

Latvijas Kultūras akadēmija
Kultūras teorijas un vēstures katedra

TAUTISKĀ TĒRPA UN TĀ ELEMENTU TRADICIONĀLS UN
LAIKMETĪGS LIETOJUMS 21. GADSIMTA LATVIJĀ

Maģistra darbs

Autore:

Akadēmiskās maģistrantūras studiju programmas “Mākslas”

Kultūras un starpkultūru studijas apakšprogrammas

2. kursa studente Katrīna Butāne

(ID Nr. 20134303)

Darba vadītāja:

Prof., dr. art. Rūta Muktupāvela

Rīga

2015

SATURS

IEVADS	3
1. APĢĒRBS KĀ KULTŪRAS ORGANIZĀCIJAS UN IZTEIKSMES VEIDS – TEORĒTISKAIS IETVARIS	7
1.1. Laikmeta raksturojums, tā attīstība un sociokultūras konteksts	8
1.2. Etniskās grupas kā sociālas organizācijas	11
1.3. Apģērbs kā organizēta zīmju sistēma un sabiedrības modelis	14
1.4. Tradīcijas konceptuālais skaidrojums un skatījuma veidi mūsdienās	24
2. TAUTASTĒRPA UN TĀ ELEMENTU LIETOŠANAS TRADICIONĀLAIS KONTEKSTS	32
2.1. Tradicionālā tautastērpa attīstība līdz mūsdienām	34
2.2. Tautastērps Dziesmu un deju svētku kontekstā	37
2.3. Tautastērpa loma un tā vērtējums mūsdienu sabiedrībā	40
2.4. Citi tradicionālā tautastērpa lietojuma veidi mūsdienu sabiedrībā	46
3. TAUTISKĀ TĒRPA UN TĀ ELEMENTU TRANSFORMĀCIJAS VEIDI UN TO CĒLOŅI MŪSDIENU LATVIJĀ	50
3.1. Tautiskā stila kā estētiska virziena un uzskatu kopuma izveides priekšnosacījumi.....	50
3.2. Etnodizaina izveidošanās Latvijā un tā attīstība	56
3.3. Tautiskā tērpa un tā elementu laikmetīga risinājuma veidi	62
3.4. Etnodizaina priekšmetu pieejamība un ekonomiskais aspekts	70
NOBEIGUMS	75
TĒZES	78
AVOTU UN LITERATŪRAS SARAKSTS	81
SUMMARY	87
PIELIKUMI	88

IEVADS

21. gadsimts ar savu strauji mainīgo un informatīvi tehnoloģisko raksturu Latvijā tāpat kā visā pasaulē ir ienesis neatgriezeniskas pārmaiņas visā sabiedriskajā dzīvē, kas tiešā vai netiešā veidā ir skārušas ikvienu sabiedrības dalībnieku. Nemitīgā tehnoloģiju attīstība, kuras rezultātā informācijas apjoma pieaugums ir kļuvis neaptverams, veicina telpas robežu zudumu, savukārt laiks ir kļuvis par materiālu vienību, kuras nekad nav gana. Globalizācijas un lokālās piederības apziņas attīstības tendences visā pasaulē iet roku rokā, tādā veidā cilvēki mēģina atrast savu vietu nebeidzamu pārmaiņu laikmetā. Saprotot, ka vienkārša distancēšanās no globālās pasaules vairs nav iespējama, katrs tomēr mēģina atbildēt uz jautājumu – kas es esmu un kāda ir mana vieta visā šajā kultūru daudzveidībā?

Lai atbildētu uz šo jautājumu, ir jānoskaidro, kādu dimensiju ietvaros var analizēt konkrētas identitātes pastāvēšanu un tās konstruēšanu. Par šādām dimensijām var uzskatīt, piemēram, piederību noteiktam dzimumam, reliģijai, dažādiem sociāliem slāņiem un subkultūrām, kā arī noteiktām etniskām vai nacionālām grupām. Iespējams, analizējot kāda konkrēta indivīda identitāti, var runāt arī par vairākiem citiem patības aspektiem, taču skaidrs ir viens – katra no šīm dimensijām ir pietiekami ietilpīga, lai tā kļūtu par atsevišķa pētījuma pamatu. Tomēr šajā darbā uzmanība tiks pievērsta tieši etniskās identitātes ietvaram, jo tā ir viena no nozīmīgākajām dimensijām, ar kuras palīdzību cilvēki jau izsenis sevi nodalījuši no citiem, turklāt pieaugošas globalizācijas apstākļos, tieši etniskums sociālajā komunikācijā ir kļuvis par daudznozīmīgu, nereti pat neērtu, bet, iespējams, personīgi ļoti aktuālu jautājumu.

Katras kopienas tradīcijas un to izpausmes veidi var būt ārkārtīgi daudzveidīgi, attiekties teju vai uz ikvienu cilvēka darbības un dzīves jomu, tomēr ir jāapzinās tas, ka visus šos aspektus aptvert nav iespējams. Jāatzīmē, ka, veicot pētījumu sabiedrībā vai kopienā, kurai pieder arī pats pētnieks, nav iespējams pilnībā distancēties no savas kultūras pieredzes un sniegt absolūti objektīvu vērtējumu. Tāpēc pētījuma autore šajā darbā izvēlas apskatīt nevis plašu latvisko tradīciju spektru, bet gan konkrētas tradicionālās kultūras izpausmes. Maģistra darba „Tautiskā tērpa un tā elementu tradicionāls un laikmetīgs lietojums 21. gadsimta Latvijā” tēmas izvēli galvenokārt noteica Latvijas sabiedrībā pēdējos gados novērojamais ārkārtīgi plašais un daudzveidīgais tautisko elementu izmantojums dažādos kontekstos – sākot no ārēji redzamu par latviskām uzskatāmu zīmju pielietojuma interjerā un apģērbā līdz pat sabiedriskajā un akadēmiskajā telpā virmojošām idejām par latviešu tradicionālās kultūras aktualizēšanos gan ikdienas dzīvē, gan svētkos. Līdz ar iepriekš minēto

un vadoties pēc iepriekšējos pētījumos gūtajām atziņām¹, par galveno **pētījuma priekšmetu** tiek izvirzīts **latviešu tautiskā tērpa un tā elementu laikmetīgs lietojums 21. gadsimta Latvijā**.

Novērojumi liecina, ka pēdējās desmitgades laikā mūsu sabiedrībā ir pieaugusi interese par latviešu tradīcijām. Tas savukārt rada pētniecisku interesi par cilvēku motivāciju pastiprināti pievērsties latviešu folklorai un izmantot savā ikdienas dzīvē un svētku reizēs priekšmetus un elementus, kas parasti tiek saistīti ar tradicionālo kultūru. No tā izriet šī **pētījuma galveno problēmu loks** – noskaidrot tautisko elementu lietošanas kontekstus, motivāciju un cēloņus. Pētījuma rezultāti var palīdzēt apstiprināt vai apgāzt **hipotēzi**, ka tautisko elementu aktualizācija ir saistīta ar stabilitātes un pēc iespējas skaidrāk izteiktu patības kritēriju meklējumiem 21. gadsimta mainīgajā vidē. Turklāt, hipotēzes pārbaudīšanas process, var palīdzēt noskaidrot arī citus aspektus, kas skar ekonomiskos, ekoloģiskos, politiskos un etniskos jautājumus mūsdienu Latvijā. Līdz ar to par **pētījuma mērķi** kļūst tautiskā tērpa un tā elementu lietošanas kontekstu, motivācijas, cēloņu un seku izpēte 21. gadsimta Latvijā. Lai veiktu šo uzdevumu, tiek izvirzīti sekojoši **uzdevumi**: 1) apgērbā kā kultūras organizācijas un izteiksmes veida teorētiskā ietvara un analīzes modeļu izpēte un salīdzināšana; 2) tradīcijas kā jēdziena un fenomena analīze attiecībās ar laikmetīgo; 3) tautiskā tērpa un tā elementu tradicionālā lietojuma analīze vēsturiskā aspektā un tā attīstības un vērtējuma izpēte līdz mūsdienām; 4) tautiskā tērpa un tā elementu laikmetīga lietojuma cēloņu un motivācijas izpēte, atsevišķu gadījumu fiksēšana un analīze.

Uzdevumu veikšanas process un iegūtās atziņas darbā tiks strukturētas trīs pamata nodaļās. **Pirmā nodaļa** būs veltīta teorētisko avotu analīzei, kur pirmajā apakšnodaļā tiks iezīmētas sociologa **Zigmunta Baumana pētījumā “Plūstošā modernitāte”** atspoguļotās idejas par mūsdienu situācijas mainīgo raksturu un tās ietekmi uz indivīdu un indivīda attiecībām ar sabiedrību. Otrajā apakšnodaļā pievērsta uzmanība etnisko grupu konceptam kā sabiedrības izpētes modelim, kuru eseju krājuma **“Etniskās grupas un to robežas”** ievadā **apskata sociologs Fredriks Barts**. Trešajā apakšnodaļā tiks analizēta filozofa un semiotiķa **Rolāna Barta** pieeja apgērbam kā nozīmīgam semioloģiskam laukam, ar kura palīdzību indivīds mēģina iekļauties noteiktā organizētā sistēmā. Šīs atziņas R. Barts publicējis grāmatā **“Modes valoda”**. Ceturtajā apakšnodaļā uzmanība tiks pievērsta **Saimona Dž. Bronnera** idejām par tradīcijas un inovāciju attiecībām, kuras autors izvērš pētījumā **“Izskaidrojot tradīciju: tautiska uzvedība modernā kultūrā”**. S. Bronnera atziņām ir būtiska loma attiecībā uz tradīcijas konceptuālo izpēti, jo tās palīdz izprast dažādus tradīcijas skatījuma

¹ Butāne, Katrīna. *Sieviešu apgērbā veidošanās sociokultūras aspekti 20. gadsimta sākumā Latvijas teritorijā*. Bakalaura darbs. Rīga: Latvijas Kultūras akadēmija, 2012

veidus, kas parādās gan akadēmiskajās aprindās, gan arī plašākā sabiedrībā. Tāpat autors dod ieskatu tradīcijas terminoloģijā un tradīcijas kā fenomena izpētes metodoloģijā, kā arī norāda dažādu pieeju stiprās un vājās puses.

Lai būtu iespējams runāt par laikmetīgu vai inovatīvu tautisko elementu lietojumu, nepieciešams apskatīt šo elementu tradicionālo lietojumu, tāpēc šī uzdevuma veikšanas process tiek izklāstīts **otrajā nodaļā**. Nodaļas sākumā tiek iezīmēta tradicionālā tautastērpa un tā vērtējuma atbilstoši noteiktām normām izveidošanās līdz mūsdienām, turpinājumā tiek analizēta tautastērpa attīstība Vispārējo dziesmu un deju svētku kontekstā un tā vērtējums mūsdienu sabiedrībā, bet nodaļas nobeigumā tiek apskatīti arī citi tradicionālā tautastērpa lietošanas gadījumi mūsdienu Latvijā. Šīs nodaļas ideju attīstībā nozīmīga loma ir tērpu pētnieces un vēsturnieces Anetes Karlsones 2013. gadā izdotajai monogrāfijai “**Dziesmu svētki un tautiskā tērpa attīstība Latvijā 19. gadsimta beigās un 20. gadsimtā**”, kurā pētniece skaidro tautastērpa attīstību līdz 20. gadsimta beigām, priekšstatu par “pareiza” un “nepareiza” tautastērpa izveidošanās gaitu, kā arī ievieš skaidrību par lietotajiem terminiem tautastērpa aplūkojumā.

Trešā nodaļa veltīta pētījuma empīriskās daļas galvenajai tēmai, proti, laikmetīgā tautiskā tērpa un tā elementu lietojuma analīzei. Pirmajā apakšnodaļā analizēti tautiskā stila kā estētiska virziena un uzskatu kopuma izveides priekšnosacījumi saistībā ar globālajiem procesiem pasaulē, kā arī tie, kas raksturīgi tieši Latvijas kultūrtelpai. Turpinājumā apskatīta etnodizaina, tajā skaitā arī apģērba, izveidošanās Latvijā, tā saistība ar latvisko tradīciju un attīstība līdz mūsdienām. Trešajā apakšnodaļā akcentēti atsevišķi tautiskā tērpa un tā elementu laikmetīga risinājuma veidi, kas demonstrē atšķirīgas pieejas tradīcijas transformācijā, bet noslēgumā apkopotas atziņas, kas skar etnodizaina priekšmetu ekonomisko un fizisko pieejamību.

Lai veiktu izvīzītos uzdevumus, pētījumā tika izmantotas šādas **metodes**: teorētiskās daļas izstrādē tika izmantota kvalitatīvā tekstu analīze, bet empīriskajā daļā datu iegūšanai tika veikts novērojums, kā arī pētījuma laikā tika atlasīti raksti periodikā, kuros apskatīts tradicionālo elementu izmantojums apģērbā. Empīrisku datu papildināšanai tika apkopots modes apģērba ar latviskas simbolikas piedāvājums un šī piedāvājuma vērtējums, kas ir pieejams internetā – ražotāju un latviešu konceptveikalu mājas lapās un sociālo tīklu profilos. Rezultātā tika veikta iegūto datu analīze, salīdzināšana un likumsakarību iezīmēšana. Tāpat tika apkopota un analizēta Latvijas Nacionālajā kultūras centrā pieejama informācija, kā arī tika apskatīti Latvijas kultūrpolitikas dokumenti, kas attiecas un Vispārējiem latviešu dziesmu un deju svētkiem.

Lai strukturētu tekstu un lasītājam to padarītu vieglāk uztveramu, tekstā lietots **treknraksts** un pasvītrojums, savukārt *slīprakstā* doti jēdzieni, koncepti vai apzīmējumi, vai konkrēti piemēri. Pēdiņās “...” ievietoti 1) nosaukumi, 2) vārdi, kuriem piemīt paplašināta nozīme, 3) vai citāti. Uz netiešu citātu vai brīvu tulkojumu latviešu valodā norāda dotā atsauce.

1. APĢĒRBIS KĀ KULTŪRAS ORGANIZĀCIJAS UN IZTEIKSMES VEIDS – TEORĒTISKAIS IETVARIS

Apģērbs, tai skaitā arī tradicionāls vai laikmetīgs apģērbs, var tikt skatīts gan kā funkcionāls priekšmets, kas pasargā tā valkātāju no nelabvēlīgiem laika apstākļiem, gan arī kā sociokultūras fenomens, kas saistīts ar kultūrā balstītiem nosacījumiem un priekšnoteikumiem, citiem vārdiem sakot – apģērbs kā priekšmets ir funkcionāli klātesošs jebkurā kultūrā un piemītošs ikvienam indivīdam, savukārt individuālā apģērba izvēle un tā īstenošanas veids katrai kultūrai ir atšķirīgs. Turklāt atšķirības apģērbā pastāv ne vien dažādu sabiedrību starpā, kas vērotājam no malas ir labāk saskatāmas un vieglāk identificējamas, bet arī starp indivīdiem vienas kultūras ietvaros, kur atšķirības ir daudz niansētākas un apslēptas detaļās, to izvēlē un lietojumā un tāpēc prasa padziļinātu sabiedrības izpēti un pamatīgākas zināšanas par noteikto kultūru. Nav noslēpums, ka apģērbs nereti iet roku rokā ar tā valkātāja uzskatiem un pārliecību; apģērbs ir bijis un joprojām ir vienkāršākais un efektīvākais veids, kā pārtapt par kādu citu – šķietami nomainot sociālo statusu vai lomu sabiedrībā, piešķirot apģērba valkātājam jaunas kvalitātes. Turklāt apģērbs ir tas, ar kura palīdzību cilvēks var mainīt savu noskaņojumu, piemēram, celt savu pašapziņu vai arī tieši otrādi – to pazemināt. Kā apgalvo tekstilmāksliniece Inese Jakobi: “Viens no ceļiem, lai apzinātos sevi, ir apģērbs. Caur to varam noskaidrot, kas esam paši. [...] Ja absolūti nepievērš uzmanību tam, ko izvēlas savam apģērbam, man šķiet, cilvēks var nodarīt sev pāri.”² Līdz ar to ir būtiski pievērsties apģērbam kā sociokultūras fenomenam, jo šādā skatījumā var atklāt likumsakarības, kas saista, organizē un izsakās par konkrēto kultūru.

Lai būtu iespējams iezīmēt tos aspektus, kas sabiedrībā veido priekšnoteikumus apģērba izvēlei, pirmkārt, nepieciešams iezīmēt laikmeta aprises un galvenos sabiedriskās domas virzienus un izmaiņas tajos, turklāt pastiprināta uzmanība ir jāpievērš tam, kādu ietekmi izmaiņas sabiedrībā atstāj uz indivīdu un indivīda attiecībām ar sabiedrību. Otrkārt, domājot tieši par tautiskā tērpa un tā elementu attīstību, ir jāpievēršas arī etnisko un nacionālo grupu robežām – tam, kā šīs grupas nosaka indivīda identitāti, kā arī tam, kā šī identitāte tiek apliecināta kā nemateriālā, tā arī materiālā veidā. Treškārt, ja apģērbs nav nejauši izvēlēts, bet gan kultūrā noteikts, tas kalpo kā zīme, kas pauž noteiktu sabiedrības normu apliecinājumu vai noliegumu, tāpēc būtiski ir apskatīt apģērba kā nozīmīga semioloģiska lauka izpētes iespējas. Ceturtkārt, lai tuvotos laikmetīga jeb moderna apģērba analīzes iespējām, nepieciešams apskatīt tradicionālo apģērba lietojumu, jo apzīmējums *moderns* pēc būtības ir

² Kalniņa, Daiga. Latviskā tērpa meklētāja. *Neatkarīgā Rīta Avīze*. Nr. 248, 2008, 23. okt. 22.–23. lpp.

opozicionārs jēdziens un tā izpētē neizbēgami nākas uzdot jautājumu: “Attiecībā pret ko moderns?” Savukārt jēdziens *laikmetīgs* ietver sevī nojēgumu par atbilstību noteiktam jeb tagadējam laikmetam un neatbilstību pagājušajam. Tāpēc šajā kontekstā ir jāpievēršas tradīcijas kā koncepta izpētei un tā iespējamiem skatījuma veidiem.

1.1. Laikmeta raksturojums, tā attīstība un sociokultūras konteksts

Pastāv plaši pieņemts uzskats, ka 20. gadsimts hronoloģiski un tematiski var tikt iedalīts divās daļās – modernismā, kura aizsākumi meklējami jau 19. gadsimta beigās paustajās idejās, un postmodernismā, kas ap 20. gadsimta vidu nomainīja modernismu ar pilnīgi citu pasaules skatījuma veidu. Modernisma uzskatiem raksturīga iepriekšējo vērtību pārvērtēšana un jaunas stabilitātes meklējumi, ar nepārtraukta iepriekšējā, pat tikko radītā, noliegumu. Šos intelektuālos meklējumus rosināja ārkārtīgi straujā tehnoloģiskā attīstība un ražošanas (preču) ekonomikas uzplaukums, kas sabiedrības dzīvei piešķīra vēl nebijušu ātrumu. Turpretī postmodernismam ir duāla daba – no vienas puses, tas attīstās kā hronoloģisks modernisma turpinājums, uz ko norāda jau pašā vārdā ietvertais priedēklis “post”, bet, no otras puses, tas ir pilnīgs iepriekšējā laikmeta noliegums, kas nāk ar radikāli atšķirīgām vērtībām vai to neesamību.

Postmodernismam ir raksturīga patērētāju sabiedrība, proti, ekonomika vairs nebalstās preču, bet gan pakalpojumu ražošanā, kam būtisks ir simboliskais aspekts, ne vairs materialitāte. Atbrīvojoties no ražošanas ekonomikas, indivīdam šādā sabiedrībā parādās jaunas prioritātes un brīvais laiks, kas savukārt tiek aizpildīts patērējot saražotos pakalpojumus. Līdz ar to izveidojas masu patērētāju kultūra, kuras formāciju spēcīgi ietekmē televīzijas mediju uzplaukums – varas pozīcijas, kuras veido cilvēka uzskatus un identitāti, vairs nav lokāli iezīmējamās, bet gan tās nosaka informācijas pieejamība un selekcionētas informācijas izplatīšana, kā rezultātā rodas jaunas *impērijas*, kas sniedzas tālu pāri nacionālajām robežām. Šīs varas pozīcijas vairs nenodarbojas ar dziļām pārdomām par cilvēces eksistences pamatvērtībām, bet gan cildina šo vērtību neesamību un draiskulīgi spēlējas ar savu nozīmi zaudējušiem simboliem un zīmēm, veidojot dažādas izklaidējoša rakstura kolāžas, plakātus un performances. Par galveno dzīvesveida priekšnosacījumu un reizē rezultātu kļūst neierobežota izvēles brīvība, kas ir tā, kuras plašumos cilvēks reizē apmaldās, bet reizē ar tās palīdzību mēģina sevi definēt, turklāt par vienīgo un stabilo atskaites punktu šādā situācijā kļūst ķermenis.

Zināmas pretrunas skar postmodernisma hronoloģijas beigu robežas – vieni uzskata, ka postmodernisms ir beidzies, sākoties informācijas tehnoloģiju laikmetam, citi apgalvo, ka tāda postmodernisma nemaz nav bijis, un viss 20. gadsimts ir viens modernisms dažādās tā

fāzēs un izpausmēs. Šajā kontekstā būtu vērtīgi aplūkot poļu izcelsmes britu sociologa Zigmunta Baumaņa (Zygmunt Bauman) pausto uzskatu, kurš sniedz atšķirīgu skatījuma perspektīvu. Autors uzskata, ka ir jāatmet progresa metafora, jo tas, kas tiek apzīmēts ar *postmodernisma* jēdzienu nepakļaujas lineāram skatījumam, jo nepārtraukti norit nemainīgs mainīgums, kuram nav skaidra attīstības virziena un noteiktu cēloņseku sakarības. Savā grāmatā “Plūstošā modernitāte”³ Z. Baumans apskata un pārvērtē piecas jomas – brīvību/atbrīvošanos, individualizāciju, laiku un telpu, darba sfēru un kopienu, kuras piedzīvojušas (un joprojām piedzīvo) būtiskas izmaiņas pēdējā gadsimta laikā. Rezultātā blakus tādiem apzīmējumiem kā “vēstures beigas”, “post-modernitāte”, “otrā modernitāte” vai “sur-modernitāte” jau grāmatas ievadā autors piedāvā lietot apzīmējumu *plūstošā modernitāte*, lai mēģinātu aptvert esošās situācijas nepastāvīgo dabu.⁴

Šī pētījuma kontekstā būtiski ir pievērsties tieši kopienas un individualitātes attiecībām, par kurām Z. Baumans saka, ka vajadzētu atteikties no apzīmējuma *sabiedrība* vai *sistēma*, jo tie paredz noteikta veseluma pastāvēšanu un tā dominanti pār indivīdu. Tā vietā lietderīgāk būtu lietot *socialitātes* jēdzienu, kas ietver sabiedrisko procesu mainīgo dabu.⁵ Savukārt individualizācija nozīmē pārveidot cilvēka identitāti no kaut kā *dota uz uzdevumu, kas jāveic*, līdz ar ko šim cilvēkam ir jāuzņemas atbildība gan par šī uzdevuma veikšanas procesu, gan arī par šī procesa sekām.⁶ Tomēr šajā identitātes konstruēšanas procesā ir jāņem vērā šī brīža plūstamības apstākļi un nepārtrauktā mainība, līdz ar to identitāti veido nemitīga sevis atkal un atkal pārveidošana. Turklāt, tā kā šādos plūstošos apstākļos nav skaidras atskaites sistēmas, pēc kuras sevi veidot, tad par vienīgo orientieri kļūst citu darbības un paraugi, kuri rodami “patērētāju kultūras lielveikalu plauktos”⁷.

Lai arī autors lielu uzsvaru liek tieši uz atsvešinātu indivīdu, zināmi centieni atrast kopīgo tomēr pastāv, un šādi centieni meklējami indivīdu vēlmē veidot “savējo” kopienas, tādā veidā apzināti konstruējot drošības sajūtu savai eksistencei, jo “galvenais komunitārisma uzsaukums ir droša patvēruma apsolījums [...] pastāvīgi neprognozējamo pārmaiņu jūrā,”⁸ un “ideāla kopiena ir pilnīga un pabeigta *mapa mundi* [pasaules karte]: totāla (pilnīga) pasaule, kas nodrošina ikvienu ar visu nepieciešamo, lai tas varētu dzīvot jēgpilnu un piepildītu dzīvi.”⁹ Tomēr šāda kopienas dzīve bieži vien ir tikai ilūzija, jo nereti tie, kuri atrodas kopienā, drīz sāk justies ieslodzīti, līdz ar ko sākas mēģinājumi izlauzties no kopienas,

³ Bauman, Zygmunt. *Liquid Modernity*. Cambridge, Malden: Polity Press, 2000. 228 p. (Turpmāk: Bauman)

⁴ Ibid., p. 10

⁵ Ibid., p. 193

⁶ Ibid., p. 31

⁷ Ibid., p. 83

⁸ Ibid., p. 171

⁹ Ibid., p. 172

pārdefinēt savu identitāti un saistīt sevi ar jaunu kopienu.¹⁰ Šis arguments ir īpaši nozīmīgs, lai saprastu, kāpēc plūstošās modernitātes jeb mūsdienu sabiedrības indivīdiem piemīt tieksme pašiem veidot savas kopienas, kuru organizācija (normas, noteikumi un likumi) ir pašu cilvēku rokās.

Runājot par kopienu dažādajiem veidiem, Z. Baumans, atsaucoties uz Lezeku Kolakovski (Leszek Kolakowski), nodala nacionālismu un patriotismu, apgalvojot, ka nacionālisti vēlas savu eksistenci pamatot caur agresiju un naidu pret citiem; tie tic, ka viņu pašu nācijas neveiksmes ir svešinieku sazvērestības rezultāts. Turpretī patrioti tiek pozicionēti kā labvēlīgi noskaņoti un toleranti pret citām kultūrām, īpaši etniskajām un reliģiskajām minoritātēm.¹¹ Šeit patriotisms tiek skatīts kā nacionālisma labākā iespējamība. Nacionālisms kā jēdziens sevī ietver nācijas pastāvēšanu, un, kā liecina vēsturiskā prakse, no nācijas pārsvarā ar laiku izveidojas institucionalizēta vienība – nacionāla valsts. Savukārt patriotisma būtība sakņojas tautas vai etnosa kultūrā, tradīcijās un sajūtās, kas nepakļaujas institucionālai ierobežošanai vai organizācijai. Šādu pretstatu spilgti ilustrē arī attieksme pret nacionālo un tautisko elementu institucionalizēšanu.

Apskatot likumdošanas ietvaru, kas attiecas uz Latvijas valsts simboliku, atrodami trīs likumi – “Likums par Latvijas valsts ģerboni”, “Latvijas valsts karoga likums” un “Likums par Latvijas valsts himnu”¹², turpretī nav neviena likuma, kas regulētu etnogrāfisko zīmju, tautasdziesmu, tautastērpu vai citu tautisko elementu lietojumu. Ja par karoga zaimošanu vai nepareizu tā lietošanu tiek piemērots noteikts sods pārkāpējam, tad par tautisko elementu “nepareizu” lietošanu, apdari vai stilizāciju tā lietotājam nekādas sankcijas nedraud, drīzāk pat otrādi, kā tas parādās pētījuma trešajā nodaļā – šo elementu iedzīvināšana laikmetīgās vēsmās sabiedrībā tiek uzlūkota kā apsveicama un atbalstāma darbība. Turklāt par tautisko elementu zaimošanu mūsdienu Latvijas sabiedrībā īsti nav pat iespējams runāt, jo, lai kaut ko zaimotu, tam sākotnēji ir jābūt pasludinātam vai nu par neaizskaramu, vai par svētu, bet šajā gadījumā tautisko elementu vērtība sakņojas vien noteiktu sabiedrības pārstāvju apziņā.

Atgriežoties pie Zigmunta Baumaņa uzskatiem un aplūkojot stāvokli, kurā indivīds atrodas noteiktas kopienas ietvaros, nozīmīgs ir tieši tās vienojošais (komūnais) raksturs, un autors apgalvo, ka jebkuras kopienas komunitāriskā pārliecība sakņojas vai nu etniskā kopībā vai arī kopībā, kas iztēlota pēc etniskās kopības modeļa.¹³ Tāpēc turpinājumā ir būtiski izvērtēt, kas ir etniskā kopiena, pēc kādiem principiem tā tiek veidota, kā tā ietekmē indivīda

¹⁰ Bauman, p. 172

¹¹ Ibid, p. 174

¹² Valsts simbolika. www.saeima.lv Pieejams: <http://www.saeima.lv/lv/par-saeimu/simbolika> [Skatīts: 2015, 21. janv.]

¹³ Bauman, p. 174

identitāti un attiecības ar citiem sabiedrības locekļiem.

1.2. Etniskās grupas kā sociālas organizācijas

Viens no nozīmīgākajiem pētniekiem, kas pievērsies etniskās identitātes jautājumiem un uz kuru vēl joprojām atsaucas liela daļa mūsdienu pētnieku, ir norvēģu sociālantropologs Fredriks Barts (Fredrik Barth). Savos pētījumos F. Barts pastiprināti pievērsās tieši robežu pētniecībai, kas nosaka dažādu etnisko grupu identitāti. Šajos pētījumos nozīmīgākais darbs ir 1969. gadā publicētais eseju krājums "Etniskās grupas un robežas"¹⁴, kurā apkopotas dažādu autoru esejas, bet krājuma ievadā F. Barts skaidro etnisko grupu identitātes un to robežu koncepciju, kurā liek uzsvāru uz komunikatīvo aspektu dažādu etnisko grupu starpā un saka, ka tieši interakcija ir sociokultūras un sabiedriskās dzīves pamatā. Kultūras daba vislabāk parādās starpetniskā komunikācijā, kur paši etnisko grupu nesēji uzskata savu kultūru par unikālu un savdabīgu, un tieši komunikācijā ar citiem cenšas šo savdabību pierādīt, jo tikai interakcijas rezultātā svešie un savējie tiek atzīti par atšķirīgiem.

Konstruējot savu etniskās grupas definīciju, F. Barts pievērsās amerikāņu antropologa Raula Narola (Raoul Naroll) 1964. gadā izdarītajiem secinājumiem, kurus izmanto par pamatu savu ideju tālākai attīstībai. Pēc R. Narola etniskās grupas definīcija sastāv no sekojošām pazīmēm, kuras piemīt etniskai grupai:

1. tieksme sevi iemūžināt lineāri vēsturiskā attīstībā;
2. kopējas pamata vērtības, kas izpaužas ārējā kultūras formu vienotībā;
3. kopējs komunikācijas lauks;
4. noteikts indivīdu sastāvs (aktori), kas sevi ar šo grupu identificē un ar šīs identifikācijas palīdzību veido nošķirumu no citām grupām. Tāpat arī citu kultūru pārstāvji viņus pieskaita šai grupai un nošķir no savējās un citām.¹⁵

Kā atzīst F. Barts, šajā definīcijā pastāv zināma problēma, proti – par galveno kādas kultūras analīzē tiek uzskatītas un līdz ar to arī padziļināti pētītas tieši ārējās kultūras pazīmes, kas it kā liecina par kultūras vērtībām un šīs kultūras uzbūves principiem. Atspēkojot šīs vienas pazīmes dominanci, F. Barts saka, ka vērtīgāk būtu domāt par ārējo kultūras formu radīšanu kā par etniskās grupas kopdzīves sekām, nevis priekšnoteikumiem, jo, pirmkārt, ārējo kultūras izpausmju vēsturiska katalogizēšana neliecina par šo kultūru unikālajām atšķirībām un nedod būtisku informāciju par šo sabiedrību veidojošajiem pamatelementiem.¹⁶

¹⁴ Barth, Fredrik. Introduction /,Barth F. (ed.)/*Ethnic Groups and Boundries: the Social Organization of Culture Difference*. Boston: Little, Brown and Company, 1969., p. 9–38 (Turpmāk: Barth)

¹⁵ Citēts pēc: Barth Fredrik. Introduction /,Barth F. (ed.)/*Ethnic Groups and Boundries: the Social Organization of Culture Difference*. Boston: Little, Brown and Company, 1969., p. 10–11

¹⁶ Barth, p. 11–12

Otrkārt, tās ārējās kultūras izpausmes, kas radušās noteiktai kultūrai pielāgojoties konkrētai ekoloģiskai videi, arī nav uzskatāmas par grupas kultūras orientācijas atspoguļojumu, jo pielāgošanās izpausmes ir vides, nevis kultūras vērtību izraisītas. Lai analizētu šādus gadījumus, nepieciešama pieeja, kas nejauc ekoloģisko apstākļu radītās sekas uzvedībā ar tām, kuras radījusi kultūra; nepieciešams nošķirt ekoloģisko ietekmi no kultūras ietekmes etniskajā grupā un analizēt ne-ekoloģiskos kultūras un sabiedrības komponentus, kas veido dažādību.¹⁷

Tālāk autors pievēršas ceturtajai pazīmei un saka, ka **etniskas grupas ir sociālas organizācijas**. Sevis ievietošana noteiktā kategorijā ir etniska piederība, jo aktori izmanto etnisko identitāti, lai definētu attiecības starp sevi un citiem, un dibina etniskās grupas organizatoriskā nolūkā. Turklāt identificējoties ar noteiktu etnisko grupu, ne visas kultūras pazīmes tiek ņemtas vērā, bet gan tikai tās, ko paši aktori uzskata par nozīmīgām. Dažas kultūras pazīmes aktori lieto kā atšķirības vai piederības zīmes noteiktai kultūrai, bet citas tiek ignorētas. Ir izdalāmas divu veidu pazīmes kultūras organizācijā: 1) **ārējās zīmes vai signāli** – apģērbs, valoda, mājoklis, dzīvesveids, un 2) **vērtības un orientāciju sistēma** – morāles standarti un priekšstati, pēc kuriem tiek vērtētas citu darbības. Tā kā piederība noteiktai etniskai kategorijai paredz būt par noteikta veida indivīdu ar noteiktu identitāti, tā arī šī piederība paredz tikt nosodītam, kā arī nosodīt citus, atbilstoši noteiktajiem identitātes standartiem.¹⁸ Līdz ar to autors nonāk pie secinājuma, ka pētījumu uzsvars būtu jāliek uz ceturto etniskās grupas pazīmi – **piederības un atšķirtības nosacījumiem grupas ietvaros** un starp grupām. Caur mēģinājumiem uzturēt grupas robežas, iezīmējas etniskās grupas nepārtrauktība, un tieši grupas pašregulējošais raksturs ir tas, kas ļauj precizēt grupas kontinuitāti laikā un analizēt mainīgās kultūras ārējās formas un to saturu.

Pievēršoties etniskās grupas robežām, F. Barts saka, ka tieši tās virza sociālo dzīvi, jo citu cilvēku identificēšana savējos nozīmē kopīgu nosodījuma un atzinības kritēriju piedēvēšanu, bet citu atzīšana par svešiem nozīmē atšķirīgas izpratnes robežas, kā arī atšķirības nosodījuma un atzinības kritērijos.¹⁹ Etnisko robežu uzturēšanas mehānisms iedarbojas tikai **starp-etniskās situācijās**, jo etniskās grupas pastāv kā nozīmīgas vienības tikai tad, ja tās ietver atšķirības uzvedībā, kas nepieciešami paredz citas, atšķirīgas kultūras klātbūtni komunikācijā. Tāpēc turpinājumā autors pievēršas poli-etnisku sabiedrību apskatam, izmantojot Džona S. Furnivala (John S. Furnivall) 1944. gadā sniegto plurālistiskās sabiedrības definīciju, saskaņā ar kuru **poli-etniskā sabiedrība** ir tāda, kas integrēta tirgus

¹⁷ Barth, p. 12–13

¹⁸ Ibid., p. 13

¹⁹ Ibid., p. 15

apstākļu dēļ, atrodas valsts kontrolē, kurā dominē vienas grupas vērtības, pārējās kultūras atšķirības atstājot reliģijas un mājsaimniecības sfērām.²⁰ Poli-etniskās sabiedrības aspekts neizbēgami ir klātesošs arī Latvijas situācijā kā ģeogrāfiski tā arī pāri valsts robežām, jo komunikācijas lauks, kurā atrodas Latvijas sabiedrība, pēdējos gados līdz ar interneta un virtuālās telpas attīstību stipri pārsniedz ģeogrāfiskās robežas. Tāpēc starpetniskai mijiedarbībai nepieciešams pievērsties plašāk. Fredriks Barts atzīst, ka līdz šim pārāk maz ir analizēti tie sektori, kuros parādās saistības, nevis nošķirums starp dažādām etniskām grupām. Līdz ar to nepieciešams analizēt etnisko identitāti un tās nozīmi starpetniskajā mijiedarbībā, lai varētu noskaidrot, kas ir šo saistību un atšķirību pamatā.

F. Barts uzskata, ka etniskā identitāte nosaka ierobežojumus attiecībā uz sociālajām lomām, kādas indivīdam atļauts pieņemt; tā ir pārāka par visiem citiem statusiem, kā arī definē atļauto statusu un sociālo personību kopumu. Etniskā identitāte ir pielīdzināma dzimuma un ranga aspektiem, tāpēc indivīda uzvedības ierobežojumi, kurus nosaka šī etniskā identitāte, tiecas būt absolūti.²¹ Atļautā un neatļautā dalījums nosaka sabiedrības organizācijas principus, kas paredz, ka sabiedrība tiek segmentēta nosacīti noslēgtās grupās, turklāt tiek ņemts vērā, ka pieņemtie uzvedības standarti vienā grupā var atšķirties no citas grupas standartiem. Šāda atšķirīgu standartu pastāvēšana katrai no grupām rada noteiktus priekšstatus un asociācijas par citu grupu, un, jo lielākas šīs atšķirības ir, jo vairāk ierobežojumu parādās starpetniskā mijiedarbībā. Atšķirību (robežu) uzturēšanas nolūkā grupai specifiskās vērtības var noteikt ne tikai grupas piederīgie, bet arī indivīdi no citām grupām polietniskajā sabiedrībā. Līdz ar to autors nonāk pie secinājuma, ka polietniskā sabiedrībā vienmēr būs kategorizējoša tendence, kā arī nepieciešamība pēc robežu saglabāšanas, kas uztur etnisko daudzveidību kopējā sistēmā.²²

Tomēr starp grupām nepastāv tikai atšķirības; polietniskā sabiedrībā dažādas etniskās grupas var atrasties **labvēlīgā mijiedarbībā**, jo tās vieno savstarpēji papildinošas kultūras pazīmes, t.s. – **pozitīvās saiknes**, kurām piemīt kultūras bagātinošs raksturs, un tās var veicināt grupu savstarpējo atkarību un simbiozi. Toties tajās sabiedrībās, kur neviena no grupām neatrod papildinājumu savai kultūrai citas grupas pazīmēs, grupu komunikācija vai nu nenotiek, vai arī tajās tiek ignorētas etniskās identitātes atšķirības.²³ Kompleksās polietniskās sabiedrībās F. Barts saskata nozīmīgu saistību starp vērtību atšķirībām un ierobežojumiem, kas nosaka indivīda iespējamo statusu un sociālās līdzdalības pakāpi. Šādās sistēmās robežu

²⁰ Citēts pēc: Barth Fredrik. Introduction /,Barth F. (ed.)./ *Ethnic Groups and Boundries: the Social Organization of Culture Difference*. Boston: Little, Brown and Company, 1969., p. 16

²¹ Barth, p. 17

²² Ibid., p. 18

²³ Ibid., p. 19

uzturēšanas mehānismam jābūt īpaši efektīvam, jo: 1) etnisko **grupu dažādība sakņojas** būtiskās, savstarpēji papildinošās kultūras **atšķirībās**; 2) šīm **atšķirībām jābūt standartizētām** grupas ietvaros, lai uz šo standartu pamata varētu veidoties starpetniska komunikācija; 3) **kultūras pazīmēm** grupas ietvaros **jābūt stabilām**, lai uz tām varētu tikt balstītas citas grupas papildinošās pazīmes, jo ar to palīdzību tiek veidota starpetniskā komunikācija. Tādā sabiedrībā, kurā pastāv šādi apstākļi, var attīstīties stabila un pilnvērtīga komunikācija starp etnisko identitāšu pārstāvjiem.²⁴

Apskatot latviešu etniskās kopienas attīstību 21. gadsimta sākumā, pēc Fredrika Barta koncepcijas būtu jādomā par kultūras ārējām izpausmēm, tajā skaitā – arī par apģērbu, kā par etniskās kopienas kopdzīves sekām, nevis priekšnoteikumiem. Līdz ar to, analizējot apģērbu, jāmēģina rast tā izcelsmes nosacījumi, nevis jānodarbojas ar laikmeta skaidrojumu caur apģērba prizmu. Tāpat būtu jāņem vērā tas, ka ārējās formas ir kultūras iekšējo vērtību signāli, bet apģērba organizējošais (atļautā/neatļautā vai pareizā/nepareizā attiecības) aspekts būtu jāizvirza priekšplānā, jo tas ļautu tvert etniskās grupas robežas un šo robežu uzturēšanas mehānismus.

