



**MENŲ IR UGDYMO FAKULTETO
MENŲ AKADEMIJOS**

Rugilė Kaikarytė

**ŠV. VALENTINO DIENA: VISUOMENĖS POŽIŪRIS
IR ESTETINĖS SAVIRAIŠKOS PRIEMONĖS
DRABUŽIŲ KOLEKCIJOJE „BŪK MANO
VALENTINU”**

Profesinio bakalauro baigiamasis darbas

Mados dizaino studijų programos
valstybinis kodas 6531PX022
Dizaino studijų krypties

Kūrybinės dalies vadovas: lekt. Milda Jankuvienė

Tiriamosios dalies vadovas: doc. dr. Miglė Munderzbakaitė

Konsultantas: Stella Justina Kasparavičienė

Kaunas, 2025

TURINYS

LENTELIŲ IR PAVEIKSLŲ SĄRAŠAS	3
SĄVOKOS.....	5
SANTRAUKA.....	6
SUMMARY	8
ĮVADAS.....	10
1. ŠV. VALENTINO DIENOS ANALIZĖ.....	13
1.1. Šv. Valentino dienos kilmė	13
1.2. Šv. Valentino dienos istorija Lietuvoje ir jos šventimo bruožai	17
1.3. Šv. Valentino dienos simboliai	19
2. ANALITINĖ DALIS (PIRMO LYGIO SKYRIUS)	25
2.1. Lietuvos požiūris į Šv. Valentino dieną.....	25
3. MENINĖ DALIS.....	32
3.1. Kolekcijos „Būk mano Valetinas“ kūrybinė idėja	32
3.2. „Būk mano Valetinas“ vartotojo portretas	33
3.3. Kolekcijos „Būk mano Valetinas“ koncepcija ir kūrybinė idėja	34
4. TECHNOLOGINĖ DALIS.....	36
4.1. Medžiagos, mašinos, technologiniai procesai	36
4.2. Drabužių kolekcijos technologiniai sprendimo būdai.....	37
4.3. Kolekcijos „ Būk mano Valetinas “ fotosesija.....	39
4.4. Modelių aprašymai ir jų specifikacijos	41
4.4.1. Modelis nr. 1	41
4.4.2. Modelis nr. 2	44
4.4.3. Modelis nr. 3	47
4.4.4. Modelis nr. 4	49
4.4.5. Modelis nr. 5	51
5. EKONOMINĖ DALIS	54
IŠVADOS	55
LITERATŪRA IR KITI INFORMACIJOS ŠALTINIAI.....	56
PRIEDAI	58

LENTELIŲ IR PAVEIKSLŲ SĄRAŠAS

LENTELĖS

4.1 lentelė. Kolekcijoje naudojamos medžiagos ir furnitūra	36
4.2 lentelė. Kolekcijoje naudojami įrenginiai.....	37
4.3 lentelė. Kepurės lekalų brėžiniai	42
4.4 lentelė. Sijono lekalų brėžiniai	43
4.5 lentelė. Apatinio trikotažo lekalų brėžiniai.....	44
4.6 lentelė. Palaidinės lekalų brėžiniai.	45
4.7 lentelė. Kelnių lekalų brėžiniai	46
4.8 lentelė. Apatinių lekalų brėžiniai.....	47
4.9 lentelė. Apatinio trikotažo lekalų brėžiniai.....	48
4.10 lentelė. Dekoratyvinio diržo lekalų brėžiniai	49
4.11 lentelė. Trumų kailinių lekalų brėžiniai.....	50
4.12 lentelė. Kelnaičių lekalų brėžiniai	51
4.13 lentelė. Ilgų kailinių lekalų brėžiniai	52
4.14 lentelė. Apatinių lekalų brėžiniai.....	53
5.1 lentelė. Drabužių kolekcijos kūrimo išlaidos	54

PAVEIKSLAI

1 pav. Luperkalijos šventė (The Collector. 2023)	13
2 pav. Šv. Valentinas (Enciklopedija.lt. 2024).....	14
3 pav. Paukščių parlamentas, XVIII amžiaus Karlo Vilhelmo de Hamiltono aliejinis paveikslas (sellingantiques.co.uk 2024).....	15
4 pav. Esther Howland atvirukai (forbes.com 2020).....	16
5 pav. Meilės deivė Milda (Welovelithuania.com 2024)	19
6 pav. Sandro Botičelio šedevras „Pavasaris“ (Primavera) (britannica.comi2024)	21
7 pav. Suknelė, pavadinta „Fiesta“ (glamobserver.com) (2024).....	23
8 pav. „Dolce & Gabbana“ 2015 m. pavasario/vasaros Ready-to-Wear kolekcija “ (nowfashion.com) 24	
9 pav. „Ar švenčiate Šv. Valentino dieną?“	26
10 pav. „Kaip vertinate Šv. Valentino dieną?“.....	27
11 pav. „Kaip paprastai švenčiate Šv. Valentino dieną?“	27
12 pav. „Kokių dovanų dažniausiai tikitės (ar dovanojate) per Šv. Valentino dieną?“	28

13 pav. „Ar manote, kad Valentino dienos simboliai (širdelės, Kupidonas, raudona spalva) yra reikšmingi šventei?“	29
14 pav. „Kokia spalva, jūsų nuomone, geriausiai atspindi Šv. Valentino dieną?“	29
15 pav. „Kaip vertinate Šv. Valentino dienos estetiką Lietuvoje?“	30
16 pav. „Ar šią dieną ypatingai rūpinatės savo išvaizda?“	30
17 pav. „Kaip manote, ar Šv. Valentino diena Lietuvoje yra per daug komercializuota?“	31
18 pav. „Kolekcijos „Būk mano Valentinas“ meniniai eskizai (autorės iliustracija).....	32
19 pav. Vartotojo portretas (autorės iliustracija)	33
20 pav. „Kolekcijos „Būk mano Valentinas“ galutiniai meniniai eskizai (autorės iliustracija).....	34
21 pav. a –Baigtas gaminys, b – Formuojama širdelė	38
22 pav. a – Širdelės formos kepurė, b – Palaidinė.....	38
23 pav. Kolekcijos „Ekscentriškas” fotosesija	41
24 pav. Pirmas kolekcijos modelis – kepurė	42
25 pav. Pirmas kolekcijos modelis – sijonas	43
26 pav. Pirmas kolekcijos modelis – apatinis trikotažas	44
27 pav. Antras kolekcijos modelis – Palaidinė.....	45
28 pav. Antras kolekcijos modelis – kelnės	46
29 pav. Antras kolekcijos modelis – apatiniai	47
30 pav. Trečias kolekcijos modelis – apatinis trikotažas	48
31 pav. Trečias kolekcijos modelis – apatinis trikotažas	49
32 pav. Ketvirtas kolekcijos modelis – trumpi kailiniai	50
33 pav. Ketvirtas kolekcijos modelis – kelnaitės.....	51
34 pav. Penktas kolekcijos modelis – ilgi kailiniai	52
35 pav. Penktas kolekcijos modelis – apatiniai	53

SĄVOKOS

Komercializacija - ekonominės naudos vaikymasis kultūrinėje veikloje. (Lietuvių žodynas, 2023).

Faunas – laukų, kalnų ir miškų dievas, piemenų, ganyklų ir gyvulių globėjas. (Visuotinė Lietuvių enciklopedija, 2025).

Luperkalijos – senovės romėnų piemenų šventė. Būdavo švenčiamos vasario 14 arba 15 dieną piemenų globėjo Fauno garbei. Tikėta, kad per šventę atliekamos apeigos skatina žemės, žmonių ir gyvulių vaisingumą. (Visuotinė Lietuvių enciklopedija, 2025).

Flamenkas – ispanų folkloro (vokalinės instrumentinės muzikos ir šokio) rūšis ir atlikimo stilius. (Visuotinė Lietuvių enciklopedija, 2025).

Kupidonas – senovės romėnų meilės dievas, atitinkantis graikų Erotą. (Visuotinė Lietuvių enciklopedija, 2025).

SANTRAUKA

Rugilė Kaikarytė. Šv. Valentino diena: visuomenės požiūris ir estetiškos saviraiškos priemonės drabužių kolekciijoje „Būk mano Valentino“. Profesinis bakalauro darbas. Dėstytojos lekt. Milda Jankuvienė, Miglė Munderzbakaitė, Kauno kolegijos menų ir ugdymo fakulteto, mados dizaino programa.

Šiame baigiamajame darbe analizuojama Šv. Valentino diena – nuo jos istorinės kilmės iki šiuolaikinio suvokimo globaliame ir Lietuvos kontekste. Darbo aktualumą lemia šios šventės transformacija – iš religinio reiškinių ji tapo populiaria ir plačiai vartotojiška kultūrine švente. Pabrėžiama šventės įtaka mados industrijai bei jos estetinių elementų kūrybinis potencialas.

Darbo problema – Šv. Valentino dienos simboliai ir tradicijos šiuolaikinėje visuomenėje dažnai praranda autentiškumą dėl globalios komercializacijos. Lietuvoje šventės tradicijos yra neseniai įsitvirtinusios ir dažnai skolinamos iš užsienio, o tai kelia klausimą, kaip išsaugoti šventės kultūrinę reikšmę ir emocinę vertę, derinant ją su modernia saviraiška.

Darbo tikslas – išanalizuoti Šv. Valentino dienos tradicijų, simbolikos ir estetikos transformacijas, atskleidžiant jų kultūrinę reikšmę bei požiūrį šiuolaikinėje visuomenėje Lietuvoje, perteikti šventės estetiką drabužių kolekciijoje - "Būk mano Valentino"

Darbo uždaviniai.

1. Išanalizuoti Šv. Valentino dienos kilmę ir jos evoliuciją nuo religinės šventės iki šiuolaikinio kultūrinio reiškinių.
2. Ištirti Šv. Valentino dienos tradicijas ir simbolius Lietuvoje.
3. Išnagrinėti Šv. Valentino dienos estetiką ir jos įtaką madai bei dizainui.
4. Atlikti apklausą, siekiant suprasti respondentų požiūrį į šventę Lietuvoje.
5. Kūrybinėje darbo dalyje atliktas kolekcijos „Būk mano Valentinas“ koncepcijos, vartotojo portreto, meninių eskizų pristatymas. Aprašyta kolekcijos kūrimo eiga, medžiagas, technologiniai sprendimai ir pateikti techniniai modelių aprašymai.

Darbo metodai – darbo metu taikyti literatūros analizės, kiekybinio tyrimo (apklausos) ir kūrybinio eksperimento metodai. Literatūros analizė leido išsamiai suprasti šventės kilmę, tradicijas ir estetiką. Kiekybinis tyrimas – apklausa – atlikta siekiant suprasti Lietuvos gyventojų požiūrį į Šv. Valentino dieną. Kūrybinis eksperimentas buvo taikomas kuriant drabužių kolekciją „Būk mano Valentinas“.

Darbo struktūra – darbo teorinėje dalyje analizuojama Šv. Valentino dienos kilmė, tradicijos ir estetika globaliame bei Lietuvos kontekste, pabrėžiant šventės reikšmę mados industrijoje. Analitinėje

dalyje pateikiami apklausos duomenys apie Lietuvos gyventojų požiūrį į Šv. Valentino dienos simboliką ir tradicijas. Kūrybinėje dalyje pristatyta avangardinė drabužių kolekcija „Būk mano Valentinas“, aprašyti kūrybiniai sprendimai, naudotos medžiagos ir technologijos.

Darbo rezultatai – Šv. Valentino dienos analizė atskleidė, kad ši šventė, evoliucionavusi nuo religinių ištakų iki globalios kultūrinės šventės, išlaikė savo aktualumą ir tapo reikšminga šiuolaikinėje madoje. Apklausos duomenys parodė, kad dauguma respondentų vertina šventės simbolius, nors dalis jų kritiškai žiūri į komercializaciją. Kūrybinės kolekcijos rezultatai įtvirtino šventės estetiką kaip įkvepiantį šaltinį mados dizainui.

Statistinė informacija– Darbą sudaro 57 puslapiai, 15 lentelės, 35 paveikslai, 32 literatūros ir kitų šaltinių, 3 priedai.

SUMMARY

Rugilė Kaikarytė. Valentine's Day: Public Attitudes and Aesthetic Means of Self-Expression in the Clothing Collection "Be My Valentine". Professional Bachelor's Thesis. Supervisor: Lecturer Milda Jankuvienė, Miglė Munderzbakaitė. Kauno Kolegija, Faculty of Arts and Education, Fashion Design Programme.

This final thesis examines Valentine's Day, from its historical origins to its contemporary perception in both global and Lithuanian contexts. The relevance of the topic lies in the transformation of Valentine's Day – from a religious celebration to a popular and widely commercialized cultural phenomenon. The study emphasizes the holiday's impact on the fashion industry and its potential for creative inspiration.

Research problem – the symbols and traditions of Valentine's Day in contemporary society often lose their authenticity due to global commercialization. In Lithuania, the holiday's traditions have only recently been established and are often borrowed from foreign cultures, raising the question of how to preserve the cultural significance and emotional value of Valentine's Day while integrating it with modern self-expression.

Research aim – To analyze the transformation of Valentine's Day traditions, symbolism, and aesthetics, highlighting their cultural significance and contemporary perception in Lithuanian and global society, and to convey the holiday's aesthetics through the fashion collection "Be My Valentine."

Research objectives.

1. To analyze the origins of Valentine's Day and its evolution from a religious celebration to a modern cultural phenomenon.
2. To examine Valentine's Day traditions and symbols in Lithuania.
3. To explore the aesthetics of Valentine's Day and its influence on fashion and design.
4. To conduct a survey to understand public perceptions of the holiday in Lithuania.
5. To present the concept, consumer profile, artistic sketches, and creative process of the "Be My Valentine" collection, including descriptions of materials, technological solutions, and technical specifications of the models.

Research methods - the research utilized literature analysis, quantitative research (a survey), and a creative experiment. Literature analysis provided an in-depth understanding of the holiday's origins, traditions, and aesthetics. The quantitative research – a survey – aimed to understand Lithuanian respondents' attitudes toward Valentine's Day. The creative experiment was applied in the development of the "Be My Valentine" fashion collection.

Structure of the work - the theoretical part of the thesis analyzes the origins, traditions, and aesthetics of Valentine's Day in both global and Lithuanian contexts, emphasizing its significance in the fashion industry. The analytical part presents survey data on Lithuanian attitudes toward Valentine's Day symbols and traditions. The creative part introduces the avant-garde fashion collection "Be My Valentine," detailing the creative solutions, materials used, and technological processes applied.

Results – the analysis of Valentine's Day revealed that the holiday, evolving from its religious origins into a global cultural celebration, has retained its relevance and has become significant in contemporary fashion. The survey data indicated that most respondents value the holiday's symbols, although some view its commercialization critically. The results of the creative collection established Valentine's Day aesthetics as a valuable source of inspiration for fashion design.

Statistical information – the thesis consists of X pages, X tables, X figures, X references, and X appendices.

