

ვესტიმენტარული მოდა პოსტსაბჭოთა საქართველოში

(1990 წლებიდან 2017 წლამდე) - 329 გვ.

მოდის ზოგადი თეორიის შექმნის აუცილებლობამ, მოდის პრაქტიკების ცოდნისადმი ახალი მიდგომების ძიების აქტუალობამ გამოიწვია პრიორიტეტების შეცვლა ტანსაცმლის დიზაინის მდგომარეობის გააზრებისას. აშკარა ხდება, რომ მის ძირითად მოთხოვნილებას დღეისთვის არც ტანსაცმლის ახალი მოდელების შექმნა წარმოადგენს და არც მისი მოდელირების ახალი მეთოდების ძიება, თუმცა ეს კვლავ აუცილებელია და ასეთად დარჩება მომავალშიც. უპირველეს ყოვლისა, საჭიროა კარგი თეორია, ახალი ხედვის ჩამოყალიბება ტანსაცმლის დიზაინზე, როგორც დარგზე, რომელსაც თავისი ისტორია და განსაკუთრებული დანიშნულება აქვს, რომელიც უფრო ტევადია, ვიდრე უბრალოდ „ნივთების დამზადების“, ტანსაცმლის კერვის ხელოვნება.

ამ ფონზე, ბოლო წლების განმავლობაში, უფრო და უფრო ნათლად ფიქსირდება მოდის თემატიკის ლიტერატურის მასობრივი გამოცემის ტენდენცია. ეს სამართლიანიცაა. მოდა პრაქტიკულად ადამიანის ცხოვრების ისეთივე მნიშვნელოვანი ნაწილია, როგორც საქმიანობის ნებისმიერი სხვა სფერო. მასაც აქვს უფლება სამეცნიერო კვლევისა და სერიოზული მიდგომის ობიექტი გახდეს.

იბადება კითხვა - შესაძლებელია თუ არა, რომ, ისეთი კრეატიული სფერო, როგორიც მოდაა, მეცნიერება იყოს? მართებულია, თუ არა მეცნიერული მიდგომა მოდის შესწავლისადმი? როგორც წესი მოდის სფერო ხომ მხოლოდ პრაქტიკული თვალსაზრისით იყო საინტერესო? XXI ს. დასაწყისში პასუხი მარტივია - მსოფლმხედველობებისა და ტრადიციული ფასეულობების შეცვლის შედეგად ყალიბდება ახალი მოდა, რომლის მდგომარეობა, ძირითადი მახასიათებლები და თვისებები მეტყველებენ მასზე როგორც თვითორგანიზების ელემენტების მქონე სისტემაზე. გარდა ამისა, კავშირი მოდისა და მეცნიერებას შორის არ არის რთული შესამჩნევი. მაგალითად, სფეროში მუშაობისთვის აუცილებელია ცოდნა ხელოვნების თეორიასა და ისტორიაში, ფილოსოფიაში, სოციოლოგიაში, ეკონომიკაში, ფსიქოლოგიაში, ზოგჯერ ქიმიასა და ფიზიკაშიც კი. ეს მოდის ფენომენის ზუსტად ის მდგომარეობაა, რომელიც მკვლევრებს აინტერესებს. დისციპლინათა ეს სრული ნაზავი თან სდევს მოდის ბიზნესის განვითარებასაც. საერთაშორისო კომპანიების ინტერესი ფართო სპექტრის სპეციალისტების მიმართ ყოველწლიურად იზრდება. ინდუსტრიაში მილიარდობით დოლარია მიზიდული, ხოლო, ათეული კუთურიების ნაცვლად, ასობით ათასი სხვადასხვა სპეციალობის ადამიანი. ასე რომ, - დიახ, მოდა მეცნიერებაა - მეცნიერება საზოგადოების, ხელოვნებასა და ბიზნესის შესახებ, რომელიც მოითხოვს ძალიან სერიოზულ დამოკიდებულებას ცივილიზებულ საზოგადოებაში.

ქართულ ლიტერატურაში მოდა, როგორც რთული სოციალური და კულტურული ფენომენი, თეორიულად ჯერ არ არის სათანადოდ შესწავლილი. ნაშრომი ამ პრობლემის შევსებაზეა მიმართული. წიგნი აგებულია პრობლემურ-თემატური პრინციპის მიხედვით,

კომპლემენტარულობის პრინციპზე. მისთვის დამახასიათებელია თანამედროვე „მრავალშრეებიანი“ თხრობა, რომლის საშუალებითაც შესაძლებელი ხდება მკითხველისთვის თეზისების თანმიმდევრულად და სიღრმისეულად ჩამოყალიბება მოდის ფენომენის სფეროში.

