

ესთეტიკური პლურალიზმი თანამედროვე ტანსაცმლის დიზაინში

ეკლექტიკა დიზაინში. XX საუკუნის ბოლო მესამედისთვის ნიშანდობლივია პრინციპული ცვლილებები დასავლეთის კულტურის თვითშეგნებაში: პოპულარობას იძენენ ახალი ფილოსოფიური კონცეფციები, საზოგადოების განვითარების ახალი თეორიები, ყალიბდება მეცნიერების ახალი მოდელი, ახალი პოლიტიკა, ხდება ახალი სოცკულტურის სიტუაციათა ფორმირება. კულტურას ონთოლოგიურ საფუძვლად ედება პოლიფონიური დიალოგი.

70-იანი წლების დასავლეთში 50-60-იანი წლების მკაცრ ნორმებსა და ქცევის წესებს ათასგვარი სუბკულტურა და თავისუფალი არჩევანი ენაცვლება - „ინდუსტრიული საზოგადოების იდეოლოგიას“ პოსტმოდერნისტული საზოგადოების კონცეფცია ცვლის (დ.ბელი, ო.ტოფლერი, დ.ჰელბრეიტი, გ.კანი და სხვ.), რომელშიც განვითარებისა და პროგრესის იდეის საპირწონედ „შეპირისპირებისა და დაგროვების“ დევიზი გვევლინება.

ახალ საზოგადოებაში, „პოსტმოდერნისტული ცივილიზაციის“ იდეოლოგია აზრით, კაპიტალისა და შრომის ნაცვლად განმსაზღვრელ ფაქტორებად ინფორმაცია და ცოდნა იქცევა, ხოლო სოციალურ სტრუქტურას კლასები კი არ შეადგენენ, არამედ თანაბარმნიშვნელოვანი „ინფორმაციული გაერთიანებები“. „კომპიუტერულმა რევოლუციამ“ უნდა მიგვიყვანოს „გლობალური ელექტრონული ცივილიზაციის“ ჩამოყალიბებამდე, რომლის უმნიშვნელოვანესი თავისებურება იქნება სოციალურ და კულტურულ სისტემათა მრავალფეროვნება, მრავალგვარი თვითშეგნება. ამ ფონზე ფასეულობათა მკაცრად რეგულირებული სისტემა კი შედარებით გათავისუფლდება, გზა გაეხსნება ინდივიდუალურ არჩევანს.

ცნობილ ფუტუროლოგ ო.ტოფლერის პროგნოზით, მოსალოდნელია „მესამე ტალღის“ გამოჩენა: უნიფიცირებულ მასიურ კულტურას უნდა შეენაცვლოს კულტურა მრავალფეროვნებისა, უნიკალურობისა, პოლიცენტრულობისა, ანუ, ტოლფასოვანი სუბკულტურების სიმრავლე - კულტურის ერთიანი მოდელის ნაცვლად.

მსოფლიოს ახალი სურათის ფორმირებაზე დიდი გავლენა იქონია კრიზისულმა მოვლენებმა დასავლური ცივილიზაციის სულიერ ცხოვრებაში. ეს იყო ევროპული ტიპის თვითშეგნებაში შენიშნული კრიზისი: მყარი კულტურული პარადიგმების ნგრევა, პიროვნების მიერ „თვითშესატყვისობის“ დაკარგვა, მთლიანობის განცდის რღვევა. ამ მოვლენათა კომპლექსს თანამედროვე თეორიაში „იდენტურობის კრიზისი“ ეწოდა.

მსოფლიო ცივილიზაციის „ინფორმაციულ ცივილიზაციად“ ტრანსფორმირებაზე რეაქციად უნდა ჩაითვალოს ახალი კონცეფციების გაჩენა ფილოსოფიაში, არქიტექტურის თეორიაში. მათ „პოსტმოდერნიზმი“ ეწოდა. პოსტმოდერნიზმი თავისი არსით ანტიტოტალიტარულია.

„ახლებური აზროვნება“ ქადაგებს ახალი დროის „იდეალ-კერპებისგან“ გათავისუფლებას, რომლებიც ხელს უშლიან პიროვნების თვითრეალიზაციას, დასავლეთის სულიერი კულტურის გათავისუფლებას მეტაფიზიკის ტირანიისგან, დეკონსტრუქციის, სკეპსისის, დემასკირების მეთოდების გამოყენებით. ზოგადად, ამ ცნების არსის შესახებ შეიძლება ითქვას, რომ, პოსტმოდერნი გაურბის მონიზმის ყველა ფორმას, უნიფიკაციისა და შეფარული დესპოტიზმის ყველა სახეობას, ამის ნაცვლად კი აღიარებს მრავლობითობას და დივერსიულობას,

მრავალფეროვნებისა და პარადიგმების კონკურენციას და ასევე ჰეტეროგენული ელემენტების თანაარსებობას. უფრო კონკრეტულნი რომ ვიყოთ,

პოსტმოდერნიზმი ნიშნავს უარს ერთობის იდეაზე და ადამიანის საქმიანობის ყველა სფეროში მრავლობითობის, რადიკალური პლურალიზმის დამკვიდრებას. აქვე უნდა ითქვას, რომ პოსტმოდერნიზმი რადიკალურად პლურალურია არა ზედაპირული მიდგომისა და გულგრილობის გამო, არამედ სხვადასხვა კონცეფციებისა და პროექტების უცილობელი ღირებულების შეგნების გამო. ესთეტიკური აღქმის საფუძველი პოსტმოდერნისტულ ესთეტიკაში ინტერპრეტაციათა სიმრავლეა. ესთეტიკის ახალ მეთოდოლოგიურ გასაღებს წარმოადგენს რიზომატიკა, ანუ, შეფასებათა და ნორმების იერარქიული სისტემის უარყოფა, რაც კლასიკური ესთეტიკის საფუძველია. პოსტმოდერნიზმის ფილოსოფია ვლინდება აქტიურობაში, რომელიც დასავლეთის კულტურის ეგზოტიკურ და გარდასულ ეპოქათა კულტურებთან კავშირის დამყარებისაკენ არის მიმართული.

პოსტმოდერნიზმი მსოფლიო კულტურათა გამოცდილების ათვისების გზით მიმართავს უფართოეს აუდიტორიას, რასაც „მხატვრულის“, ესთეტიკური კრიტერიუმების – „სტილის“, „ფორმის“, „უნიკალურობის“, „ესთეტიკური გემოვნების“ – დევალაცია მოსდევს. პოსტმოდერნიზმი შეგნებულად არის ორიენტირებული ეკლექტურობაზე, მოზაიკურობაზე, ტრადიციათა პაროდულ გადააზრებაზე, კლასიკურისა და ავანგარდულის, მაღალისა და დაბალის, მასობრივისა და ელიტურის ნარევიზე.

