių su kitais žmonėmis.

### **3.3. Vartotojo portretas**

Sukurta kolekcija „Apsėstas savęs“ yra skirta asmenims, kurie sąmoningai eksponuoja savo išvaizdą, kaip pagrindinį tapatybės bruožą ir nuolat siekia būti pastebėti (žr. 14 pav). Jų gyvenimas sukasi aplink išskirtinumo demonstravimą, todėl jų pasirenkami drabužiai ir aksesuarai atspindi aukštą statusą, savivertę ir norą išsiskirti iš minios. Šie žmonės, būdami 20–30 metų amžiaus, renkasi kūną akcentuojančius, prabangą ir seksualumą pabrėžiančius drabužius.





## 4. TECHNOLOGINĖ DALIS

### 4.1. Drabužių kolekcijos technologiniai ypatumai ir jų sprendimo būdai

Drabužių kolekcijos „Apšėstas savęs“ modeliams įgyvendinti buvo atliekamas drabužių konstravimas bei konstrukcinis modeliavimas, parinkta tinkama siuvimo technologija, siūti bandyminiai prototipai. Buvo sukurtas kelnių audinio dizainas naudojant kompiuterines programas „Adobe Photoshop“ ir „ProCreate“. Audinio raštas buvo atspausdintas panaudojant sublimacijos technologiją (žr. 15 pav.). Vyriška palaidinė nerta airišku nėrimo būdu. Airiški nėriniai yra neriami iš atskirų motyvų, kurie sujungiami vienas su kitu tinklelio pagalba. Nunėrus visas detales, ovalus, juosteles, suneriama pasirinktu tinkleliu, vėliau nuardoma nuo medžiaginės iškarpos. Pabaigoje sujungiamos detalės: priekis su nugara, rankovės bei priekaklis, apačios ir rankovių kraštų apdaila (žr. 16 pav.).



15 pav. Kelnės su sublimacija

(šaltinis: sukurtas autorės)



16 pav. Airiškas nėrimas iš dalių

(šaltinis: sukurtas autorės)

Vyriška palaidinė remtasi airiško nėrimo būdu. „Airiški nėriniai yra neriami iš atskirų motyvų, kurie sujungiami vienas su kitu tinklelio pagalba.” (Fischer, A., & Gobin, K., 2017).

Kolekcijos įgyvendinimui buvo pasirinktos medžiagos tokios kaip – medvilnė (100 %), poliesteris su elastanu, medvilnė su elastanu, viskozinis satinas ir tiulis (žr. 4.1.1 lentelę)

4.1.1 lentelė. Sukurtoje drabužių kolekciijoje naudojama furnitūra ir medžiagos

		Medžiagos		
		Pagrindinės medžiagos	Pagalbinės (pamušalinės, įdėklinės) medžiagos	Furnitūra
1 modelis	Palaidinė	Medvilnė	-	-
	Kelnės	Poliesteris su elastanu	-	Siūlai Užtrauktukas Saga
2 modelis	Švarkas	Medvilnė su elastanu	Pamušalas Paklijavimas	-
	Kelnės	Medvilnė su elastanu	-	Siūlai Užtrauktukas Sagos
3 modelis	Marškiniai su smokingo diržu	Viskozinis satinas	Paklijavimas	-

	Kelnės	Poliesteris	-	Siūlai Užtrauktukas Saga
4 modelis	Palaidinė	Tiulis su blizgučiais	-	Siūlai
	Kelnės	Satinas	-	Siūlai Užtrauktukas Saga
5 modelis	Palaidinė	Tiulis su blizgučiais	-	Siūlai
	Kelnės	Medvilninė su satinu	-	Siūlai Užtrauktukas Saga

Pastaba: Lentelė sudaryta darbo autorės

Igyvendinti kolekcijos idėjas, buvo naudojami įrenginiai, tokie kaip - pramoninė tiesiasiūlė siuvimo mašina, krašto apmėtymo mašina, pramoninė lyginimo sistema, bei nėrimas rankomis (žr. 4.1.2 lentelę).

**4.1.2 lentelė. Drabužių kolekcijoje naudojamos mašinos**

Įrenginiai	1 Modelis		2 Modelis		3 Modelis		4 Modelis		5 Modelis	
	Palaidinė	Kelnės	Švarkas	Kelnės	Marškiniai	Kelnės	Palaidinė	Kelnės	Palaidinė	Kelnės
Pramoninė tiesiasiūlė mašina (JACK 4F)	-	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Krašto apsiūlėjimo pramoninė mašina (JACK E4S)	-	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Pramoninė lyginimo Sistema (BIEFFEE MAXI VAPOR BF004)	-	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Nėrimas rankomis	x	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Pastaba: lentelė sudaryta darbo autorės

Drabužių kolekcijoje „Apsėstas savęs“ didelis dėmesys skiriamas audinių pasirinkimui ir detalėms, kurios padeda išreikšti narcizo obsesiją išoriniu įvaizdžiu. Sekančiame skyriuje bus pateikiami kiekvieno modelio aprašymai, jų lekalai ir techniniai eskizai.

## 4.2. Modelių aprašymas ir jų specifikacijos

### 4.2.1. Modelis Nr. 1 – kelnės ir nerta palaidinė

Modelį sudaro nerta palaidinė ir kelnės

Kelnės tiesaus silueto, ilgos. Šoninės kišenės. Priekyje po dvi vienpuses klostes. Prisiūtinis juosmuo, ašelės diržui įverti. Užsagas užtrauktukas ir saga juosmenyje.



