

## ტანსაცმლის მასობრივი სტილის ტრანსფორმირება პოსტსაბჭოთა საქართველოში

არსებობს აზრი, რომ საბჭოთა საქართველოში, როგორც ტოტალიტარული სახელმწიფოს ნაწილში, მოდა არ არსებობდა. მოდა შეიძლებოდა ყოფილიყო მხოლოდ ოფიციალური და გამორიცხული იყო კონკურენტული სივრცეების ერთდროული არსებობა. თუმცა ჩვენ ვთვლით, რომ ცალსახა დამოკიდებულება ამ პრობლემისდმი გაუმართლებელია. ქართულ საბჭოთა მოდაზე მსოფლიო ტენდენციების გავლენა უდავოა. მართალია ეს გავლენა იყო ირიბი და ექვემდებარებოდა საბჭოთა იდეოლოგიის წნეხს, მაგრამ, ტოტალური დეფიციტისა და იდეოლოგიური წნეხის პირობებშიც კი, საბჭოთა საქართველოში ქალები ყოველთვის ცდილობდნენ ჩაეცვათ მოდურად და ქალურად ეწინააღმდეგებოდნენ უსახური მასობრივი გემოვნების იმპერატივს.

ტანსაცმლის ვიზუალურ ენას გააჩნია ნიშნების თავისი სისტემა თავისებური კოდებით. ერთ-ერთი მათგანია ტრადიციული, რომლის ფესვებიც წარსულშია. მეორე – თანამედროვე, რომელიც ჩნდება უახლესი ტექნოლოგიების გავლენით. პირველში ვხედავთ უამრავ კლიშეს და სტერეოტიპს. იგი ძალიან ნელა იცვლება. მეორე კი სწრაფად რეაგირებს ცვლილებებზე საზოგადოებაში. შესაბამისად, ტანსაცმელი წარმოადგენს წარსულიდან მომავალში ინფორმაციის გადამცემ თავისებურ კოდს.

დამოუკიდებელი საქართველოს მოდა, როგორც ნებისმიერი ცივილიზებული საზოგადოების მოვლენა, ცდილობს შესთავაზოს საზოგადოებას ახალი, თანამედროვე ესთეტიკა. იგი ცდილობს, გახდეს უფრო მოსახერხებელი და სასურველი. შეიძლება ითქვას, საქართველოში გათავისუფლდნენ რა შემოჭრავ წესდებების, კანონების და მითითებებისაგან, მოიპოვეს თავისუფალი ნების გამოხატვის საშუალება. ამან გამოიწვია კოსტიუმის ფორმის რადიკალური ცვლილება, ტანსაცმლის მოხმარების პრინციპულად ახალი სახეობების გაჩენა.

მეოცე საუკუნის 90–იანი წლებიდან თანდათან ხდება ქართული მოდური პროცესის მოდიფიცირება. ეს მოვლენა შეიძლება დახასიათდეს როგორც ვესტერნიზაცია, გლობალიზაცია და ლოკალიზაცია, ტანსაცმლის სტილების სულ უფრო მზარდი დიფერენცირება. თუმცა გასული საუკუნის 90 –იან წლებში ტანსაცმელი ჯერ კიდევ შეიცავდა საბჭოთა წარსულის „სემიოტიკურ ტვირთს“. შესამჩნევია, რომ ტანსაცმლის ზოგიერთი მახასიათებლები გვახსენებენ მოხმარებლობის საბჭოთა კულტურას. ესენია - ეკლექტიკა (ჰიბრიდულობა), შეუმჩნევლობა, ჰერმეტიკობა, „გაპრანჭულობა“. მაგრამ, თუ XX საუკუნის შუა წლებში მოდაში არსებობდა ერთდროულად ორი-სამი მკვეთრად გამოხატული მიმართულება, ამ ეტაპზე უკვე მთავარია არა რომელიმე სტილის აყოლა, არამედ საკუთარი იმიჯის ძიება. მოდურია

სახე, ინდივიდუალობა. 90-იანი წლების საქართველოში ტანსაცმლის სპეციფიურ კულტურაზე საუბრისას, ჩვენ ვლაპარაკობთ ტანსაცმლის ენის რღვევაზე სამოსში ერთი მოდური ნივთის დომინირებით, ანუ გამოურჩევლობა შეთავსებულია ტანსაცმლის დიზაინის თანამედროვე ტენდენციებთან და ამით გვიჩვენებს სტილის ჰიბრიდულობას.