Polietniskā skatījuma piemērošana latviešu identitātes kontekstā būtu īpaši nozīmīga, jo Latvijas sabiedrībā 21. gadsimtā izteikts kultūru plurālisms – pamātā to veido latviešu un krievu kopienas, bet arvien ievērojamāks kļūst arī citu mazākumtautību pieaugums, ko veido iebraucēji, kas ierodas Latvijā darba iespēju vai studiju piedāvājuma mudināti. Tāpat jāņem vērā tas, ka sabiedrības komunikācijas platforma vairs neaprobežojas ar ģeogrāfiski determinētu lauku, tā tiek turpināta un paplašināta virtuālajā telpā. Nozīmīgi būtu noskaidrot, kas ir tas, kas minētajos apstākļos tiek uzskatīts par latviešu kultūrā unikālo un atšķirīgo, kas kalpotu par bāzes pazīmēm kultūrā, lai uz to pamata varētu veidot kvalitatīvu un stabilu starpetnisko komunikāciju. Tomēr tikpat būtiski ir mēģināt saskatīt tās nianšes, kas netiek akcentētas vai īpaši izdalītas kā atšķirīgas, jo šāda noklusēšana liecina par pašsaprotamām un tāpēc būtiskām iezīmēm noteiktu grupu savstarpējās attiecībās.

1.3. Apģērbs kā organizēta zīmju sistēma un sabiedrības modelis

Pretēji tam kā uzskata sociālantropologs Fredriks Barts, ka būtiskākās ir sociālās norises, nevis to ārējās izteiksmes, kas kļūst nozīmīgas, lai būtu par kādas grupas biedru, šī pētījuma kontekstā ir būtiski pievērsties tieši noteiktas grupas ārējām izpausmēm kā piederību izsakošām zīmēm. Šajā aspektā nozīmīgi ir franču filosofa un semiotiķa Rolāna Barta (Roland Barthes) atzinumi attiecībā uz apģērbu kā noteiktu un organizētu sabiedrības sistēmu. Viņa

²⁴ Barth, p. 19

idejas ir izklāstītas darbā “Modes valoda”²⁵, un tajā autors pauž viedokli, ka: “jebkuri mēģinājumi aplāt ķermeni ir būtībā indivīda mēģinājumi ievietoties noteiktā, organizētā, formālā normu sistēmā, kas ir sabiedrības akceptēta [...] un apģērbs pašos pamatos ir daļa no sabiedrībā pastāvošās vērtību sistēmas.”²⁶. Apģērba rada nevis pārmaiņas praktiskajā noderīgumā vai dekoratīvitātē, bet gan sabiedrība, kas tam piešķir formu un funkciju ar ražošanas likumu starpniecību. Turklāt R. Barts uzsver, ka apģērbs nevar tikt vienkāršots, piedēvējot tam vienīgi aizsargājošo vai dekoratīvo funkciju, jo tas ir nozīmīgs semioloģiskais lauks un apģērba apzīmējošā funkcija apģērba padara par sociālu objektu. Svarīgi apzināties, ka apģērbs vienmēr ir apzīmētājs kādai noteiktai nozīmei, kuru apģērba valkātājs vēlas paust un kas atspoguļojas tērpa valkātāja iesaistes pakāpē noteiktajā sistēmā.²⁷

Līdz šim pastāvošās apģērba studijas nav skatījušas apģērba kā vienotu sistēmu. R. Barts ierosina apģērba skatīt kā struktūru, kuras elementiem pašiem par sevi nav vērtības, bet tā atklājas, kad šīs struktūras elementi atrodas normatīvās saistībās grupas ietvaros. Vēsturisks apģērba pārskats uzrāda atsevišķus apģērba paraugus, bet sistēma ir kaut kas pilnīgi cits nekā atsevišķas formas. Pašos pamatos tā ir veidota no normatīvām saistībām, kas kontrolē katra valkātāja apģērba kārtību, kuru nosaka indivīda sociālā un vēsturiskā vieta kultūrā. Saskaņā ar R. Bartu, apģērbs kā sistēma ir jāskata institucionālā aspektā. Saiknes un vērtības, kas ir sistēmas pamatā, ir priekšnoteikums, kādā skatīt attiecības starp apģērba un tā attīstības vēsturi, jo tieši šīs konvencionālās saiknes ir tās, ar kuru palīdzību var tikt atklāta apģērbā ietvertā nozīme, kas rodas un pastāv starp apzīmētāju un apzīmējamo.²⁸

Apģērba sistēmas un valodas sistēmas paralelitāte.

Lai pamatotu un izvērstu savu viedokli, R. Barts ierosina veidot saikni starp divām sistēmām – apģērba un valodu. Atsaucoties uz šveiciešu semiotiķi Ferdinandu de Sosīru (Ferdinand de Saussure), Barts saka, ka valoda, līdzīgi kā apģērbs, ir gan sistēma, gan vēsture, gan individuāls akts, gan kolektīva institūcija. Jebkurā vēsturiskā griezumā valoda un apģērbs ir pabeigta struktūra, kas ir organiski radusies un eksistē kā funkcionējošs normu un vērtību tīkls. Turklāt jebkuras izmaiņas kādā vienā struktūras elementā rada izmaiņas visā struktūrā kopumā, tādā veidā veidojot pavisam jaunu struktūru. Tādējādi neizbēgami ir jārunā par noteiktu veselumu, kas atrodas nepārtrauktā, balansējošā kustībā.²⁹

Izmantojot F. de Sosīra valodas dalījumu *langue* un *parole*, Barts ierosina arī apģērba skatīt pēc analogijas, proti, ja *langue* ir visas valodas potenciālais kopums, tad šāds kopums ir

²⁵ Barthes, Roland. *The Language of Fashion*. London: Bloomsbury, 2013. 173 p. (Turpmāk: Barthes)

²⁶ Ibid., p. 6–7

²⁷ Ibid., p. 11–13

²⁸ Ibid., p. 7

²⁹ Ibid., p. 8

iespējams arī apģērba sistēmā, ko latviskojot var dēvēt par *apģērbu* (no angļu valodas '*dress*'), bet aktuālais jeb faktiskais lietojums valodā ir *parole*, kas apģērba sistēmas ietvaros būtu skatāms kā *ģērbšanās* (no angļu valodas '*dressing*'). F. Bartam šāda analogija šķiet ārkārtīgi nozīmīga, lai identificētu institucionālu, pašos pamatos sociālu realitāti – apģērbu, kas neatkarīgi no indivīda pastāv kā normatīvu rezervju kopums, no kura indivīds izvēlas savu aktuālo lietojumu – ģērbšanos. Uzlūkojot apģērbu kā institūciju un to nošķirot no individuālas darbības, ir iespējams pētīt un izdalīt apģērba sociālos komponentus: vecuma grupas, dzimumu, sociālo statusu, civilizācijas pakāpi, lokalitāti. Turpretī ģērbšanās šajā gadījumā paliek kā empīrisks fakts, kuru var analizēt fenomenoloģiskā veidā.³⁰

Jau pirms Rolāna Barta bija mēģinājumi apģērba sistēmu skatīt pēc analogijas ar valodas sistēmu, kurus 1969. gadā savā darbā “Fonoloģijas principi”³¹ (*Principles of Phonology*) apkopojis krievu lingvists Nikolajs Trubeckojs (Nikolai Trubetzkoy). N. Trubecikojs pauž domu par to, ka apģērbs kopumā, līdzīgi kā valoda (*langue*) ir sistēma – abstrakta un definēta pēc tajā esošajām funkcijām, no kuras indivīds smeļas savu aktuālo apģērba lietojumu (*ģērbšanos*), katru reizi aktualizējot normatīvu un, tāpat kā R. Barts, arī N. Trubeckojs ģērbšanos skata paralēlēs ar runu (*parole*) kā apģērba individuālo lietojumu.³² Tomēr tieši R. Barts ierosina šo lingvistisko apģērba skatījumu uzlūkot detalizētāk – kurā **ģērbšanās** ietvertu individuālo apģērba valkāšanās pakāpi (iesaistītības pakāpi sistēmā), apģērba nesakārtotību vai netīrību, daļēju vai pilnīgu elementu trūkumu (piemēram, kaklasaites nenēsāšana), improvizētas atkāpes no vispārpieņemtā, krāsu izvēli, kā arī citus individuālos un aktuālos apģērba valkāšanas veidus. Toties **apģērbs** kā abstrakta sistēma prasa verbālu vai shematisku aprakstu, tādēļ šajā līmenī jārunā par ritualizētām formām, substanci – materiāliem un krāsām, fiksētu apģērba lietojumu, stereotipiskiem modeļiem, kontrolētu aksesuāru lietojumu, dažādām apakšsistēmām (piemēram, ceremoniju apģērbs), kontrolētu apakšveļas un virsapģērba lietojumu, kā arī par tādiem apģērba fenomeniem, kas radīti tiešai apzīmēšanai – kostīmiem teātrī un kino. Ferdinanda de Sosīra lingvistikas modelī balstīts skatījums R. Bartam ir ļoti nozīmīgs, jo tas ļauj pārraudzīt pētāmā objekta institucionālo un sociālo raksturu. Tāpat tas ļauj precīzi raksturot mijiedarbību, kas rodas un pastāv starp institucionalizēto apģērbu un apģērbu, kas aktuāli tiek lietots. Lingvistiskā pieeja ļauj atbildēt uz šādiem jautājumiem: kā apģērba paraugi modē izplatās reālā lietojumā? Kā atsevišķs indivīda “untums” kļūst par vispārpieņemtu normu kopējā sistēmā?³³

Tuvojoties apģērba analīzes kodolam, R. Barts meklē atbildi uz jautājumu – **kas tad**

³⁰ Barthes, p. 8–9

³¹ Trubetzkoy, Nikolai. *Principles of phonology*. Berkley: University of California Press, 1969

³² Citēts pēc: Barthes, R. *The Language of Fashion*. London: Bloomsbury, 2013., p. 25

³³ Barthes, p. 26

apģērbā ir tas, kas kalpo par apzīmētāju, un nonāk pie secinājuma, ka **nozīme neslēpjas konkrētā apģērba gabalā** (svārkos, kreklā vai jakā), **bet gan vissīkākajā detaļā vai kopējā tērpa izvēlē**. Apģērbs neveido analogisku saikni starp apzīmētāju (signifikantu) un apzīmējamo (signifikātu). No vienas puses, tiek dots signifikāts (piemēram, jauneklīgums, intelektuālisms, cienīgums, tautiskums u.c.), bet, no otras puses, signifikanti parādās kā abstraktas, izteikti elastīgas, patvaļīgi pieņemtas formas, un bez šīs saiknes starp signifikantu un signifikātu, nozīme zaudē raksturu. Lai atrastu apģērba elementu nozīmi, ir jāraugās uz to funkciju, kontrastiem, atšķirībām, nevis šie elementi jāskata atrauti kā atsevišķi objekti. Barts uzskata, ka tas ir līdzīgi kā ar fonētiskajām vienībām valodā, kur, tikai vienai otru papildinot, var saprast to nozīmi.³⁴

Modes apģērbs kā daļa no kopējās sistēmas.

Analizējot tradicionālā un laikmetīgā apģērba attiecības, būtiski ir pievērsties R. Barta idejai par to, ka modes apģērbs var būt daļa no apģērba sistēmas kopumā – to var vai nu mākslīgi radīt, vai arī tas var veidoties, izplatoties individuālām ģērbšanās tendencēm kolektīvā līmenī. Tomēr ir neapšaubāmi tas, ka saiknei starp ģērbšanos un apģērbu piemīt semantisks raksturs: tērpa nozīme pieaug, tam virzoties no ģērbšanās (aktuālā lietojuma) līmeņa apģērba (sistēmas) līmenī. Ģērbšanās līmenim piemīt vājāka semantiskā nozīme – tas vairāk pauž nekā apzīmē, turpretī konvencionālām normām apģērbā ir nozīmīga vieta sistēmā, jo tās veido attiecības, kādās atrodas apģērba valkātais un grupa, kurai tas pieder.³⁵ Turklāt pastāv divi būtiski nosacījumi, kas jāņem vērā analizējot apģērba fenomenu – pirmkārt, apskatot sistēmu, tā jāanalizē elastīgāk – tas ir, drīzāk jādomā par tendencēm sistēmas ietvaros, nevis jāuzlūko to kā statisku veidojumu. Otrkārt, apģērbs veidojas ciešā saskarē ar vēsturisko kontekstu un atrauti no šī konteksta nevar runāt par izmaiņām apģērbā – atsevišķi vēsturiski notikumi (kari, masveida izceļošanas, revolūcijas) var strauji sagraut sistēmu, tomēr atšķirībā no valodas apģērbs kā sistēma atjaunojas (pārveidojas) daudz ātrāk.³⁶ Šajā sakarā ir jāņem vērā paša autora iepriekš izteiktās bažas, kas skar metodoloģiskās nepilnības apģērba izpētē, jo līdz šim apģērbs vienmēr ticis tvērts kā kāds noteikts ārējs apzīmētājs vispārīgajam apzīmējamam (laikmetam, valstij, sociālajai šķirai), un bez nopietna pamata šī apzīmētāja vēsturiskā attīstība tikusi attiecināta arī uz apzīmējamā attīstību, lai gan abām šīm vēsturēm var arī nebūt nekāda kopīga attīstības ritma un, kā atzīst R. Barts, šāda vienkārša pārceļšana nav pieļaujama. Attiecības starp apzīmētāju un apzīmējamo attiecībā uz apģērbu nekad nevar tikt veidotas vienkāršā un lineārā veidā, jo

³⁴ Barthes, p. 27

³⁵ Ibid., p. 10

³⁶ Ibid., p. 11

mode veidojas relatīvi neatkarīgi no laikmeta situācijas.³⁷

Apģērbs kā zīme un apzīmētājs.

Lai apģērbu varētu analizēt pēc tā dziļākās būtības, to nedrīkst uzlūkot tikai no tā aizsargājošā vai rotājošā aspekta – apģērbs jāuztver kā apzīmētājs jeb zīme, kas to padara par sociālu objektu. Šādā skatījumā apģērbā kā zīmju sistēmā ir iespējams izšķirt divu veidu zīmes – **indeksālas un apzīmējošas**.³⁸ **Indeksālās zīmes** attiecas uz noteiktu parādību seku uzrādīšanu – piemēram, saikne starp apģērbu un laikmeta garu, ko mēģinājuši saskatīt vēsturnieki, būtu skatāma kā indeksāla. Lai paskaidrotu savu domu, kā piemēru R. Barts min literārus darbus, kuros autors bieži lieto apģērbu kā vizuālu līdzekli, kas uzrāda noteiktu varoņa iekšējo stāvokli – apģērbs kļūst par šī iekšējā stāvokļa rādītāju (indeksu).³⁹ Tomēr autors arī atzīst, ka robeža starp indeksālu un **apzīmējošu zīmi apģērba sistēmā nav skaidri definējama, jo atsevišķas indeksālas zīmes var kļūt par apzīmējošām zīmēm**. R. Barts min piemēru par vīriešu sporta apģērbu – sākumā tas bija kā indekss, kas uzrādīja nepieciešamību atbrīvot ķermeni, bet, kad tas tika atrauts no savas primārās funkcijas, tas kļuva par tērpu, kas apzīmēja noteiktu stāvokli sabiedrībā, kuru sabiedrība akceptēja.⁴⁰

Pēc Rolāna Barta uzskatiem, apzīmējošais fenomens apģērbā vienmēr būtu jāskata pastāvošo vērtību kontekstā, jo tieši **indivīda iesaistīšanās pakāpe** (pakļaušanās, novirzes, protests) **sistēmā** ir tā, kas ir analīzes vērtā, jo šīs sistēmas vērtība var tikt saprasta tikai caur tās pieņemšanas vai nolieguma procesiem – apģērbs ir apzīmētājs (signifikants) kādai noteiktai, galvenajai nozīmei (signifikātam), kuru apģērba valkātājs vēlas paust un kura atspoguļojas tērpa valkātāja iesaistes pakāpē sistēmā. Noteiktas apģērba izvēles (signifikanti) var apzīmēt attiecīgas psiholoģiskas vai sociālas parādības (signifikātus), piemēram, cienīgumu, jaunatnīgumu, tautiskumu, sēras u.c. Apģērbs tā pilnīgākajā nozīmē ir **sabiedrības modelis**, kolektīvās uzvedības standartizēts attēls, un tieši šis līmenis ir tas, kuram ir nozīme.⁴¹ Apģērba izstrādājums pats par sevi sākotnēji var šķist ‘nenozīmīgs’, tāpēc ir nepieciešams to skatīt globālo un sociālo funkcijas ietvaros, paceļot to pāri vēsturiskumam, jo ar apģērbu analīzes palīdzību iespējams uzrādīt pamata problēmas visā kultūras analīzē, proti, ar šīs analīzes palīdzību atklājas, ka kultūra vienlaikus ir gan sistēma, gan process; gan institūcija, gan individuāla darbība; gan potenciālo izpausmju krājums, gan apzīmētāju kārtība, un jebkurš kultūras fakts vienlaicīgi ir gan vēstures produkts, gan arī pretošanās

³⁷ Barthes, p. 5–6

³⁸ Ibid., p. 11

³⁹ Ibid., p. 12

⁴⁰ Ibid., p. 13

⁴¹ Ibid.

vēsturei.⁴²

Apģērba kā noteiktas sistēmas analīzei Rolāns Barts paredz arī zināmas grūtības, proti, viena no **galvenajām grūtībām ikdienas apģērba analītiskajā atšifrēšanā ir saistāma ar tā sintētisko dabu**: signifikāts jeb nozīme tiek izteikta tikai caur apzīmētāju darbībā, bet šī nozīme ir nesaraujami saistīts veselums, kas tiecas izgaist brīdī, kad to mēģina sadalīt. Laimīgā kārtā risinājumu var rast tieši modes būtībā, jo formas modē tiek mākslīgi radītas, šajās formās signifikāti tiek *a priori* nodalīti no signifikantiem un noteiktas formas tiek pasniegtas gan attēlu veidā, gan aprakstošā veidā modes žurnālos. Šajā gadījumā nozīme tiek skaidri dota vēl pirms apzīmētājs ir nosaukts vārdā (rudens svārki, sieviešu pēcpusdienas uzvalks u.c.). Aprakstītā vai attēlotā mode dod iespēju pētniekam nonākt atpakaļ apģērba sistēmas izteiksmes līdzekļu kopumā – sava veida leksikonā, kura ietvaros var runāt par detalizēti izstrādātu valodu jeb tehniku. Tomēr, kā atzīst R. Barts, **lielākās briesmas pastāv mēģinājumos nepamatoti objektivizēt vai priekšmetiskot noteiktu signifikātu**, tas ir, izdarīt nepamatotus secinājumus par noteikta apzīmētāja nozīmi vai arī noteiktām nozīmēm piedēvēt neatbilstošus izpausmes veidus jeb apzīmētājus.⁴³

Lai izvairītos no aplamiem secinājumiem, R. Barts uzsver, ka “izpētes centrā nav jābūt apģērba elementu dažādībai, bet gan vērtību relativitātei, ko apzīmē apģērba elementi, un tas, kas patiešām ir nozīmīgi apģērba analīzes sakarā, ir sistemātiski mēģinājumi tvert apģērbu kā struktūru, nevis kā patvaļīgi sakārtotu sīku notikumu kopumu.”⁴⁴ Lai atklātu saiknes, kas saista apģērba elementus savā starpā struktūras ietvaros, ir nepieciešams apraksts, ņemot vērā šo elementu funkcijas, nevis priekšmetiskuma aspektus. Lingvistiskā piemēra rezultātā atklājas, ka nav iespējams realitāti aprakstīt kā struktūru, ja netiek pārveidota uztvere par tām parādībām, kas šo realitāti veido. Tāpēc, lai apģērbu analizētu kā struktūru, domāšanas veidam no leksiskā uztveres veida (kad atsevišķi tiek tverts katrs elements) ir jāpārvietojas uz sintaktisko uztveres veidu (kad tiek meklēta elementu savienojumu kārtība, struktūra), pretējā gadījumā analīzei nav būtiskas nozīmes.⁴⁵

Metodoloģiski padomi apģērba sistēmas analīzē.

Teorētiskās analīzes turpinājumā nozīmīgi ir apskatīt Rolāna Barta sniegtos metodoloģiskos norādījumus jeb “piezīmes pētījumiem par apzīmējošajām vienībām modes apģērba”⁴⁶, kas šī pētījuma ietvaros kalpos par praktiskām vadlīnijām informācijas kvalitatīvajā analīzē.

⁴² Barthes, p. 14

⁴³ Ibid., p. 28

⁴⁴ Ibid., p. 33

⁴⁵ Ibid., p. 34

⁴⁶ Ibid., p. 37–54

R. Barts saka: “Kad es lasu modes žurnālā, ka *aksesuāri veido pavasara noskaņu*, ka šis sieviešu tērps ir *jauneklīgs un seksīgs*, ka *zilā krāsa šogad ir modē*, es neredzu semantisko struktūru šajos priekšlikumos, bet es redzu izklāstītu līdzvērtību starp konceptu (pavasari, jauneklīgumu, šī gada modi) un formu (aksesuāri, tērps, zilā krāsa). Protams, šeit nevar runāt par precīzu nozīmes veidošanu: saikne nav dota ne nepieciešamā, ne pietiekamā veidā, tomēr nevar noliegt, ka šāda nozīmes saikne pastāv starp šo konceptu un formu. [...] Es vēl neesmu pārliecināts, vai tērps ietver nozīmi, bet vismaz es tam varu piemērot lingvistisko analīzi: tā ir metodes atbilstība pētāmajam objektam, kas man drīzāk *parādīs* tērpa apzīmējošo dabu, nekā tā valkātāja apzināto darbību, kas savā ziņā ir atsvešināta.”⁴⁷ Pēc R. Barta dotā parauga līdzības var aplūkot arī tautiskā apģērba tradicionālo vai inovatīvo lietojumu, kur noteikta forma (raksts, krāsa, apģērba veids) izsaka noteiktu konceptu, piemēram, apgalvojumā “šalle ar Lielvārdes jostas raksta motīvu ir modē”, var izdalīt konceptu, kas šajā gadījumā būtu *ir modē*, bet ar formu šajā piemērā būtu jāsaprot *šalle ar Lielvārdes jostas raksta motīvu*.

Turpinājumā autors pievēršas modes žurnālu izteiksmei, par kuru pauž uzskatu, ka “tā nepārtraukti cenšas slēpt saiknes starp apzīmētāju un apzīmējamo semantisko dabu. **Dažkārt modes žurnālu izteiksme signifikātu** (modīgumu, seksīgumu, pavasarīgumu) uzrāda kā **piedāvātajai formai piemītošu kvalitāti, bet citkārt šī izteiksme reducē apzīmējamo līdz vienkāršai utilitārai funkcijai** (mētelis ceļojumam (*kam?*)). Tomēr abos gadījumos modes žurnāliem piemīt tendence transformēt apģērba lingvistisko statusu dabiskumā vai noderīgumā – ievietot zīmē funkcionalitāti.”⁴⁸ **Signifikanti vienmēr ir daļa no materiālās pasaules**, kas ietver reālus apģērbus (sieviešu uzvalks, ieloce, piespraude, zelta poga utt.), **bet signifikāti tiek doti ar vārdiska apraksta starpniecību** (romantisks, bezrūpīgs, sievišķīgs jauneklīgums, piemērots atpūtai laukos vai slēpošanai utt.). Līdz ar to var teikt, ka **signifikanti un signifikāti nepieder pie vienas valodas**. Sistēmas dualitāte, kas parādās tās valodā (reālos apģērbos) un metavalodā (literārajā aprakstā), prasa dubultu aprakstu, jo signifikātu studijas ir daļa no modes mitoloģijas, bet signifikantu studijas pieder semioloģiskai sistēmai.⁴⁹ Vadoties pēc šī apgalvojuma, būtu nepieciešams signifikantus, kas eksistē materiālajā pasaulē, ar valodas starpniecību “pārtulkot” valodas līmenī, lai vispār būtu iespējams veikt analīzi. Šī pētījuma kontekstā, no vienas puses, tas nozīmē, ka jebkurš vizuāli dots apģērba elements, kurš saskatāms kā analīzes objekts, sākotnēji ir jāapraksta, lai vēlāk varētu to analizēt vienotas sistēmas ietvaros, bet, no otras puses – jāmēģina tvert apģērba sistēmas metavaloda, kura parādās kā potenciālo signifikātu lauks.

⁴⁷ Barthes, p. 37

⁴⁸ Ibid., p. 38

⁴⁹ Ibid., p. 38–39

Īpaši nozīmīga signifikanta pārtulkošana valodas sistēmā ir gadījumos, kad **modes žurnālos signifikanti ir vizuāli doti un aprakstā parādās tikai norādoši komentāri**, piemēram, *šis* bezrūpīgais sieviešu uzvalks vai *šī* elegantā kleita, tāpēc nekas cits neatliek, kā vien intuitīvi izlemēt, kas tieši *šajā* uzvalkā ir elegants vai kas *tajā* kleitā liecina par eleganci. Tomēr norādošais apzīmētājs (*šis*, *šī*) attiecas uz kādu vispārīgu formu, kas traucē veikt precīzu analīzi konkrētā gadījumā. Kā vienīgo atrisinājumu šādos gadījumos R. Barts saskata meklējumus pēc noteiktu elementu atkārtotāšanās.⁵⁰ Līdzīgi kā R. Barta dotajā piemērā, arī šī pētījuma gaitā nākas saskarties ar norādošiem komentāriem, tāpēc izšķiroši ir atklāt uz ko attiecas *šis* vai *tas* apzīmētājs un kas ir tas, kas noteiktu tautiskā tērpa elementu padara par tradicionālu vai laikmetīgu.

Turpinājumā R. Barts pieskaras nākamajai grūtībai: “Ja es lasu, ka *balts zīda svīteris ar taisnstūra formas kakla izgriezumu ir izsmalcināts*, tad ir neiespējami pateikt, kura no šīm pazīmēm (svīteris, zīda, balts vai taisnstūra formas kakla izgriezums) darbojas kā *izsmalcinātības* apzīmētājs. Vai tā ir tikai viena pazīme, kas nes nozīmi, vai arī tieši pretēji neapzīmējoši elementi, kopā savienoti, pēkšņi rada nozīmi?”⁵¹ Barts atbild, ka noderīgi ir paturēt prātā, ka **katrs no šiem elementiem var būt tas, kurš apzīmē, bet tāpat arī var būt tā, ka nozīme rodas tikai elementu kombinācijā**. Šis aspekts kļūst būtisks runājot par tautisko elementu laikmetīgu lietojumu, kas pašos pamatos ietver duālu tradicionālā un laikmetīgā mijiedarbību, jo kaut kas tradicionāls var tikt ievietots laikmetīgā formā vai arī tieši pretēji – tradicionāla forma var tikt papildīta ar laikmetīgu saturu. Turklāt jāpatur prātā, ka ne vienmēr šīs abas daļas var tikt viennozīmīgi izdalītas, jo tas, kas tiek saprasts ar laikmetīgu vai tradicionālu ir atkarīgs no noteiktās kopienas kontekstuālajiem aspektiem.

Atgriežoties pie R. Barta dotā piemēra par eleganto balto svīteri, autors atzīmē, ka svīteris reti kalpo kā apzīmētājs izsmalcinātībai un pārsvarā apzīmē pilnīgi ko citu, piemēram, sportiskumu, tad var secināt, ka šī saikne veidota tīši paradoksāli, jo pārējās pazīmes (zīds, balts, taisnstūra formas kakla izgriezums) grauj tradicionālo svītera nozīmi.⁵² Šāds regulatīvais moments ir ļoti nozīmīgs modes noteikumos un svarīgi ir paturēt prātā to, ka svīteris šajā gadījumā nav signifikants, bet gan objekts, uz kuru mērķēta nozīme. Visbiežāk modē nozīmes objekts pat netiek pieminēts, jo tieši **apgērba kopiespaids vai pats valkātājs ir tas, kurš ir nozīmes nesējs**. Tāpēc R. Barts izveido priekšstatu par to, ka pastāv **trīs līmeņi apgērba un tā nozīmes saistībā**.⁵³ Kā piemēru šī pētījuma kontekstā var minēt *tautiska stila šalle ar Lielvārdes jostas raksta motīvu* (Skat. Pielikums Nr. 1), kur līmeņi izšķiroši sekojošā

⁵⁰ Barthes, p. 40

⁵¹ Ibid., p. 40–41

⁵² Ibid., p. 41

⁵³ Ibid., p. 42

veidā **nozīmes objekts** (*šalle*), **nozīmes atbalsts** (ar *Lielvārdes jostas raksta motīvu*) un **apzīmētāja īstenā nozīme** (*tautiska stila šalle*). Modes valodā tieši nozīmes atbalstam ir vislielākā loma, jo visbiežāk nozīmes objekts nemaz nav tas, kurš nes nozīmi, bet gan šo funkciju pilda detaļa. Nozīmes objekts būtībā ir platforma, kurā var ienest nozīmi ar citu detaļu un elementu palīdzību.

Tomēr **pilnīgai saiknes izveidošanai starp apzīmētāju un apzīmējamo, nepieciešams sastāvēt no sekojošas informācijas: Signifikāts** (*tautiskā stilā*), **signifikanta** (*Lielvārdes jostas raksta motīvs*) un **nozīmes atbalsta vai nozīmes objekta** (*šalle*). Visus drukātajā modē atrodamos datus iespējams klasificēt divos veidos: pēc signifikantiem un pēc signifikātiem. Pirmie dod iespēju izveidot noteikta signifikāta ‘morfēmas’ – piemēram, romantiskuma signifikāti ir šifons, mežģīnes, batists, organza, volāni, cepures ar plīvuriem, kas veido signifikātu.⁵⁴ Latviešu tautiskā apģērba signifikāti būtu lins, vilna, āda, brunči, pastalas, villaines, saktas, vainagi, tautas raksti utt., savukārt laikmetīguma signifikāti attiektos uz tiem elementiem, kas ir modē attiecīgajā laika posmā.

Turpinājumā R, Barts izveido sarakstu, kurā izmantoti homogēnu tipu signifikanti apģērba sistēmā, un katrs no šiem tiptiem veido noteiktu sintagmātisko vienību, kura ir noteikts apģērba elementu sektors: materiāls, krāsa, noteikta vieta uz ķermeņa (galva, kakls, pleci, gurni, rokas, kājas), detaļas (apkakle, piedurknes, kabatas, josta, aizdares, ieloces, malu apstrāde, rotājumi), valkāšanas veids, elementu asociativitāte.⁵⁵ R. Barta klasifikācijas pamatā ir kādas **noteiktas zonas vai kāda modes gadījuma apzīmējošais spēks, kas norāda uz tām kā vienībām**. Turklāt tas ir vesels **morfoloģiski identisku vienību kopums, kas veido formālo tipu**. No vienas puses, šāda klasifikācija ir ļoti tuva vispārējai apģērba klasifikācijai, jo nozīmes modes apģērbā ir nenoliedzami saistītas ar apģērba lietošanas praksi tiktāl, cik tērpa kopiespaids kalpo par nozīmes izpausmes platformu. No otras puses, šāda klasifikācija atrodas visnotaļ tālu no vispārējās apģērba klasifikācijas, jo, ja to aplūko no praktiskā aspekta, “apģērbus nav iespējams pārdot saskaņā ar to, ko tie apzīmē: veikalu plauktos apģērbi nepastāv kā signifikanti.”⁵⁶

Otrs būtiskākais komentārs, ko Barts vēlas sniegt attiecībā uz formālajiem tiptiem, ir **pierādījums tam, ka apģērba valkāšanas veids** (‘vesteme’) **ir nepieciešami saistīts ar divām strukturālām plaknēm – sintagmu** (lingvistiska vienība, kas sastāv no lingvistiskām formām – morfēmām, vārdiem, frāzēm, kuras atrodas secīgās attiecībās) **un sistēmu**: “Noteikts apģērba lietošanas veids (A) no tiesas ir kopējās apģērba ķēdes segments, kas

⁵⁴ Barthes, p. 43

⁵⁵ Ibid., p. 47

⁵⁶ Ibid., p. 47–48

aizņem noteiktu telpisku vietu, bet tas tāds var būt tikai tāpēc, ka kāds cits, opozīcijā esošs (atšķirīgs) lietošanas veids (B), kura vietu šis A veids ir ieņēmis, vairs neatrodas aktuālajā lietojumā. Šādā veidā atklājas vesela paradigma, kurā noteiktai lietai ir nozīme tikai tāpēc, ka tā izslēdz citas. Tāpēc var teikt, ka konkrētam **apgērba valkāšanas veidam vienmēr ir dubults raksturs: ekstensīvs**, jo šis veids tiek īstenots noteiktā substanciālā situācijā, un **intensīvs**, jo tas atrodas virtuālās pretstatu paradigmas virsotnē.⁵⁷

Lai atbildētu uz provokatīvo jautājumu – **kā mode var radīt bagātīgu formu iespaidu, ja būtībā metavalodā aprakstītie signifikāti ir ierobežotā skaitā?** R. Barts ierosina apskatīt tos konceptus, kas modes aprakstos neparādās – tas ir, signifikāts ir nojaušams, bet vārdos neizteikts. Piemēram, ja tiek runāts par *dzeltenu punktotu kleitu ar ielocēm un kabatām retro stilā*, tad nav iespējams pateikt, kas ir šīs kleitas signifikāts. R. Barts saka, ka šādos gadījumos, kurus modes žurnāli dod vienkāršu aprakstu bez komentāriem metavalodā, **signifikāts ir pati mode.**⁵⁸ Mode ir tāds pats signifikāts kā jauneklīgums, bezrūpīgums, izsmalcinātība vai tautiskums; vienīgā atšķirība ir tāda, ka citi signifikāti ir epizodiski un vienmēr nosaukti vārdā. **Mode kā signifikāts ir pastāvīgs un atrodams trīs formās:**⁵⁹ **tieši nosauktā** (*šogad modē ir apgērbi ar tautiskiem motīviem*), **ar citu signifikantu saitēm veidota** (*etnogrāfiskie raksti nozīmē tautiskumu*, kas nozīmē, ka tas ir *modē*) vai arī tā var nebūt ne nosaukta, ne ar saiknēm veidota, bet gan **netieši ietverta** (*apgērbs tautiskā stilā*).

Modes atjaunošanās ir iespējama nevis ar jaunu pazīmju (elementu) parādīšanos, bet gan **ar jaunām šo elementu kombinācijām**. Modes elementi ir galīgi, un līdz ar to arī šo elementu kombinācijas ir galīgas, tomēr **ilūziju par modes mūžīgo modernumu ir iespējams uzturēt tādēļ, ka elementu kombinācijas spēles sniedz pāri cilvēku atmiņas robežām.**⁶⁰ Šī Rolāna Barta atziņa ir īpaši būtiska šī pētījuma kontekstā, jo tā skaidro, kā divi principiāli pretēji aspekti – tradicionālais un laikmetīgais var veidot vienotu veselumu. Saskaņā ar R. Barta uzskatiem, tradicionālie elementi var kļūt moderni, jo tie ir zaudējuši savu sākotnējo funkciju – sabiedrība tos ir aizmirsusi un tādēļ šie elementi nebijušu kombināciju veidā ar citiem elementiem var ienākt sabiedrības apritē kā moderni un laikmetīgi. Tomēr neizskaidrots paliek fenomens, ka liela daļa mūsdienu indivīdu, kas tradicionālos elementus īsteno savā ikdienas praksē, tos tomēr saista ar šo elementu sākotnējo funkciju, piemēram, etnogrāfiskās zīmes kā aizsardzības nodrošinātājas vai labklājības veicinātājas. Tāpat arī nereti tautiskie elementi tiek lietoti kā noteiktas etniskās piederības apliecinātāji. Lai mēģinātu

⁵⁷ Barthes, p. 48–49

⁵⁸ Ibid., p. 49

⁵⁹ Ibid.

⁶⁰ Ibid., p. 50

izprast šī fenomena būtību, turpmākajā darba gaitā nepieciešams pievērsties tradīcijas un tradicionālā aspekta apgērbā izpētei, darbības principiem un iespējamiem skatījuma veidiem.

1.4. Tradīcijas konceptuālais skaidrojums un skatījuma veidi mūsdienās

Tautastērps ir viena no būtiskākajām jebkuras tautas tradicionālās kultūras sastāvdaļām, jo tāpat kā ar noteiktas nemateriālas kultūras formas jeb folkloras palīdzību attiecīga kultūra sevi definē un apzinās, tā arī lietišķā māksla ir šīs kultūras izpausmes un pašrealizācijas veids. Parasti par pašsaprotamu tiek uzskatīts, ka tautastērps ir nesaraunami saistīts ar tautas tradīciju, turklāt tas ir viens no tradīcijas izpausmes veidiem. Tomēr, lai analizētu tautiskā tērpa tradicionālos un laikmetīgos lietojuma veidus mūsdienās, būtiski ir noskaidrot, kas tad īsti ir tradīcija, ko tā apzīmē kā jēdziens, kā tā atšķiras no citiem kultūras izpausmes veidiem un kā uz to iespējams palūkoties no mūsdienu zinātnes pozīcijām. Būtisku pienesumu šajā jomā ir devis 2011. gadā publicētais amerikāņu folklorista Saimona Dž. Bronnera (Simon J. Bronner) pētījums “Skaidrojot tradīciju: tautiska uzvedība modernā kultūrā”⁶¹, kurā autors pievēršas tradīcijas analīzei no dažādiem aspektiem, turklāt šīs analīzes gaitā S. Bronners aplūko būtiskākās tendences tradīcijas tematizācijā un analizē līdz šim izteiktos apgalvojumus, kas radušies kopš folkloristikas kā zinātnes aizsākumiem līdz mūsdienām. Nozīmīgākās atziņas ir svarīgi aplūkot arī šī pētījuma kontekstā, jo tās palīdz izprast un skaidrot tos procesus, kas attiecas uz tautastērpa tradicionālo lietojumu un tā laikmetīgajām transformācijām mūsdienās.

Tradīcijas jēdziena izcelsme un skaidrojums.

Tradīcijas kā jēdziena izcelsme meklējama Antīkajā pasaulē, kur ar darbības vārdu *tradere*⁶² sākotnēji tika saprasta materiālas lietas nodošana, bet laika gaitā ar *tradere* sāka apzīmēt zināšanu nodošanu. Jau romiešu mantošanas likumos atspoguļojas S. Bronnera teorijā būtiskais dalījums starp *traditium* – **tradīcijas saturu** jeb to, **kas** tiek nodots un pārraidīts, un *traditio* – **veidu**, kādā tradīcijā ietvertais saturs tiek pārraidīts, jeb **nodošanas performatīvo procesu**. Šo dalījumu autors veido atsaucoties arī uz sengrieķu filosofa Aristoteļa uzskatiem par tradīcijas dalījumu, saskaņā ar ko ir jāatdala *praxis*, kas ietver darbības simboliskos, metaforiskos aspektus, no *practice*, kas ietver fiziski atkārtojamos darbības elementus⁶³. S. Bronners atsaucas arī uz mūsdienu vēsturnieka Deivida Grosa (David L. Gross) uzskatiem, saskaņā ar kuriem apzīmējums *traditio* ietver to, ka “(a) kaut kas dārgs un vērtīgs (b) tiek nodots pārvaldīšanā citam, (c) turklāt no “dāvanas” saņēmēja tiek sagaidīts, ka tas šo

⁶¹ Bronner, Simon J. *Explaining Traditions: Folk Behavior in Modern Culture*. USA: The University Press of Kentucky, 2011. 530 p. (Turpmāk: Bronner)

⁶² 'tradere' latīņu val. – 'sniegt', 'dot'

⁶³ Bronner, p. 11

“dāvanu” glabās neskartu pienākuma pēc pret tās devēju.”⁶⁴ Tā kā sākotnēji tiek runāts par mantošanas likumiem, tad *traditium* parasti tiek saņemts no iepriekšējās paaudzes priekšgājēja vai senča, un tādēļ, ka šī nodotā lieta parasti ir vērtīga, tiek sagaidīts, ka tā tiks glabāta un nodota tālāk. Pienākums glabāt un godāt saņemto lietu tiek saistīts ar cieņu pret tās devēju, kurš laika gaitā var kļūt nezināms un aizmirsts, lai arī šīs lietas nodošana saglabājas paaudžu paaudzēs. Turklāt vārds *traditio* parādās arī sakarā ar nozīmi *padoties*, kas ietver asociācijas par autoritāti, tāpēc, ka saņēmējs pakļaujas devēja kā vecākā ietekmei.⁶⁵

Pārbīde no lietas uz zināšanu nodošanu, parādās *traditium* nodošanas **simboliskajā aspektā**, piemēram, nododot māju, tika sniegta atslēga vai arī, nododot zemes gabalu, tika sniegta sauja šīs zemes. Nodošanas procesā parādījās atkārtotu simbolu lietojums, kas tika balstīts kopīgās zināšanās par nodošanas akta sekām starp devēju un saņēmēju. Tradīcija kļuva identificējama, jo tā tika ritualizēta un standartizēta noteiktā laika posmā, turklāt šajā laika posmā atšķirības starp tagadni un pagātņi izzuda. Rituālas darbības dalībniekiem bija zināms par šī rituāla iepriekšējiem precedentiem, bet īpaši svarīgi bija aptvert, ko šis rituāls nozīmēja. Rezultātā gan materiālu, gan nemateriālu “dāvanu” nodošana kļuva līdzvērtīga, jo to nodošanas izteiksme ietvēra papildu nozīmes. Nodoto lietu nozīmes atsauksana atmiņā, veidoja **zināšanas**, kas tika apgūtas sociālo prakšu apgūšanas ceļā, nevis institucionāli iemācītas. Tās bija zināšanas, kas mūsdienās tiek apzīmētas ar jēdzienu *nemateriālais kultūras mantojums* jeb *mācība (lore)* un “folklike lore”⁶⁶ lietojums saistībā ar tradīciju ir sākums *folkloras* jēdziena jeb “tautas zināšanas” lietojumam.⁶⁷ Tautastērpa un tradīcijas kontekstā šo mantošanas procesu var skatīt kā noteiktu zināšanu kopumu jeb noteiktas mācības ievietošanu vai izpausmi konkrētā materiālā formā, tas ir, tērpā, kuru realizē konkrētai tautai vai kopienai piederīgie dalībnieki. Līdz ar to var izvirzīt apgalvojumu, ka tautastērpa elementu izvēle un to kombinācija nav nejaušs process, bet gan apzināta sociālā darbība, kura ietver noteiktai kopienai būtiskas zināšanas, kas tiek nodotas turpmākajām paaudzēm ar noteiktu simbolu starpniecību.

