

STUDENTŲ ĮTRAUKIMO Į MOKSLINĘ VEIKLĄ SKATININAMOJO KONKURSO TEMOS

| |
|---|
| Temos pavadinimas: Ironijos vartojimas mados industrijoje: motyvai ir vartotojų požiūris |
| Tikslas: atskleisti ironijos vartojimo įpročius tarp Lietuvos mados vartotojų, ištirti mados vartotojų santykį su ironijos komunikacija madoje, išsiaiškinti lietuviškų prekinių ženklų kūrėjų motyvus naudojant ironiją kuriamuose produktuose. |
| Trumpas temos vykdymo aprašymas (ne daugiau kaip 2000 ženklų): Ironija – viena iš reprezentacijos formų, kuria mados kūrėjai turi galimybę komunikuoti tam tikras žinutes. Didelė dalis Vakaruose dominuojančių prekinių ženklų pasitelkia ironiją bei humorą, taip siekdami padidinti prekės patrauklumą. Šiuolaikinėje visuomenėje vis daugiau akcentuojant komunikacijos individualumą ir autentiškumą, madoje naudojamas ironija gali padėti kurti savo tapatumą, pabrėžti išskirtinumą. Kyla klausimas, kiek vartotojai, besirenkantys „ironiškus“ mados produktus, sąmoningai renkasi komunikuoti tam tikras žinutes, ar produktai labiau vartojami nesąmoningai, ironiško humoro žinutėms nepriskiriant jokios reikšmės? Taip pat keliamas klausimą, kokius motyvus vartoti ironiją mados produktų kūrybai pasitelkia Lietuvos kūrėjai, kokias šiuolaikinės visuomenės tendencijas implikuoja ironiškos žinutės madoje? Tikslui pasiekti naudosime kiekybinius ir kokybinius metodus. Kiekybinis tyrimas (<i>online</i> apklausa) bus skirta mados vartotojams, kurie renkasi ar nesirenka produktų, perteikiančių ironiškas žinutes. Kiekybinis tyrimas padės atskleisti produktų su ironiškomis žinutėmis vartojimo mastus, vartotojų santykį su komunikuojamu turiniu. Kokybinis tyrimas – pusiau struktūruotas interviu – bus atliekamas su mados industrijos kūrėjais, siekiant išsiaiškinti komunikuojamo ironiško turinio motyvus. |
| Temą siūlantis mokslininkas/dėstytojas: dr. Kristina Stankevičiūtė, dr. Margarita Gedvilaitė-Kordušienė) |