ĮVADAS

Viena labiausiai švenčiamų švenčių visame pasaulyje – Šv. Valentino diena simbolizuoja jausmingumą ir meilę. Vystantis visuomenės vertybėms ir kultūriniais poslinkiams, keičiasi ir jos tradicijos bei estetika, todėl ši tema yra reikšminga siekiant suprast vartotojų reiškinų pokyčius. Šios šventės šaknis siekia senovės Romą, kur vasario mėnesį vykusį Luperkalijos šventę simbolizavo vaisingumą ir atsinaujinimą (vakaruvejai.com, 2021). Nors Šventasis Valentinas buvo pripažintas krikščionių šventuoju, per šimtmečius jo vardas įkūnija romantikos esmę. Šis kultūrinis palikimas išlaikė savo reikšmę ir šiandien, prisitaikydamas prie šiuolaikinių visuomenės poreikių ir virsdamas pasauline švente. (JSTOR Daily, 2023) straipsnyje nurodoma, kad Šv. Valentino diena iš religinės šventės ištakų tapo plačiai pripažinta meilės ir romantikos švente, kurią skatina komerciniai interesai. Šis pokytis išryškina ir didėjantį šventės populiarumą, ir vartotojų kultūros įtaką, kurią formuoja žiniasklaida ir socialinės platformos (JSTOR Daily, 2023). Šventės vizualiniai elementai, tokie kaip širdies forma, Kupidono įvaizdis ir raudona spalva, daro didelę įtaką mados ir dizaino sektoriams, todėl Valentino diena yra ne tik aistros šventė, bet ir gyvybiškai svarbus kūrybinio įkvėpimo šaltinis (Why Cupid Rules Valentine's Day, 2023). Šv. Valentino dienos estetika turi didelę reikšmę šiuolaikinėje madoje ir dizaine. Dizaineriai dažnai išreiškia šventės temą per drabužius, aksesuarus ir interjero dekorą, kurie atlieka svarbų vaidmenį vartotojų kultūroje. Vusterio universiteto mokslininkai nurodo, kad pastaraisiais dešimtmečiais Valentino diena tapo pasauline ne tik asmeninio jausmingumo, bet ir estetiškos išraiškos platforma, kuri pasižymėjo tradicinių simbolių interpretavimu ir jų derinimu su šiuolaikinėmis tendencijomis (The Evolution of Valentine's Day , 2023). Vadinas, su Šv. Valentino diena siejama estetika yra svarbi ne tik kaip kultūros reiškinys, bet ir kaip mados industrijos bei vartotojų visuomenės tyrinėjimo objektas.

Darbo aktualumas. Šv. Valentino diena, dar žinoma kaip Meilės diena, yra viena iš labiausiai atpažįstamų ir plačiai švenčiamų švenčių pasaulyje. Tačiau jos reikšmė neapsiriboja tik romantikos simbolika, ši šventė turi galias istorines šaknis, kurios siekia senovės Romą. Joje įtvirtinta tradicija švęsti meilę ir draugystę, tačiau laikui bėgant šventės forma ir prasmė ne kartą keitėsi. Nuo religinių apeigų, skirtų šventajam Valentinui, iki šiuolaikinės vartotojiškos kultūros, Šv. Valentino diena per amžius tapo įvairių interpretacijų objektu. Šiuolaikinėje visuomenėje ši diena įgijo ypač svarbią vietą, ne tik kaip meilės ir artumo šventė, bet ir kaip globalus kultūrinis reiškinys, kuris skatina visuomenės diskusijas apie tradicijas, vartojimo įpročius ir estetiškas saviraiškos priemones. Šventės transformacija atspindi platesnius socialinius, ekonominius ir kultūrinius pokyčius, o jos simboliai – širdelės, raudona spalva, gėlės ir saldumynai – tapo ne tik romantikos, bet ir mados bei kūrybos įkvėpimo šaltiniu. Lietuvoje Šv.

Valentino diena įsitvirtino tik XX a. pabaigoje, tačiau jos populiarumas augo itin sparčiai, ypač tarp jaunimo. Ši šventė ne tik prisidėjo prie naujų šventimo tradicijų ir estetinių tendencijų formavimo, bet ir skatino jaunuolius išreikšti savo jausmus ir emocijas originaliais būdais.

Ši tema yra itin aktuali, nes leidžia gilintis į tai, kaip kultūrinės šventės veikia šiuolaikinę visuomenę, formuoja mados, dizaino ir vartojimo kultūrą. Be to, tai atskleidžia, kaip Šv. Valentino diena tampa galimybe išreikšti individualumą ir jausmus globalizacijos kontekste. Šv. Valentino diena skatina ne tik dalintis dovanomis, bet ir kurti unikalius prisiminimus, kurie atspindi žmonių asmeninį stilių ir emocijas. Taip Šv. Valentino diena ne tik švenčiama, bet ir transformuojama, tapdama vis labiau asmeniška ir prasminga kiekvienam, kas ją švenčia.

Darbo problema. Valentino dienos simboliai ir tradicijos šiuolaikinėje visuomenėje dažnai praranda tikrąją prasmę dėl komercializacijos ir pasaulinės vartojimo kultūros įtakos. Lietuvoje šventė prigijo tik XX a. Galiausiai jos idėjos vis dar formuojamos, o tradicijos dažnai skolinamos iš užsienio. Tai kelia klausimą, kaip išlaikyti ir puoselėti šventės kultūrinį paveldą, kartu išsaugant jos emocinę vertę bei estetinį patrauklumą, prisitaikant prie šiuolaikinės visuomenės poreikių ir lūkesčių.

Darbo objektas. Šio darbo objektas yra Šv. Valentino dienos tradicijos ir simbolika, jų evoliucija ir suvokimas šiuolaikinėje visuomenėje. Tyrimas orientuotas į šventės kultūrinės reikšmės bei estetikos analizę globaliame ir Lietuvos kontekste.

Darbo tikslas. Darbo tikslas – išanalizuoti Šv. Valentino dienos tradicijų, simbolikos ir estetikos transformacijas, atskleidžiant jų kultūrinę reikšmę. Atlikti apklausą, siekiant suprasti respondentų požiūrį į šventę Lietuvoje. Perteikti šventės estetiką drabužių kolekcijoje - "Būk mano Valentinu"

Darbo uždaviniai:

1. Išanalizuoti Šv. Valentino dienos kilmę ir jos evoliuciją nuo religinės šventės iki šiuolaikinio kultūrinio reiškimo.
2. Ištirti Šv. Valentino dienos tradicijas ir simbolius Lietuvoje.
3. Išnagrinėti Šv. Valentino dienos estetiką ir jos įtaką madai bei dizainui.
4. Atlikti apklausą, siekiant suprasti respondentų požiūrį į šventę Lietuvoje.
5. Pasiūti kolekciją „Būk mano Valentinas“, aprašyti kolekcijos kūrimo eigą, medžiagas, technologinius sprendimus ir pateikti techninius modelių aprašymus.

Darbo metodai.

Siekiant atskleisti Šv. Valentino dienos kilmę, istoriją, tradicijas ir estetiką, buvo analizuojami moksliniai straipsniai, kultūriniai šaltiniai ir mados industrijos literatūra. Atlikta kiekybinė internetinė apklausa su uždariais ir atvira klausimais. Kiekvienam kolekcijos gaminiui sukurti techniniai brėžiniai,

lekalai ir detalūs aprašymai. Buvo išgryninta kolekcijos idėja, perteikti dizaino sprendimai bei estetiinė koncepcija. Apklausoje metu surinkti atviri atsakymai buvo kokybiškai analizuojami, siekiant atskleisti giluminius respondentų požiūrio aspektus į Šv. Valentino dienos estetiką ir simboliką.

Darbo struktūra.

Baigiamasis darbas susideda iš įvado, 5 skyrių, naudotos literatūros ir kitų informacijos šaltinių sąrašo, priedų ir išvadų. Darbą sudaro 57 puslapių. Jame pateikiama 15 lentelių ir 35 paveikslai, detalizuojantys analizuojamą temą ir kolekcijos kūrimo eigą. Literatūros ir šaltinių sąrašą sudaro 32 šaltiniai, o darbo pabaigoje pateikiama 3 priedų.

1. ŠV. VALENTINO DIENOS ANALIZĖ

1.1. Šv. Valentino dienos kilmė

Vasario 14 d. švenčiama Šv. Valentino diena turi turtingą istoriją, kurioje susilieja krikščioniška simbolika, viduramžių romantika ir pagoniški papročiai. Šios šventės ištakos yra sietinos su vasario viduriu senovės Romoje, kai buvo švenčiama pagoniška vaisingumo ir atsinaujinimo šventė, vadinama Luperkalia. Viena reikšmingiausių Romos religinio kalendoriaus švenčių buvo Luperkalia, kuri pagerbė dievą Fauną, ganyklų ir gamtos globėją, taip pat vilką, kuris, kaip teigiama, maitino Romulą ir Remą, Romos įkūrėjus (Hornblower & Spawforth, 2014). Šventės ceremonijos vyko Luperkalia urve, kur pagal tradiciją vilkė slaugė Romulą ir Remą. Ritualai apimdavo gyvulių – dažniausiai ožkų ir galvijų – aukojimą. Iš aukojamų gyvulių kailių kunigai, vadinami Luperkais, išpjautų juostų plakdavo moteris. (žr. 1 pav.). Tikėta, kad šis ritualas garantuoja vaisingumą, o dalyvavimas šventėje simbolizavo sėkmę ir apsaugą ateinantiems metams. Luperkalijos buvo ne tik religinis, bet ir socialinis renginys, vienijantis bendruomenę per atsinaujinimo simboliką (History.com, 2024). Kai kurie mokslininkai Luperkalijas laiko žiemos pabaigos ir pavasario pradžios švente, susijusia su gamtos ciklais. Šventės metu vyko žaidimai ir karnavalai, kurie galėjo įkvėpti vėlesnes šventes, tokias kaip Šv. Valentino diena. Vis dėlto, kai krikščionybė Romos imperijoje įsitvirtino kaip pagrindinė religija, pagoniškos šventės, įskaitant Luperkalijas, buvo uždraustos IV a. pabaigoje, o jų vietą užėmė krikščioniškos šventės (Hornblower & Spawforth, 2014). Tarp Luperkalijų ir Šv. Valentino dienos kaip meilės šventės užsimezgė vėliau, kai viduramžių Europoje vasario 14-oji pradėta sieti su šv. Valentinu – krikščionių kankiniu, kuris, pasak legendų, buvo mylės ir santuokos gynėjas. Taigi, Luperkalijų vaisingumo simbolika ir krikščionių šventojo kultas susipynė į šiuolaikinės Šv. Valentino dienos tradicijas (Miles, 2002).



1 pav. Luperkalijos šventė (The Collector. 2023)

Šventės pavadinimas siejamas su šventuoju Valentinu – III a. krikščionių kankiniu, kurio gyvenimas ir veikla tapo meilės ir atsidavimo simboliu. Valentinus buvo kunigas, (žr. 2 pav.) gyvenęs Romos imperatoriaus Klaudijaus II valdymo laikais. Klaudijus, žinomas dėl savo griežtos politikos, manė, kad nevedę vyrai yra geresni kariai, nes jie nėra emociškai prisirišę prie šeimos. Dėl šios priežasties imperatorius uždraudė tuoktis jauniems vyrams, siekdamas sutelkti juos į karinę tarnybą. Nepaisydamas šio draudimo, Valentinus slapta tuokė įsimylėjęlius ir skatino krikščioniškas vertybes, kurios tuo metu buvo draudžiamos (Hornblower & Spawforth, 2014). Be slaptų santuokų organizavimo, Valentinus taip pat buvo žinomas dėl savo paramos persekiojamiems krikščionims. Ši veikla jam kainavo laisvę ir gyvenimą – jis buvo suimtas ir įkalintas. Legenda teigia, kad kalėjime Valentinus užmezgė ryšį su kalėjimo prižiūrėtojo dukra, kurią jis įkvėpė tikėti Dievu. Prieš egzekuciją, kuri buvo įvykdyta 269 m. vasario 14 d., Valentinus jai parašė laišką, kurį pasirašė „Tavo Valentinus“. Ši frazė tapo romantiškų jausmų išraiška, kuri naudojama iki šiol (The Collector, 2023). Valentino kankinystė nebuvo užmiršta. 496 m. popiežius Gelazijus I paskelbė vasario 14-ąją Šv. Valentino diena, taip oficialiai įtraukiant šią datą į krikščionių liturginį kalendorių. Ši diena turėjo pakeisti pagoniškas Luperkalijas, kurios buvo populiarios Romos imperijoje. Šventės pavertimas krikščionišku įvykiu buvo dalis platesnio Bažnyčios strategijos – integruoti pagoniškus papročius į krikščionišką kontekstą. Tokiu būdu Luperkalijų vaisingumo ritualai buvo transformuoti į meilės ir santuokos šventę, o Šv. Valentinus tapo meilės ir ištikimybės globėju (JSTOR Daily, 2023). Viduramžiais Valentino legenda įgavo papildomų reikšmių, kai ši šventė pradėjo asocijuotis su romantine meile. Tai buvo susiję su riterių kultūra, kurioje meilė buvo laikoma aukščiausia dorybe, o Valentinus tapo simboliu figūra, įkūnijančia ne tik krikščioniškas vertybes, bet ir romantišką atsidavimą. Per šimtmečius Šv. Valentinus tapo ne tik krikščionių kankiniu, bet ir kultūriniu simboliu, kuris įkvėpė daugybę tradicijų ir šventės elementų, gyvuojančių iki šiol (Hornblower & Spawforth, 2014).



2 pav. Šv. Valentinus (Enciklopedija.lt. 2024)

Viduramžiais Šv. Valentino diena pradėjo įgauti romantišią atspalvį, kuris buvo tiesiogiai susijęs su to meto literatūrinėmis ir kultūrinėmis tradicijomis. Svarbiausias posūkis šventės istorijoje įvyko XIV amžiuje, kai anglų poetas Džefris Čoseris (Geoffrey Chaucer) savo kūrinyje „Paukščių parlamentas“ (Parlement of Foules) pirmą kartą susiejo vasario 14-ąją su paukščių poravimosi sezonu ir romantiška meile. Ši poema, skirta karaliaus Ričardas Antrasis (Richard II) sužadėtuviams su Ana (Anne), pateikė Šv. Valentino dieną kaip ypatingą laiką, kai paukščiai renkasi poras, simbolizuojant romantišką sąjungą ir meilės dvasios pradžią (Chaucer, 1382; Library of Congress, 2023)

„Paukščių parlamentas“ buvo vienas reikšmingiausių viduramžių literatūros kūrinių, nes jis padėjo įtvirtinti meilės sampratą kaip riterišką ir aukščiausią dorybę. Šioje poemoje Čoseris (Chaucer) aprašė pasaulį, kuriame paukščiai diskutuoja apie geriausią poravimosi partnerį, taip subtiliai perteikdamas visuomenėje tuo metu įsigalėjusį dėmesį riteriškai kultūrai ir meilės idealizavimui. Tai buvo pirmasis rašytinis šaltinis, tiesiogiai siejantis Šv. Valentino dieną su romantine meile, todėl Čoserio (Chaucer) kūrinys laikomas esminiu žingsniu formuojant šventės reikšmę, kuri išlieka aktuali iki šių dienų (Miles, 2002; History.com, 2024).