ტანსაცმლის კულტურის თავისებური სპეციფიკა 90-იანი წლების საქართველოში შეინიშნება ფერების შეხამებაშიც. თუ გავიხსენებთ, საბჭოთა ტანსაცმლის ფერების ძირითადი სტილისტიკური პარამეტრია - უფერული, უდიდამო ნივთები, ნეიტრალური ფერები (ნაცრისფერი, ჩალისფერი, შავი, თეთრი). სხვა პარამეტრები – ფაქტურა, ფასონი, ნივთების ჟანრობრივი შესაფერისობა – არ იყო მნიშვნელოვანი. მეცნიერები მიაკუთვნებენ ტანსაცმლის ამ საბჭოურ მოვლენას შეუმჩნეველი შეუმჩნეველობის კატეგორიას. ასევეა 90-იანი წლების ქართული მასიური მოდის სახე - არ არის ხასხასა ფერები. ამასთან დაკავშირებით საფუძვლიანია, ალბათ, საბჭოთა მენტალიტეტის ნარჩენებზე საუბარი. მაგრამ, ვფიქრობთ, 90-იანელების ტანსაცმლის მუქი ტონი და პირქუშობა არანაკლებად გამონჭვეული იყო იმ ეგზისტენციალური მდგომარეობით, რომელშიც ქართული საზოგადოება აღმოჩნდა 90-იანი წლების დრამატული მოვლენების შედეგად. იმ ათწლეულის კოსტიუმის ენა ხაზს უსვამს, რომ ეს იყო უძძიმესი ტრავმების დრო. თუ გადავხედავთ ამ პერიოდის ჩაცმულობის ამსახველ ფოტოსურათებს, შევნიშნავთ, რომ 90-იანი წლების მანდილოსნები ბევრად არ განსხვავდებიან ერთმანეთისგან. თუმცა 1990 – იან წლებშივე შეიმჩნევა ასევე საკმაოდ სასაცილო ხელის აღმართვა „ბურჟუაზიულ ბრწყინვალებაზე“, რომელიც შეიძლება შევეფარდოთ ცნებას „გაპრანჭულობა“. ტიპური გამოპრანჭული მანდილოსანი - მუდმივი სალამოს ვიზაჟი, სამკაულები (დღისით და საღამოთი), ნატურალური ბენვეული და ტყავი (ხშირად უადგილოდ), აუცილებლად თვალში საცემი დასავლური ეტიკეტები ტანსაცმელზე. თბილისელები ამგვარ მორთულობას საუბარში სარკაზმით უწოდებდნენ რუსული სიტყვით „ნავაროჩენი“.

დაახლოებით 2000-იანების პირველი ათწლეულიდან ქართული მოდა უფრო აქტიურად უახლოვდება ერთიან მსოფლიო მოდის ველს. იგი უცილობლად გადადის საბაზრო ურთიერთობებზე. მიმდინარეობს მოდის ინტერნაციონალიზაცია. მოდა ხდება სოციალურ-კულტურული ტრანსფორმაციების თავისებური ინდიკატორი, რომელზეც დიდ გავლენას ახდენს სოციალური და კულტურული გარემო. თავის მხრივ, მას თვითონაც შეუძლია გავლენა იქონიოს საზოგადოების განვითარებაზე, მომხმარებელთა ქცევაზე. აქტუალურია მოდის ლიდერების თანამედროვე თეორია - პოლიცენტრულობის თეორია, და არა მოდის „ზევიდან ქვევით“ («Trickle-down») ჩამოღინების თეორია. დომინირებს არა ერთი, არამედ მრავალი სტილი. თუმცა, ამავე დროს, ერთგვაროვანი საერთო ელემენტები ტანსაცმლის სტილებში შეინიშნება ჯგუფებში, რომელთა წევრები იზიარებენ ერთნაირ ფასეულობებს - სოციალური მახასიათებლები, სუბკულტურები, გენდერი, ასაკი და ა.შ. მოდამ შეიძინა ახალი სულიერი და ფასეულობებითი ორიენტირები.