„ახალი აზროვნება“ დიზაინის სფეროში დიზაინერის პროფესიის განახლების სტიმულად იქცა, რაც პროფესიულ საშუალებებს, მეთოდებსა და ღირებულებებს შეეხო.

ახალი დიზაინი ეფუძნება შემდეგ პრინციპულ პოსტულატებს: 1) შემოქმედებითი თვითგამოხატვის აბსოლუტური თავისუფლება; 2) პროექტული რეალიზმი, რაც დიზაინის მუდმივ რეაქტიულ ცვლილებას ნიშნავს, გამოწვეულს რეალობის ცვლილებით, მომხმარებელთა მოთხოვნილებების ტრანსორფმაციით; 3) პრინციპული, კონცეპტუალური, ტიპოლოგიური და ჟანრობრივი პლურალიზმი (Курьерова 1992:50).

პოსტმოდერნის ესთეტიკას „კონფორმიზმის ესთეტიკას“ უწოდებენ, რამდენადაც მას პირველ პლანზე გამოაქვს იდეა, რომ შემოქმედის ნაწარმოები არის პროდუქცია და რომ მხატვარი ბაზრისთვის მუშაობს.

ეს გარემოება განსაკუთრებულად მკაცრ ლიმიტს უწესებს იმ დიზაინერებს, რომლებიც მოდის ინდუსტრიაში მუშაობენ. მათ მუდამ უნდა ახსოვდეთ პროდუქციის გასაღების პრობლემა. თანამედროვე მოდას ამჯერად ტონს აძლევს მყიდველი - სწორედ ის განსაზღვრავს, თუ როგორი ტანსაცმლის ტარება სურს, როგორი სახის მიღება უნდა. მომხმარებელის მიერ მინიჭებული უპირატესობა იღებს კანონის ძალას მწარმოებლისთვის. დიზაინერმა უნდა გაითვალისწინოს, თუ რას ანიჭებს უპირატესობას მომხმარებელი ნებისმიერ მომენტში. იგი უნდა მოერგოს მომხმარებლის ინტერესებს და იპოვოს თავისი ნიშა მოდის ბაზარზე, მიაგნოს მომხმარებლის იმ ჯგუფს, რომელიც მის სტილს აირჩევს. სხვადასხვა სოციალურ ჯგუფსა თუ ქვეჯგუფს კი ფასეულობათა განსხვავებული სისტემები აქვს. ეს იმას ნიშნავს, რომ განსხვავებულია მათი შეხედულებები საგნების

დანიშნულების შესახებ, განსხვავებულია ესთეტიკური მოთხოვნილებები. ყოველივე ამის გათვალისწინება განაპირობებს ესთეტიკურ პლურალიზმს. შეიძლება ითქვას, რომ მოდის ძველი დიქტატორების ადგილზე ჩნდება ახალი, არანაკლებ ძლევამოსილი დიქტატორი - მომხმარებელი.

ამდენად, ესთეტიკური პლურალიზმი განმსაზღვრელ ტენდენციად იქცა დიზაინის ისეთი სპეციფიკური სფეროს განვითარებაში, როგორც არის ტანსაცმლის დიზაინი, რამაც

მიგვიყვანა თვით თანამედროვე მოდის თვისობრივ ცვლილებამდე. ახალ რეალობას უკვე საკმაოდ ნათლად აცნობიერებენ თავად ტანსაცმლის დიზაინერებიც. მათ აღარ აქვთ ილუზიები, რომ შეუძლიათ გავლენა იქონიონ მომხმარებლის ესთეტიკურ „უპირატესობებზე“. შეგვიძლია დავასახელოთ ამერიკელი დიზაინერების მოსაზრებები. ასე, მაგალითად, დონა კერანი თვლის, რომ „დიზაინერი სულაც არ განსაზღვრავს იმას, თუ რას ატარებენ ადამიანები. მოდა რაღაც უფრო დიდია“. ნორმა კამალი დასძენს: „თანამედროვე ქალებს არ უყვართ ჭკუის რიგება, მათ თავადაც იციან, რაც სურთ“ (Камали 1996). ეს ფაქტი უკვე 1980-იანი წლების დასაწყისში დამტკიცდა. ქვედაბოლოს სიგრძის გამო გაჩაღებული ბრძოლის მეშვეობით, ინსპირირებული ტექსტილის მწარმოებელთა მიერ, რომლებიც დიდ ზარალს ნახულობდნენ მინი-მოდის შემოსვლის გამო, 1969 წლიდან მოყოლებული დიზაინერები ცდილობდნენ მაქსი-სიგრძის შემოტანას. პუბლიკამ ორჯერ უარყო იგი. მომხმარებლის ესთეტიკური არჩევანის დამოუკიდებლობის საილუსტრაციოდ ფეხსაცმლის პლატფორმის მაგალითიც გამოდგება: 1972 წლის შემდეგ ბევრი ატარებდა პლატფორმიან ფეხსაცმელს, იმის მიუხედავად, რომ დიზაინერები და მოდური ჟურნალები აკრიტიკებდნენ ამ ფორმებს, როგორც სიმახინჯეს. 1988 წელს მყიდველის ძალაუფლება ერთხელ კიდევ დამტკიცდა კ.ლაკრუას კოლექციის ჩავარდნით ამერიკულ ბაზარზე. ეს მოხდა იმის მიუხედავად, რომ 1986-87 წლებში კ.ლაკრუა ყველაზე გავლენიან ფრანგ კუტურიედ ითვლებოდა და მას „მოდის მბრძანებლის“ ტიტულის უპირველეს პრეტენდენტად მიიჩნევდნენ.

70-90-იან წლებში პიროვნების სახის, მისი საცხოვრებლის, საარსებო გარემოს ინდივიდუალიზაციის ტენდენცია დიზაინის განვითარების განმსაზღვრელი გახდა. აქედან დაწყებული, თანამედროვე დიზაინი აღიარებს ყოველი სუბიექტის უფლებას, აირჩიოს ცხოვრების ინდივიდუალური სტილი და ქცევის მანერა, მოახდინოს თავის ესთეტიკურ უპირატესობათა რეალიზება. გამახვილებული ინდივიდუალობის გრძნობა ესწრაფვის, ყოველდღიური, ყოფითი გარემოს ნიშანთა ენით გამოხატოს საკუთარი თავი. ამისთვის ეკლექტიზმი ქმნის ყველა პირობას. პლურალურობა გაიაზრება, როგორც ინდივიდუალიზაცია, რამაც ძირეულად შეცვალა დამოკიდებულება მოდური ტანსაცმლის მიმართ. იგი დღეს მხოლოდ სოციალური იდენტიფიკაციის საშუალებად კი არ განიხილება, არამედ, პირველ ყოვლისა, თვითგამოხატვის ერთ-ერთი შესაძლებლობათაგანია. „მოდა - ყველაზე მეტად, თქვენი დამოკიდებულებაა მისდამი. იგი გარშემომყოფთ აგებინებს, რას ფიქრობთ თქვენ მასზე და რას ფიქრობთ საკუთარ თავზე“, - წერდნენ მოდის მიმომხილველები (Trent 1972).