3 pav. Paukščių parlamentas, XVIII amžiaus Karlo Vilhelmo de Hamiltono aliejinis paveikslas
(sellingantiques.co.uk 2024)

XIX amžiuje Šv. Valentino diena ne tik tapo masiškai švenčiama šiuolaikine forma, bet ir įsitvirtino kaip svarbus vartotojiškos kultūros reiškinys. Tai buvo laikotarpis, kai romantikos elementai

persipynė su komerciniais interesais, o technologijų pažanga ir socialiniai pokyčiai sudarė sąlygas šventei įgyti naują, platesnę reikšmę (Library of Congress, 2023).

Spausdintų Valentino dienos atvirukų atsiradimas XIX a. buvo vienas svarbiausių žingsnių šventės komercializacijos procese. Pramonės revoliucija suteikė galimybę atvirukus gaminti masiškai, todėl jie tapo prieinami plačiajai visuomenei. Pirmieji komerciškai gaminti atvirukai pasirodė Anglijoje, kur jie buvo puošiami romantiškais eilėmis, širdelėmis ir Kupidono motyvais (History.com, 2024). Šie atvirukai buvo siunčiami ne tik mylimiesiems, bet ir draugams bei šeimos nariams, taip pabrėžiant šventės socialinį aspektą (Library of Congress, 2023).

Vienu svarbiausių spausdintų atvirukų kūrėjų tapo amerikietė Estera Howland (Esther Howland), dažnai vadinama „Šv. Valentino dienos motina“. Ji XIX a. viduryje pradėjo kurti rankų darbo atvirukus, dekoruotus nėriniais, gėlėmis ir subtiliomis detalėmis. (žr. 4 pav.). Howland kūriniai sulaukė didelės sėkmės ir įkvėpė platesnę atvirukų gamybos pramonę, kuri toliau plėtojo šventės komercinį aspektą (forbes.com 2020).



4 pav. Esther Howland atvirukai (forbes.com 2020)

XIX amžiuje Šv. Valentino diena tapo ne tik proga išreikšti jausmus, bet ir stipriai įsitvirtino kaip vartotojiškos kultūros dalis. Be tradicinių atvirukų, šventė buvo siejama su dovanomis, kurios simbolizavo meilę ir romantiką. Gėlės, ypač raudonos rožės, tapo ne tik populiariausia šios šventės dovana, bet ir pagrindiniu šventės simboliu. Raudonos rožės buvo laikomos universaliu aistros ir meilės ženklu, o jų dovanojimas sustiprino jausminį šventės kontekstą (Library of Congress, 2023).

Šokoladas taip pat tapo neatsiejama Valentino dienos tradicijų dalimi. XIX a. pradžioje, plintant pramoninei šokolado gamybai, šokolado dėžutės pradėtos kurti širdelės formos, pabrėžiant šventės romantišią simbolizmą. Toks dizainas buvo ne tik estetiškai patrauklus, bet ir emociškai paveikus, skatindamas vartotojus šventės proga rinktis šias dovanas (History.com, 2024).

Komercinės reklamos atliko itin svarbų vaidmenį formuojant šventės vartotojišką aspektą. Reklamose, spausdinamose laikraščiuose ir kataloguose, buvo akcentuojama, kad tinkamai parinkta dovana gali išreikšti jausmus geriau nei žodžiai. Romantiškos frazės ir sentimentai dažnai buvo naudojami skatinti vartotojus pirkti unikalius papuošalus, prabangius audinius ar personalizuotas dovanas (McKevitt, 2012). Laikui bėgant Šv. Valentino diena tapo stipriu ekonominiu reiškiniu. Prekybininkai pasinaudojo šventės populiarumu, siūlydami įvairias prekes – nuo prabangių kvėpalų iki elegantiškų papuošalų. Tuo metu Šv. Valentino diena įgijo naują reikšmę – tai tapo ne tik emocijų išraiškos diena, bet ir reikšminga ekonomine švente. Prekių pardavimai išaugo, o šventės vartotojiška prasmė toliau stiprėjo, ypač JAV ir Europoje (The Evolution of Valentine's Day, 2023).

Šis procesas taip pat padarė įtaką socialinei hierarchijai. Šventė tapo proga pademonstruoti savo statusą ir skonį per dovanų pasirinkimą. Šokolado ir papuošalų prabangos aspektai akcentavo ekonominių žmonių pajėgumą bei sugebėjimą pasirūpinti savo mylimaisiais. Taip Šv. Valentino diena, pradėjusi kaip asmeninio jausmų išreiškimo diena, peraugo į vartotojiškos visuomenės simbolį.

1.2. Šv. Valentino dienos istorija Lietuvoje ir jos šventimo bruožai

Šv. Valentino diena, kaip meilės ir romantikos šventė, Lietuvoje pradėta švęsti tik XX a. pabaigoje, kai šalis atgavo nepriklausomybę ir atvėrė duris vakarietiškai kultūrai. Ilgą laiką ši šventė nebuvo žinoma, nes sovietmečiu buvo ribojamos vakarietiškos tradicijos, o religijos reikšmė buvo menkinama. (Ve.lt, 2004; Ve.lt., 2022).

Prekybos centruose pasirodė šventiniai simboliai: šokoladas, atvirukai ir raudonos rožės. Pasak istorinių duomenų, nors ši šventė Lietuvoje neturi gilios istorinės reikšmės, ji greitai tapo viena iš svarbiausių progų, skirtų išreikšti dėmesį ir meilę artimiesiems. Šv. Valentino dienos religinė reikšmė Lietuvoje nėra akcentuojama. Šventė greitai prarado savo krikščioniškąją simboliką ir tapo pasaulietiniu reiškiniu, pabrėžiančiu romantiką bei draugystę (Ve.lt., 2022).

Šv. Valentino dienos šventimo tradicijos Lietuvoje labai panašios į vakarietiškas, tačiau turi ir savitų bruožų:

1. **Atvirukai ir dovanos:** Populiariausios dovanos – šokoladas, raudonos rožės ir papuošalai, kurie simbolizuoja meilę ir dėmesį. Mokyklose ir bendruomenėse organizuojamos „Valentino paštas“

kuris tapo populiariu reiškiniu mokyklose. Mokiniai dalijasi sveikinimo atvirukais, dovanėlėmis ar meilės laiškais, kuriuos siunčia anonimiškai arba pasirašydami „Tavo Valentinas“. Ši tradicija suteikė galimybę jaunimui išreikšti simpatijas, draugystę ar tiesiog prisidėti prie šventės džiaugsmo. „Valentino paštas“ mokyklose ne tik kuria šventinę atmosferą, bet ir skatina bendruomeniškumo jausmą, įtraukiant tiek mokinius, tiek mokytojus į kūrybines veiklas.

2. Romantiški susitikimai: Poros dažnai renkasi švęsti šią dieną restoranuose, kavinėse arba organizuoja romantiškas vakarienes namuose. Šventė tapo proga praleisti laiką dviese ir sustiprinti tarpusavio ryšį (Ve.lt, 2004).

3. Draugystės šventė: Be romantiškų jausmų, Šv. Valentino diena Lietuvoje taip pat siejama su draugyste. Ji tampa proga pasveikinti artimus draugus ir šeimos narius.

Senovės lietuvių meilės deivė Milda (žr. 5 pav.) ir jai skirta šventė, minima gegužės 13 d., yra vienas iš nedaugelio autentiškų lietuviškos meilės ir romantikos simbolių. Šią šventę kai kurie kultūrologai ir etnologai laiko potencialia alternatyva vakarietiški Šv. Valentino dienai. Mildos diena buvo siejama su gamtos atbudimu, meile ir grožiu, tačiau šiuolaikinėje visuomenėje ši tradicija išlieka menkai populiari (Ve.lt, 2022). Skirtingai nei Šv. Valentino diena, kuri turi aiškią religinių, istorinių ir komercinių tradicijų samplaiką, Mildos diena daugiausia paremta mitologija ir vietine kultūra. Anot tyrimų, Milda buvo laikoma laisvos ir nesuvaržytos meilės globėja, o jos šventės metu žmonės rinkdavosi į gamtą, dalindavosi vaisėmis ir dainomis, taip puoselėdami bendrystę (Lietuvos žinios, 2023). Nepaisant potencialo, Mildos diena Lietuvoje išlieka nišine švente, o Šv. Valentino diena dominuoja tiek rinkodaroje, tiek visuomenės sąmonėje. Šis reiškinys siejamas su Vakarų kultūros įtaka po Lietuvos nepriklausomybės atkūrimo, kai Šv. Valentino diena tapo plačiai reklamuojama ir švenčiama (Ve.lt, 2022).

Kaip ir daugelyje šalių, Lietuvoje Šv. Valentino diena sulaukia kritikos dėl komercializacijos. Kritikai pabrėžia, kad šventė dažnai praranda savo emocinę ir simbolinę vertę, tapdama vartotojiškos kultūros dalimi. Tačiau nepaisant šios kritikos, šventė išlieka populiari tarp jaunimo ir suaugusiųjų. Mokyklose rengiami „Valentino paštai“, per kuriuos mokiniai siunčia sveikinimus draugams ir mokytojams, o suaugusieji šią dieną dažnai renkasi vakarienę restorane ar romantiškas pramogas. Tokie ritualai atspindi šventės adaptaciją Lietuvoje ir parodo, kaip tradicijos persipina su vietine kultūra (Ve.lt, 2022).




5 pav. Meilės deivė Milda (Welovelithuania.com 2024)

1.3. Šv. Valentino dienos simboliai

Šv. Valentino diena pasižymi unikalia ir atpažįstama estetika, kurią formuoja tam tikri simboliai: širdelė, Kupidonas, raudona spalva. Šie elementai tapo neatsiejama šventės dalimi, atspindinčia meilės, romantikos ir aistros tematiką.

Širdelė:

Širdelės forma, kaip universalus meilės simbolis, išsivystė iš įvairių istorinių ir kultūrinių kontekstų, kuriuose ankstyvosios jos versijos neturėjo tiesioginio ryšio su žmogaus širdimi. Viena iš plačiausiai pripažintų teorijų sieja širdelės formą su senovės augalu – silfiu (silphium), kuris buvo naudojamas senovės Graikijoje ir Romoje kaip meilės eliksyras ir kontraceptikas. Silfio sėklų forma priminė širdelę, o dėl augalo svarbos meilės ritualuose bei medicinoje ši forma įgijo simbolinę reikšmę (Hornblower & Spawforth, 2014). Silfio augalas, kilęs iš senovės Kirėnės (dabartinės Libijos), buvo taip vertinamas, kad netgi vaizduotas ant monetų, o jo išnykimas buvo laikomas dideliu praradimu. Šis vizualinis motyvas, susietas su vaisingumu ir romantika, galėjo vėliau transformuotis į širdelės simbolį, naudojamą viduramžių religinėje ikonografijoje ir romantiškoje literatūroje (Beard et al., 1998). Viduramžiais širdelė tapo stilizuotu simboliu, reiškiančiu ne tik fizinę meilę, bet ir dvasingumą, o Renesanso laikotarpiu ji vis labiau siejama su romantika. XIX a. pramonės revoliucija ir spausdintų

Valentino dienos atvirukų populiarumas sustiprino širdelės kaip meilės simbolio vaidmenį. Širdelė ėmė dominuoti ne tik meno kūrinuose, bet ir komerciniuose objektuose – dovanų dėžutėse, papuošaluose ir tekstilės dizaine. Šis simbolis tapo universalia kalba, perteikiančia jausmus per estetiką ir vizualinius ženklus (History.com, 2024). Šiandien širdelės simbolis yra universalus meilės ir romantikos ženklas, naudojamas visame pasaulyje. Šiuolaikinėje kultūroje širdelės motyvas neapsiriboja vien Valentino diena – jis naudojamas įvairiose srityse: nuo mados iki skaitmeninės komunikacijos. Jaustuko simbolis  tapo moderniausiu širdelės motyvo pavyzdžiu, perteikiančiu emocijas tekstinėse žinutėse ir socialinėse medijose (Fashionista, 2022). Taip širdelės forma prisitaiko prie technologinės ir kultūrinės kaitos, išlaikydama savo pagrindinę meilės ir ryšio reikšmę.

Kupidonas:

Kupidono figūra savo kilme siekia senovės Romą, kur jis buvo žinomas kaip „Amor“ (lot. meilė) arba Erosas graikų mitologijoje. Senovės graikų mitologijoje Erosas buvo vienas pirmųjų dievų, atsakingų už kosminę tvarką ir gyvybės atsiradimą. Jo įvaizdis kaip galingo ir nenusipėjamo jausmų valdovo buvo dažnas ankstyvajame mene ir literatūroje. Tačiau Romos kultūroje Kupidonas tapo žaismingesne, žmonėms artimesne figūra. Jis vaizduojamas kaip sparnuotas berniukas, nešiojantis lanką ir strėlę, kurios turi ypatingą galią: auksinės strėlės sukeldavo neįveikiamą meilę, o šviniškos strėlės, abejingumą ar net neapykantą (Hornblower & Spawforth, 2014). Renesanso epochoje mitologija tapo įkvėpimo šaltiniu menininkams, o meilės dievas Kupidonas (lot. Cupid), dažnai vaizduojamas kaip žaismingas ir klastingas jaunuolis su lanku ir strėlėmis, įtvirtino savo kaip romantiškos meilės simbolio statusą. Vienas iš ryškiausių Kupidono vaizdavimo pavyzdžių yra Sandro Botičelio šedevras „Pavasaris“ (Primavera), nutapytas apie 1482 metus. (žr. 6 pav.) Šiame paveiksle Kupidonas matomas skraidantis virš centrinės figūros – deivės Veneros, kuri simbolizuoja meilę, grožį ir harmoniją. Jis nutaikęs savo strėlę į vieną iš trijų Gracijų, stovinčių kairėje kompozicijos dalyje, o tai simbolizuoja likiminį ir nenusipėjamą meilės poveikį. Kupidonas vaizduojamas užrištomis akimis – tai alegorinis ženklas, pabrėžiantis, kad meilė dažnai yra akla, tačiau visada neįtikėtina stipri ir įtakinga (Paoletti & Radke, 2005). „Pavasaris“ įtvirtino Kupidono, kaip romantinės meilės simbolio, reikšmę ne tik Renesanso mene, bet ir visuomenės sąmonėje. Šis simbolis išliko gyvybingas per šimtmečius, įkvėpdamas menininkus, poetus ir dizainerius iki šių dienų.



6 pav. Sandro Botičelio šedevras „Pavasaris“ (Primavera) (britannica.comi2024)

Kupidono lankas ir strėlės tapo metafora netikėtai ir nepataisomai meilei. Šventės kontekste šis įvaizdis pabrėžia meilės jėgą ir nuspėjamumą. Komercinėje estetikoje Kupidonas dažnai pateikiamas kaip romantiškos nuotaikos kūrėjas: jis pasirodo ant atvirukų, šokoladų pakuočių ir šventinių dekoracijų. Šiandien Kupidonas yra vienas populiariausių Valentino dienos simbolių, kuris ne tik primena šventės tradicijas, bet ir perduoda šiuolaikinės meilės idėjas – nuo žaismingumo iki jausmingumo (History.com, 2024). Kupidono figūra neapsiriboja vien šventiniu laikotarpiu. Jo motyvas dažnai pasirodo šiuolaikinėje madoje, reklamoje ir net populiariojoje kultūroje, pabrėždamas meilės universalumą. Skaitmeninėje eroje Kupidonas gyvuoja ir kaip simbolis, ir kaip metafora – nuo filmų iki socialinių medijų. Pavyzdžiui, įvairių produktų reklamos naudoja Kupidono įvaizdį siekdamas perteikti romantišką atmosferą ar paskatinti vartotojų susidomėjimą (The Collector, 2023).