Arī S. Bronners kā būtisku tradīcijas pamatu uzsver tās secīgumu, jo sociālās komunikācijas aspekts ir izšķirošs, lai tiktu turpināta mācība. Jebkurš *traditio* process neizbēgami pieprasa devēja un saņēmēja klātbūtni, turklāt visi iesaistītie skaidri zina, ka šāds precedents iepriekš jau ir bijis un paļaujas, ka tāds notiks arī pēc viņiem. Viņi saprot, ka *traditio* ir secīgs process no viena cilvēka un viena mirkļa uz nākošo. Lai precīzāk raksturotu tradīcijas norisi, autors izvēlas ķēdes metaforu, kurā ķēdi veidojošie posmi vienlaikus ir kā

⁶⁴ Bronner, p. 27

⁶⁵ Ibid., p. 28

⁶⁶ 'folklike lore' – no angļu val. - 'tautas veida jeb tautiska mācība'

⁶⁷ Bronner, p. 28–29

atsevišķi pastāvoši elementi, kas ir pabeigtas vienības, bet, lai šie posmi veidotu ķēdi, tiem ir jābūt savstarpēji savienotiem⁶⁸. Līdzīgi, lai turpinātos tradīcija, ir nepieciešami jābūt tās dalībniekiem – starpniekiem starp iepriekšējo precedentu un tagadnes precedentu, jābūt arī pienākuma apziņai, lai saglabātu un turētu neskartu *traditium*, kas nodrošina, ka šāds precedents tiks īstenots arī nākotnē, pretējā gadījumā tagadnes precedentā īstenotājiem zudīs motivācija savienot iepriekšējo un tagadnes *ķēdes posmu*: “Tradīcija var izzust un tā var tikt atjaunota, bet psiholoģiski šāds pārrāvums rada bailes, ka tradīcijas ķēde [jeb ierastā kārtība] tiks lauza un izzudīs pavisam, ja ķēdes posmi netiks konsekventi pārradīti.”⁶⁹

Lai arī tradīcijas pārmantošanas procesā ir jābūt nemainīgam un stabilajam *traditium* – tam, kas tiek nodots un pārradīts, S. Bronners uzskata, ka tradīcija nebūt nav statiska – tā var arī mainīties, jo kā mācība tā tiek nodota indivīdu kopumam un tā var mainīties līdz ar vidi un apstākļiem, kuros indivīds nokļuvis. Tā kā iedzīvotāji pārvietojas un mainās sociālās vajadzības, arī tradīcija neizbēgami mainās – tā var pieaugt, pastiprināties, tā var sajaukties ar citām tradīcijām, tā arī var mazināties vai izzust pavisam. Būtībā **tradīcijas secīgumu raksturo cirkulāra**, nevis lineāra **struktūra**, tāpēc ka iesaistītās personas ir apvienotas duālā lomā – kā devēji un reizē arī saņēmēji, nevis vienpusēji iniciatori vai pasīvi vērotāji. Lai reprezentētu nepārtrauktību, *traditium* nodošanas procesā ir iestrādātas rituālas darbības, turklāt lai nodotu *traditium*, klātesoša ir arī atbildība.⁷⁰

Kā jau iepriekš minēts, tradīcijas procesā būtiska loma ir iepriekšējiem precedentiem, no kuriem visnozīmīgākais ir pats pirmais gadījums, kurš aizsācis visu tradīcijas ķēdi. Šis pirmais precedents ir tas, kurš piešķir tradīcijas procesam vērtību caur **autentiskuma** aspektu un formē šodienas darbību, pirms vēl tā tiek atkārtota. Autentiskums ir atvasinājums no grieķu termina, kas apzīmē “nepastarpinātu autoritāti” jeb “firsthand authority”⁷¹. Svarīgi šajā gadījumā vērsties tieši pie angļiskā tulkojuma, jo tādā veidā spilgti parādās rokas metaforas klātesamība nodošanas procesā. Nojēgums par “nodošanu no rokas rokā” *traditio* procesā iezīmē *traditium* taustāmās (reālās) vērtības klātesamību, jo, pirmkārt, pretēji intelektuāliem apcerējumiem, pieskāriena klātesamība nodrošina tūlītēju pārliecību, otrkārt, kopējās zināšanas, kas tiek nodotas no rokas rokā, saistās ar roku darbu, pašdarinātību un vietējumu un, kas ir īpaši būtiski – tām piemīt praktiska vērtība, bet, treškārt, tas, kurš piedalās tradīcijā, iegūst nepastarpinātu pieredzi, ko nodrošina autentiskums un taustāma iesaistīšanās tradīcijas procesā.⁷²

⁶⁸ Bronner, p. 29

⁶⁹ Ibid.

⁷⁰ Ibid., p. 30

⁷¹ ‘firsthand authority’ – no angļu val. burtiski tulkojot ‘pirmās rokas autoritāte’

⁷² Bronner, p. 32

Aplūkojot **tradīciju no laika aspekta**, parasti ar tradīcijas laiku tiek saprasts neatminams laika posms, tāpēc ka tradīcijai piemīt ne-linearitātes asociācija un tādēļ nav iespējams pateikt, kad un kā tradīcija sākusies. Turpretī sakot, ka kaut kas ir *vecs* vai *jauns*, tiek ietverts arī tas, ka šis *vecais* vai *jaunais* var tikt datēts – iespējams noskaidrot, kad tas ir sācies. Savukārt kāda artefakta vai stāsta apzīmēšana kā tradicionāla nozīmē to, ka tas ir ticis nodots neatminamā laika gaitā vai kopš pašiem laika pirmsākumiem. S. Bronners skaidro, ka šāda laika izpratne top skaidrāka, kad jēdziens *tradīcija* tiek lietots kā sinonīms apzīmējumam *kultūra*, ar ko saprot noteiktu mākslas, paradumu, mācības un institūciju kopumu. Parasti indivīdi apzinās, ka pastāv dažādas tradīcijas, tomēr tikai viena ir tā, kuru tie ir apguvuši kā pasaules uzskatu modeli.⁷³

Tradīcija mūsdienu kontekstā.

Līdzīgi kā iespējams vērot mūsdienu ikdienas prakses, arī S. Bronners apgalvo, ka tradīcija ir dzīva un visuresoša, lai arī reizēm pamesta novārtā vai apspiesta, tā ir modernās dzīves process. Tradīcija var tikt piesaukta, lai gan kavētu, gan rosinātu pārmaiņas, tāpat arī attieksmes pret tradīciju dažādās kultūrās var būt dažādas, jo tā var tikt uzskatīta kā inovācijas un attīstību kavējošs faktors, vai arī tieši pretēji – tā var būt atjaunojams un veidojams nākotnes resurss, tomēr tās pastāvība un mijiedarbība tieši mūsdienu sabiedrībā var tikt izskaidrota ar norādi uz tās pārkumu, sociālajām saistībām un secīgumu.⁷⁴

S. Bronners nošķir tādas darbības kā *habit* un *routine* (kas latviešu valodā būtu tulkojams kā *ieradums*, *paradums*), kas ietver neapdomātu darbības atkārtošanu, no *tradition* (*tradīcija*), kas paredz nemateriālā un simboliskā aspekta klātbūtni. Turklāt tas, ka bieži vien cilvēki nereflektē par piekoptajām tradīcijām, liecina par to, cik nozīmīga (jo pašsaprotama) tradīcija ir.⁷⁵ Sabiedriskās organizācijas funkciju un sociālo saistību esamību tradīcijas pastāvēšanā S. Bronners pamato sakot, ka tradīcija ir arī gan **noteikts domāšanas veids**, gan arī **ši domāšanas veida pārraides mehānisms**, ar kuru palīdzību tiek uzturēta spēkā noteiktā laikā un vietā dzīvojoša kultūra, jo tradīcija nodrošina iepriekšējus precedentus, kas nosaka cilvēku izvēles kultūrā un ļauj tiem ievietoties laikā un telpā, kā arī nodrošina piederības izjūtu.⁷⁶ Jāatzīmē, ka tradīcija nav kaut kas, ko cilvēki dara tāpēc, ka tā dara visi, jo **tradīcija tiek īstenota kā stratēģiska rīcība**, lai uzturētu sociālās identitātes un saistības ar simboliskas komunikācijas palīdzību starp savējiem un citiem. S. Bronnera teorijā **tradīcija tiek skatīta kā kultūrā veidotu, atkārtotu prakšu kopums, kas pievērš uzmanību tradīcijai kā nemateriālam spēkam, kas pašos pamatos ir preskriptīva, strukturēta un**

⁷³ Bronner, p. 34–35

⁷⁴ Ibid., p. 1–3

⁷⁵ Ibid., p. 5

⁷⁶ Ibid., p. 7–8

konotatīva.⁷⁷ Tradīcija veido to sociālo ietvaru, saskaņā ar kuru tiek vērtētas tagadnes darbības un uzskati. Tā ir iekšēji noteikta, bet sociāli veidota; tai nav likumam līdzīga spēka, lai gan tā ietver autoritāti. Analizējot tradīciju, ir jārunā par noteiktu modeli, kas var tikt atkārtots, pārveidots, pielāgots vai pat laužts.

Līdzīgi S. Bronners skaidro arī būtiskākās atšķirības starp **ieradumu** (*habit*), **paražu** (*custom*) un **tradīciju** (*tradition*). Autors pauž viedokli, ka “ieradums un paraža arī balstās uz iepriekšēju precedentu atkārtošānu, tomēr šiem abiem trūkst starppaaudžu saistības un simboliskās konotācijas.”⁷⁸ Ieradums ir darbība, kas tiek periodiski atkārtota, līdz tā kļūst netīša. Ieradums bieži vien tiek skatīts kā rutīnas sastāvdaļa, atkarība vai ikdienas darbība. Bieži vien ieradums tiek nošķirts no paražas, kas ir atkārtots sociāls gadījums. Lai arī *tradicional* (traditional) un *ierasts* (customary) bieži vien tiek lietoti kā sinonīmi, lai apzīmētu preskriptīvu atkārtotu darbību, kas balstīta iepriekšējos precedentos, ieraduma aktivitātēm trūkst secīguma un autoritātes, kas piemīt tradīcijai. Turpretī kā tradīcija, tā arī paraža var būt simboliska, tomēr tradīcijas “nodošanas” aspekts ir tas, kas to padara ritualizētu un sasaista to ar noteiktu pārliecību un ticību. Tradīcijai un paražai kopīgais ir prakses formas atkārtošānas moments, bet tradīcija ietver domāšanas veida vai sociālas mācības apgūšanu, jo attiecībā uz tradīciju daudz vairāk nekā paražu tiek uzsverts tieši vērtību nodošanas aspekts.

Tradīcijas iespējamie skatījuma veidi mūsdienās.

Bieži vien sociālajā telpā un publiskajos medijos parādās viedokļi, ka **tradīcija drīzāk ir jāapslāpē**, nekā jāpraktizē, lai sabiedrība varētu veiksmīgi attīstīties. Šāds viedoklis skaidrojams ar uzskatu, ka tradīcija bieži vien tikusi saistīta ar atpalcību un iracionāliem dzīves uzskatiem. Sabiedrībā modernizācijas ietekmē tradīcija nereti tikusi apspiesta, tomēr mūsdienās tā atkal ir kļuvusi aktuāla. Tomēr, kā atzīst S. Bronners, lielākā daļa mūsdienu folkloristu, kas raudzījušies tradīciju aplūkot padziļināti, nonākuši pie secinājuma, ka tā drīzāk skatāma kā **fenomens, kas veicina dažādību, ekspresivitāti, sociālās pārmaiņas un toleranci mūsdienu sabiedrībā.**⁷⁹ Mēģinājumi objektivizēt tradīciju pārsvarā ir saistāmi ar folkloristikas studijām, kuras pārstāvji galvenokārt pretendē uz apgalvojumu, ka **tradīcija ir eksistences forma.** Tomēr tradīcija var tikt aplūkota arī citādi, tādēļ Bronners izveido sarakstu, kurā uzrāda galvenos tradīcijas skatījuma veidus, ar kuriem nākas saskarties tradīcijas izpētē. Šos dažādos aspektus tradīcijas aplūkojumā ir būtiski iezīmēt arī šī pētījuma kontekstā, jo tie nodrošina pētāmā objekta paplašinātas skatījuma iespējas.

Pirmkārt, tradīciju var uzlūkot kā **temporālu vērtību nodošanas procesu**⁸⁰, kurā īpaši

⁷⁷ Bronner., p. 10–11

⁷⁸ Ibid., p. 35–36

⁷⁹ Ibid., p. 19–20

⁸⁰ Ibid., p. 40–41

būtiska ir starppaaudžu komunikācija un pārmantojamības aspekts no pagātnes uz nākotni. Tāpat būtisks ir arī nododamo un pārņemamo zināšanu vērtības aspekts, kas saistāms ar praktisku pielietojamību. Šādā aspektā tautastērpa izpētes kontekstā ir jāpievērš uzmanība zināšanām, kas saistāmas ar tautastērpa izgatavošanas tehnoloģijām, valkāšanas paradumiem un simboliskajām nozīmēm, kas ietvertas tērpā, mantotas no pagātnes un praktizētas mūsdienās. Būtiski arī ir fiksēt iespējamās izmaiņas, kādus iepriekš minētie aspekti piedzīvojuši vairāku paaudžu gaitā.

Otrkārt, tradīcija var uzlūkot kā **telpā orientētu vai performatīvu procesu**, kura laikā tiek nodots iztēles materiāls, kas smelts tautas gudrībā un bieži vien realizēts radošas izpausmes veidā tiešā saskarsmē nelielu grupu ietvaros.⁸¹ Šādā skatījumā būtiski ir tieši radošie risinājumi un tērpa valkāšanas aspekts reālā darbībā, turklāt uzmanība ir jāpievērš noteiktām atšķirībām, kādas pastāv atsevišķās grupās atkarībā no to ģeogrāfiskā novietojuma. Plašākā mērogā būtu jārunā par atšķirībām starp dažādu tautu tērpiem, bet Latvijas kontekstā, pētot latviešu tautastērpu, jāpievēršas reģionālajām jeb novadu īpatnībām, kā arī tam, kas šo reģionu starpā atrodams kā kopīgs.

Treškārt, tradīcija var tikt uzlūkota kā **tautas zināšanu kopums**, kas tiek asociēts ar neinstitucionalizētu mutisku pārraidi, māksliniecisku performatīvu formu un iepriekšēju precedentu pastāvēšanu kopš neatminamiem laikiem.⁸² Šajā gadījumā akcents tiek likts uz tradīciju kā uz gudrības avotu, kura ticamības moments sakņojas šīs tradīcijas ilglaicīgā vēsturiskā praksē, tomēr tradīcija var tikt uzlūkota arī negatīvi, jo pastāv šaubas par šo zināšanu lietderīgumu un drošticamību tieši šīs neatminami ilglaicīgās pastāvēšanas prakses dēļ. Tautastērpa izpētes kontekstā šeit spilgti iezīmējas pareizā/nepareizā tautastērpa izpildījuma, lietojuma un tulkojuma skaidrojumi, kas tiks detalizēti izklāstīti un skaidroti darba pētnieciskajā daļā – otrajā nodaļā.

Ceturtkārt, modernā laikmeta kontekstā tradīcija var tikt uzlūkota kā **dominējošais princips un materiāls, kas atrodas iekšēji cieši saistītu grupu eksistences pamatā**, nereti asociētu ar subkulturalitāti, marginalizāciju vai noslēgtību.⁸³ Šāds apzīmējums ietver etniskas, reliģiskas, ģimeniskas, organizatoriskas, profesionālas grupas, kas ar tradicionālu elementu palīdzību uzsver savu kopienas raksturu iepretim individuālistiskajai, elitārajai, atsvešinātajai modernajai sabiedrībai. S. Bronners iezīmē šīs tradīcijas skatījuma aspekta nozīmību, jo tradīcija kā grupu veidojošs faktors šādā komunitāriskā izpratnē ir rets un apdraudēts fenomēns. Šādā skatījumā tradīcija veido sociālas saistības modernajā vidē, un šī iemesla dēļ

⁸¹ Bronner, p. 41

⁸² Ibid., p. 43

⁸³ Ibid., p. 43–44

komunitāriskā izpratne var tikt saistīta arī ar rasu, sociālo slāņu un dzimumu teorijām. Tomēr kultūras elementi var tikt īpaši saistīti ar tradīciju, ja tiem piemīt estētiskas kvalitātes – tautas dziesmas, tautas māksla, tautas literatūra. Tautastērps šajā gadījumā sevī ietver un atspoguļo noteiktu piederību etniskai kopienai, kuru tērpa valkātājs ir vēlējies paust.

Piektkārt, tradīciju var skatīt kā **indivīdu tieksmi pēc atkārtotas darbības**, ar nolūku veidot savu identitāti, sakārtot atmiņas, stiprināt pārliecību, radīt pretestību vai nodrošināt stabilitāti.⁸⁴ Šādā orientācijā uz prakses atkārtotāmību, tradīcija izplatās ikdienas dzīvē un ir bagātīgs atjaunošanās avots tagadnē. Mēģinot atbildēt uz jautājumu, kāpēc cilvēki paļaujas uz atkārtotas darbības sekām, S. Bronners konstatē, ka parādās saistība starp uzvedību un pārliecību sakarā ar pagātnes rezultātiem un nākotnē nojaušamajiem labumiem. Pretstatā iepriekšējā punktā apgalvotajam, tradīcija fundamentāli veido cilvēka darbību nevis atbild uz modernisma sociālo marginalizāciju. Šādā izpratnē ar tautastērpa lietojumu tā valkātājs definē savu identitāti attiecībās starp savējiem un citiem, nostiprina savu vietu mūsdienu mainīgajā pasaulē, kā arī ievieto sevi noteiktā kultūrvēstures kontekstā, kura sniegtā stabilitāte ļauj pārvarēt neparedzamos pavērsienus nākotnē.

Sestkārt, tradīcija var tikt skatīta kā **standarti, normas vai ideāli, kas nereti tiek doti kā noteikta kārtība**, kanoni vai svētie raksti, kas veido autoritāti un institūcijas pamatu.⁸⁵ Lai gan šāds skatījuma veids vairāk attiecināms uz reliģisko sfēru, institucionālais aspekts arī uz tautastērpu ļauj paskatīties no šādām pozīcijām. Ja tautastērps tiek skatīts no institucionālā aspekta skatu punkta, tad būtu jāpievēršas rakstītajiem avotiem, kas nosaka, kādam ir jābūt pareizam tautastērpiem, būtu jāņem vērā tās institūcijas, kas kontrolē šo pareizo tautastērpa lietojumu, kā arī būtu jāpievēršas tiem gadījumiem, kuros šādi pareizi lietojumi sastopami. Baltijas reģiona kontekstā būtiski ir palūkoties uz Dziesmu un deju svētku tradīciju, jo atšķirībā no citām Baltijas valstīm, vienīgi Latvijā šo svētku pārvaldība atrodas valsts kontrolē un līdz ar to šie svētki tiek institucionalizēti. Turklāt šo svētku ietvaros norisinās arī tautastērpu skates, kurās tiek apbalvoti pareizākie tērpi, bet aizrādījumi izteikti tiem, kuru tērpos rodama neatbilstības vispārpieņemtajām normām.

Septītkārt, tradīciju var skatīt kā **noteiktu domāšanas veidu vai ideju kopumu**, kas nereti tiek saistīts ar konservatīviem uzskatiem, kolektīvismu, dabiskumu iepretim cilvēka radītajam, noteiktu ticību/pārliecību vai ētiskām normām.⁸⁶ Šādā aspektā tautastērps var tikt skatīts kā etniskās vai nacionālās pārliecības izpausme, kas sakņojas tradicionālā kultūrā, vai arī tas var tikt aplūkots paralēli ar citām pastāvošām pārliecībām, piemēram, ekoloģiski

⁸⁴ Bronner, p. 44

⁸⁵ Ibid., p. 45–46

⁸⁶ Ibid., p. 46

orientēto dzīvesveidu un tā galvenajām idejām.

Visbeidzot, tradīcija var tikt uzlūkota arī kā **negatīva kategorija**, kas atrodas pretstatā progresam, modernitātei, industrializācijai, racionalitātei, inovācijām un jauninājumiem.⁸⁷ Šajā gadījumā būtiski ir akcentēt to, ka ar apzīmējumu “negatīva kategorija” S. Bronners nedomā kaut ko, kas būtu slikts vai nievājams vērtējošā aspektā. Šajā skatījuma veidā iezīmējas tas, kam tradicionālais ir pretstatā – tas, kas nav tradicionālais. Tautastērps šādā aspektā būtu skatāms kā tas, kas nepakļaujas attīstībai, jo ir nemainīgs kopš neatminamiem laikiem; tas, kas nav izskaidrojams racionālos terminos, jo tajā ietvertā informācija būtībā atspoguļo sava veida mitoloģiju; tas, kā radīšanā pastāv paaudžu gaitā koptas un izstrādātas tehnoloģijas, kas īstenojamas vienīgi roku darbā pretēji industrializācijas piedāvātajām iespējām. Šis arī ir tas skatījuma veids, kas ļauj tautastērpu un tā elementus skatīt attiecībās ar laikmetīgajām modes tendencēm, jo atrodas noteiktā pretstatā tām. Tomēr, veicot analīzi, jāpatur prātā tas, ka mūsdienu mainīgajā sabiedrībā tas, kas tiek uzskatīts par tradicionālu, un tas, kas iezīmējas kā laikmetīgs vai moderns, dažādās sabiedrības daļās var tikt uztverts dažādi, tāpēc izšķiroši ir ņemt vērā sociokultūras kontekstu, apstākļus un vēsturisko laikposmu.

⁸⁷ Bronner, p. 47–48

2. TAUTASTĒRPA UN TĀ ELEMENTU LIETOŠANAS TRADICIONĀLAIS KONTEKSTS

Jau iepriekšējās nodaļas sākumā tika iezīmēti mūsdienu sabiedrības mainīgie aspekti, kas ietekmē katru Latvijas iedzīvotāju. Nemitīgi pieaugošā patērētāju kultūras loma un informācijas tehnoloģiju dominante šķietami pārņēmusi ikviena indivīda dzīvesveidu. Tomēr, pievērsoties detalizētākai sabiedrības procesu izpētei, nākas konstatēt, ka paralēli eksistē arī alternatīvas, kas mēģina šo stāvokli līdzsvarot. Apsvērumi par nepieciešamību atgriezties pie savas tautas saknēm un mēģinājumi par to pārliecināt arī savus tautiešus lielākoties iezīmējās saistībā ar **2008.-2010. gada Latvijas finanšu un pārvaldes krīzi**. Krīze – ir apzīmējums Latvijas ekonomiskajai un politiskajai situācijai, kas 2007.—2010. gada globālās finanšu krīzes iespaidā sākās 2008. gadā ar “Parex bankas” nacionalizāciju un turpinājās ar strauju iekšzemes kopprodukta kritumu, valdības demisiju un tā sauktajiem Vecrīgas nemieriem 2009. gada 13. janvārī. Situācijā, kad strauji kritās labklājības rādītāji, liela daļa sabiedrības pievērsās stabilitātes meklējumiem citā jomā – tautas kultūras mantojumā. Tomēr jau 2007. gadā domājot par to, kāds ir moderns latvietis un līvs, 2. Latvijas Kultūras darbinieku forumā folklorists Dainis Stalts savā runā uzsvēra, ka moderns latvietis un līvs “zina arī savas dzimtas, savas zemes izcelsmi un likteņgaitas, redz tās pasaules vēstures kontekstā un zina, līdz ar to nenoliedz, savu tēvu, māti – savas tautas tradicionālās kultūras mantojumu kā dzīves pamatvērtību, uz kā būvēt pasaules izpratni šodien un redzēt ceļu rītdienā, redzēt ceļu Latvijai. Domāju, ka tieši šo zināšanu universālums ir ļāvis mūsu tautai izdzīvot līdz šodienai, un, ja mēs nespēsīm šo pieredzi novērtēt un apgūt, – nākotne drūma...”⁸⁸

Nevar apgalvot, ka latviešu kultūras mantojums būtu bijis aizmirsts pirms krīzes, tomēr pašā 21. gadsimta sākumā sabiedrības attieksme pret to bija citāda, salīdzinot ar attieksmi, kāda pastāvēja atmodas laikā 20. gadsimta beigās. Piemēram, 2001. gadā jautāta par to, vai vidusskolas absolventi vēlētos savā izlaidumā ierasties tautastērpā, Durbes kultūras nama vadītāja Aija Ansons apgalvo: “Domāju, ka mūslaikos tas netiktu saprasts un tas nebūtu pa īstam. Jaunie ir attālinājušies no etnogrāfiskajām tradīcijām, un tā var kļūt tikai par tukšu dekorāciju bez piepildījuma un satura.”⁸⁹ Tomēr potenciālu tautastērpa atdzimšanu vadītāja drīzāk saskata tautas svētkos nekā laikmetīgā kontekstā: “Tomēr ļoti gribas cerēt, ka tautastērps atdzims citām svētku reizēm, piemēram, Jāņiem.”⁹⁰ Līdzīgu jaunās paaudzes attieksmi pret tautas kultūras mantojumu iezīmē arī Otanču etnogrāfiskā kolektīva vadītāja

⁸⁸ Stalts, Dainis. Folklorā un modernais dzīvesveids. *Diena*. Nr. 245, 2007, 19. okt. 9. lpp.

⁸⁹ Ansons, Aija. Par tautastērpu modi jādāmā stila māksliniekiem. *Kursas Laiks*. Nr. 66, 2001, 5. jūn. 2. lpp.

⁹⁰ Turpat.

Zenta Bērtiņa, kura pauž viedokli, ka “Tautiskā mīlēšana jāiemāca mazotnē. To nevar izdarīt arī skolā, piemēram, skandējot tautasdziesmas un pēc tam par nīcenieku garo saucienu pamēdoties – ē, bē. To nevar nosaukt par cieņu pret tautas garamantām. [...] Veciem cilvēkiem pret tautastērpu ir liela cieņa, un tā vispār ir ārkārtīgi skaista lieta.”⁹¹ Citētie viedokļi uzskatāmi iezīmē tendenci, kāda pastāvēja tūkstošgades mijā, proti, vecākā gada gājuma sabiedrības daļā, kas bija klātesoša arī atmodas kustības norisēs, cieņa pret latviešu tradīciju ir saglabājusies, tomēr tā drīzāk izpaužas sentimentālā pagātnes apbrīnojumā, nevis aktīvā un klātesošā tradīcijas piedzīvošanā. Turpretī jaunās paaudzes dienaskārtību aizpildījušas tehnoloģiju sniegtās iespējas un patērētāju kultūras labumi, tādā veidā interesi par latviešu kultūru atstājot novārtā. Pat desmit gadus vēlāk tiek pausts viedoklis, ka “Jaunajai paaudzei Latvijas vēsturi, kultūru sāk mācīt pārāk vēlu. Jauniešu smadzenes ap to laiku jau ir pārblīvētas ar surogātu pārraidēm televizoros, spēlēm datoros un automātos. Jauniešiem gribas darboties pašiem, bet viņus maz mudina pētīt Latvijas vēsturi, kultūru, savu novadnieku likteņgaitas.”⁹²

Tomēr detalizētāka periodisko izdevumu izpēte liecina, ka ap 21. gadsimta otrās desmitgades sākumu attieksme pret tradicionālo kultūru piedzīvo izmaiņas un arī jauniešu vidē parādās interese par latviešu kultūras mantojumu. Par to, ka interese par latviešu tradīcijām arvien pieaug, liecina arī Latvijas Etnogrāfiskajā Brīvdabas muzejā un tā filiālēs notiekošās seno amatu darbnīcas un demonstrējumi, kur vērot seno amatu vai prasmi darbībā, kā arī pašam izmēģināt roku tajā var ikviens interesents. Folkloras kopas “Ore” vadītāja Inese Roze 2011. gadā konstatēja, ka “Jaunie grib līdzdarboties, paši pamēģināt, vecāka gadagājuma cilvēki stāv blakus un priecājas, ka kādreiz paši to darījuši, un labprāt pastāsta, kā arī dod padomus [...] Varbūt laiks tāds, ka tālu aizbraukt nevar, varbūt svešzemju brīnumi vairs nepārsteidz, un apmeklējot pasākumus tepat Latvijā, cilvēki pārlicinās, ka daudz ko nezina vai aizmirsuši.”⁹³

Citu skaidrojumu, kāpēc latvieša uzmanība no pasaules plašumiem pievērsusies pašmāju dzīvesveidam un tradīcijai, žurnālā “Latvijas Arhitektūra” sniedz žurnāliste Ilze Martinsone, kura raksta: “Nupat jau mazizglītotākajam Latvijas pilsonim ekonomiskā situācija uz paša ādas ir darījusi zināmu, ka dzīve uz parāda pie laba gala neved, savukārt mediji nepaguruši skaidro, ka valstiskai un tostarp personiskai nākotnes laimei vitāli svarīgs ir mūsu valstī ražots produkts.”⁹⁴ Līdzīgi sava mantojuma apzināšanu un saglabāšanu 2011. gadā iezīmē arī žurnāliste Ināra Antonēna rakstot žurnālam “Zintnieks”: “Kamēr nebūsim

⁹¹ Bērtiņa, Zenta. Tautiskais jāmāca jau no mazotne. *Kursas Laiks*. Nr. 66, 2001, 5. jūn. 2. lpp.

⁹² Antone, Ināra. Tautastērpi. Mode un ... *Zintnieks*. Nr. 4, 2011, febr. 5. lpp.

⁹³ Feldmane, Sarmīte. Seno laiku mācēšana nāk modē. *Druva*. Nr. 144, 2011, 17. sept. 6.lpp.

⁹⁴ Martinsoe, Ilze. Kas es esmu: Made in “Riija”. *Latvijas Arhitektūra*. Nr. 93, 2011, febr./marts 42.–45. lpp.

atdzimuši savas tautas pašapziņā, ar sirdi neizjutīsim, ar prātu necentīsimies apzināt savas tautas unikālo vēsturisko kultūru, bet grozīsimies, mēģinot uztvert no apkārtējās pasaules plūstošo modes vēsmu (jebkurā nozarē), mēs tiešām būsim tikai nožēlojama province. Tikai atgūstot savu individualitāti, mēs kļūsim interesanti, atdarināšanas cienīgi pasaulei.”⁹⁵ Šī pētījuma kontekstā starp citām latviešu tautas kultūras mantojuma izpausmēm būtiskākā ir tieši latviešu tautastērps, kuram, pieaugot interesei par tradīciju kopumā, arī tiek pievērsta pastiprināta uzmanība. Turklāt, palielinoties interesei pieaugumam, neizbēgami pieaug arī jautājumu spektrs, kas skar tādus aspektus kā: 1) tautastērpa atbilstība noteiktām normām (pareizs/nepareizs tērps), 2) tautastērpa lietojuma apstākļi un pieņemamais veids – kā un kur pareizi valkāt tautastērpu, 3) tautastērpa iespējamās transformācijas attiecībās ar jaunajiem sociālajiem apstākļiem, 4) sociālā un ekonomiskā tautastērpa pieejamība tiem, kas vēlas tautastērpu valkāt, 5) tautastērpa simboliskā vērtība un vērtējums sabiedrībā.

2.1. Tradicionālā tautastērpa attīstība līdz mūsdienām

Mūsdienu Latvijā apzīmējuma *tautastērps* izpratne nav viennozīmīga – atšķirīgās sabiedrības daļās ne vienmēr tiek saprasts viens un tas pats fenomens – kādam tas saistās ar vilnas tērpu zilganos vai brūnos toņos, kas rotāts bronzas zvārgulīšiem (Skat. Pielikums Nr. 2), kādam – ar konkrēta novada tērpu (Skat. Pielikums Nr. 3), kas izpaužas noteiktā brunču krāsu salikumā, villaines izrakstījumā vai galvassegas risinājumā, bet kādam citam tuvāks uzskats par to, ka ir apvilktas tautastērps, ja gari linu svārki viduklī apsieti ar latvju rakstiem izrakstītu tautisku jostu (Skat. Pielikums Nr. 4). Tērpu pētniece un vēsturniece Anete Karlsonē intervijā Madonas novada laikrakstam “Stars” 2008. gadā skaidro atšķirību starp tautisko un etnogrāfisko tautastērpu, un pamato, kāpēc tautas tērps un tautiskais vai latviskais tērps nav viens un tas pats: “Lieta tā, ka pastāv etnogrāfiskais apģērbs (tas glabājas muzeja fondos, to valkāja 19. gadsimta vidū), un ir tautiskais vai latviskais apģērbs, ko izveidoja, lai ar savu apģērbu īpaši parādītu piederību latviešiem. Etnogrāfiskais un tautiskais apģērbs ilgu laiku nebija viens un tas pats.”⁹⁶

Par **arheoloģiskiem** tērpiem un rotām uzskatāmi atradumi, kas iegūti arheoloģiskajos izrakumos apbedījumu vietās (kapu laukos) tagadējā Latvijas teritorijā un ir rekonstruēti. Pirmsvēsturiskajos laikos mirušos apbedīja svētku tērpos, kas bagātīgi izgreznoti ar bronzas rotām. Ziņas par šiem tērpiem attiecināmas uz 7.–13. gadsimtu. Par latviešu **tradicionālo tautastērpu** mūsdienu Latvijas materiālās kultūras pētnieki sauc zemnieku svētku apģērbu, kurš ir veidojies un attīstījies daudzu gadsimtu gaitā un pastāvējis līdz 19. gadsimta vidum,

⁹⁵ Antone, Ināra. Tautastērpi. Mode un ... *Zintnieks*. Nr. 4, 2011, febr. 5. lpp.

⁹⁶ Elsiņa, Inese. Saruna par apģērba attīstību. *Stars*. Nr. 121, 2008, 16. okt. 6.–7. lpp.

kad to pakāpeniski nomainīja pilsētas modes apģērbs. Savukārt **tautiskā stila tērps**, ir apģērbs, kurā tiek kombinēti tautastērpa elementi ar laikmetīgajā modē pastāvošajiem apģērbiem un tā elementiem. Būtībā **tautiskais tērps** ir tas, kas noteiktā laika posmā tiek saistīts ar noteiktu piederību konkrētai tautai, un kas katrā konkrētā laikā tiek uztverts kā tautastērps. Tāpēc var teikt, ka tautastērps ir viena no tautiskā tērpa stadijām vai izpausmēm, bet tautastērpa tā konkrētajā izpausmē ir fiksēta forma, lai arī dažādos novados atšķirīga, kura ir reģistrēta, pamatojoties uz vēsturiskām liecībām un etnogrāfiskām studijām. Viedokli, ka mūsdienās ir izveidojies stabils paraugs, kas var kalpot par pareiza tautastērpa piemēru, jau 2003. gadā pauž Baiba Lūsīte Dziesmu svētku izdevumā “Dziesmusvētki”: “Klasiskā tautastērpa valkāšanas laiks attiecas uz 19. gadsimta vidu. Mums zināmais, jau pierastais, bet daudzveidīgais tautastērpa izskats pazīstams no tā attīstītākās stadijas, ko patreiz varam uzskatīt par pabeigtu un nemainīgu. Etnogrāfiski izveidojušajos novados bija kopējas tautastērpa iezīmes. Katrā pagastā varēja būt nelielas atšķirības tērpu detaļās vai rotājošajos elementos. Te jāpaskaidro, ka latviešu zemnieki bija dzimtcilvēki, tas viņus piesaistīja vienam apvidum.”⁹⁷ Tomēr, lai izprastu tautastērpa skatījumu mūsdienās, būtiski ir izprast tā izveides un attīstības gaitu 19. gadsimta beigās un 20. gadsimta pirmajā pusē – līdz brīdim, kad tiek izveidots nošķīrums pareizs/nepareizs tautastērps.

Detalizētu un visaptverošu tautiskā tērpa attīstību no 19. gadsimta beigām līdz pat 20. gadsimtam sniedz Anete Karlsonē pētījumā “Dziesmu svētki un tautiskā tērpa attīstība Latvijā”⁹⁸, kas izdots 2013. gadā, tomēr šajā gadījumā konspektīvāku, bet ne mazāk nozīmīgu informāciju dod pētnieces sniegtā informācija Madonas reģiona laikrakstam “Stars”, kurā A. Karlsonē skaidro tautastērpa attīstību: “Kad sākās Dziesmu svētku kustība, pirmajos trīs Dziesmu svētkos koristi [...] valkāja laikmetīgās modes apģērbus. Tautastērpu lielākajā Latvijas daļā tolaik vairs nenēsāja un nezināja, kāds tas ir. Līdz pienāca brīdis, kad cilvēki sāka apzināties – mēs dziedam latviešu tautas dziesmas un ar savu apģērbu arī varētu paust savu latvietību. Bet kā tad latvieši senāk ģērbās? Ir 1880. gadu otrā puse, [...] latviskais tautastērps ir aizmirsta lieta. Gandrīz divas paaudzes to vairs nevalkā, tas kļuvis vecmodīgs. [...] Ar apģērbu valkātājs parādīja ne tikai savu etnisko, bet arī sociālo stāvokli. Pēc dzimtbūšanas atcelšanas, kolīdz latvietis vairs nebija dzimtcilvēks [...] viņš arī savā apģērbā gribēja būt tāds kā kungs. [...] un tad nāk tautiskā romantisma laiks, visā Eiropā sāk interesēties par tautisko kultūru. [...] Tika radīts priekšstats par to, kā jāizskatās romantiskajam tautastērpa. Tas, faktiski, ir tāds starpnacionāls *grietiņas* tērps, ko nevienai tautai pat īsti nevar piedēvēt, bet

⁹⁷ Lūsīte, Baiba. Laiks. Tautastērps. Mēs. Mode. *Dziesmusvētki*. Nr. 3–4, 2003, marts/apr. 28.–30. lpp.

⁹⁸ Karlsonē, Anete. *Dziesmu svētki un tautiskā tērpa attīstība Latvijā 19. gadsimta beigās un 20. gadsimtā*. Rīga: Zinātne, 2013. 224. lpp. (Turpmāk: Karlsonē)

cilvēki Latvijā to uztvēra ar lielu nopietnību un valkāja. [...] No 1888. līdz 1926. gadam pastāvēja vēlme radīt modernu, laikmetīgu tautastērpu. Šos tērpus piedāvāja mākslinieki, bet tie bija tieši saistīti ar Dziesmu svētku kustību: kā nāca jauni Dziesmu svētki, tā radās jauni ieteikumi latviskajam apģērbam. [...] 20. gadsimta sākumā ar mākslinieka Riharda Zariņa darbību sākās cīņa par “īsto un pareizo” tautastērpu. [...] 1931. gadā, kad notiek 7. Dziesmu svētki, pirmo reizi tika sarīkota tērpu skate. Tērpu organizēšanas vadībā nokļuvuši cilvēki, kas aizstāv etnogrāfiski precīzu tērpu atdarināšanu, noliedzot jebkādu stilizāciju. Kopš tā laika līdz pat mūsdienām ieviešas termins “pareizs” vai “nepareizs” tautastērps.”⁹⁹ Šajā kontekstā gan ir jāpievērš uzmanība tam faktam, ka pareizā/nepareizā tērpa nošķīrumam bija rekomendējošas dabas raksturs un vēl joprojām dziedātāji svētkos varēja ierasties tādos tērpos, kādi tiem bija vai kādus tie uzskatīja par piemērotākajiem, tomēr uz atzinību tērpu skatē ar “nepareizu” tautastērpu cerēt nevarēja.

Padomju Latvijas laikā Dziesmu svētkos dziedātājiem pievienojās arī dejojāji, līdz ar ko šie svētki kļuva par Dziesmu un deju svētkiem, kas būtiski ietekmēja arī izmaiņas tautiskajā tērpā, lai arī 20. gs. 40.–60. gados netika izveidoti konkrēti ieteikumi svētku dalībniekiem. Kā atzīst Anete Karlsonē: “To [tērpu] analīzi sarežģī apstākļi, ka iestāžu (..) oficiālajos dokumentos atrodamas tikai viena veida norādes: lai svētku dalībnieki ierastos “etnogrāfiski pareizos novadu tērpos,” kamēr šo pašu iestāžu metodiskajos materiālos (..) atrodami divi pretēji ieteikumi. Viens no tiem turpināja uzturēt spēkā etnogrāfiski precīzu tautisko tērpu lietojumu dziesmu svētkos. Otrs, turpretī, atļāva un pat ieteica pārveidot tērpus atbilstoši to valkātāju kustību ērtībai vai citiem apsvērumiem.”¹⁰⁰ Tomēr, apskatot tuvāk reāli lietoto tautiskā tērpa veidu, spilgti atspoguļojas šī tērpa dekoratīvitate un atbilstība skatuves prasībām. Tas nozīmē, ka realitātē Dziesmu un deju svētku dalībnieku tērpi bija dekoratīvi, koši, tiem piemita skatuves kostīma pazīmes un tērpu risinājumā vairāk dominēja tieši jaunrade un dažādi pārveidojumi nekā etnogrāfiskā precizitāte. Tāpat arī šajā laikā nostiprinājās uzskats, ka tautiskajiem tērpiem noteikta kolektīva ietvaros bija jābūt vienādiem, līdz ar to tie ieguva uniformai līdzīgus apveidus.