მრავალი სტილისა და მიმართულების ტენდენცია, რაც ნათლად გამოიკვეთა 70-იანი წლების დასაწყისშივე, პოსტთანამედროვე საზოგადოებისათვის დამახასიათებელმა

ესთეტიკური შეგნების ცვლილებამ განაპირობა. ფაქტობრივად, მოდა უკვე აღარ არსებობს იმ თვალსაზრისით, რომ აღარ არსებობს ერთიანი მოდა ყველასათვის, რადგან ყოველი სუბკულტურა, ყოველი ჯგუფი თავის მოდურ სტანდარტებსა და სახეებზეა ორიენტირებული. პრაქტიკულად, შეგიძლია ატარო ყველაფერი: გრძელიც და მოკლეც, ფართოც და ვიწროც. თანამედროვე ადამიანისთვის ყველაზე დიდ პრობლემად შერჩევა და მრავალფეროვნება იქცა. უფრო მეტიც, საზოგადოებაში, სადაც მომსახურების სფერო უმაღლეს დონეზეა განვითარებული, დიზაინში ფეხს იკიდებს მიმართულება „ლოუ-ტეკი“ (Low-tech - „გააკეთე თვითონ“): ადამიანს სთავაზობენ, თვითონ შექმნას საკუთარი

საცხოვრებლის ინტერიერის დიზაინი, თვითონ შეიკეროს, მოიქსოვოს, გააკეთოს საიუველირო სამკაულები და ა.შ., რადგან ასეთ შემთხვევაში მეტი შანსი გეძლევა, განსხვავებული იყო, არ გამოიყურებოდე ისე, „როგორც ყველა“. მაშინდელი პრესა წერდა: „ტანსაცმელს რომ ირჩევს, ადამიანი ამით იქმნის იმიჯს, რომელიც მას მოსწონს. ტანსაცმელი ეკლექტური უნდა იყოს იმისათვის, რომ პიროვნების მრავალწახნაგაიანობა გადმოგვცეს, არ შემოიფარგლოს ერთი სტილით“... „დღეისათვის ალბათ პირველად მთელი ისტორიის მანძილზე აღარ არსებობს ჩაცმის „სწორი“ ან „არასწორი“ მანერა. ეს კი ნამდვილ თავისუფლებას ნიშნავს“... (Loercher 1973).

1970-იანი წლებიდან მოყოლებული აღარ არსებობს ერთიანი მოდა, რომელიც მკაცრად კარნახობს თავის წესებს. როგორც ჩანს, სამუდამოდ წავიდა „მოდის დიქტატორთა“ დრო, როცა ადამიანს თავს ახვევდნენ საკუთარ ესთეტიკურ ნორმებსა და ერთიან მოდურ სტანდარტს. რაც უფრო აქტუალურია დიზაინის სფეროში ლოზუნგი - „არა ერთი დიზაინი ყველასათვის, არამედ დიზაინის მრავალფეროვნება მრავალთათვის“, მით უფრო არა ერთ, არამედ, მრავალ „მოდას“ გვთავაზობს თანამედროვე მოდა სხვადასხვა ჯგუფებისათვის. თანამედროვე მოდა წარმოაჩენს ნაირგვარ სტილურ მიმართულებას, რომლებიც თანაარსებობენ და აკმაყოფილებენ მრავალფეროვან ესთეტიკურ მოთხოვნილებებს. ამდენად, ტანსაცმლის დიზაინის სფეროში პროექტირების ამოცანები სულ უფრო დიფერენცირდება, ლოკალიზდება, ორიენტირდება პატარ-პატარა ჯგუფების არასტანდარტულ მოთხოვნილებებზე და, საბოლოო ჯამში, ცალკეული პიროვნებების მოთხოვნილებაზე. და ყოველივე სუბკულტურას უკვე ჰყავს „საკუთარი“ ტანსაცმლის დიზაინერი, აქვს „საკუთარი“ ჟურნალი, „საკუთარი“ სტილი სტილების ნაირფეროვნებაში. ამრიგად, მკაცრი ესთეტიკური ნორმების, ერთიანი მოდური სახის არარსებობამ უკვე 70-იან წლებში შექმნა ფართო შესაძლებლობები ტანსაცმლის დიზაინის სფეროში შერჩევისა და ექსპერიმენტირებისთვის ინდივიდუალობის გამოსახატავად საზოგადოების კონტექსტში. 1974 წლიდან გარეგნული იერის ინდივიდუალიზაციის ერთ-ერთ გზად რეტრო-მოდა მოგვევლინა. ბევრს სურდა, გარდასული წლების მოდის მოშველიებით შეექმნა საკუთარი სტილი. სახის ინდივიდუალიზაციის ტენდენციამ ტანსაცმლის დიზაინში 70-იანი წლების დასაწყისში წარმოშვა მიმართულება, რომელსაც ეწოდა „ხელოვნება, როგორც ტანსაცმელი“. დიზაინერები, ვინც ეს მოძრაობა შექმნეს, ამზადებენ ტანსაცმელსა და მის აქსესუარებს, რომლებიც თავისთავად ხელოვნების ნიმუშებია და საგამოფენო დარბაზებში ათავსებენ.

70-80-იან წ.წ. 70-იანმა წლებმა კვლავ წარმოაჩინა ეკლექტიკის სახეობრივ-

გამომსახველობითი შესაძლებლობები და ემოციური მიმზიდველობა. საგნების სფეროში „მრავალფეროვნების აფეთქება“ შეინიშნება. ტანსაცმლის დიზაინში ახალი სტილური მიმართულება გამოჩნდა - „დიფუზიური სტილი“ (მის ავტორად კენზო ითვლება), რაც კოსტიუმის პროექტირებაში ეკლექტიკის ერთ-ერთი პირველი გამოვლინება იყო. ამ მიმართულების ერთ-ერთი გენიალური წარმომადგენელი ტანსაცმლის დიზაინში ივ სენ-ლორანი თავისი ბრწყინვალე კოლექციების შექმნისას სტილიზაციისთვის უამრავ შემოქმედებით წყაროს იყენებდა: აფრიკული ხელოვნებიდან რუსულ სეზონებამდე, ა.მატისისა და კ.პიკასოს ტილოებიდან და კუბისტებიდან ალპიური ქვეყნებისა და აღმოსავლეთი ევროპის ხალხურ კოსტიუმებამდე. ივ სენ-ლორანი აღიარებდა: „მე მთლიანობაში მიყვარს ეკლექტიკა, ჩემთვის ყველა ლამაზი ნივთი ერთმანეთთან არის დაკავშირებული და ერთმანეთს განეკუთვნება“ (Saint Laurent 1989).