Raudona spalva:

Raudona spalva nuo seniausių laikų simbolizavo aistrą, meilę, energiją ir gyvybę. Šis spalvos simbolizmas yra universali žmogaus kultūros dalis, aptinkama įvairiuose istoriniuose ir kultūriniuose kontekstuose, nuo senovės civilizacijų iki šiuolaikinės mados ir meno. Šv. Valentino dienos kontekste raudona spalva tapo centriniu estetiniu elementu, kuris ne tik simbolizuoja romantišką meilę, bet ir sukuria stiprų emocinį poveikį. Senovės Egipte ir Graikijoje raudona spalva buvo siejama su dievybėmis ir jų jėga. Egiptiečiai raudoną naudojo kaip simbolį, reiškiantį gyvybę ir kraują, kuris yra tiek žmogaus, tiek gamtos gyvybės pagrindas (Gage, 1993). Viduramžiais raudona spalva įsitvirtino kaip pagrindinis simbolis religinėje ikonografijoje ir romantinėje literatūroje. Ji dažnai buvo naudojama vaizduojant šventuosius ar biblines scenas, siekiant perteikti tiek dieviškąją, tiek žmogiškąją meilę. Literatūroje ir

dailėje raudona taip pat simbolizavo riterių meilę damoms, tapdama svarbia viduramžių romantikos estetikos dalimi (Pastoureau, 2017). Raudonos spalvos populiarumas Šv. Valentino dienos kontekste ypač sustiprėjo XIX amžiuje, kai pramonės revoliucija paskatino masinę šventinių dovanų gamybą. Valentino dienos atvirukai, širdelės formos šokolado dėžutės ir gėlės – visi šie elementai pradėti dekoruoti raudona spalva, pabrėžiant šventės emocinį ir romantinį pobūdį. Raudonos rožės, kaip meilės simbolis, buvo tiesiogiai siejamos su Venera, kuri mitologijoje laikoma meilės ir grožio deive (Beard et al., 1998). Šiuolaikinėje kultūroje raudona spalva išlieka dominuojančia Šv. Valentino dienos estetikoje. Ji ne tik simbolizuoja aistrą ir meilę, bet ir yra plačiai naudojama mados bei dizaino industrijoje. Raudoni drabužiai, aksesuarai ir dekoracijos tapo pagrindiniu būdu pabrėžti šventinę atmosferą ir sukurti romantišką nuotaiką. Psichologijoje raudona spalva siejama su intensyviomis emocijomis – nuo meilės ir jaudulio iki aistros ir energijos. Tyrimai rodo, kad raudona spalva pritraukia dėmesį ir sukelia šilumos bei intymumo pojūtį. Dėl šios priežasties raudona yra itin populiarus rinkodaros strategijose, siekiant skatinti vartotojų susidomėjimą ir emocinį atsaką (Elliot & Maier, 2014).

Šv. Valentino dienos atspindžiams mados industrijoje

Šv. Valentino dienos estetika yra neatsiejama nuo meilės ir romantikos simbolikos, kuri bėgant metams tapo neišsenkančiu įkvėpimo šaltiniu mados dizaineriams. Drabužiuose ir aksesuaruose dominuojančios raudona ir rožinė spalvos, širdelės motyvai, nėriniai, šilkas bei kiti subtilūs elementai perteikia aistros, švelnumo ir jausmingumo tematiką. Šventė, kurios pagrindinė idėja – jausmų išraiška, nuolat skatina kūrėjus eksperimentuoti, integruojant šiuos simbolius į drąsias, teatrališkas ir inovatyvias kolekcijas, kurios dažnai peržengia tradicinės mados ribas.

Valentino Garavani

Valentino Garavani, vienas garsiausių italų mados dizainerių, garsėja savo meistrišku gebėjimu perteikti emocijas per spalvas, audinius ir siluetus. Jo sukurtas „Valentino Red“ – sodrios, gilios raudonos spalvos atspalvis – tapo ne tik mados namų vizitine kortele, bet ir svarbiu Šv. Valentino dienos estetikos elementu. Ši raudonos spalvos revoliucija sustiprino spalvos ryšį su meile, aistra ir prabanga, o mados kritikai Garavani pavadino „raudonos spalvos maestro“ (Vogue, 2015). „Valentino“ mados namų įkūrėjas, 1959 m. Romoje pristatė pirmąją savo kolekciją, kurioje buvo suknelė, pavadinta „Fiesta“. (žr. 7 pav.). Ši suknelė tapo ne tik kolekcijos, bet ir Valentino karjeros simboliu, įtvirtinusi jo, kaip raudonos spalvos meistro, reputaciją. „Fiesta“ buvo drąsus pareiškimas, pabrėžiantis dizainerio viziją, jog raudona yra ne tik spalva – tai aistros, pasitikėjimo ir moteriškos galios simbolis (Glam Observer, 2023). Suknelė buvo pagaminta iš sodraus raudono tiulio ir pasižymėjo elegantišku, bet kartu drąsiu dizainu, kuris iš karto patraukė dėmesį. Valentino tikėjimas, kad raudona spalva išryškina moters grožį ir padeda jai išsiskirti iš minios, buvo įkūnytas šiame kūrinyje. „Fiesta“ tapo pirmuoju žingsniu įtvirtinant „Valentino

Red“ kaip mados istorijoje atpažįstamą estetinį bruožą (SCMP, 2022). Raudona spalva Valentino kūryboje tapo pamatiniu akcentu. Dizaineris įkvėpimo šiai spalvai sėmėsi iš savo patirties Barselonos operoje, kur pamatė moterį raudona suknele, šviečiančią kaip rubinas tarp pilkos masės. Ši akimirka formavo jo filosofiją, kad raudona suknelė suteikia ne tik pasitikėjimo, bet ir kuria emocinį poveikį, palikdama neišdildomą įspūdį (Glam Observer, 2023).



7 pav. Suknelė, pavadinta „Fiesta“ (glamobserver.com) (2024)

Dolce & Gabbana.

„Dolce & Gabbana“ – tai vieni garsiausių italų mados namų, kuriuos 1985 metais įkūrė dizaineriai Domenico Dolce ir Stefano Gabbana. Šis mados duetas nuo pat pradžių išsiskyrė gebėjimu perteikti itališko gyvenimo būdo esmę, įkvėpimą sėmdamiesi iš Sicilijos kultūros, tradicinių religinių motyvų ir Renesanso estetikos. Jų kūryba sujungia prabangą ir teatralumą, o kiekviena kolekcija yra ne tik drabužių linija, bet ir pasakojimas, atspindintis emocijas, kultūrą bei gyvenimo džiaugsmą (Vogue, 2015). „Dolce & Gabbana“ kūrybos bruožai apima intensyvias spalvas, prabangius audinius, sudėtingus nérinius ir kruopščius siuvinėjimus, kurie tapo jų vizitine kortele. Be to, jų kolekcijos išsiskiria stipria simbolika, pabrėžiančia moteriškumą, aistrą ir emocinę gylį. Nuo pat savo veiklos pradžios dizaineriai pabrėžia tradicijų ir modernumo dermę, įkūnydami tai, kas vadinama itališkos prabangos sinonimu (Harper's Bazaar, 2015). „Dolce & Gabbana“ ilgainiui tapo ne tik mados industrijos ikona, bet ir

kultūrinio reiškiniu, kurio kūryba įkvėpia tiek profesionalius dizainerius, tiek mados mylėtojus visame pasaulyje. Jie meistriškai transformuoja tradicinius simbolius į šiuolaikines mados formas, įtvirtindami savo, kaip novatorių, vardą pasaulinėje mados arenoje (Fashionista, 2015).

„Dolce & Gabbana“ 2015 m. pavasario/vasaros Ready-to-Wear kolekcija, pristatyta Milano mados savaitėje, tapo išskirtiniu renginiu, perteikiančiu meilės, aistros ir ispanų kultūros įkvėptą dizainą. Širdelės, nėriniai, prabangūs audiniai ir tradiciniai motyvai perteikė romantikos bei teatrališkumo dvasią. Kolekcijoje buvo gausiai naudojami širdies simboliai, kurie puošė tiek sukneles, tiek aksesuarus, o raudona spalva – meilės ir aistros ženklas – tapo dominuojančia palete. Pavyzdžiui, (žr. 8 pav.) viena įsimintiniausių suknelių buvo puošni juoda, dekoruota dramatiškomis širdelės aplikacijomis ir siuvinėjimais, o aksesuarai, tokie kaip aukštakulniai ir rankinės, atspindėjo romantišką kolekcijos nuotaiką (Vogue, 2015). Kiti kūriniai įkvėpimo sėmėsi iš tradicinių ispanų tautinių kostiumų – flamenko įkvėptų siluetų ir nėrinių, kurie derėjo su rafinuotu juodos ir aukso spalvų kontrastu. Prabangūs audiniai, tokie kaip šilkas, nėriniai ir tiulis, suteikė lengvumo, o gėlių ornamentai bei perlų ir aukso aksesuarai perteikė karališką eleganciją (Harper’s Bazaar, 2015). Nors ši kolekcija nebuvo tiesiogiai skirta Šv. Valentino dienai, jos estetika – širdelės, raudonos rožės ir teatrališki siluetai – tapo puikiu įkvėpimo šaltiniu meilės šventei. Dizaineriai dar kartą įrodė savo gebėjimą transformuoti tradicinius simbolius į modernų ir aktualų mados pasakojimą (Vogue, 2015).



8 pav. „Dolce & Gabbana“ 2015 m. pavasario/vasaros Ready-to-Wear kolekcija “ (nowfashion.com)

2. ANALITINĖ DALIS (PIRMO LYGIO SKYRIUS)

2.1. Lietuvos požiūris į Šv. Valentino dieną

Atliekamas tyrimas siekia išsiaiškinti, kaip Lietuvoje žmonės vertina Šv. Valentino dieną, jos simbolius, šventimo tradicijas bei komercializacijos aspektus. Tyrimo tikslas – suprasti, kaip ši šventė suvokiama ir kokią vietą ji užima respondentų gyvenime.

Apklausa buvo sudaryta iš 10 klausimų, kurie tyrė respondentų požiūrį į Šv. Valentino dieną, jos reikšmę ir šventimo būdus. Pirmieji klausimai orientuoti į tai, ar respondentai švenčia šią dieną ir kaip ją vertina. Trečiasis klausimas nagrinėjo, su kuo dažniausiai švenčiama, o ketvirtasis – kokios dovanos yra populiariausios šios šventės metu. Penktasis klausimas siekė įvertinti, ar tradiciniai Valentino dienos simboliai (širdelės, Kupidonas, raudona spalva) turi reikšmę šventei, o šeštasis nagrinėjo, kokia spalva, respondentų nuomone, geriausiai reprezentuoja šią progą. Likę klausimai gilinasi į šventės estetiką, išvaizdos svarbą šventės metu, komercializacijos aspektus bei galimą savitą šventimo stilių Lietuvoje.

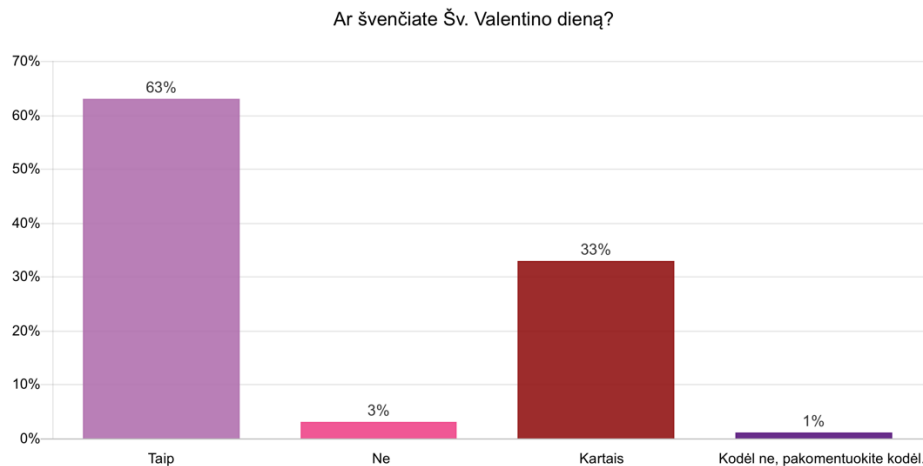
Apklausa buvo vykdoma internetinėje platformoje, www.manoapklausa.lt. Tyrime dalyvavo 101 respondentas, kurių pasiskirstymas pagal lytį ir amžių yra toks: vyrų skaičius: 28, moterų skaičius: 73. Vidutinis respondentų amžius – 26 metai, o dauguma apklaustųjų pateko į jaunimo arba jauno suaugusiojo amžiaus grupę. Šie demografiniai duomenys padeda suprasti, kokiai auditorijai labiausiai atstovauja tyrimo rezultatai, ir gali būti reikšmingi interpretuojant respondentų požiūrį į Šv. Valentino dieną.

Apklaustos duomenų analizė

Šios analizės tikslas – išnagrinėti statistinį duomenų pasiskirstymą pagal pagrindinius demografinius ir teminius kriterijus, suteikiant įžvalgų apie dalyvių požiūrį į Šv. Valentino dieną ir jos šventimo tradicijas Lietuvoje. Tyrime dalyvavo 101 respondentas, iš jų 73 buvo moterys ir 28 – vyrai. Tokio pobūdžio lyčių disbalansas rodo, kad moterys yra labiau linkusios dalyvauti apklausose. Vidutinis respondentų amžiaus vidurkis buvo 26 metų. Pastebima, kad tyrime aktyviausiai dalyvavo 21–30 metų amžiaus grupė. Mažiausiai dalyvavo vyresni nei 50 metų respondentai. Tyrimas atskleidė įdomių įžvalgų apie šventės reikšmę ir jos svarbą įvairioms respondentų grupėms. Rezultatų interpretacija pateikiama plačiau, siekiant įsigilinti į atskirų klausimų atsakymus ir jų sąsajas su bendru kultūriniu kontekstu.

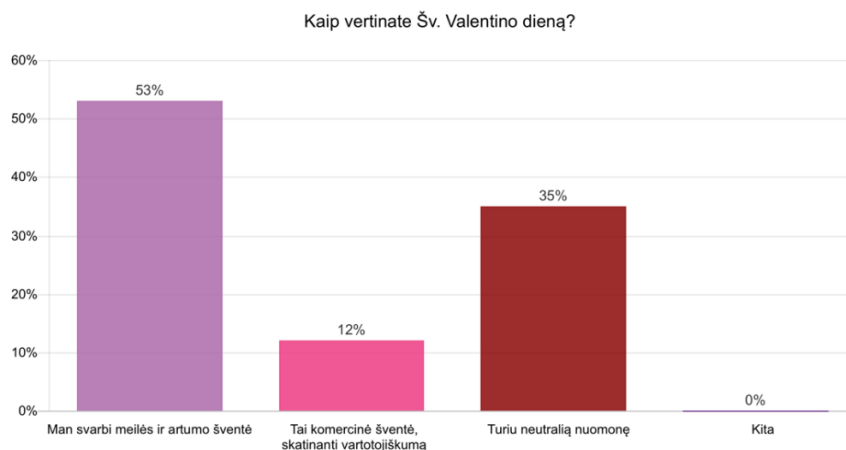
Pirmuoju klausimu „Ar švenčiate Šv. Valentino dieną?“. Rezultatai rodo, kad 63 % respondentų švenčia Valentino dieną. 33 % atsakė, kad šią dieną mini tik kartais ir tik 3 % apklaustųjų teigė, kad šios dienos nešvenčia. Vienas respondentas, kuris nurodė nešvenčiantis, paaiškino, kad švenčia tik šeimos

šventes. Tai rodo, kad Valentino diena nėra suvokiama kaip universali ar svarbi visiems šventė – kai kurie ją asocijuoja tik su porų ar romantiškais santykiais. Tyrimo duomenys leidžia daryti prielaidą, kad daugiau nei 90 % respondentų vienaip ar kitaip įsitraukia į šios dienos minėjimą, pabrėžiant Valentino dienos populiarumą ir jos įsitvirtinimą šiuolaikiniame Lietuvos kultūriniame gyvenime.