ყველაზე გავრცელებულია სტილი “ქაჟუალი” (Casual) - საყოველღეო, მაგრამ ძალიან მოდური. საინტერესოა, რომ, ევროპელები დღევანდელ მოდას აღიქვამენ როგორც უხალისოს და ერთფეროვანს, ჩვენი თანამემამულეებისათვის კი ტანსაცმლის სტილების ფონი მკვეთრი, პრეზენტაციული და მრავალფეროვანია. განსხვავების ძირითადი მიზეზი, ჩვენი აზრით, არის ის, რომ ინდივიდუალიზაციის და თვითგამოხატვის აღზევების პერიოდი მომხმარებლობის სფეროში დასავლეთის ქვეყნებმა უკვე გამოიარეს ჯერ კიდევ 60-იანებში, ინტერესიც დაკარგეს, რაც ჩაცმის მიმართ გულგრილობაში გამოიხატება. საქართველოში ეს პროცესი ახლა იწყებს განვითარებას. რა თქმა უნდა, საბჭოთა მოდასთან შედარებით თავისი “შეუმჩნეველი შეუმჩნეველობით”, თანამედროვე ქართული მოდა აქტიურად უარყოფს ერთნაირობას, უფერულ უხალისო უღიმღამობას და განსხვავებულ შთაბეჭდილებას ტოვებს მრავალფეროვნების გამო. თუმცა, ჩვენი დაკვირვებით, ადამიანები დღესაც ერთნაირად გამოიყურებიან. ქართველების ტანსაცმელში მოჩვენებითი ჭრელი მრავალფეროვნების მიუხედავად, ერთნაირობა გამოიხატება არა ფასონში, თარგში ან ქსოვილებში, არამედ, ერთფეროვან სიჭრელეში, რომელიც ხელს უშლის რაიმე კონკრეტულ სტილზე დაფიქსირებას. ევროპელებისგან განსხვავებით, ქართველებმა ჯერ ვერ მიაღწიეს ინდივიდუალიზაციას ტანსაცმელში, ასევე იმ სტადიას, რომელიც შეიცავს „ტოტალურ Casual“-ს. ვფიქრობთ, ქართული მასიური მოდა იმყოფება შუალედურ სტადიაში, რომლისთვისაც დამახასიათებელია “ტანსაცმლის დიფერენცირებული სტილები”-ს (Differentiated clothing style) ჩამოყალიბება. თუმცა შეიმჩნევა სტილის განახლება სხვადასხვა მიმართულებით, მიმდინარეობს ტანსაცმლის ტარებაზე კონსერვატორული შეხედულებების “დემოკრატიზირება”, მოხმარების სტილში ახალგაზრდობის კულტის დანერგვა.

ასე, მაგალითად, სულ უფრო ვრცელდება სუბკულტურული სტილების ინდუცირებული პროცესი, რომელიც სთრითსტაილის სახით (Street Style) მკვიდრდება ქართული მოდის პრაქტიკაში. სთრითსტაილი ამკვიდრებს სუბკულტურული ნოვაციების ინკორპორაციას მომხმარებლობის სფეროში და ამდიდრებს ქართულ მოდას ისეთი თვისებებით, როგორიცაა უნივერსალობა, თავისუფლება, ტრანსფორმირების უნარი. თავიდან საზოგადოების მიერ უარყოფილი ნიშნები, სწრაფად ხდება საბაზრო საქონელი და გადადის საერთო მომხმარებლობაში.