80-იანსა და 90-იანი წლების დასაწყისში სახის ინდივიდუალობის ტენდენცია კვლავაც აქტუალურია. ამის ნიმუშად შეიძლება მოვიყვანოთ ჩვენი დროის ცნობილი დიზაინერების მიერ ამ თემასთან დაკავშირებით გამოთქმული მოსაზრებები, რომლებიც პროფესიულ ცნობიერებაში მომხდარ ცვლილებებს ადასტურებენ. ასე, მაგალითად, გავლენიანი იტალიელი დიზაინერი ჯორჯო არმანი „ბრძოლას აწარმოებს“ „კოსტიუმის მონობის“ წინააღმდეგ. ამ ტენდენციით ჯორჯო არმანი გვაახლოვებს იმ დროსთან, როცა ადამიანი „თავად შეძლებს, ამოირჩიოს თავისი სტილი, თუნდაც ეკლექტიკის ელემენტებით, მაგრამ უაღრესად სუბიექტური. დაუშვებელია, თავს მოვახვიოთ რაღაც წესები ან დიქტატი“ (Cocks 1982). ცნობილი ფრანგი კუტურე ივ სენ-ლორანი თვლის: „მოდა უნიფორმა არ არის. მასში უეჭველად უნდა შევიტანოთ რაიმე საკუთარი, ინდივიდუალური. იგი არ უნდა დომინირებდეს პიროვნებაზე, არამედ, პირიქით, ხაზს უნდა უსვამდეს მის განსაკუთრებულობას“ (Сен Лоран 1986:24). ცნობილი ამერიკელი ტანსაცმლის დიზაინერი რ.ჰოლსტონი, რომელმაც მსოფლიო მოდაზე მოახდინა გავლენა, პირველი იყო, ვინც იმით გაითქვა სახელი, რომ თავის კოლექციებში განახორციელა იდეა - თავად ქალი უფრო მეტს ნიშნავს, ვიდრე მისი ტანსაცმელი. „ჰოლსტონი განთავისუფლდა ყოველივე ზედმეტისგან. მან დატოვა მხოლოდ აუცილებელი, აიძულა ტანსაცმელი, თავისი იერით უფრო ნაკლები მნიშვნელობა ჰქონოდა, ვიდრე მას, ვისაც ის ეცვა“ - წერენ იმ დროის მიმოხილველები (Feldkamp 1973). ინდივიდუალობის მაქსიმალურად გამოვლენის უფლება მხოლოდ მომხმარებელმა კი არ მოიპოვა, არამედ თავად დიზაინერმაც - 80-იან წლებში დამთავრდა ფუნქციონალიზმის, უსახელო დიზაინის გადასვლა საავტორო დიზაინზე. ტანსაცმლის დიზაინერს საშუალება მიეცა, შეექმნა საკუთარი სტილი, შეეთავაზებინა თავისი ნიმუშები ისე, რომ ყურადღება არ მიექცია გაბატონებული მოდის ტენდენციებისათვის. კრისტიან ლაკრუამ თავის ერთ-ერთ ინტერვიუში თქვა: „არ მივყვით ტენდენციებს დღეს - ეს არის მოდა, შეინარჩუნო საკუთარი მე. გადარჩენა განსხვავებულობაშია“ (Кристиан Лакруа 1993).

ეკლექტიკის განვითარებასთან, როგორც გამოკვლევებმა გვიჩვენა, იმ ფაქტსაც მივყავართ, რომ მომხმარებელთა უმეტესობას არ მოეპოვება რთული ასოციაციების უნარი, ვერ გრძნობენ დისონანსებს სხვადასხვა სტილის შერევისას.

ეკლექტიზმს ტანსაცმლის დიზაინის სფეროში 80-იან წლებში „ნეობაროკო“ ეწოდა. ნეობაროკოს ესთეტიკას დაუდევრობა, უწესრიგობა, სირთულე, სტანდარტის უარყოფა და გემოვნებისა და პიროვნული არჩევანის ახირებულობა ახასიათებს.

80-იანი და 90-იანი წლების მოდა მრავალ სტილად (ნეობაროკო, ნეოკლასიკა, ეთნიკური, სექსი, ეკოლოგიური, გრანჟი, დენდი, ნეო-პანკი, უნისექსი და სხვ.), მრავალ სახეობად დაიყო. საბოლოო ჯამში თითოეული დიზაინერი თავის საკუთარ სტილს გვთავაზობს. მოდელიერის წარმატება იმაზეა დამოკიდებული, თუ რამდენად შეძლებს იგი შექმნას საკუთარი, ცნობადი, სხვებისგან განსხვავებული სტილი.

ნებისმიერი მიმართულება, ყველაზე ავანგარდულიც კი (მაგალითად, ი.იამამოტო, რ.კავაკუბო, ვ.ვესტვუდი ან ჟ.პ.გოტიე) პოულობს თავის მომხმარებელს. არ არსებობს ტანსაცმლის დიზაინერის პროდუქტის შეფასების რაიმე სხვა კრიტერიუმი, გარდა კომერციული წარმატების კრიტერიუმისა, რომელსაც ესთეტიკის უმნიშვნელოვანესი კატეგორიის - ესთეტიკური გემოვნების კატეგორიის გადასინჯვამდე მივყავართ.

„კარგი გემოვნების“ ეტალონის უარყოფა. საკუთარი ესთეტიკური წარმოდგენები მხოლოდ განსხვავებულ კლასებსა და ჯგუფებს კი არ მოეპოვებათ, არამედ - განსხვავებულ ხალხსაც. ძველი მკაცრი კანონები, „კარგი გემოვნების“ ცნებას რომ შეადგენდნენ, ხშირად უპირისპირდებოდა ტრადიციულ წარმოდგენებს სილამაზის შესახებ. გარდა ამისა, „კარგი გემოვნების“ კრიტერიუმის ფარდობითობის სასარგებლოდ მეტყველებს ისიც, რომ ეს ცნება ყოველთვის დაკავშირებულია ცალკეული ეპოქისთვის დამახასიათებელი ესთეტიკურ უპირატესობებთან. ევროპული კოსტიუმის ისტორიას თუ გავაღვივებთ თვალს, შევნიშნავთ, რომ ყველა ფორმა და ფერების შეხამება გარკვეულ დროში სილამაზის ეტალონად რომ ითვლებოდა, შემდგომ სიმახინჯედ და უგემოვნობის ნიმუშად აღიქმებოდა.

„კარგი გემოვნების“ მკაცრი ჩარჩოები მომხმარებლისთვის ყოველთვის ვიწრო იყო. პრაქტიკულად, მოდის ყოველ სტილს მკვეთრი ნორმები განსაზღვრავდა და ამკვიდრებდა ისეთ სახეებს, რომლებსაც ევროპის ყველა ქვეყანაში მხოლოდ ელიტურ წრეებში იცვავდნენ, და, რომელიც, XVII საუკუნიდან მოყოლებული ფრანგულ, უფრო მოგვიანებით კი, ინგლისურ მოდაზე იყო ორიენტირებული.