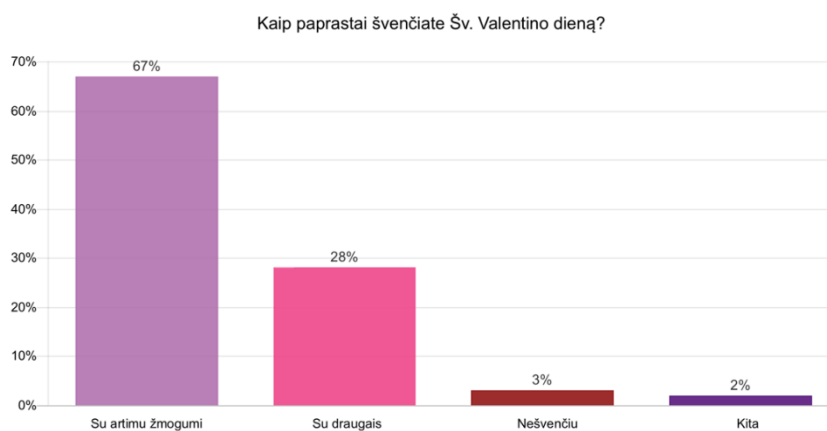
9 pav. „Ar švenčiate Šv. Valentino dieną?“

Antruoju klausimu „Kaip vertinate Šv. Valentino dieną?“. Šventės suvokimas pasiskirstė 53% apklaustųjų šią dieną įvardijo kaip reikšmingą meilės ir artumo šventę. 35 % respondentų teigė turintys neutralią nuomonę. 12 % ją vertina kaip komercinę šventę, skatinančią vartotojiškumą. Šie rezultatai parodo, kad daugiau nei pusė apklaustųjų (beveik 54 %) teigiamai vertina Valentino dienos prasmę ir laiko ją svarbia proga stiprinti ryšius su artimais žmonėmis. Tačiau maždaug trečdalis (35 %) atsakė neutraliai – tai gali reikšti, kad ši šventė jiems nėra nei ypatinga, nei trukdanti, todėl jie jos nesureikšmina. Kritišką požiūrį į Valentino dieną kaip komercinę šventę išreiškė maždaug 12 % apklaustųjų, kurie mano, jog šventės pagrindinis akcentas yra vartotojiškumas. Šis požiūris dažnai pasireiškia tarp žmonių, kritiškai vertinančių komercinių tradicijų skatinimą per globalizuotas šventes.



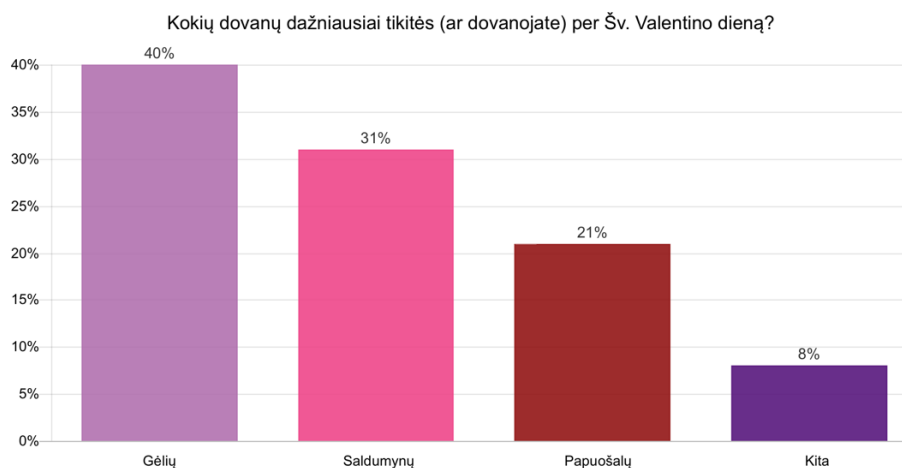
10 pav. „Kaip vertinate Šv. Valentino dieną?“

Trečiuoju klausimu „Kaip paprastai švenčiate Šv. Valentino dieną?“. Respondentų atsakymai parodė šventimo įpročių įvairovę, 67 % apklaustųjų laiką praleidžia su artimu žmogumi. 28 % šią dieną mini su draugais. Tik 3 % respondentų nurodė, kad Valentino dienos nešvenčia. Tarp pateiktų „kitų“ variantų paminėti leidimas laiko su šeima, tėvais arba seneliais. Šie rezultatai atskleidžia, kad Valentino diena dažniausiai yra švenčiama romantiškai – dauguma ją sieja su laiko praleidimu su partneriu. Šventimas su draugais taip pat populiarus, ypač tarp jaunesnio amžiaus žmonių arba tų, kurie nėra santykiuose. Kiti šventimo būdai, pavyzdžiui, su šeima, rodo platesnį šios dienos suvokimą – tai ne vien romantiškų porų šventė, bet ir galimybė paminėti artumą su kitais artimais žmonėmis.



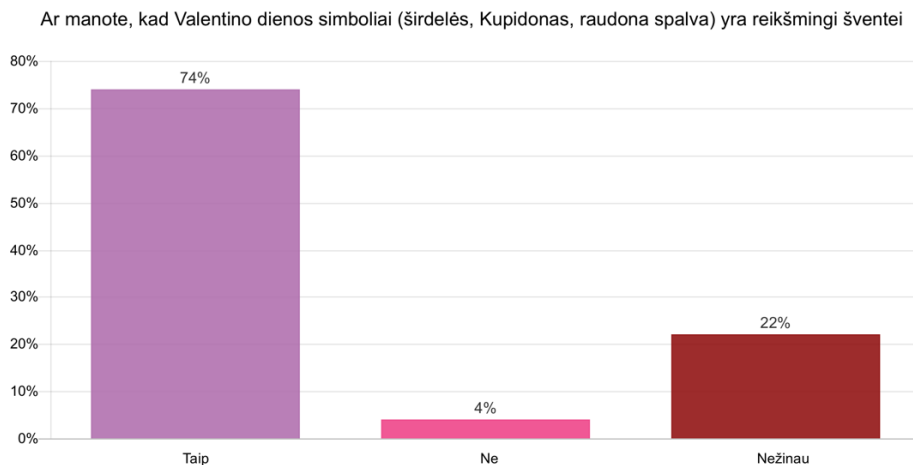
11 pav. „Kaip paprastai švenčiate Šv. Valentino dieną?“

Ketvirtuoju klausimu „Kokių dovanų dažniausiai tikitės (ar dovanojate) per Šv. Valentino dieną?“. Net 40 % respondentų tikėjosi gėlių. 31 % – saldumynų. 21 % – papuošalų. Be to, buvo minimi individualizuoti variantai: romantiškas laikas kartu, apatinis trikotažas, seksualios aprangos staigmenos, vakarienė ar net nieko. Šie duomenys parodo, kad tradicinės dovanos, tokios kaip gėlės ir saldumynai, tebėra pagrindinis pasirinkimas per Valentino dieną. Tačiau kai kurie paminėjo asmeniškėnes dovanas, pavyzdžiui, romantiškas staigmenas ar individualiai pagamintas vakarienes, o tai rodo kūrybingesnę ir intymesnę požiūrį į dovanojimo tradiciją.



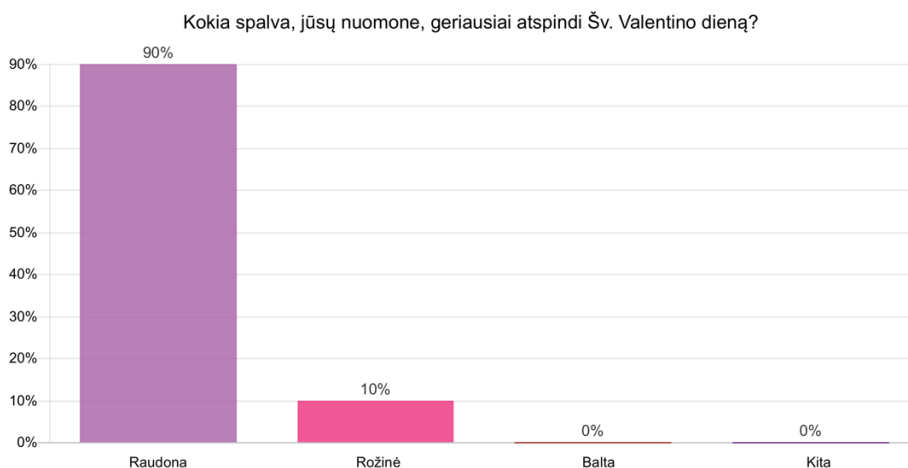
12 pav. „Kokių dovanų dažniausiai tikitės (ar dovanojate) per Šv. Valentino dieną?“.

Penktuoju klausimu „Ar manote, kad Valentino dienos simboliai (širdelės, Kupidonas, raudona spalva) yra reikšmingi šventei?“. Respondentų didžioji dalis 74 % teigė, kad šie simboliai yra svarbūs šventei. 22 % atsakė, kad nežino, ar jie reikšmingi. Tik 4 % respondentų manė, kad šie simboliai nėra reikšmingi. Simbolių svarbos pripažinimas rodo, kad dauguma apklaustųjų vertina Valentino dieną su ja siejamų tradicinių simbolių pagalba. Tai atspindi gilesnę šventės integraciją į kultūrą – simboliai padeda sustiprinti šventės emocinę reikšmę.



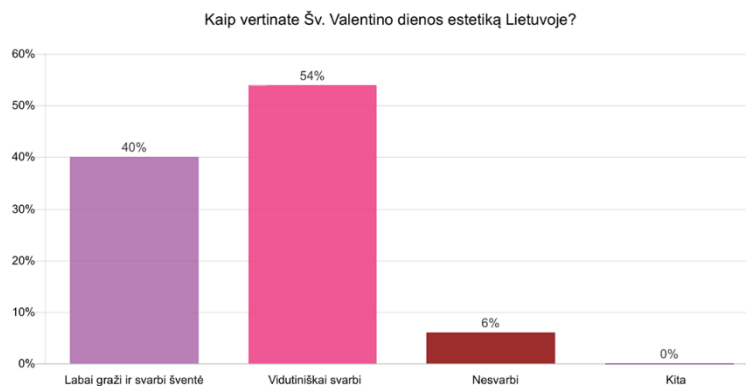
13 pav. „Ar manote, kad Valentino dienos simboliai (širdelės, Kupidonas, raudona spalva) yra reikšmingi šventei?“

Šeštoju klausimu „Kokia spalva, jūsų nuomone, geriausiai atspindi Šv. Valentino dieną?“. 90 % respondentų pasirinko raudoną spalvą. 10 % – rožinę spalvą. Raudonos spalvos dominavimas atspindi jos tradicinę reikšmę – ji simbolizuoja meilę, aistrą ir romantiką, todėl yra neatsiejama nuo Valentino dienos estetikos. Rožinė, mažiau populiori.



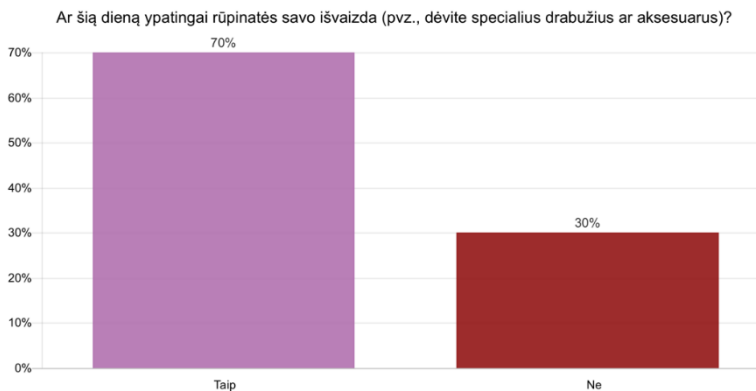
14 pav. „Kokia spalva, jūsų nuomone, geriausiai atspindi Šv. Valentino dieną?“

Septintuoju klausimu „Kaip vertinate Šv. Valentino dienos estetiką Lietuvoje?“. Estetika įvertinta taip: 54 % respondentų mano, kad šventė Lietuvoje yra vidutiniškai svarbi. 40% ją vertina kaip gražią ir svarbią. Tik 6 % respondentų manė, kad estetika jiems nesvarbi. Tai rodo, kad šventė Lietuvoje dar neturi ryškiai išsiskiriančios estetikos, tačiau dauguma ją laiko svarbia arba bent vidutiniškai reikšminga.



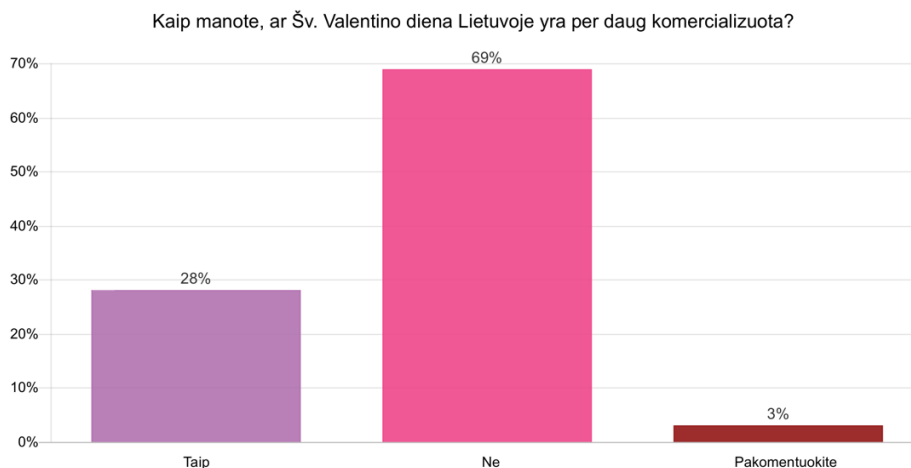
15 pav. „Kaip vertinate Šv. Valentino dienos estetiką Lietuvoje?“

Aštuntuoju klausimu „Ar šią dieną ypatingai rūpinatės savo išvaizda?“. 70 % apklaustųjų teigė, kad skiria dėmesį savo išvaizdai. 30 % atsakė, kad nesirūpina specialia apranga ar aksesuarais. Šie rezultatai rodo, kad Valentino diena daugumai yra proga ypatingai pasipuošti arba skirti papildomą dėmesį savo išvaizdai, nors trečdalis tam neskiria papildomų pastangų.