Atšķirīgas tendences sāka parādīties 20. gadsimta nogalē, kad sākās atmodas kustība Latvijā, kā arī aktualizējās dažādu folkloras kopu darbība. Šo kustību rezultātā aizsākās autentiskuma meklējumi – proti, atgriezās mēģinājumi radīt etnogrāfiski precīzu tautisko tērpu, bet nu jau tika ņemtas vērā gan novadu tērpu valkāšanas tradīcijas, gan atbilstību hronoloģiskajam un kultūrvēsturiskajam slānim, bet tajā pašā laikā “tautiskajam tērpam [bija]

⁹⁹ Elsiņa, Inese. Saruna par apģērba attīstību. *Stars*. Nr. 121, 2008, 16. okt. 6.–7. lpp.

¹⁰⁰ Karlsonē, 146. lpp.

labi jāizskatās – tam [bija] jābūt atbilstošam mūsdienu estētikas prasībām.”¹⁰¹ Būtisku pienesumu tautiskā tērpa institucionalizēšanā deva Tautastērpu skates atjaunošana 1998. gadā, kuras mērķis bija mēģināt kopīgajā atrast daudzveidību, izvairīties no vienveidības un radīt interesi par sava novada tautas tērpu un tā komplektēšanas iespējām. Speciāli skates norisei tika izveidots nolikums, kurā minēts, ka tiks vērtēti sieviešu un vīriešu tradicionālie apģērbi un to atbilstība valkātāja vecumam un sociālajam stāvoklim.¹⁰²

2.2. Tautastērps Dziesmu un deju svētku kontekstā

Tautastērpu skates.

Pievēršoties situācijai 21. gadsimtā un apskatot Latvijas Nacionālā kultūras centra (LNKC) materiālus, var secināt, ka mūsdienās situācija daudz nav mainījies. Tautas tērpu skates notikušas arī 2003., 2008. un 2013. gadā un šo skašu nolikumos atrodami līdzīgi mērķi kā pirmās atjaunotās skates nolikumā. Var atzīmēt vien to, ka 2008. un 2013. gada nolikumos skaidrāk tiek izdalīti kritēriji, pēc kuriem tērpi tiek vērtēti. 2013. gada tautas tērpu skates nolikumā lasāms, ka: “7. Skates pieteikumi tiek vērtēti pēc šādiem kritērijiem: 7.1. tautas tērpa kopskats; 7.2. tautas tērpa atbilstība kultūrvēsturiskajam novadam un laika posmam (arheoloģiskais tērps, 19. gs sākums, vidus vai beigu posms, 20. gs. Sākums); 7.3. tautas tērpa atbilstība valkātāja augumam (sievietēm – brunču garums, villaines vai lakata lielums, jakas vai ņiebura piegriezums, vīriešiem – vestes, svārku un bikšu piegriezums); 7.4. tautas tērpa piemērotība gadalaikam, godiem, darbam; 7.5. tautas tērpa darinājuma kvalitāte.”¹⁰³

Šajos vērtēšanas kritērijos skaidri iezīmējas jau iepriekš pastāvošā tendence tautisko tērpu tvert tā kultūrvēsturiskajā kontekstā, ņemot vērā tā veidošanās laiku, vietu, funkciju un piemērotību valkātāja ķermeniskajām īpatnībām un sociālajam statusam. Līdz ar to tautas tērps vairs netiek uztverts kā kaut kas sastindzis un nemainīgs, bet gan tieši otrādi – noteiktas tradīcijas ietvaros to iespējams (pat nepieciešams) pielāgot, komplektēt un padarīt personiskāku, lai tādā veidā, no vienas puses, tradīcija tiktu saglabāta un turpināta, bet, no otras puses – šī tradīcija būtu dzīva un tā dzīvotu līdz ar cilvēkiem, kas to praktizē. Vēlmi dažādot tautastērpa lietošanu apliecina arī tērpu vērtēšana dažādās kategorijās, kas uzsver to, ka atkarībā no konteksta, kādā tērps tapis un tiek lietots, tam piemērojams individuāls vērtējums. Kā liecina avoti presē 2008. gadā “Tērpu vērtēšana notika vairākās kategorijās – koku, deju kolektīvu, folkloras kopu, etnogrāfisko un koklētāju ansambļu un individuālie tautas tērpi. Individuālos izvērtēja atsevišķi – saglabātie, pašdarinātie un nokomplektētie tērpi.

¹⁰¹ Karlsons, 158. lpp.

¹⁰² Turpat, 155. lpp.

¹⁰³ LNKC arhīva materiāls (bez signatūras). XXV Vispārējo latviešu Dziesmu un XV Deju svētku Latviešu tautas tērpu skates NOLIKUMS, 2013.

Jāpiemin, ka kolektīvi lielākoties skatē piedalās ar jaundarinātiem tērpiem.”¹⁰⁴

Publikācijās presē, kas atspoguļo tautastērpu skašu vērtēšanas gaitu un norisi, nereti tiek uzsvērts ekspertu augstais kompetences līmenis, kas ietver vērtētāju profesionālo daudzveidību. Atklājot vērtēšanas procesa praktisko gaitu, žurnāliste Ieva Kupše sarunā ar deju kolektīva “Vērgalīte” dejotāju Anitu Sprudzāni informē: “Stundas laikā Latvijas Nacionālajā kultūras centrā žūrija tautastērpu sīki un smalki izpētījusi. Pat mugurā nebija jāvelk, bilst A. Spurdzāne. Izcilāti brunči, jaka, podziņas uzslavētas par oriģinalitāti. Bijuši gan arī aizrādījumi: krekla šķēlums par lielu un arī sarkanajam bortam svārkos esot jābūt šaurākam. [...] Aizrādījumus saņēmuši arī pāvilostnieki. “Žūrija norādīja uz kļūdām vestes krāsai, kas neatbilst pēc toņa, arī svārkiem kļūdiņas, kreklam – mums liekas sīkumi, bet speciālistiem šīs lietas ir svarīgas,” atzīst Pāvilostas novada kultūras un izglītības metodiķe Silvija Leja.”¹⁰⁵ Pievēršoties šajā citātā izteiktajai informācijai, tomēr nekļūst līdz galam skaidrs, kādēļ vienas atkāpes no normas (pogu oriģinalitāte) tiek atzītas kā slavējamās, bet par citām (toņa neatbilstība vai šķēluma lielums) tiek saņemti aizrādījumi. Lai izprastu šīs vērtēšanas specifiskos kritērijus, būtu nepieciešamas padziļinātas zināšanas etnogrāfijā, bet tā kā šī pētījuma ievirze ir sociokulturā, nevis etnogrāfijā balstīta, tad šis jautājums tiek atstāts etnogrāfu kompetencē.

Piesaucot sociokultūras aspektu, gan jāatzīmē, ka LNKC rīkotajām tautastērpu skatēm nepiemīt tikai tērpu regulējoša vai kontrolējoša funkcija – tā ir arī iespēja apvienot daļu Dziesmu svētku dalībniekus kopējā svētku uzvedumā, tādā veidā sniedzot māksliniecisku baudījumu, izglītojot tautastērpu darinātājus par tērpu attīstības gaitu un stiprinot kopības apziņu: “Ir vēl kāds pasākums, bez kura nav iedomājami dziesmu un deju svētki, – Tautas tērpu skate. Tajā tiek apvienoti gan dziedātāji, gan dejotāji, gan citi svētku dalībnieki. [...] bet pats galvenais – [2008. gada Tērpu skatē] varēja gūt ieskatu latviešu tautas tērpa vēsturē un tā izveidē un redzēt laureātu tērpus un to valkātājus.”¹⁰⁶ Turklāt tērpu skate ir arī brīdis, kad labāko, tas ir, noteiktām normām atbilstošāko, tērpu īpašnieki un autori var lepoties ar savu izvēli un veikumu. Par to, ka iegūtā atzinība ir būtiska, lai stiprinātu arī lokālo piederību, liecina arī novadu laikrakstos ietvertā informācija, kas pauž atzinību vietējo tautastērpu īpašniekiem: “Tuvojoties XXV Vispārējiem latviešu Dziesmu un deju svētkiem, beigusies arī atlases tautastērpu skates finālam, kas notiks 30. jūlijā. Uz skati Rīgā izvirzīti arī trīs mūspuses kolektīvu tērpi. [...] Uz skati Rīgā tika vests Pāvilostas sieviešu kora Sakas tautastērps, Vērgales vidējās paaudzes deju kolektīva “Vērgalīte” Priekules tautastērps un

¹⁰⁴ Kārkla, Antra. Starp Dziesmu svētku norisēm arī tautas tērpu skate. *Zemgale*. Nr. 83, 2008, 17. jūl. 6. lpp.

¹⁰⁵ Kupše, Ieva. Pārbauda katru vilīti. *Kursas Laiks*. Nr. 66, 2013, 12. jūn. 7. lpp.

¹⁰⁶ Feldmane, Sarmīte. Brunčus mugurā, vainagu galvā... *Druva*. Nr. 89, 2013, 7. jūn. 7. lpp.

Vaiņodes novada jauktā kora tautastērps.”¹⁰⁷

Tautastērpa daudzveidīgais lietojums Dziesmu svētkos.

Tautiskā tērpa lietošanas daudzveidību spilgti atspoguļo laikraksta “Diena” interneta vietnē izveidotā Vispārējo XXV Latviešu Dziesmu un XV Deju svētku fotoreportāža¹⁰⁸, (Skat. Pielikums Nr. 5) kurā neskaitāmās fotogrāfijās blakus arheoloģiskajam, etnogrāfiskajam un 20. gadsimta dažādos posmos radītajam tautiskajam tērpiem parādās daudzveidīgi šī tērpa mūsdienīgi lietošanas veidi un stilizācijas. No tā var secināt, ka nolikums, kas izstrādāts tautas tērpu skatei, ir saistošs vien tiem, kuri pretendē piedalīties šajā skatē, tādā veidā cenšoties sekot noteiktai, nu jau institucionalizētai, tradīcijai. Turpretī citiem, kuriem nav būtiski tikt oficiāli atzītiem noteiktas tradīcijas institucionālajos ietvaros, paveras plašas iespējas savu piederību šai grupai vai tradīcijai apliecināt izmantojot vien atsevišķas vizuālas piederības zīmes, tās tieši vai netieši pārceļot un pārveidojot savā apģērbā. Kā spilgts piemērs šeit minams Jaunmārupes jauniešu jauktā kora “Universum” tērpu risinājums¹⁰⁹ (Skat. Pielikums Nr.4), kurš nekādā gadījumā nevar pretendēt uz atbilstību tautas tērpu skates nolikumā izvirzītajiem kritērijiem, bet tajā pašā laikā, pēc pašu koristu domām, ir latvisks, bet reizē arī saskan ar laikmeta estētiskajām tendencēm.

No vienas puses, tautastērpa stilizācijas mēģinājumiem sabiedrības uzskatos ir negatīva ietekme, jo tas grauj priekšstatu par “pareizā” tautastērpa koptēlu, bet, no otras puses, stilizācijas uztur spēkā interesi un padara tautas kultūru dzīvu, ienes tajā daudzveidību, turklāt tas, ka tautas kultūras elementi vispār tiek izmantoti, dažkārt tiek vērtēti pozitīvāk par elementu izmantošanu atbilstoši noteiktām normām: “Daudz nopeluma izpelņējušies stilizētie deju kolektīvu tautastērpi un pirmās brīvvalsts pseidotautiskā mode. Toties viņu pozitīvā ietekme, atmodinot interesi par tautas kultūru, kopības apziņu, cenšanās attīstīt tālāk tautas mākslu – atsver jebkuras kļūdas un neizdošanos.”¹¹⁰ Šo nostāju pastiprina arī tautastērpa skatījums sociokultūras kontekstā, kurā tas netiek uzlūkots kā kaut kas sastindzis un fiksēts, bet gan kā nepārtraukts jaunrades process, kas piedzīvojis izmaiņas līdz ar notiekošajām pārmaiņām sabiedrībā. Tāpat arī tiek uzsvērts tautas lietišķās mākslas radošais potenciāls, kuru arī ar tērpa starpniecību realizē noteikti sabiedrības pārstāvji: “Tautas māksla vienmēr bijusi jaunrades process, kurā organiska nepieciešamība katram bija – ielikt turpinājumā savus atklājumus. Visos laikos tautastērpus nenoliedzami ietekmēja apkārtējo cilšu pārvietošanās,

¹⁰⁷ Kupše, Ieva. Pārbauda katru vīlīti. *Kursas Laiks*. Nr. 66, 2013, 12. jūn. 7. lpp.

¹⁰⁸ Dziesmu un deju svētku gājiens fotogrāfijās. *www.diena.lv* Pieejams:

<http://www.diena.lv/foto/redakcijasfoto/kultura/dziesmu-un-deju-svetku-gajiens-fotografijas-14015142>

[Skatīts: 2015, 21. janv.]

¹⁰⁹ Jaunmārupes jauniešu jauktais koris “Universum”. *www.marupe.lv* Pieejams:

<http://www.marupe.lv/kultura/pasdarbibas-kolektivi/jaunmarupes-jauniesu-jauktais-korisuniversum/prettyPhoto> [Skatīts: 2015, 21. janv.]

¹¹⁰ Antone, Ināra. Tautastērpi. Mode un ... *Zintnieks*. Nr. 4, 2011, febr. 5. lpp.

jaunu tirdzniecības saišu rašanās, jauna mode. Varbūt mūsu daudzie un tik dažādie tautastērpi “sastājušies” vienotā ierindā, atspoguļojot mūsu tautas vēsturisko ceļu visā pilnībā?”¹¹¹ Līdzīgu viedokli par to, ka tautas apģērbs ir sociāls un līdz ar to mainīgs lielums, pauž arī pētniece Anete Karlsona, runājot par **izstādi “Tautas apģērbs un mode”** 2008. un 2009. gadu mijā Madonas novada muzejā un tās ekspozīcijā redzamo: “rādu, kā līdz ar laiku priekšstati par latvisko mainās un paralēli – kā mainās mode. Cilvēks ir dzīvojis ar diviem apģērbiem: laikmetīgo un latvisko. Mainoties vienam, mainās arī otrs, turklāt savstarpēji ietekmējoties. Pat tad, kad tika noteikta prasība par pareizu etnogrāfisko tautastērpu, laikmetīgā mode to ietekmēja un turpina ietekmēt.”¹¹²

Tautiskā tērpa stilizācijas aktualitāte daļēji skaidrojama arī ar pastāvošo kārtību, kādā tiek piešķirts finansējums kolektīvu darbībai, jo, kā jau zināms, stilizēta tautiskā tērpa pagatavošana izmaksu ziņā ir daudz mazāka nekā tērpa, kas veidots pēc etnogrāfiskiem vai etnogrāfiskiem vai arheoloģiskiem paraugiem. Saskaņā ar Dziesmu un deju svētku likuma devītā panta trešo punktu: “Kora, orķestra, tautas mūzikas ansambļa, deju vai cita kolektīva darbībai nepieciešamās mēģinājumu telpas, mēģinājumiem nepieciešamo tehnisko aprīkojumu, tērpu, nošu materiālu, deju aprakstu iegādi, kolektīva vadītāja, diriģenta, koncertmeistara darba samaksu, transporta pakalpojumus Dziesmu un deju svētku starplaikā un svētku norises laikā nodrošina attiecīgā kolektīva dibinātājs.”¹¹³ Līdz ar to par jebkura kolektīva finansētāju kļūst tā dibinātājs – pašvaldība, nevalstiska organizācija vai paši šī kolektīva dalībnieki, bet ne valsts, līdz ar to tai arī nav tiešas ietekmes par tērpu realizāciju.

2.3. Tautastērpa loma un tā vērtējums mūsdienu sabiedrībā

Pareiza vai nepareiza tautastērpa vērtējumi mūsdienās nenodarbina tikai oficiālo tautastērpu skašu rīkotāju prātus – arī daļā sabiedrības pastāv dažādi uzskati par noteiktu tautastērpa formu un valkāšanas veidu. Periodikā pieejamajā informācijas klāstā nereti parādās pozitīvas atsauksmes par aizgājušo Dziesmu un deju svētku krāšņo noformējumu un to pacilājošo sajūtu, ko šie svētki devuši apmeklētājiem. Tomēr biežāk un skaļāk izskan tie viedokļi, kuros atspoguļojas aizrādījumi un labojumi, kas būtu uzklusāmi svētku dalībniekiem un apmeklētājiem. Tā, piemēram, “Rūjienas Vēstnesī” žurnāliste Ilona Dukure atspoguļojot 2008. gada Dziesmu un deju svētku norisi, raksta: “Nevarēja arī nepamanīt, ka kļiedzošu aplamību, ko tautastērpu valkātāji pieļauj nezināšanas vai nepareizu priekšstatu dēļ, bija daudz mazāk nekā iepriekšējos svētkos. [...] Ir daudz visādu sīkumu, ko pārzina vien

¹¹¹ Antone, Ināra. Tautastērpi. Mode un ... *Zintnieks*. Nr. 4, 2011, febr. 5. lpp.

¹¹² Elsiņa, Inese. Saruna par apģērba attīstību. *Stars*. Nr. 121, 2008, 16. okt. 6.–7. lpp.

¹¹³ Dziesmu un deju svētku likums. *likumi.lv* Pieejams: <http://likumi.lv/doc.php?id=111203>
[Skatīts: 2015, 21. janv.]

etnogrāfī, un tos noskaidrot, pirms darināt tērpu vai ģērbties, nav grūti, ja vien ir vēlēšanās un saprašana, ka tas nepieciešams. Ir pieejama izsmeļoša literatūra, un zinoši cilvēki nekad neatteiks savu padomu. [...] Nezināt nav kauns. Kauns ir nevērības dēļ apkaunot tautastērpu, kas ir tikpat svēts cik valsts karogs.”¹¹⁴

Uzskats, ka nereti tautastērpu valkātāji pret savu tērpu izturas ar zināmu nevērību atspoguļojas arī izdevumā, kas orientēts plašākai auditorijai – žurnālā “Citādā pasaule”¹¹⁵ aizgājušo svētku ietekmē tiek doti ieteikumi, kā pareizi valkāt tautastērpu: 1) matiem jābūt savāktiem un galvai apsegta; 2) jāievēro pareizais brunču garums; 3) apaviem jābūt klasiskiem – melniem; zeķēm – baltām vai baltām ar latvju rakstiem; 4) nēsājot tautastērpu, “labāk ir izvairīties no pārāk uzkrītoša un spilgta grima, ja vien nav jāiet uz skatuves vai jāfotografējas, kur prasības ir specifiskas,”¹¹⁶ 5) mobilā telefona un maka līdzņemšanai vēlamas ir brunčos iešūtas kabatiņas vai linu somiņa, jo “Čūskādas soma pie tautas tērpa gan nebūs īsti vietā.”¹¹⁷ 6) Tāpat arī “Pie tautastērpa auskari ausīs neizskatīsies skaisti!”¹¹⁸ 7) Kā arī “Tautastērps ir jāciena, tāpēc par smēķēšanu un alkohola lietošanu, kad uzvilks tautas tērps, jāaizmirst!”¹¹⁹ 8) Tomēr, “Ja nevarat atļauties iegādāties visu tērpu uzreiz, var kādu tautas tērpa detaļu sakombinēt ar ikdienas apģērbu, piemēram, svārkus ar jostu. Var apsiet jostu iecienītajai kleitai. Tomēr vairāk par divām detaļām nevajadzētu likt kopā. Ja grib kombinēt tautas tērpa detaļas starp novadiem, vispirms vajadzētu to kārtīgi apsvērt un pakonsultēties ar kādu speciālistu, piemēram, Lielvārdes josta ar Nīcas brunčiem neies kopā.”¹²⁰ Šajos ieteikumos saskatāmas divas būtiskas iezīmes, kas raksturo tautastērpa valkāšanas kontekstu mūsdienās: pirmkārt, tautastērps ir jāciena, un par tā koptēlu ir atbildīgs tērpa nesējs, otrkārt, tautastērps piedzīvo zināmas izmaiņas, kas ienāk saskaņā ar noteikto laikmetu – mobilā telefona mobilā telefona/naudas maka novietojums, aksesuāru izvēle, grims un uzvedība.

Tieši uzvedība un attieksme pret tautastērpu tā valkātājam ir tie aspekti, kurus nav iespējams reglamentēt ar likumu vai kādiem citiem priekšrakstiem, tāpēc sabiedriskajā telpā “pareizā” tautastērpa aizstāvji uzskata par nepieciešamu uzsvērt tieši šo aspektu vai nu apelējot pie valkātāja sirdsapziņas, vai detalizēti sīki izklāstot, kā lietojamas atsevišķas detaļas, lai nesabojātu visa tautastērpa kopskatu un līdz ar to arī neaizvainotu tautas mantojumu: “Protams, ņemot vērā to, cik ļoti esam attālinājušies no senču dzīvesveida,

¹¹⁴ Dukure, Ilona. Svēts kā karogs. *Rūjienu Vēstnesis*. Nr. 29, 2008, 18. jūl. 1. lpp.

¹¹⁵ Pole, Ilze. Tautas tērps: dziedinošs un vienmēr modē! *Citāda Pasaule*. Nr. 16, 2013, 7.–20. aug. 14.–18. lpp.

¹¹⁶ Turpat.

¹¹⁷ Turpat.

¹¹⁸ Turpat.

¹¹⁹ Turpat.

¹²⁰ Turpat.

jāpieļauj kompromisi tautastērpa darināšanā un valkāšanā. Tomēr arī kompromisiem ir robežas. Tautu dēliem ar drānām ir nedaudz vienkāršāk un apkaunot tērpu var drīzāk ar nevīrišķīgu stāju, kamēr pret tautumeitām, kā jau pret visu sieviešu dzimumu, kam jāsargā tautas tikums, prasības ir daudz augstākas. [...] pašsaprotami būtu jābūt pietātei pret, piemēram, vainadziņu. Vai ir vēl kāda, kura nezina, ka vainadziņš ir tikai un vienīgi jaunu meitu galvas rota, kas skaidri parāda statusu sabiedrībā? Turklāt tas velkams vietā, kur uz pieres sākas atglaustie mati. Jebkurā citā veidā, kad vainags ir dziļi pieres vidū, vai, nedod Dievs, šķībi vai pakausī, meita atklāti rāda, ka ir palaidne. [...] Sievām savukārt ir neierobežotas iespējas izrādīties ar krāšņām aubēm. Žēl, ja iesīkstējušu priekšstatu dēļ noniecina šo skaisto sievas tērpa detaļu un pat kaunās to vilkt.”¹²¹

Tomēr sabiedriskajā telpā līdzās iezīmējas arī cits viedoklis – par tautastērpa saglabāšanu jā rūpējas ne vien tā valkātājam, bet arī tā radītājam. Šajā sakarā **Latvijas Kultūras ministrijas valsts finansētās programmas “Nemateriālās kultūras vērtību reģistrs”** ietvaros – laikā, no 2004. gada jūnija līdz 2006. gada decembrim, gatavojoties nākošajiem Dziesmu un deju svētkiem 2008. gadā, tika īstenots projekts jeb **konsultāciju programma “Nacionālā identitātes simbola tradicionālā tautas tērpa saglabāšana Latvijas novados.”** Programmas uzdevums bija palīdzēt Dziesmu svētku dalībniekiem, folkloras kopām, tautas tērpu darinātājiem un citiem interesentiem iegūt precīzu informāciju par tradicionālo latviešu tautas tērpu pareizu darināšanu, komplektēšanu un valkāšanu. Profesionālu apmācības tika sniegtas dažādos Latvijas novados, un kā atzīst žurnāliste Ilze Kārkluvalka, “Gan audējām, gan citiem, kas ikdienā nodarbojas ar tautas mākslu Rīgas lektores rāda un stāsta, kāds ir īsts, senais, Talsu tautas tērps.”¹²²

Tomēr bažas par tautastērpu darinātāju izpildījuma atbilstību “pareizajām” normām vēl izskan arī 2013. un 2015. gadā, kuru starpā ieskanas arī ieteikums, ka būtu nepieciešams tautastērpu ražotājiem ieviest noteiktu sertifikācijas sistēmu. Tekstilmāksliniece un audēju kopas “Vēverišas” vadītāja Dagnija Kupče sarunā ar žurnālisti Sarmīti Feldmani laikrakstam “Druva”: ““Aizvien nevaru beigt brīnīties par to, kādus tērpus cilvēki grib pasūtīt. Viņiem galvenais – lai būtu ērti. Alsungas jaku ieteica izgatavot ar noņemamām piedurknēm, tas reizē būtu jaka un veste, vai arī šī pati jaka varētu būt aiztaisāma uz muguras. Diemžēl pirms svētkiem, kad pēc tērpiem ir liels pieprasījums, atrodas kantori, kuri šādas iegribas izpilda,” pastāsta audēja un atbalsta iecerī, ka tautastērpu darinātājam nepieciešama sertifikācija.”¹²³ Līdzīgi arī tautisko apģērbu meistare Velta Dilēviča izsaka viedokli, ka “Tomēr jānošķir ir

¹²¹ Dukure, Ilona. Svēts kā karogs. *Rūjienas Vēstnesis*. Nr. 29, 2008, 18. jūl. 1. lpp.

¹²² Kārkluvalka, Ilze. Tautastērps apliecina nacionālo piederību un nemainās modei līdzī. *Talsu Vēstis*. Nr. 136/140, 2006, 23. nov. 1. lpp.

¹²³ Feldmane, Sarmīte. Brunčus mugurā, vainagu galvā... *Druva*. Nr. 89, 2013, 7. jūn. 7. lpp.

divas lietas. Viens ir tautas tērps, kurā nevajadzētu likt iekšā jauno modi, bet otrs ir tautisks apģērbs valkāšanai ikdienā, kurā izmantoti elementi no tautas tērpa.”¹²⁴

Līdzīgu viedokli sniedz arī žurnālistes Lindas Zalānes sniegtā informācija sarunā ar tautastērpu centra “Senā Klēts” mākslinieci un meistari Ziedīti Muzi, kura skaidro, ka “Mūsdienās Latvijas iedzīvotāju pieprasījums pēc tautastērpiem ne tuvu nav tik liels kā pirms 20 gadiem [kad tautastērpu centrs “Senā Klēts” sāka savu darbību], bet Līgo svētki uzņēmumam ir īpaši darbīgs laiks.”¹²⁵ Turklāt meistare Ziedīte Muze atklāj, ka “Šis ir sarežģīts bizness, jo tā nav tikai lietu pārdošana. Par tautastērpiem un etniskajiem aksesuāriem ir jābūt etnogrāfiskām zināšanām, kā arī jāatrod meistari, kas tērpus noaudīs un uzšūs.”¹²⁶ Tomēr pretēji bažām par “nepareizu” tautastērpu pārsvaru kopējā izgatavojumu klāstā un pieprasījuma trūkumu atsvēr žurnālistes saruna ar uzņēmuma “Rakstā” direktori Brigitu Čiksti, kura atklāj, ka “Veikala biežākie klienti ir dejotāji un dziedātāji, bet pagājušajā vasarā [2011. gadā] pārsteidzoši daudz bija arī tādu cilvēku, kuri tautastērpu vēlējās iegādāties dažādiem godiem – kāzām vai Līgo svētkiem.”¹²⁷ Tāpat direktore arī uzsver, ka “iesaistoties šādā biznesā, jāuzņemas arī atbildība par tautastērpu izgatavošanas amata saglabāšanu, jo šīs esot no tiem senajiem amatiem, kas izzūd. “Nav nemaz tik viegli sameklēt tautas tērpu ražotājus un piegādātājus, kuri varētu apmierināt klientu pieprasījumu, kas patlaban ir lielāks nekā piedāvājums.””¹²⁸ Līdz ar to var secināt, ka pieprasījums pēc tautastērpiem pieaug un “pareizu” to realizāciju nodrošina tautastērpu izgatavotāju zināšanas, godaprāts un atbildība sekot šīm zināšanām, tomēr lielākā problēma, kas skar tautastērpu izgatavošanas procesu, ir augsti kvalificētu un atbildīgu meistarību nepietiekamība.

Tautastērps kā vērtība.

Tautastērps Latvijā kultūrā nepiemīt tikai tradicionālo kultūru reprezentējoša vērtība, bet gan tas parādās arī kā nemateriāla kultūras mantojuma glabātājs – materiālā veidolā ietvertas garīgas, latviešu tautai nozīmīgas vērtības, kas, valkājot tautastērpu, tā īpašniekam piešķir pašapziņu un lepnumu: “Cik bieži jūs esat redzējuši tautas tērpa ģērbusos meiteni vai puisi ar sakumpušu muguru un drūmā padevībā noliektu galvu? Nekad? Tas ir neticami, kā viens tērps spēj piešķirt staltu stāju, veselīgu lepību un dabisku smaidu, tiklīdz tiek uzvilks. Tautas tērpa maģiskās īpašības un tajā ieaustās latvju rakstu zīmes uzlādē, dziedina un izceļ mūsu rakstura labākās īpašības. [...] Nesen notikušie Vispārējie latviešu dziesmu un deju svētki pierādīja, ka pēc mentalitātes it kā vēsie un mazliet kautrīgie latvieši

¹²⁴ Ozoliņa, Ilze. Stāvēt blakus lielveikala precēm. *Kurzemes Vārds*. Nr. 30, 2015, 6. febr. 5. lpp.

¹²⁵ Zalāne, Linda. Latvijas etnodizains pāri jūrām un okeāniem. *Lietišķā Diena*. Nr. 256, 2013, 11. apr. 27.–29.lpp.

¹²⁶ Turpat.

¹²⁷ Turpat.

¹²⁸ Turpat.

pēkšņi ir pārvērtušies pašapzinīgos ļaudīs, kam visa pasaule ir pie kājām un nekas vairs nešķiet par grūtu. [...] Šķiet, psihiatriem saviem pacientiem vajadzētu izrakstīt nevis antidepressantus, bet vismaz nedēļu ilgu tautas tērpa valkāšanas kursu.”¹²⁹ Šis citāts spilgti iezīmē akcentu pārbīdi attieksmē pret tautastērpu kā Latvijā, tā arī citur Eiropā. Atgādinot iepriekš minēto, ka laikā, kad tautastērps praktiski izzuda no reālā ikdienas lietojuma, jo tas tika saistīts ar laucinieku kārtu 19. gadsimta vidū un nesenā pagātnē pastāvošajiem dzimtbūšanas, un aizstāts ar pēc Eiropas modes radītajiem apģērbiem kā turīguma izpausmi, varētu rasties jautājums – kā tas nākas, ka 21. gadsimtā tautastērps sabiedrībā tiek uztverts un valkāts kā pašapziņas veicinātājs?

Vienā ziņā atbilde uz šo jautājumu meklējama tajā apstākļi, ka tautastērps sen vairs nav ne trūcīgo ļaužu apģērbs, ne arī tas pieejams acumirkļi kuram katram. Tautastērpa iegāde vidējam latvietim prasa vai nu stipri daudz līdzekļu, vai arī izteikti detalizētas zināšanas un pamatīgas prasmes un līdz ar to arī ieguldīto laiku, lai to izveidotu pašrocīgi. Kā atzīst tekstilmāksliniece Dagnija Kupče, ”Tautastērpu nevar uztaisīt viens, divi. Bārtas blūzi nevar uzšūt ātrāk kā divos mēnešos. Vienkārši nevar.”¹³⁰ Savukārt jau 2008. gadā aplūkojot tautastērpu darināšanas uzņēmumu “Muduri” vai “Senā klēts” piedāvājumu, tiek konstatēts, ka “tautastērps maksā brangu naudu. Jārēķinās ar apmēram sešiem simtiem latu, ja viss jāsāk no nulles. Taču vairākumam tautastērpi ir, tomēr tos nepieciešams uzlabot. [...] Pienākuši laiki, kad, piemēram, meistara kalta sudraba sakta patiešām ir govus vērtībā. Taču var iztikt arī ar pieticīgākiem līdzekļiem. Piemēram, skaisti izrakstīts Lielvārdes krekls maksās apmēram trīssimt latu. Toties bez rotājuma, taču pēc piegrieztnes etnogrāfiski pareizi uzšūts, būs divdesmit latu vērtē.”¹³¹ Līdz ar to var apgalvot, ka, raugoties no sociokultūras aspekta, tautastērps ir kļuvis drīzāk par turības apliecinājumu, nekā trūkuma rādītāju. Turklāt, kā konstatē žurnāliste Vita Krauja “Tautastērps ir manta, kurai vērtība tikai pieaug. Un ne jau tikai materiālā ziņā.”¹³²

Cits skaidrojums, kas neizslēdz, bet papildina iepriekšējo, atklājas skatot situāciju ne vien Latvijas, bet arī plašākā kontekstā. Atrodoties mūsdienu kultūras laukā, manāma spilgta **akcentu pārbīde visā Rietumu kultūrā** – proti, pievēršanās savas tautas saknēm nav tikai latviešiem raksturīga parādība, un nemitīgi mainīgajos apstākļos arī citas tautas pēc stabilitātes meklējumiem vēršas pie senču mantojuma, kad konstatējušas patērētāju kultūras iluzoro dabu un kaitīgo ietekmi. Turklāt šāda tautas kultūras aktualizācija, kas hronoloģiski atrodas līdzās *zaļam* dzīvesveidam un uz ekoloģiju orientētam domāšanas veidam, nav

¹²⁹ Pole, Ilze. Tautas tērps: dziedinošs un vienmēr modē! *Citāda Pasaule*. Nr. 16, 2013, 7.–20. aug. 14.–18. lpp.

¹³⁰ Feldmane, Sarmīte. Brunčus mugurā, vainagu galvā... *Druva*. Nr. 89, 2013, 7. jūn. 7. lpp.

¹³¹ Krauja, Vita. Krāšņai latviešu tautastērpu parādei. *Latvijas Avīze*. Nr. 16, 2008, 17. janv. 8. lpp.

¹³² Turpat.

nejauša sakritība. Arī modes māksliniece Natālija Jansone atzīst, ka “Nacionālās zīmes, sākot no latviešu un beidzot ar portugāļu, ir ļoti līdzīgas. Es tāpat ticu, ka visām reliģijām pamatā ir viena patiesība. Un, ja tu nopērc vāzi, uz kuras ir kāda no latviešu senajām zīmēm, kopā ar trauku esi nopircis veselību vai laimi”¹³³ Turklāt uz jautājumu, vai šādas lietas ir atgriešanās pie saknēm vai tomēr modes kliegziens, N. Jansone atbild, ka: “Ja tas būtu modes kliegziens, tad nāktu no Francijas vai Ņujorkas! Esošajos ekonomiskajos apstākļos cilvēki gribot negribot atgriežas pie saknēm – laukiem, pašgatavotiem ēdieniem, dabiskiem materiāliem. Es to redzu kā **pasaules tendenci**, bet ne kā modes kliegzienu, kas reiz beidzas.”¹³⁴

Zīmīgi arī, ka nereti tautastērps un tajā ietvertās zīmes tiek saistītas ar dažāda veida **ezotēriskajiem skaidrojumiem**, kad ar tautastērpa palīdzību cilvēks tiek sasaistīts ar senču ieražām un paradumiem, ar dzīvesveidu, kas ir bijis tuvāks dabai, līdz ar to ar tautastērpa valkāšanas palīdzību arī tērpa lietotājs kļūst savā ziņā vienotāks ar dabisko, ko ir būtiski apzināties pretstatā mūsdienu situācijas tehnoloģiju dominantei. Kā spilgtu piemēru šādām interpretācijām var minēt Poikaiņu gides Anitas Bisenieces Lielvārdes jostas skaidrojumu: “tā nav vienkārši josta, bet gan netradicionālā veidā fiksēta informācija, ko var izlasīt, sava veida rūnu raksti. [...] Vai varētu būt tā, ka mūsu tautai [...] veidojoties, priesteri pierakstīja mūsu tautas DNS? Rūnu zīmes – ornamentu – ir savienoti noteiktā secībā. Katram no tiem atsevišķi arī ir sava nozīme, bet kopīgo nozīmi tie iegūst specifiskajā savienojumā – Lielvārdes jostā – telpiskā rūnu rakstu veidojumā. Tas nav lasāms ar vārdiem, un izskaidrojams ar prātu, bet uztverams ar tām parādībām, ko austrumnieki sauc par čakrām.”¹³⁵ Te gan jāvērs uzmanība, ka šādu skaidrojumu nevar lietot kā nopietnu zinātnisku argumentu, tomēr jāņem vērā, ka pētāmajā kultūrā, tas ir, latviešu sabiedrībā, pastāv arī šāda skaidrojumu grupa, kas ietekmē kopējo tautas kultūras aktualizācijas procesu mūsdienās.

Tomēr tautastērps nav tikai gatava materiāla lieta, kurā ietverta zināma garīga vērtība. Aplūkojot tos viedokļus, kurus sniedz tautastērpu radītāji, atklājas, ka tautastērps piešķir īpašu pašapziņas stāvokli ne vien tā valkātājiem, bet arī tiem, kas to darina. Tā, piemēram, Laura Ikerte, kas darina tautastērpus, apgalvo: “Darināt tautastērpu – tas man nozīmē ko īpašu. [...] Kad strādāju ar tautastērpu, tas mani uzlādē. Interesanti, ka to dod nevis rezultāts (lai gan arī tas iepriecina un gandarī), nē, uzlādē tieši pats process – tērpa tapšana. Tas nav vienmuļš rutīnas darbs, ko varētu veikt mehāniski. Vismaz man tas nozīmē ko vairāk par kārtējo rokdarbu. Arī desmitajā reizē darāmajam nemitīgi jādomā līdzī.”¹³⁶ Turpretī par vainaga darināšanu Laura teic: “Vainagā jāšuj spīdīgas, spožas, dažādu krāsu un lieluma pērlītes, un

¹³³ Asere, Anda. Natālijas Jansones atzīšanās mīlestībā. *Dienas Bizness*. Nr. 160, 2010, 8. nov. 20. lpp.

¹³⁴ Turpat.

¹³⁵ Biseniece, Anita. Lielvārdes josta – tautas DNS? *Zintnieks*. Nr. 7, 2003, aprīlis 16.–17. lpp.

¹³⁶ Eglīte, Sandra. Latviski modernā. *Shape*. Nr. 6, 2006, jūn. 60.–63. lpp.

tajā darbā ir tāds ritms! Strādājot risinās nemitīga attīstība – pamazām no pērlēm vainags top smagāks un smagāks, tā vērtība aizvien pieaug un kļūst pat dīvaini liela. [...] Domas strādājot kļūst aizvien apcerīgākas. Var pat teikt, ka tas ir attīrošs process, – šujot it kā meditē.”¹³⁷

2.4. Citi tradicionālā tautastērpa lietojuma veidi mūsdienu sabiedrībā

Pamatojoties uz interviju datiem, kuri ievākti pētnieciskās tēmas “Latviskās identitātes izpausmes apģērbā mūsdienās” izpētei, Anete Karlsonē apgalvo, ka: “Ir jaunieši, kuri uzskata, ka vēlas sev īstu tautastērpu, citi saka – nevajag, priekš kam, vēl citi – latvisks tērps ir vajadzīgs, bet ne kā tautastērps. Mūsdienās tāpat pastāv latviskais apģērbs, kas nav tautastērps. Tajā no dažāda perioda latviešu kultūrvēstures bagātībām paņemtas detaļas – rotas, adījumi, tērpa piegrieztnes. Protams, ne visa sabiedrība valkā šādus tērpus, un tie ir atsevišķi pasākumi, kuros cilvēki uzvelk latvisku apģērbu: Jāņos, Dziesmu svētkos, Brīvdabas muzeja gadatirgū. Mūsdienās apģērbs bieži vien iet cieši roku rokā ar “zaļo” domāšanu un kvalitatīviem dabas materiāliem.”¹³⁸ Tas apģērba veids, ko vēsturniece saprot “latvisku apģērbu, kas nav tautastērps”, tiks tuvāk aplūkot pētījuma trešajā nodaļā, tomēr šīs nodaļas noslēdzošajā daļā ir būtiski pievērsties tiem gadījumiem, kuros, blakus Dziesmu un deju svētkiem, latvieši mēdz tērpties tradicionālajā tautastērpā.