დღეს გაბატონებულ წარმოდგენებს სილამაზის შესახებ მასობრივი მომხმარებლის ესთეტიკური მიუკერძოებულობა განსაზღვრავს. XX საუკუნის დასაწყისში მოდის წარმოქმნის ელიტარულმა თეორიამ (გ.ზიმელის „გაჟონვის“ კონცეფცია - «trickle-down theory») აქტუალობა დაკარგა, რაც თანამედროვე სამყაროში საშუალო ფენების როლის გაზრდასთან არის დაკავშირებული. ძალიან ბევრი ახალი მოდა სწორედ საზოგადოების დაბალ ფენებში იბადებოდა.

„მომხმარებელთა საზოგადოებაში“ დგება „ფორმებისა“ და „სახეთა“ დასასრული არა მხოლოდ ერთნაირი მოდური მიმართულების, არამედ გემოვნების კატეგორიის აქტუალურობის თვალსაზრისითაც: „გაქრა არა მხოლოდ ფასეულობანი, გაქრა გემოვნებაც კი, როგორც მართებული არჩევანი და შეფასება კულტურაში. გემოვნება, ბურჟუაზიული თვალსაზრისით, მხოლოდ ფულიანი რეპუტაციის სხვადასხვა დასახელებაა“ (Гофман1985:118).

უნდა ითქვას, რომ გემოვნების პრობლემა ყოველთვის უაღრესად მნიშვნელოვანი იყო მოდის სფეროს პროექტირებისათვის. ცნებები: „ჩაცმის კულტურა, კარგი გემოვნება“,

„გემოვნებით ჩაცმა“ პროფესიული მითის განუყოფელ ნაწილად იქცა. მოდელიორები თავის დანიშნულებად ყოველთვის იმას მიიჩნევდნენ, რომ მომხმარებელში „კარგი გემოვნება“ აღეზარდათ. მოდის დაბადებისთანავე გაჩნდა მკაცრი ნორმები და წესები, რომლებიც განსაზღვრავდნენ, თუ რომელი ფერების შეხამებაა დასაშვები, როდის რა უნდა ჩაიცვა, რა არის იდეალური მოდა და რა არის კატეგორიულად მიუღებელი. „კარგი გემოვნება“, ისევე როგორც „კარგი ფორმა“, განიხილება, როგორც გარკვეული სოციალური მდგომარეობისა და ცხოვრების წესის სიმბოლო, განსაკუთრებით, კოსტიუმის სფეროში, სადაც ჩვეული ცნება „კარგი გემოვნება“ ბურჟუაზიული ელიტის ტრადიციებთან არის დაკავშირებული. მაგრამ, ყოველივე ამის მიუხედავად, პოსტინდუსტრიულ ეპოქაში მთავრდება ესთეტიკურ შეფასებათა იერარქიული სისტემა. დემოკრატიზაციის ტენდენცია დღეს ამ სფეროში მომხმარებლის თავისუფალ კულტურულ იდენტიფიკაციის აუცილებლობით გამოვლინდება, და, აქვე მთავრდება ესთეტიკური გემოვნების ბატონობა.

მეცნიერები ამტკიცებენ, რომ ესთეტიკაში გემოვნების კატეგორიის გაქრობა პოსტმოდერნში ერთიანი კულტურის, როგორც სოციალური ნორმის, არ არსებობით არის გამოწვეული. ფრანგი მოდელიორი ჟან კოლონა თვლის, რომ „ჩვენს ეპოქაში სტილის ტოტალური უქონლობა ერთიანი კულტურული ან სოციალური საფუძვლის არ არსებობით აიხსნება. ასეთია კულტურული კონსტანტების მინიმალიზმი, რომლითაც ხელმძღვანელობენ ტანსაცმლის ან ქცევის მანერის შერჩევას. ახლა ფულზე ან მოსახერხებლობაზე არიან ორიენტირებულნი“ (Колонна 1995). ეს ჭეშმარიტად დემოკრატიის თანამედროვე ვარიანტია, სწორედ იმ „მასების აჯანყება“, რასაც ორტეგა-ი-გასეტი „ქალაქებში შემოდინებული ლუმპენიზებული მასის ყოვლისშემძლეობასა და აყვავებას“ უწოდებს, „რომელმაც, ერთი მხვრივ, დაივიწყა ძველი ხალხური ადათ-წესები, და, მეორე მხრივ, ვერაფერი შეიძინა ინტელიგენტურობისაგან“ (Вяльцев А 1994:7).

აღბათ ამაში უნდა ვეძიოთ მიზეზი 1980-იან წლებში „შანელის“ სახლის ტრადიციული სახის შეცვლისა, რომელიც აქამდე კარგი გემოვნების „ბასტიონად“, „ფრანგული გემოვნების“ სიმბოლოდ ითვლებოდა. აი რა განაცხადა „შანელის“ მხატვრულმა დირექტორმა კარლ ლაგერფელდმა ტოპ-მოდელ ინეს დე ლა ფრენსანთან კონტრაქტის გაწყვეტასთან დაკავშირებით (ინეს დე ლა ფრენსანი განახლებული „შანელ“ 80-იანების სიმბოლო იყო და საფრანგეთის ბევრი ქალაქის მერმა ახალ მარიანად აირჩია): „მარიანა - არის ყოველივე მოსაწყენის, ბურჟუაზიულისა და პროვინციულის სიმბოლო. მე შევძელი დამეხსნა „შანელი“ ისტებლიშმენტის მეურვეობისაგან, რომელიც ბურჟუაზიასთან ასოცირდებოდა. ახლა კი ეს ყველაფერი უკან დამიბრუნეს. არავითარ შემთხვევაში, დიდი მადლობა“ (Lagerfeld 1989)

80-იან წლებში პოპულარული გახდა „კომპრომისული ესთეტიკის“ კონცეფცია - „ესთეტიკა „კარგ დიზაინსა“ და „კიჩს“ შორის, რომელმაც გადალახა ნორმატიულ-იერარქიული მიდგომა გემოვნების კატეგორიასთან დაკავშირებული საკითხების მიმართ. მომხმარებელს ესთეტიკური არჩევანის მაქსიმალური თავისუფლება მიეცა. 1983 წელს იყო მცდელობა, გაეაზრებინათ და დაესაბუთებინათ დიზაინის საერთო ტენდენციები. ამ მიზნით საერთაშორისო ბიზნესცენტრმა დასავლეთ ბერლინში მოაწყო გამოფენა -კონფერენცია: „კარგ დიზაინსა და კიჩს შორის“. ამ კონფერენციაზე დაისვა ამოცანა, მოენახათ ფორმათწარმოების მოსაზღვრე სფერო, რომელიც შეძლებდა „კარგი დიზაინის“ ფორმალურ-ესთეტიკური ღირსებებისა და კიჩის ემოციური