16 pav. „Ar šią dieną ypatingai rūpinatės savo išvaizda?“

Devintuoju klausimu „Kaip manote, ar Šv. Valentino diena Lietuvoje yra per daug komercializuota?“. 69 % apklaustųjų mano, kad Valentino diena nėra per daug komercializuota. 28 % respondentų teigė, kad šventė yra komercializuota. Nepaisant komercinių aspektų, dauguma apklaustųjų šią šventę vis dar suvokia kaip asmeniškai reikšmingą.



17 pav. „Kaip manote, ar Šv. Valentino diena Lietuvoje yra per daug komercializuota?“

Dešimtoju klausimu „Ar Lietuva turi savitą Valentino dienos šventimo stilių?“ Daugelis respondentų mano, kad Lietuva neturi savito šventimo stiliaus, o šventės tradicijos dažnai yra pasiskolintos iš Vakarų. Paminėtos tradicijos, tokios kaip meilės laišku siuntimas mokyklose, saldainių ir dovanų mainai, atspindi vaikystės prisiminimus arba bendrą šventės standartą.

Apklausa atskleidė, kad Valentino diena Lietuvoje yra reikšminga daugumai respondentų. Ji dažniausiai siejama su meile, artumu ir romantišku laiku kartu. Tradicinės dovanos ir simboliai išlieka svarbia šventės dalimi, tačiau individualizuotas požiūris į šventę vis labiau ryškėja. Valentino diena Lietuvoje dar nėra stipriai individualizuota kultūriškai, tačiau ji įgauna reikšmę per asmeninius ir emocinius ryšius.

3. MENINĖ DALIS

3.1. Kolekcijos „Būk mano Valetinas“ kūrybinė idėja

Bakalauro darbe pristatoma kolekcijos „Būk mano Valetinas“ kūrybinė idėja, įkvėpta Šv. Valentino dienos simbolikos ir estetikos. Kolekcija sukurta remiantis šios šventės emocine reikšme ir kultūriniais elementais, kuriuos perteikia simboliai, spalvos bei detalės (žr. pav. 18). Kolekcijoje naudojami tokie elementai kaip širdies motyvai, meilės simboliai, kurie išreiškiami dekoratyviniais akcentais drabužiuose.



18 pav. „Kolekcijos „Būk mano Valetinas“ meniniai eskizai (autorės iliustracija)

Kolekcijos drabužiuose dominuoja simboliai, perteikiantys meilę ir romantiką, pavyzdžiui, širdelės (žr. pav. 11, a; b), Kolekcijoje taip pat naudojami švelnūs pūkai, aksesuarai, prisegamos kojinės kurios suteikia elegantišką ir šventinės nuotaikos įvaizdį. Spalvų gama grindžiama tradicinėmis Valentino dienos spalvomis „Raudona“, kuri simbolizuoja meilę, aistrą ir romantiką.

Kolekcijos tikslas – išryškinti Valentino dienos emocinį grožį, atkreipiant dėmesį į asmeninio ryšio ir romantikos svarbą. Kuriant kolekciją, siekiama ne tik išsiskirti originalumu, bet ir pabrėžti šventės svarbą kaip progą puoselėti artimus santykius ir skirti dėmesį savo mylimiesiems. Kolekcija taip pat skatina kūrybiškumą ir interpretaciją, transformuojant įprastus šventės simbolius į avangardiškus ir drąsius dizaino sprendimus. Kolekcija „Būk mano Valetinas“ – tai šiuolaikiška romantikos vizija,

perteikiama per subtilius drabužių dizaino elementus, kurie skatina drąsiau priimti šventinę estetiką ir išreikšti savo unikalų stilių

3.2. „Būk mano Valentinas“ vartotojo portretas

Šis vartotojas yra drąsus, ekscentriškas ir nebijantis išsiskirti – tikras scenos žmogus, kuriam gyvenimas yra spektaklis. Jis mėgsta būti dėmesio centre, žavėti ir provokuoti aplinkinius. Kūrybiškumas, smalsumas ir polinkis išsakyti savo nuomonę paverčia jį unikaliu ir nenuspėjamu. Nepakantus monotonijai, jis nuolat ieško naujų būdų išreikšti save. Seksualumas jam yra viena iš pagrindinių saviraiškos formų – subtiliai ar akivaizdžiai, jis visada išlaiko rafinuotą, tačiau jausmingą estetiką. Jo stiliaus DNR – drąsa, seksualumas ir išskirtinumas. Drabužiai šiam vartotojui nėra tik funkcionalus. Jis renkasi rūbus, kurie pabrėžia jo kūno linijas, išryškina individualumą ir leidžia jam jaustis nenugalimu. Tai žmogus, kuris dievina provokuojančias, tačiau subtiliai rafinuotas detales. Judėjimas yra jo kasdienybė – jis dažnai keliauja, tyrinėja naujas vietas, semiasi įkvėpimo ir niekada neapsiriboja viena vieta ar viena idėja. Tai žmogus, kuris mėgaujasi gyvenimo malonumais, tačiau tai daro elegantiškai, su subtiliu maišto prieskoniu. Jis ne tik nebijantis būti ryškus ir pastebimas – jis gyvena tam, kad įkvėptų ir provokuotų. Kolekcijos kūriniai, pabrėžiantys seksualumą, drąsą ir išskirtinumą, jam yra tarsi antra oda, leidžianti išreikšti tiek savo vidinį maištą, tiek rafinuotą jausmingumą. Tai žmogus, kuris sugeba būti skandalingas ir elegantiškas vienu metu.



19 pav. Vartotojo portretas (autorės iliustracija)

3.3. Kolekcijos „Būk mano Valentinas“ koncepcija ir kūrybinė idėja



20 pav. „Kolekcijos „Būk mano Valentinas“ galutiniai meniniai eskizai (autorės iliustracija)

Bakalauro darbe pristatoma avangardinė kolekcija „Būk mano Valentinas“, kurios kūrybinė idėja remiasi Šv. Valentino dienos estetika ir simbolika. Kolekcija įkvėpta šios šventės emocinės prasmės ir vizualinių elementų, kurie perteikia meilės, romantikos ir jausmingumo temas. Kolekcijoje gausu Šv. Valentino dienai būdingų simbolių, tokių kaip širdelės, plunksnos, dekoratyviniai nėriniai, ir permatomi audiniai. Kolekcijoje dominuoja - Raudona, simbolizuojanti meilę, aistrą ir šventinę nuotaiką. Kolekcijos modelių dizainas jungia tradicinius Šv. Valentino simbolius, permatomus audinius, dekoratyvinius siuvinėjimus bei inovatyvius konstrukcinius sprendimus. Kolekcijos gaminiuose ryškios detalės, tokios

kaip plunksnomis dekoruoti kraštai, širdelės formos akcentai, nėriniai ir kūną atidengiančios skaidrios medžiagos. Kolekcijos „Būk mano Valentinas“ paskirtis – kūrybiškai interpretuoti Šv. Valentino dienos estetiką, paverčiant ją jausmingo dizaino drabužiais, kurie išreiškia romantiką ir individualią saviraišką. Ši kolekcija skirta įkvėpti žmones švęsti meilę. Ji taip pat siekia pabrėžti šventės universalumą – Valentino diena nėra tik porų šventė, bet ir proga išreikšti dėmesį artimiesiems ar švęsti individualumą.

Kolekcijos modeliai atspindi šventės emocinę ir vizualinę tapatybę, kviečia pažvelgti į tradicines temas per naują, šiuolaikišką prizmę. Be to, drabužių dizainas pabrėžia galimybę susieti mados kūrinius su asmeniniu stiliumi bei šventiniu džiaugsmu, kartu suteikiant progą interpretuoti Šv. Valentino dienos simboliką drąsiai ir originaliai.

4. TECHNOLOGINĖ DALIS

4.1. Medžiagos, mašinos, technologiniai procesai

Baigiamojo darbo kolekcijos įgyvendinimui buvo naudotos drabužių konstravimo, konstrukcinio modeliavimo technikos, siuvimo technologijos, kurios leido įgyvendinti estetiškai patrauklius ir techniškai sudėtingus gaminius. Kolekcijos drabužių siuvimui buvo naudojami įvairūs audiniai ir medžiagos (žr. 4.1 lentelę). Pateiktoje lentelėje (4.1) detalai aprašyti audiniai, medžiagos ir furnitūra, naudotos kiekvienam kolekcijos modeliui. Kiekvienam modeliui buvo naudojamos skirtinga siuvimo įranga ir furnitūros pritaikymas, siekiant sukurti funkcionalius ir dizaino požiūriu suderintus gaminius.

4.1 lentelė. Kolekcijoje naudojamos medžiagos ir furnitūra

		Medžiagos		
		Pagrindinės (viršaus) medžiagos	Pagalbinės (pamušalinės, įdėklinės) medžiagos	Furnitūra
1 modelis	Palaidinė	Tinklelis	-	Guma; Užtrauktukas; Sagtys; Plunksnos;
	Kelnės	Organza		
	Apatiniai	Polisteris		
2 modelis	Kailiniai	Dirbtinis kailis	Pamušalas	Guma; Spaustukai;
	Apatiniai	Polisteris		
3 modelis	Kailiniai	Dirbtinis kailis	Pamušalas	Elastinės juostelės; Sagtelės ir reguliatoriai; Spaustukai;
	Kelnaitės	Neriniai		
4 modelis	Sijonas	Tinklelis	Paklijavimas	Plunksnos; Guma; Liemėnės užsegimas; Elastinės juostelės; Sagtelės ir reguliatoriai;
	Apatinis trikotažas	Neriniai		
	Kepurė	Polisteris		
5 modelis	Dekoratyvinis diržas	Šifonas	-	Spaustukai; Izoliacinis vambzdis; Elastinės juostelės; Sagtelės ir reguliatoriai; Lankeliai;
	Apatinis trikotažas	Neriniai		

Pastaba: lentelė sudaryta darbo autorės

Pasirinkti audiniai ir medžiagos buvo kruopščiai atrinkti siekiant perteikti kolekcijos spalvų ir formų idėją meniniuose eskizuose. Kolekciją papildė plunksnos, kurios suteikia drabužiams išskirtinumo ir dinamiškumo.

4.2 lentelė. Kolekcijoje naudojami įrenginiai

	1 modelis			2 modelis		3 modelis		4 modelis		5 modelis		
	Palaidinė	Kelnės	Apatiniai	Kailiniai	Apatiniai	Kailiniai	Kelnaitės	Dekoratyvinis diržas	Apatinis trikotažas	Sijonas	Apatinis trikotažas	Kepurė
Pramoninė tiesiasiūlė mašina (JACK 4F)	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Pramoninė lyginimo sistema (BIEFFE MAXI VAPOR BF 004)	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Krašto apmėtymo mašina	x	x	x	x	x	x	-	x	-	x	-	-

Pastaba: lentelė sudaryta darbo autorės

Kolekcijos siuvimui buvo naudojamos mechaninės ir pramoninės siuvimo mašinomis. Taip pat pramoninis lygintuvas.

4.2. Drabužių kolekcijos technologiniai sprendimo būdai

Dekoratyvinio diržo gamyba buvo atliekama taikant netradicinius metodus ir medžiagas. Diržo širdelės dekoro akcentas buvo suformuotas naudojant vamzdžių apšiltinimas ir vielą, leidusią suteikti konstrukcijai tvirtumo bei lankstumo. Širdelės formos detalė buvo suformuota ir apsiūta šifono audiniu. Širdelė prie diržo pritvirtinta naudojant spaudes. Nugaroje prie širdelės užmautas šifono šleifas, kuris suteikė gaminiui judesio dinamiką ir eleganciją. Plunksnų dekoras suteikė diržui išskirtinumo ir papildė bendrą kolekcijos stilistiką.



a



b

21 pav. a –Baigtas gaminys, b – Formuojama širdelė

Plunksnos buvo naudojamos įvairiose kolekcijos detalėse: palaidinėje, ant kepurės ir dekoratyvinio diržo. Kiekviena plunksna buvo kruopščiai prisiūta rankomis, siekiant išlaikyti simetriškumą ir estetiką. Šios detalės buvo derinamos su lengvais audiniais, tokiais kaip šifonas ar tinklelis, kad dar labiau išryškintų gaminių lengvumą.



a



b

22 pav. a – Širdelės formos kepurė, b – Palaidinė

4.3. Kolekcijos „Būk mano Valentinas“ fotosesija

Kolekcijos „Būk mano Valentinas“ fotosesija vyko dviem etapais, siekiant perteikti drabužių dizainą ir jų emocinę bei estetinę prasmę. Pirmoji fotosesija buvo atlikta baltoje studijoje, kur neutralus fonas padėjo maksimaliai išryškinti kolekcijos drabužių formas, spalvas ir detales. Šis minimalizmas leido visą dėmesį sutelkti į kūrinių unikalumą ir simboliką.

Antroji fotosesija, vykusi Bulgarijos sostinėje Sofijoje per „Erasmus“ išvažiuojamąją praktiką, įtraukė studijos interjero detales, kurios suteikė fotosesijai gilesnį kontekstą ir romantiškos atmosferos įspūdį. Šios erdvės detalės puikiai papildė kolekcijos estetiką, pabrėždamos jos jausmingumą ir subtilų rafinuotumą. Abiejų fotosesijų kontrastas padėjo visapusiškai atskleisti kolekcijos idėją – nuo minimalistinio dizaino išryškinimo iki emocinio istorijos perteikimo per aplinką.







23 pav. Kolekcijos „Ekscentriškas” fotosesija

4.4. Modelių aprašymai ir jų specifikacijos

4.4.1. Modelis nr. 1

Pirmą modelį sudaro širdelės formos kepurė, sijonas, braletė ir kelnaitės.

Kepurė sudaryta iš keturių dalių. Visos detalės dubliuotos klajiniu įdėklų, kad išlaikytų reikiamą formą. Detalės tarpusavyje sujungtos siūlėmis, o siūlių vietose atliktas raukimas, kad būtų suformuotas išgaubimas. Kepurės konstrukcijai pritvirtintos dekoratyvinės juostelės (raišteliai). Rankiniu dygsniu prisiūtos plunksnos.

Sijonas prigludusio silueto, maxi ilgio. Audinio šoninės siūlės buvo raukiamos ir sujungiamos siūlėmis, siekiant sukurti norimą apimtį ir formą. Juosmuo su prisiūta guma.

Braletė pasiūta iš nėrinio. Konstrukcijoje naudojami petnešėlių reguliatoriai ir žiedeliai, leidžiantys reguliuoti ilgį pagal poreikį. Nugaroje įsiūtas užsegimas, kuris užtikrina patogų dėvėjimą ir funkcionalumą.

