

**RĪGAS STILA UN MODES PROFESIONĀLĀ  
VIDUSSKOLA**

**DARBA NOSAUKUMS: “MODES ATTĪSTĪBA”**

**LUDMILA FJODOROVA, IZGLĪTĪBAS ZINĀTŅU  
MAGISTRS**

**PRIEKŠMETS: “FRIZŪRU DIZAINS UN  
KOMPOZĪCIJA”**

# MATERIĀLA SATURS

---

Kas ir mode

Mode kā dzīves stils

Modes attīstība

Modes atkārtošana

Modes tendence 2016

Modes speciālās funkcijas

Mode kā vērtība

Modes prognozēšana

# KAS IR MODE

Vārds “mode” cēlies no latīņu vārda “modus”, tā nozīme – mērs, tēls, pielietojums.

Mode ir formu, proporciju apgēriba un frizūras elementu svārstības kāda noteikta stila robežās.

Mode – noteiktā laika periodā visizplatītākais un visatzītākais kā arī gaumes, skaistuma ideālu valdīšana noteiktā laikā, un izpaužas dažādos sadzīves priekšmetos: telpā, arhitektūrā, apgērbā, frizūrās.

# KAS IR MODE

- ✘ **Mode** un māksla balstās uz asociācijām, iespaidiem. Asociācija – kādu parādību, jūtu, emociju, estētisko ideālu izteikšana savā stilā. Katrā laikmetā dominē kāds noteikts tēls – ideāls, tādēļ mode un mākslinieks atrodas īpatnējās attiecībās.
- ✘ **Mode** kā estētikas kategorija vada mūsu gaumi un veido skaistuma izpratni. Pret modes maiņu jāizturas kā pret izmaiņām estētisko ideālu sfērā un jāapzinās, ka mūžīgās mainības un kustība likumsakarības, kā arī termins „patikt” sev un pārējiem veido nepārtrauktu modes attīstību.
- ✘ **Modes** mehānisms balstās uz cilvēku savstarpējām attiecībām, rūpniecisko piedāvājumu un pieprasījumu. Modes mehānisms ir saistīts ar biznesu, jo pieprasītās modes preces ir relatīvi dārgākas par to faktisko izmaksu un tādēļ nes peļņu.

# MODE KĀ DZĪVES STILS

Tā ir sevis apliecināšana caur dzīves veidu noteiktā sabiedrībā.

Dzīves veids jeb stils tas ir paradumu, tradīciju, kultūras un uzvedības normu kopums. Tas vieno un tajā pašā laikā atšķir cilvēkus, kā arī apmierina to vajadzības pēc kaut kā jauna, tēlaina, interesanta un veido savdabīgu mikrotilu.

Daļa cilvēku sava stila veidošanai izmanto kāda laikmeta ideālu vai sava laika konkrētu personību, kuru dublē un idealizē.

# MODE – TAS IR ATDARINĀJUMS

Modes galveno līniju neveido neviens, tā aug un attīstās kopā ar sabiedrību, tādēļ katram laika periodam ir savs raksturīgs tēls – ideāls.

Tā kā mode ir kultūrvēsturiska, tad viena un tā pati frizūra laika gaitā rada atšķirīgas asociācijas, piemēram:

10gadus pirms sava laika – nepieklājīgs

5gadus – izaicinošs

2gadus – drosmīgs

Kad modē – skaists

Pāris gadu pēc sava laika – bezgaumīgs

Pēc 10gadiem – smieklīgs

Pēc 20gadiem – interesants

Pēc 50gadiem – īpatnējs

Pēc 70gadiem – romantisks

Pēc 150gadiem – brīnišķīgs

# Mode – tas ir atdarinājums



# MODE ATTĪSTĪBĀ

---

Modes attīstībā ir savs ceļš :

- ✘Evolūcijas ceļš – sākumā, kādu parādību, jūtu, emociju, estētisko ideālu izteikšana savā stilā
- ✘Kulminācijas punkts – ir tieksme pēc kopējas formas, bet tas neizslēdz formu daudzveidību un variācijas par to. Tas ir fantāzijas laiks
- ✘Nobeigums – modes prognozēšana

Redzēt uz priekšu, tā ir spēja pārnest sekojošu elementu ziņojumu nākotnē, saistībā ar pagātņi. Ja atkārtotāšanās notiek regulāri, veidojas noteikts ritms

