

## ნინო მგალობლიშვილი

კულტურის კვლევების დოქტორი, პროფესორი

### მოდის კონცეპტი საერთაშორისო სამეცნიერო დისკურსის ველში

თანამედროვე ადამიანის ცხოვრება წარმოუდგენელია მოდის გავლენის გარეშე. თითოეულ ჩვენგანზეა დამოკიდებული, მივყვებით თუ არა ცვალებად ტენდენციებს ტანსაცმლის, ქცევისა და საყოფაცხოვრებო მოწყობაში. მაგრამ XXI საუკუნის დასაწყისში აქტიური სოციალური ცხოვრებით მცხოვრები ადამიანი, მისდაუნებურად, მაინც აკვირდება და მიჰყვება ეპოქის ახალ ტენდენციებს.

მოდის ფენომენს აქვს მატერიალური რეალიზაცია: ტანსაცმელში, ინტერიერისა და ექსტერიერის დიზაინში, სხვადასხვა ლოგოტიპებში და ა.შ.; ასევე, აქვს გარკვეული მახასიათებლები. მაგალითად: ციკლურობა – ერთი ტენდენციის არსებობის ხანგრძლივობა, რომელიც შეესაბამება ამინდის სეზონების ციკლურ ცვლილებას (შემოდგომა-ზამთარი, გაზაფხული-ზაფხული). ეს გამორჩეული მახასიათებელი ყველაზე მეტად ვლინდება „მაღალი მოდის“ (haute couture) კოლექციების ჩვენებებში და, ტანსაცმლის კოლექციების განახლების სიხშირით, ბრენდის მაღაზიებში; ინტერვალი ერთი სეზონის დასრულებასა და მეორეზე გადასვლას შორის – პრაქტიკაში რეალიზდება, როგორც გაყიდვების პერიოდი. ზოგიერთი მკვლევარი ამ მოვლენას მიიჩნევს მოკლევადიანი „მოდის სიკვდილის“ მომენტად; იერარქია, რომელიც პირდაპირ კავშირშია საზოგადოების კლასობრივ სტრუქტურასთან. იერარქიული თვალსაზრისით, მოდის ფენომენს აქვს შემდეგი სტრუქტურა: "მაღალი მოდა" – დიზაინერის საავტორო ფანტაზიის განსახიერება, რომელიც ხელმისაწვდომია მხოლოდ მაღალი ფენისთვის, თავისუფალია მარკეტინგული სტრატეგიისა და ბაზრის ინტერესების დაცვისაგან. "მაღალი მოდის" ნივთები იწარმოება ერთ ეგზემპლარად და მორგებულია მომხმარებლის ზომაზე; პრეტ-ა-პორტე, ანუ "მზა კაბა" – სტანდარტული ზომის დიზაინერული ტანსაცმელი, ქარხნულ აღჭურვილობაზე წარმოებული, მაგრამ მცირე პარტიებით გამოშვებული, ხელმისაწვდომია საშუალო ფენისთვის; მასობრივი წარმოების ტანსაცმელი, რომელიც იწარმოება ქარხნულ აღჭურვილობაზე დიდი რაოდენობით და, დაბალი ღირებულების გამო, ხელმისაწვდომია ფართო მასებისთვის.

მეცნიერებაში არსებული აზრის თანახმად, ისტორიის მანძილზე იცვლებოდა მოდის ცნება და შესაბამისად, იცვლებოდა მოდის ფენომენიც. მეტხუმეტე საუკუნეში მოდა არისტოკრატის პრივილეგია იყო, XIX საუკუნეში მოდას მდიდრები მართავდნენ, XX-ე საუკუნეში მოდა უკიდურესად დემოკრატიული გახდა, რადგან ყველამ, განურჩევლად წოდებისა თუ იერარქიული სტატუსისა, მიიღო უფლება გამოიყურებოდეს მოდურად“ (Kawamura, 2005:16) მოდა დღეს – ინსტრუმენტია ადამიანების ინდივიდუალიზაციისთვის და არა სოციალური დისტანციის აღდგენისთვის (Lipovetsky, 2012:204) ვის და არა სოციალური დისტანციის აღდგენისთვის (Lipovetsky, 2012:204). თუმცა, როგორც თანამედროვე ნორვეგიელი ფილოსოფოსი ლარს სვენდსენი წერს, "ეპოქის მიუხედავად, მაღალ საზოგადოებას ყოველთვის აქვს სუვერენული უფლება, დაადგინოს მოდის ტენდენციები – ქვედა ფენები სესხულობენ ზედა

ფენების მოდას, ირღვევა სოციალური დისტანცია და ზედა ფენები სასწრაფოდ აღგენენ ახალ მოდას. ეს თამაში მუდმივია და მიმდინარეობს საკუთარი წესებით“ (Svendsen: 2006:140).

