

REPREZENTACIJOS YPATUMAI RASOS BARADINSKIENĖS KŪRYBOJE

Rasa Janulevičiūtė

VILNIAUS DAILĖS AKADEMIJA

Maironio g. 6, LT-01124 Vilnius

rararaster@gmail.com

Straipsnyje nagrinėjama vienos žymiausių šiuolaikinių Lietuvos dizainerių Rasos Baradinskienės kūryba, jos pristatymas. Reprezentacinis šios menininkės kūrybos tapatumas tiriamas atliekant kompleksinę, konteksto, lyginamąją, formos, meninės raiškos analizę. Siekiama išsiaiškinti dizainerės darbų savitumo, kūrybinio vardo, kūrybos pristatymo sąsajas ir reprezentacijos ypatumus.

REIKŠMINIAI ŽODŽIAI: dizainas, pramoninis dizainas (*industrial design*), gaminio dizainas (*product design*), tapatumas, reprezentacija, kūrybinis vardas.

Prieš 200 metų Georgas Friedrichas Kerstingas nutapė du skirtingus paveikslus *Siuvinėtoja* ir *Skaitytojas prie rašomojo stalo*. Viename jų buvo pavaizduota moteris, „užsiimanti vadinamuoju „moterišku“ menu“, ir jos daiktinė aplinka, kitame – vyras, esantis mokslininko studijos tipo gyvenamojoje aplinkoje¹. Šie „kambarių portretai“, pasak Ellen Spickernagel, iliustruoja „poliariškus lyčių vaidmenis, kurie vyrui nuskyrė profesiją, pasaulį, mokslą ir viešąją veiklą, o moteriai – vidines patalpas, naminius darbus ir šeimos gyvenimą“². Per du šimtus metų šis dualistinis modelis patyrė kaitą, tačiau dar ir šiandien poliariški lyčių vaidmenys daro įtaką moters dizainerės kūrybai, kūrybinei savasčiai, kūrybos pristatymui ir vertinimui.

Pažvelgus į dizaino istoriją, aiškiai pastebima, kad dominuoja aktyvi vyrų kūryba. Moterys dažniausiai prie jų šliejosi sudarydamos „gamybines poras“, tokias kaip Le Corbusier, Pierre’as Jeanneret ir Charlotte Perrian, Aleksandras Rodčenko ir Varvara Stepanova, Charlesas ir Ray Eamesai, Shinas ir Tomoko Azumi. Net jei Charlesas Rennie Mackintoshas ir pripažino Margaret MacDonald genialumo prieš savo talentą pirmenybę³, būtent jo, o ne jos kūryba komunikacijos prasme turi didesnę tapatumą.

Moterys, kaip dizaino novatorės, įsitvirtino srityse, sietinose su namų aplinka, tradiciniais amatais. Gunta Stölzl, Maranne Straub – garsūs tekstilės srities vardai, Clarice Cliff – keramikos. Sunkesnio – gaminio – dizaino srityje ryškia savito dizaino išimtimi tapo

1 Ellen Spickernagel, „Istorija ir lytis: feministinis požiūris“, in: *Meno istorijos įvadas*, sudarytojai Hans Belting [ir kt.], Vilnius: Alma littera, 2002, p. 349.

2 *Ibid.*

3 Charlotte, Petter Fiell, *Charles Rennie Mackintosh*, Köln: Taschen, 2004, p. 22.

ATTRIBUTES OF PRESENTATION IN RASA BARADINSKIENĖ'S CREATIVE WORK

Rasa Janulevičiūtė

KEYWORDS: design, industrial design, product design, identity, representation, creative brand.

SUMMARY

The text explores the creative work of one of the most famous Lithuanian designers, Rasa Baradinskienė, and its presentation. The representative identity of Baradinskienė's creative work is researched using complex, contextual, comparative and artistic analysis. The aim of the study is to pinpoint the connections of uniqueness of her work, creative name and the attributes of presenting her work.

Baradinskienė's creative work came to prominence during a complicated time for Lithuanian design. The search for a unique creative identity, the publicity of design in Lithuania and aspects of presenting a newly restored independent Lithuanian state abroad became especially important.

Rasa Baradinskienė, a freelance designer, graduated from Kaunas Applied Arts School with speciality in textile and embroidery (1985–1987). From 1988–1993 she studied at the Design department of Vilnius Academy of Arts. She created the *RASA deSIGN* brand in 2002. This creative brand was contrived when Rasa started participating in international exhibitions and the need for distinctive and concise presentation arose. Four areas of work are noted in the designer's biography: projects of furniture and lights fixtures, accessories projects, and graphics in the interior and design concepts. The outstanding features of Baradinskienė's design are: transformation (construction of objects), harmonious contrast (creative expression), feelings (emotional influence) and signs (visual perception). The design motive allows the artist to connect emotionally to the viewer of the object. It acquires a symbolic quality in Baradinskienė's work and becomes the sign spanning all areas of her work. The "Sign" is confirmed by the main anthropomorphic motives

of her works – smiley face, hand and doll. Their function is utilitarian and the aesthetics are based on a positive emotional response. In this way the designer creates and develops the idea of emotive design.

One of the segments of presentation of creative work and brand identity is Rasa Baradinskienė's creative output the exhibitions which have been especially numerous. She has participated in more than 50 exhibitions in Lithuania and abroad and has organised various exhibitions herself. The design objects presented at the shows are often created for exhibitions and design events and not commissioned by manufacturers. This way the possibilities for individual artistic expression were opened and the creative brand strengthened.