

ტანსაცმლის სტილის და მოხმარების ხასიათში გენდერული ტრანსფორმაცია პოსტსაბჭოთა საქართველოში

I. შესავალი

ქართული მოდის ისტორია უკავშირდება დამოუკიდებელი საქართველოს ისტორიას. XX საუკუნის 90–იანი წლებიდან მოდური პროცესების რთული ბუნება ისახება და ვითარდება ქართულ პოსტსაბჭოთა საზოგადოების ცხოვრებაშიც. საბჭოთა წყობიდან თანამედროვეზე გადასვლისას იცვლება მოდური ნიშანი და მასში ჩადებული სოციალ-კულტურული მნიშვნელობები. მიმდინარეობს ტანსაცმლის სტილების სულ უფრო მზარდი დიფერენცირება. მოდურია არა სტილი, არამედ – სახე, ინდივიდუალობა. ანუ, მოდა, ერთი მხრივ, ვითარდება საკუთარი კანონებით, მეორე მხრივ კი, ითვისებს და ასახავს თანამედროვე სოციალურ-კულტურულ დინამიკას. ფაქტია, რომ ცვლილებათა ტრანსლირება აღიბეჭდება მოდის სისტემაშიც [Barthes, 1983]. ზოგადად, აღიარებულია, რომ, ვიზუალური წარდგენა მოდაში არის საზოგადოების საერთო მდგომარეობის თავისებური „კამერტონი“ და ქმნის სტერეოტიპების და ფასეულობათა ორიენტაციების გარკვეულ სისტემას.

საქართველომ აირჩია ახალი გზა და ამდენად, იგი გახდა გლობალიზაციისა და ვესტერნიზაციის პროცესების ღია ასპარეზი. ამასთანავე, შერბილდა კონსერვატული მითითებები ბევრ სფეროში. ასე, მაგალითად, პოსტსაბჭოთა საქართველოში დაიწყო საჯარო დისკუსია გენდერის პრობლემებზე კულტურასა თუ საზოგადოებრივ ცხოვრებაში.

აღბათ, არ ვიქნებით ორიგინალური, თუ ვიტყვით, რომ, ქართული საზოგადოებრივი აზრის დამოკიდებულება გენდერული საკითხისადმი წარმოადგენს ტრადიციული და მოდერნისტული შეხედულებების ამორფულ შენაერთს. ახალგაზრდებში ამ ვექტორების სხვადასხვა მიმართულება უფრო აშკარაა, ხოლო მათი შეფარდების პრობლემა – უფრო რთული. ერთი მხრივ, საზოგადოებრივი აზრი, პოპულარული ჟურნალები და ინტერნეტფორუმები ადასტურებენ, რომ დღევანდელი თაობა წინამორბედებისაგან განსხვავებით აღიქვამს გენდერულ თემატიკას, როგორც უფრო ჩვეულს. მაგალითად, ქართველი მკვლევარების მიერ აღნიშნება „გენდერული თანასწორობისა და უმცირესობისადმი ტოლერანტობის ზრდას“. [სუმბაძე, 2012:52]. მეორე მხრივ, ახალგაზრდები იზიარებენ ტრადიციულ შეხედულებებს ბევრად უფრო

დარწმუნებით, ვიდრე – მათი წინამორბედები, რომლებსაც ჯერ არ დავიწყებიათ გვიანი საბჭოთა ეგალიტარიზმის ენა [სუმბაძე, 2012:41]. ამაში თავისებურად გამოიხატება თანამედროვე ეპოქის ხასიათი გენდერული წარმოდგენების წინააღმდეგობრივობით, მრწამსისა და კულტურული ნორმების კონფლიქტებით. თუმცა, უნდა აღინიშნოს, რომ ჩვენი კვლევის მიზანს არ წარმოადგენს გენდერული საკითხების კვლევა. წინამდებარე ნაშრომში ყურადღებას გავამახვილებთ მის მხოლოდ ერთ ასპექტზე, კერძოდ, საქართველოში მამაკაცისა და ქალის ტანსაცმლის მომხმარებლობის საკითხზე „გენდერის“ კატეგორიის თვალთახედვით.

თამაში გენდერული სტერეოტიპებით, „მამაკაცურ-ქალური“ დიქტომიის შერყევა და საერთოდ ყოველგვარი გენდერული ამბივალენტობა, ბუნებრივია, აისახა კულტურის ისეთ რელევანტურ სფეროში, როგორიცაა მოდა. სრულიად აშკარაა, რომ თანამედროვე ქართული საზოგადოება თავისი რღვევითა და გარდაქმნებით, მოდური ამბიციებით არ დარჩა მოდის ლიბერალიზაციის ტენდენციის მიღმა. ამ შემთხვევაში იგი ასახვას პოულობს ტანსაცმლის მომხმარებლის გენდერულ ტრანსფორმაციაზე სტილსა და ხასიათში. ეს პროცესი ხორციელდება გარეგანი ნიშნების და მაჩვენებლების (კორელატების) დახმარებით. ესენია – ტანსაცმელი, ვარცხნილობა, სამკაულები, განსაკუთრებული ქცევა. მომწიფდა მოდის პრაქტიკების დეტალური განხილვისა და გააზრების ობიექტური აუცილებლობა ვიზუალური გარდატეხის დისკურსში. მეტადრე, ამ პრობლემის გადაჭრაზე დამოკიდებულია ადამიანის თვითიდენტიფიკაცია [Giddens, 1991:264]. უდავოა, რომ იდენტობა საკმაოდ კომპლექსური ფენომენია და სოციალურ-კულტურული რეალობის მხოლოდ ერთი ასპექტი (ამ შემთხვევაში –ტანსაცმლის მომხმარებლობა) ვერ უზრუნველყოფს მის კონსტრუირებას. მაგრამ, როგორც ვიცით, იდენტობა გახსნილია კოდებისათვის, ხოლო ამ კოდების ნაკრებში ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ადგილი ეთმობა მოდასაც. არაერთი მკვლევარი აღნიშნავს, რომ ადამიანის ინდივიდუალობას ბევრად განისაზღვრავს მისი ჩაცმულობა [Фукс1, 994:176] და ღღეს მოდა არის პიროვნების ინდივიდუალიზაციის ერთ-ერთი მამოძრავებელი ძალა. ამიტომ, გენდერული თემატიკის გაჩენა მოდის თეორიაში შეიძლება ჩაითვალოს პერსპექტიულ მიმართულებად. მით უმეტეს, სწორედ გენდერული ასპექტია მნიშვნელოვანი კოსტიუმების აზრობრივი დატვირთვისთვის და ფორმის მოდიფიკაციის ისტორიაში [Laver, 1995:323]. წარმოდგენილი ნაშრომის მნიშვნელობა განპირობებულია იმითაც, რომ ქართულ ჰუმანიტარულ მეცნიერებებში მოდა, როგორც რთული მრავალასპექტიანი მოვლენა, დღემდე არ არის თეორიულად შესწავლილი. დღეისათვის საქართველოში არ არსებობს ამ საკითხების ამსახველი ინფორმაციული ბაზა. თუმცა, სამართლიანობა მოითხოვს, აღვნიშნოთ, რომ კავშირი მოდასა (როგორც უმნიშვნელოვანესი სოციალურ-კულტურული სფეროს) და კულტურის გენდერულ ტრანსფორმაციებს შორის, ფაქტობრივად, ჯერ კიდევ არ არის მეცნიერულად შესწავლილი არა მხოლოდ საქართველოში, არამედ –დასავლეთშიც.