Kelnaitės siaurikės iš nérinio, o intymioje zonoje pritaikytas bambukinis pamušalas (klynelis). Kraštai apdoroti dekoratyvine juostele. Ant klubų prisiūtos tamprios elastingės juostelės, kurios užtikrina patogų dėvėjimą ir tvirtą prigludimą

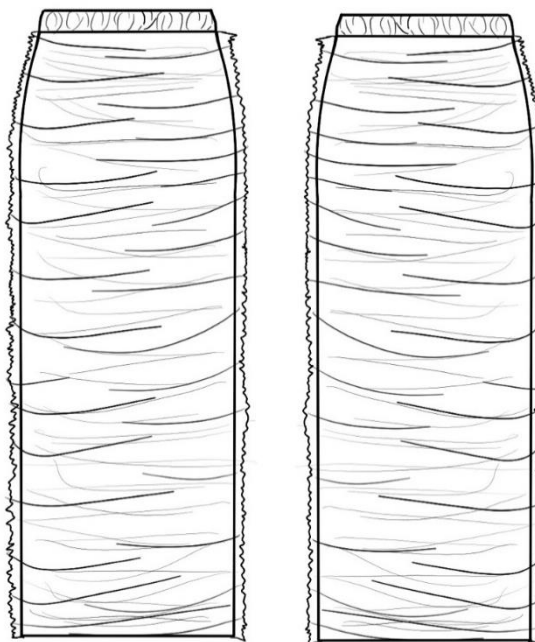


24 pav. Pirmas kolekcijos modelis – kepurė

4.3 lentelė. Kepurės lekalų brėžiniai

Eil. nr.	Lekalo pavadinimas	Detalių skaičius	Lekalų brėžiniai (eskizai)
1 kolekcijos modelis – Kepurė			
1	Priekis	4	

Pastaba: lentelė sudaryta darbo autorės

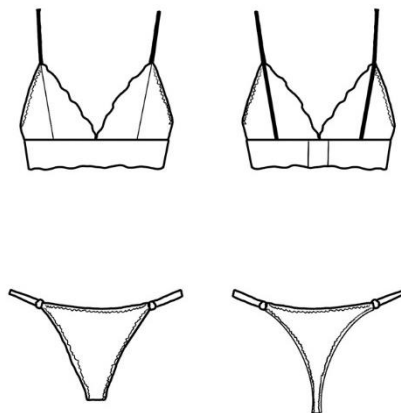


25 pav. Pirmas kolekcijos modelis – sijonas

4.4 lentelė. Sijono lekalų brėžiniai

Lekalo nr.	Lekalo pavadinimas	Detalių skaičius	Lekalų brėžiniai (eskizai)
1 kolekcijos modelis – Sijonas			
1	Priekinė puselė	1	
2	Užpakalinė puselė	1	

Pastaba: lentelė sudaryta darbo autorės



26 pav. Pirmas kolekcijos modelis – apatinis trikotažas

4.5 lentelė. Apatinio trikotažo lekalų brėžiniai.

Lekalo nr.	Lekalo pavadinimas	Detalių skaičius	Lekalų brėžiniai (eskizai)
1 kolekcijos modelis – Apatinis trikotažas			
1	Kaušelio detalė	2	
2	Kaušelio detalė	2	
3	Juosta krūtine po	1	
4	Kelnaičių	1	
5	Kelnaičių priekis	1	
6	Klynelis	1	

Pastaba: lentelė sudaryta darbo autorės

4.4.2. Modelis nr. 2

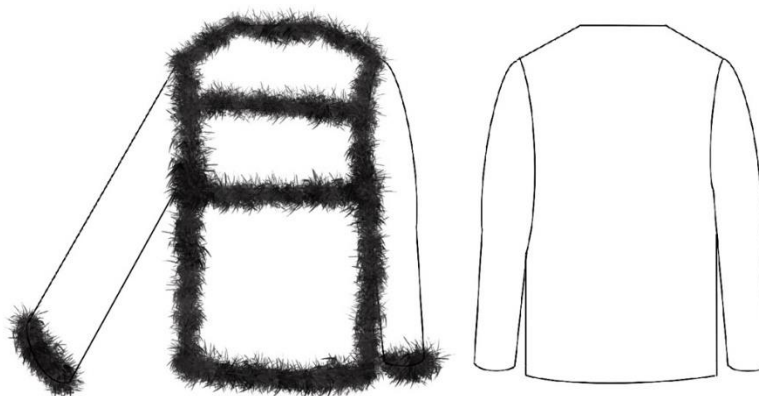
Antrą modelį sudaro palaidinė, kelnės ir apatiniai.

Palaidinė tiesaus silueto, ilgis iki klubų. Rankovės įsiūtinės, viensiūlės, ilgos. Be apykaklės, priekaklis apvalus. Palaidinė pasiūta iš tampraus raudono tinklelio audinio. Krūtinės dalis iškirpta.

Rankiniais dygsniais prisiūtos dekoratyvinės plunksnos, kurios dengia krūtinės sritį, priekaklį ir rankovės apačią.

Kelnių siluetas trapecinis, plėtėja žemyn, ilgis siekia grindis. Šoninės kišenės. Juosmuo prisiūtinis, užsegimui naudojamas užtrauktukas ir kilpelė.

Apatiniai – trikampi formos, juosmuo apjuostas elastinga juosta.

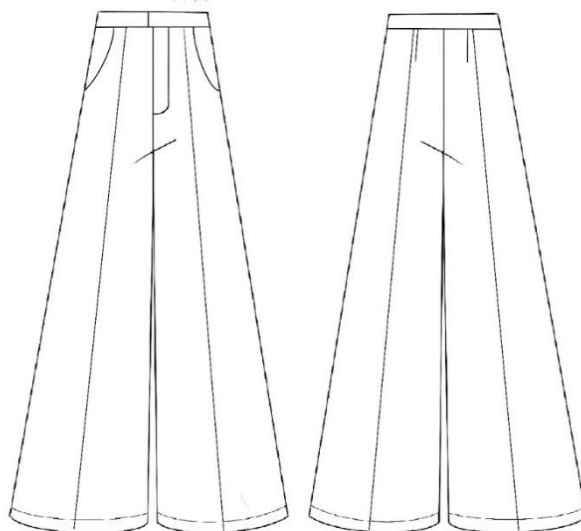


27 pav. Antras kolekcijos modelis – Palaidinė

4.6 lentelė. Palaidinės lekalų brėžiniai.

Lekalo nr.	Lekalo pavadinimas	Detalių skaičius	Lekalų brėžiniai (eskizai)
2 kolekcijos modelis – Palaidinė			
1	Priekis	1	
2	Nugara	1	
3	Rankovė	2	

Pastaba: lentelė sudaryta darbo autorės

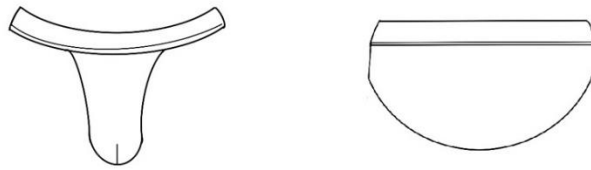


28 pav. Antras kolekcijos modelis – kelnės

4.7 lentelė. Kelnų lekalų brėžiniai.

Lekalo nr.	Lekalo pavadinimas	Detalių skaičius	Lekalų brėžiniai (eskizai)
2 kolekcijos modelis – Apatinis trikotažas			
1	Priekis	2	
2	Nugara	2	
3	Kišenė	1	
4	Juosmuo	1	
5	Lystelė po užtrauktuku	1	

Pastaba: lentelė sudaryta darbo autorės



29 pav. Antras kolekcijos modelis – apatiniai

4.8 lentelė. Apatinių lekalų brėžiniai

Lekalo nr.	Lekalo pavadinimas	Detalių skaičius	Lekalų brėžiniai (eskizai)
2 kolekcijos modelis – Apatiniai			
1	Priekis	1	
2	Nugara	1	

Pastaba: lentelė sudaryta darbo autorės

4.4.3. Modelis nr. 3

Trečią modelį sudaro liemenėlė, kelnaitės ir dekoratyvinis diržas.

Kelnaitės aukštu liemeniu, pasiūtos iš nėrinių, intymioje zonoje pritaikytas bambukinis pamušalas (klynelis). Kelnaitės kraštai apsiūti dekoratyvine tampria elastine juostele.

Liemenėlė T formos kaušelio, liemenėlė su lankeliais krūtinės formavimui. Kaušelių pagrindas turi papildomą pakietinimo sluoksnį, išorinis kaušelių sluoksnis dengtas dekoratyviniais nėriniais. Petnešėlės reguliuojamos, nugaros užsagas trijų lygių kabliukais.

Dekoratyvinio diržo širdelės sukurtos iš tvirtos vielos, apvilktos izoliaciniu vamzdeliu, užtikrinančiu formą ir stabilumą, diržas apsiūtas šifonu, ir dekoruotos plunksnomis, prisiūtomis rankiniais dygsniais. Prie nugaros esančios širdelės pritvirtintas ilgas šifono šleifas. Širdelės sujungtos su diržu spaudėmis, leidžiančiomis lengvai nuimti ar uždėti dekoratyvines detales.

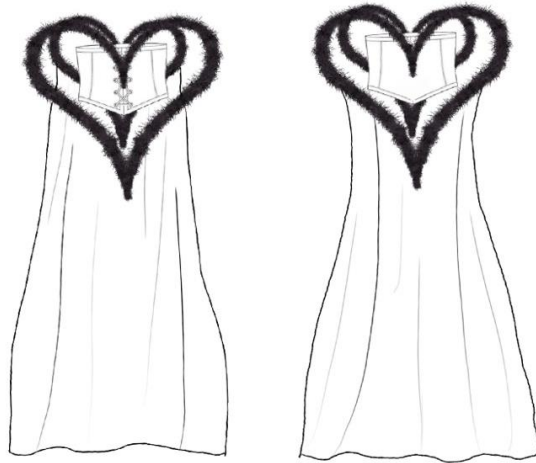


30 pav. Trečias kolekcijos modelis – apatinis trikotažas

4.9 lentelė. Apatinio trikotažo lekalų brėžiniai

Lekalo nr.	Lekalo pavadinimas	Detalių skaičius	Lekalų brėžiniai (eskizai)
3 kolekcijos modelis – Apatinis trikotažas			
1	Viršutinė pusė	2	
2	Apatinė pusė	2	
3	Diržo kaušelio detalė	2	
4	Diržo nugarinė detalė	2	
5	Kelnaičių priekis	1	
6	Kelnaičių nugarą	1	
7	Klynelis	1	

Pastaba: lentelė sudaryta darbo autorės



31 pav. Trečias kolekcijos modelis – apatinis trikotažas

4.10 lentelė. Dekoratyvinio diržo lekalų brėžiniai

Eil. nr.	Lekalo pavadinimas	Detalių skaičius	Lekalų brėžiniai (eskizai)
1 kolekcijos modelis – Diržas			
1	Šleifas	1	

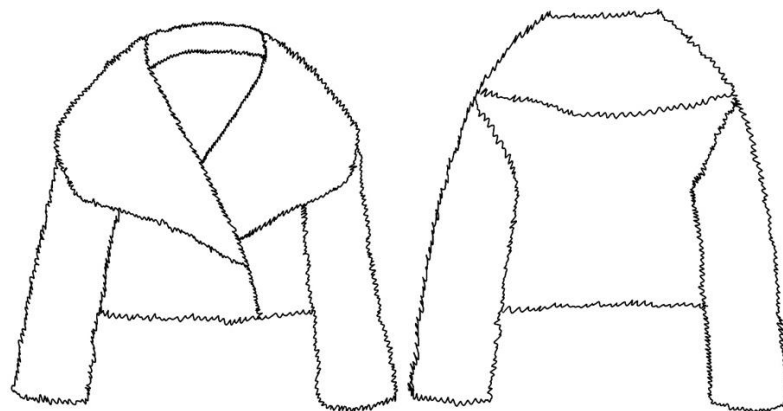
Pastaba: lentelė sudaryta darbo autorės

4.4.4. Modelis nr. 4

Ketvirtą modelį sudaro kailiniai ir nérinių kelnaitės.

Kailiniai trumpi, tiesaus silueto, iš dirbtinio kailio. Šalinė apykaklė. Rankovės įsiūtinės, vienasiuilės, ilgos. Kailiniai su pamušalu. Užsagas vienaeilis, spaudėmis.

Kelnaitės siaurikės pasiūtos iš nėrinio, klynelis prisiūtas iš natūralios bambukinės medžiagos. Kraštai apdoroti dekoratyvine elastine juostele, elastingės juostelės klubų šonuose.

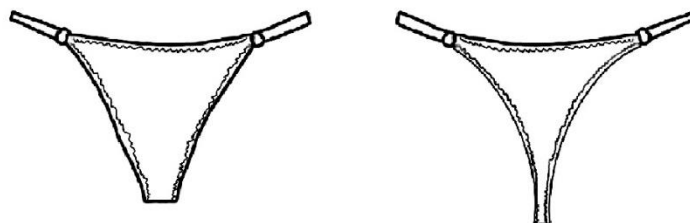


32 pav. Ketvirtas kolekcijos modelis – trumpi kailiniai

4.11 lentelė. Trumų kailinių lekalų brėžiniai

Lekalo nr.	Lekalo pavadinimas	Detalių skaičius	Lekalų brėžiniai (eskizai)
4 kolekcijos modelis – trumpi kailiniai			
1	Priekis	1	
2	Nugara	1	
3	Rankovė	2	

Pastaba: lentelė sudaryta darbo autorės



33 pav. Ketvitas kolekcijos modelis – kelnaitės

4.12 lentelė. Kelnaičių lekalų brėžiniai

Lekalo nr.	Lekalo pavadinimas	Detalių skaičius	Lekalų brėžiniai (eskizai)
4 kolekcijos modelis – kelnaitės			
1	Kelnaičių Priekis	1	
2	Kelnaičių Nugara	1	
3	Klynelis	1	

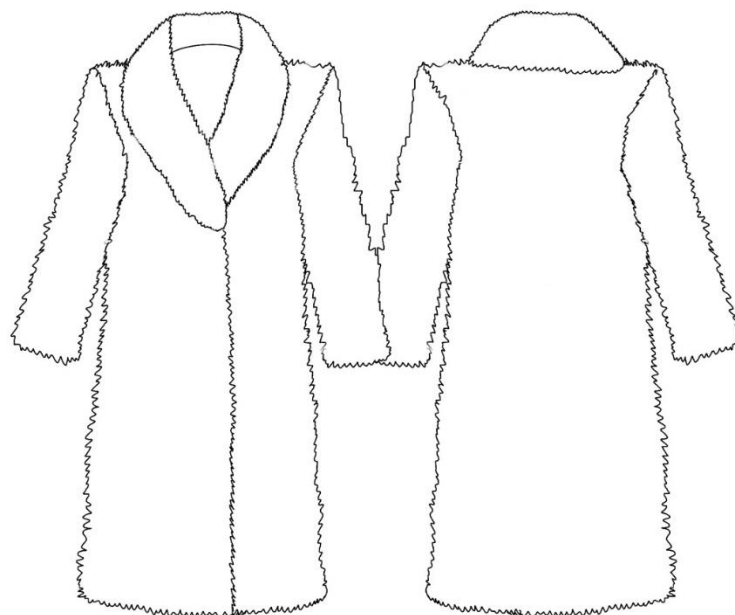
Pastaba: lentelė sudaryta darbo autorės

4.4.5. Modelis nr. 5

Penktą modelį sudaro kailiniai ir apatiniai.

Kailiniai tiesaus silueto, ilgi, iš dirbtinio kailio. Šalinė apykaklė. Rankovės įsiūtinės, vienasiuolės, ilgos. Kailiniai su pamušalu. Užsagas vienaeilis spaudėmis.

Apatiniai – trikampio formos, sukurti iš raudono poliesterio. Juosmuo apjuostas elastinga juosta. Visos kraštų siūlės apdorotos naudojant plokščiasiuolę siuvimo mašiną.