18 pav. Techniniai eskizai modelis nr. 1 – kelnės

(šaltinis: sukurtas autorės)

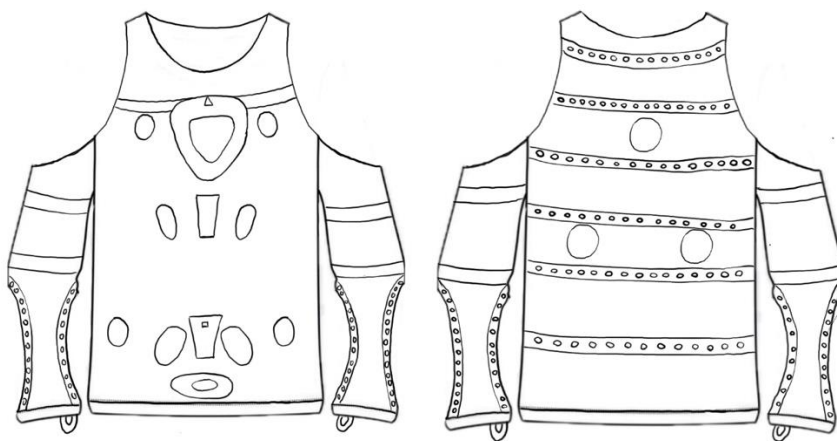


#### 4.2.1.1 lentelė. Lekalų brėžiniai modelis nr. 1 – kelnės

Lekalo nr.	Lekalo pavadinimas	Detalių skaičius	Lekalų brėžiniai
Kolekcijos modelis – Nr. 1 kelnės			
1	Priekinė kelnių detalė	2	
2	Užpakalinė kelnių detalė	2	
3	Juosmuo	1	
4	Ąselės	6	
5	Kišenės	2	
6	Užsago lystelė	2	

Pastaba: Lentelė sudaryta darbo autorės

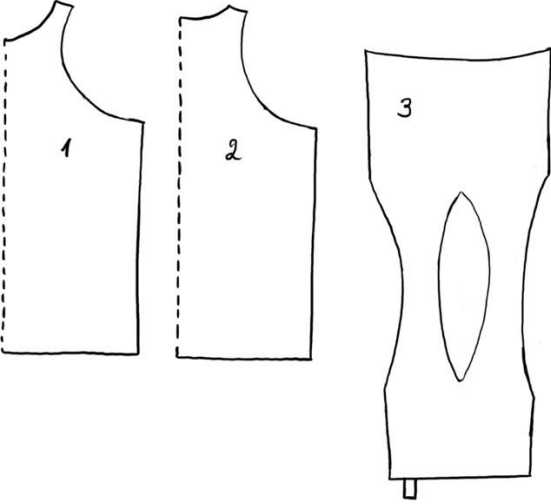
Tiesaus silueto nerta vyr. palaidinė. Priekaklis apvalus, atvirais pečiais, rankovės apačioje yra kilpa skirta nykščiuui. Vąšelių numeris 2,5. (žr. 21 pav.)



19 pav. Techniniai eskizai modelis nr. 1 – nerta palaidinė

(šaltinis: sukurtas autorės)

#### 4.2.1.2 lentelė. Lekalų brėžiniai modelis nr. 1 – nerta palaidinė

Lekalo nr.	Lekalo pavadinimas	Detalių skaičius	Lekalų brėžiniai
Kolekcijos modelis – Nr. 1 nerta palaidinė			
1	Priekis	2	
2	Nugara	2	
3	Rankovė	2	

Pastaba: Lentelė sudaryta darbo autorės

#### 4.2.2. Modelis Nr. 2 – kelnės ir švarkas

Modelį sudaro kelnės ir švarkas.

Kelnės tiesaus silueto, ilgos. Šoninės kišenės. Priekyje kanto linijoje siūlė ir ilgi atviri skeltukai. Prisiūtinis juosmuo, ašelės diržui įverti. Užsagas - užtrauktukas ir saga juosmenyje.



20 pav. Techniniai eskizai modelis nr. 2 – kelnės

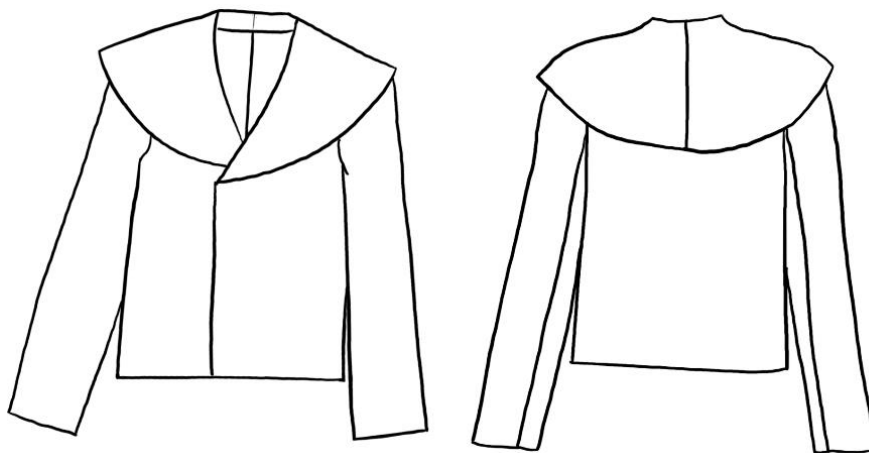
(šaltinis: sukurtas autorės)

#### 4.2.2.1 lentelė. Lekalų brėžiniai modelis nr. 2 – kelnės

Lekalo nr.	Lekalo pavadinimas	Detalių skaičius	Lekalų brėžiniai
Kolekcijos modelis – Nr. 2 – kelnės			
1	Priekinė šoninė detalė	1	
2	Užpakalinė detalė	2	
3	Juosmuo	1	
4	Ąselės	6	
5	Kišenė	2	
6	Priekinė vidinė detalė	1	

Pastaba: Lentelė sudaryta darbo autorės

Tiesaus silueto vyriškas švarkas, ilgis iki talijos. Rankovės išsiūtinės, vienasiuolės, ilgos. Šalinė apykaklė. Švarkas su pamušalu.