II. მეთოდები

საერთაშორისო მეცნიერულ-კვლევით სივრცეში ტანსაცმლის მოდის ფენომენზე საკმაოდ ბევრი გამოკვლევა არსებობს. მიუხედავად ამისა, არ არსებობს ერთიანი კონცეპტუალური აღქმა. გარდა ამისა, არ არის საყოველთაოდ მიღებული მეთოდოლოგია და ძირითადი მიდგომები პრობლემის გამოსაკვლევად. მეცნიერების განვითარება კი მოითხოვს ახალი მიდგომის ძიებას. ეს გარემოება გვათავისუფლებს შებოჭილი მეთოდოლოგიური პირობებისაგან და გვაძლევს შესაძლებლობას, განვსაზღვროთ პრობლემის ლოგიკური გააზრების საკუთარი გზა, რომელიც ესადაგება კვლევის საგნისა და დასმული ამოცანის სირთულეს და მრავალმხრივობას. ვამახვილებთ რა ყურადღებას პოსტსაბჭოთა საქართველოში ტანსაცმლის მომხმარებლობაზე გენდერული იდენტურობის ვიზუალური რეპრეზენტაციის თვალსაზრისით, ვიზიარებთ სემიოლოგიის იდეებს [Barthes, 1983] და განვიხილავთ ტანსაცმელს როგორც მრავალნიშნა ფენომენსა და ნიშნების სისტემას. ჯენიფერ დიკინსონის (Jennifer Dickinson) „სემიოტიკური ტვირთის“ („Semiotic baggage“) კონცეფციამ საშუალება მოგვცა, დავაკვირდეთ პოსტსაბჭოთა მოდური ნიშნის ცვლილებებს და ამ ნიშნებში ჩადებულ მნიშვნელობებს საბჭოთა საზოგადოებიდან თანამედროვე საზოგადოებისაკენ გადასვლის პროცესში [Dickinson, 2005:291-301]. ჩვენი ნაშრომის პრიორიტეტული მეთოდებია სოციალურ-კულტურული და გენდერული მიდგომები. სოციალურ-კულტურული მიდგომით, მოდა ვითარდება საზოგადოების სოციალურ-კულტურული დინამიკისა და საკუთარი იმანენტური ფაქტორების გავლენით. ამ გაგებით ტანსაცმელი წარმოადგენს კულტურის დინამიკურობის ემპირიულ ბაზას და მგრძნობიარე ინდიკატორს, რომლის ერთ-ერთი პრიორიტეტული მიმართულებაა „ეპოქის ადამიანის“ ვიზუალური სახის კონსტრუირება. კვლევის გენდერულმა მიდგომამ კი საშუალება მოგვცა, ყურადღება გავამახვილოთ პოსტსაბჭოთა საქართველოში ტანსაცმლის მასობრივი მოხმარების გენდერულ ასპექტებზე. შევნიშნავთ, რომ თანამედროვე გენდეროლოგიური კონცეფციები უშუალოდ არ ეხება კოსტიუმის პრობლემეტიკას, მაგრამ თავისი სტრატეგიით საშუალებას გვაძლევს მოვახდინოთ ტანსაცმლის თემის ლეგიტიმაცია გენდეროლოგიური ცოდნის სისტემაში [Corrigan, 1997; Lurie, 1983; Rubinstein, 1995 და სხვ.]. ტანსაცმლის მოხმარების სტილისა და პრაქტიკის ანალიზისათვის გამოვიყენეთ თბილისის ქუჩებში დაკვირვების მეთოდი [Жолы, 2004]. მოდური პრაქტიკის დაკვირვების ობიექტს წარმოადგენდნენ ცალკეული პირები, ადამიანთა ჯგუფები (მათ შორის მეგობრების, ნათესავების, და სხვ. ფოტოები), ასევე – სოციალური ქსელები, ბლოგები, პირადი დაკვირვებები. მონაცემების შეგროვების ვიზუალური პროცედურა ორგანიზებული იყო ჩვენ მიერ ისე, რომ წარმოგვედგინა, ერთი მხრივ, ტანსაცმლის სტილების ვარიაციების მაქსიმალურად შესაძლებელი რაოდენობა და, მეორე მხრივ, თბილისის ქუჩებში ტანსაცმელის ყველაზე ტიპური სტილები, რაც ვფიქრობთ, სრულიად საკმარისია ჩვენი კვლევისთვის, რომელიც არ ითვალისწინებს სამოსის

რაციონალური ელემენტების (კონსტრუქციების, მოდელირების ტექნოლოგიის, მასალებისა და აქსესუარების დამზადების) შესწავლას.