მიმზიდველობის გაერთიანება. უნდა აღინიშნოს, რომ ესთეტიკის ახალი ფორმების ძიება, რომელიც პოსტთანამედროვე საზოგადოების მოთხოვნებს უპასუხებდა, იმით იყო სტიმულირებული, რომ, „კარგი ფორმის“ ესთეტიკამ დაკარგა თვისი მომხმარებელი და გაჩნდა მოთხოვნილება დაებრუნებინათ იგი (მომხმარებელი), მისი გემოვნების აღიარების ფასადაც კი. ამრიგად, „კომპრომისულმა ესთეტიკამ“ წინა პლანზე წამოწია პოსტმოდერნისათვის მნიშვნელოვანი პრობლემა, კერძოდ, გემოვნების საკითხებისადმი ნორმატიულ-იერარქიული მიდგომის გადალახვის პრობლემა.

დღეისთვის პოპულარულია მეორე პოზიციაც - „ცუდი გემოვნება“ და კიჩი საერთოდ არ არსებობს, რადგან ეს ცნებები ესთეტიკურ რეალობას არ წარმოადგენენ. „ცუდი გემოვნება“ და კიჩი - მხოლოდ ესთეტიკური პოზიციის შეფასებაა სხვა პოზიციის თვალსაზრისით, ხოლო პოსტმოდერნში ხომ ყველა ფასეულობა თანაბარუფლებიანად და თანაბარმნიშვნელობიანად ითვლება. ამ თვალსაზრისის მქონენი ტანსაცმლის დიზაინერთა შორისაც გვხვდებიან. ფრანგი მოდელიორი ჟან კოლონა აცხადებს: „ჩემთვის ესაა შეცდომაა - განსჯა იმისა, გემოვნება არის, თუ არ არის. თუ თქვენ ცუდი გემოვნება გაქვთ - ესეც გემოვნებაა, თქვენი საკუთარი“ (Колонна 1995)

ამრიგად, თანამედროვე დიზაინში მიმდინარეობს „კარგი ფორმის“, როგორც ესთეტიკური ფასეულობის, მკაცრ იერარქიაზე დაფუძნებული საყოველთაო ეტალონის, უარყოფა. „კარგი გემოვნების“ ნორმებიდან გათავისუფლების ტენდენცია ყველგან შეინიშნება. დიზაინის სფეროში იგი ფუნქციონალიზმის ესთეტიკური სისტემის უარყოფას უკავშირდება, რომელიც, სხვათა შორის, არასოდეს შეესაბამებოდა მასობრივი მომხმარებლის იდეალებს. კარგად არის ცნობილი, იმისათვის, რომ მასების შეგნებაში მისი ფუნქციონირება დაემკვიდრებინათ, თუ რა ძლიერ პროპაგანდას უწევდნენ მას, როგორც „კარგი გემოვნების“ ეტალონს.

შეგვიძლია ერთმანეთს შევადაროთ წარმოდგენები „კარგი ფორმის“ შესახებ ფუნქციონალურ დიზაინსა და კოსტიუმის მოდელირების ტრადიციის სფეროში.

გერმანული ფუნქციონალიზმის კლასიკოსი დ.რამსი ასე ახასიათბდა მის ძირითად პრინციპებს: უბრალოება - სირთულეს ნაცვლად, ჩვეულებრივი - ემოციურის ნაცვლად, გონივრული - ეფექტურის ნაცვლად. ამგვარ პრინციპებს ეფუძნებოდა საბჭოთა კონსტრუქტივისტების (კოსტიუმის დიზაინური პროექტირების თეორიის პირველი შემქმნელები) შემოქმედებითი კონცეფცია ტანსაცმლის დიზაინში: ფუნქციონალურობა, მიზანშეწონილობა, უნივერსალურობა.

70-იანი წლებიდან დაწყებული „კარგი ფორმა“ ვეღარ აკმაყოფილებდა თანამედროვე ადამიანის ესთეტიკურ მოთხოვნილებებს ტანსაცმლის დიზაინშიც. ნორმატული მიდგომა, რომელიც გულისხმობდა მომხმარებლისათვის მზა ნიმუშების მიწოდებას, არ აძლევდა მომხმარებელს საშუალებას თვითონ შეექმნა საკუთარი სახე და ამით აფერხებდა მის თავისუფალ ესთეტიკურ იდენტიფიკაციას. „კარგი ფორმის“ ესთეტიკას, ძლევამოსილი ფუნქციონალიზმის პერიოდში, ბევრი ავტორის მიერ, ცალკეული კლასების ესთეტიკური კოდირების მოძველებულ სისტემად მიიჩნევდა“ (Привалова И. 1990: 49).

ახალი დრო (პოსტმოდერნი) ფორმის ღირსებად მიიჩნევს არა მოწესრიგებულობას, არამედ ხაზგასმულ ხატოვნებას, რომელიც ემოციურად ამდიდრებს ადამიანს.

ფუნქციონალიზმს დიზაინში პარალელის სახით შესაძლოა გაზრიელ შანელის კოსტიუმის მოდელირების კონცეფცია შევუპირისპიროთ. ამ კონცეფციამ დიდწილად განსაზღვრა მე-20

საუკუნის ქალის იერსახე. შანელის ძირითადი პრინციპებიც ასევე უნივერსალურობა, უტილიტარულობა და ფუნქციონალურობა იყო. იგი უპირატესობას აძლევდა ფორმის უბრალოებას, ხაზის სისუფთავეს „(რატომ გამოვიყურები ამ პროფესიაში გარდამქმნელად, რევოლუციონერად? (...) უპირველესად იმიტომ, რომ ვცდილობ გავაძევო მოდიდან ის, რაც არ მსიამოვნებს: ტანსაცმლის მოუხერხებულობა“ ... ქვედა-ბოლო იმისთვის არის შექმნილი, რომ ფეხი ფეხზე გადაიდო, ხოლო „ილიის ჭრილი“ კაბაზე კი იმისთვის, რომ ხელები გულზე დაიკრიფო. მოდას ორი მიზანი აქვს: კომფორტულობა და სიყვარული. სილამაზეა - როდესაც ორივე მიზანია მიღწეული“ (Маливанова 1990:32). შანელმა შეძლო ცხოვრებაში განეხორციელებინა ფუნქციონალისტების ოცნებები უნივერსალურ სტილზე. მან შექმნა კლასიკური სტილისა და უნიფორმის ნიმუშები XX საუკუნის ქალებისათვის (სწორედ ამაზე ოცნებობდნენ კონსტრუქტივისტები). განთქმული „პატარა შავი კაბა“ და „კოსტიუმი შანელის სტილში“ იქცნენ დღისა და საღამოს უნიფორმებად. „მოდა იცვლება, ნამდვილი სტილი - არასოდეს“, ამტკიცებდა მოდელიორი. მაგრამ, აუცილებლად უნდა აღინიშნოს, რომ, ფუნქციონალისტებისაგან განსხვავებით, ვის პროექტებშიც ამოსავალი სტანდარტული მოთხოვნილებების მქონე აბსტრაქტული ადამიანის იდეა იყო, შანელი არასოდეს ივიწყებდა რეალურ ქალს და მის მოთხოვნილებებს.