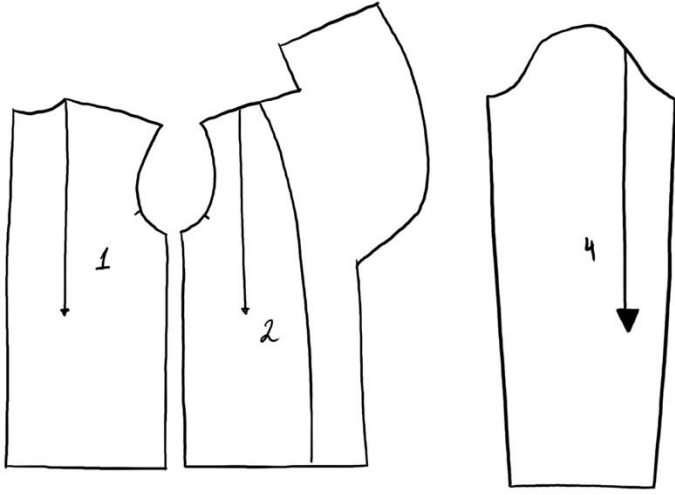


21 pav. Techniniai eskizai modelis nr. 2 – švarkas

(šaltinis: sukurtas autorės)



#### 4.2.2.2 lentelė. Lekalų brėžiniai modelis nr. 2 – švarkas

Lekalo nr.	Lekalo pavadinimas	Detalių skaičius	Lekalų brėžiniai
Kolekcijos modelis – Nr. 2 – švarkas			
1	Nugara	2	
2	Priekis	2	
4	Rankovė	2	

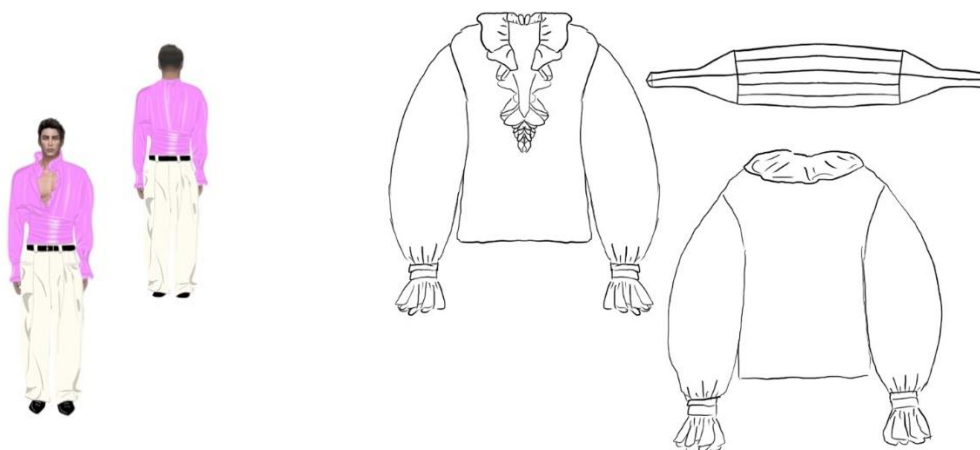
Pastaba: Lentelė sudaryta darbo autorės

#### 4.2.3. Modelis Nr. 3 – kelnės ir marškiniai

Modelį sudaro marškiniai ir kelnės.

Vyriški marškiniai tiesaus silueto. Rankovės įsiūtinės, vienasiuolės, ilgos, apačioje surišama su juoste. Apykaklė – žabo.

Klostuotas frako tipo diržas surišamas nugaroje.



22 pav. Techniniai eskizai modelis nr. 3 – marškiniai

(šaltinis: sukurtas autorės)

#### 4.2.3.1 lentelė. Lekalų brėžiniai modelis nr. 3 – marškiniai

Lekalo nr.	Lekalo pavadinimas	Detalių skaičius	Lekalų brėžiniai
Kolekcijos modelis – Nr. 3 – marškiniai			
1	Nugara	2	
2	Priekis	2	
3	Rankovė	2	
4	Apykaklė volanas	4	
5	Diržas	1	

Pastaba: Lentelė sudaryta darbo autorės

Kelnės tiesaus silueto, ilgos. Šoninės kišenės. Prisiūtinis juosmuo, ąselės diržui įverti. Užsagas - užtrauktukas ir saga juosmenyje.



**23 pav. Modelis Nr. 3 kelnės**

(šaltinis: sukurtas autorės)

#### 4.2.3.2 lentelė. Lekalų brėžiniai modelis nr. 3 – kelnės

Lekalo nr.	Lekalo pavadinimas	Detalių skaičius	Lekalų brėžiniai
Kolekcijos modelis – Nr. 3 – kelnės			
1	Priekinė kelnių detalė	2	
2	Užpakalinė kelnių detalė	2	
3	Juosmuo	1	
4	Ąselės	6	
5	Kišenė	2	

Pastaba: Lentelė sudaryta darbo autorės

#### 4.2.4. Modelis Nr. 4 – kelnės ir palaidinė

Modelį sudaro kelnės ir marškinėliai.

Kelnės tiesaus silueto, ilgos. Šoninės kišenės. Prisiūtinis juosmuo, ąselės diržui įverti.

Užsagas - užtrauktukas ir saga juosmenyje.