გამოკვლევაში შესრულებულია: სპეციალურ ლიტერატურაში დაქსაქსული სახით არსებული თანამედროვე თეორიების სისტემურობაში მოყვანა და განზოგადება; მოდის, როგორც რთული ფენომენის, გააზრებისადმი ძირითადი თეორიულ-მეთოდოლოგიური მიდგომების განხილვა (XVIII საუკუნიდან თანამედროვეობამდე); XX-XXI საუკუნეების მიჯნაზე ტანსაცმელში ქართული მოდის განვითარების ძირითადი ტენდენციებისა და წინააღმდეგობების გამოვლენა კულტურის კვლევათა პოზიციებიდან : მოდური პროცესის გააზრება საბჭოთა საზოგადოების სოციალურ-კულტურული სივრცის არქიტექტონიკაში; პოსტსაბჭოთა საქართველოში ტანსაცმლის მოხმარების იდენტურობის და ვიზუალური რეპრეზენტაციის, აგრეთვე ინდივიდუალობის გამოხატვის კონტექსტში (ტანსაცმლის მოხმარების კულტურა, ტანსაცმლის სტილები, ტანსაცმლის მოხმარება სტრატეგიკაციის კონტექსტში, ტანსაცმლის ახალგაზრდული და ზრდასრული კულტურა, სუბკულტურული სტილი, გენდერული კოდი ტანსაცმელში); ქართული მოდის ინდუსტრიის პრობლემებისა და ფორმირების სპეციფიკის განსაზღვრა; ქართული დიზაინ-განათლების მოდერნიზაციის პრობლემების და პერსპექტივების განხილვა და ა.შ.

ამდენად, ნაშრომში წარმოდგენილია თანამედროვე ცოდნა მოდის შესახებ, ამ სფეროს სირთულეებითა და სინატიფით. ტრადიციული კლასიკური ანალიზის როგორც ერთიანის საწინააღმდეგოდ, გამოყენებული მიდგომა გულისხმობს მოდის სტილის, როგორც კონსტრუირებული, მრავლობითი და ფრაგმენტული მოვლენის, ახლებურად განხილვას. პრაქტიკების ანალიზი ორგანულად ეხამება მოდის თეორიის თეორიულ საფუძვლებს და ეყრდნობა ქართული სოციოკულტურული კონტექსტის ფაქტებსა და მაგალითებს. ამ კუთხით დანახული კოსტიუმი წარმოჩნდება როგორც რთული პოლისტრუქტურული სემიოტიკური ნიშანი, რომელიც ითავსებს ადამიანის ყველაზე მნიშვნელოვან სოციოკულტურულ და ზნეობრივ-ესთეტიკურ მახასიათებლებს.

ნაშრომში გამოყენებული მეთოდოლოგიური სტრატეგია იძლევა საშუალებას დაისახოს ახალი ეტაპი ტანსაცმლის მოხმარების გააზრებაში. აქედან წამყვანია - მოდის ფენომენის კვლევა კულტურის კვლევების ჩარჩოებში. ასეთი მიდგომა შეუსწავლელია არა მარტო საქართველოში, არამედ არასაკმარისადაა დამუშავებული დასავლურ ჰუმანიტარულ მეცნიერებაშიც.

***** * * * * *

წიგნი 2011-2017 წლებში იწერებოდა.

მოდის თეორიული კონცეფციები, პრაქტიკა, თეორია, ისევე პრაქტიკა, მაგრამ უკვე თეორიის ტერმინში წარმოდგენილი.

საინტერესოა, რომ უკვე XVII-XVIII ს.ს. დიდი მოაზროვნეები (Jean de La Bruyère, 1645-1696; Anthony Ashley Cooper, 3rd Earl of Shaftesbury, 1671-1713; Adam Smith, 1723-1790; Immanuel Kant, 1724-1804, Georg Wilhelm Friedrich Hegel, 1770-1831 და სხვ.) მოდას აღიქვამენ როგორც კანონმდებელს. გამოიკვეთა მოდის ფენომენის გამოყენებითი დეფინიციები (გემოვნება, სტილი, ტანსაცმელი, პრესტიჟი), დახასიათება ისეთი სოციალური თვისებებისა, როგორებიცაა მიმბაძველობა (ელიტის განსაკუთრებული როლი), ციკლურობა და ცვალებადობა. გაჩნდა მოდის ფილოსოფიური დისკურსი. აღსანიშნავია, რომ პრაქტიკულად ერთდროულად ა. სმითმა («The Theory of Moral Sentiments», 1759) და ი. კანტმა („Anthropology“, 1772-1796) მიუთითეს მოდის შესწავლის აუცილებლობაზე. თუმცა ისინი მხოლოდ საკითხის მიმოხილვით და მორალურ-ეთიკური, აღმზრდელი თვისებით თვალსაზრისით შემოიფარგლებოდნენ და არა მეცნიერული ანალიზით.

მოდის მეცნიერული შესწავლა მთელი სერიოზულობით XIX ს. ბოლოსა და XX ს. დასაწყისში დაიწყო. გაჩნდა პირველი თეორიები. ჰ. სპენსერის (The Principles of Ethics The Principles of Ethics, 1892—1893), გ. ტარდის (ფრანგ. Les Lois de l'imitation 1890; ინგლ. The Laws of Imitation 1891), გ. ზიმელის („Fashion“, 1904), თ. ვებლენის (The Theory of the Leisure Class, 1899), ვ. ზომბრტის („Der moderne Kapitalismus“, 1928) და სხვათა კლასიკური კვლევებია. ამ პერიოდის შრომები განსაზღვრავს მოდას, როგორც მიბაძვის გამოვლენებს („Trickle-down theory“). თუმცა, კონცეფციები ვერ ჩამოყალიბდა „სისტემურ“ თეორიებად. XX ს. განმავლობაში სოციალური სტრუქტურის ტრანსფორმაციისა და ე.წ. მასობრივი საზოგადოების აღმოცენების გამო ეს მიდგომა კრიტიკის ობიექტად იქცა. მიუხედავად ამისა, საფუძველი ჩაეყარა მოდის თეორიის ბაზისურ ცნებებს. აღმოცენდა განმარტების ახალი მოდელები.