III. ძირითადი ნაწილი – გენდერული ნეიტრალობის დისკურსი ქართულ მოდაში

„*უნისექსი*“. ეჭვგარეშეა, რომ შემცირდა ტანსაცმელში სტანდარტები, პირობითობა და ტანსაცმლის მოხმარებაში ვითარდება გენდერული დიფერენციების ნიველირება და გენდერული ნეიტრალობის ტენდენცია. ტანსაცმლის მოხმარების გენდერული საზღვრების შეცვლის ყველაზე ნათელ ნიშანს წარმოადგენს აკრძალვებისა და ბრძანებითი კილოს არარსებობა, რომელთა დარღვევა იგმობოდა ყველა დონეზე, რელიგიური მცნებებიდან დაწყებული –საყოფაცხოვრებო დონით დამთავრებული. ზოგად და გავრცელებულ მაგალითად შეგვიძლია დავასახელოთ როგორც მსოფლიო კულტურების უმრავლესობაში, ასევე საქართველოში საპირისპირო სქესის ტანსაცმლის ტარების აკრძალვა. მაგრამ ამ აკრძალვას, თავის მხრივ, აქტიურად უპირისპირდებიან ფემინისტური მოძრაობის წარმომადგენლები. ისინი თვლიან, რომ ტანსაცმლის „სქესობრივი დიმორფიზმი“ (Sexual dimorphism) იყო და დღემდე რჩება იმ შეზღუდვების ნაწილად, რომლებიც აკანონებენ და იცავენ გენდერულ უთანასწორობას“ [Клецина, 2004: 256].

დღეს, ახლო წარსულიდან შედარებით, ქართული ქუჩის მოდა, შეიძლება ითქვას, ხდება უნივერსალური – მამაკაცისა და ქალის ტანსაცმლის სილუეტები სულ უფრო ქმნიან რაღაც საერთოს. დამკვიდრებული სტილების პარალელურად, ტანსაცმლის მოხმარებაში მიმდინარეობს ტანსაცმლის გენდერული დიფერენციაციის ნიველირება, გენდერული ნეიტრალობის (სტილი „უნისექსი“ („Unisex“) განმტკიცება (სტილი „უნისექსი“ ტანსაცმელში არ გამოხატავს სქესობრივ კუთვნილებას და შეიცავს მამაკაცისა და ქალის გარდერობის ერთობლივ ელემენტებს). თბილისის ქუჩებში მოსიარულე ადამიანების უმრავლესობისათვის ეს სტილი არ არის დამახასიათებელი, მაგრამ შეიმჩნევა მიმდევრების მზარდი დინამიკა. გოგონები და ვაჟები ატარებენ ერთნაირ ჯინსებს, მსგავს ქურთუკებს, ფეხსაცმელს, აქსესუარებს. შარვალი პერანგთან, ბლუზასთან ან მაისურთან – ადამიანთა ყოველდღიური ტანსაცმელია მათი სქესის მიუხედავად. ტანსაცმლის უნიფიცირება, ანუ, ერთი სქესის წარმომადგენელთა მიერ იმ ტანსაცმლის „მიზომვა“, რომელიც ადრე წარმოადგენდა მეორე სქესის აუცილებელ კუთვნილებას, „მამაკაცური“ ქსოვილებისა და ფერების საყოველთაო გავრცელება ქალთა ტანსაცმელში, აგრეთვე „ქალური“ მკვეთრი ორნამენტებისა და ფერთა გამების ჯერ კიდევ გაუბედავი გამოყენება მამაკაცის ტანსაცმელში – განსაკუთრებით ახალგაზრდულ ტანსაცმელს ახასიათებს.

ქალთა ტანსაცმელში „მასკულინური“ სტილის დამკვიდრება. ამახვილებენ რა ყურადღებას ქალის როლის ცვლილებაზე სოციალურ-ისტორიულ პროცესში, მეცნიერები აღნიშნავენ, რომ დღეს ეს „ყველაზე აქტიური კატეგორიაა, რომელიც განიცდის მოდური ტენდენციების გავლენას“ [Гофман, 2010:228]. საინტერესოა, დავაკვირდეთ, თუ როგორ აისახა ქალთა ემანსიპაციისათვის ბრძოლა ევროპული მოდის ევოლუციაში. მაგალითად, მრავალი საუკუნის განმავლობაში მაღალი სოციალური ფენის ქალბატონები ასრულებდნენ „მოსიარულე ვიტრინების“ ფუნქციას [Тард, 2011]. XX საუკუნის დასაწყისში კი ქალები აქტიურად მონაწილეობდნენ სოციალურ სფეროში. 20 საუკუნის მეორე ნახევრიდან მათი ყურადღება კონცენტრირდება სოციალური თანასწორობის პრობლემებზე (საოჯახო მოვალეობების განაწილება, განათლება, სამუშაო ადგილებზე ხელმისაწვდომობა, შრომის ანაზღაურება და სხვ.). ქალები ჩაერთნენ მამაკაცებთან ერთად სოციალური საქმიანობის ყველა სფეროში. არსებულ სოციალურ-კულტურულ ფონზე ქალის ტანსაცმლის მოდაში დიდი ცვლილებები მოხდა, რომელთაგან ყველაზე მნიშვნელოვანია XX საუკუნის დასაწყისში კორსეტებზე უარის თქმა და მამაკაცის გარდერობიდან საგნების აქტიური შესება, აგრეთვე, ფუნქციური და საქმიანი სტილის დამკვიდრება (XX საუკუნის 20-იანი წლები – „a la garçon“ (გოგონა-ბიჭი). გადაჭარბებული არ იქნება, თუ ვიტყვით, რომ ეს იყო ქალების მხრიდან მამაკაცებთან გათანასწორობის მიზნით სიმბოლური საპროტესტო აქცია (კოსტიუმისა და მოდის თვალსაზრისით).

მამაკაცის სტილის ქალის ტანსაცმელში დამკვიდრება განთქმულ კოკო შანელს ("Coco" Chanel. Gabrielle Bonheur Chanel, 1883-1971) ეკუთვნის. შემდგომში ქალის შარვლის პოპულარიზაციას ხელი შეუწყო კინემატოგრაფმა – მარლენ დიტრიხისა და ამერიკელი მსახიობის კეტრინ ჰეპბერნის (Katharine Hepburn, 1907-2003) ჩაცმის სტილმა. კეტრინ ჰეპბერნი საზოგადოებას აღიზიანებდა შლაქსებით (მკვრივი ბამბის ქსოვილის თავისუფალი თარგის შარვალი). მისი სიტყვებით, შარვალში იგი თბილად და მოხერხებულად გრძნობდა თავს. შარვლიან გოგონებს არ უშვებდნენ ამერიკულ უნივერსიტეტებში 1950-იან წლებშიც კი. მარლენ დიტრიხის (Marie Magdalene "Marlene" Dietrich, 1901-1992) საყვარელ ტანსაცმელს წარმოადგენდა მამაკაცური კოსტიუმი ჰალსტუხითა და ქუდით. საინტერესოა, რომ პარიზიდან დაბრუნების შემდეგ საზოგადოებაში კოსტიუმით ჩნდებოდა ცნობილი ქართველი მხატვარი ელენე ახვლედიანიც (1898-1975).