24 pav. Modelis Nr. 4 – kelnės

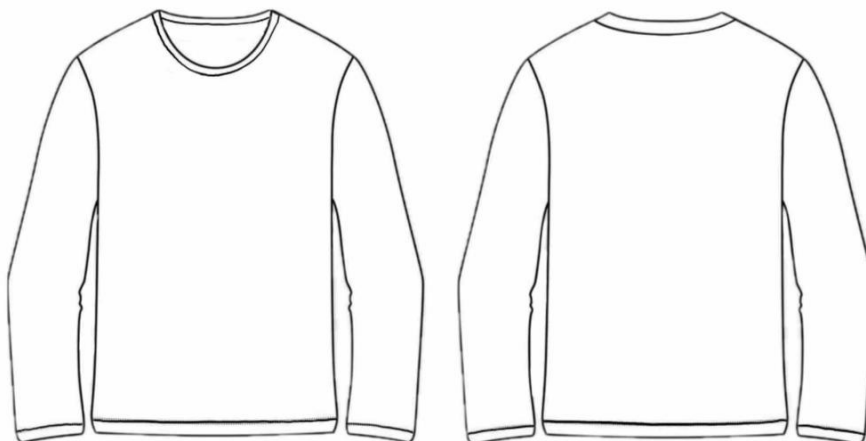
(šaltinis: sukurtas autorės)

#### 4.2.4.1 lentelė. Lekalų brėžiniai modelis nr. 4 – kelnės

Lekalo nr.	Lekalo pavadinimas	Detalių skaičius	Lekalų brėžiniai
Kolekcijos modelis – Nr. 4 – kelnės			
1	Priekinė kelnių detalė	2	
2	Užpakalinė kelnių detalė	2	
3	Juosmuo	1	
4	Ąselės	6	
5	Kišenė	2	

Pastaba: Lentelė sudaryta darbo autorės

Priglundusio silueto vyriški marškinėliai. Priekaklis apvalus. Rankovės įsiūtinės, vienasiuolės, ilgos. Gaminio ilgis iki klubų.



25 pav. Modelis Nr. 4 – marškinėliai ilgomis rankovėmis

(šaltinis: sukurtas autorės)

#### 4.2.4.2 lentelė. Lekalų brėžiniai modelis nr. 4 – maškinėliai ilgomis rankovėmis

Lekalo nr.	Lekalo pavadinimas	Detalių skaičius	Lekalų brėžiniai
Kolekcijos modelis – Nr. 4 – maškinėliai ilgomis rankovėmis			
1	Priekis	2	
2	Nugara	2	
3	Rankovė	2	

Pastaba: Lentelė sudaryta darbo autorės

#### 4.2.5. Modelis Nr. 4 – kelnės ir maškinėliai ilgomis rankovėmis

Modelį sudaro kelnės ir maškinėliai.

Kelnės tiesaus silueto, ilgos. Šoninės kišenės. Prisiūtinis juosmuo, ašelės diržui įverti.

Užsagas - užtrauktukas ir saga juosmenyje.



26 pav. Modelis Nr. 5 – kelnės

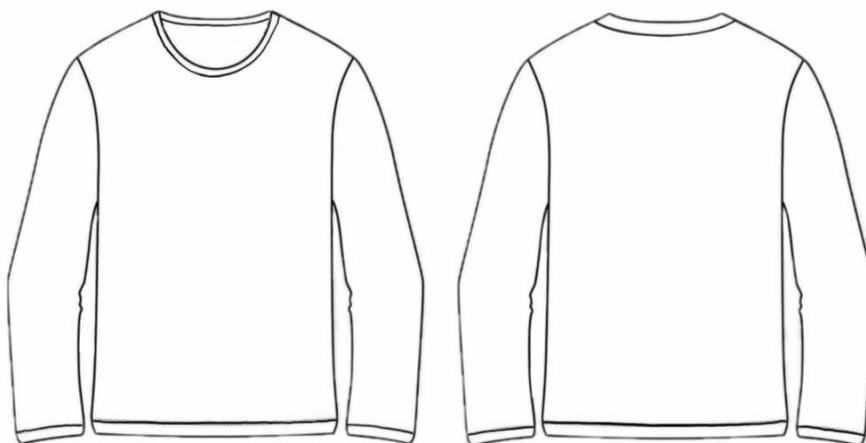
(šaltinis: sukurtas autorės)

#### 4.2.5.1 lentelė. Lekalų brėžiniai modelis nr. 5 – kelnės

Lekalo nr.	Lekalo pavadinimas	Detalių skaičius	Lekalų brėžiniai
Kolekcijos modelis – Nr. 5 – kelnės			
1	Priekinė kelnių detalė	2	
2	Užpakalinė kelnių detalė	2	
3	Juosmuo	1	
4	Ąselės	6	
5	Kišenė	2	

Pastaba: Lentelė sudaryta darbo autorės

Prigludusio silueto vyriški marškinėliai. Priekaklis apvalus. Rankovės įsiūtinės, vienasiuolės, ilgos. Gaminio ilgis iki klubų



27 pav. Modelis Nr. 5 – marškinėliai ilgomis rankovėmis

(šaltinis: sukurtas autorės)

4.2.5.2 lentelė. Lekalų brėžiniai modelis nr. 5 – maškinėliai ilgomis rankovėmis

Lekalo nr.	Lekalo pavadinimas	Detalių skaičius	Lekalų brėžiniai
Kolekcijos modelis – Nr. 5 – maškinėliai ilgomis rankovėmis			
1	Priekis	2	
2	Nugara	2	
3	Rankovė	2	

Pastaba: Lentelė sudaryta darbo autorės

## 5. KOLEKCIJOS „APSĖSTAS SAVĖS“ FOTOSESIJA

Sukurtos drabužių kolekcijos „Apšėstas savęs“ dizainų fotosesija atlikta Trakų Vokės dvare. Dvaro erdvės, elegantiškos interjero detalės ir elementai tampa ne tik fotosesijos fonu, bet ir sąveikauja su modeliais. Modeliai, sėdintys ant didingų laiptų, išpūdingais gobelenais apsiūtų krėslų ar stovintys šalia didžiulių langų, atrodo tarsi dalis tos vietos. Modeliai, jų kūnai ir pozos dera su dvaro architektūra, o tai tik padeda sustiprinti narcisistinį požiūrį į save kaip į meno objektą fiziniame lygmenyje.