Latviešu tradicionālie svētki – **Jāņi** ir viens no gadījumiem, kad arī citkārt modernais latvietis vēlas tērpties tautiskā apģērbā (Skat. Pielikums Nr. 6). Par pēdējos gados arvien pieaugošo tendenci Līgo svētkiem izvēlēties tieši tradicionālo latviešu apģērbu liecina tautastērpu ražotāju noslodzes pieaugums tuvojoties svētkiem: “Klasiskās vērtības ir jātur godā – par to ir pārliecināti uzņēmēji, kuri ražo un tirgo tautastērpus un dažādus etniskos aksesuārus. Maldīgs ir uzskats, ka šo uzņēmēju vienīgie klienti ir dziesmu un deju svētku dalībnieki. Ik gadu, tuvojoties Līgo svētkiem, tautastērpu ražotāji un pārdevēji strādā vaiga sviedros, lai apmierinātu pieprasījumu. Tautastērpu kā vasaras saulgriežu svētku drānas izvēlas arvien vairāk Latvijas iedzīvotāju.”¹³⁹ Kā arī par intereses pieaugumu vasaras saulgriežos apvilkt tradicionālo tērpu, liecina dažādie padomi un konspektīvie skaidrojumi par latviešu tautastērpu un tā lietojumu, kas parādās interneta vietnēs tieši pirmssvētku laikā. Piemēram, Brigita Čikste, salonveikala “Rakstā” vadītāja, īsi izklāstot seno latviešu tautastērpa valkāšanas paradumus, raksta sākumā norāda: “Tuvojas Jāņu diena, un aizvien vairāk svētku svinētāju gan sev, gan saviem bērniem par šo vislatviskāko svētku apģērbu

¹³⁷ Eglīte, Sandra. Latviski modernā. *Shape*. Nr. 6, 2006, jūn. 60.–63. lpp.

¹³⁸ Elsiņa, Inese. Saruna par apģērba attīstību. *Stars*. Nr. 121, 2008, 16. okt. 6.–7. lpp.

¹³⁹ Zalāne, Linda. Latvijas etnodizains pāri jūrām un okeāniem. *Lietišķā Diena*. Nr. 256, 2013, 11. apr. 27.–29. lpp.

izvēlas latviešu tautas tērpu,”¹⁴⁰ savukārt raksta beigās novēl: “Lai Jums grezna līgošana visskaistākajos latviešu svētkos – Jāņos! Apzinieties sevi savā tautā, tērpojoties nacionālās piederības simbolā – latviešu tautas tērpā!”¹⁴¹ Tieši šis novēlējums raksta beigās atspoguļo saikni, kas pastāv tautastērpu valkātāju apziņā, proti – ar tērpa palīdzību iespējams uzsvērt savu piederību latviskajai tradīcijai un arī ar tērpa palīdzību svētkos ienest latvisku gaisotni. Tomēr jāatzīmē, ka realitātē tautas tērpa vilkšana vai izvēle par labu ērtākam ikdienas tērpiem paliek stipri individuālā ziņā, jo Līgo svētki pieder privātajai sfērai pretstatā citiem – publiskiem pasākumiem.

Viena no nozīmīgākajām šādu publisko pasākumu grupām, kurās dalībnieki tērpijas tradicionālajā tautastērpā, ir dažāda veida folkloras festivāli, no kuriem Baltijas mērogā nozīmīgākais ir **folkloras festivāls “Baltica”** (Skat. Pielikums Nr. 7). “Festivāls “Baltica” ir Baltijas tautām vai valstīm nozīmīgs notikums, kas demonstrē tradicionālās kultūras vērtības – dziesmas, instrumentālo mūziku, stāstījumus, rotaļas, dejas, kā arī tautas lietišķo mākslu, amatniecību, un citas tautas kultūras vai mākslas izpausmes formas. Festivālā piedalīsies etnogrāfiskie ansambļi, folkloras kopas, tautas mūzikas grupas, stāstnieki un citi individuālie izpildītāji. 2012. gadā festivāls “Baltica”, atzīmējot tā 25. jubileju, notika Latvijā, 2013. gadā – Igaunijā, savukārt 2014. gadā festivālu rīkoja Lietuva.”¹⁴² Lai gan šajā festivālā kā nozīmīgāka tiek akcentēta nemateriālā kultūras mantojuma saglabāšana – tautasdziesmas, tautas dejas, rotaļas utt., nozīmīgu vietu ieņem arī lietišķā māksla, tajā skaitā arī tautastērpu darināšana un valkāšana, par ko liecina tas, ka vērtēšanas komisijā, kas izvērtē kolektīvus, kuri piedalīsies noslēguma programmā, atrodas arī LNK C tautas lietišķās mākslas eksperte Linda Rubena.

Ja folkloras festivālos tiek iedzīvinātas salīdzinoši nesenas tradīcijas, kas pārsvarā saistāmas ar 19. gadsimtu, tad otra grupa, kas no tautas tērpu skatupunkta būtu skatāma **arheoloģiskā tērpa ietvaros**, ir saistāma ar mēģinājumiem rekonstruēt vai atdzīvināt daudz senākas liecības. Viena no būtiskākajām šāda veida kopām Latvijas sabiedrībā ir rekonstrukcijas un eksperimentālās arheoloģijas kopa “Senzeme”¹⁴³ (Skat. Pielikums Nr. 8), kuras biedri nodarbojas ar dažādu Latvijas vēlā dzelzs laikmeta arheoloģisko senlietu, tai skaitā arī tautas apģērba, izpēti un atdarinājumu izgatavošanu (rekonstrukciju). Izpēti un atdarināšanas procesā “senzemieši” cenšas pielietot ne tikai tradicionālos amatniecības

¹⁴⁰ Čikste, Brigita. Latviešu tautas tērps Līgo svētkiem. *epadomi.lv* Pieejams:

http://epadomi.lv/atputas_briziem/ko_davinat/ligo_janudiena/16062011-latviesu_tautas_terps_ligo_svetkiem
[Skatīts: 2015, 18. maijs]

¹⁴¹ Turpat.

¹⁴² Festivāls Baltica. *www.festivalbaltica.com* Pieejams: <http://www.festivalbaltica.com/par/>
[Skatīts: 2015, 18. maijs]

¹⁴³ Senzeme. *www.senzeme.lv* Pieejams: http://senzeme.lv/?page_id=357 [Skatīts: 2015, 18. maijs]

paņēmienu, bet arī eksperimentālās arheoloģijas metodes. Turklāt savus atklājumus demonstrē dažādos publiskos pasākumos – festivālos, pilsētu svētkos, uzstājoties ar lekcijām un paraugdemonstrējumiem. Līdzīga veida organizācija ir arī “Senās vides darbnīca” (Skat. Pielikums Nr. 9), kas ir “biedrība, kas dibināta 1999. gadā, Rīgā. Tā darbojas kā eksperimentālās arheoloģijas un vēstures rekonstrukcijas grupa. Senās vides darbnīcas mērķis ir izzināt un atveidot Latvijas teritorijā mitušo maztautu sadzīvi, kāda tā varētu būt bijusi vēlā dzelzs laikmeta sākumā.”¹⁴⁴

Pavisam cita veida tautastērpu lietošanas gadījumi, kas sabiedrības uzmanības lokā parādījušies salīdzinoši nesen un ir saistīti ar **diplomātijas jomu**, sabiedrībā izpelnās atšķirīgus vērtējumus. Īpaši svinīgos gadījumos valsti reprezentējošās amatpersonas var izvēlēties ģērbt greznu vakarkleitu vai savas tautas tradicionālo tautastērpu, kā konstatē žurnālists Ģirts Vikmanis: “Valsts protokols neliedz valkāt tautastērpus, un to lietošana dažādos pasākumos ir diplomāta brīva izvēle.”¹⁴⁵ Viens no spilgtākajiem gadījumiem diplomātiskajā praksē saistībā ar tautastērpa izvēli svinīgai pieņemšanai saistāms ar diplomātiskās etiķetes speciālisti Irmu Kalniņu. Deviņdesmito gadu beigās, pavadot savu vīru tā laika vēstnieku ASV Ojāru Ēriku Kalniņu uz diplomātisko pieņemšanu Baltajā namā, I. Kalniņa bija ģērbusies latviešu tautastērpā (Skat. Pielikums Nr.10), turklāt I. Kalniņa bija pirmā eiropiete, kas šāda līmeņa pasākumu ASV apmeklējusi tautastērpā. Kā atceras pati Irma Kalniņa: “Reakcija bija ļoti pozitīva – man pēc tam klāt pienāca Islandes vēstnieka kundze un teica, ka arī vēlētos tā darīt. B. Klintonš teica, ka viņš ir lepns par mani un bijis patīkami pārsteigts,” atceras I. Kalniņa.”¹⁴⁶

Būtisku pienesumu šajā jomā arī ir devusi bijusī valsts prezidente Vaira Vīķe-Freiberga, kura uz neskaitāmiem pasākumiem devusies dažādu novadu etnogrāfiskajos tautastērpā gan Latvijā, gan arī ārzemēs. Līdzīgi arī bijušais Latvijas vēstnieks Igaunijā Kārlis Eihbaums ar kundzi tērpās tautastērpā 18. novembra svinībās un 24. februārī, kad Igaunijai ir valsts svētki (Skat. Pielikums Nr. 11). K. Eihbaums atzīst, ka “Tautastērps mums abiem ar sievu ir dabisks latviešu pašizteikšanās līdzeklis, ar kuru gan tā skaistuma, gan vienreizējas iznesības dēļ varam patiesi lepoties! Vienmēr esam tos valkājuši ar prieku un pašapziņu. [...] Īpaši tālākiem viesiem un kolēģiem tas dod papildu iesaistību par Latviju. Mūsu izjūtas ir vienreizējas, un tas ir gan lepnums par mūsu tautu, mūsu kultūru, gan par atgūto valsti.”¹⁴⁷ Tomēr etiķetes speciāliste I. Kalniņa atgādina, ka “gan ielūdzējam, gan arī

¹⁴⁴ Senās vides darbnīca. *senavide.wordpress.com* Pieejams: <https://senavide.wordpress.com/par-mums/> [Skatīts: 2015, 18. maijs]

¹⁴⁵ Vikmanis, Ģirts. Tautastērps ļauj saņemt uzslavu. *Latvijas Avīze*. Nr. 89, 2012, 9. maijs 8. lpp.

¹⁴⁶ Turpat.

¹⁴⁷ Turpat.

viesim pasākumā jābūt līdzvērtīgiem, un piekrīt, ka tautastērpu vēstnieki var vilkt pasākumos, kas ir saistīti ar Latviju. [...] Tas ir ļoti skaisti un rada pozitīvu interesi par mūsu valsti. Pozitīva interese ir mums vajadzīga lieta.”¹⁴⁸ Tautastērpa lietošanas izvēli ar zināmu piesardzību aicina apsvērt arī Ārlietu ministrijas (ĀM) preses sekretārs Jānis Sīlis: “ĀM priecātos, ja šo ideju izdotos iedzīvināt iespējami plašāk, taču nepārkāpjot oficiālo vai diplomātisko etiķeti. [...] pasākumi, kuros uzvilkt tautastērpu, jāizvēlas rūpīgi, lai to valkāšanu nepadarītu banālu. Starptautiskajā diplomātiskajā praksē uz diplomātiem tautastērpos lūkojas ar labvēlīgu smaidu.”¹⁴⁹

¹⁴⁸ Vikmanis, Ģirts. Tautastērps ļauj saņemt uzslavu. *Latvijas Avīze*. Nr. 89, 2012, 9. maijs 8. lpp.

¹⁴⁹ Turpat.

3. TAUTISKĀ TĒRPA UN TĀ ELEMENTU TRANSFORMĀCIJAS VEIDI UN TO CĒLOŅI MŪSDIENU LATVIJĀ

Lai pašos pamatos varētu labāk izprast dažādas attieksmes pret tradīciju (tās saglabāšanu vai transformāciju), kas spilgti izpaužas mūsdienu sabiedrībā, svarīgi pievērsties mākslas vēsturnieka Jāņa Siliņa sniegto viedokļu iedalījumam par tautas mākslas motīvu izmantošanu tagadnes daiļamatniecībā, kurā galvenokārt pastāv trīs dažādas pārliecības. “Pirmā ir **ortodoksālā**, prasot stingri turēties pie tautas mākslas kanoniem. Mūsu daiļamatniecībai, lietišķai mākslai, meklējot tautiski īpatno, jālieto pareizi un negrozīti tautas mākslas paraugi, it sevišķi tautastērpos un audumos, lai neradītu patvaļu un jūkli. Diametrāli pretējo uzskatu aizstāv **laikmetīgie modernisti**: tagadnes kultūrai internacionalizējoties, nav nozīmes piekopt etnogrāfiskās tradīcijas, turoties pie pagātnes formu kanoniem; jāveido jaunas modernas formas tagadnes cilvēkam tagadnes dzīvē. Trešais risinājums ir **laikmetīgais nacionālisms**, kas tiecās etnogrāfiskās vērtības pārkausēt, tās ņemot nevis pēc burta, bet pēc gara, moderna cilvēka izjūtā, lai rastu izlīdzinājumu starp pagātnes vērtībām un tagadnes dzīvi.”¹⁵⁰ Tas, kas attiecas uz pirmās pārliecības uzskatiem, lielākoties tika izklāstīts pētījuma iepriekšējā nodaļā. Laikmetīgo modernistu pārstāvētie uzskati arī pastāv mūsdienu sabiedrībā, taču šie viedokļi maģistra darba tēmas kontekstā nav būtiski. Savukārt laikmetīgā nacionālisma risinājuma uzskati šī darba ietvaros ir ļoti nozīmīgi, tāpēc tie tiks apskatīti detalizētāk.

3.1. Tautiskā stila kā estētiska virziena un uzskatu kopuma izveides priekšnosacījumi

Žurnāliste Baiba Lūsīte Dziesmu un deju svētku izdevumā “Dziesmusvētki” 2003. gadā raksta: “Modes prognozētāji katru sezonu rod aizvien jaunus un nebijušus modes stila nosaukumus, bet modes mākslinieki – veidus to izpausmēm. Tomēr klasiskais, romantiskais, sportiskais un tautiskais stils uzskatāmi par populārākajiem un visaptverošākajiem stiliem modes pasaulē. Kantri, folkloras, etno vai tautiskais stils. Tā modes pasaulē, atšķirībā no interpretētāja gaumes, klasificē apģērbu, kura risinājumā izmantots etnogrāfiskā tērpa modes pārfrāzējums. Etnogrāfiskā tērpa piegriezums, rotājums, siluets, atsevišķas detaļas, tērpa papildinājumi. Tas viss var kalpot par atspēriena punktu modernam tērpiem, kuru pēc tam

¹⁵⁰ Siliņš, Jānis. Mākslas virzieni gadsimta beigās un uzskatu sadursme ap tautas mākslu. *Latvijas māksla 1800.–1914.* 2. sēj. Stokholma: Daugava, 1980. 37. lpp. Citēts pēc: Lūsīte, Baiba. Laiks. Tautastērps. Mēs. Mode. *Dziesmusvētki.* Nr. 1–2, 2003, janv./febr. 34.–35. lpp.

atpazīs kā tautiskā stila apģērba paraugu.”¹⁵¹ Raugoties no šāda aspekta, tautisko elementu izmantošana modes apģērbā ir uzlūkojama kā viens no modes stiliem vai virzieniem, kas pastāvējis visā Rietumu kultūrā kopš modes kā industrijas izveidošanās pirmsākumiem modernisma kā hronoloģiskas vienības ietvaros. Latvijā viens no pirmajiem piemēriem, kas uzskatāms par nozīmīgu 21. gadsimta kontekstā, ir modes mākslinieces Asnātes Smelteres 2005. gada nogalē izveidotā pavasara apģērba kolekcija (Skat. Pielikums Nr. 12). Tas bija vērīnīgs projekts, kura rezultāti izpelnījās ne tikai latviešu uzmanību Rīgas Modes nedēļas modes skatē, bet tika pozitīvi novērtēti arī Francijā, jo kultūras festivāla ietvaros “Pārsteidzošā Latvija” minētās mākslinieces kolekcija tika demonstrēta Parīzē. Šajā kolekcijā, sadarbībā ar tautas tērpu centra “Senā klēts” vadītāju Marutu Grasmani, modes māksliniece kombinēja franču gobelēnus ar latviešu tautisko brunču audumu, kurus papildināja ar saktām, mežģīnēm, rišām un ķēdītēm, kamēr, kā atzīst pati māksliniece: “galarezultāts izrādījās kaut kas fan-tas-tisks! Radošie meklējumi un milzīgs jaunrades prieks, tajā pašā laikā nemiers: vai Parīzē pieņems, vai sapratīs. Taču brīdī, kad ieskanējās “Iļģu” mūzika un [...] sākās mūsu radīto tērpu demonstrēšana [...] zālē sākās acīmredzama viņošanās un franči ziņkārē snaikstīja kaklus, es biju gandarīta.”¹⁵² Žurnāliste Margarita Gusareva vērs uz uzmanību arī uz atsauksmēm Latvijā: “Rīgas Modes nedēļas ietvaros savu kolekciju atrādījāt arī izmeklētai Rīgas publikai. Tovakar kādreizējā Rīgas Modeļu nama demonstrāciju zālīte (tagad “Salons A”) bija pārpildīta un skatītāju ovācijas skanēja nepārtraukti.”¹⁵³ Tomēr māksliniece šādu reakciju acīmredzami nebija gaidījusi, jo uzskatīja, ka “Ir noticis brīnums, par ko mēs paši pat sapņot neuzdrošinājāmies! [...] mūsdienīgie tautas brunči ļoti patīk jaunām meitenēm. Viņas ir sajūsmā par skaistajām, agrāk neatklātajām krāsām tajos! Tagad strīpām vien nāk uz salonu, laiko, pērk un sakās valkāt šādus svārkus ikdienā.”¹⁵⁴

No šī piemēra var izdarīt vairākus secinājumus: pirmkārt, tas, ka lielā atzinība nāca kā negaidīts pārsteigums, liecina par kolekcijas inovatīvo raksturu, kas norāda uz to, ka iepriekš mēģinājumi apvienot tradicionālo ar moderno netika plaši pielietoti un sabiedrība to uztvēra kā unikālu risinājumu. Otrkārt, tieši skatītāju paustā atzinība liecina par sabiedrības gatavību uzņemt šāda veida eksperimentēšanu ar tērpiem. Līdz ar to, no vienas puses, var iezīmēt tendences aizsākumus hronoloģiskā skatījumā – kopš 2005. gada nogales ir iespējams runāt par tautisko elementu modernas interpretācijas ienākšanu jeb laikmetīgu lietojumu modes aprindās un sabiedrības dzīvē kopumā. Tomēr, no otras puses, uzmanīgāk aplūkojot

¹⁵¹ Lūsīte, Baiba. Laiks. Tautastērps. Mēs. Mode. *Dziesmusvētki*. Nr. 3–4, 2003, marts/apr. 28.–30. lpp.

¹⁵² Guseva, Margarita. Pavasaris nāks ar etnogrāfiskiem krāšņumiem. *Pasaules Atbalss*. Nr. 3, 2006, 19.–26. janv. 10.–11. lpp.

¹⁵³ Turpat.

¹⁵⁴ Turpat.

sabiedrībā pastāvošos viedokļus, kas atspoguļoti presē, atklājās, ka, piemēram, 2015. gada apģērbu modes tendenču impulsi meklējami plašāk – sociālajos un ekonomiskajos procesos.

Laikposmā, kas tiek dēvēts par postmodernismu, Rietumu kultūrā dominēja konsumerisms, turpretī laikā no 1940. gadu sākuma līdz 1991. gadam **Latvija atradās Padomju Savienības sastāvā**, kuras ietvaros bieži vien pastāvēja plaša patēriņa preču deficīts, turklāt lietas, kas tika ražotas Rietumos, bija retums un, ja kādam tās bija pieejamas, tad tās tika uztvertas kā liela vērtība. Līdz ar to lielākā daļa sieviešu Padomju Latvijā pašas apguva dažādus rokdarbus un darināja apģērbus gan sev, gan saviem tuviniekiem un paziņām. 1980-tajos, atmodas kustības ietvaros, spēcīgi aktualizējās latvisko tautas elementu izmantojums dažādās jomās, jo īpaši apģērbā, ko veicināja ideoloģiskie apsvērumi. Pēc Latvijas valsts neatkarības atgūšanas 1991. gadā, tautisko tematiku apģērbā strauji nomainīja no Rietumiem ienākošo, masveidā ražoto preču pārsvars, kas turpina ieņemt dominējošo tirgus daļu līdz pat mūsdienām. Modes māksliniece Šeila skaidro rūpnieciski ražoto produktu popularitāti ar to, ka “Padomju laikos šuva un adīja visas, jo neko nevarēja nopirkt, bet gribējās labi izskatīties. Tiklīdz radās iespēja nopirkt importa preces, sievietes to izmantoja un pārstāja darināt pašas, jo bija nogurušas no rokdarbiem.”¹⁵⁵ Līdzīgu viedokli pauž arī tekstiluzņēmuma “Ars Tela” īpašniece Alvida Kauliņa: “Pati nācu no tiem laikiem, kad visa Rīga šuva un adīja. Atceros, ka Austrālijā brīnījās – au, vau, vai tiešām tu šo džemperīti pati uzadīji? Cita lieta, ka pašadītie džemperīši un cepurītes bija līdz kaklam, tāpēc daudzi deva priekšroku Ķīnā ražotām baikām un citiem importa štruntiem. [...] Bet ārzemēs tas viss joprojām bija cieņā, savukārt mums bija daudz lielisku amatnieku.”¹⁵⁶

Kamēr Latvijā 20. gadsimta nogalē valdīja rūpnieciski ražoto preču īpatsvars, Eiropas sabiedrība jau pamazām sāka nogurt no masveidā ražotās produkcijas un arvien vairāk sāka novērtēt roku darbu, sāka meklēt ceļu pie saknēm un novērtēt tradīcijas nozīmi. Saistībā ar arvien pieaugošo dabas piesārņojuma līmeni, kā spēcīgs domāšanas virziens **aktualizējās zaļā kustība** jeb kustība, kas uzsver dabai draudzīgu attieksmi kā dzīves stilu, lai, saudzējot dabu, veidotu ilgtspējīgu sabiedrību nākotnei. Lai arī ar zināmu novēlošanos, ekoloģiski orientētā dzīvesveida filosofija neizbēgami ienāca arī Latvijā un spēcīgi ietekmēja cilvēku ikdienas izvēles un apsvērumus, iegādājoties un radot dažādus sadzīvē nepieciešamos priekšmetus, tajā skaitā arī apģērbus. Tā saukto *zaļo* ideju ietekmē cilvēki arvien vairāk pievērš uzmanību tam, no kāda materiāla radīts izstrādājums, kā preces ražošanas process ietekmē apkārtējo vidi, kur produkts paliks, kad tas tiks nolietots utt. Mūsdienu sabiedrībā ir skaidri saskatāma šo apsvērumu nozīmība, tomēr nereti parādās bažas, vai tā nav tikai modes tendence. Zīmola

¹⁵⁵ Patmalniece, Inga. Sirdslieta un iespēja piepelnīties. *Diena*. Nr. 3, 2014, 6. janv. 10.–11. lpp.

¹⁵⁶ Kļavis, Aivars. Etnogrāfija globālajam tirgum. *Ir*. Nr. 20, 2013, 16.–22. maijs 44.–47. lpp.

“Recycled.lv” autore un dibinātāja Ingrīda Zābere skaidro: “pamazām zaļā domāšana ienāca arī apģērba dizainā un paralēli lielajām modes skatēm tika rīkotas arī zaļās un ekoskates.[..] Cilvēki domā, ko ēd, sāk interesēties, ar kādām ķīmikālijām apstrādāts apģērbs, saprot, ka veikali ir pilni ar lētu apģērbu, kas paredzēts faktiski vienreizējai lietošanai, – tā ir pasaules tendence. [..] Zaļā kustība liecina par domāšanas maiņu”¹⁵⁷ Līdzīgi arī ekoloģiskā skaistumkopšanas salona īpašniece Dace Šrādere uzsver: “Es uzskatu, ka šī tendence nepāries un cilvēki arvien vairāk aizdomāsies par to un kultivēs zaļo dzīvesveidu. [..] Mode nāk un iet, bet es šaubos, ka eko izies no modes, jo cilvēki, kas izmēģinājuši ekoloģiskas lietas, pie parastām visbiežāk neatgriežas.”¹⁵⁸

Zaļā kustība kā domāšanas veids ir spēcīgi ietekmējusi arī apģērbu sfēru – cilvēki arvien biežāk izvēlas apģērbu no ekoloģiskāka materiālā, kas nereti tiek saistīts ar atgriešanos pie senču mantojuma, kad rūpnieciskā ražošana vēl nepastāvēja. Lins, vilna, koks, āda – tie ir materiāli, kurus izvēloties, no vienas puses, cilvēki jūtas dabai tuvāki un uzskata, ka šo materiālu izvēle ir dabai draudzīgāka, bet, no otras – ar tradicionālo materiālu izvēli tiek uzturēta arī saikne ar senču mantojumu un tradīciju kopumā. Tomēr ne tikai materiāla izvēle ir būtiska, par svarīgu aspektu kļūst arī **apģērba otrreizējās pārstrādes iespēja**. Spilgts piemērs tam ir arvien lielāku popularitāti gūstošais apģērbu zīmols “Recycled.lv”, kura princips ir izgatavot tērpus no reiz jau lietotiem apģērbiem, tādējādi dodot tiem otru elpu un neatbalstot pasaules piesārņošanu, ražojot arvien jaunas un jaunas preces. Solvita Kostjukova, aušanas studijas “Lude” līdzdibinātāja uzskata, ka “Šie lēmumi [izmantot otrreizējo pārstrādi ražošanā] ir personiski: vienam patīk radošais process, kad no potenciālajiem atkritumiem top dizaina produkti, kādam ir tuva vides aizsardzība un ir vēlme paildzināt lietu dzīves ciklu u.c. Vēl viens no iemesliem šādai ražošanai ir visai zemās izejvielu izmaksas, kas dažreiz ir pielīdzināmas transportēšanas izmaksām, tas savukārt ļauj vairāk investēt produkta dizainā. [..] Kopumā ražotāja un pircēja izvēli nosaka arī pamazām pieaugošā otrreizējās pārstrādes popularitāte. Šie uzņēmumi un produkti visā pasaulē [..] kļūst par modes tendenci.”¹⁵⁹ Savukārt Ingrīda Zābere apgalvo, ka “Business to ir paķēris kā labu ideju mārketingam, tā ir pārveidojusies par tendenci, jo kādam no tā ir labums. Tas varētu pāriet, varbūt arī ne, jo tie, kam patiesi patīk zaļais dzīvesveids, nemainīs savas domas.”¹⁶⁰

Tautiskā tērpā un tā elementu laikmetīga lietojuma analīzes kontekstā kā spilgts piemērs ir jāapskata jau iepriekšminēta “Recycled.lv” zīmola pēdējā kolekcija “Etnogrāfija” (Skat. Pielikums Nr. 13), kas Rīgas modes nedēļas atklāšanā 2014. gada nogalē pārsteidza ne

¹⁵⁷ Asere, Anda. Agrāk kreklis, tagad – bikses. *Dienas Bizness*. Nr. 13, 2014, 20. janv. 16. lpp.

¹⁵⁸ Asere, Anda. Eko neiziet no modes. *Dienas Bizness*. Nr. 30, 2013, 12. febr. 20. lpp.

¹⁵⁹ Kostjukova, Solvita. Vēl jāpārlicina. *Dienas Bizness*. Nr. 13, 2014, 20. janv. 16. lpp.

¹⁶⁰ Asere, Anda. Agrāk kreklis, tagad – bikses. *Dienas Bizness*. Nr. 13, 2014, 20. janv. 16. lpp

tikai Latvijas modes pazinējus, bet arī sabiedrību kopumā. Kā ziņoja interneta ziņu portāls delfi.lv “Par šo modes kolekciju runāja daudz, tā tiešām pārsteidza, kādu personīgi aizskāra un aizvainoja, vai darīja laimīgu. [...] Kolekcijas izgatavošanai pamatā izmantoti klasiski linu un vilnas apģērbi, radot tautas tērpu proporcijām, krāsām un sajūtām atbilstošus tērpu komplektus. Pārstrādājot apģērbus, mainīta to identitāte. Bikses kļuvušas par svārkkiem vai krekliem, žaketes par villainēm, jostas par vainagiem. Aksesuāriem un rotājumiem izmantotas velosipēdu un padomju laika elektropreču detaļas, kā arī santīmu monētas. “Recycled.lv” kolekcija “Etnogrāfija” radīta ar domu iedvesmot sabiedrību apzināties esošos resursus, tos radoši izmantot un integrēt, vienlaikus saglabājot savu nacionālo identitāti un ceļot pašapziņu.”¹⁶¹ Lai arī atsauksmēs par šo kolekciju lasāmi izteikumi amplitūdā no “Ļoti interesanti apspēlēta tautiskā tēma!”¹⁶² līdz “Tautas tērps, kas izskatās kā netīra grīdas lupata. Rokas noraut tam, kas šo “kolekciju” radījis,”¹⁶³ šis ir viens no spilgtākajiem piemēriem, kas uzskatāmi parāda, kā ar tērpa palīdzību pievērst uzmanību globāli būtiskam jautājumam un likt sabiedrībai domāt un izvērtēt savas rīcības un izvēles. Maģistra darba kontekstā jāatzīmē arī tas, ka īpaši plašo pretrunīgo viedokļu izveidošanos raisīja apstākļi, ka par idejas pamatu kolekcijai tika ņemts latviešu tautai tik ļoti tuvs un personīgs identitātes apliecinātājs kā tautastērps, kura mākslinieciskās interpretācijas veids ne visiem bija saprotams, tomēr galvenais mērķis – pievērst uzmanību, tika panākts.

Blakus ekoloģiskajiem apsvērumiem nozīmīgu vietu tautisko elementu laikmetīgā lietojuma pieaugumā ieņem arī **ekonomiskie apstākļi**, kādi izveidojās 21. gadsimta sākumā visā Rietumu kultūrā un kas būtiski ietekmēja situāciju Latvijā. Jau iepriekšējās nodaļas sākumā minētā 2008.–2010. gada Latvijas finanšu un pārvaldes krīze bija spēcīgs trieciens, kas, no vienas puses, tika negatīvi vērtēta, jo liela daļa Latvijas iedzīvotāju strauji zaudēja darba vietas, bet, no otras puses, tas bija izšķirošs impulss, lai latviešos stimulētu jaunradi, meklējot risinājumus izdzīvošanai. No mūsdienu pozīcijām krīzes apstākļi lielākoties tiek uzlūkoti kā tādi, kas deva iespēju radoši izpausties. Uzņēmēja Līva Jaunozola intervijā laikrakstam “Dienas Bizness” pauž viedokli, ka “Esam baigie malači. Krīze iedeva sparīgumu, lai atcerētos mājturības stundās mācīto, to, ka mums ir rokas, prāts, radošums un gaume”¹⁶⁴

Iepazīstoties ar informācijas saturu pēckrīzes laika periodikā, iezīmējas savdabīga tendence – tieši krīzes laikā ir radušies visvairāk jaundibināto mazo uzņēmumu – individuālie

¹⁶¹ Pašmāju modes pārsteigums 2014. gadā. *www.apollo.tvnet.lv* Pieejams:

<http://apollo.tvnet.lv/zinas/pasmaju-modes-parsteigums-2014-gada/676458> [Skatīts: 2015, 16. maijs]

¹⁶² Pašmāju modes pārsteigums 2014. gadā. Komentāri. *www.apollo.tvnet.lv* Pieejams:

<http://apollo.tvnet.lv/komentari/zinas/676458> [Skatīts: 2015, 23. maijs]

¹⁶³ Turpat.

¹⁶⁴ Asere, Anda. Starp andelēšanos un rasolu. *Dienas Bizness*. Nr. 40, 2015, 27. febr. 9.–11.lpp.

komersanti, pašnodarbinātas personas vai mikrouzņēmumi, kuru īpašnieces lielākoties ir sievietes. No vienas puses, tas skaidrojams ar sieviešu nepieciešamību vai vēlmi mainīt nodarbošanos no biroja darba uz nodarbošanos, kurā būtu iespējams radoši izpausties, bet, no otras puses, šo procesu ietekmēja arī dzimstības pieaugums valstī, kā rezultātā vairākas jaunās māmiņas meklēja iespēju pavadīt pēc iespējas vairāk laika kopā ar jauno atvasi un gūt papildu ienākumus. Una Valtere, zīmola “Rotaa” dibinātāja atzīst, ka viņas stāsts par biznesa uzsākšanu ir klasisks: “Kaut ko mainīt savā profesionālajā darbībā esmu uzdrošinājusies tieši pēc bērnu ienākšanas manā dzīvē – pēc pirmā dēla piedzimšanas darbu publiskajā sektora nomainīju uz darbu banku sektorā, pēc otrā dēla piedzimšanas sāku pati savu uzņēmējdarbību. Jutu, ka vajag sakārtot sevi, ka pārāk daudz jautājumus sev uzdodu. Nokrāvu galdu ar pērlītēm un meditēju. Klausoties citu pieredzē, sapratu, ka tas nav nekas ārkārtējs, ļoti daudzas sievietes tieši tā arī savam mazajam biznesam pievērsušās – līdzšinējā darba rutīna nogurdinājusi un iztukšojusi. Lielākas pārmaiņas vienmēr saistās ar bērniem.”¹⁶⁵

Krīzes apstākļi ne tikai lika meklēt jaunas iespējas kā nopelnīt, bet arī aicināja cilvēkus **pārvērtēt savu līdzšinējo dzīvesveidu**. Kalnciema ielas tirdziņa organizatore Una Meiberģa novērojusi, ka “rokdarbnieču un roku darba meistarū popularitāte aizsākās krīzes laikā [...] tas bija laiks, kad cilvēki sāka domāt, kā papildus nopelnīt, pārvērtēja vērtības un vairāk sāka domāt par zaļu dzīvesveidu un vides saudzēšanu.”¹⁶⁶ Arī dizaina studijas “Mājo” līdzīpašnieks Uģis Gailis atzīst, ka “Globālā krīze ir nākusi par labu, jo tas savā ziņā bija solis atpakaļ globalizācijai – cilvēki arvien vairāk novērtēja vietējo produkciju.”¹⁶⁷ Būtiska nozīme krīzes apstākļiem bija arī roku darba aktualizēšanai – ja iepriekš Latvijas iedzīvotāji “bija noguruši” no rokdarbiem, tad jaunajos apstākļos roku darbs bija gan veids, kā gūt nelielus ienākumus, gan arī veids, kā aizbēgt no globalizētās pasaules steigas un patērētāju kultūras preču vienveidības. Pērļotāja Māra Genere konstatē: “Tagad rokdarbi ir ļoti populāri, arī man bija vēlēšanās kaut ko tādu strādāt un pašas izvēle man tiešām patīk. Šujot var aizpildīt to laiku, kurš cilvēku sakārto, bagātina. Nomierinās prāts, atlaižas pat galvassāpes, ja tādas ir... Laikam jau tās latviskās zīmes palīdz.”¹⁶⁸ Arī pērļotāja Una Valtere, zīmola “Rotaa” dibinātāja atzīst: “Tas ir mans, varu darīt stundām, pazūd laika izjūta, uz pērlīšu paciņām vajadzētu likt brīdinošus uzrakstus. [...] tā ir mana ikdiena, darbs un meditācija, [...] Tagad es daru to, ko sirds un rokas man liek, ar lielu prieku un patīkšanu!”¹⁶⁹ Savukārt tekstilmāksliniece Laima Kaugure par savu darbu saka, ka “Aušanai gandrīz vairs nesanāk

¹⁶⁵ Priede, Renāte. Nāc, māsiņa, rotāties. *Dienas Bizness*. Nr. 225, 2013, 16. dec. 16. lpp.

¹⁶⁶ Patmalniece, Inga. Sirdslieta un iespēja piepelnīties. *Diena*. Nr. 3, 2014, 6. janv. 10.–11. lpp.

¹⁶⁷ Asere, Anda. Latviskās dizaina identitātes meklējumos. *Dienas Bizness*. Nr. 17, 2012, 24. janv. 16. lpp.

¹⁶⁸ Šulce, Dzintra. Latviskās pērlītes... *Pavards*. Nr. 37, 2011, sept. 2. lpp.

¹⁶⁹ Priede, Renāte. Nāc, māsiņa, rotāties. *Dienas Bizness*. Nr. 225, 2013, 16. dec. 16. lpp.

pieķerties, bet īstenībā man šis process ļoti patīk – tad es aizmirstu visas problēmas, tas ir ļoti nomierinošs. [...] Šķiet gobelēns kā tehnika šobrīd nav aktuāls, bet process, kad pie tā strādā, paņem tevi visu, tā, ka vairs nav jādomā par ikdienu, un ar to jau pietiek.”¹⁷⁰

Rokdarbu darinātāji ne tikai procesam piešķir lielu vērtību, bet arī gala rezultāts viņiem sniedz lielāku gandarījumu, jo pēc padarītā top nevis iedomāts produkts, kuram ir šķietama vērtība, bet gan reāli taustāma lieta. Uzņēmuma “Mizamiza” līdzīpašniece Elīna Veide konstatē: “Visu laiku patērējam, bet paši ražojam kaut ko ļoti virtuālu un netveramu. Šis ir tāds foršs veids, lai to drusku kompensētu – vismaz nedaudz kaut ko ražot pa īstam.”¹⁷¹ Tāpat bieži vien tiek uzsvērts roku darba vienreizīgums un neatkārtojāmība, kas darba rezultātam piešķir papildu vērtību, jo šīs lietas īpašniekam liek justies īpašam, salīdzinājumā ar citiem: “Roku darbs, atšķirībā no rūpnieciskās preces, bieži vien ir kvalitatīvāks un ar augstāku pievienoto vērtību. Lietas, kas radītas ar rokām, ir personiskākas, un, aplūkojot tās, jūtama enerģija, kuru cilvēks ielicis, radot produktu. [...] roku darba priekšrocība ir tā, ka tas tomēr ir īpašāks produkts un radīts mazākos apjomos nekā masveida produkcija. Tas liek šādas preces novērtēt labāk un pret tām izturēties rūpīgāk”¹⁷² intervijā laikrakstam “Diena” pauž zīmola “Wowowo” autore Jūlija Volkinšteine.

3.2. Etnodizaina izveidošanās Latvijā un tā attīstība

Ar apzīmējumu “etnodizains” šī pētījuma kontekstā tiek apzīmētas lietas, kuras cilvēki izmanto savā sadzīvē (apģērbs, interjera priekšmeti), un kuru izveidē par pamatu ņemti etnogrāfiskie motīvi – tie var būt tautas raksti, raksturīgs krāsu salikums, tradicionāli materiāli vai noteikta veida tehnoloģisks risinājums, tomēr būtiskākais ir apsvērums, ka etnogrāfiskie elementi, salikumā ar mūsdienīgu formu vai netradicionālu tehnoloģisko risinājumu, dod iespēju veidot noteiktu priekšmetu laikmetīgā, modernā izpildījumā, bet ar nosacījumu, ka gala rezultāts ietver saikni ar tradīciju. Tas, cik šī saikne ir pamanāma vai neuzkrītoša, ir atkarīgs no kopējā konteksta, priekšmeta radītāja konceptuālā pamatojuma un priekšmeta uztvērēja personiskajiem uzskatiem par tautiskumu.

Plašākā mērogā pasaulē etnodizains tiek uztverts kā viens no iespējamiem stilistiskiem paņēmieniem un pastāv kopā ar cita veida risinājumiem. Tomēr etniskā stilistikā radītu lietu pēkšņā aktualitāte skaidrojama ar līdz šim pieejamās produkcijas vienveidību un cilvēku tieksmi pēc jaunām un inovatīvām lietām. “Etnodizaina lietas ir nišas produkts, bet pasaulē pieprasījums pēc tām tikai pieaug, un arī Latvijas iedzīvotāji arvien vairāk novērtē šāda

¹⁷⁰ Vītoliņa, Karlīna. Ekspresintervija ar mākslinieci Laimu Kauguri. [www.artterritory.com](http://artterritory.com) Pieejams: http://artterritory.com/lv/zinas/4697-ekspresintervija_ar_makslinieci_laimu_kauguri/ [Skatīts: 2015, 23. maijs]

¹⁷¹ Asere, Anda. Adīta miziņa datoram. *Dienas Bizness*. Nr. 36, 2012, 20. febr. 16. lpp.

¹⁷² Patmalniece, Inga. Sirdslieta un iespēja piepelnīties. *Diena*. Nr. 3, 2014, 6. janv. 10.–11. lpp.

dizaina priekšrocības. [...] Patlaban etnodizains ir populārs visā pasaulē. Cilvēki ir atēdušies produkciju, kas ir ražota Ķīnā, ir bezpersoniska, [...] un pievērš uzmanību dabīgiem materiāliem un ir gatavi tērēt nedaudz vairāk naudas, lai valkātu dabīgu, unikālu apģērbu.”¹⁷³ 2013. gada sākumā apgalvo žurnāliste Linda Zalāne.