# MODE ATTĪSTĪBĀ



# MODES ATKĀRTOŠANA

1930



1960



1980



2009



# MODES ATKĀRTOŠANA 2015

---



# 1930 UN MÜSDIENAS FRIZŪRA



# 1940 UN MŪSDIENU FRIZŪRA



# 1940 UN MŪSDIENU FRIZŪRA

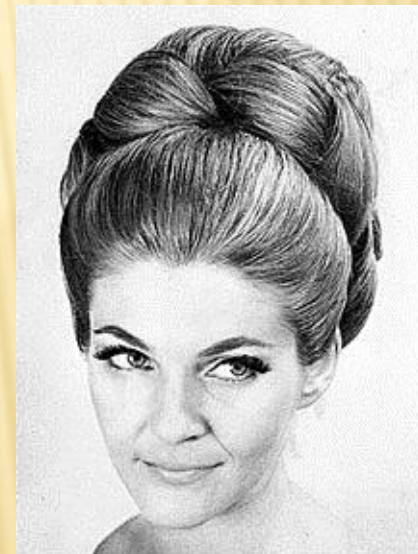


# 1950 UN MŪSDIENU FRIZŪRA



# 1960 UN MŪSDIENU FRIZŪRAS

×



# × Modes atkārtošana

1970



2008

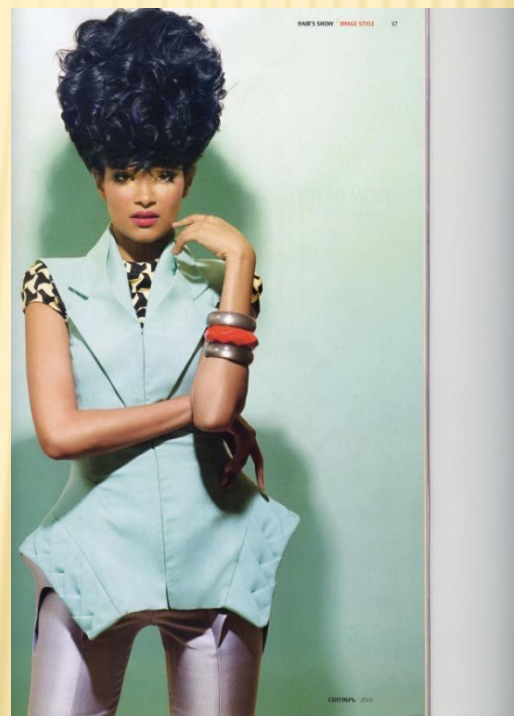


# MODES ATKĀRTOŠANA

1980



× 2010



# MODES TENDENCES 2016

- × **Androgina stils īsiem matiem**



# VILNI



# MODES TENDENCES 2016

× Grizums “Bob” un ponijs



# UNDERCUT



# RETRO



# MODES SPECIĀLĀS FUNKCIJAS

Tās iedalās vairākās grupās:

- ✘ Mode dod iespēju iznīcināt paradumus un pieradumu tirāniju
- ✘ Mode kā fantāzijas spēle, cilvēku kaprīze
- ✘ Mode darbojas kā risks, jo tā ir jauno ideju pieņemšana, nepieņemšana, vienlaicīgi reklamēšana
- ✘ Mode dod iespēju uzskatāmi paust un reklamēt savu ES
- ✘ Mode darbojas kā seksuālo interešu paudēja vai maskētāja
- ✘ Ar modes palīdzību tiek izcelta elite sabiedrībā, vidē
- ✘ Mode darbojas kā identifikators starp zemāko, vidējo un augstāko sabiedrisko slāni
- ✘ Mode pauž morālos un reliģiskos uzskatus, kā arī palīdz veidot savstarpējās attiecības, ar modes palīdzību vieglāk veidot savu stilu, patikt sev un apkārtējiem

# MODE KĀ VĒRTĪBA

**Modes** ietekmē izvēlēto, to vai citu lieto attaisno ar lietderību, skaistumu, ērtumu, laikmetīgumu.

**Mode** kā vērtība ir specifiska ar savu īpašību: samēra ātras mainības rezultātā no ļoti vērtīgas kļūst par bezvērtīgu, nemodernu. Tas nozīmē, ka estētiski pamatotam, kā arī jāatbilst mākslinieciskajām vērtībām, jābūt funkcionālam un praktiskam, tad frizūras būs atbilstošs idejai un modei.

**Mode** kā estētikas kategorija vada masu gaumi un veido skaistuma izpratni. Pret modes maiņu jāizturas kā pret izmaiņām estētisko ideālu sfērā un jāapzinās, ka mūžīgās mainības un kustība likumsakarības, kā arī termins “patikt” sev un pārējiem veido nepārtrauktu modes attīstību.