Kolekcija ir drabužiai, pabrėžia kūno formas, detales ir audinius, kurie kuria išskirtinumo ir prabangos išpūdį. Ryškūs audiniai, su teatralizuotu elementu, pabrėžia modelio savitumą ir unikalumą. Modeliai pozuoja išdidžiai, atsipalaidavę, su įkvepiančiu ir šaltu žvilgsniu į priekį, tarsi žmogui žiūrinčiam nuotraukas demonstruotų savo kūną ir asmenybę. Pozos pasirinktos atskleisti kūno linijas, pabrėžti drabužių detales ir suteikti išpūdį, kad modeliai yra meno kūriniai, o ne tik mados dizainai. Arogantiškos pozos, tokios kaip, žvilgnis tiesia į kamerą ar rankos ant klubų, pabrėžia ir sukurią išpūdį, kad modelis yra svarbus ir vertas dėmesio.



28 pav. Kolekcija „Apšėstas savęs“

(šaltinis: sukurtas autorės)



Drabužių kolekcijos „Apsėstas savęs“ fotosesija Trakų Vokės dvare tampa ne tik regimuoju įspūdžiu ir estetiniu įvertinimu, bet ir giliu pasakojimu apie grožį, idealizaciją, savivertę ir tapatybę. Klasikinė dvaro aplinka padeda sukurti išskirtinę atmosferą, kuri puikiai padeda atskleisti ir išpildyti narcisizmo temą. Modeliai, pozuodami ir išdidžiai stovėdami dvaro fone ir interjere, tampa ne tik pasakojimo dalyviais bet ir jo kūrėjais. Dvaras, kaip fonas sustiprina narcisistinės kolekcijos idėją, nes patys drabužiai, modeliai ir vieta kartu kuria aukštos estetikos ir išskirtinumo aurą.

## 6. KOLEKCIJOS EKONOMINĖ DALIS

Bakalauro baigiamajame darbe drabužių kolekcijos „Apsėstas savęs“ buvo atlikti ekonominiai skaičiavimai, kurių pagrindinis siekis yra nustatyti kolekcijos savikainą, apskaičiuoti tiesiogines ir netiesiogines išlaidas bei galutinę projekto vertę. Visus išsamius ekonominius apskaičiavimus galima rasti 2 priede. 6.1 lentelėje pateikiami tiesioginių ir netiesioginių išlaidų apskaičiavimai.

**6.1 lentelė.** Kolekcijos „Apsėstas savęs“ teisioginių ir netiesioginių išlaidų apskaičiavimai

Eil nr.	Išlaidų pavadinimas	Suma, eur.
	<b>Tiesioginės išlaidos:</b>	
1.	Pagrindinės medžiagos	281,65
2.	Užsakovo mokamas autorinis atlyginimas	2411,1
	<b>Iš viso:</b>	<b>2692,75</b>
	<b>Netiesioginės išlaidos:</b>	
1.	Pagalbinės medžiagos ir įrankiai	30
2.	Išlaidos kurui, kelionėms (audinių, pagalbinių įrankių pirkimui)	50
3.	Fotosesija, įvaizdis, modeliai, fotografas, patalpų nuoma ir t.t	460
4.	Kitos išlaidos (adatos siuvimo mašinos, smeigtukai, markeriai, kreidos, siūlai ir kt.)	65
	<b>Iš viso:</b>	<b>605</b>
	<b>Iš viso:</b>	<b>3297,80</b>

Pastaba: lentelė sudaryta darbo autorės

6.2 lentelėje apskaičiuojama projekto pardavimo kaina.

**6.2 lentelė.** Projekto pardavimo kainos apskaičiavimai

Eil nr.	Projekto vertės skaičiavimas	Suma, eur.
1.	Projekto darbų savikaina	3297,80
2.	Pelnas 30%	989,30
	<b>Projekto pardavimo kaina:</b>	<b>4287,1</b>

Pastaba: lentelė sudaryta darbo autorės

Atlikus drabužių kolekcijos „Apsėstas savęs“ ekonominius skaičiavimus, sudėjus projekto savikainą, pelną bei pridėtinės vertės mokestį, paskaičiuota, kad galutinė projekto vertė siekia 4287,1 Eur. Vidutinė vieno modelio kaina ~ 900 Eur. Didžiausias projekto ekonominės dalies sąnaudas sudarė projekto savikaina – 3297,80 Eur, į kurią įėjo tiesioginės ir netiesioginės išlaidos. Galutinė projekto pardavimo suma pranoko lūkesčius ir gavosi didesnė, nei buvo tikėtasi. Ateityje būtų galima paieškoti kitų alternatyvų kolekcijos įgyvendinimui. Nepaisant to, kad projektas bei jį sudarantys modeliai yra atitinkantys gautus finansinių apskaičiavimų rezultatus.