XX საუკუნის შუა წლებისთვის ჩამოყალიბდა სიმბოლური ფასეულობების მსოფლიო და ნაციონალური ბაზრები, კულტურის მენეჯმენტი და მარკეტინგი თითქმის ნაიშალა მკვეთრი საზღვრები კლასებს შორის. მოდა ინდუსტრიად გადაიქცა, ფრანქფურტის სკოლის წარმომადგენლებმა შემოიღეს ტერმინი „მოდის ინდუსტრია“ - ფილოსოფოსი, სოციოლოგი, კულტუროლოგი და მუსიკალური კრიტიკოსი თეოდორ ვ. ადორნო; ფილოსოფოსი და სოციოლოგი მაქს ჰორკჰაიმერმა („განმანათლებლობის დიალექტიკა. ფილოსოფიური ფრაგმენტები“. თარგმ. გერმ.: დევი ლუმბაძე. გამომც.: დევი ლუმბაძე, თენგიზ ირემაძე. Tbilisi, 2012).

გაჩნდა ახალი კონცეფციები. გ. ზიმელის ზემოდან ქვემოთ ჩამოვლინების თეორია (Trickle down theory) კრიტიკის ობიექტად იქცა. ამერიკელი მარკეტოლოგი, დოქტორი ჩარლზ უ. კინგი საკუთარი მარკეტოლოგიური გამოკვლევების საფუძველზე 1963 წელს გვთავაზობს ახალ კონცეფციას — მასობრივი ბაზრის თეორიას — Trickle-across an mass market theory; 1970 წელს ამერიკელი მკვლევარი ჯორჯ ფილდი თავის ნაშრომში „ცვალებადი სტატუსის

ფენომენი. ზევით მიმართული ინოვაციების დიფუზია“ („The Status Float Phenomenon. The Upward Diffusion of Innovation” 1970) წარმოადგენს ჰიპოთეზას მოდის გავრცელების შებრუნებული წესის შესახებ - Trickle-up Theory. ამ თეორიის მიხედვით საზოგადოების ელიტა იმიტირებას უკეთებს დაბალი ფენების სტილს; ჰ. ბლუმერისა (“International Encyclopedia of the Social Sciences”, 1968) და პ. ბურდიეს (`Distinction: a Social Critique of the Judgement of Taste, დაიწერა 1963-68 წლებში და 1979 წელს გამოიცა) ნაშრომებში შემუშვდა მოდის ახსნის კონცეფცია, დაფუძნებული კოლექტიურ ქცევებზე - მოდა, როგორც საბაზრო ეკონომიკის კატალიზატორი. კერძოდ, ჰ. ბლუმერმა წარმოადგინა მოდის სოციალური ფუნქციის სხვადასხვა განმარტების შეჯერებული შედეგი. მას შემდეგ საკითხის შესწავლაში რადიკალური ცვლილებები არ მომხდარა. პ. ბურდიემ ჩამოაყალიბა ძირითადი დასკვნები სოციალური კლასების, ტანსაცმლისა და მოდის შესახებ. ასევე ესეები „კუტურიე და მისი ხელმოწერა: წვლილი მაგიის თეორიაში“ (Le couturier et sa griffe: contribution a une theorie de la magie”, 1975) და „მაღალი მოდა — მაღალი კულტურა“ (Haute Couture – Haute Culture”, 1993).

XX-ის ბოლოსა და XXI-ის დასაწყისში მოდის არსებობის მანძილზე ყველაზე ინტენსიური ცვლილებებია თავმოყრილი. მოდა ფილოსოფოსთა, სოციოლოგთა, ეკონომისტთა, კულტურის მკვლევართა, ლინგვისტთა, ფსიქოლოგთა, ისტორიკოსთა და სხვათა კვლევის ობიექტი გახდა. სულ უფრო აქტუალური ხდება ნაშრომები, რომლებიც წვლილს შეიტანს მოდის, როგორც სოციალურ-კულტურული ფენომენის ფუნდამენტური კვლევების განვითარებაში. მნიშვნელოვანია რ. ბარტის (ინგლ. „Mythologies“, 1957) „მოდის სისტემა“ (ინგლ. - „The fashion system., , ფრანგ. -“Le Systeme de la Mode“, 1967“), უ. ბოდრიარის (ფრანგ. Le Systeme des Objets, 1967), ”სიმბოლური გაცვლა და სიკვდილი“ (ფრანგ. L'Échange Symbolique et la Mort. Gallimard, 1976), „მომხმარებლობის საზოგადოება“ (ფრანგ. La societe de consommation, 1987), უ ლიპოვეცკის (The Empire of Fashion: Dressing Modern Democracy, 1987) და სხვ. ნაშრომები, რომელნიც მოდურ პროცესს ფრანგული სტრუქტურალიზმის ჩარჩოებში განიხილავენ. მათ ნაშრომებში მოდა წარმოჩნდება, როგორც ტანსაცმელსა და ცხოვრებას, სახე-ნიშანსა და საქმეს შორის არსებული ურთიერთობების მისტიფიცირებული სისტემა, საინტერესოა ა. ბ. გოფმანის მოდის თეორიული მოდელი და ა.შ. თუმცა უნდა ითქვას, რომ მრავალრიცხოვანი კვლევები ვერ უზრუნველყოფს კონცეპტუალურ მთლიანობას მოდის გააზრებაში. სამეცნიერო ლიტერატურაში ვხვდებით ცოდნის სისტემატიზაციის მცდელობებს, მაგრამ ვფიქრობთ, შესასწავლი მოვლენის სირთულის გათვალისწინებით, უახლოეს დროსი ნაკლებადაა მოსალოდნელი მოდის ცნების სრულყოფილი და ყოველმხრივი განმარტების შემუშავება. ეს, როგორც სჩანს, სწორედ ის შემთხვევაა, როცა, ფ. სოსიურს თუ დავესესხებით, თვალსაზრისი ჰქმნის თავად ობიექტს. ყველაფრის მიუხედავად, ჩვენ გვესახება, რომ მოდის კვლევისა და მისი მექანიზმების გამოყენებას გადამწყვეტი მნიშვნელობა აქვს სოციალურ-კულტურული პოლიტიკის წარმოებისთვის ინდუსტრიული დიზაინის, მარკეტინგის, რეკლამისა თუ სხვა სფეროებში.