მაგრამ, ყოველივე ზემოთქმულიდან გამომდინარე, აუცილებელია აღინიშნოს, რომ კოსტიუმის სფეროში ესთეტიკურ შეფასებათა იერარქიული სისტემის გადასვლა მოქნილობისა და ესთეტიკურ პლურალიზმზე გემოვნების კატეგორიასთან დაკავშირებულ საკითხებში, ჯერ კიდევ 60-იან წლებში ჩაისახა ახალგაზრდული მოდის გაჩენასთან ერთად. ინგლისელი მოდელიორი მერი კვანტი, რომელმაც თავის კოლექციებში ასახა ახალგაზრდული სუბკულტურების ესთეტიკური თავისებურებანი, აცხადებდა: „კარგი გემოვნება“ -სიკვდილია, ვულგარულობა -სიცოცხლე“. მისი ულტრა-მინი „სილის გარტყმას“ უდრიდა დამკვიდრებულ წესებზე და კარგ გემოვნებაზე. მერი კვანტის კოლექციები გამოხატავდნენ ახალგაზრდების პროტესტს „ზრდასრულთა სამყაროს“ მიერ დაწესებულ მკაცრი ნორმებისა და შეზღუდვების მიმართ. ისინი უარყოფდნენ „თეთრი საყელოების“ ბურჟუაზიული უნიფორმების გაბატონებას. ასევე უარყოფდა ყველა ტრადიციულ წარმოდგენას სილამაზეზე ახალი მოდელი ტვიგი, რომელიც მერი კვანტმა შეარჩია თავის ტანსაცმლის მოდელად.

60-იანი წლების მოდის სხვა ცნობილი მოდელიორი ა. კურეჟი, იმის მიუხედავად, რომ ფორმის საკითხში ნამდვილი კონსტრუქტივისტი იყო, ფერებთან დაკავშირებით აცხადებდა, რომ არ არსებობს კარგი და ცუდი შეხამებები. არის მხოლოდ ტრადიცია, ან შეხამებათა გარკვეული კანონები, რომლებიც სულაც არ არიან აუცილებელნი. ასევე სხვა ახალგაზრდა მოდელიორებმა, რომლებმაც კარიერა 60-იან წლებში დაიწყეს, გადალახეს რა ადრინდელი აკრძალვები და ნორმები, გამოიყენეს მატერიების, ფერებისა და ფორმების არატრადიციული შეხამებანი.

ამრიგად, 70-იან, განსაკუთრებით კი, 80-იან წლებში „კარგი გემოვნება“ ესთეტიკის იერარქიაში დაკავებული თავისი პრივილეგირებული ადგილიდან გამოდევნა „ცუდმა გემოვნებამ“. „ცუდმა გემოვნებამ“ პოდიუმების „ოკუპირება“ მოახდინა. ამის გამოვლინებად შეიძლება ჩაითვალოს სტილი „სექსი“-ც და ეკლექტიზმიც ტანსაცმელში, რომელიც 70-იანი

წლების „დიფუზიური“ სტილიდან ტრანსფორმირდა 90-იანი წლების დასაწყისში მიმართულება „შეუხამლებლის შეხამება“-ში.

ყველაზე ცნობილი ტანსაცმლის დიზაინერები სწორედ იმით იყვნენ გამორჩეულნი, რომ ან განზრახ არღვევდნენ ტრადიციული „კარგი გემოვნების“ საზღვრებს, ან მის ზღვარზე ბალანსირებდნენ. მაგალითად, ვ.ლაკრუას შესახებ წერდნენ, რომ მან „მთლიანად უკუაგდო სიფრთხილე (ზოგიერთებს შეუძლიათ დაუმატონ - „გემოვნებაც“) და სრულიად უჩვეულო მოდელების შექმნა დაიწყო“ (Duffy 1987).

თანამედროვე ავანგარდისტებს ტანსაცმლის დიზაინში შეიძლება „ცუდი გემოვნების“ აპოლოგეტებიც კი ვუწოდოთ: ჟ.პ.გოტიე, ვ.ვესტვუდი, ჯ.გალიანო და სხვა მოდელიორები დემონსტრაციულად არღვევდნენ და უარყოფდნენ ყველა ზღვარსა და კანონს. ამ თვალსაზრისით ნიშანდობლივია ცვლილებები „შანელის“ სახლში. ახალმა დირექტორმა კარლ ლაგერფელდმა, მოსულმა „შანელში“ 1983 წელს, შეძლო თავისი კოლექციებით ბრენდისთვის კომერციული წარმატება და მსოფლიო მოდაზე გავლენა დაებრუნებინა. მაგრამ მან ეს მოახერხა იმის ფასად, რომ უარი თქვა იმ პრინციპებზე, რომლებსაც ერთგულებდა თვითონ კოკო შანელი მთელი თავისი ხანგრძლივი ცხოვრების მანძილზე. ლაგერფელდი 80-იანი წლების ნახევრის და 90-იანის დასაწყისის კოლექციებში იყენებდა ყველაფერს, რაც ადრე აკრძალული იყო: დაწყებული როკერების ქურთუკებითა და მინი-კაბებით (რომელსაც შანელი აპროტესტებდა 60-იან წლებში), დამთავრებული მამაკაცისა და ქალის საცვლებით. მაგალითად, შანელის კოლექციაზე „გაზაფხული/ზაფხული 1990“, წერდნენ: „ამაში იყო მთელი ლაგერფელდი: თავისუფალი და, შეიძლება ითქვას, უპატივცემულო გაერთიანება კლასიკისა და თანამედროვეობისა ცუდი გემოვნების მსუბუქი ელფერით (Даритон Н. 1990:14).