## IŠVADOS IR REKOMENDACIJOS

1. Baigiamajame darbe išanalizavus narcisizmo sampratą ir jos raišką šiuolaikinėje visuomenėje, buvo pastebėta, kad socialiniai tinklai tapo svarbia platforma narcisistinių bruožų vystymuisi, nes suteikia galimybę žmonėms nuolat patvirtinti savo išskirtinumą, išvaizdą ir pasiekimus, gauti dėmesį ir pripažinimą iš aplinkinių. Narciziškos asmenybės bruožai, tokie kaip grandioziškumas, empatijos stoka ir nepasitenkinimas gautu dėmesiu, vis dažniau tampa pagrindiniais išraiškos būdais tiek socialinėje, tiek skaitmeninėje erdvėje, o visa tai tik sustiprina šią tendenciją. Narciziškos asmenybės formavimasis yra sudėtingas procesas, kuriame yra svarbų vaidmenį atlieka tiek genetiniai, tiek socialiniai ir šeimyniniai veiksniai, o šiuolaikinės technologijos ir visuomenės vertybės, skatinančios išorinį pasiekimų vertinimą ir populiarumą, daro šį procesą intensyvesnį ir labiau matomą. Išanalizavus narcisizmo ir socialinių tinklų ryšį, galima daryti išvadą, kad narcisizmas nėra tiesiogiai susijęs su aukšta saviverte, kaip dažnai manoma, o yra daugiau susijęs su vidiniu pažeidžiamumu, noru apsaugoti save nuo neigiamų emocijų ir sukurti išskirtinį asmenybės įvaizdį, kuris ypač stipriai formuojamas šiuolaikinės kultūros ir socialinių medijų įtakos.
2. Atlikus mados analogų analizę pastebėta, kad narcisizmas madoje ir drabužių dizainuose pasireiškia kaip savęs idealizavimo, išskirtinumo ir dėmesio troškimo išraiška, kur drabužiai tampa įrankiu individualumui ir socialiniam statusui pabrėžti. Tokie dizaineriai kaip Džiani Versače, Karl Lagerfeldas ir Žanas Polas Gotjė savo kūryboje dažnai naudojami provokuojančiomis detalėmis, kurios skatino žmones išsiskirti ir būti pastebėtiems. Šių mados genijų darbai ne tik atskleidžia narcisistines tendencijas, bet ir paverčia drabužius meno kūriniais, pertiekiančiais galios, pasitikėjimo ir seksualumo simbolius. Narcisizmas mados pasaulyje taip pat prisideda prie lyties ir socialinių normų peržengimo, kur išvaizda tampa svarbiausiu saviraiškos būdu. Šie dizaineriai ne tik kuria drabužius, bet ir formuoja kultūrinius simbolius, kurie tampa įtakingais narcisizmo atspindžiais tiek mados, tiek pop kultūros kontekstuose.
3. Baigiamojo darbo metu sukurta drabužių kolekcija „Apsėstas savęs“ įkūnija narciziškos asmenybės bruožus per įvairius dizaino elementus, tokius kaip pritaikyti siluetai, permatomi audiniai, atspindantys efektai ir išskirtinės konstrukcijos. Kolekcijos kūrimo procese buvo panaudotos įvairios technikos – drabužių konstravimas, modeliavimo metodai ir sublimacijos technologija, kurią sukūrė pati dizainerė. Kūrybinis procesas apėmė ne tik meninių eskizų kūrimą, bet ir skaitmeninių priemonių, tokių kaip „Adobe Photoshop“ ir „ProCreate“, naudojimą, leidžiančią išreikšti kolekcijos unikalumą ir konceptualumą. Drabužių kolekciją sudaro 5 modeliai ir 10 drabužių vienetų. Rekomenduojama kūryboje/kūrybiniuose

procesuose remtis narcisizmo tematika, nes jos pagalba galima ne tik atskleisti žmogaus obsesiją savimi ir siekį nuolat būti dėmesio centre, bet ir išryškinti galias emocijas ir socialines problemas, susijusias su savivertės trūkumais, paviršutiniškumu bei noru pasiekti idealo vaizdą.

## LITERATŪRA IR KITI INFORMACIJOS ŠALTINIAI

1. Arnold, R. (2001). *Fashion, desire and anxiety: image and morality in the twentieth century*. Bloomsbury Publishing.
2. Arnold, R. (2001). *Fashion, desire and anxiety: image and morality in the twentieth century*. Bloomsbury Publishing.
3. Bruzzi, S. (2012). *Undressing cinema: Clothing and identity in the movies*. Routledge.
4. Buffardi, L. E., & Campbell, W. K. (2008). Narcissism and social networking web sites. *Personality and social psychology bulletin*, 34(10), 1303-1314.
5. Campbell, W. K. (1999). Narcissism and romantic attraction. *Journal of personality and social psychology*, 77(6), 1254.
6. Campbell, W. K., & Foster, J. D. (2011). The narcissistic self: Background, an extended agency model, and ongoing controversies. In *The self* (pp. 115-138). Psychology Press.
7. Daukantienė, V., Dobilaitė, V., Petrauskas, A., & Urbelis, V. (2012). Siuvinių gamybos technologija. *Kaunas, Technologija*.
8. De Bellis, E., Sprott, D. E., Herrmann, A., Bierhoff, H. W., & Rohmann, E. (2016). The influence of trait and state narcissism on the uniqueness of mass-customized products. *Journal of Retailing*, 92(2), 162-172.
9. Drake, A. (2012). *The beautiful fall: fashion, genius and glorious excess in 1970s Paris*. Bloomsbury Publishing.
10. Ferrill, E., & Tanhehco, T. (2010). Protecting the material world: The role of design patents in the fashion industry. *NCJL & Tech.*, 12, 251.
11. Fischer, A., & Gobin, K. (2017). *Construction for fashion design*. Bloomsbury Publishing.
12. Foster, J. D., Shiverdecker, L. K., & Turner, I. N. (2016). What does the narcissistic personality inventory measure across the total score continuum?. *Current Psychology*, 35, 207-219.
13. Fox, C. (2019). Narcissism and identity. *From self to selfie: A critique of contemporary forms of alienation*, 167-192.
14. Hyatt, C. S., Sleep, C. E., Lamkin, J., Maples-Keller, J. L., Sedikides, C., Campbell, W. K., & Miller, J. D. (2018). Narcissism and self-esteem: A nomological network analysis. *PLoS one*, 13(8), e0201088.
15. Jin, S. V., & Muqaddam, A. (2018). "Narcissism 2.0! Would narcissists follow fellow narcissists on Instagram?" the mediating effects of narcissists personality similarity and envy, and the moderating effects of popularity. *Computers in Human Behavior*, 81, 31-41.