წიგნში განიხილება არა კონკრეტული მოდის განვითარება, რასაც კვლევების უმრავლესობა ეძღვნება, არამედ პოსტსაბჭოთა ქართული მოდური პროცესის დინამიკა საზოგადოების სოციალურ-კულტურული განვითარების მსვლელობაში. ნაჩვენებია ქართული პოსტსაბჭოთა სამომხმარებლო სტილის სპეციფიკა, რომელიც თანამედროვე პირობებში მრავალი მოდური სტილის ინიცირებას ახდენს;

განალიზებულია ქართული პოსტსაბჭოთა მოდა კულტურული პრაქტიკის თვალსაზრისით. ეს მნიშვნელოვანია იმდენად, რამდენადაც მოდის თეორია, როგორც ახალი მეცნიერება, უკავშირებს მოდას არა საზოგადოების კლასობრივ სტრუქტურას, არამედ სხვადასხვა იდენტობებს - გენდერულ, სუბკულტურულს, ასაკობრივსა და სხვ.

XX საუკუნის 30-იანი წლებიდან ტანსაცმლის საყოველთაო მასობრივმა წარმოებამ გამოიწვია XIX-XX ს.ს. საქართველოში დაწყებული ტანსაცმლის აქტიური ევროპეიზაციის ნივთიერება. ამ დროიდან ქართული საბჭოთა მოდა იქმნებოდა ტოტალური სახელმწიფოს პირობებში. საბჭოთა ცენტრალიზებულ ეკონომიკას შეეძლო დაეკმაყოფილებინა მოსახლეობის მოთხოვნები ტანსაცმლის მიმართ თუნდაც გარკვეულ დონემდეც, ვინაიდან ის ემორჩილებოდა მასობრივი წარმოების მოთხოვნილებებს. წინააღმდეგობრივი ტენდენციების დაგროვებას ხელს უწყობდა ტოტალიტარული სისტემა, როცა ღირებულებები ქსოვილების და ტანსაცმლის წარმოების და ღირებულების დარგში ეშვებოდა ზევიდან. შესაბამისად, ტანსაცმლის მოდა, როგორც მთლიანი ატმოსფერო სახელმწიფოში, იყო მაქსიმალურად სტერეოტიპული და სტანდარტიზირებული. ამის გარდა, საბჭოთა საქართველო, როგორც მთლი საბჭოთა კავშირი, არ იყო ჩართული ტანსაცმლის მოდის შექმნის მსოფლიო პროცესში. რასაკვირველია, მსოფლიო რასაკვირველია, მსოფლიო ტენდენციების გავლენა საბჭოთა ქართულ მოდაზე აშკარაა, მაგრამ ეს გავლენა იყო ირიბი და კორექტირებადი საბჭოთა იდეოლოგიის მიერ. თვით ტერმინი „მოდა“ საბჭოთა კავშირში პერიოდულად იდგა გაქრობის ზღვარზე. ამის მიზეზი იყო ასოციაცია მტრულ ბურჟუაზიულ სამყაროსთან. ამიტომ ტერმინს „მოდა“ ენაცვლებოდა სიტყვის გამოთქმა „ჩაცმის ხელოვნება“ ან მსგავსი ვარიანტები. იყო „ტანსაცმლის ინდუსტრია“, და არა „მოდის ინდუსტრია“ მიუხედავად ამისა, საბჭოთა ქართული მოდის სპეციფიკა, ესთეტიკური და მომხმარებლური კულტურა იყო აშკარად გნსხვავებული, ვიდრე სხვა მოკავშირე რესპუბლიკებში, თუ არ ჩავთვლით მოსკოვს, ლენინგრადსა და რიგას. თუმცა, უეჭველია მოსაზრება, რომ დახურულ საზოგადოებაში მოდის როლი, როგორც საზოგადოებრივი ურთიერთობების რეგულატორის, ძალზე უმნიშვნელოა. აქედან გამომდინარე, არ არის მოულოდნელი კითხვათა სხვაობა საბჭოთა საქართველოში მოდის არსებობაზე, როგორც მოდის ობიექტის შენაცვლების უწყვეტ პროცესზე.