შესამჩნევია, რომ ქართველი ახალგაზრდების მიერ ტანსაცმლის მოხმარება ეფუძნება სუბკულტურული მიმართულების არა აუთენტურ „მოდელებს“, არამედ მათ „ასლებს“. ანუ, ტანსაცმელს, სადაც საპროტესტო, კონტრკულტურული კოდები ოდნავ გვაგონებენ პირველწყაროს. ცალკეული ექსპერიმენტები შემოფარგლულია პირადი ფანტაზიით და მისანვლოში მასალით (ფერადი იროკეზები (სპეციფიური ვარცხნილობა), ნიშნები, ინგლისური ქინძისთავეები, ტყავის ქურთუკები, დახეული ჯინსები და ა.შ.). შედეგად, გარეგნობა თავისებური ხდება. ასე, მაგალითად, პოპულარული სტილის “ჰიპ-ჰოპ”-ის

მიმდევრები ხმარობენ სპორტულ ტანსაცმელს ისეთი გლობალურად ცნობილი გიგანტებისა, როგორცაა «Adidas»-ი, «Puma», «Reebok»-ი, «Converse», «Nike» და სხვ. მათ გარეგნობას გამოარჩევს ე. წ. “კროსოვკებთან” და “ბეისბოლის” ქედებთან შეთავსებული ფართო მოჭაჭული შარვალი დაბალი ჭრილით, ან კაპიუშონიანი ბლუზები. ამასთან, ტანისამოსი აუცილებლად დიდი ზომის, თავისუფალია. თბილისის ქუჩებში პოპულარულია სტილი ნეო პანკი - ხასხასა ფერები, დახეული ჯინსები, ეკლებიანი სამაჯურები, ელვა-საკეტები, ძენკვების და გალაქული ტყავის სიუხვე, ჭრილები ტანსაცმელზე... ამის გარდა - ეპატაჟი და ტრადიციების პაროდირება.

საქართველოში შეიძლება ასევე შევხვდეთ მსოფლიოში პოპულარული, საინტერესო, მაგრამ დახურული გოთური სუბკულტურის წარმომადგენელს. ეს სუბკულტურა ვითარდება პანკიდან და XIX საუკუნის გოთიკური რომანებიდან. გოთები ამჯობინებენ გამოიყენონ ტანსაცმელში წარსული საუკუნეების შავი ფერის სამოსის ელემენტები თანამედროვე ინტერპრეტაციით. ფეთხეობა, ბაცი ფერები ტანსაცმელში, განზრახ დახეული და ჭუჭყიანი ნივთები, ძველი მაისურები საყვარელი მუსიკალური ჯგუფების ლოგოტიპებით, ზომამზე დიდი ტყავის ქროთუკები, წვეტიანი აქსესუარები – დღევანდელობაში ძალზე პოპულარული სტილი „გრანჟი“-ის ატრიბუტიკაა. დაფუძნებულია ეკლექტიკაზე. თბილისის ქუჩებში ასევე შეიძლება ვნახოთ “რეპერები”. მათი სტილი ადვილად საცნობია: ტანსაცმელი ვითომ გამონაცვალაია, განიერი ჩანეული ჯინსები ან სპორტული შარვალი, ბენდენა და ხშირად მასზე გვერდზე ჩამოფხატული ბეისბოლის ქუდი, მოცულობითი მაისური ან ზედატანი “კაპიუშონით”, “კროსოვკები”, აქსესუარები (მსხვილი ძენკვები, საათი, ბეჭდები (იდეალურ შემთხვევაში – დიდი, კეთილშობილი მეტალების იმიტაცია ხელოვნური თვლებით). ასე გამოიყურება ტიპური რეპერები. თბილისელი რეპერები ახდენენ ბრონკსელი (Bronx, ერთ-ერთი რაიონი ნიუ - იორკში, აშშ) შავი ბიჭების კულტურის ციტირებას. ამ შემთხვევაში ლაპარაკია „ინსცენირებაზე”, რომელიც მონყვეტილია პირვანდელ – ჭეშმარიტ – მნიშვნელობას. მაგრამ, ეს სესხება მნიშვნელოვანია ახალგაზრდების თვითიდენტიფიკაციისა და ინდივიდუალიზაციისათვის, ქართული მოდის მიდერნიზირებისათვის.