16. Kim, H. Y., & Kim, Y. (2022). Suggestion of a strategy for fashion customization services- An integrated perspective of narcissism and brand prestige. *Journal of Fashion Business, 26*(6), 64-81.
17. Kinston, M. (1995). " Narcissism-A New Theory". By Neville Symington (Book Review). *The International Journal of Psycho-Analysis, 76*(1), 196.
18. Lasch, C. (1979). *The Culture of Narcissism. American Life in an Age of Diminishing Expectations*, New York et Londres: W.W. Norton and Company.
19. Levy, K. N., Ellison, W. D., & Reynoso, J. S. (2011). A historical review of narcissism and narcissistic personality. *The handbook of narcissism and narcissistic personality disorder: Theoretical approaches, empirical findings, and treatments*, 1-13.
20. Levy, K. N., Meehan, K. B., Cain, N. M., & Ellison, W. D. (2013). Narcissism in the DSM.
21. Lipovetsky, M. (2013). The poetics of ITR discourse: in the 1960s and today. *Ab Imperio, 2013*(1), 109-139.
22. Martin, R. H., & Versace, G. (1997). *Gianni Versace*. Metropolitan museum of art.
23. Miller, J. D., McCain, J., Lynam, D. R., Few, L. R., Gentile, B., MacKillop, J., & Campbell, W. K. (2014). A comparison of the criterion validity of popular measures of narcissism and narcissistic personality disorder via the use of expert ratings. *Psychological Assessment, 26*(3), 958.
24. Rothenberg, S. (2023). Karl Lagerfeld: A Line of Beauty. *WebOnlyReviewsLJ, 148*(8), 1-1.
25. Sedikides, C. (2021). In search of narcissus. *Trends in Cognitive Sciences, 25*(1), 67-80.
26. Shoshani, M., & Shoshani, B. (2013). Psychic survival versus psychic freedom: Reflections on Symington's theory of narcissism. In *Progress in Self Psychology, V. 19* (pp. 133-151). Routledge.
27. Stinson, F. S., Dawson, D. A., Goldstein, R. B., Chou, S. P., Huang, B., Smith, S. M., ... & Grant, B. F. (2008). Prevalence, correlates, disability, and comorbidity of DSM-IV narcissistic personality disorder: results from the wave 2 national epidemiologic survey on alcohol and related conditions. *Journal of Clinical Psychiatry, 69*(7), 1033-1045.
28. Vize, C. E., Miller, J. D., Collison, K. L., & Lynam, D. R. (2021). Untangling the relation between narcissistic traits and behavioral aggression following provocation using an FFM framework. *Journal of personality disorders, 35*(2), 299-318.

## **PRIEDAI**

## KOKYBINIS INTERVIU SU MADOS DIZAINERIU

1. Gal galite pakomentuoti, kodėl pasirinkote mados dizainerio profesiją?

Nuo pat vaikystės jaučiau, kad mane traukia vizualinis pasaulis – spalvos, tekstūros, formos, ir tai, kaip visa tai gali būti sudėta į vieną kūrinį. Nors šeima mane vadino „dizaineriu“ juokais, šis apibūdinimas galiausiai tapo mano pačiu tikriausiu tapatumu.

2. Ar jaučiatės atradę savo identitetą, ar vis dar jo ieškote?

Galėčiau sakyti, kad mano identitetas jau susiformavo, tačiau kartu tikiu, kad jis visada bus gyvas, nuolat kintantis. Esu užtikrintas savo estetika ir kūrybinėmis vertybėmis – jos išliko beveik tokios pačios nuo pat pradžių. Tačiau kiekvienas naujas projektas, kiekvienas iššūkis praturtina mane naujomis idėjomis ir suteikia galimybę pažvelgti į save kitaip. Identiteto paieška nėra baigtinis procesas – tai augimas, kurio metu nuolat atrandu naujas savo kūrybos ribas.

3. Ar mados dizainas yra ta sfera, kurioje jaučiatės, kad galite save išreikšti kaip kūrėją?

Be jokios abejonės. Mada man leidžia kalbėti vaizdais, formomis ir emocijomis – visa tai, ką žodžiais kartais sunku perteikti. Per drabužius galiu atskleisti save, savo nuotaikas, pasaulio matymą, o kartu ir išgirsti kitus.

4. Kaip savo požiūrį į pasaulį išreiškiate madoje? Kokiomis priemonėmis?

Naudoju drabužius kaip metaforą – jais noriu ne tik papuošti, bet ir pasakoti istorijas. Kartais detalėse užkoduojamas socialinis komentaras ar kultūrinė refleksija, o kartais – tiesiog emocija, kurią norisi perteikti. Mados kalba yra universali, bet kartu labai asmeniška, ir tai leidžia man bendrauti su žmonėmis be žodžių.