ქართული მოდის ისტორია უკავშირდება დამოუკიდებელი საქართველოს ისტორიას. ეს თეზისი მართებულია არა მარტო იმიტომ, რომ ახალი ქვეყანა, რა თქმა უნდა, ყოველთვის

ქმნის საკუთარ მოდას. უბრალოდ საბჭოთა ქართულ მოდას, როგორც უკვე აღვნიშნეთ, ჰქონდა სულ სხვა მიზნები და, შესაბამისად, საზოგადოებაში ფუნქციონირების აბსოლუტურად სხვა მოდელი. როგორც ცნობილი მოდის თეორეტიკოსი ჯ. ბარტლეტი აღნიშნავს, პოლიტიკური რეჟიმი თავის დაღს ასვამს ტანსაცმლის ტარების პრაქტიკასაც.

ნაშრომში ასახულია თანამედროვე მოდური პროცესის განვითარება საქართველოში. კერძოდ, ტანსაცმლის მოხმარების სტილების ტრანსფორმირება 1990-2000-იან წლებიდან 2017-მდე; გამახვილებულია ყურადღება თანამედროვე მოდის არა სანარმოო, ინსტიტუციურ ან მედიურ ასპექტებზე, არამედ ინდივიდუალური, ყოველდღიური ტანსაცმლის დამკვიდრების სპეციფიკაზე, მისი მოხმარების სფეროში აზრობრივი ინტერპრეტირების თავისებურებებზე; გაშუქებულია სამომხმარებლო საზოგადოების ისეთი პრობლემები, როგორებიცაა სამომხმარებლო რევილუცია, მომხმარებლობა, სამომხმარებლო სტრატისადმი მიკუთვნება, მომხმარებლის იდენტობა, კონსიუმერიზმი, ტანსაცმლის მოხმარების მიმართებაში გაზიარებულია ამერიკელი მეცნიერების ფილიპ კოტლერის მყიდველის ქცევის მოდელები, აბრაამ მასლოუს თვალსაზრისი, რომ სამომხმარებლო საზოგადოებაში კონსტრუირებული იდენტობა ეფუძნება ასევე ისეთ მოთხოვნილებას, როგორიცაა კუთვნილებისა და აღიარების მოთხოვნილება - თუ რეფერენტუელმა ჯგუფებმა არ აღიარეს ადამიანი, როგორც „თავისიანი“, მას გაუძნელდება პიროვნული თვითრეალიზება და ა.შ.

1990-იან წლებში დასრულდა „სპეციფიკური და გვიანი საბჭოთა მოხმარების კულტურა“ და დაიწყო დასავლურ სამომხმარებლო საზოგადოებაში ტრანსფორმირების ქაოტური და უთანაბრო მცდელობები. ქართული მომხმარებლობის სფეროში, კერძოდ, ტანსაცმლის მომხმარებლობაში, მომხდარი ცვლილებების აღწერისათვის წიგნში წარმოდგენილია დიკენსონის „სემიოტიკური ტვირთის“ (Semiotic baggage) კატეგორია (Dickinson, 2008). ტანსაცმელი განიხილება, როგორც ნიშნების სისტემა საბჭოთა საზოგადოებიდან პოსტსაბჭოთა საზოგადოებისაკენ გადასვლის პროცესში. ნაჩვენებია, რომ მოჩვენებითი ვესტერნიზაციისა და სხვა გლობალური ტენდენციების მიუხედავად, საქართველოში გასული საუკუნის 90-იან წლებში მოდა არ იყო მთლიანად ვესტერნიზებული, მასიური ტანსაცმელი ჯერ კიდევ შეიცავდა საბჭოთა წარსულის „სემიოტიკურ ტვირთს“. მისი ზოგიერთი მახასიათებლებია: *ეკლექტიკა (ჰიბრიდულობა), შეუმჩნეველობა, ჰერმეტიკობა, „გადაპრანჭულობა“ (საზეიმო სტილი).*

2000-იან წლებში ქართულმა მოდამ შეიძინა ახალი მახასიათებლები: აქტიურად მიმდინარეობს მოდის ინტერნაციონალიზაცია; მოდა საქართველოშიც ხდება სოციალურ-კულტურული ტრანსფორმაციების თავისებური ინდიკატორი; აქტიურად ყალიბდება ახალი სამომხმარებლო კულტურა; წარმოჩენას იწყებს კონსიუმერისტული ფუნქციონალურობის ტენდენციები; მოდა გადადის საბაზრო ურთიერთობებზე. ნაშრომში გაზიარებულია პ. ბურდიეს თეორიულ წინაპირობებს მოდის ფუნქციონირებაზე „სამომხმარებლო ველში“, რომელიც მიესადაგება აღნიშნული პერიოდის საქართველოში ჩამოყალიბებულ ტანსაცმლის მოხმარების სიტუაციას; ნაჩვენებია, რომ მოდური გარეგნობა საქართველოში არის როგორც ინდივიდისა და საზოგადოების თვითდიდენტიფიკაციის საშუალება, ასევე -

სოციალური თვითდამკვიდრების თვალსაჩინო დემონსტრირება და დემონსტრაციული ქცევის ფორმა.