Latvijā radītajos etnodizaina priekšmetos var saskatīt divas tendences – vienos dominē konkrētai tautai raksturīgais, tādā veidā to saistot ar noteiktu kultūru un tradīciju, bet citos priekšmetos, kuri tiek uztverti kā etniskie, nav iespējams noteikt iedvesmas avotu saistībā ar kādu konkrētu kultūru, – tādā veidā it kā tiek reprezentēta pastāvošā tendence kopumā. Spilgts piemērs, kas ilustrē otro tendenci, ir eksotiskā cepuru no zīmola “Utha” radītās galvassegas (Skat. Pielikums Nr. 14), kas Latvijas rokdarbnieku produktu saimei pievienojās 2012. gadā un par pārsteigumu pašai idejas autorei izpelnījās lielu atzinību no sabiedrības puses kā Latvijā, tā arī pasaulē. Katram par šīm cepurēm savs viedoklis – vieni saka, ka tajās saskatot kaut ko no indiāņiem, citi – ka tās atgādina japāņu pūķus, tomēr pati cepuru autore Irita Tīlane-Pakalniņa uzskata, ka cepurēs atrodams “Pilnīgs kokteilis. Cepurēs apvienoti dažādi etniskie stili, un redzamas arī latviešu zīmes.”¹⁷⁴

Tomēr netieša tradicionālo elementu pārņemšana laikmetīgā veidolā ir salīdzinoši reti sastopama parādība Latvijas etnodizaina jomā. Lielāko šī dizaina daļu veido **tiešas atsauces uz latviešu tradicionālo kultūru**, kas it īpaši spilgti pamanāms **latviešu etnogrāfisko zīmju dažādajā izmantojumā**. Līdzās ādas rokassprādzēm, T-krekliem, piespraudēm, iepirkumu maisiņiem, adītām šallēm, svecēm, piezīmju blociņiem, rotaslietām u.c. priekšmetiem, kas “izrakstīti” latvju rakstiem, viens no tipiskākajiem piemēriem ir zīmols “Moshmosh”, kura izveidotāja Līga Auziņa rada krāsainus trikotāžas leģingus un T-krekļus, kas sietspiedes tehnikā apdrukāti ar dažādiem latvju rakstiem (Skat. Pielikums Nr. 15). Par zīmolam raksturīgo Kuldīgas novada laikrakstā “Kurzemieks” žurnāliste Antra Grīnberga vēl 2014. gadā raksta: “Šī uzņēmuma atpazīstamības zīme ir daudzpusīgais un rotaļīgais latvju rakstu risinājums un attēlojums apģērbā. Tautiskais motīvs nebūt nezaudē aktualitāti – šķiet, ka tas piedzīvo otrreizējo atnākšanu un pievēršanās zīmju spēkam un ornamentikai aizvien pieņemas spēkā.”¹⁷⁵ Bet par sevis radīto pati “MoshMosh” idejas autore saka, ka savos apģērbos nolēmusi modernā veidolā iekļaut visu to latvisko, kas redzams visapkārt: “Vēlējos, lai šis apģērbs būtu XXI gadsimtam atbilstošs un tajā pašā laikā nestu pagātnes informāciju, zīmēs iekodēto gudrību.”¹⁷⁶

¹⁷³ Zalāne, Linda. Latvijas etnodizains pāri jūrām un okeāniem. *Lietišķā Diena*. Nr. 256, 2013, 11. apr. 27.–29. lpp.

¹⁷⁴ Asere, Anda. Krāsainas cepures atklāj Ameriku. *Dienas Bizness*. Nr. 105, 31. maijs 12. lpp.

¹⁷⁵ Grīnberga, Antra. Radīts Latvijā. *Kurzemieks*. Nr. 138, 2014, 13. dec. 12. lpp.

¹⁷⁶ Šmits, Mārtiņš. Leģingu etnogrāfiskais kods. *Diena*. Nr. 76, 2013, 19. apr. 10. lpp.

Nereti pamatojums, kāpēc amatnieks vai ražotājs izvēlas izmantot tieši latviešu etnogrāfiskās zīmēs, meklējams šajās zīmēs ietvertajā informācijā, proti, katrai zīmei tiek piedēvēta sava nozīme – viena nes veiksmi, otra – laimi, cita – pārticību, bet vēl kāda – nodrošina aizsardzību. Tādā veidā etnodizaina priekšmeta radītājs piedāvā pircējam kopā ar iegādāto lietu saņemt arī šīs kvalitātes. Lietišķās mākslas meistare Māra Genere, kura pērlīšu izšuvumā veido piespraudes, par iedvesmas avotu izmantojot latviešu etnogrāfiskās rakstu zīmes (Skat. Pielikums Nr. 16). Viņa skaidro: “Grafiskās zīmes ir pati senākā un lakoniskākā informācijas un enerģijas izteiksmes forma. Zīmju ietekmi pazinuši jau mūsu senči, kuri, dzīvojot harmonijā ar dabu, apzināti pratuši tās izmantot. Par to liecina gan izrakstītie cimdi, kurus adīja ar attiecīgu ornamentu konkrētam gadījumam, gan rakstainās jostas, gan ornamentiem rotātie sadzīves priekšmeti, gan svētvietu iekārtojums, gan rituāli. Zīmēm bija ne tikai maģiska aizsardzības funkcija, kas sakārtoja un harmonizēja apkārtējo vidi, bet tām arī piemīta aizsargājošas, dziedinošas, sāpes noņemošas vai veiksmi nesošas funkcijas. Katrai raksta zīmei bija sava nozīme.”¹⁷⁷

Bieži vien tie uzņēmēji, kuri latviskās zīmes izmanto sava produkta izveidē, ar to starpniecību **mēģina piedāvāt ne vien materiālu preci, bet arī stāstu**, tā piešķirot izstrādājumam papildu pievienoto vērtību, kas tiek izteikta ar zīmju starpniecību. Viens no šādiem uzņēmumiem ir “**A-la-tea**”, kurš piedāvā dažādu tēju maisījumus, kuru “pakaramais” izdekorēts ar latvju zīmēm. Kā apgalvo “A-la-tea” radītāja Ilze Čeže: “Tas ir 100% Latvijas ražojums – sākot no Rūķīšu tējām un dabai draudzīgu Latvijā ražotu otrreiz pārstrādātu Līgatnes papīru. [...] Tāpat mums pašiem ir pietiekami spēcīgas zīmes un mitoloģija. Man likās, ka šis varētu būt latviešu fen-šui.”¹⁷⁸ Turklāt, arī šajā gadījumā zīmju izvēle nav bijusi nejauša, bet, kā stāsta paši ražotāji, tika veikta rūpīga to izpēte, lai saprastu, kura zīme vislabāk sader ar konkrēto tēju. Arī rotu darinātāja un zīmola “Cita Rota” izveidotāja Anete Dombrovska atzīst, ka iepakojot rotas, tām līdzī viņa iesaiņo pīni no Latvijas siena: “Ja, piemēram, šādu sainīti sūta uz ārzemēm, atverot iepakojumu, saņēmējs ieelpo Latvijas smaržas mākonī.”¹⁷⁹ Līdzīgi arī žurnāliste un modes eksperte Agnese Kleina, runājot par etnogrāfiskajiem latviešu rakstiem, uzsver: “jāņem vērā, ka latviešu raksti pasaulē tomēr nav nekas neredzēts vai unikāls – līdzīgs mantojums, piemēram, ir norvēģiem vai īslandiešiem. Līdz ar to viss kļūst atkarīgs no zīmola stāsta, no mākslas pārliecināt un pārdot.”¹⁸⁰

Stāsta un konceptuāla pamata izveide ir būtiska ne tikai orientējoties uz potenciālo

¹⁷⁷ Genere, Māra. Par mani. *www.lraksti.lv* Pieejams: <http://www.lraksti.lv/p/par-mani.html>
[Skatīts: 2015, 13. maijs]

¹⁷⁸ Asere, Anda. Latvijas būtība tējas maisīnā. *Dienas Bizness*. Nr. 155, 2012, 27. aug. 16. lpp.

¹⁷⁹ Asere, Anda. Izvēlējusies izcelt latvisko. *Dienas Bizness*. Nr. 204, 2013, 14. nov. 24. lpp.

¹⁸⁰ Kleina, Agnese. Te modes jomā biznesa nav. *Diena*. Nr. 76, 2013, 19. apr. 10. lpp.

pircēju – lielākoties pašiem etnodizaina lietu radītājiem ir būtiski tikt skaidrībā, kādēļ kaut ko uzsākt un kas tieši tas būs. Kādam izvēles pamatojums var veidoties balstoties ekoloģiskā dzīvesveida principos, kādam tā var būt vēlme paust piederību latviskajam, bet kādam citam – stabilitātes meklējumos tradīcijā, tomēr lielākajai daļai jauno saimnieciskās darbības uzsācēju kopīgais ir tas, ka ir nepieciešama nopietnākos apsvērumos nekā tikai finansiālais ieguvums balstīta pārliecība. Piemēram, zīmola “ROTAA” radītāja Una Valtere, domājot par zīmola nosaukumu, “vēlējās sasaistīt mantotās prasmes, pieminēt izcilo rokdarbnieci vecmāmiņu, kuras uzvārds bija Saulīte. Tā tapa zīmola nosaukums un logotips ROTAA, kur “O” burts ir etnogrāfiska saulīte, un darbības vārds “rotā” izsaka Unas radīto darbu būtību – rotāt sevi un vidi.”¹⁸¹ Bet Latvijas dizaina somu ražotāja “ArtBag” direktore Zane Lase-Lasmane skaidro somu kolekcijas ar tautiskiem rakstiem rašanās aizsākumus: “Pirmām kārtām, šī kolekcija tika veidota patriotisma vārdā, taču atsaucība patiesi ir pārsteigusi mūs visus.”¹⁸²

Par to, ka šāda pieeja vainagojas ar panākumiem, liecina ne tikai fakts, ka uzņēmumi, kas savu darbību sākuši tieši krīzes laikā, turpina pastāvēt un attīstīties, bet arī tas, ka arvien vairāk pieaug pozitīvu atsauksmju un komentāru skaits, kuros runāts par Latvijā radīto dizainu. SIA “Baltu rotas” pārstāve Ieva Straupe, novērojot procesus sabiedrībā, jau 2012. gadā atzīst: “Pēdējo gadu laikā arī vietējiem ir mainījusies izpratne par lietām, kas radītas Latvijā, piemēram, par Latvijas modi, un tagad ir aktuāli izvēlēties Latvijā radītas lietas. Katrs latvietis zina, ka mums ir īpašas, latviskās vērtības, kas nav citur pasaulē. Cilvēki saprot, ka Nameja gredzeni un citas latviskās lietas ir stilīgas. Cilvēkiem interesē ne tikai dizains, bet arī nozīme.”¹⁸³ 2014. gadā veikala “Linu lāde” vadītāja Sandra Rudzīte konstatē: “Latvijā šobrīd jau ir diezgan piesātināts tirgus, to var redzēt pēdējos trīs gados [kopš 2011. gada] ir nācis klāt daudz mazo uzņēmumu, kas piedāvā linu apģērbus.”¹⁸⁴

Blakus zīmolu autoriem, kuri ir ieguldījuši radošu darbu un pūles, piedomājot pie zīmola konceptuālā tēla, stāsta, preces iesaiņojuma un komunikācijas ar potenciālo pircēju, lai savu radīto dizaina priekšmetu pasniegtu pēc iespējas oriģinālākā veidā, pastāv arī tādi amatnieki, kuri, sapratuši, ka tautiskie raksti un etnogrāfiskie elementi ir modē, tos bez īpaša pamatojuma iesaista arī savā produkcijā. Piemēram, sublimācijas tehnikā veidoto suvenīru un interjeru priekšmetu autors Aleksejs Neilands akcentē tieši savu darinājumu finansiālo aspektu un radītajām lietām piešķir tikai finansiālu vērtību: “Es taisu tikai to, ko vajag, un tikai tik, cik vajag. Man ir vismaz 200 dizaina piedāvājumu, arī ap 50 motīvu ar austiem

¹⁸¹ Priede, Renāte. Nāc, māsiņa, rotāties. *Dienas Bizness*. Nr. 225, 2013, 16. dec. 16. lpp.

¹⁸² Zalāne, Linda. Latvijas etnodizains pāri jūrām un okeāniem. *Lietišķā Diena*. Nr. 256, 2013, 11. apr. 27.–29. lpp.

¹⁸³ Asere, Anda. Svētkos izvēlas simboliskas rotas. *Dienas Bizness*. Nr. 121, 2012, 22. jūn. 16. lpp.

¹⁸⁴ Rudzīte, Sandra. Piesātināts tirgus. *Dienas Bizness*. Nr. 154, 2014, 8. sept. 16. lpp.

latviskiem rakstiem. Agrāk bija magones nr. 1, rudzupuķes nr. 2, šobrīd otro vietu daļa rudzupuķes ar latvju rakstiem.”¹⁸⁵ Tāpat arī suvenīru ražotāju jaunrades process īpaši neuztrauc, tāpēc nākas meklēt attaisnojumu likumdošanā: “Saskaņā ar autortiesību likumu, bez atļaujas prasīšanas un bez samaksas autordarbs var tikt izmantots, kad pagājuši 70 gadi pēc autora nāves. Tomēr te jāizdala divas lietas – autortiesības uz mākslas darbu un atvasinātais darbs. Atvasinājumā tiek izmantots cita autora oriģināldarbs, to pārstrādājot, pārveidojot, izmantojot fragmentāri. Tādējādi pēc likumiem maciņš ar izmantotu, bet pārstrādātu Gustava Klimta gleznas fragmentu ir mans autordarbs, kurā ir atvasinājums uz Klimta darba bāzes. Autortiesības uz maciņu kā dizaina priekšmetu jeb šinī gadījumā atvasinātā darba autortiesības jau pieder man.”¹⁸⁶

Nemateriālās kultūras mantojumu, kā mūsdienu amatniecības resursu, saskata arī Latvijā ražoto lietu veikala “Rozes Bode” īpašnice Anita Roze-Traviņa: “Amatniecības darbi ir kļuvuši ļoti moderni. Piemēram, iPhone vāciņi. Kas varēja iedomāties, ka tos var apgreznot ar Austras koka ornamentiem? Latviešu raksti tagad ir modē un topā. Redzam, ka mūsu klasiku, vēsturi, senču dotās lietas varam modernizēt.”¹⁸⁷ Lai arī vēl 2015. gadā pastāv uzskati par to, ka tradicionālo lietu modernizēšana ir modē, kulminācijas punktu etnodizaina priekšmeti sabiedrības vērtējumā sasniedza 2013. gada vidū un otrajā pusē, saistībā ar XXV Vispārējiem latviešu Dziesmu svētkiem un XV Deju svētkiem, kas norisinājās Rīgā, 2013. gada vasarā. Svētku atskaņās modes eksperte Agnese Kleina savā blogā iezīmē raksturīgo situāciju: “Nupat nosvinētie Vispārējie Dziesmu un deju svētki pēkšņi atgādināja, cik bagātīgi rotāti un unikāli ir mūsu tautastērpi. Tik skaisti, ka neesam mierā par to krāšņumu priecāties tikai tradicionālā kontekstā, bet sākam lūkot, kā atsevišķus tā elementus ienest arī ikdienā/citos svētkos. Tā es tiku pie tradicionālā Virgas vainaga (ko liku galvā *Positivus* festivālā), bet Latvijas modes žurnāli nodevās tautas tērpa elementu variācijām ikdienas kontekstā.”¹⁸⁸ (Skat. Pielikums Nr. 18 un Pielikums Nr. 19)

Tomēr jau 2014. gadā sāk parādīties arī pretēji uzskati, kuros tiek pausta pārlicība, ka zīmju lietošana kļūst pārāk masveidīga un uz komerciāliem mērķiem vērsta. Salona “Dāre” vadītājs Agris Grilovs izsaka neapmierinātību par virspusējo attieksmi pret latviešu tautas tradīciju: “Pēkšņi esam atskārtuši, ka latviešiem ir plašs zīmju klāsts. Nu tik uzspiedīsim uz jūtām, saražosim, nopelnīsim. Amatnieku tirdziņos bieži vien pajautāju, kāda ir nozīme vai

¹⁸⁵ Melķe, Zane. Sublimācijas tehnikā drukāti ienākumi. *Dienas Bizness*. Nr. 38, 2015, 25. febr. 16. lpp.

¹⁸⁶ Turpat.

¹⁸⁷ Kvaste, Santa. Jauna sieviete uzspirdzina ar tautisko lietu tirdzniecību. *www.financenet.tvnet.lv* Pieejams: http://financenet.tvnet.lv/viedokli/532767-jauna_sieviete_uzspirdzina_tautisko_lietu_tirdzniecibu [Skatīts: 2015, 23. maijs]

¹⁸⁸ Kleina, Agnese. Tautastērps, 2013. gada izlaidums. *www.whimsicalagnesiga.com* Pieejams: <http://www.whimsicalagnesiga.com/tautasterps-2013-gada-izlaidums-traditional-latvian-costume-edition-of-2013> [Skatīts: 2015, 23. maijs]

skaidrojums šādai vai tāda senai zīmei, diemžēl pārsvarā atbildes ir nekonkrētas, varētu pat teikt nekorektas. [...] Vietējais pircējs jau pārpludināts ar šāda veida izstrādājumiem.”¹⁸⁹ Par pavērsienu uz formas dominanti pār saturu, kas reprezentē vien ārējo impulsu pārņemšanu, nevis reālu jaunradi, liecina arī SIA “Kepler78b” darbība, kas ražo suvenīrus no sasmalcinātām latu banknotēm latviešu zīmju formā. Produkcijas izvēles pamatojums atklāj SIA “Kepler78b” īpašnieks Druvis Vectirāns: “Latvju zīmes laikam bija pats vienkāršākais, kas ienāca prātā, nekāda īpaša filozofija nebija – gan lats nacionālās identitātes simbols, gan latvju zīmes ir šāds simbols, tā arī saistījām.”¹⁹⁰

Paturot prātā minētos piemērus, šī pētījuma kontekstā ir būtiski izdalīt divus motivācijas veidus, ar kādiem amatnieks vai konkrētā dizaina autors ir pievērsies paaudzēs pārmantoto lietu modernizācijai. Viens no motivācijas veidiem ietver tradicionālo elementu izmantojumu darinājumā tīri dekoratīvā veidā, lai piešķirītu darbam estētiskas kvalitātes, bet otra motivācija sakņojas autora pārliecībā un šie elementi ir organiska un neatraujama etnodizaina priekšmeta sastāvdaļa. Pretējā gadījumā, ja šis nošķīrums netiek ņemts vērā, varētu rasties priekšstats, ka Latvijas amatnieku un dizaineru radīto lietu klāsts tiek pārpludināts ar “nekvalitatīviem suvenīriem”, jo tīri dekoratīvo risinājumu apjoms ieņem stipri lielāku tirgus daļu, nekā oriģinālie un kvalitatīvi augstvērtīgākie dizaina darbi, kas ir skaitliskā mazākumā un kuru vērtība tādā veidā tiek devalvēta.

Latviešu konceptveikala “Pop-up Store” veikala vadītāja, uzņēmēja Līva Jaunozola, 2015. gadā, vērtējot situāciju sadarbībā ar latviešu amatniekiem, atzīst: “Man patīk strādāt ar pirmavotu, ar tiem, kas pirmie ir sākuši kaut ko darīt. Man patīk dot iespēju arī tiem cilvēkiem, kuri mājās kaut ko knibina un nav pat domājuši piedāvāt savu veikumu kādam veikalam. **Kopumā tagad ir pilnīgs vājprāts ar latviešu zīmēm.** Tagad katrs var Ķīnā ražotus telefonu vāciņus apdrukāt ar latviešu zīmēm. Es to organiski nevaru paciest. Man pietrūkst smalkuma.”¹⁹¹ Līdzīgu nostāju, kas vairs neattiecas tikai uz latviešu etnogrāfisko rakstu izmantošanu dizainā, bet uz tekstila un apģērbu nozari kopumā, pauž māksliniece Laima Kaugure: “Man šķiet, ka **lins jau kādu laiku tiek vulgarizēts.** Sakarā ar piedzīvoto ekonomisko krīzi visi, kam nav slinkums, auž un izšuj. Tas nebūtu nekas slikts, taču šie ražojumi tiek arī pārdoti un uzdoti par profesionālu dizaineru darbiem. Tas savukārt ir bīstami, jo šādi tiek veidota tautas gaume. Mani māc bažas par to, ka šādā veidā lina vērtība tiks devalvēta, līdzīgi kā savulaik tas notika ar dzintaru.”¹⁹²

¹⁸⁹ Gilovs, Agris. Līdz galam nav skaidrs. *Dienas Bizness*. Nr. 186, 2014, 22. okt. 16. lpp.

¹⁹⁰ Priede, Renāte. Lats atgriežas suvenīros – latvju zīmēs. *Dienas Bizness*. Nr. 186, 2014, 22. okt. 16. lpp.

¹⁹¹ Asere, Anda. Starp andelēšanos un rasolu. *Dienas Bizness*. Nr. 40, 2015, 27. febr. 9.–11. lpp.

¹⁹² Vītoliņa, Karlīna. Ekspresintervija ar mākslinieci Laimu Kauguri. [www.arterritory.com](http://arterritory.com) Pieejams: http://arterritory.com/lv/zinas/4697-ekspresintervija_ar_makslinieci_laimu_kauguri/ [Skatīts: 2015, 23. maijs]

Apzinoties, ka, no vienas puses, latviešu etnogrāfiskās zīmes ir sevi izsmēlušas kā amatniecības un dizaina iedvesmas avots, bet, no otras puses, dabiskie materiāli ir ienākuši sabiedrības ikdienā kā neatņemama tās sastāvdaļa, varētu rasties jautājums – vai arī latviešu tautas tradīcija kopumā ir zaudējusi savu lomu mūsdienu dizaina priekšmetu izstrādē un lietojumā? Lai rastu atbildi uz šo jautājumu, kā turpmāko meklējumu veiksmīgu piemēru der aplūkot Karinas Ķelles 2014. gadā Latvijas Mākslas akadēmijā radīto bakalaura darbu “Pienraksti” (Skat. Pielikums Nr. 20), jo nozīmīgs ir šī darba izvēles un risinājuma pamatojums. Kā laikrakstā “Dienas Bizness” informē žurnāliste Anda Asere, sākotnēji bakalaura darbu Karina Ķelle gribējusi saistīt ar latvju zīmēm, taču, vērojot, cik ļoti populāras tās kļūst un cik plaši tās tiek izmantotas, autore sāka domāt, ka varbūt to jau ir pārāk daudz: “Varbūt vārds “zīme” jāskatās citādi, kā kaut kas tāds, kas nav taustāms. Negribējās darīt to, ko visi, un “pārnest” zīmes uz kaut kā un vienkārši paskaidrot katras nozīmi. [...] Saprātu – ja neizmantošu zīmes, jāņem kaut kas cits tautisks, kas cilvēkus varētu uzrunāt. Tā nonācu līdz Dainu skapim, mūsu dainu tekstiem.”¹⁹³ Rezultātā ir tapuši T-krekli, kas apdrukāti ar pienu, un daļa teksta ir sildīta, iekrāsojot to brūnā krāsā. Pienu Karina izvēlējusies galvenokārt tāpēc, ka tā ir videi draudzīga krāsviela, turklāt kā apgalvo pati autore: “Piens – tā ir daļa no mūsu kultūras, daļa no mums. Tāpēc piens ir kaut kas visiem saprotams”¹⁹⁴ Šis piemērs spilgti parāda, kā nevis tiešā, bet drīzāk asociatīvā veidā iespējams uzturēt spēkā un darīt klātesošu latviešu tautas tradīciju mūsdienu Latvijas sabiedrībā. Tāpat arī “Pienrakstu” piemērs dod iespēju pārlicināties, ka arvien lielāku nozīmi produkta izstrādē piešķir izstrādājuma konceptuālais pamatojums, kas atklājas tikai tuvāk iepazīstoties ar izstrādājumu. Inovatīvu un nebijušu risinājumu radīšanā būtiska loma ir arī jaunu tehnoloģisko paņēmieni meklējumiem, kas “Pienrakstu” gadījumā ir neatraujami saistīti ar izstrādājuma konceptuālo būtību – īsāk sakot, lai jaunradītais produkts būtu veiksmīgs, visiem tā komponentiem ir jābūt nepieciešamiem, nevis nejauši izvēlētiem. Turklāt šis apgalvojums attiecas arī uz tradicionālo elementu izmantošanu dizainā – tie nevar būt tikai izskaistinājumi vai dekoratīvs risinājums, tiem jābūt konceptuāli pamatotiem, pretējā gadījumā rezultāts pretendē kļūt banāls un novecojis, pirms vēl tas sasniedzis savu potenciālo pircēju.

3.3. Tautiskā tērpa un tā elementu laikmetīgā risinājuma veidi

Kā jau no iepriekš minētā var secināt, ražotāju, kas savā radošajā darbībā izvēlas ieviest tautiskos elementus, ir ļoti daudz, tāpēc šajā darba sadaļā, lai iezīmētu tautisko elementu laikmetīgā risinājuma iespējas un veidus, tiks apskatīti tikai spilgtākie un

¹⁹³ Asere, Anda. Piens kā krāsviela. *Dienas Bizness*. Nr. 19, 2015, 29. janv. 16. lpp.

¹⁹⁴ Turpat.

nozīmīgākie piemēri.

Pastalas.

Viens no elementiem, kura mūsdienīgām interpretācijām ir jāpievērš uzmanība, ir seno latviešu apavi – pastalas. Šie apavi mūsdienās tiek darināti gan salīdzinoši tradicionālā veidā, gan arī pozicionēti kā modes aksesuārs. Viens no amatniekiem, kas veido tradicionālās pastalas, ir ādas apstrādes meistars Tāivaldis Andersons, kurš, runājot par tradicionālo pastalu īpatnībām un tādām, kādas nepieciešamas mūsdienu lietojumam, atzīst: “Joks tāds, ka tādās, kādās tiešām staigāja mūsu senči, šodien neviens nestaigātu. [...] Tās ir biezas, smagas, neveiklas. Gribētu redzēt, kā deju kolektīvi ar tādām tā graciozi uzdancotu.”¹⁹⁵ Šī iemesla dēļ meistars nolēmis apvienojot senās tradīcijas ar mūsdienu prasībām, un rezultātā tapis tāds variants, kas tiek gatavots jau ilgu gadu. Aplūkojot pastalu potenciālās modernizēšanas iespējas, T. Andersons esot manījis arī tendenci “pastalas uzlabot, pieliekot kādas puķītes, sprādzītes, taču šādi “uzlabojumi” meistaram šķiet nepieņemami.”¹⁹⁶ Runājot par meistara darināto pastalu mērķauditoriju, T. Andersons atzīst, ka “Labākie [...] klienti ir deju kolektīvi. [...] Viņu specifika – aktivizējas rudenos oktobrī, novembrī, pirms Ziemsvētku koncertiem un pavasaros – februārī, martā, aprīlī – pirms skatēm. [...] Interesanta tendence, ka pastaliņas sākuši iegādāties pavisam mazu bērnu vecāki, pat tādu, kas vēl nestaigā. Motivācija – dabīgs materiāls, kājiņu nekur nespēž.”¹⁹⁷

Savukārt vērtējot pastalu potenciālās attīstības iespējas modernajam tirgum, modes māksliniece un latviešu konceptveikala “Riija” mākslinieciskā vadītāja Natālija Jansone pauž viedokli, ka “Etnogrāfiskās pastalas ir vērtība, taču tām klibo funkcionalitāte. Vajadzētu apvienot labo – dabīgs materiāls, ērti kājai ar iespēju iziet ielās. Piemēram, līdzīgi kā filca apaviem, pieliekot izturīgāku zolīti. Arī garās siksnas, kuras sien ap kāju varētu kaut kā citādi atrisināt. [...] Visi vēlas ko ātri un ērti uzvelkamu. Pastalas varētu modernizēt, saglabājot labo ideju. Varbūt šo modeli varētu gatavot no cita materiāla – filca, auduma. Tas ļautu pārdot vairumā, samazinot pašizmaksu. [...] Tā kā viss etno un eko ir aktuāls, katra sieviete būs moderna šovasar izvēloties pastalas pie džinsa biksēm, garajiem svārkiem. [...] Tā kā modes tendence ir neformalitāte, tad šī būtu laba mūžīgo krošņu alternatīva.”¹⁹⁸ Attiecībā uz tradicionāli veidotajām pastalām N. Jansone norāda: “Pastalām vajadzētu nopietnu mārketingu, un prece aizietu. Mūsdienīgu pastalu versiju – krāsainas, ar metāla detaļām – piedāvā Linda Leen. Tās labi pērk vietējie. Tas arī saprotams – ārzemnieki, nākot uz

¹⁹⁵ Šteinberga, Inita. Biznesmenis pastalās. *Dienas Bizness*. Nr. 113, 2012, 22. jūn. 16. lpp.

¹⁹⁶ Turpat.

¹⁹⁷ Turpat.

¹⁹⁸ Jansone, Natālija. Nākotne ir! *Dienas Bizness*. Nr. 113, 2012, 22. jūn. 16. lpp.

suvenīrveikalu, neplāno pēkšņi iegādāties kurpes.”¹⁹⁹

Dziedātājas Lindas Leen 2011. gadā izveidotais zīmols “Pastala” (Skat. Pielikums Nr. 21), šķiet, varētu būt viens no etnogrāfiskajam variantam tuvākajiem mūsdienu risinājumiem, jo būtībā tradicionālie senlatviešu apavi modernizēšanas rezultātā nav piedzīvojuši ļoti izteiktas izmaiņas – pastalas tikai tiek veidotas dažādās neierastās krāsās un papildinātas ar nelieliem metāla elementiem. Šajā gadījumā būtiska pievienotā vērtība ir nevis pašu apavu inovatīvajam risinājumam, bet gan zīmolam, apavu koptēla un preces iepakojumam. “Pastalas” apavi vairāk uzlūkojami modes tendenču kontekstā, nevis kā apliecinājums latviskajai piederībai, jo, kā atzīst dziedātāja, “Vienīgā motivācija, kad aizsāku realizēt šo ideju, bija – tā ir pārāk laba, lai no tās atteiktos. Bija skaidrs, ka tas būs nišas produkts cilvēkiem, kam patīk kaut kas īpašs, savādāks, savā ziņā pat drosmīgs. Šīs idejas pamats vai oriģinalitāte ir pastalas košā krāsa. [...] Sākotnējā ideja bija balstīta uz kontrastu principu: pastalas pasniegt kā kristāla kurpītes tapsētā samta kastē ar zīda lentīti, bet tā kā krāsainās pastalas var iegādāties arī vīrieši izvēlējās iepakojumu veidot eleganti askētisku, no kartona.”²⁰⁰ Lindas Leen teiktajā spilgti iezīmējas “Pastalas” šķietami etnogrāfiskais raksturs, jo būtībā tā ir drīzāk ilūzija par etnogrāfiskās pastalas klātesamību, kas ir orientēta uz moderno patērētāju, nekā mēģinājumi tuvojies tautas tradīcijai pēc būtības.

Brunči.

Cits tautiskā tērpa elements, kas no jauna parādījies pavisam nebijušā veidolā ar zīmola “Etnoteks” starpniecību, ir tautastērpa brunči, jeb precīzāk sakot – tieši brunču audums. SIA “Etnoteks” (Skat. Pielikums Nr. 17) ierosmi idejai guvis no ziemeļu kaimiņiem, un nu jau vairākus gadus aizpilda šo tukšo tirgus nišu un piedāvā plašai lietotāju saimei koši strīpainas autentisko vilnas audumu kokvilnas kopijas. 2014. gadā sortimentā bija četru veidu etnogrāfiskie audumi – “Trikāta”, “Kuldīga”, “Priekuļi” un “Zemgale”, no kuriem var šūt brunčus, bikses, cepures, somas un aizkarus. Stingrā auduma struktūra ļauj ar tiem apvilkt mēbeles un grāmatu vākus, tajā pašā laikā, salīdzinot ar vilnu, kokvilnas audums ir vieglāks, aptaustot maigāks un karstajās dienās patīkamāks.²⁰¹ Pie kokvilnas kā materiāla uzņēmums nonācis praktisku apsvērumu vadīts – “īstais vilnas audums ir “sarežģīts” – šujot tas irst, pēc mazgāšanas saveļas, neprofesionālim ir grūti ar to strādāt. [...] kokvilna būtu praktiskāka, to Jānis [Jānis Šilkovs, “Etnoteks” īpašnieks] uzskata par būtisku faktoru – tā ir izturīgāka par vilnu, nedilst, neirst, ir plānāka, plašāk pielietojama.”²⁰²

¹⁹⁹ Jansone, Natālija. Nākotne ir! *Dienas Bizness*. Nr. 113, 2012, 22. jūn. 16. lpp..

²⁰⁰ Zalāne, Linda. Latvijas etnodizains pāri jūrām un okeāniem. *Lietišķā Diena*. Nr. 256, 2013, 11. apr. 27.– 29. lpp.

²⁰¹ Ozoliņš, Andris. Lietišķā māksla. *Latvijas Avīze*. Nr. 193, 2014, 8. okt. 12. lpp.

²⁰² Priede, Renāte. Senā dziesma jaunās skaņās. *Dienas Bizness*. Nr. 82, 2013, 29. apr. 16. lpp.

Lai arī būtiskākās pārmaiņas skar tieši ar brunču audumu saistītās praktiskās īpašības, runājot par biznesa rašanās aizsākumiem, J. Šilkovs uzsver nepieciešamību noturēt pēc iespējas lielāku tuvību etnogrāfiskajam audumam: “Izpētījām etnogrāfisko brunču audumu atgriezumus, konsultējāmies ar Senās klēts speciālistiem, lasījām literatūru, – mūsu āķis ir tajā, ka cenšamies taisīt autentiskus, atkārtojot pat oriģinālo auduma raportu (raksta soli), lai arī ar kokvilnas diegiem tas sanāk šaurāks, cenšamies piedzīt maksimāli tuvu oriģinālam. No nopirktajiem paraugiem izvēlējamies, mūsaprāt, piecus spilgtākos, bet nākotnes plānā ir paplašināt audumu kolekciju, iekļaujot rakstus no visiem Latvijas reģioniem.”²⁰³ Aplūkojot uzņēmuma ražotā produkta potenciālo pircēju, kļūst skaidrs, ka tas drīzāk būs cilvēks, kas šo produktu lietos savā ikdienas dzīvē, nevis izmantos to tradicionālā tautastērpa veidošanā. Pats uzņēmējs to saprot, tāpēc arī savu izstrādājumu jau no paša sākuma pozicionē kā pavisam citai jomai piederīgu: “Dejā ir svarīgi, kā krīt audums, arī faktūra kokvilnai ir citādāka, tā “neuzvedas” kā vilna. Dziesmu svētkiem būtiska ir arī tērpu etnogrāfiskā precizitāte, ko vērtē komisijas, par šādu jaunievedumu var tikai punktus noņemt.”²⁰⁴ Lai arī pastāv uzskats, ka interese un pievēršanās uzmanības daudzums tautiskajai tradīcijai arvien pieaug, tas tomēr ir process, kas norit tikai noteiktā sabiedrības daļā – ne visiem mūsdienu Latvijas iedzīvotājiem ir šāda interese vai zināšanas. “Etnoteks” piemērs rāda, ka nereti būtiskāk par raksta izcelsmi, ir tā estētiskais risinājums, jo, kā atzīst zīmola īpašnieki, “Cilvēki pērk, bet neaizdomājas, kas tas par rakstu – košs un skaists, un ar to pietiek, līdzīgi kā mēs skatītos uz meksikāņu vai marokāņu vai citu “eksotiku”, izņēmums ir tautas deju dejotāji, tie zina visu līdz sīkumiem, [bet citiem] jāskaidro, kas tas ir – strīpas smukas, krāsas košas, patīk, izrādās – tautas tērps!”²⁰⁵

Josta.

Viens no tautastērpa elementiem, kas piedzīvojis, iespējams, vislielāko interpretāciju daudzumu materiālā un arī radošas pieejas ziņā, ir Lielvārdes tautastērpa josta un tās rakstu kārtojums. Sabiedrībai salīdzinoši saprotamu risinājumu piedāvā zīmols “Cita Rota” (Skat. Pielikums Nr. 1), kas radījis šalli ar Lielvārdes jostas rakstu. Paši šalles radītāji to pozicionē kā dabīgu, ar zīmju spēku apveltītu kultūras vērtību: “100% dabīga materiāla Merino vilnas šalle, adīta Lielvārdes jostas rakstā, ar senlatviešu rakstu zīmēm AIZSARDZĪBAI, LABKLĀJĪBAI, VEIKSMEI un VESELĪBAI. Lielvārdes josta ir viens no latviskās identitātes simboliem, kas iekļauta latviešu Tautas tradīciju kanonā kā patstāvīga kultūrvērtība.”²⁰⁶ Par to, ka šī interpretācija, kurā parādās gan ekoloģiskais, gan nozīmes

²⁰³ Priede, Renāte. Senā dziesma jaunās skaņās. *Dienas Bizness*. Nr. 82, 2013, 29. apr. 16. lpp.

²⁰⁴ Turpat.

²⁰⁵ Turpat.

²⁰⁶ Lielvārdes jostas pilnā raksta šalle. *citarota.lv* Pieejams: <http://citarota.lv/lielvardenes-jostas-pilna-raksta-salle/>

aspekts, šķiet sabiedrībai pieņemama, liecina tiešie novērojumi Rīgas kultūrtelpā, kur nereti var sastapt cilvēkus, kas valkā šo konkrēto izstrādājumu. Agate Dombrovska, uzņēmuma “Cita Rota” īpašniece, akcentē savu darinājumu oriģinalitāti: “Arī mēs cenšamies latvisko pasniegt kičīgāk, modernāk, un tieši tāpēc mūsu rotas pērk, jo tas ir kaut kas oriģināls, pavisam citāds kā citur.”²⁰⁷

Cita veida Lielvārdes jostas raksta interpretāciju piedāvā zīmols “Qooqoo”, kurš lielākoties ir atpazīstams pēc radošiem un pārdošiem apģērbu risinājumiem – spilgtām un košām drēbēm, kas izceļ personību, un ļauj to valkātājam drosmīgi parādīt sevi. Tomēr sava provokatīvā rakstura dēļ, nereti “Qooqoo” apģērbi sabiedrības lielākajā daļā tiek uzskatīti par pārdošiem. Viens no visatpazīstamākajiem šī zīmola produktiem ir dažādi apdrukāti legingi, kuru saimei ar dažādu dzīvnieceņu stilizācijām un ziedu rakstiem nesen pievienojušies arī “Latviešu legingi” (Skat. Pielikums Nr. 22). Uz pārējo latvisko rakstu izmantojuma fona, šis ir salīdzinoši netipisks risinājums, jo tiek veidots par netradicionālu uzskatītā materiālā (sintētiskā likra), kas apvienojumā ar pārējiem tērpa elementiem (sporta apaviem un naktsveļas tipa kreklīņu) un modeles sejas izteiksmi, pauž visai dumpiniecisku nostāju. No otras puses, šis salikums arī demonstrē, ka jebkādas robežas apģērbu elementu komplektācijā un tradīcijas interpretācijā ir beigušas pastāvēt.

Iespējams, par visdrosmīgākajiem Lielvārdes jostas raksta risinājumiem var uzskatīt tetovējumus uz ādas. 2014. gada nogalē interneta vietnē fenikssfun.com tika publicēts raksts “58 latvieši un viņu latviskie tetovējumi”²⁰⁸, kurā tika dotas “labas idejas tetovējumiem”. No 58 pieejamajām fotogrāfijām ar latvju rakstu tetovējumiem, četrās atrodams tieši Lielvārdes jostas raksta motīvs, tajā skaitā arī “Elvis un viņa latviskā roka” (Skat. Pielikums Nr. 23). Pats Elvis par savu izvēli saka: “Lielu savas dzīves daļu nodzīvoju Londonā, tad labā roka man tika aptetovēta ar daž ne dažādiem britu simboliem un vēl visādiem jociņiem. Nonācu pie secinājuma, ka vajag taisīt otru roku un diezgan loģiski likās to taisīt pilnīgi pretēju – tā tad latvisku. Latvju raksti, protams, izvēlēti atbilstoši tam, ko tie nozīmē. Ušiņš, Zalktis Jumis Pērkonkrusts, Mēness. Padomā ir arī Austras koks un Saules zīme. Tetovējumu es zīmēju pats un tas bija diezgan sarežģīti. Saprātu, kāpēc audējas vecajos laikos tādas cienījamas sievas bija.”²⁰⁹ Pretēji apģērbam, kuru var vienu dienu izvēlēties tādu, bet citu dienu nomainīt pavisam pret kaut ko citu, tetovējums uz ādas ir paliekošs uz visu mūžu, un ar izvēlētajiem motīviem tā īpašniekam ir jāsadzīvo arī tad, ja cilvēka uzskati mainās. Tāpēc tieši latvisko

[Skatīts: 2015, 23. maijs]

²⁰⁷ Asere, Anda. Izvēlējusies izcelt latvisko. *Dienas Bizness*. Nr. 204, 2013, 14. nov. 24. lpp.

²⁰⁸ 58 latvieši un viņu latviskie tetovējumi. www.fenikssfun.com Pieejams: <http://www.fenikssfun.com/bildes/58-latviesi-un-vinu-latviskie-tetovejumi-labas-idejas-labiem-tetovejumiem-290> [Skatīts: 2015, 23. maijs]

²⁰⁹ Turpat.

tetovējumu piekritēji bieži vien ir savu izvēli rūpīgi apdomājuši un latvju rakstu zīmes iestrādā uz mūžu, jo tās apliecina piederību latviskajām saknēm, no kurām, tāpat kā no tetovējuma, atbrīvoties nevar. Piemēram, Daniels (Skat. Pielikums Nr. 24) par savu tetovējuma izvēli saka: “Tā ir puse no Lielvārdes jostas, kaut kad perspektīvā būs otra puse uz otras rokas, kad saņemšos. [...] Šādu taisīju, jo, pirmkārt, smuki. Otrkārt, gribējās tetovējumu, kuram ir kāda jēga. Treškārt, braucu motokrosā, un ceru, ka šis mani varbūt pasargās no traumām.”²¹⁰

Villaine.