ლამის კლუბებში, წვეულებებზე ხშირად გვხვდებიან ახალგაზრდები, რომლებიც ბაძვენ XXI საუკუნის ამა თუ იმ სუბკულტურის წარმომადგენლის გარეგნობას, თუმცა თვითონ არ მიეკუთვნებიან არც ერთს. ამასთან, „კლასიკური” სუბკულტურებისათვის დამახასიათებელ გარეგნულ ატრიბუტიკას ხმარობენ ქაოტურად. იცვამენ, როგორც ჰიპები, პანკები, გოთები, სკვიტერები, როლერები, ბაიკერები, როკერები და სხვა, მაგრამ არ უკავშირებენ თავის გარეგნობას მათ იდეოლოგიას. კლაბერები არიან თუ არა, ისინი წარმოადგენენ გარკვეულ სოციალურ ფენომენს. მათთვის ტანსაცმელი არის თვითგამოხატვის და საკუთარი განუმეორებელი სტილის შექმნის ყველაზე მისაღები და ხელმისაწვდომი საშუალება.

თამაში გენდერული სტერეოტიპებით, „მამაკაცურ-ქალური“ დიქტომიის შერყევა და საერთოდ ყოველგვარი გენდერული ამბივალენტობა დღეს საქართველოში გარკვეულწილად ინაცვლებს ტანსაცმლის მოხმარების ცენტრშიც. ამკარაა, რომ მოდის და მოდური ნიშნების ფუნქციონირების დღევანდელი ქართული სპეციფიკა ასევე გამოიხატება იმაში, რომ ხდება მისი სიმულატიურობის რადიკალური ზრდა. ნიშნები, რომლებიც წინა კულტურულ ეპოქებში რეფერენციალურად (ფუნქციონალურად) აღნიშნავდნენ რაღაც მათთან დაკავშირებულს (შარვალი – მამაკაცის სქესისადმი კუთვნილების ნიშანია, ქვედატანი – ქალისადმი), დღეს არ შეიცავენ მკაფიო მნიშვნელობას. ისინი ამჟამად ატარებენ არა სოციალური აღნიშვნის ფუნქციას, არამედ უფრო პიროვნების თვითდამკვიდრების, ინდივიდუალური კონსტრუქციების ფუნქციას. ადამიანი თავისუფალია გამოიყენოს ნებისმიერი ნიშნები და სიმბოლოები თავისი “მე” –ს თვითგამოხატვისათვის, სტილიზაციის, სიმულაციის და მისტიფიკაციის ჩათვლით. სქესობრივი და გენდერული კუთვნილება ამასთან გადაინაცვლებს მეორე პლანზე. თუმცა, ძალიან ხშირად, ამკარა გენდერული იდენტურობის არქონა არის არა განსაკუთრებული განცხადება, არამედ უბრალოდ კონკრეტული ტანსაცმლის მფლობელის მხრიდან მოდის აყოლა.