გენდერული სხვაობის რღვევის ტენდენციით ხასიათდება ქართული მოდაც. ისტორიულად სულ მცირე პერიოდში ქართველმა ქალებმა მამაკაცის ტანსაცმლის პრაქტიკულად ყველა ელემენტი აითვისეს. მამაკაცის და ქალის მოდის დაახლოების ყველაზე მკაფიო მაგალითია ქალების მიერ შარვლის ტარება. მაგალითად, 1956 წელს საქართველოს კინოსტუდიამ გამოუშვა ფილმი „აბეზარა“, სადაც ლეილა აბაშიძეს ეცვა მამაკაცის სამუშაო კომბინიზონი. უკვე 60-იანი წლების ბოლოსთვის თბილისის ქუჩებში გამოჩნდნენ ცალკეული „გულადი“ ქალები შარვლებში. ისინი გამვლელების

უკმაყოფილებას იწვევდნენ. 70-იანი წლების დასაწყისში საზოგადოებაში პოპულარობით სარგებლობდა ქართული კინოფილმები „ორერა – სრული სვლით“ (1970) და „მხიარული რომანი“ (1972), რომლებშიც მომღერალი ნანი ბრეგვაძე გამოჩნდა შარვალით, ხოლო მსახიობი ხათუნა კოტრიკაძე, საერთოდ, შარვალ-კოსტიუმში. ამ დროის ქართულ საბჭოთა უმაღლეს სასწავლებლებში კონტროლდებოდა შარვლის ტარება. XXI საუკუნეში, როდესაც გენდერულმა თანასწორობამ სამუშაოსა და ყოფაში (თუმცა, საქართველოში ჯერ კიდევ არა საბოლოოდ) პირველ ადგილზე დააყენა ტანსაცმლის ფუნქციურობა და მოხერხებულება, ქალის ჩაცმულობამ უფრო მკვეთრი ფორმები მიიღო. ტიპური მამაკაცის ტანსაცმელი თითქმის მთლიანად გადავიდა ქალის გარდერობში და უნივერსალურიც გახდა. ამრიგად, მიუხედავად კონსერვატორთა პროტესტისა, თანამედროვე ქალის გარდერობი უფრო თამამი და თავისუფალი გახდა და მზადაა ახალ-ახალი ექსპერიმენტებისთვისაც.

„მშვენიერი სქესის“ მოდელი ქალთა ტანსაცმლის სტილში. საგულისხმოა, რომ მოდის თეორეტიკოსები განიხილავენ ზემოაღნიშნული ტენდენციების ჩამოყალიბებას „მშვენიერი სქესის“ კონსტრუირებისა და „ქალის ტანსაცმლის“ ეროტიზაციის [Bovone, 2006:370-382] წინააღმდეგ მოძრაობის კონტექსტში. ეს ბრძოლა ატარებს ქალთა და მამაკაცთა სოციალური თანასწორობისათვის ბრძოლის ხასიათს. მაგ., 1990-იანების შუა წლებისთვის, ფემინისტ ქალთა გარკვეული ნაწილის მხრიდან გაისმა მოწოდება: „ჩვენი ძალა – ჩვენს სილამაზეშია“. ეს მიდგომა, ფაქტობრივად, ნიშნავდა ტანსაცმლის მამაკაცისა და ქალის სუბკულტურების ტრადიციული დაყოფის ნორმებთან დაბრუნებას. „მშვენიერი სქესის“ მოდელი, როგორც ცივილიზებული სამყაროს ნებისმიერ საზოგადოებაში, საქართველოშიც ჩამოყალიბდა. ქართველი ქალების ამ სტილს, ძირითადად, საფუძვლად უდევს ტრადიციული წარმოდგენა ქალურობაზე ტანსაცმელში და იგი ერთ-ერთი ყველაზე გავრცელებული მოვლენაა საქართველოში (თუ, მაგალითად, ამერიკელი ქალები დღის განმავლობაში არ იცვამენ ქუსლიან ფეხსაცმელს და არ ხარჯავენ დროს მაკიაჟზე, ქართველი გოგონების უმრავლესობა ასე არ იქცევა). ეს მოდელი სხვადასხვა ბერკეტის მეშვეობით აიძულებს ქალებს, მოიპოვონ მამაკაცთა ინტერესი, გარშემომყოფთა მოწონება. ამიტომ ქალების უმრავლესობა აყალიბებს საკუთარ სოციალურ იდენტობას სილამაზის სიმბოლოების დახმარებით. ამას აღწევენ, უპირველეს ყოვლისა, მიზანმიმართული მომხმარებლობის მეშვეობით – ბუნებრივი მონაცემების კორექტირება მოცემულ საზოგადოებაში მიღებული სილამაზის მოდელის შესაბამისად. აღსანიშნავია, რომ, ზოგადად, „მშვენიერი სქესის“ მოდელი, თავის მხრივ, ასრულებს აგრეთვე მნიშვნელოვან ეკონომიკურ ფუნქციას. წარმოება, ვაჭრობა, თანამედროვე სამყაროს მთელი რიგი დარგებისა ემყარება ამ მოდელს. ეს ნიშანდობრივია დასავლური კულტურის მთელი ისტორიისათვის და სრულიად ახასიათებს დღევანდელ ქართულ სიტუაციას, როცა მამაკაცები ხდებიან საკვანძო რეფერენტული ჯგუფები ქალების მომხმარებლობის სისტემაში. საინტერესოა ამ ასპექტში ქართველი მსახიობის ია ფარულავასა და ნინო

წკრილაშვილის ტელეგადაცემათა სერია „რეალიტი შოუს“ ელემენტებით, რომლებიც ეძღვნება „ქართველი უსახოებისა“ და „კონკიების“ გარდაქმნას „ნამდვილ ქალებად“. ყველა გადაცემა გვიჩვენებს, თუ როგორ უნდა ჩაიცვას ქალმა, რომ მამაკაცის მოწონება და ყურადღება დაიმსახუროს. ასეთ ჩაცმულობაში ყურადღება ექცევა ქალურ სტილს, ფერებით გაჯერებულ მოდურ, დეკორატიულ და საზეიმო ტანსაცმელს. ქალის სახე, რომელსაც იძენდნენ გადაცემის მონაწილეები, ხდება თანამედროვე, ნათელი, ქალური და მკვეთრად განსხვავდება გადაცემაში მოსულ „ქართველი თავუნიების“ უნიფორმისაგან.