ქართულ მოხმარებაში საკმოდ თავისუფლად დამკვიდრდა სტილი “Casual”- საყოველღეო, მაგრამ უაღრესად მოდური. ნიშანდობლივია, რომ ევროპელები დღევანდელ მოდას აღიქვამენ როგორც უხალისოსა და ერთფეროვანს. ევროპული „ქაუქალის“ ძირითადი შემადგენელი ნაწილებია: მინიმალიზმი, არახასხასა ფერები, აქსესუარების მცირე რაოდენობა... (Merkel 1999). ჩვენი თანამემამულეების აღქმაში ტანსაცმლის სტილების ფონი კი მკვეთრი, პრეზენტაციული და მრავალფეროვანია. წიგნში აღინიშნება, რომ განსხვავების ძირითადი მიზეზი არის ის, რომ ინდივიდუალიზაციის და თვითგამოხატვის აღზევების პერიოდი სამომხმარებლო სფეროში დასავლეთის ქვეყნებმა უკვე გამოიარეს ჯერ 1960–იან წლებში (Lynch, Strauss, 2007) და ინტერესი დაკარგეს კიდევაც. საქართველოში ეს პროცესი ახლა იწყებს განვითარებას, ამიტომაც მეტ ყურადღებას იქცევს. მეორე მხრივ, საბჭოთა მოდასთან შედარებით თავისი „შემჩნეველი შემჩნეველობით“ თანამედროვე ქართული მოდა უთუოდ სასიამოვნოდ განსხვავებულ შთაბეჭდილებას ტოვებს ტანსაცმლის მრავალფეროვნების გამო. მაგრამ, ადამიანები მაინც ერთნაირად გამოიყურებიან. ტანსაცმელში მოჩვენებითი ჭრელი მრავალფეროვნების მიუხედავად, ფიქსირდება ყოველდღიური სტილის დომინირების ტენდენცია. თუმცა, ერთნაირობა გამოიხატება არა ფასონში, თარგში ან ქსოვილებში, არამედ ერთფეროვან სიჭრელეში, რომელიც ხელს უშლის რაიმე კონკრეტულ სტილზე დაფიქსირებას. მოდას საქართველოში არ ახასიათებს ევროპული გულგრილობა ტანსაცმლის მიმართ. იგი აქტიურად უარყოფს „ტოტალურ Casual“-ს (Hill, 2005), რომლის ტენდენცია, ე. ჰილს თუ დავესესხებით, პრაქტიკულად ნებისმიერ ევროპულ ქალაქს ახასიათებს. მაგრამ, ქართველებმა ასევე, ჯერჯერობით ვერ მიაღწიეს ინდივიდუალიზაციის შედეგად მიღებულ იმ სტილურ მრავალფეროვნებას, რაზედაც ელისაბედ უილსონი (Wilson, 2006) საუბრობს. შექმნილი სიტუაცია მეტყველებს იმ გარემოებაზე, რომ ქართველები იმყოფებიან შუალედურ სტადიაში, რომლისთვისაც დამახასიათებელია „ტანსაცმლის დიფერენცირებული სტილების“ (Differentiated clothing style) ჩამოყალიბება (Lynch, Strauss 2007). ამავე დროს ნაშრომში დაფიქსირებულია, რომ ერთგვაროვანი საერთო ელემენტები ტანსაცმლის სტილებში შეინიშნება ჯგუფებში, რომელთა წევრები იზიარებენ ერთნაირ ფასეულობებს (სოციალური მახასიათებლები, სუბკულტურები, გენდერი, ასაკი და ა.შ.),

ამავე პერიოდიდან მოდამ შეიძინა ახალი სულიერი და ფასეულობითი ორიენტირები; მით უფრო, რომ **სუბკულტურული სტილების** მიერ ინდუცირებული პროცესები სულ უფრო ვრცელდება ჩვენს ქვეყანაში და Streetstyle-ის სახით მკვიდრდება ქართული მოდის პრაქტიკაშიც. წიგნში სუბკულტურული ინოვაციებისა და მოდური ტრენდების თანათვარდობის ზოგიერთ ასპექტზეა ყურადღება გამახვილებული. ეს საკითხებია – სუბკულტურული ვესტიმენტარული კანონის და მაღალი მოდის ურთიერთმოქმედება, ჯგუფური ნიშნური კოდის ადაპტირება ქართული მასობრივი მოხმარების სფეროში. აღნიშნულია, რომ „კლასიკური“ საერთაშორისო სუბკულტურებისათვის დამახასიათებელი მიდრეკილება გარეგნულ ატრიბუტიკისადმი დარჩა წარსულში. დადგა სხვადასხვა სტილის