5. Ar nesijaučiate varžomas visuomenės ir jos sukurtų normatyvinių rėmų?

Tiesą sakant, visuomenės normatyvai mane labiau įkvepia nei varžo. Matau juos kaip iššūkius – juos perkurti, išplėsti ar netgi apversti aukštyn kojomis. Kartais „rėmai“ suteikia galimybę pasitikrinti, kiek toli galima nueiti išlaikant vientisumą. Mano kūryba yra nuolatinis balansavimas tarp prisitaikymo ir maišto.

6. Kas jums yra saviraiška?

Saviraiška – tai galimybė būti išgirstam net tada, kai niekas neklauso. Tai drąsa būti pažeidžiamam, bet kartu – ir stipriam. Man saviraiška – tai tiltas tarp mano vidinio pasaulio ir aplinkos. Madoje šis tiltas tampa matomas, apčiuopiamas ir kaskart vis kitoks.

7. Šiais laikais „narcisizmas“ yra populiarumo viršūnėje, ką manote apie šį žmogaus asmenybės tipą?

Narcisizmas, mano nuomone, yra dviašmenis kardas. Viena vertus, jis skatina pasitikėjimą savimi, ambicijas ir kūrybinį veržlumą. Kita vertus, tai gali būti spąstai – per didelis susitelkimas į



save dažnai atitolina nuo tikrojo ryšio su kitais. Manau, svarbiausia yra išlaikyti pusiausvyrą tarp sveiko pasitikėjimo savimi ir atvirumo pasauliui.

8. Jūsų nuomone, kaip narciziškos asmenybės bruožai pasireiškia madoje?

Madoje narcisizmas dažnai atsiskleidžia per siekį kurti unikalų ir įsimenantį įvaizdį – tiek kūrėjui, tiek dėvėtojamam. Tai gali būti perdėtas dėmesys detalėms, siekis išprovokuoti reakciją arba kuriama idealaus savęs reprezentacija per drabužį.

9. Ar narcisistinės asmenybės bruožai padeda mados dizaine?

Taip, tam tikru mastu jie gali būti naudingi. Narcisizmas suteikia kūrėjui pasitikėjimo drąsiai išreikšti save, nekreipiant dėmesio į kritiką ar socialines normas. Toks pasitikėjimas būtinas, norint kurti kažką naujo ir įsimenančio. Tačiau per didelis dėmesys sau gali riboti kūrybiškumą – mada yra bendravimas, o per didelis susitelkimas į save gali užgniaužti šį dialogą. Tad svarbu, kad narcisistiniai bruožai būtų kontroliuojami ir nukreipti tinkama linkme.

**KOLEKCIJOS EKONOMINIAI SKAIČIAVIMAI IR MEDŽIAGŲ ĮKAINIAI**

Eil Nr.	Išlaidų grupės	Mato vnt.	Kiekis	Kaina	Suma
				Eur	Eur
<b>Pagr. Medžiagos</b>					
1.	Medvilnė su elastanu (violetinis)	m	3,5	6,95	24,32
2.	Poliesteris (baltas)	m	2,5	7,53	18,83
3.	Poliesteris su elastane (žalias)	m	2,5	8	20
4.	Viskozinis satinas (rožinis)	m	2,3	10,50	24,15
5.	Medvilnė su satinu (baltas su sublimacija)	m	2,5	21,90	54,75
6.	Medvilnė 100% (siūlai 300-400g)	Rit.	1	20	20
7.	Tiulis su blizgučiais (baltas)	m	2	9,90	19,80
8.	Tiulis su blizgučiais (juodas)	m	2	9,90	19,80
9.	Satinas (blizgantis juodas)	m	2,5	32	80
<b>Iš viso:</b>			<b>281,65</b>		
<b>Pagalbinės (pamušalinės, įdėklinės) medžiagos</b>					
1.	Rožinis pamušalas	m	2,5	3,3	8,25
<b>Iš visio:</b>			<b>8,25</b>		
<b>Furnitūra</b>					
	Tamsiai violetiniai siūlai	Rit.	0,8	1,8	1,44
	Rožiniai siūlai	Rit.	0,5	1,8	0,90
	Tamsiai žalia, pasteliniai siūlai	Rit.	0,2	1,8	0,36
	Balti siūlai	Rit.	0,2	1,8	0,36
	Juodi siūlai	Rit.	0,5	1,8	0,90
	Sagos	Vnt.	5	1	5
	Maža spaudė	Vnt.	1	0,5	0,50
	Plastikinis užtrauktukas (17 cm ilgio)	Vnt.	5	1,45	7,25
<b>Iš viso:</b>			<b>16,71</b>		
<b>Iš viso:</b>			<b>306,61</b>		

Pastaba: lentelė sudaryta darbo autorės

**Užsakovo mokamo autorinio atlyginimo apskaičiavimas**

<b>Modeliai Nr.</b>	<b>Gaunamas autoriaus atlyginimas</b>	<b>Autoriaus mokami mokesčiai</b>		<b>Autorinis atlyginimas Eur.</b>	<b>Užsakovo mokamas soc, draudimo mokestis Eur.</b>	<b>Užsakovo mokamas autorinis atlyginimas Eur.</b>
		<b>Pajamų mokestis Eur.</b>	<b>Soc. draudimas</b>			
1.	400	60	36	496	146,3	642,3
2.	350	52,5	31,5	434	128,8	562,8
3.	350	52,5	31,5	434	128,8	562,8
4.	200	30	18	248	73,6	321,6
5.	200	30	18	248	73,6	321,6
<b>Iš viso:</b>					<b>2411,1</b>	

Pastaba: lentelė sudaryta darbo autorės

AUDINIO DIZAINO/GAMINIŲ BANDYMAI, SIUVIMO PROCESAS





**FOTOSESIJOS NUOTRAUKOS**



















