საუკუნეთა განმავლობაში დამოკიდებულება ქალთა სამოსის მიმართ განსაკუთრებული იყო: იცვლებოდა ფასონი, სტილი, სილამაზის იდეალები. გარკვეულ პერიოდებში არსებობდა მკაცრი მოთხოვნები ქალის გარეგნობის მიმართ, რომლებიც ყველა საკუთარი თავის პატივისმცემელ მანდილოსანს უნდა დაეცვა. „ქალურობა“ კი გაიგებოდა სიტყვასიტყვით და, როგორც, წესი, ეხებოდა ქალური ტანსაცმლის ტარებას – ქვედაბოლო, კაბა, მაღალქუსლიანი ფეხსაცმელი. ყველაფერი ლაკონური და სადა. დღევანდელ მოდურ ქალებს, შეიძლება ითქვას, ძალიან გაუმართლა – მათ საშუალება აქვთ აირჩიონ ტანსაცმელი საკუთარი გემოვნებისა და ტანის თავისებურებების გათვალისწინებით. მაგრამ, როგორც არ უნდა შეცვლილიყო ქალის კოსტიუმი სტილისა და მოდის გავლენით, თავისი სემიოტიკური შინაარსით „ქალური“ სტილი ტანსაცმელში ინარჩუნებს ძირითად თვისებას. კერძოდ, მითითებას თავის მფლობელის ქალურობაზე.

სექსუალიზაცია ქალთა ტანსაცმლის სტილსა და მოხმარებაში. 1960–იანი წლების ბოლოდან დასავლეთში დაიწყო ე. წ. მოდის სექსუალიზაცია – ფარული სექსუალობის გამომჟღავნება, რომელიც გამოიხატება ტანსაცმელში დაშვებული სიშიშვლის ვიზუალური ფორმების ხაზგასმულ დარღვევაში (მაქსიმალურად ტანზე მომდგარი სილუეტი, ღრმა ამონაჭერი, დეკოლტეს ღრმა ზონა, მაქსიმალური სლიმი (სიგამხდრე, სისუსტე). სიშიშვლე კოსტიუმში არ არის ახალი ტენდენცია. მას ხანგრძლივი ისტორია აქვს. უნდა აღინიშნოს, რომ თავდაპირველად სიშიშვლე ხაზს უსვამდა ქალურობას. „მოდა – სექსი“ დაკავშირებულია არა იმდენად კოსტიუმთან, არამედ – ქალის სხეულთან. რამდენადაც ქალი იკავებდა მყარ მდგომარეობას საზოგადოებაში და იძენდა სოციალური სიმტკიცის გრძნობას, ქალი ცდილობდა, დაებრუნებინა თავისი დაკარგული ქალურობა – ფემინური ნიშნები, მაგრამ უკვე არა კოსტიუმის, არამედ სხეულის მეშვეობით. ცნობილი სოციოლოგი, მწერალი იარსკაია-სმირნოვა (Ярская-Смирнова) აღნიშნავს, რომ, ზოგადად, „სხეულს ნიშანთა სისტემაში უკავია ისეთივე უმნიშვნელოვანესი პოზიცია, როგორც ფასონს ან ტანსაცმლის საგნებს მორალის არსებულ და/ან სადავო ნორმებთან მიმართებაში“ [Ярская-Смирнова, 2001 : 254]. ქალი აშკარად აგრესიულადაც შიშვლდება და სიშიშვლის მეშვეობით ამტკიცებს თავისი სქესისა და ბუნების ნიშნებს. კოსტიუმს აღარ აქვს „ზედმეტი“ დატვირთვა, ვინაიდან, როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, თანამედროვე კულტურაში ოპოზიციამ „მამაკაცისა – ქალის ტანსაცმელი“ დაკარგა თავისი მნიშვნელობა და მას უკვე არა აქვს

გენდერის აღნიშვნის ფუნქცია. უ. ბოდრიარის აზრით, ახლა უკვე თვით ტანი, როგორც ასეთი, თავისი იდენტურობით, სქესით, სოციალური სტატუსით გახდა მოდისთვის მასალა, ხოლო ტანსაცმელი წარმოადგენს მხოლოდ მის კერძო შემთხვევას [Baudrillard, 2006:254]. ამ გლობალურ ტენდენციას ყურადღებას აქცევს მოდის თანამედროვე მკვლევარი ელიზაბედ უილსონი (Elizabeth Welter Wilson). თავის ნაშრომში „ქალაქური მოდა“ (Urbane Fashion, 2006) ის წერს, რომ თანამედროვე ქალაქი სხეულის სურვილისა და ექსპლუატაციის ადგილია, ხოლო სექსუალობის დემონსტრირება გახდა ქალაქური ცხოვრების ექსპერიმენტული თავისუფლების საზომი. მეცნიერის აზრით, ამ კონტექსტში ტანსაცმელი იძენს უდიდეს მნიშვნელობას სხეულის ესთეტიზაციისა და სექსუალიზაციისათვის [Wilson, 2006]. ასევე ძნელია შეედავო იმ მეცნიერებს, რომლებიც ამტკიცებენ, რომ ტანსაცმელში გამოხატული დაშვებული სექსუალური ქვეტექსტი დამოკიდებულია არა მარტო ამ ტანსაცმლის მფლობელის კლასობრივ და გენდერულ კუთვნილებაზე, არამედ იმ ეპოქაზეც, რომელშიც ის ცხოვრობს [Lurie, 2000]. ხაზს ვუსვამთ, რომ ეს თავისებურება (მოდის სექსუალიზაცია) ეხება უმეტესად ქალის მოდას.