# MODES PROGNOZĒŠANA

---

Tādā veidā prognozē kādu noteiktu tēlu, formu, frizūras elementus un sastāda ideālu informatīvo bāzi. Modes idejas iedzīvotāju grupās tiek uzņemtas dažādi:

Jaunākās, ekscentriskākās idejas pieņem un popularizē jaunatne, vairāk piezemētākās, mierīgākās – vidējās grupas pārstāvji, bet konservatīvā iedzīvotāju daļa, sākumā reaģē negatīvi, noliedzot, bet atsevišķus elementus tomēr pieņem, gan tikai pēc pāris gadiem.

# MODES PROGNOZĒŠANA

---

Sastādot un popularizējot perspektīvās modes tendences savlaicīgi psiholoģiski tiek sagatavotas cilvēku masas, lai tās varētu pieņemt jaunās izmaiņas gan cilvēka tēla, gan frizūrās, frizūras formās, līnijās, proporcijās, krāsā. Tātad, prognozēšana projektēšanā balstās uz informāciju, masas – ražotājs – masas. Mode darbojas kā ražošanas stimulators vienlaicīgi piedaloties stila, kultūras un tradīciju veidošanā.

# KOPSAVILKUMS

---

## Frizūru dizainerim jābūt izpratne par:

- ✘ laikmetu, stilu, modi, formu un frizūras kompozīciju
- ✘ kompozīcijas paņēmiena noteikšanu – kā veidot frizūru
- ✘ tehnoloģisko procesu – instrumentu izmantošanu, matu veidošanas tehniku
- ✘ Mode jūtīgi un ātri reaģē uz visām sociālajām izmaiņām, tādēļ to jāaplūko lielākā vēsturiskā laika periodā, jo tikai tad var labāk noteikt raksturīgākās izmaiņas, detaļas un to netiešu ritmisku atkārtošanos pēc kāda laika. Ja atkārtošanās notiek regulāri, veidojas noteikts ritms. Tādā veidā prognozē kādu noteiktu tēlu, formu u.c., frizūru elementus un sastāda ideālu informatīvo bāzi.
- ✘ Modes idejas iedzīvotāju grupās tiek uzņemtas dažādi: jaunākās, ekscentriskākās idejas pieņem un popularizē jaunatne, vairāk piezemētākās, mierīgākās – vidējās grupas pārstāvji, bet konservatīvā iedzīvotāju daļa, sākumā reaģē negatīvi, noliedzoši, bet atsevišķus elementus tomēr pieņem, gan tikai pēc pāris gadiem.
- ✘ Sastādot un popularizējot perspektīvās modes tendences savlaicīgi psiholoģiski tiek sagatavotas cilvēku masas, lai tas varētu pieņemt jaunās izmaiņas gan cilvēka tēlā, gan frizūras formās, proporcijās, līnijās, krāsā.

# IZMANTOJĀMAS LITERATŪRA SARAKSTS

- ✘ Fjodorova, L., Vinogradova, N. (2011). *Friziera darbu pamati*. Rīga: Jumava.
- ✘ *La Coiffure de Paris* (2000). Alexandres.
- ✘ Magele, B. (2006). *Krāsa + forma = stils*. Rīga: Jumava.
- ✘ Magele, B. (2004). *Stila harmonija*. Rīga: Jumava.
- ✘ Parute, E. (2010). *Stila un modes enciklopēdija*. Rīga: Jumava.
- ✘ Schmidt, W. (2005). *Friseurwissen*. Troisdort.
- ✘ Stevenson N. J. (2013). *Modes vesture*. Rīga: Zvaigzne ABC.
- ✘ Vasiljevs, A. (2014). *Eiropas modes vēsture*. Rīga: Jumava.
- ✘ Vasiljevs, A. (2011). *Es esmu modē*. Rīga: Jumava.
- ✘ Žurnāli : „Hair’s”, „Долорес”, „Pastaiga”, „Baltikum Kosmetik”, „Зеркало”, „Les Nouvelles Esthetiques Latvia”
- ✘ Interneta resursi: [www.frizieruserviss.lv](http://www.frizieruserviss.lv), [www.toniandguy.co.uk](http://www.toniandguy.co.uk), [www.toniguy.com](http://www.toniguy.com), [www.vidalsassoon.com](http://www.vidalsassoon.com), [www.akd.ru](http://www.akd.ru), [www.solinger.ru](http://www.solinger.ru), [www.parikmaher.ru](http://www.parikmaher.ru), [www.trihology.ru](http://www.trihology.ru), [www.pariki.ru](http://www.pariki.ru), [www.krasota.spb.ru](http://www.krasota.spb.ru), [www.zinger.ru](http://www.zinger.ru) u.c.