ელემენტების ქაოტური გამოყენების დრო. ანალოგიურ ტენდენციებია ტანსაცმლის ქართულ ახალგაზრდულ მოხმარებაშიც. სუბკულტურული სტილები გამოიკვეთა ფართო მოხმარებაში. ამასთან, ახალგაზრდების მიერ ტანსაცმლის მოხმარება ეფუძნება სუბკულტურული მიმართულების არა ავთენტურ „მოდელს“, არამედ მათ „ასლებს“; ანუ დიზაინერთა იმ პროდუქციას, რომლებშიც ჯგუფური ნიშნური საპროტესტო კოდები უკვე გარდაიქმნა სტილისტიკურად მრავალრიცხოვან რეპრეზენტაციად და ახლა ოდნავ გვაგონებს პირველწყაროს. ეს ბუნებრივიცაა, ვინაიდან ჩვენში სუბკულტურას, როგორც მოვლენას, არ ჰქონდა ისეთი მძლავრი მხარდაჭერა, როგორც უცხოეთში. ამის გამო სუბკულტურული მოდის მოხმარების ხასიათი იქცევა რეპრეზენტაციის სტილად, „ცარიელი“ ნიშნების თამაშად, რომლებსაც არაერთხელ ხმარობენ სხვადასხვა კომბინაციაში და რომლებიც გვევლინება, როგორც პოსტმოდერნისტული „ფეერიული პაროდია“ (Baudrillard, 2006). ადვილად საცნობია თბილისის ქუჩებში ტანსაცმლის სტილი „გრანჟი“, „რეპრეზი“, დახურული გოთური სუბკულტურის წარმომადგენელი; ღამის კლუბებში ხშირად ბაძავენ XXI საუკუნის ამა თუ იმ სუბკულტურის წარმომადგენლის გარეგნულ ატრიბუტიკას, რომელსაც ქაოტურად ხმარობენ. იცვამენ, როგორც ჰიპები, პანკები, გოთები, სკვიტერები, როლერები, ბაიკერები, როკერები და სხვ., მაგრამ არ უკავშირდებიან თავის გარეგნობას მათ იდეოლოგიას. ზოგადად, ლაპარაკია „ინსცენირებაზე“. ამ მნიშვნელობით ციტირება და ინსცენირება წარმოადგენს იმ გლობალური ნიმუშების სესხებას, რომლებიც მონყვეტილია პირვანდელ – ჭეშმარიტ – მნიშვნელობას. მაგრამ, ეს სესხება მნიშვნელოვანია ახალგაზრდების თვითიდენტიფიკაციისა და ინდივიდუალიზაციისათვის და ქართული მოდის მოდერნიზირებისათვის.

ნივში ნაჩვენებია, რომ თამაში გენდერული სტერეოტიპებით, „მამაკაცურ-ქალური“ დიქტომიის შერყევა და საერთოდ ყოველგვარი გენდერული ამბივალენტობა პოსტმოდერნიზმის ეპოქის კულტურაში გარკვეულწილად ინაცვლებს პოსტსაბჭოთა საქართველოს ტანსაცმლის მოხმარების სფეროშიც. თანამედროვე ქართული საზოგადოება თავისი რღვევითა და გარდაქმნებით, მოდური ამბიციებით ვერ დარჩებოდა მოდის ლიბერალიზაციის ტენდენციის მიღმა. ეს ყოველივე ვლინდება ისეთი მოვლენების განვითარებაში, როგორებიცაა: **ტანსაცმლის გენდერული დიფერენციაციის ნიველირება, მოდის გენდერული ნეიტრალიზაცია („Unisex“), მამაკაცის მოდის ლიბერალიზაცია და სექსუალიზაციის განმტკიცება.** აღსანიშნავია, რომ მოდისა და მოდური ნიშნების ფუნქციონირების დღევანდელი ქართული სპეციფიკა გამოიხატება მისი სიმულატიურობის რადიკალურ ზრდაში. კერძოდ, ნიშნები, რომლებსაც წინა კულტურულ ეპოქებში ფუნქციონალურად (რეფერენციალურად) ჰქონდა ქალსა და მამაკაცთან დაკავშირებული მნიშვნელობა (შარვალი – მამაკაცის სქესისადმი კუთვნილების ნიშანია, ქვედატანი – ქალისადმი), დღეს აღარ შეიცავს არანაირ მკაფიო მინიშნებას. მათ ამჟამად აქვს არა სოციალური აღნიშვნის ფუნქცია, არამედ უფრო პიროვნების გამოხატვისა და საკუთარი „მეს“ ინდივიდუალური კონსტრუქციის. ამდენად, ტანსაცმლის მოხმარების დღევანდელ ქართულ კულტურაში თანდათან მკვიდრდება შემდეგი ტენდენცია: ადამიანი თავისუფალია, ის იყენებს ნებისმიერ ნიშნებსა და სიმბოლოებს თავისი „მეს“ თვითიდენტიფიკაციისათვის;

სტილიზაციის, სიმულაციისა და მისტიფიკაციის ჩათვლით. ნარჩუნდება მსგავსება ქალის და მამაკაცის რეპრეზენტაციებში, მაგრამ, ამავე დროს, შეინიშნება მეტი დემოკრატიზაცია და თავისუფლება ახალგაზრდულ სეგმენტში. გამოვლინდა სტილების პლურალიზაციის ტენდენცია. ეს ვლინდება ფერთა გამის მრავალფეროვნებაში, ორივე სქესის ტანსაცმელში აქსესუარების, დეკორატიული ელემენტების დანერგვაში. ამასთანავე სქესობრივი და გენდერული კუთვნილება ინაცვლებს მეორე პლანზე.