60-იანების შემდეგ, მოდა-სექსი ისევ აღორძინდა 90-იანი წლების დასაწყისში, საქართველოში შემოდის 2000-იანი წლებიდან. ჩვენ მიერ მოპოვებულმა ვიზუალურმა მასალამ და უშუალო დაკვირვებებმა გვიჩვენეს, რომ პოსტსაბჭოთა ქართული რეალიზმისთვისაც არ არის უცხო ქალურობის უტრირების ტენდენცია სხეულის ესთეტიზაციითა და სექსუალიზაციით ან ეროტიკული თამაშის სახით. ქალის ტანსაცმელი უკვე მოწოდებულია კი არ დაფაროს, არამედ გააძიშვლოს სხეული. და ამ ყველაფერმა – გამომწვევმა სექსუალურმა კაბებმა, ღრმა დეკოლტემ, მკვეთრმა მაკიაჟმა, შიშველმა ფეხებმა, მინი ქვედაბოლოებმა, ტანზე მჭიდროდ მომდგარმა ჯინსებმა, ე.წ. „შპილკა“ ქუსლებმა, სტრაპებმა, პაიეტებმა („ბრჭყვიალები“) – უკვე ჩვეული სახე შეიძინა. ტანსაცმლის სქესობრივი აქცენტუაცია ხაზგასმულია გამჭვირვალე და ნახვრეტებიანი ბლუზებით, რომლებიც დახვეწილად აშიშვლებენ სხეულს, შესამჩნევია საცვლები. პრიორიტეტულია ასევე მაქსი, მაგრამ სახე უფრო მაცდური ხდება გარეგნული სიმბოლური დეტალების გამოყენებით. მაგალითად, გრძელი გაშლილი თმით. ამრიგად, შეიძლება ითქვას, რომ ტანსაცმლის სექსუალიზაციის მოვლენა საკმაოდ ნათლად ვლინდება თანამედროვე ქართულ მოდაშიც.

მამაკაცთა მოდის ლიბერალიზაცია. თუ XX საუკუნის დასაწყისში იშვა ფემინიზმი, რომელიც ათავისუფლებდა ქალებს სოციალური შეზღუდვებისა ან გენდერული სტერეოტიპებისაგან, XXI საუკუნის დასაწყისი აღინიშნა „მასკულიზმის კრიზისით“ ფემინიზაციის მზარდი პროცესის კონტექსტში [Бендас, 2006 : 431]. ამ დროიდან იცვლება მამაკაცთა როლები და მათი ქცევის მოდელები, რომლებიც მეტნაკლებად განსხვავდებიან „მამაკაცურზე“ ტრადიციული წარმოდგენებისაგან. ქალთა და მამაკაცთა სოციალური როლების საზღვრები დაირღვა ან შეიძინა უნივერსალური (უნივერსალური) ხასიათი. ეს ფაქტორი საფუძვლად უდევს არა მხოლოდ სოციალური

ურთიერთობების, კულტურაში მამაკაცურისა და ქალურის თანამოქმედების, არამედ მამაკაცის კოსტიუმის განვითარებასაც.

ევროპულ ისტორიაში მცირე ექსკურსიკ კი მოწმობს, რომ გენდერული კუთვნილების გარეგანი ატრიბუტები იცვლება დროსა და სივრცეში. მაგალითად, ახალი დროის ეპოქაში კოსტიუმი თავისი ნიშნებით უკვე განასხვავებდა მამაკაცსა და ქალს სქესის მიხედვით. თუმცა წამყვანი ხდება ქალის კოსტიუმი. მის გავლენას დიდი ხნის განმავლობაში განიცდიდა მამაკაცთა კოსტიუმი, რომელიც ტოლს არ უდებდა ქალისას მორთულობით, მდიდრულობითა და სამკაულების სიჭარბით. ბაფთები, მაქმანები, სირაქლეების ფრთები, ყვავილები, ძვირფასი აქსესუარები ამშვენებდნენ მამაკაცის კოსტიუმსაც. ჟ. მოლიერმა (Jean-Baptiste Poquelin, fsevd. Molière) ასე აღწერა იმდროინდელი მამაკაცის კოსტიუმი: „ფეხსაცმლიდან ქუდამდე – ბაფთები, ლენტები, ბაფთები, ლენტები“ [Энциклопедия... 1997:88]. XVII – XVIII საუკუნეებში მამაკაცთა მოდაში შემოდის არამართო ქალის ტანსაცმლის ელემენტები, არამედ კულულებად დახვეული გრძელი თმა, პარიკები, ფართო ფარფლებიანი, სამკაულებითა და ფრთებით მორთული ქუდები. თავის მხრივ, დიდგვაროვან მანდილოსნებს შეეძლოთ გამოჩენილიყვნენ ე. წ. ამორძალის კოსტიუმებში. ნიდერლანდელი ისტორიკოსი და კულტურელოგი იოჰან ჰაიზინგა (Johan Huizinga) მიუთითებს, რომ ამ პერიოდში მამაკაცის კოსტიუმი კარგავს სისადავეს, ბუნებრიობას, პრაქტიკულობას, მამაკაცის გრძელი ვიწრო შარვალი – პანტალონი (იტალ. Pantaloni) გახდა იმდენად მოკლე და ფართო, რომ დაემსგავსა ქალის ქვედატანს. კოჭებამდე გადატვირთული მორთულობებით, ეს კეკლუცი კოსტიუმი მამაკაცურობაზე მხოლოდ დაშნებით მიაწიშნებს [Huizinga, 1955:220]. ამგვარმა კოსტიუმმა მიაღწია თავის აპოგეას ფემინიზირებულ XVIII საუკუნის მამაკაცის ტანსაცმელში. ამ პერიოდის მამაკაცის ტანსაცმელმა განიცადა ქალთა ეტიკეტური საცეკვაო კულტურის, ქცევის მანერის, მთლიანად ქალური სახის გავლენა. მხოლოდ XVIII საუკუნის მეორე ნახევრიდან იძენს მამაკაცის კოსტიუმი თანამედროვე მამაკაცურ სახეს, თავისუფლდება რა თანდათან ქალური დეტალებისგან. XIX საუკუნიდან მამაკაცებმა საბოლოოდ უარი თქვეს სეროუკებზე, მოქარგულ ჟილეტებსა თუ ხავერდის ფეხსაცმელებზე მკაცრი კოსტიუმის სასარგებლოდ. ანალოგიური მდგომარეობა იყო ფერებშიც: ვარდისფერი, წითელი, ყვითელი, იისფერი და ა.შ. აბსოლუტურად გამოირიცხებოდა მამაკაცის ტანსაცმელში.