არ შეიძლება ვამტკიცოთ, რომ პოსტმოდერნი უარყოფს მოდერნიზმის ავანგარდულ ხელოვნებას. იგი ახდენს მის ასიმილირებას მთელ რიგ კულტურულ ტრადიციებში. ეს ყველაფერი მთლიანად მიესადაგება დიზაინს: „...ბოლო ათწლეულებში წარმოჩენილმა კონცეფციებმა თავისი არსით უნდა შეიწოვონ, მათ შორის, ავანგარდის მემკვიდრეობაც, როგორც მხატვრული კულტურის ფაქტი“ (Сидорина Е.1995:5). ახალი დიზაინი უარს ამბობს „კარგ ფორმაზე“-ც, უპირველესად, როგორც საყოველთაო ეტალონზე (ისევე, როგორც ნებისმიერ ეტალონზე), რაც სულაც არ ნიშნავს იმას, რომ „სუფთა“ და „კარგი“ ფორმა არ უნდა იყოს გამოყენებული საგნობრივ გარემოში ყველა სხვა ფორმების თანაბრად. ამას ამტკიცებს 1994 წელს ტანსაცმლის დიზაინში ე.წ. „სუფთა სტილისა“ თუ „მინიმალიზმის“ პოპულარობა. შეიძლება ითქვას, რომ XX საუკუნის მოდერნიზმის მიზნები სწორედ პოსტმოდერნიზმში იქნა რადიკალურად რეალიზებული.

საკვანძო სიტყვები: ტანსაცმლის მოდა, პოსტმოდერნისტული საზოგადოება, პოლიფონიური დიალოგი, უარი „კარგ ფორმაზე“.

გამოყენებული ლიტერატურა

- Cocks J. (1987): Suiting up for Easy street: Giordgio Armani defines the new shape of style // Time. April.
Duffy M. (1982): Welcome to the fresh follies // Time. Feb. 9.
Feldkamp P. (1973): The dress is the same, but individuality shines // The Christian Science Monitor. Feb.26.

- Lagerfeld Karl. (1989): International Herald Tribune. June 26.
- Loercher D. (1973): Essence of evening: shimmers to shirts // The Christian Science Monitor. Sep. 22.
- The Saint Laurent Passion (1989): A port Folio of Shents // International.
- Trent N. (1972): The way of fashion // The Christian Science Monitor. Feb. 1.
- Гофман А. (1985): Образ и модели в современной зарубежной социологии. М. С. 118
- Даритон Н. (1990): Кто Вы, Карл Лагерфельд? // За рубежом. № 52. с.14
- Камали Нормა. (1996): Интервью программе "Стиль". ТВ-6. 14 апреля.
- Колонна Жан. (1995): Интервью передаче "Пульс моды". ТВ-6.
- Лакруа Кристиан. (1993): Интервью передаче "Матадор". 5 сентября.
- Курьерова Г. (1992): Что впереди? // Дизайн на Западе. М. С. 50-51.
- Малиованова И. (1990): Стиль, который создала Шанель // Модели сезона. М., № 1. С. 32
- Привалова И. (1990): Индивидуализация среды как тенденция 80-х гг в дизайне ФРГ // Творческие направления в современном зарубежном дизайне. Труды ВНИИТЭ. Вып.60. М. С. 49.

„ესთეტიკური პლურალიზმი თანამედროვე ტანსაცმლის დიზაინში“.

ანოტაცია

მოდა - ფართო კულტურული მოვლენაა, მაგრამ ჩვენს კვლევაში ძირითადი ყურადღება ეთმობა მოდის კვლევას ტანსაცმელთან მიმართებაში. ქართულ მეცნიერულ ლიტერატურაში მნიშვნელოვანი ხარვეზია კოსტიუმის ფილოსოფიურ და კულტუროლოგიურ ცოდნაში როგორც კულტურის პარადიგმისა. ჯერჯერობით არ არსებობს სერიოზული კვლევები მოდის თეორიის ირგვლივ, მწვავედ დგას პრობლემა ახალი მიდგომების გამომუშავებისა თანამედროვე კოსტიუმის შესახებ ცოდნათა სისტემაზაციის მიმართ. დღემდე პრაქტიკულად არ გამოიყენებოდა კულტურის კვლევების მიდგომა მოდის ფენომენის განსახილველად. ჩვენი ნაშრომი „ესთეტიკური პლურალიზმი თანამედროვე ტანსაცმლის დიზაინში“ სადოქტორო დისერტაციის ნაწილია და არსებულ პრობლემათა აღმოფხვრის მცდელობას წარმოადგენს. ნაშრომის აქტუალობას ხელს უწყობს ჩვენს მიერ არჩეული პრინციპული პოზიცია კვლევის პროცესში ტანსაცმლის უტილიტარულ-ფუნქციონალური დანიშნულებიდან მის ესთეტიკურ შინაარსზე აქცენტის გადატანისა. ნაშრომში მეცნიერულ-კონცეფტუალური თვალსაზრისით განხილულია XX საუკუნეში კოსტიუმის დიზაინის განვითარების მახასიათებელი პროცესები, მათი კავშირი სოციოკულტურულ სიტუაციასთან, რაც, თავის მხრივ, მოგვცა საშუალება კოსტიუმის აღწერა ვაწარმოოთ ჰუმანიტარულ მეცნიერებათა ტერმინებში და განვიხილოთ იგი როგორც ხელოვნებისა და დიზაინის ობიექტი.

პოსტმოდერნიზმი მსოფლიო კულტურათა გამოცდილების ათვისების გზით მიმართავს უფართოეს აუდიტორიას, რასაც „მხატვრულის“, ესთეტიკური კრიტერიუმების - „სტილის“, „ფორმის“, „უნიკალურობის“, „ესთეტიკური გემოვნების“- დევალვაცია მოსდევს. პოსტმოდერნიზმი შეგნებულად არის ორიენტირებული ეკლექტურობაზე, მოზაიკურობაზე,

ტრადიციათა პაროდულ გადააზრებაზე, კლასიკურისა და ავანგარდულის, მაღალისა და დაბალის, მასობრივისა და ელიტურის ნარევიზე. ესთეტიკური პლურალიზმი განმსაზღვრელ ტენდენციად იქცა დიზაინის ისეთი სპეციფიკური სფეროს განვითარებაში, როგორც არის ტანსაცმლის დიზაინი, რამაც მიგვიყვანა თვით თანამედროვე მოდის თვისობრივ ცვლილებამდე.

Esthetic pluralism in modern design of clothes

S u m m a r y

Learning the entire world culture Paul Hawken appeals to a wide range of audiences, with the devaluation is the "artistic", aesthetic criteria of "Style", "form", "unique", "the aesthetic taste". Paul Hawken is deliberately focuses on nature, amphibias, пародийное rethinking tradition, the mixture classics and avanguard, high and low, of mass and elitist. Aesthetic pluralism by becoming the defining trend, and in the development of the specific areas of design, such as design clothing, has led to a change in the nature of today's fashion

By development of experience of all of world culture the postmodernism addresses to the widest audience, thus there is a devaluation "art", esthetic criteria "style", "form", "uniqueness", "esthetic taste". The postmodernism consciously is guided by an eklekticity, mosaicity, parody reconsideration of tradition, a mix of classics and vanguard, high and low, mass and elite.

Aesthetic pluralism became the determining tendency in the development of the specific area of design, the design of clothing, has led to change of the very nature of modern fashion