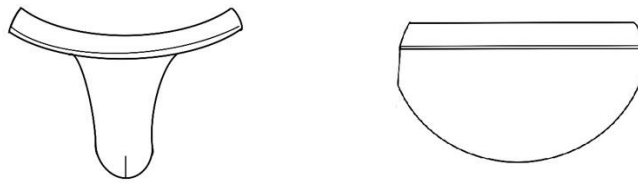


34 pav. Penktas kolekcijos modelis – ilgi kailiniai

4.13 lentelė. Ilgų kailinių lekalų brėžiniai

Lekalo nr.	Lekalo pavadinimas	Detalių skaičius	Lekalų brėžiniai (eskizai)
5 kolekcijos modelis – ilgi kailiniai			
1	Priekis	1	
2	Nugara	1	
3	Rankovė	2	

Pastaba: lentelė sudaryta darbo autorės



35 pav. Penktas kolekcijos modelis – apatiniai

4.14 lentelė. Apatinių lekalų brėžiniai

Lekalo nr.	Lekalo pavadinimas	Detalių skaičius	Lekalų brėžiniai (eskizai)
5 kolekcijos modelis – Apatiniai			
1	Priekis	1	
2	Nugara	1	

Pastaba: lentelė sudaryta darbo autorės

5. EKONOMINĖ DALIS

5.15 lentelė. Drabužių kolekcijos kūrimo išlaidos

Išlaidų kategorija	Subkategorija	Išlaidos (EUR)	Pastabos
Eskizavimas ir koncepcija	Popierius, pieštukai, markeriai	25	Eskizų kūrimui naudojamos medžiagos
	Dizaino programinė įranga (photoshop, adobe illustrator, procreate)	291	Prenumeratos
	Konsultacijos su specialistais	450	Apatinio trikotažo siuvimo kursai
Audiniai ir medžiagos	Pagrindiniai audiniai	387	Neriniai, organza, tinklelis, polisteris, dirbtinis kailis, šifonas, pamušalas.
	Papildomos detalės	152	Užtrauktukas, siūlai, liemenuko užsegimai, kabliukai, elastinė juostelė, guma, regulatoriai ir žiedeliai, plunksnos
Prototipų gamyba	Siuvimo paslaugos	235	Prototipų siuvimas pagal eskizus
	Siuvimo įrankiai ir reikmenys	78	Adatos, siūlai, liniuotės, lekalinės liniuotės, siuvimo mašinos nuoma
	Audinių pavyzdžiai	65	Medžiagų testavimui
Galutiniai drabužiai	Siuvimo paslaugos	860	Galutinių gaminių siuvimas
Fotosesija ir reklama	fotografavimas	350	Fotografas, lokacija, apšvietimas.
	Modeliai	500	Modelių paslaugų įkainiai, modelių makiažas ir šukuosenos
Kita	Transportavimas	50	Medžiagų ir gaminių pervežimas
Iš viso:	3443,00 EUR		

Pastaba: lentelė sudaryta darbo autorės

Kolekcijos „Būk mano Valentino“ kūrimo procesas pareikalavo 3443,00 EUR išlaidų, kurios buvo paskirstytos įvairioms kategorijoms. Eskizavimui ir koncepcijos kūrimui skirta 766 EUR, įskaitant medžiagas, dizaino programinę įrangą ir konsultacijas su specialistais, kaip apatinio trikotažo siuvimo kursai. Audinių ir medžiagų kategorijai buvo išleista 604 EUR, įsigyjant pagrindinius audinius, nérinius, detales ir atliekant medžiagų testavimus. Prototipų gamybai bei siuvimo įrankiams skirta 378 EUR. Galutinių drabužių siuvimui skirta reikšminga dalis – 860 EUR. Fotosesijai ir reklamai išleista 850 EUR, įskaitant fotografavimą ir modelių paslaugas. Taip pat 50 EUR skirta kolekcijos medžiagų transportavimui. Šios investicijos leido sukurti estetišką kolekciją.

IŠVADOS

1. Šv. Valentino dienos ištakos siekia senovės Romos Luperkalijas – vaisingumo ir gamtos atsinaujinimo šventę. Vėliau šventė transformavosi į krikščionišką šventojo Valentino minėjimą, simbolizuojantį pasiaukojimą ir ištikimybę. Viduramžiais, ypač per riterių kultūros įsigalėjimą, vasario 14-oji pradėjo asocijuotis su romantine meile. Šiandien ši diena yra globalus kultūrinis reiškinys, įgavęs vartotojiškos kultūros bruožų, tačiau išlaikęs emocinę ir simbolinę reikšmę.

2. Lietuvoje Šv. Valentino diena pradėta švęsti XX a. pabaigoje, kai šalis įsitraukė į globalizacijos procesus. Šventė greitai išpopuliarėjo, ypač tarp jaunimo, kaip meilės ir draugystės simbolis. Populiariausios šventės tradicijos – „Valentino paštas“, gėlių, šokolado ir dovanų keitimas. Dažniausiai naudojami simboliai – širdelės, raudona spalva ir Kupidonas – prisideda prie šventės vizualinio ir emocinio patrauklumo.

3. Šv. Valentino dienos estetika – širdelės, raudona ir rožinė spalvos, nėriniai, plunksnos bei kiti jausmingumą išreiškiantys elementai – tapo svarbiu įkvėpimo šaltiniu mados ir dizaino kūrėjams. Pavyzdžiui, garsūs mados namai, tokie kaip „Valentino“ ir „Dolce & Gabbana“, savo kolekcijose dažnai naudoja romantikos ir meilės simboliką, kurdami teatrališkus ir jausmingus dizaino sprendimus.

4. Atliekant apklausą paaiškėjo, kad dauguma Lietuvos gyventojų (63 %) švenčia Šv. Valentino dieną, o 74 % respondentų mano, kad šventės simboliai yra reikšmingi. Populiariausios dovanos yra gėlės (40 %) ir saldumynai (31 %), o raudona spalva neabejotinai siejama su švente (90 %). Nepaisant tam tikros kritikos dėl komercializacijos, dauguma apklaustųjų teigė, kad ši šventė yra svarbi asmeninių ryšių stiprinimui.

5. Kolekcija „Būk mano Valentinas“ įkvėpta Šv. Valentino dienos estetikos ir simbolikos. Kuriant kolekciją naudota raudona spalva, širdelės, plunksnos bei pematomi audiniai, pabrėžiantys romantikos ir jausmingumo temą. Taikyti drabužių konstravimo, modeliavimo ir siuvimo technologiniai sprendimai leido sukurti estetiškus ir techniškai sudėtingus modelius. Kolekcijos tikslas – perteikti Šv. Valentino dienos jausminį grožį, skatinti šventės šventimą ir individualią saviraišką šiuolaikinėje madoje. Tyrimai – literatūros analizė, pavyzdžių nagrinėjimas ir apklausos rezultatai – padėjo formuoti kolekcijos koncepciją ir užtikrinti, kad ji atitiktų šiuolaikinės visuomenės poreikius.

LITERATŪRA IR KITI INFORMACIJOS ŠALTINIAI

1. (Glamobserver.com) (2024) Prieiga: <https://glamobserver.com/the-history-of-the-valentino-red-dress/>
2. Beard, M., North, J., & Price, S. (1998). Religions of Rome: Volume 1: A History. Cambridge University Press.
3. Britannica.comi (2024) Prieiga: <https://www.britannica.com/topic/Venus-of-Urbino>
4. Elliot, A. J., & Maier, M. A. (2014). Color-in-Context Theory. *Advances in Experimental Social Psychology*
5. Enciklopedija Lietuvai ir pasauliui. (2025). Prieiga: <https://www.vle.lt>
6. Enciklopedija.lt (2024) Šv. Valentinas. Prieiga: [<https://www.enciklopedija.lt/sv-valentinas/>]
7. Fashionista. (2015). Dolce & Gabbana Spring 2015 Milan Fashion Week Review. Prieiga: <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2015-ready-to-wear/dolce-gabbana>
8. Fashionista. (2022). The Role of Heart Motifs in Modern Design. Prieiga: <https://fashionista.com/2019/07/fashion-designers-muses-inspiration>
9. Forbes.com(2020). Prieiga: <https://www.forbes.com/sites/abrambrown/2020/02/14/cupids-capitalist-meet-esther-howland-the-19th-century-creator-of-the-modern-valentine/>
10. Gage, J. (1993). Color and Meaning: Art, Science, and Symbolism. Thames & Hudson.
11. Glam Observer. (2023). The history of the Valentino Red Dress. Prieiga: <https://glamobserver.com/the-history-of-the-valentino-red-dress/>
12. Harper's Bazaar. (2015). Dolce & Gabbana Spring 2015: Spanish Inspirations. Prieiga: <https://www.harpersbazaar.com/beauty/hair/advice/a3681/dolce-and-gabbana-spring-2015-beauty/>
13. Hornblower, S., & Spawforth, A. (2014). The Oxford Classical Dictionary. Oxford University Press.
14. JSTOR Daily. (2023). The Origins of St. Valentine's Day. Prieiga per internetą: <https://www.sttammanylibrary.org/blogs/post/the-history-and-origin-of-st-valentines-day/>
15. Library of Congress. (2023). Valentine's Day Through History. Prieiga: <https://www.thecollector.com/what-is-the-history-of-valentines-day/>
16. Lietuvių žodynas. (2025). Prieiga: https://www.lietuviuzodynas.lt/#google_vignette
17. McKevitt, S. (2012). Consumerism and the Birth of Modern Valentine's Day. *Journal of Consumer Culture Studies*.

18. Miles, R. (2002). Carthage Must Be Destroyed: The Rise and Fall of an Ancient Civilization. Penguin Books
19. Paoletti, J. T., & Radke, G. M. (2005). Art in Renaissance Italy. Laurence King Publishing.
20. Pastoureau, M. (2017). Red: The History of a Color. Princeton University Press.
21. SCMP. (2022). What is Valentino Red and how did it come to be? Prieiga: <https://www.scmp.com/magazines/style/luxury/article/3199099/what-valentino-red-and-how-did-it-come-be-fashion-brands-red-dresses-worn-rihanna-scarlett-johansson>
22. Sellingantiques.co.uk (2024) Prieiga: <https://www.sellingantiques.co.uk/521025/carl-wilhelm-de-hamilton-1668-1754the-parliament-of-the-birds/>
23. The Collector. (2023). What Is the History of Valentine's Day? Prieiga: <https://www.thecollector.com/what-is-the-history-of-valentines-day/>
24. The Evolution of Valentine's Day. (2023). *University of Worcester Academic Blog*. Prieiga: <https://www.worcester.ac.uk/about/news/academic-blog/psychology-blogs/The-Evolution-of-Valentines-Day.aspx>
25. The History of Valentine's Day. History.com. (2024). Prieiga: <https://www.history.com/topics/valentines-day/history-of-valentines-day-2>
26. Vakarų vėjai. (2021). Kaip ir iš kur atsirado Valentino diena? Prieiga per internetą: <https://vakaruvejai.com/2021/02/12/kaip-ir-is-kur-atsirado-valentino-diena/>
27. Ve.lt. (2022). Mildos diena - lietuviška meilės šventė. Prieiga: <https://ve.lt/gyvenimas/kultura/saules-ratas-mildos-diena-lietuviska-meiles-svente>
28. Ve.lt. (2004). Kaip atsirado meilės diena? Prieiga: <https://ve.lt/naujienos/lietuva/lietuvos-naujienos/kaip-atsirado-meiles-diena-383815>
29. Vogue. (2015). Dolce & Gabbana Spring 2015 Ready-to-Wear Collection. Prieiga: <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2015-ready-to-wear/dolce-gabbana>
30. Vogue. (2015). Dolce & Gabbana Spring 2015 Ready-to-Wear Collection. Prieiga: <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2015-ready-to-wear/dolce-gabbana>
31. Welovelithuania.com (2024). Prieiga: <https://welovelithuania.com/lietuviskoji-meiles-diena-deives-mildos-svente-siauliu-rajono-savivaldybes-etnines-kulturos-ir-tradiciniu-amatu-centre/>
32. Worcester University. (2023). The Evolution of Valentine's Day. Prieiga: <https://www.worcester.ac.uk/about/news/academic-blog/health-and-wellbeing-blogs/The-Evolution-of-Valentines-Day.aspx>

PRIEDAI

Empirinis tyrimas – anketinė apklausa

Sveiki, esu Rugilė Kaikarytė, mados dizaino studijų bakalaurantė Kauno kolegijos Menų akademijoje. Ši apklausa siekia išsiaiškinti, kaip Šv. Valentino diena yra švenčiama ir suvokiama Lietuvoje. Apklausos metu norime sužinoti jūsų nuomonę apie šventės tradicijas, estetinius aspektus, simbolių reikšmę bei šventės svarbą kasdienybėje. Jūsų atsakymai padės geriau suprasti, kaip ši šventė pritaikoma prie lietuviškos kultūros ir kokią vietą ji užima mūsų visuomenėje. Apklausa yra anoniminė, o jos užpildymas užtruks apie 5 minutes. Dėkojame už jūsų laiką ir nuoširdžius atsakymus!

Įvesk savo duomenis:

Lytis

Amžius

1. Ar švenčiate Šv. Valentino dieną?

Taip

Ne

Kartais

Kodėl ne, pakomentuokite kodėl.

2. Kaip vertinate Šv. Valentino dieną?

Man svarbi meilės ir artumo šventė

Tai komercinė šventė, skatinanti vartotojiškumą

Turiu neutralią nuomonę

Kita

3. Kaip paprastai švenčiate Šv. Valentino dieną? (keli galimi atsakymai)

Su artimu žmogumi

Su draugais

Nešvenčiu

Kita

4. Kokių dovanų dažniausiai tikitės (ar dovanojate) per Šv. Valentino dieną? (keli galimi atsakymai)

Gėlių

Saldumynų

Papuošalų

Kita

5. Ar manote, kad Valentino dienos simboliai (širdelės, Kupidonas, raudona spalva) yra reikšmingi šventei

Taip

Ne

Nežinau

6. Kokia spalva, jūsų nuomone, geriausiai atspindi Šv. Valentino dieną? (keli galimi atsakymai)

Raudona

Rožinė

Balta

Kita

7. Kaip vertinate Šv. Valentino dienos estetiką Lietuvoje?

Labai graži ir svarbi šventė

Vidutiniškai svarbi

Nesvarbi

Kita

8. Ar šią dieną ypatingai rūpinatės savo išvaizda (pvz., dėvite specialius drabužius ar aksesuarus)?

Taip

Ne

9. Kaip manote, ar Šv. Valentino diena Lietuvoje yra per daug komercializuota?

Taip

Ne

Pakomentuokite

10. Ar manote, kad Lietuva turi savitą Valentino dienos šventimo stilių? Kodėl? Gal tiksliau kokį, kaip apibūdintumėte?

Kolekcijos „Būk mano Valentinu“ ekonominiai skaičiavimai.

Projekto vertės apskaičiavimas:

Eil. Nr.	Projekto vertės struktūra	Suma, Eur.
1.	Projekto darbų savikaina	3443,00
2.	Pelnas 30 proc.	1032,9
	Projekto pardavimo užsakovui kaina:	4475,9

Pastaba: lentelė sudaryta darbo autorės

Kolekcijas „Būk mano Valentīnu“ fotosesija.