იკვლევს რა მოდას თანამედროვე საზოგადოებაში, ნაშრომი **ეკონომიკურ ასპექტზე** ამახვილებს ყურადღებას. წიგნში განსაკუთრებულ ინტერესს იწვევს მოდური ტანსაცმლის **სამამულო ინდუსტრიის** ჩამოყალიბების აქტუალური პრობლემები, მისი განვითარების დამაბრკოლებელი სოციალურ-კულტურული ბარიერები პოსტსაბჭოთა ქართულ საზოგადოებაში და მათი თავისებურებები. იმის გათვალისწინებით, რომ კულტურის მკვლევართა პროფესიულ საზოგადოებაში მიღებულია კულტურის ფართო გაგება, პირველად ქართულ ჰუმანიტარულ მეცნიერულ თეორიაში აღნიშნული პრობლემა განიხილება კულტურის კვლევების პოზიციებიდან. უეჭველია, რომ, წიგნში აღნიშნული პერიოდის ფარგლებში, სიტუაცია საქართველოში საგრძნობლად განსხვავდება ანალოგიურისაგან დასავლურ სამყაროში. ეს ადვილად აიხსნება იმით, რომ ქართული მოდა, ევროპული გაგებით, ჯერ კიდევ ახალგაზრდაა. რთულია, მოკლე დროში შექმნა ის, რაც ევროპაში იქმნებოდა ათწლეულების განმავლობაში, და, თუ მოდის ინდუსტრია ამერიკის შეერთებულ შტატებში მეორე მსოფლიო ომის შემდეგ ტექნოლოგიურადაც ძალიან აქტიურად ვითარდებოდა, ქართულ მოდაში ყველაფერი ხდება იმ სქემით, რომელიც, მაგალითად, ფრანგულმა მოდამ უფრო გამარტივებული ვარიანტით გაიარა ასი წლით ადრე. საფრანგეთის მაგალითზე აშკარაა, რომ მოდის შექმნასა და გავრცელებაში უმნიშვნელოვანესია არსებული ინსტიტუციური სისტემა თავისი მკაცრი შინაგანი იერარქიით, საქართველოში კი ამდაგვარი ინსტიტუციური სისტემა დღემდე არ არსებობს. არ არის განვითარებული ინფრასტრუქტურა. წიგნში აღინიშნება, რომ მიუხედავად არსებული პრობლემებისა, 2000-იანი წლების დასაწყისიდან უკვე სჩანს „მასობრივი სამომხმარებლო“ ქართული ბრენდების განვითარების მეტ-ნაკლებიად წარმატებულ მცდელობებს. იტალიური ჟურნალის Vogue მთავარი რედაქტორი სარა მაინო აღნიშნავს, რომ ქართველ დიზაინერებს გააჩნიათ ნაღვილად საინტერესო განვითარებადი პოტენციალი. ისინი ატარებენ საინტერესო ექსპერიმენტებს როგორც ფორმის, ასევე მასალის მხრივ. თუმცა, აღნიშნული პერიოდის საქართველოში, მიუხედავად იმისა, რომ არიან კარგი დიზაინერებიც და არსებობს ახალი იდეებიც, მაინც ჯერ კიდევ არ მუშაობს ბიზნეს-მოდელები, რომლებსაც კარგი ნიმუშები შეუძლიათ აქციონ საერთაშორისო ბაზარზე კონკურენტუნარიან კონვეიერულ წარმოებად. ტრადიციულად მსოფლიო დონის მოდის სახლებში ტანსაცმლის შექმნის, მისი წარმოების, გაყიდვისა და ბაზარზე წარმოჩენის ფუნქციები განაწილებულია დიზაინერებს, კომერციულ მენეჯერებსა და პროდიუსერთა შორის და ა.შ. - ეს კი პრაქტიკულად არ შეინიშნება საქართველოში... ქართული მოდური პროცესის განვითარების თავისებურებების ანალიზისას ნაშრომში პრობლემის საკუთარი ხედვისა და გააზრების საფუძველზე შემოთავაზებულია რეკომენდაციები მოდური ტანსაცმლის

ქართული ბაზრის დასარეგულირებლად და, შესაბამისად, მოდის ინდუსტრიის განსავითარებლად. ცხადია, რომ თანამედროვე ეტაპზე აუცილებელია კულტურის კვლევების კონტექსტში მოდის ბაზრის პრობლემატიკის თეორიული გააზრება.

ძალზე მწვავედ დგას ქართველი დიზაინერების განათლების პრობლემაც, რომელიც არ იძლევა სრულ პასუხს თანამედროვე გამოწვევებზე. სახეზეა ტრადიციული ინსტიტუციის სუსტი კონკურენტუნარიანობა. არსებული ვითარება ცხადყოფს, რომ აუცილებელია სამამულო უმაღლესი სკოლის გამოცდილების კრიტიკული გააზრება და პრინციპული ცვლილებები. ნათქვამის გათვალისწინებით, ჩნდება კითხვები: შესაძლებელია თუ არა ამ პრობლემების გადაჭრა განათლებისა და ახალი ტექნოლოგიების დანერგვის დახმარებით? ფლობს თუ არა დღეს დიზაინერული საგანმანათლებლო ინსტიტუცია ნებას, რომ მან გეზი აიღოს განახლებისაკენ, კონცეპტუალური და მხატვრული განვითარებისაკენ ან რა არის საჭირო იმისთვის, რომ ეს პრობლემები ეფექტურად გადაიჭრას? აქედან გამომდინარე, განსაკუთრებულად აქტუალურია ქართული დიზაინერული განათლების კონცეფციის შემუშავების პირველი მცდელობა, რომელიც გააზრებულია ავტორის პედაგოგიური გამოცდილების საფუძველზე და წარმოდგენილია ამ წიგნში.