თანამედროვე მოდის მკვლევარს, ფრანგ ლაურა ბოვონეს (Laura Bovone), თუ დავესესხებით, ზოგადად, დღეს ახალგაზრდა მამაკაცები მისდევენ რა მოდის ტენდენციებს, მზად არიან უარყონ ტრადიციული უნიფორმა და პრაქტიკული ტანსაცმელი ან მოიხმარონ ისინი მხოლოდ სამუშაო დროს [Bovone, 2006 : 370-382]. ამასთან დაკავშირებით, შეიძლება ითქვას, რომ დღეს საქართველოშიც აქტუალურია მამაკაცთა მოდის ლიბერალიზაციის თემა. საქართველოშიც მიმდინარეობს რევოლუცია მამაკაცთა კოსტიუმის სფეროში – ქალის ტანსაცმლის ელემენტების ჩართვა მამაკაცის სამოსში და, ნაკლებად შესაძინევი, მაგრამ, მაინც არსებული, ანდროგინობისკენ მიდრეკილება. ვიზუალური დაკვირვების შედეგად გარკვევით

შეგვიძლია ვთქვათ, რომ მამაკაცის ტანსაცმლის ფემინიზაციის ერთგვარ კანონზომიერებას საქართველოში გააჩნია რამდენიმე მკაფიო ნიშანი. მაგალითად, ტრადიციულად, როგორც ყველგან, კლასიკური მამაკაცის მოდა საქართველოშიც იყო მოკრძალებული და ხაზს უსვამდა ვაჟკაცობას, სტატუსს და მოხერხებულობას. ძირითადი ფერები იყო რუხი, ყავისფერი ლურჯი და შავი. დღეს ქართველი მამაკაცის მოდა გაჯერებულია მკვეთრი ფერების ტანსაცმლით. ასე, მაგალითად, თუ საბჭოთა საქართველოში ხასხასა ფერების პერანგები და ჰალსტუხები იწვევდა საზოგადოების მძაფრ კრიტიკას, ითვლებოდა ე.წ. „სტილიაგების“ ნიშნად, უკვე 2000-იანებში კლასიკურ კოსტიუმში ჩნდება ახალი ფერები და სახეები ჰალსტუხებსა და პერანგებზე. შემდეგ კი ფერთა გამა გაფართოვდა და შეეხო მთელ კოსტიუმს. დღეისათვის მამაკაცებმა დაიწყეს ტრადიციული „ქალური“ სილუეტების, სახეებისა და პრინტების სესხება. მოდაშია გრძელი თმა და მამაკაცის ტანსაცმლის მრავალფეროვნება (კომპლექტები აქსესუარებით, ჟილეტებით, შარფებით). ხდება მამაკაცის ტანსაცმლის პლურალიზაცია: სვიტერები, ჟაკეტები, ფერადი პიჯაკები, ჩახსნილი პერანგები ორნამენტებით. საგულისხმოა, რომ ყვავილების პრინტები, ნახევრად გამჭვირვალე ქსოვილები და მაქმანი, რომლებიც ყოველთვის წარმოდგენდნენ „ქალურობის“ ნიშანს, 2000-იანებიდან შეემატნენ მამაკაცის გარდერობს და ქალის მოდის ისტორიული მონოპოლია დაარღვიეს. თუმცა ამ შემთხვევაში უპრიანია, ალბათ, ვილაპარაკოთ მათ „დაბრუნებაზე“ მამაკაცის გარდერობში. შეინიშნება ასევე უშუალოდ ქალის ტანსაცმლის მოდელების გამოყენება. მაგალითად, ქალთა გარდერობიდან გადმოღებული და დამოკლებული ტოპების ტარება. ამის საპირისპიროდ, გრძელ მაისურებში გამოწყობა, რომელიც ნააგავს ქალის კაბას. ასევე, ტრენდების წყალობით, ქართველი მამაკაცის შარვალი დღეს უფრო ტანზე მომდგარია კლასიკური ვარიანტისაგან განსხვავებით. ამ ტრენდის კიდევ ერთი მკაფიო მაგალითია – სპეციალიზირებული პრინტის/სახის არარსებობა ქალებისა და მამაკაცებისათვის. როგორც მამაკაცის, ასევე ქალის კოლექციებში ვხედავთ იდენტურ პრინტებს: ბუნების ან მცენარის ფოტოპრინტს, სხვადასხვა რასტრის ფლორალურ არამკაფიო ნახატებს, მკაცრ გეომეტრიას, პოლიტიკურ თუ სოციალურ გზავნილებს, ქსოვილის ფაქტურის იმიტაციას. აღინიშნება ქალის ფეხსაცმლის კოპირება. ასე, მაგალითად, მამაკაცის მოდაში თანდათან შემოდის მოხერხებული ავსტრალიური ზამთრის UGG –ები (ინგლ. Ugly Boots, რაც ნიშნავს „მახინჯ ჩექმებს“). ასევე მამაკაცის ფეხსაცმელს უკვე რთავენ სხვადასხვა ფურნიტურით (მოქლონებით, სტრაზებით), პრინტებით. გენდერული საზღვრების დარღვევა ტანსაცმლის მოხმარებაში ყველაზე მკაფიოდ აღინიშნება აქსესუარებში, რომლებიც სულ უფრო და უფრო კარგავენ გენდერულ სხვაობას. საგრძნობლად გაფართოვდა ქალის არსენალიდან ნასესხობების ხარჯზე მამაკაცის აქსესუარების ასორტიმენტი. მოდის მიმდევარი მამაკაცი თამამად იკეთებს სამკაულებს – მძივებს, სამაჯურებს ფერადი თვლებით, საყურეს – როგორც დეკორატიულ ნივთებს. საათის დახვეწილ ტყავს ან მეტალის სამაჯურს ემატება ხასხასა სილიკონის სამაჯური. უფრო კონსერვატორები კი იკეთებენ შარფს/მოსახვევს პლეიბოის სტილში. მამაკაცის ჩანთებს ტრადიციულად ხისტი ფორმა და მექი ფერი ჰქონდათ (სპორტულისგან