ისტორიულად სულ მცირე ვადაში ქართველმა ქალებმა მამაკაცის ტანსაცმლის პრაქტიკულად ყველა ელემენტი აითვისეს. მამაკაცის და ქალის მოდის დაახლოების ყველაზე მკაფიო მაგალითი არის ქალების მიერ შარვლის ტარება. ალბათ აღარ არსებობს ისეთი ქალი, ვისაც თავის გარდერობში არ ქონდეს პერანგი ან შარვალ-კოსტიუმი. ქართული ქუჩის მოდა ხდება უნივერსალური – მამაკაცის და ქალის ტანსაცმლის სილუეტები, მითუმეტეს ახალგაზრდებში, სულ უფრო ქმნიან რაღაც საერთოს. გოგონები და ვაჟები ატარებენ ერთნაირ ჯინსებს, მსგავს ქურთუკებს, ფეხსაცმელს, აქსესუარებს. ვაჟები ატარებენ გრძელ თმას ან კრეატიულ ვარცხნილობას, უვლიან თავს და ხმარობენ კოსმეტიკას. ასევე XXI საუკუნის პირველ ათწლეულებში ქალის მოდაში საბოლოოდ დამკვიდრდა სტილი აგრესიული სექსუალურობის ნიშნებით, ან, უფრო რბილი ვარიანტის სახით, ეროტიკული თამაშის სახით. ქალის ტანსაცმელი უკვე მოწოდებულია კი არ დაფაროს, არამედ გააშიშვლოს სხეული. ასევე აქტუალურია დღეს საქართველოში მამაკაცთა მოდის ლიბერალიზაციის თემა. აღინიშნება ერთგვარი კანონზომიერებას, რომელიც უკავშირდება მამაკაცის ტანსაცმლის ფემინიზაციას საქართველოში. მიმდინარეობს რევოლუცია მამაკაცთა კოსტიუმის სფეროში – ქალის ტანსაცმლის ელემენტების ჩართვა მამაკაცის სამოსში და, ნაკლებად შესამჩნევი, მაგრამ, მაინც არსებული, ანდროგინობისკენ მიდრეკილება. მამაკაცებმა აქტიურად დაიწყეს ტრადიციული „ქალური“ სილუეტების, სახეების და პრინტების სესხება. გენდერული საზღვრების დარღვევა ტანსაცმლის მოხმარებაში აღინიშნება აქსესუარებშიც, რომლებიც სულ უფრო და უფრო კარგავენ გენდერულ სხვაობას. მაგალითად, მამაკაცის აქსესუარების ასორტიმენტი საგრძნობლად გაფართოვდა ქალის არსენალიდან ნასესხობების

ხარჯზე. მამაკაცი თამამად ხმარობს ეგზოტიკურ სამკაულებს – მძივებს, სამაჯურებს ფერადი თვლებით, საყურეს, უფრო კონსერვატორული კი იკეთებენ შარფს/მოსახვევს პლეიბოის სტილში. მამაკაცის ჩანთებს ტრადიციულად ხისტი ფორმა და მუქი ფერი ჰქონდათ, ახლა კი ისინი თანდათან „კარგავენ გენდერს“ და ტილოს სხვადასხვა ფერის ჩანთები ავსებენ უკვე მამაკაცის მოდურ სახესაც. უდავოა, ეს ყოველივე ქართველი ახალგაზრდების „ვესტერნიზაციის“ დადასტურებაა.

არც ისე შორეულ წარსულში საქართველოში საკუთარი სტილით ჩაცმას ბედავდნენ ერთეულები. თანამედროვე მოდა კი გვთავაზობს სხვადასხვა მიმართულების ფართო დიაპაზონს. შეთავაზებების არსებულ ქაოსიდან ყველას შეუძლია აირჩიოს თავისი, ინდივიდუალური, რითაც შექმნის საკუთარ სტილს და იმიჯს. სტილების ასეთი ეკლექტურობა თვითგამორკვევის საშუალებასაც იძლევა. ამაშია ახლანდელი დროის განსხვავება წინა ათწლეულებისაგან. დღეს თითქმის არავის არ ეპარება ეჭვი, რომ ადამიანს უფლება აქვს იყოს თვითმყოფადი და ჩაიცვას, როგორც მოესურვება. შესაბამისად, გვსურს ეს თუ არა, თანამედროვეობას ახასიათებს უწინდელი ზნეობრივი, ესთეტიკური ნორმების, წესების ნგრევა. ის, რაც შედარებით ცოტა ხნის წინ ითვლებოდა ურყევად, დღეს უარყოფილია და შეიცვალა ახლით, უჩვეულოთი, გარკვეული ნაწილისათვის რთულად მისაღებით. იგივე ხდება ტანსაცმელშიც.