Par villaines pārfrāzējumiem mūsdienīgā veidolā nevar runāt tikai apģērbu kontekstā – te jāaplūko latviešu aušanas tradīcijas plašākā kontekstā un tā tehnoloģiskā attīstība kopumā. Mūsdienās arvien vairāk ne tikai amatnieki, bet arī augsta līmeņa dizaineri pievēršas senajām amata prasmēm, kuras izvēlas apgūt un turpināt savā radošajā darbībā; savienojumā ar jauniem tehnoloģiskiem risinājumiem tādi par tradicionāliem uzskatīti materiāli kā lins un vilna iegūst pavisam jaunu, mūsdienīgu strukturējumu dažādos tekstila izstrādājumos. Viens no pasaules līmeņa uzņēmumiem, kas savu darbību ir uzsācis un arī turpina Latvijā jau vairāk kā desmit gadus, ir SIA “Ars Tela” (Skat. Pielikums Nr. 25), kura ražotie izstrādājumi “nav tekstils, ko var nopirkt Etnogrāfiskajā brīvdabas muzejā vai apskatīt Mākslas muzejā. Tie ir moderni pledi, šalles, somas, galdauti, aizkari, spilveni, datorsomas, ceļojumu maki – pavisam kopā 93 produktu veidi no dažādiem dabīgiem materiāliem un to kombinācijām. Tieši šajās kombinācijās, kas savulaik bija nepārkāpjams tekstilnozares tabu, arī slēpjas izstrādājumu mākslinieciskā unikalitāte un tehnoloģiskā savdabība. Lins ar merino vilnu, vilna ar zīdu, lins ar metāla diegu, alpakas vilna ar lina buklē, kažmirs ar dzintara diegu...”²¹¹ Lai arī uzņēmums ne tikai ražo, bet arī izstrādā dizainu “Armani Casa” un citiem pasaulslaveniem zīmoliem, uzņēmuma īpašniece Alvida Kauliņa atklāj, ka “Patiesībā tā ir latviešu etnogrāfija, latviešu audumi un latviešu amatnieku meistarība, ko mēs piedāvājam pasaulei. Tikai citā – jaunā un mūsdienīgā – kvalitātē [...] Galvenais – mēs neesam kombināts, kur nospiež pogu un saražo nepieciešamo produktu skaitu. Šeit katrs izstrādājums ir sava veida mākslas darbs, kas glabā tā radītāju auru.”²¹²

Līdzīgi arī tekstilmāksliniece Laima Kaugure, kura izveidojusi uzņēmumu “Studio Naturals” (Skat. Pielikums Nr. 26), kas jau vairāk kā 15 gadus veiksmīgi darbojas tekstilnozarē gan Latvijā, gan ārpus tās, uzsver tradīcijas kā neizsmeļama radošā potenciāla

²¹⁰ 58 latvieši un viņu latviskie tetovējumi. www.fenikssfun.com Pieejams: <http://www.fenikssfun.com/bildes/58-latviesi-un-vinu-latviskie-tetovejumi-labas-idejas-labiem-tetovejumiem-290> [Skatīts: 2015, 23. maijs]

²¹¹ Kļavis, Aivars. Etnogrāfija globālajam tirgum. *Ir.* Nr. 20, 2013, 16.–22. maijs 44.–47. lpp.

²¹² Turpat.

iedvesmas un risinājumu avotu “Man ir ārzemju klienti, kas saka: „Ak, lins – tas jau ir jūsu nacionālais, tradicionālais produkts.” Es domāju, ka ar savu darbu es esmu tālu aizgājusi no tradicionālā, [...] bet tajā pašā laikā esmu saglabājusi saknes, jo no tām jau nekur nevar aiziet. Etnogrāfiju es visu mūžu pētu un skatos – ne tikai latviešu, bet arī citu tautu mākslu. Šis iedvesmas avots un bagātību krātuve ir neizsmeļami.”²¹³ Apskatot šo divu uzņēmumu darbības piemērus, priekšplānā izvirzās ne tik acīmredzamas pārneses no tradīcijas uz mūsdienu risinājumu, kā tas atspoguļojas, piemēram, latvju rakstu izmantojumā. Šajos gadījumos tradicionālās amata prasmes ir ņemtas kā izejas punkts, lai no tām attīstītu individuālus radošos risinājumus, kas kombinācijā ar tehnoloģiju sniegtajām iespējām un konkrētu uzņēmuma filosofiju, rezultējas kvalitatīvā un pārdomātā galaproduktā.

Galvassegas.

Galvassegas tautiskā tērpa kontekstā būtu uzlūkojamas kā statusa apliecināšanas zīme, proti – svinīgos gadījumos jaunas meitas drīkst greznoties ar vainagiem, bet precētām sievietēm pieklājas nēsāt aubes vai cita veida galvu nosedzošus izstrādājumus, piemēram, lakatus. Mūsdienās visizplatītākais tradicionālās galvas rotājums ir ziedu vainags, kas plaši sastopams vasaras saulgriežos, savukārt izšūtais etnogrāfiskais vainags – Dziesmu un deju svētkos vai folkloras festivālos. Tomēr saistībā ar tautisko elementu aktualizēšanos 2013. gada presē parādījās ierosinājumi etnogrāfisko vainagu izmantot kā rotājumu un modes tērpa sastāvdaļu arī citos ikdienišķākos gadījumos, piemēram, mūzikas festivālos vai citos saviesīgos pasākumos. Latvijas modes aprindās par vienu no drosmīgākajām nepierastu galvas rotājumu nēsātājām tiek uzskatīta žurnāliste un modes eksperte Agnese Kleina, kura ar Virgas etnogrāfisko vainagu greznojās mūzikas festivālā “Positivus”, 2013. gadā (Skat. Pielikums Nr. 28), savukārt 2014. gada nogalē, prezentējot jaunizveidoto plānotāju 2015. gadam, Agnese bija rotājusies ar etnogrāfiska stila metāla vainagu²¹⁴ (Skat. Pielikums Nr. 29), tādā veidā uzsverot jaunā plānotāja latvisko raksturu.

Pavisam cita veida interpretāciju piedzīvojusi precēto sievu galvassega – aube, Sabīnes Egminas izveidotā zīmola “Aube” ietvaros (Skat. Pielikums Nr. 30), par pamatu ņemot nevis tiešu dekoratīvo risinājumu, bet gan konceptuālo pamatojumu zīmola izstrādē un formas lakonismu jaunā dizaina risinājumā. Kā norāda Sabīne, “Aube ir galvassega, kas apvieno kapuci un šalli, bet tas nenozīmē, ka tā nēsājama tikai aukstā laikā. [...] Bija dzirdēts, ka paziņas sūdzas par cepurēm, kas izjauc frizūru, un iedomājās par to funkcionālu risinājumu

²¹³ Vītoliņa, Karlīna. Ekspresintervija ar mākslinieci Laimu Kauguri. [www.arterritory.com](http://arterritory.com) Pieejams: http://arterritory.com/lv/zinas/4697-ekspresintervija_ar_makslinieci_laimu_kauguri/ [Skatīts: 2015, 23. maijs]

²¹⁴ Kleina latviskā stilā prezentē jauno plānotāju. www.delfi.lv Pieejams: <http://www.delfi.lv/izklaide/dzivesstils/stils/foto-kleina-latviska-stila-prezente-jauno-planotaju.d?id=45302978> [Skatīts: 2015, 24. maijs]

– kaut kas, kas nav cepure, tādējādi nonākot pie senlatviešu aubes mūsdienīgas māsas.”²¹⁵ Uzņēmuma ideja radās, apvienojot triju paaudžu sieviešu zināšanas. Meita ar draudzeni atnesa dizaina ideju, mamma – funkcionālo risinājumu, bet vecmāmiņa nodeva zināšanas par aubes izmantojumu latviešu tradīcijās, kas deva nozīmīgu pamatu tādas aubes izveidē, kādu to Sabīne piedāvā šobrīd – “nedaudz urbānu, nedaudz aristokrātisku.”²¹⁶ Pati galvassegas autore cenšas uzsvērt sava dizaina vienkāršību, kā mūsdienu dizainā nepieciešamu kvalitāti, kas ļauj tikt pamanītam arī ļoti lielās dažādības jūklī: “Mūsdienās cilvēki ir tik radoši, katru dienu dzimst tūkstošiem ideju. Ir grūti radīt kaut ko unikālu. Aube ir kaut kas jauns, bet tomēr ļoti vienkārša. Mūsdienās, piedāvājot kaut ko pavisam vienkāršu, var iegūt vēl labāku efektu, nekā ar ļoti sarežģītu un inovatīvu, turklāt apzīmējums “inovatīvs” ir tik ļoti nonivelējies, ka cilvēki priecājas par vienkāršību.”²¹⁷

Koptēls.

Tautiskā tērpa motīvi mūsdienās tiek izmantoti ne tikai apģērbu nozarē un interjera dizainā – arī citas jomas piedzīvojušas tautisko elementu ienākšanu savā vizuālajā noformējumā. Iespējams, viens no atraktīvākajiem jaunās paaudzes veikumiem ir tautumeitas vai tautudēla stilizēta attēla novietojums uz skeitborda dēļa virsmas. Šādu risinājumu izveidojuši zīmola “Happy Herbal Harvest” autori (Skat. Pielikums Nr. 31). “Happy Herbal Harvest” dēļus ražo vienā no Eiropas rūpnīcām – puīši aizsūta grafikus, un uzņēmums saražo ar visu bildi. Tautisko dēļu “seju” veidojuši grafikas dizaineri Rūdolfs Baltiņš un Evita Vasiļjeva. Protams, dizaina dēļ dēlis labāk nebrauc, turklāt, tikko sākts braukāt, no smukā zīmējuma nekas daudz pāri nepaliek, taču tas dēlim piešķir savu seju, identitāti.”²¹⁸ Idejas autors Rūdolfs Baltiņš arī apliecina, ka “principā varētu pirkt jebkuru dēli, jo tie būs no vienas rūpnīcas un ne ar ko neatšķirsies, tikai ar zīmējumu, kas tik un tā drīz noskrāpēsies. Tomēr, ja ir izvēle, redzi, ka katrs zīmējums piešķir dēlim identitāti un skaties ko sev tuvāku.”²¹⁹ Asprātīgi izvērstā vārdu spēle starp “skeita dēli” un “tautu dēli”, iegūstot salikumu “tautu dēlis”, arī ir nianse, kas jaunā dizaina dēļus padara atraktīvākus un uzrunā ekstrēmā sporta veida piekritējus.

Nopietnākas diskusijas skārušas jaunā parauga Latvijas pilsoņa pases, kurās apvienoti teju vai visi iespējamie latvisko identitāti apliecinošie elementi, jo “Latvijas pilsoņa jaunās pases dizainam visprecīzāk jāraksturo jēdzieni “identitāte” un “ceļošana”. Tāpēc nolemts, ka to spēj atklāt Vispārējo latviešu Dziesmu un deju svētku filozofija, jo svētkos piedalās un tos

²¹⁵ Asere, Anda. Rotājas arī tīņi un sirmgalvjī. *Dienas Bizness*. Nr. 129, 2013, 17. jūl. 20. lpp.

²¹⁶ Turpat.

²¹⁷ Turpat.

²¹⁸ Asere, Anda. Tautumeita uz skeitborda dēļa. *Dienas Bizness*. Nr. 20, 2012, 27. janv. 16. lpp.

²¹⁹ Turpat.

apmeklē ne tikai Latvijā dzīvojošie cilvēki. Jaunā dizaina pases lapās attēlots motīvs no Līgo karoga, fragments no Latvijas himnas pirmiespieduma, Latvijas Republikas ģerbonis, motīvs no Dziesmu svētku gājiena, Lielvārdes jostas fragmenti, bet ūdenszīmē attēlots tautas deju pāris, kokle, Latvijas Republikas himnas vārdi, nošu raksts un auseklītis.”²²⁰ Pasu un migrācijas lietu pārvaldes sabiedrisko attiecību nodaļas vadītāja norāda, ka “pases dizains ir nesaraucjami saistīts ar izmantojamajiem aizsarglīdzekļiem,”²²¹ kas nepieciešami pretviltošanas apsvērumu dēļ. Savukārt sociālantropologs Klāvs Sedlenieks izteicies, ka “jaunajai pasei uz vāka attēlotais pagānu priesteris pie elku altāra “noteikti patiks dažādo konfesiju pilsoņiem.””²²² To, cik lielā mērā jaunais pases dizains apliecinās latvisko identitāti ārpus Latvijas, ir grūti prognozēt, bet tas, ka valstiski nozīmīgākajā pilsoņa identitātes dokumentā ir apvienoti tautiskie, etnogrāfiskie un nacionālie elementi, liecina, pirmkārt, par modes tendenču institucionalizēšanos, bet, otrkārt, jebkuram Latvijas pilsonim, neatkarībā no personiskās pārlicēbas, šie elementi, kuru lietojums līdz šim bija paša indivīda brīva izvēle, tagad tiek uzspiesti kā neizbēgami.

3.4. Etnodizaina priekšmetu pieejamība un ekonomiskais aspekts

Sakarā ar 2008.–2010. gada Latvijas finanšu un pārvaldes krīzes izraisītajiem apstākļiem, ap 2008. gadu strauji samazinājās uzņēmējdarbība Latvijā, bet ap 2010. gadu tā atkal piedzīvoja jaunu uzplaukuma vilni, tikai citā mērogā un konceptuālajā nostājā. Ja 2008. gadā daļa plaša vēriena uzņēmumi pakāpeniski izzuda neatmaksājamo kredītsaistību dēļ, tad 2010. gadā sāka parādīties arvien vairāk nelielu uzņēmumu, kas savu darbību centās uzsākt pašu spēkiem. Viena no šādu nelielu uzņēmēju grupām saistāma ar tā saucamo latviešu konceptveikalu izveidi, kurus var iedalīt vairākās grupās pēc to mērķauditorijas un konceptuālā uzstādījuma, bet kopējais visiem šiem veikaliem ir tas, ka tie galvenokārt piedāvā tieši Latvijā ražotas dizaina lietas un tādā veidā ne tikai iegulda latviešu dizaina nākotnē, bet arī attīsta vietējo ekonomiku kopumā. Meklējot risinājumus ekonomiskās situācijas uzlabošanai, 2011. gadā žurnāliste Ilze Martinsone žurnālā “Latvijas Architektūra” norāda, ka gan Latvijas lauksaimniekiem, gan arī amatniekiem “jāspēj formulēt savu ražojumu identitāte, caur to arī nācijas/valsts vai kauču pilsētas piederība mūsdienu patērētājam pievilcīgā formā. Jebšu “made in Latvia” ir svarīgs ne tikai pašu tirgum vai eksportam, tas ir pālis fundamentālā ekonomikas nozarē – tūrisma industrijā.”²²³

Viena no veikalu grupām, kas uzsver “ražots Latvijā” izcelsmi, ir saistāma ar Latvijas

²²⁰ Gabre, Antra. Jaunā pase: modernais pret tautisko. *Neatkarīgā Rīta Avīze*. Nr. 21, 2015, 2. febr. 2.–3. lpp.

²²¹ Turpat.

²²² Turpat.

²²³ Martinsoe, Ilze. Kas es esmu: Made in “Rīja”. *Latvijas Architektūra*. Nr. 93, 2011, febr./marts 42.–45. lpp.

modes aprindām. Šiem veikaliem ir svarīgi attīstīt modes industriju tieši Latvijā ar augstas kvalitātes apģērba popularizēšanu. Pie šīs grupas būtu pieskaitāmi tādi veikali kā “Paviljons”, “Taste Latvija”, “Creative Latvia” un arī citi individuālo modes dizaineru veikali. Tomēr šo veikalu piedāvājums ir vērsts uz ļoti nelielas sabiedrības daļu un vairāk kalpo kā labas gaumes piemērs un veidotājs. Modes eksperte Agnese Kleina arī piekrīt, ka Latvijas tirgū modes jomā biznesa iespējas ir niecīgas: “Šeit ir maz cilvēku, un tos kas te ir, ne vienmēr interesēs konkrētie risinājumi, cena vai pat mode kā tāda. Turklāt jāņem vērā, ka Latvijas pircējs ir izlutināts un prasīgs – gan pret kvalitāti, gan pret cenu. Zinošam pircējam būs ļoti grūti pārdot kaut ko neadekvāti dārgu vai nekvalitatīvu, līdz ar to izmaksas – kādas ir, tādas ir, un maksimālā iespējamā peļņa – cik liela ir, tik ir.”²²⁴

Cita grupa ir saistāma ar tādām tirdzniecības vietām, kas sevi pozicionē starp mākslas galeriju un veikalu, piedāvājot dažādas latviešu mākslinieku radītas lietas. Viens no spilgtākajiem uzņēmumiem šajā jomā ir mākslas galerija/veikals “Galerija Istaba”, kurā ne tikai tiek regulāri rīkotas dažādas izstādes un meistardarbnīcas, bet arī tiek piedāvāta iespējama iegādāties izstādē vai veikalā redzamās lietas. Otrajā stāvā ierīkota arī kafējnīca, tādā veidā šo vietu noteiktai sabiedrības daļai pozicionējot kā kultūrtelpu. Līdzīga veida vietas atrodamas arī Liepājā – “Ideju Bode”, Valmierā “Galerija Laipa” u.c. Latvijas pilsētās.

Trešā grupa, kas tieši etnodizaina jomā ir visnozīmīgākā, ir veikali, kuri piedāvā visdažādākos interjera un sadzīves priekšmetus, tajā skaitā arī apģērbus, kas ir latviešu amatnieku un dizaineru radīti. Lielākoties šādi veikali sākotnēji izveidoti ar domu potenciālo mērķauditoriju atrast tūristu vidū, bet, kā saprot paši uzņēmēji, rezultātā lielākā pircēju grupa ir paši vietējie. Latviešu dzīves stila un dizaina veikala “Riija” mākslinieciskā vadītāja Natālija Jansone atzīst, ka “Sākotnēji licies, ka šis vairāk būs veikals tūristiem, bet laiks rāda, ka liela interese ir arī vietējiem – gan arhitektiem un dizaineriem, gan galapatērētājiem.”²²⁵ Jāatzīmē, ka “Riija” ir viens no pirmajiem šāda koncepta veida veikaliem, kas atvērta 2010. gadā un vēl joprojām ne tikai piedāvā kvalitatīvu latviešu ražojumus, bet arī organizē dažādus pasākumus. Runājot par situāciju latviešu amatniecības un dizaina jomā 2011. gadā, Ilze Martinsone konstatē, ka “Robežas tak sen jau nogruvušas, definīcijas zaudējušas jēgu un koncertzāles var atļauties izskatīties, kādas grib. Mūsdienu “veikals” vairs nepastāv kā vieta pirkšanai-pārdošanai, tā ir sociāla telpa – “Riija” rīko izstādes, lekcijas, konferences, tikšanās utt. [...] Te nu beidzot satiekas tas, par ko daudz prātuļots: vietējas izcelsmes dizains un amatniecība, komplektēts ar redzīgu skatu. [...] Uzstādījums tomēr pamatā orientējas uz lietojamām precēm un apzināti vairās no elitārisma, lai neatbaidītu apmeklētājus un

²²⁴ Kleina, Agnese. Te modes jomā biznesa nav. *Diena*. Nr. 76, 2013, 19. apr. 10.lpp.

²²⁵ Asere, Anda. Natālijas Jansones atziņās mīlestībā. *Dienas Bizness*. Nr. 160, 2010, 8. nov. 20. lpp.

potenciālos pircējus, kamēr rūpīgi kopj mārketingu ar kvalitatīvu preču iepakošanu u.c.”²²⁶ (Skat. Pielikums Nr. 27) Pie šīs grupas, kuras piedāvājuma kvalitātes un jaunrades līmenis būtu uzlūkojams līmeni augstāk par ierasto suvenīru līmeni, pieder arī tādi veikali kā “M50”, “Etmo”, “Studija Pienene”, “Pop-up Store”, “Abra” u.c.

Pretstatā modes jomā valdošajam elitārisma, latviešu dizaina veikali vairāk uzmanības velta tam, kā, no vienas puses, padarīt lietas pieejamākas pircējam, nezaudējot kvalitāti, bet, no otras – ar savu uzņēmējdarbību arī nopelnīt. Sarunā ar žurnālisti Kristu Vitenu LR Ekonomikas ministrijas parlamentārais sekretārs Vilnis Ķirsis atzīmē, ka “mazie uzņēmumi nevarēs augt, ja viņiem nebūs pircēju, tāpēc ir jāmainās arī patērētāju attieksmei un paradumiem. [...] Patērētājam ir jāiepazīst un jāiemīl vietējais uzņēmējs – jāizmanto viņa sniegtie pakalpojumi un produkti, tādējādi atbalstot mazo biznesu, savu pašvaldību un visu valsts ekonomiku.”²²⁷ Tomēr ar izpratni par un simpātijām pret vietējo dizainu vien nepietiek, lai pircējs to iegādātos, būtisks apsvēruma ir latviešu dizaina salīdzinoši lielās pārdošanas cenas. Dizaina studijas “Mājo” līdzīpašnieks Uģis Gailis uzskata, ka “Latvijā dizainu novērtē, bet nevar atļauties. Tas saistīts ar nepārtraukto ķēdi – mazs ražošanas apjoms, dārga pašizmaksa. [Tomēr] cilvēki aizvien vairāk izprot, kas ir dizains, kas ir kvalitatīvs dizains, ko vispār var saukt par dizainu un kas turpretī ir māksla.”²²⁸

Salīdzinājumā ar citām valstīm, patērētāji Latvijā “uzskata, ka roku darinājumi, piemēram, adījumi, izšuvumi, rotas, koka izstrādājumi, ko parasti varam nopirkt amatnieku tirdziņos, ir nesamērīgi dārgi produkti.”²²⁹ Tas skaidrojams ar latviešu tautas salīdzinoši lielo amatnieku un rokdarbnieču skaitu, kuru ietekmē patērētājos ir izveidojies priekšstats, ka latvietis visu var pats izveidot. Arī koka skrejriteņu “DipDap” izveidotājs Mareks Gipters agrāk uzskatījis: “To es nepirkšu par tik lielu naudu, jo pats tādu varu izveidot”²³⁰ Turpretī Latvijas Viegļās rūpniecības uzņēmumu asociācijas prezidents Guntis Strazds norāda, ka “latvietis joprojām vērtē cenu un to, cik ilgi šo produktu varēs lietot, – jo dārgāka manta, jo ilgāk cilvēks grib to lietot, tāpēc vērtē tās cenu”²³¹ Līdz ar to var izdarīt secinājumu, ka lietās un priekšmetos, kuri šķiet vērtīgs ieguldījums ilgtermiņā, potenciālais pircējs ir gatavs ieguldīt lielāku naudas summu, bet par to, kas šķiet īstermiņa modes tendence, latviešu pircējs nav gatavs maksāt.

Latviešu dizaina produktu salīdzinoši lielo gala pārdošanas cenu veido ražotāja noteiktā cena, veikala uzcenojums, kas parasti ir vēl tikpat, cik noteicis ražotājs, un

²²⁶ Martinsone, Ilze. Kas es esmu: Made in “Riija”. *Latvijas Architektūra*. Nr. 93, 2011, febr./marts 42.–45. lpp.

²²⁷ Vitena, Krista. Ar Latviju pie sirds. *Latvijas Avīze*. Nr. 223, 2013, 15. nov. 8. lpp.

²²⁸ Asere, Anda. Latviskās dizaina identitātes meklējumos. *Dienas Bizness*. Nr. 17, 2012, 24. janv. 16. lpp.

²²⁹ Patmalniece, Inga. Sirdslieta un iespēja piepelnīties. *Diena*. Nr. 3, 2014, 6. janv. 10.–11. lpp.

²³⁰ Turpat.

²³¹ Turpat.

pievienotās vērtības nodoklis 21%. Turklāt lielākā daļa latviešu konceptveikalu ar ražotājiem strādā uz realizācijas līguma pamata, t.i., amatnieki nodod precī veikalam un naudu saņem pēc to realizācijas. Bet kā atzīst liela daļa ražotāju “ņemot vērā, ka veikals par precēm vēl nav samaksājis, tam neesot lielas motivācijas censties pārdot, bet ražotājam tie ir iesaldēti līdzekļi.”²³² Līdz ar to tiek meklēti citi veidi, kur savu precī piedāvāt pircējam.

Kā vienas no tādām vietām, kas ļoti veicinājušas latviešu amatnieku un jauno uzņēmēju darbību, ir dažādie tirdziņi, kuros savu darinājumu var popularizēt gandrīz katrs ražotājs. Aizsākumi tirdziņu kustībai meklējami Latvijas Etnogrāfiskā brīvdabas muzeja rīkotajos Tautas lietišķās mākslas darinājumu gadatirgos, kurš 2015. gadā noritēs jau 45. reizi. Saistībā ar arvien pieaugošo amatnieku aktivitāti kopš, 2012. gada gadatirgus dalībnieku atlasē ir ieviesta pastiprināta kontrole, lai tajā piedalītos tikai augstākā līmeņa un tematikai atbilstošākie amatnieki ar saviem darbiem, tādā veidā veicinot tieši lietišķās mākslas darinājumu īpatsvaru un kvalitāti. Tomēr, kā konstatējis pastalu meistars Tāļivaldis Andersons, ieviešot stingrākus atlases kritērijus, samazinājies kā pārdevēju, tā arī pircēju skaits: “Pārdevēju mazāk arī tāpēc, ka šogad pirmo reizi apšaubāmas kvalitātes tirgotājiem, pārpircējiem tikusi atteikta iespēja realizēt precī.”²³³ Savukārt tiem amatniekiem, kuri veido kvalitatīvus, lai arī tautas lietišķajai mākslai neatbilstošus darinājumus, kopš 2012. gada ir radīta iespēja izrādīt savus darinājumus muzeja rīkotajā Mūsdienu amatniecības festivālā.

Tā kā Brīvdabas muzeja organizētie gadatirgi ir tikai vienreizējs notikums gadā, ražotājiem bija nepieciešamas arī citas iespējas, kuru ietvaros nepastarpināti realizēt savu precī. Uz šo pieprasījumu atbildēja vairākas apvienības, no kuriem Rīgā zināmākās ir Kalnciema ielas kvartāls un Berga Bazārs, kuri sestdienās rīko vietējo amatnieku darinājumu un pārtikas produktu tirdzniecības pasākumus, tomēr, lai piedalītos šajos tirgos, ir jāiztur zināmi atlases kritēriji. Ražotāji izvēlas piedalīties tirdziņos ne tikai peļņas dēļ – tā ir iespēja pircējam piedāvāt ne vien gatavo produktu, bet arī stāstu, par kuru citkārt veikalnieks var nemaz nezināt. Etnodizaina sveču radītāja Baiba Linga-Bēziņa tirdzniecībai par labāko variantu vēl joprojām uzskata tirdziņu, jo “sveces pērk, ja par tām prot pastāstīt.”²³⁴ Zīmola “MoshMosh” idejas autore Līga Auziņa akcentē tirdziņos gūto neregularitāti: “Ar piedalīšanos tirdziņos [...] nopelnīt var, bet ne tik daudz, cik gribētos, un šie ienākumi ir arī ļoti neregulāri.”²³⁵ Savukārt Una Valters, zīmola “Rotaa” radītāja skaidri uzrāda tirdziņa pieejamā piedāvājuma klāsta īpatnības: “uz tirdziņu neiet ar dikti sarežģīto – tur iet ar vienkāršākiem darbiem. Tas ir saimnieciskas darbības solis – aprēķināt, ko var taisīt, lai būtu

²³² Asere, Anda. Yuta iziet ārpus mājām. *Dienas Bizness*. Nr. 77, 2014, 22. apr. 16. lpp.

²³³ Šteinberga, Inita. Biznesmenis pastalās. *Dienas Bizness*. Nr. 113, 2012, 22. jūn. 16. lpp.

²³⁴ Šteinberga, Inita. Sveces iekaro sveču lējēju. *Dienas Bizness*. Nr. 25, 2013, 5. febr. 20. lpp.

²³⁵ Šmits, Mārtiņš. Legingu etnogrāfiskais kods. *Diena*. Nr. 76, 2013, 19. apr. 10. lpp.

smuki un sabalansēti ieguldītajā materiālā un darbā pret to cenu, kāda ir pieņemama klientam – mākslas darbu tirdziņos nav, tur ir vienkārši glīti darbiņi.”²³⁶

Tiem ražotājiem, kam veikala noteiktās cenas šķiet par augstu, bet daļība tirdziņos iepriekšminēto iemeslu dēļ nevilina, mūsdienu tehnoloģiju laikmetā paveras plašas iespējas realizēt savu produkciju interneta veikalos. Viena no pasaulē populārākajām rokdarbu tirdzniecības platformām ir etsy.com, kurā ražotājs var izveidot savu virtuālo veikaliņu, tajā ievietot savu darinājumu fotoattēlus un preces aprakstu, kā arī brīvi noteikt cenu. Sajūsma par etsy.com piedāvātajām iespējām pauž adītāja Inese Liepiņa: “Es adu un pārdodu savas lietas internetā. Tā ir paradīze. Līdz šim esmu savas preces pārdevusi 26 valstīm. [...] Es pelnu vairāk nekā viņi [tie, kuri paši tirgo savu preci tirdziņos], turklāt *Etsy* prasa tikai 4% par starpniecību”²³⁷ Tomēr lai gūtu panākumus tirdzniecībā internetā, ir jāiegulda daudz darba uzmanīgi jāseko līdzi katrai aktivitātei: “Daudzi, kuri mēģina internetā kaut ko pārdot, saprot, ka nepietiek ar to, ka ieliec preci mājaslapā vai *Etsy*. Tas ir tāpat kā ar veikalu – jāatver tirdzniecības vieta labā vietā, ielā ar lielu cilvēku plūsmu. Tieši tāpat interesentu plūsma jādabū internetā. Jāstāsta par sevi, jāskaidro.”²³⁸ Arī Malvīne Mennika, kura darina atraktīvas rotas pērlīšu izšuvumā, atzīst, ka tirdzniecība internetā “nav kā veikalā – noliec preci un gaidi, kad to kāds iegādāsies. Mēs dzīvojam brīnišķīgā laikā, kad internetā visi mazie var tikt pamanīti. [bet] Pārdodot rotas internetā, īpaši jāpiestrādā pie produkta vizuālā noformējuma un apraksta, lai potenciālos klientus uzrunātu attālināti.”²³⁹

Kopumā var secināt, ka latviešu amatnieku un dizaineru ražoto lietu, tajā skaitā arī etnodizaina priekšmetu, pieejamība palielinās gan fiziski sasniedzamā, gan materiālā veidā. Savukārt tas, vai potenciālais pircējs izvēlas Latvijā vai citur pasaulē ražotu preci, atkarīgs no individuālajiem uzskatiem, pieejamās informācijas daudzuma un izpratnes līmeņa sabiedrībā. Arvien pieaugošo latviešu konceptveikalu daudzums un tajos atrodamais piedāvājums stipri ietekmē patērētāju gaumi, uzskatus un līdz ar to arī izvēles priekšnoteikumus, kā arī stiprina pašapziņu un pārliecību par latviešu amatnieciskajām un radošajām spējām. Raugoties uz situāciju Latvijas kultūras telpā, iezīmējas spirālveida tendence – palielinoties Latvijā ražoto preču piedāvājumam, palielinās arī interese par to, kas pozitīvi ietekmē pircēju izvēli iegādāties Latvijā ražoto, kas savukārt atkal stimulē ražotāju darbību un palielina piedāvājuma klāstu.

²³⁶ Priede, Renāte. Nāc, māsiņa, rotāties. *Dienas Bizness*. Nr. 225, 2013, 16. dec. 16. lpp.

²³⁷ Asere, Anda. Latvietes adījumi sasilda pasauli. *Dienas Bizness*. Nr. 11, 2014, 16. janv. 20. lpp.

²³⁸ Asere, Anda. Ķemmju saimē – pieaugums. *Dienas Bizness*. Nr. 32, 2015, 17. febr. 16. lpp.

²³⁹ Zalāne, Linda. Internetā visi mazie var tikt uzrunāti. *Dienas Bizness*. Nr. 69, 2013, 10. apr. 20. lpp.

NOBEIGUMS

Analizējot tautiskā tērpa un tā elementu lietošanas kontekstus, motivāciju, cēloņus un sekas 21. gadsimta Latvijā, konstatēts, ka tas jāskata plašākā mērogā, drīzāk veselās sociokultūras sistēmas kontekstā, neaprobežojoties ar paša apģērba kā fenomena robežām. Tāpēc tautiskā tērpa transformācijas skatāmas kopā ar etnodizaina kā estētikas virziena un uzskatu kopuma veidošanos un līdzīgas tendences kā apģērbā iezīmējas arī citās dizaina jomās, kurās par pamatu radošai darbībai tiek izmantoti par tradicionāliem uzskatīti elementi. Savukārt, lai analizētu etnodizaina izveidi Latvijā, ir jāņem vērā pasaules mēroga procesi, kas kā globālu tendenci uzrāda arī etnodizaina aktualitāti.

Pasaules mērogā 20.-21. gadsimta mijā iezīmējas vairākas būtiskas tendences, kas spēcīgi ietekmē Latvijā notiekošos procesus: pirmkārt, pieaugot globalizācijas tendencēm un informāciju tehnoloģiju sniegtajām iespējām, palielinās arī indivīdu izkaisītība gan fiziskajā, gan arī virtuālajā telpā, kas noved pie **lokālās piederības meklējumiem** un lielai daļai indivīdu arvien nozīmīgāka kļūst savu sakņu apzināšanās un akcentēšana iepretim pasaules plašumiem. Otrkārt, pieaugot industriāli ražoto preču daudzumam, palielinās vides piesārņojums, kā rezultātā daļā sabiedrības rodas pretreakcija un pieaug atbalsts videi draudzīga dzīvesveida praktizēšanai un aktivizējas tā sauktā **zaļā kustība**, kuras ietvaros par nozīmīgu tiek atzīts dabisku materiālu izmantojums dažādās sadzīves jomās, priekšmetu otrreizējā pārstrāde un roku darba izvēle iepretim industriālajai ražošanai. Treškārt, ekonomiskie apstākļi, kādi izveidojās 21. gadsimta sākumā visā Rietumu kultūrā, spēcīgi ietekmēja arī Latvijas situāciju, novedot to pie Latvijas **finanšu un pārvaldes krīzes 2008.–2010. gadā**, kuras ietekmē daļa plaša vērīena uzņēmumi pakāpeniski izzuda neatmaksājamo kredītaistību dēļ, bet 2010. gadā sāka parādīties arvien vairāk nelielu uzņēmumu, kas savu darbību centās uzsākt pašu spēkiem.

Atšķirībā no citur Rietumos valdošajiem procesiem, Latvijas kontekstā ir jāņem vērā arī **valsts atrašanās Padomju Savienības sastāvā**, kuras ietvaros bieži vien pastāvēja plašā patēriņa preču deficīts. Tāpēc pēc neatkarības atgūšanas, kad atjaunojās brīvā tirgus ekonomika, 20. gadsimta nogalē Latvijā valdīja rūpnieciski ražoto preču pieprasījums, bet, sākoties otrajai 21. gadsimta dekādei, **zaļās kustības** ietekmē, pamazām arī Latvijas iedzīvotāji sāka novērtēt roku darba vērtību, kurš ne vien ir videi draudzīgāks, bet iepretim virtuālā darba rezultātam, sniedz taustāmu rezultātu. Savukārt tas, ka nereti roku darinājumi latviešu pircēja vērtējumā tiek uzskatīti kā nesamērīgi dārgi, skaidrojams tieši ar latviešu tautas salīdzinoši lielo amatnieku un rokdarbnieču skaitu, kuru ietekmē patērētājos ir izveidojies priekšstats, ka latvietis visu var pats izveidot.

Finanšu un pārvaldes krīze Latvijā ieviesa pārmaiņas ne tikai finansiālajā jomā – jaunie apstākļi Latvijas iedzīvotājus mudināja ne vien pārvērtēt savu līdzšinējo dzīvesveidu un izvēles, bet arī lika meklēt jaunas, radošas iespējas, kā pielāgoties vispārējās ekonomiskas lejupslīdes situācijai, nezaudējot personisko labklājības līmeni. Rezultātā sabiedrības uzmanības lokā nonāca tautas tradīcijas – no vienas puses, kā stabilitātes apliecinājums nemitīgi mainīgajā pasaulē, un no otras – kā jaunrades un iedvesmas avots radošajai darbībai. Pieauga to cilvēku skaits, kas brīvajā laikā, meklējot papildu ienākumus, sāka pievērsties rokdarbim un tā laika gaitā izveidojās šodien populāri latviešu apģērbi un aksesuāru zīmoli. Tāpat parādījās arī latviešu dizaina konceptveikali, kuros pieejami jauno dizaineru darinājumi. Viens no izplatītākajiem paņēmieniem, kā savienot tautas tradīciju ar laikmetīgo lietojumu, bija etnogrāfisko zīmju pārceļšana priekšmetos, kuri tika apveltīti ar šo zīmju īpašībām. 2013. gadā, saistībā ar XXV Vispārējiem latviešu Dziesmu svētkiem un XV Deju svētkiem, šī tendence sasniedza augstāko punktu, un, sākot jau ar 2014. gadu sāka parādīties viedokļi, ka etnogrāfisko zīmju lietošana kļuvusi pārāk masveidīga un tradīcija tiek vulgarizēta. Tomēr tradīcija kā nozīmīgs radošās darbības iedvesmas avots vēl joprojām turpina pastāvēt, tikai šodienas situācijā tie dizaineri, kuri vēlas radīt kaut ko patiesi oriģināli un reizē saistīt to ar tradicionālo, uz tradīciju raugās vairs ne no formas, bet gan no satura aspekta, un savos darbos to ietver ne vairs tiešā, bet pastarpinātā veidā.

Tautiskā tērpa un tā elementu laikmetīgā lietojumā saskatāmi vairāki paņēmieni: pirmais attiecas uz tautiskā elementa vai visa tērpa, **dekoratīvu stilizāciju**, piemēram, Lielvārdes jostas raksta izmantojums legingu apdrukā vai šalles dekoratīvajā risinājumā. Otrais būtu saistāms ar noteiktu elementu **pielāgošanu atbilstoši mūsdienu praktiskajām vajadzībām**, piemēram, vilnas brunču audums, kas tiek darināts no kokvilnas. Trešais atspoguļojas tradicionālo **elementu ievietošanā laikmetīgajā kontekstā**, piemēram, etnogrāfiskais vainags kā galvas rota mūsdienu mūzikas festivālā. Ceturtais paņēmieni meklējams tautas **amatniecības tehnoloģiskajā risinājumā**, piemēram, tradicionālās aušanas tehnoloģijas mūsdienu tekstila darināšanā. Savukārt piektais paņēmieni saistāms ar **konceptuālu pieeju tradīcijai** kā nepieciešamam laikmetīgā risinājuma priekšnoteikumam, kas neatspoguļojas jaunradītā priekšmeta formā, bet gan saturā, piemēram, zīmola “Aube” konceptuālais pamatojums.

Pasaulē valdošo tendenču analīzē spilgti atspoguļojas pētījuma teorētiskajā daļā apskatītās Zigmunta Baumaņa idejas par mūsdienu sabiedrības plūstošu dabu, kas kopā ar Frederika Barta apgalvojumiem par etniskām grupām kā sociālām vienībām palīdz skaidrot tieši etnodizaina kā estētiska virziena un uzskatu kopuma izveides priekšnosacījumus. Lai izprastu “pareizā” un “nepareizā” vērtējumu tradicionālajā tautastērpā, nozīmīgu pienesumu

sniedz Saimona Dž. Bronnera sniegtais tradīcijas jēdziena skaidrojums, kurā vienlīdz nozīmīgu vietu ieņem kā tradīcijas saturs, tā arī šī satura nodošanas veids. Pētījuma gaitā, gan tradicionālā, gan laikmetīgā tautiskā tērpa kontekstā, spilgti atspoguļojas arī apgalvojums, ka tradīcija ir uzvedības modelis, kas var tikt atkārtots, pārveidots vai laužts. Savukārt Rolāna Barta semioloģiskais apģērba un sabiedrības analīzes modelis palīdz izprast tradicionālo elementu lietojumu gan modes kontekstā, gan arī plašākā sociokultūras skatījumā. Tautiskā tērpa un tā elementu laikmetīgā lietojuma analīzē ir skaidri saskatāms R. Barta piedāvātais trīs līmeņu dalījums (nozīmes objekts, nozīmes atbalsts un apzīmētāja īstenā nozīme) apģērba un tā nozīmes saistībā. Tāpat skaidri redzams kļūst tas, ka etnodizaina būtība atklājas tieši tautisko un laikmetīgo elementu kombinācijā, bet ne tik daudz atsevišķā elementu lietojumā.