განსხვავებით), ახლა კი ისინი თანდათან „კარგავენ გენდერს“. ტილოს სხვადასხვა ფერის ჩანთები ავსებენ არა მხოლოდ ქალის, არამედ – მამაკაცის მოდურ სახესაც. ჩვეული დიპლომატების, მხარზემოსაკიდ „პროგრამისტის ჩანთების“, ზურგჩანთების და ე. წ. „ბორსეტების“ (ფრ. Boursette – მამაკაცის პატარა საფულეები) ნაცვლად, მამაკაცებში გავრცელებულია სრულიად მოულოდნელი ფერების დიდი რბილი ჩანთებიც, რომლებიც ფორმით მოგვაგონებენ ქალისას. განსაკუთრებით ეს ეხება ჩანთებს საფირმო ლოგოტიპებით – Louis Vuitton (ლუი ვიტონ, 1854) an Gucci (გუჩი, 1948).

უდავოა, ეს ყოველივე ქართველი მამაკაცების „ვესტერნიზაციის“ დადასტურებაა. ამავე დროს, ვფიქრობთ, რომ ზემოთ აღნიშნული ცვლილებები ტანსაცმლის მოხმარებაში განაპირობა ახალგაზრდობის ახალმა ესთეტიკურმა პრინციპებმა – „კორპორაციის თანამშრომლის“ დამკვიდრებულ მასკულინურ სახეზე უარის თქმამ, რომელიც ახალგაზრდობისათვის უგემოვნო და შეზღუდული გახდა.

IV. დასკვნა

წარმოდგენილ ნაშრომში შევეცადეთ, გვეჩვენებინა ტანსაცმლის სტილისა და მოხმარების სფეროში გენდერული დისკურსის კვლევის აქტუალიზაცია პოსტსაბჭოთა საქართველოს სინამდვილეს კონტექსტში. ორიენტაცია ავიღეთ „გენდერული ფორმების პლურალიზმზე“ (Гилмор, 2005:264) ტანსაცმლის მოხმარებაში. ნაშრომში ყურადღება გავამახვილეთ ფემინობის და მასკულინობის კანონების ჰეგემონიის ცვლილებაზე, რომელიც სოციალურ-კულტურული და პოლიტიკური ტრანსფორმაციების გავლენით მოხდა. ტანსაცმლის მოხმარებას განვიხილავთ როგორც თანამედროვე სოციალურ-კულტურული რეფორმაციის თავისებურ ინდიკატორს. ვთვლით, რომ ტანსაცმლის მოხმარების სტილში გენდერული ცვლილებების ნიშნური აქცენტების დაფიქსირება ხელს უწყობს ახალი მეტაენის მოძიებას, იმ თვისებების გამოყოფას, რომლებიც შეესაბამება ახალ პოსტსაბჭოურ სახეებს დ სოციალურ-კულტურულ სივრცეში ადეკვატურად ცვალებად სიტუაციას. ანალიზის პროცესში ტრადიციულად მოქმედ ტანსაცმლის მოხმარების პრაქტიკის პარალელურად აღვნიშნეთ სტილთა გენდერული სტერეოტიპების ამკარა დარღვევა. ვაჩვენეთ, რომ მოდისა და მოდური ნიშნების ფუნქციონირების დღევანდელი ქართული სპეციფიკა გამოიხატება მისი სიმულაციურობის რადიკალურ ზრდაში. ნიშნები, რომლებიც წინა კულტურულ ეპოქებში ფუნქციონალურად (რეფერენციალურად) აღნიშნავდნენ რაღაც მათთან დაკავშირებულ მნიშვნელობას (შარვალი – მამაკაცის სქესისადმი კუთვნილების ნიშანია, ხოლო ქვედატანი –

ქალისადმი), დღეს არ შეიცავენ არავითარ მკაფიო მინიშნებებს. ისინი ამჟამად ატარებენ არა სოციალური აღნიშვნის ფუნქციას, არამედ უფრო პიროვნების საკუთარი „მე“-ს ინდივიდუალური კონსტრუქციების ფუნქციას. ამდენად, ტანსაცმლის მოხმარების დღევანდელ ქართულ კულტურაში თანდათან მკვიდრდება შემდეგი ტენდენცია: ადამიანი თავისუფალია გამოიყენოს ნებისმიერი ნიშნები და სიმბოლოები თავისი „მე“-ს თვითიდენტურობისათვის, სტილიზაციის, სიმულაციისა და მისტიფიკაციის ჩათვლით. სქესობრივი და გენდერული კუთვნილება ინაცვლებს მეორე პლანზე. თუმცა, ვფიქრობთ, რომ ძალიან ხშირად, აშკარა გენდერული იდენტურობის არქონა ტანსაცმელში არის არა განსაკუთრებული განცხადება, არამედ – უბრალოდ ტანსაცმლის მფლობელის მხრიდან მოდის აყოლა.

ლიტერატურა

სუმბაძე, ნ.

2012 თაობები და ღირებულებები. საზოგ. პოლიტიკის ინს-ტი. თბ.

Bovone, L.

2006 Urban Style Cultures and Urban Cultural Production in Milan: Postmodern Identity and the Transformation of Fashion // Poetics, № 34

Corrigan P.

1997 The Sociology of Consumption, London: Sage.

Laver, J.

1995 Concise history of costume and fashion, N.Y.: H. N. Abrams.

Huizinga, J.

1955 Homo ludens; a study of the play-element in culture, Boston: Beacon Press.

Lipovetsky G.

1994 The Empire of Fashion: Dressing Modern Democracy. New Jersey: Princeton University Press.

Тард, Г.

2011 Законы подражания/Пер. с фр. Ф.Павленков. Академическ.проект.

Жоль, К.К.

2004 Социология в систематическом изложении, М. : Юнити.

Barthes, R.

1983 The Fashion system. New York: Hill and Wang.

Bartlett, Dj.

2010 Fashion-East, The Spectre that Haunted Socialism, MIT Press.

Dickinson, J.

2005 “Gender, Work and Economic Restructuring in a Transcarpathia (Ukraine) Village,” In Identity Formation and Social Problems in Estonia, Ukraine and Uzbekistan.