Apskatot pētījuma gaitā iegūtās atziņas, var izdarīt secinājumu, ka sākotnēji izvirzītā **hipotēze “ tautisko elementu aktualizācija ir saistīta ar stabilitātes un pēc iespējas skaidrāk izteiktu patības kritēriju meklējumiem 21. gadsimta mainīgajā vidē”** ir daļēji pierādīta. Lai precīzāk atspoguļotu jauniegūtās atziņas, hipotēzē ir nepieciešami papildinājumi, jo tautisko elementu aktualizācija ir **ne tikai** saistīta ar stabilitātes un pēc iespējas skaidrāk izteiktu patības kritēriju meklējumiem 21. gadsimta mainīgajā vidē, **bet tautisko elementu aktualizāciju būtiski ietekmē arī ekoloģiskie un ekonomiskie procesi sabiedrībā un to rezultātā pieaugošais roku darba un vietējā dizaina pozitīvais vērtējums Latvijas kultūrtelpā.**

Nobeigumā vēl nepieciešams pieminēt, ka šajā pētījumā ir analizēts tautisko elementu lietojums attiecībā pret etnodizaina priekšmetu ražotājiem, bet nav ietverta galaprodukta patērētāja perspektīva, proti – nav vērsta uzmanība uz to, kāpēc cilvēki Latvijā iegādājas etnodizaina un vietējā ražojuma preces un kas ir šie pircēji. Lai izstrādātu šo pētījumu, būtu nepieciešams izveidot apjomīgu kvantitatīvo datu bāzi, kā arī veikt padziļinātas strukturētas un daļēji strukturētas intervijas ar šo priekšmetu lietotājiem.

Ja šajā darbā pētnieciskā interese vairāk tika virzīta uz tradicionālo elementu pārnesi laikmetīgā telpā, tad nākamā pētījuma perspektīva, kas šajā darbā ir tikai virspusēji iezīmēta, ir saistāma ar laikmetīgo elementu ienākšanu par tradicionālu uzskatāmā sfērā, proti, būtu interesanti un arī vērtīgi paskatīties, kā laikmetīgās tendences atspoguļojas Dziesmu un deju svētku dalībnieku tērpos, kā tās ietekmē tradicionālo tautastērpu un kāda ir šo laikmetīgo elementu ieviešanas motivācija un vērtējums sabiedrībā.

TĒZES

1. Mainīgā un atsvešinātā sabiedrībā indivīdiem piemīt tieksme veidot savējo kopienas, kas sakņojas vai nu etniskā kopībā, vai arī kopībā, kas veidota pēc etniskās kopības modeļa.
2. Etniskas grupas ir sociālas organizācijas, kuru piederīgie organizējas pēc ārējām iezīmēm, gan veido iekšējo vērtību sistēmu, kas nosaka attiecības starp “savējiem” un “citiem”, kā arī starpetniskajā komunikācijā uztur spēkā etniskās grupas robežas.
3. Apģērbs, kā viena no kultūras ārējām izpausmes formām, ir viens no šīs kultūras iekšējo vērtību signāliem. Lai veiktu tādu apģērba analīzi, kas atspoguļo nozīmīgas likumsakarības visā kopienā, tas ir jāskata tā organizējošajā jeb atļauto/neatļauto normu ievērošanas aspektā.
4. Kultūrā pastāvošas apģērba lietošanas tradīcijas pamatojas indivīdu mēģinājumā ievietoties noteiktā, organizētā, formālā vērtību sistēmā, kas savā ziņā atspoguļo sabiedrības modeli, un katra indivīda iesaistīšanās pakāpe šajā sistēmā ļauj atklāt pašai sistēmai raksturīgo funkcionēšanas un organizācijas veidu.
5. Apģērba analīzē iespējams pielietot semiotisko metodi, ar kuras palīdzību apģērbs skatāms kā noteikts apzīmētājs konkrētai nozīmei, turklāt apģērba un tā nozīmes saistībā būtu izdalāmi trīs līmeņi – nozīmes objekts, nozīmes atbalsts un apzīmētāja īstenā nozīme.
6. Lai atklātu apzīmētāja un nozīmes savstarpējo saiti, ir jāanalizē vai nu tērpa koptēls, vai arī vissīkākās apģērba detaļas, jo apģērba gabaliem pašiem par sevi nav nozīmes – tā atklājas tikai elementu kombinācijā un tikai sistēmas ietvaros noteiktam elementam ir nozīme tikai tāpēc, ka tas izslēdz citus.
7. Tradīcija kā kultūrā veidotu, atkārtotu prakšu kopums, ir kultūras uzturēšanas un kontinuitātes modelis, kas ir preskriptīvs un strukturēts, un šī modeļa secīgumu raksturo cirkulāra struktūra, jo iesaistītās personas atrodas duālā lomā – kā devēji un reizē arī kā saņēmēji.

8. Tradīcija, kā zināšanu un domāšanas veida pārraides mehānisms, sastāv no tradīcijas satura (*traditium*) un veida (*traditio*), kādā šis saturs tiek nodots. Lai saglabātu un turētu neskartu *traditium*, ir jābūt pienākuma apziņai, kas nodrošina, ka tradīcija tiks īstenota arī nākotnē.
9. Tradīcijas *ķēde* ir drošības un stabilitātes garants mūsdienu mainīgajā kultūrā, kas nosaka cilvēku izvēles, veido identitāti, sakārto sociālo atmiņu, nostiprina pārliecību un ļauj tiem ievietoties konkrētā laikā un telpā.
10. 21. gadsimta mainīgajā vidē, attīstoties globalizācijas procesiem un tehnoloģiju sniegtajām iespējām, arvien vairāk cilvēku visā pasaulē pievēršas savai lokālajai izcelsmei un meklē saikni ar tautas kultūru un dabisko vidi.
11. Saistībā ar industriālās ražošanas pieaugumu un tās izraisīto vides piesārņojumu daļā sabiedrības rodas pretreakcija, kas uzsver nepieciešamību piekopt dabai draudzīgu dzīvesveidu, izvēloties dabiskus un dabai draudzīgus ražojumus, kā arī domājot par preču otrreizēju pārstrādi.
12. Latvijā pievēršanās tautas kultūras mantojumam notika pasaulē valdošo ekonomisko, ekoloģisko un vērtību pārvērtēšanas procesu ietekmē, bet atšķirīgas tendences, kas saistāmas ar roku darba un vietējās produkcijas vērtējumu, Latvijas kultūrtelpā parādījās saistībā ar valsts ilgstošo atrašanos Padomju Savienības sastāvā.
13. Tautiskā tērpa pētniecībā ir jāizšķir trīs galvenie šī tērpa risinājuma un uztveres veidi – arheoloģiskais tērps, etnogrāfiskais tautastērps un tautiskā stila tērps, kas nereti tiek jaukti sabiedrībā paustajos uzskatos.
14. Priekšstats par “pareizu” vai “nepareizu” tautastērpa koptēlu attiecināms tikai uz etnogrāfisko novadu tautastērpu risinājumu, kas veidojies kopš 20. gadsimta sākuma līdz mūsdienām, un īpaši aktualizēts tiek latviešu Vispārējo dziesmu un deju kontekstā.
15. Par tradicionālā tautastērpa lietojuma aktualizēšanos var runāt kopš 2013. gada, kad pieauga tautastērpu pieprasījums ne vien pirms Dziesmu un deju svētkiem, bet arī pirms vasaras saulgriežiem un citiem svētkiem.

16. Tautiskā tērpa transformācijas 21. gadsimta Latvijā jāskata ārpus apģērbu sfēras robežām – kopā ar etnodizaina kā estētiska virziena un uzskatu kopuma veidošanos un līdzīgas tendences kā apģērbā iezīmējas arī citās dizaina jomās, kurās par pamatu radošai darbībai tiek izmantoti par tradicionāliem uzskatīti elementi.
17. Tautiskā tērpa un tā elementu laikmetīgā lietojumā izdalāmas vairākas tendences: 1) tradīcijas dekoratīva stilizācija; 2) tradicionālā priekšmeta pielāgošana mūsdienu praktiskajām vajadzībām; 3) tradicionālo elementu ievietošana laikmetīgā kontekstā; 4) tradicionālo amata prasmju aktualizācija tehnoloģiskajā risinājumā; 5) tradīcijas konceptuāls pamatojums zīmola vai priekšmeta izveidē.
18. Izplatīts paņēmiens etnodizaina priekšmetu izveidē ir etnogrāfisko zīmju pārnese, kad 2013. gadā, saistībā ar XXV Vispārējiem latviešu Dziesmu svētkiem un XV Deju svētkiem, šī tendence sasniedza augstāko punktu, un, sākot jau ar 2014. gadu, sāk parādīties viedokļi par to, ka etnogrāfisko zīmju lietošana kļuvusi pārāk masveidīga un tradīcija tiek vulgarizēta.
19. Izvēlēties priekšmetus ar latviskajām rakstu zīmēm, cilvēkus mudina gan vēlēšanās apliecināt savu etnisko identitāti, gan arī zīmēs ietvertais vēstījums, jo nereti cilvēki uzskata, ka iegādājoties priekšmetu ar etnogrāfisko zīmi, viņi būs iegādājušies arī zīmei piedēvētās netveramās kvalitātes.
20. Tautiskā tērpa un tā elementu laikmetīgā lietojumā iezīmējas arī tendence pievērsties tradīcijai nevis pēc formas, bet gan pēc satura, kas atspoguļojas vairāk tehnoloģiju, materiālu un koncepcijas izvēlē, tādējādi atsauci uz tradicionālo kontekstu veidojot mazāk uzskatāmā veidā.
21. Latviešu dizaina un amatniecības izstrādājumu pieejamībā iezīmējas spirālveida tendence – palielinoties Latvijā ražoto preču piedāvājumam, palielinās arī interese par to, kas, savukārt, pozitīvi ietekmē pircēju izvēli iegādāties Latvijā ražoto produktu un tas, atkal, stimulē ražotāju darbību un palielina piedāvājuma klāstu.

LITERATŪRAS UN AVOTU SARAKSTS

LITERATŪRA

1. Barth, Fredrik. Introduction. /,Barth F. (ed.)/ *Ethnic Groups and Boundaries. The social organization of culture difference*. Oslo: Universitetsforlaget, 1969. 38 p.
2. Barthes, Roland. *The Language of Fashion*. London: Bloomsbury, 2013. 173 p.
3. Bauman, Zygmunt. *Liquid Modernity*. Cambridge, Malden: Polity Press, 2000. 228 p.
4. Bronner, Simon J. *Explaining traditions: Folk Behavior in Modern Culture*. USA: The University Press of Kentucky, 2011. 530 p.
5. Butāne, Katrīna. *Sieviešu apģērba veidošanās sociokultūras aspekti 20. gadsimta sākumā Latvijas teritorijā*. Bakalaura darbs. Rīga: Latvijas Kultūras akadēmija, 2012.
6. Karlsona, Anete. *Dziesmu svētki un tautiskā tērpa attīstība Latvijā 19. gadsimta beigās un 20. gadsimtā*. Rīga: Zinātne, 2013. 224 lpp.
7. Dziesmu un deju svētku likums. *likumi.lv* Pieejams: <http://likumi.lv/doc.php?id=111203> [Skatīts: 2015, 21. janv.]
8. LNKC arhīva materiāls (bez signatūras). XXV Vispārējo latviešu Dziesmu un XV Deju svētku Latviešu tautas tērpu skates NOLIKUMS, 2013.

PUBLIKĀCIJAS PREŠĒ

1. Ansona, Aija. Par tautastērpu modi jādama stila māksliniekiem. *Kursas Laiks*. Nr. 66, 2001, 5. jūn. 2. lpp.
2. Antone, Ināra. Tautastērpi. Mode un ... *Zintnieks*. Nr. 4, 2011, febr. 5. lpp.
3. Asere, Anda. Adīta miziņa datoram. *Dienas Bizness*. Nr. 36, 2012, 20. febr. 16. lpp.
4. Asere, Anda. Agrāk kreklis, tagad – bikses. *Dienas Bizness*. Nr. 13, 2014, 20. janv. 16. lpp.
5. Asere, Anda. Eko neiziet no modes. *Dienas Bizness*. Nr. 30, 2013, 12. febr. 20. lpp.
6. Asere, Anda. Izvēlējusies izcelt latvisko. *Dienas Bizness*. Nr. 204, 2013, 14. nov. 24. lpp.
7. Asere, Anda. Krāsainas cepures atklāj Ameriku. *Dienas Bizness*. Nr. 105, 31. maijs 12. lpp.
8. Asere, Anda. Ķemmju saimē – pieaugums. *Dienas Bizness*. Nr. 32, 2015, 17. febr. 16. lpp.
9. Asere, Anda. Latvietes adījumi sasilda pasauli. *Dienas Bizness*. Nr. 11, 2014, 16. janv. 20. lpp.
10. Asere, Anda. Latvijas būtība tējas maisiņā. *Dienas Bizness*. Nr. 155, 2012, 27. aug. 16. lpp.

11. Asere, Anda. Latviskās dizaina identitātes meklējumos. *Dienas Bizness*. Nr. 17, 2012, 24. janv. 16. lpp.
12. Asere, Anda. Natālijas Jansones atziņās mīlestībā. *Dienas Bizness*. Nr. 160, 2010, 8. nov. 20. lpp.
13. Asere, Anda. Piens kā krāsviela. *Dienas Bizness*. Nr. 19, 2015, 29. janv. 16. lpp.
14. Asere, Anda. Rotājas arī tīņi un sirmgalvji. *Dienas Bizness*. Nr. 129, 2013, 17. jūl. 20. lpp.
15. Asere, Anda. Starp andelēšanos un rasolu. *Dienas Bizness*. Nr. 40, 2015, 27. febr. 9.–11. lpp.
16. Asere, Anda. Svētkos izvēlas simboliskas rotas. *Dienas Bizness*. Nr. 121, 2012, 22. jūn. 16. lpp.
17. Asere, Anda. Tautumeita uz skeitborda dēļa. *Dienas Bizness*. Nr. 20, 2012, 27. janv. 16. lpp.
18. Asere, Anda. Yuta iziet ārpus mājām. *Dienas Bizness*. Nr. 77, 2014, 22. apr. 16. lpp.
19. Bērtiņa, Zenta. Tautiskais jāmāca jau no mazotne. *Kursas Laiks*. Nr. 66, 2001, 5. jūn. 2. lpp.
20. Biseniece, Anita. Lielvārdes josta – tautas DNS? *Zintnieks*. Nr. 7, 2003, aprīlis 16.–17. lpp.
21. Dukure, Ilona. Svēts kā karogs. *Rūjienas Vēstnesis*. Nr. 29, 2008, 18. jūl. 1. lpp.
22. Eglīte, Sandra. Latviski modernā. *Shape*. Nr. 6, 2006, jūn. 60.–63. lpp.
23. Elsiņa, Inese. Saruna par apģērba attīstību. *Stars*. Nr. 121, 2008, 16. okt. 6.–7. lpp.
24. Feldmane, Sarmīte. Brunčus mugurā, vainagu galvā... *Druva*. Nr. 89, 2013, 7. jūn. 7. lpp.
25. Feldmane, Sarmīte. Seno laiku mācēšana nāk modē. *Druva*. Nr. 144, 2011, 17. sept. 6. lpp.
26. Gabre, Antra. Jaunā pase: modernais pret tautisko. *Neatkarīgā Rīta Avīze*. Nr. 21, 2015, 2. febr. 2.–3. lpp.
27. Gilovs, Agris. Līdz galam nav skaidrs. *Dienas Bizness*. Nr. 186, 2014, 22. okt. 16. lpp.
28. Grīnberga, Antra. Radīts Latvijā. *Kurzemnieks*. Nr. 138, 2014, 13. dec. 12. lpp.
29. Guseva, Margarita. Pavasaris nāks ar etnogrāfiskiem krāšņumiem. *Pasaules Atbalss*. Nr. 3, 2006, 19.–26. janv. 10.–11. lpp.
30. Jansone, Natālija. Nākotne ir! *Dienas Bizness*. Nr. 113, 2012, 22. jūn. 16. lpp.
31. Kalniņa, Daiga. Latviskā tērpa meklētāja. *Neatkarīgā Rīta Avīze*. Nr. 248, 2008, 23. okt. 22.–23. lpp.

32. Kārkla, Antra. Starp Dziesmu svētku norisēm arī tautas tērpu skate. *Zemgale*. Nr. 83, 2008, 17. jūl. 6. lpp.
33. Kārkluvalka, Ilze. Tautastērps apliecina nacionālo piederību un nemainās modei līdzī. *Talsu Vēstis*. Nr. 136/140, 2006, 23. nov. 1. lpp.
34. Kleina, Agnese. Te modes jomā biznesa nav. *Diena*. Nr. 76, 2013, 19. apr. 10.lpp.
35. Kļavis, Aivars. Etnogrāfija globālajam tirgum. *Ir*. Nr. 20, 2013, 16.–22. maijs 44.–47. lpp.
36. Kostjukova, Solvita. Vēl jāpārlicina. *Dienas Bizness*. Nr. 13, 2014, 20. janv. 16. lpp.
37. Krauja, Vita. Krāšņai latviešu tautastērpu parādei. *Latvijas Avīze*. Nr. 16, 2008, 17. janv. 8. lpp.
38. Kupše, Ieva. Pārbauda katru vilīti. *Kursas Laiks*. Nr. 66, 2013, 12. jūn. 7. lpp.
39. Lūsīte, Baiba. Laiks. Tautastērps. Mēs. Mode. *Dziesmusvētki*. Nr. 1–2, 2003, janv./febr. 34.–35. lpp.
40. Lūsīte, Baiba. Laiks. Tautastērps. Mēs. Mode. *Dziesmusvētki*. Nr. 3–4, 2003, marts/apr. 28.–30. lpp.
41. Martinsoe, Ilze. Kas es esmu: Made in “Riija”. *Latvijas Arhitektūra*. Nr. 93, 2011, febr./marts 42.–45. lpp.
42. Meļķe, Zane. Sublimācijas tehnikā drukāti ienākumi. *Dienas Bizness*. Nr. 38, 2015, 25. febr. 16. lpp.
43. Ozoliņa, Ilze. Stāvēt blakus lielveikala precēm. *Kurzemes Vārds*. Nr. 30, 2015, 6. febr. 5. lpp.
44. Ozoliņš, Andris. Lietišķā māksla. *Latvijas Avīze*. Nr. 193, 2014, 8. okt. 12. lpp.
45. Patmalniece, Inga. Sirdslieta un iespēja piepelnīties. *Diena*. Nr. 3, 2014, 6. janv. 10.–11. lpp.
46. Pole, Ilze. Tautas tērps: dziedinošs un vienmēr modē! *Citāda Pasaule*. Nr. 16, 2013, 7.–20. aug. 14.–18. lpp.
47. Priede, Renāte. Lats atgriežas suvenīros – latvju zīmēs. *Dienas Bizness*. Nr. 186, 2014, 22. okt. 16. lpp.
48. Priede, Renāte. Nāc, māsiņa, rotāties. *Dienas Bizness*. Nr. 225, 2013, 16. dec. 16. lpp.
49. Priede, Renāte. Senā dziesma jaunās skaņās. *Dienas Bizness*. Nr. 82, 2013, 29. apr. 16. lpp.
50. Rudzīte, Sandra. Piesātināts tirgus. *Dienas Bizness*. Nr. 154, 2014, 8. sept. 16. lpp.
51. Stalts, Dainis. Folklorā un modernais dzīvesveids. *Diena*. Nr. 245, 2007, 19. okt. 9. lpp.
52. Šmits, Mārtiņš. Legingu etnogrāfiskais kods. *Diena*. Nr. 76, 2013, 19. apr. 10. lpp.

53. Šteinberga, Inita. Biznesmenis postalās. *Dienas Bizness*. Nr. 113, 2012, 22. jūn. 16. lpp.
54. Šteinberga, Inita. Sveces iekaro sveču lējēju. *Dienas Bizness*. Nr. 25, 2013, 5. febr. 20. lpp.
55. Šulce, Dzintra. Latviskās pērlītes... *Pavards*. Nr. 37, 2011, sept. 2. lpp.
56. Vikmanis, Ģirts. Tautastērps ļauj saņemt uzslavu. *Latvijas Avīze*. Nr. 89, 2012, 9. maijs 8. lpp.
57. Vitena, Krista. Ar Latviju pie sirds. *Latvijas Avīze*. Nr. 223, 2013, 15. nov. 8. lpp.
58. Zalāne, Linda. Internetā visi mazie var tikt uzrunāti. *Dienas Bizness*. Nr. 69, 2013, 10. apr. 20. lpp.
59. Zalāne, Linda. Latvijas etnodizains pāri jūrām un okeāniem. *Lietišķā Diena*. Nr. 256, 2013, 11. apr. 27.– 29. lpp.

AVOTI INTERNETĀ

Autors nezināms.

1. 58 latvieši un viņu latviskie tetovējumi. www.fenikssfun.com Pieejams: <http://www.fenikssfun.com/bildes/58-latviesi-un-vinu-latviskie-tetovejumi-labas-idejas-labiem-tetovejumiem-290> [Skatīts: 2015, 23. maijs]
2. Ars Tela. *m.la.lv* Pieejams: <http://m.la.lv/cel-goda-roku-darbu/hidehead/ars-tela-5/> [Skatīts: 2015, 16. maijs]
3. Dziesmu un deju svētku gājiens fotogrāfijās. *www.diena.lv* Pieejams: <http://www.diena.lv/foto/redakcijasfoto/kultura/dziesmu-un-deju-svetku-gajiens-fotografijas-14015142> [Skatīts: 2015, 21. janv.]
4. Festivāls Baltica. *www.festivalbaltica.com* Pieejams: <http://www.festivalbaltica.com/par/> [Skatīts: 2015, 18. maijs]
5. Jaunākās tendences izstādē Maison & Objet Parīzē. *www.kasjauns.lv* Pieejams: <http://www.kasjauns.lv/lv/zinas/68092/jaunakas-tendences-izstade-maison---objet-parize#g=8678&i=91601> [Skatīts: 2015, 24. maijs]
6. Jaunmārupes jauniešu jauktais koris “Universum”. *www.marupe.lv* Pieejams: <http://www.marupe.lv/kultura/pasdarbibas-kolektivi/jaunmarupes-jauniesu-jauktais-koris-universum/> [Skatīts: 2015, 21. janv.]
7. Kleina latviskā stilā prezentē jauno plānotāju. *www.delfi.lv* Pieejams: <http://www.delfi.lv/izklaide/dzivesstils/stils/foto-kleina-latviska-stila-prezente-jauno-planotaju.d?id=45302978> [Skatīts: 2015, 24. maijs]
8. Latviešu arheoloģiskais un tradicionālais tautas tērps. *www.senaklets.lv* Pieejams: <http://www.senaklets.lv/tautas-t%C4%93rpi.php> [Skatīts: 2015, 18. maijs]

9. Lielvārdes jostas pilnā raksta šalle. *citarota.lv* Pieejams: <http://citarota.lv/lielvardes-jostas-pilna-raksta-salle/> [Skatīts: 2015, 23. maijs]
 10. Lraksti. Par rotām. *www.lraksti.lv* Pieejams: <http://www.lraksti.lv/p/par-rotam.html> [Skatīts 2015, 13. maijs]
 11. Pašmāju modes pārsteigums 2014. gadā. *www.apollo.tvnet.lv* Pieejams: <http://apollo.tvnet.lv/zinas/pasmaju-modes-parsteigums-2014-gada/676458> [Skatīts: 2015, 16. maijs]
 12. Pašmāju modes pārsteigums 2014. gadā. Komentāri. *www.apollo.tvnet.lv* Pieejams: <http://apollo.tvnet.lv/komentari/zinas/676458> [Skatīts: 2015, 23. maijs]
 13. Pienraksti. *www.facebook.com* Pieejams: https://www.facebook.com/pienraksti/photos_stream [Skatīts: 2015, 22. maijs]
 14. Riija. *www.riija.lv* Pieejams: <http://riija.lv/amats-un-dizains> [Skatīts: 2015, 16. maijs]
 15. Salons A. Foto. *www.salonsa.lv* Pieejams: <http://www.salonsa.lv/index.php/foto/category/17-2006g> [Skatīts: 11. maijs, 2015]
 16. Senās vides darbnīca. *senavide.wordpress.com* Pieejams: <https://senavide.wordpress.com/> [Skatīts: 2015, 18. maijs]
 17. Senās vides darbnīca. Par mums. *senavide.wordpress.com* Pieejams: <https://senavide.wordpress.com/par-mums/> [Skatīts: 2015, 18. maijs]
 18. Seno latgaļu tērps. *www.originali.lv* Pieejams: http://www.originali.lv/view_product.php?NPK=3693 [Skatīts: 2015, 18. maijs]
 19. Senzeme. *www.facebook.com* Pieejams: <https://www.facebook.com/136397253065980/photos/pb.136397253065980.-2207520000.1431970534./751197058252660/?type=3&theater> [Skatīts: 2015, 18. maijs]
 20. Senzeme. *www.senzeme.lv* Pieejams: http://senzeme.lv/?page_id=357 [Skatīts: 2015, 18. maijs]
 21. UTHA hats. *www.etsy.com* Pieejams: <https://www.etsy.com/shop/UTHA hats> [Skatīts: 2015, 20. maijs]
 22. Qooqoo. Latvian. *qooqoo.me* Pieejams: <http://qooqoo.me/products/latvian> [Skatīts: 2015, 20. maijs]
 23. Zirgzandaļes. Galerija. *www.zirgzandaļes.lv* Pieejams: <http://www.zirgzandaļes.lv/galerija/ligo-zirgzandaļes/> [Skatīts: 2015, 19. maijs]
- Autors identificējams.**
24. Asere, Anda. Ar aubēm rotājas arī tīņi un sirmgalvji. *www.db.lv* Pieejams: <http://www.db.lv/sodien-laikraksta/ar-aubem-rotajas-ari-tini-un-sirmgalvji-397621/> [Skatīts: 2015, 20. maijs]

25. Asere, Anda. Latvju raksti kājām. *www.db.lv* Pieejams: <http://www.db.lv/mazais-business/mana-pieredze/latvju-raksti-kajam-389548/>? [Skatīts: 2015, 20. maijs]
26. Čikste, Brigita. Latviešu tautas tērps Līgo svētkiem. *epadomi.lv* Pieejams: http://epadomi.lv/atputas_briziem/ko_davinat/ligo_janudiena/16062011-latviesu_tautas_terps_ligo_svetkiem [Skatīts: 2015, 18. maijs]
27. Čīka, Ieva. Rīgu pieskandina starptautiskā folkloras festivāla “Baltica 2012” pasākumi. *www.kasjauns.lv* <http://www.kasjauns.lv/lv/zinas/86906/rigu-pieskandina-starptautiska-folkloras-festivala-baltica-2012-pasakumi-foto> [Skatīts: 2015, 19. maijs]
28. Evija Kreismane for Pastala by Linda Leen. *frontrow.lv* Pieejams: <http://frontrow.lv/evija-kreismane-for-pastala-by-linda-leen/> [Skatīts: 2015, 20. maijs]
29. Genere, Māra. Par mani. *www.lraksti.lv* Pieejams: <http://www.lraksti.lv/p/par-mani.html> [Skatīts: 2015, 13. maijs]
30. Kleina, Agnese. Par saknēm. *www.whimsicalagnesiga.com* Pieejams: <http://www.whimsicalagnesiga.com/par-saknem-for-da-roots> [Skatīts: 2015, 20. maijs]
31. Kleina, Agnese. Tautastērps, 2013. gada izlaidums. *www.whimsicalagnesiga.com* Pieejams: <http://www.whimsicalagnesiga.com/tautasterps-2013-gada-izlaidums-traditional-latvian-costume-edition-of-2013> [Skatīts: 2015, 23. maijs]
32. Kvaste, Santa. Jauna sieviete uzspirdzina ar tautisko lietu tirdzniecību. *www.financenet.tvnet.lv* Pieejams: http://financenet.tvnet.lv/viedokli/532767-jauna_sieviete_uzspirdzina_tautisko_lietu_tirdzniecibu [Skatīts: 2015, 23. maijs]
33. Ozoliņš, Andris. Lietišķā māksla. *www.la.lv* Pieejams: <http://www.la.lv/lietiska-maksla/> [Skatīts: 2015, 16. Maijs]
34. Valsts simbolika. *www.saeima.lv* Pieejams: <http://www.saeima.lv/lv/par-saeimu/simbolika> [Skatīts: 2015, 21. janv.]
35. Vikmanis, Ģirts. Tautastērps ļauj saņemt uzslavu. *www.la.lv* Pieejams: <http://www.la.lv/tautasterps-lauj-sanemt-uzslavu/> [Skatīts: 2015, 19. maijs]
36. Vītoļņa, Karlīna. Ekspresintervija ar mākslinieci Laimu Kauguri. *www.arterritory.com* Pieejams: http://arterritory.com/lv/zinas/4697-ekspresintervija_ar_makslinieci_laimu_kauguri/ [Skatīts: 2015, 23. maijs]

SUMMARY

The research paper “**Traditional and Contemporary Use of Latvian National Costume and Its’ Elements in the 21st Century**” focuses on contemporary use of Latvian national costume and its’ elements in modern culture. The crucial reason for choosing the national costume and its’ elements as research objects, was their sudden revival and extended use in last few years. Therefore, **the main purpose** of the research is **to clarify and determine contexts, motivations, causes, and reasons** of the contemporary use of ethnical elements in order to verify **the hypothesis** – **the intensified use of the ethnical elements in daily context is the consequence of the processes of searching for stability and identity in the ever changing and uncertain modern society.**

The main body of the research is structured in three chapters. The **first chapter** presents a detailed analysis and comparison of theoretical observations regarding description of the sociocultural context (Zygmunt Bauman “Liquid Modernity”), ethnic groups as social organizations (Fredrik Barth “Ethnic Groups and Bounaries”), clothing as a system and organization of society (Roland Barthes “The Language of Fashion”), as well as conceptual comprehension of tradition in relation with contemporary processes (Simon J. Bronner “Explaining Tradition: Folk Behavior in Modern Culture”). The **second chapter** is devoted to depicting and explaining the traditional use of the Latvian national costume and its’ elements. It pays specific attention to national costumes’ development, its’ significance in the context of Latvian Song and dance festival, as well as the value and attitude towards the traditional national costume in modern society and its’ use in particular events. The **last chapter** focuses on the main research object – the contemporary use of traditional national costume and its’ elements. The first subchapter introduces the reader with preconditions regarding the formation of ethnic style as a trend in esthetics and mode of thinking; further ideas reveal the ethno-design as a creative movement in Latvia. Third subchapter presents particular ways of national costumes’ contemporary transformation. The last subchapter depicts the availability and economical aspects of ethno-design objects.

The main method used in theoretical part is **qualitative text analysis and comparison**; the most important body of source material for the empirical study consists of **publications in the Latvian press** from 2000 till 2015. In order to gather and supplement empirical knowledge, the author has performed a **direct observation** in Latvian society. In order to create an understanding of the nature of handiwork and newborn brands, the study of the **web sites and social network profiles’** of ethno-design object manufacturers’ played a significant part.



Zīmola “Cita Rota” radītā šalle ar Lielvārdes jostas raksta motīvu.

citarota.lv

Pieejams: <http://citarota.lv/lielvārdes-jostas-pilna-raksta-salle/> [Skatīts: 2015, 23. maijs]

Pielikums Nr. 2



Arheoloģiskais tērps. Izveidots pēc Priekuļa novada arheoloģiskajos apbedījumos atrastā seno Latgaļu novada tērpa parauga.

www.originali.lv

Pieejams: http://www.originali.lv/view_product.php?NPK=3693 [Skatīts: 2015, 18. maijs]

Pielikums Nr. 3



Abrenes novada baltais tērps.

www.senaklets.lv

Pieejams: <http://www.senaklets.lv/tautas-t%C4%93rpi.php> [Skatīts: 2015, 18. maijs]



Jaunmārupes jauniešu jauktā kora “Universum” tērpu risinājums.

www.marupe.lv

Pieejams: <http://www.marupe.lv/kultura/pasdarbibas-kolektivi/jaunmarupes-jauniesu-jauktais-korisuniversum/#prettyPhoto> [Skatīts: 2015, 16. maijs]



Dziesmu un deju svētku gājiena dalībnieki 2013. gadā.

www.diena.lv

Pieejams: <http://www.diena.lv/foto/redakcijas-foto/kultura/dziesmu-un-deju-svetku-gajiensfotografijas-14015142> [Skatīts: 2015, 19. maijs]

Pielikums Nr. 6



Ligo svētku svinēšana tautiskā apgērbā saimniecībā “Zirgzandaies”.

www.zirgzandaies.lv

Pieejams: <http://www.zirgzandaies.lv/galerija/ligo-zirgzandaies/> [Skatīts: 2015, 19. maijs]

Pielikums Nr. 7



Folkloras festivāla “Baltica” dalībnieku gājiens 2012. gadā Rīgā.

www.kasjauns.lv

<http://www.kasjauns.lv/lv/zinas/86906/riju-pieskandina-starptautiska-folkloras-festivala-baltica-2012-pasakumi-foto> [Skatīts: 2015, 19. maijs]

Pielikums Nr. 8



Rekonstrukcijas un eksperimentālās arheoloģijas kopa “Senzeme” Rojas upes svētkos.
www.facebook.com

Pieejams: <https://www.facebook.com/136397253065980/photos/pb.136397253065980.-2207520000.1431970534./751197058252660/?type=3&theater> [Skatīts: 2015, 18. maijs]

Pielikums Nr. 9



Senās vides darbnīca. Arheoloģiskā tērpa rekonstrukcija.
senavide.wordpress.com

Pieejams: <https://senavide.wordpress.com/> [Skatīts: 2015, 18. maijs]

Pielikums Nr. 10



Diplomātiskās etiķetes speciāliste Irma Kalniņa (no labās) deviņdesmito gadu beigās latviešu tautastērpā diplomātiskajā pieņemšanā Baltajā namā ASV.

www.la.lv

Pieejams: <http://www.la.lv/tautasterps-lauj-sanemt-uzslavu/> [Skatīts: 2015, 19. maijs]

Pielikums Nr. 11



Bijušais Latvijas vēstnieks Igaunijā Kārlis Eihbaums ar kundzi Ināru Nīcas tautastērpā 2012. gada svinībās par godu Igaunijas valsts svētkiem 24. februārī.

www.la.lv

Pieejams: <http://www.la.lv/tautasterps-lauj-sanemt-uzslavu/> [Skatīts: 2015, 19. maijs]



Modeles mākslinieces Asnātes Smelteres 2006. gada pavasara kolekcijas tērpos, kas radīta kombinējot franču gobelēnu un latviešu brunču audumu vai arī tērpu papildinot ar latviešu saktu.

Demonstrēta 2005. gada nogalē bijušajās “Salona A” telpās Kaļķu ielā 24, Rīgā.

www.salonsa.lv

Pieejams: <http://www.salonsa.lv/index.php/foto/category/17-2006g> [Skatīts: 11. maijs, 2015]



Tērpi no Recycled.lv kolekcijas "Etnogrāfija" 2014. gada nogalē.

www.apollo.tvnet.lv

Pieejams: <http://apollo.tvnet.lv/zinas/pasmaju-modes-parsteigums-2014-gada/676458>

[Skatīts: 2015, 16. maijs]

Pielikums Nr. 14



Zīmola “UTHA” radītā cepure, kurā apvienoti dažādie etniskie stili.

www.etsy.com

Pieejams: <https://www.etsy.com/shop/UTHAhats> [Skatīts: 2015, 20. maijs]

Pielikums Nr. 15



Zīmola “MoshMosh” darbnīcā –legingu ar latvju rakstu zīmēm radīšanas process.

www.db.lv

Pieejams: <http://www.db.lv/mazais-bizness/mana-pieredze/latvju-raksti-kajam-389548/>
[Skatīts: 2015, 20. maijs]

Pielikums Nr. 16



Lietiškās mākslas meistares Māras Generes radītās piespraudes, kuras veidotas iedvesmojoties no tautastērpu vainagiem un jostām.

www.lraksti.lv

Pieejams: <http://www.lraksti.lv/p/par-rotam.html> [Skatīts 2015, 13. maijs]

Pielikums Nr. 17



SIA “Etnoteks” stends Latvijas Etnogrāfiskā brīvdabas muzeja rīkotajā Tautas lietiškās mākslas darinājumu gadatirgū.

www.la.lv

Pieejams: <http://www.la.lv/lietiska-maksla/> [Skatīts: 2015, 16. Maijs]



Tautastērpa modernā versija žurnālā L'OFFICIEL Latvija.

www.whimsicalagnesiga.com

Pieejams: <http://www.whimsicalagnesiga.com/tautasterps-2013-gada-izlaidums-traditional-latvian-costume-edition-of-2013> [Skatīts: 2015, 23. maijs]



Latviešu tradicionālās saktas žurnālā PASTAIGA.

www.whimsicalagnesiga.com

Pieejams: <http://www.whimsicalagnesiga.com/tautasterps-2013-gada-izlaidums-traditional-latvian-costume-edition-of-2013> [Skatīts: 2015, 23. maijs]

Pielikums Nr. 20



Karinas Ķelles diplomdarbs "Pienraksti", kas izstrādāts, apdrukā izmantojot pienu.

www.facebook.com

Pieejams: https://www.facebook.com/pienraksti/photos_stream [Skatīts: 2015, 22. maijs]



Dziedātājas Lindas Leen radītā zīmola “Pastala” pastalas mūsdienīgā stilizācijā.

frontrow.lv

Pieejams: <http://frontrow.lv/evija-kreismane-for-pastala-by-linda-leen/> [Skatīts: 2015, 20. maijs]



Zīmola “Qooqoo” radītie “Latviešu legingi” ar Lielvārdes jostas raksta motīvu.

qooqoo.me

Pieejams: <http://qooqoo.me/products/latvian> [Skatīts: 2015, 20. maijs]

Pielikums Nr. 23



Elvis ar Lielvārdes jostas raksta tetovējumu uz rokas.

www.fenikssfun.com

Pieejams: <http://www.fenikssfun.com/bildes/58-latviesi-un-vinu-latviskie-tetovejumi-labas-idejas-labiem-tetovejumiem-290> [Skatīts: 2015, 23. maijs]

Pielikums Nr. 24



Daniela Lielvārdes jostas tetovējums uz rokas.

www.fenikssfun.com

Pieejams: <http://www.fenikssfun.com/bildes/58-latviesi-un-vinu-latviskie-tetovejumi-labas-idejas-labiem-tetovejumiem-290> [Skatīts: 2015, 23. maijs]



Uzņēmuma Ars Tela īpašniece Alvida Kauliņa ar “Ars Tela Home” kolekcijas izstrādājumiem.
m.la.lv

Pieejams: <http://m.la.lv/cel-goda-roku-darbu/hidehead/ars-tela-5/> [Skatīts: 2015, 16. maijs]

Pielikums Nr. 26



Tekstilmākslinieces Laimas Kaugures izveidotā uzņēmuma “Studio Naturals” stends tekstilizstādē “Maison d’Objet” Parīzē.

www.kasjauns.lv

Pieejams: <http://www.kasjauns.lv/lv/zinas/68092/jaunakas-tendences-izstade-maison---objet-parize#g=8678&i=91601> [Skatīts: 2015, 24. maijs]

Pielikums Nr. 27



Latvijas dizaina un dzīves stila veikals “Riija”.

www.riija.lv

Pieejams: <http://riija.lv/amats-un-dizains> [Skatīts: 2015, 16. maijs]

Pielikums Nr. 28



Žurnāliste un modes eksperte Agnese Kleina ar Virgas etnogrāfisko vainagu.

www.whimsicalagnesiga.com

Pieejams: <http://www.whimsicalagnesiga.com/tautasterps-2013-gada-izlaidums-traditional-latvian-costume-edition-of-2013> [Skatīts: 2015, 24. maijs]

Pielikums Nr. 29



Agnese Kleina plānotāja 2015. gadam prezentācijā konceptveikalā "Paviljons".

www.delfi.lv

Pieejams: <http://www.delfi.lv/izklaide/dzivesstils/stils/foto-kleina-latviska-stila-prezente-jauno-planotaju.d?id=45302978> [Skatīts: 2015, 24. maijs]

Pielikums Nr. 30



Zīmola “Aube” radītās kapuces, kas izveidotas pēc seno latviešu sievu galvassegas konceptuālā risinājuma.

www.db.lv

Pieejams: <http://www.db.lv/sodien-laikraksta/ar-aubem-rotajas-ari-tini-un-sirmgalvji-397621/?> [Skatīts: 2015, 20. maijs]

Pielikums Nr. 31



Happy Herbal Harvest veidotieskeita dēļi ar stilizētu latviešu tautumeitu, tautudēlu un latviešu dainām uz virsmas.

www.whimsicalagnesiga.com

Pieejams: <http://www.whimsicalagnesiga.com/par-saknem-for-da-roots> [Skatīts: 2015, 20. maijs]

Maģistra darbs

“Tautiskā tērpa un tā elementu tradicionāls un laikmetīgs lietojums
21. gadsimta Latvijā”

izstrādāts Latvijas Kultūras akadēmijas Kultūras teorijas un vēstures katedrā

Ar savu parakstu apliecinu, ka maģistra darbs izstrādāts patstāvīgi; izmantojot citu autoru darbos publicētus datus, definējumus un viedokļus, dotas precīzas norādes (atsauces) uz to ieguves avotu; iesniegtā darba elektroniskā kopija atbilst izdrukai.

Autors: _____ . ____ . ____ . 2015.
Vārds, uzvārds Paraksts

Rekomendēju darbu aizstāvēšanai

Vadītājs: _____ . ____ . ____ . 2015.
Akadēmiskais amats, grāds, vārds, uzvārds Paraksts

Recenzents: _____
Akadēmiskais amats, grāds, vārds, uzvārds

Darbs iesniegts ____ . ____ . 2015.

Studējošo servisa speciālists : _____
Vārds, uzvārds Paraksts

Darbs aizstāvēts LKA _____ gala pārbaudījumu komisijas sēdē
Bakalaura, maģistra

____ . ____ . 2015. prot. Nr. _____ vērtējums _____

Komisijas sekretārs: _____
Vārds, uzvārds Paraksts