ამდგავარად, წლის განმავლობაში მოდის ტენდენცია "haute couture"-დან მასობრივ წარმოებაზე გადადის. მასობრივი წარმოების ტანსაცმლის წარმოებითა და გაყიდვით დაკავებულ კომპანიებს ხშირად არ ჰყავთ საკუთარი დიზაინერები, რომლებიც ქმნიან უნიკალურ კოლექციას. შთაგონების წყაროდ ისინი იყენებენ უახლესი "haute couture" ის კოლექციის იმ ტენდენციებს, რომლებიც ყველაზე შესაფერისია ყოველდღიური ტანსაცმლისთვის. თანამედროვე მოდის ინგლისელი მკვლევარი ულრიხ ლემანი აღნიშნავს, რომ „როდესაც უნიკალური მაგალითი საქონელი ხდება, ის კარგავს თავის კულტურულ ღირებულებას“ (Lehmann, 2000:12).

მოდის ცვალებადი ბუნება შეიძლება აიხსნას ეკონომიკური, სოციალური და ფსიქოლოგიური ფაქტორებით. „ერთ-ერთი არსებული თეორიის მიხედვით, მოდა არის დიზაინერების, ქარხნებისა და მეწარმეების შეთანხმების შედეგი, რომლის მიზანია პროდუქციაზე მოთხოვნის გაზრდა და გაყიდვების ბაზრის სტიმულირება“ (Kawamura, 2005: 5).

ულრიხ ლემანის აზრით, „მაღალი მოდის“ აყვავების პერიოდი პირდაპირ კავშირშია ეკონომიკურ ვითარებასთან და ბურჟუაზიის ჩამოყალიბებასთან. ეს მოვლენა, რომელიც შემდგომ ინდუსტრიად გადაიზარდა, აღნიშნავდა ორ საპირისპირო გაერთიანებას \_ სამომხმარებლო დამოკიდებულებას ტანსაცმლის პროდუქციის მიმართ და ხელოვნების ნიმუშის ექსკლუზიურობისადმი თრთოლვას (Lehmann, 2000) .

მოდის ფენომენზე მსჯელობენ ანტიკურ ეპოქაში პირველი ანარქიკლებიდან მოდისადმი მიძღვნილ ინდივიდუალურ ნამუშევრებამდე (Simmel,1904, Barthes,1967, J. Bodrillard,1993), (Svendsen, 2006 და სხვ.). ასე, მაგალითად, მცირე ხსენება მოდაზე (ტანსაცმელზე) გვხვდება ძველრომაელი ფილოსოფოსის კლავდიუს ელიანუსის „მრავალფეროვან მოთხრობებში“ (III,19.). იგი წერდა, რომ პლატონს არ მოსწონდა არისტოტელეს ქვევის მანერები და ჩაცმის წესები. პლატონს თურმე აღიზიანებდა ის, რომ არისტოტელე ზედმეტად დიდ მნიშვნელობას ანიჭებდა ტანსაცმელსა და ფეხსაცმელს, იჭრიდა თმას პლატონისგან განსხვავებით და უყვარდა თავისი მრავალრიცხოვანი ბეჭდების გამოფენა. XVIII საუკუნეში იწყება მოდის უფრო დეტალური განხილვა. ცალკეული მსჯელობები და თეორიული განცხადებები მოდის შესახებ გააკეთეს ჟან დე ლა ბრუიერმა (XVII საუკ.), ენტონი ეშლი კუპერი 3-ე გრაფი შეფტსბერმა, ი. კანტმა, ა.სმიტმა, გ. ჰეგელმა, ჟან-ჟაკ რუსომ, ვოლტერმა და სხვ. ამ პერიოდის მოდის ესთეტიკის და გემოვნების საზრისში გამოყოფდნენ ისეთ თვისებებს, როგორიცაა მიბადვა, ციკლურობა, შინაგანი

მიზანდასახულობის ნაკლებობა და სოციალურობა. ამ კატეგორიების შესწავლა მოდასთან მიმართებაში განვითარდა შემდეგ კვლევებშიც. XIX საუკუნის შუა ხანებში წარმოიშვა სოციოლოგია, როგორც დამოუკიდებელი მეცნიერება. ამ დროიდან იწყება მოდისადმი უფრო სერიოზული მიდგომა (გ. ტარდი, გ. ზიმელი, ვ. ზომბარტი, თ. ვებლენი და სხვ.), თუმცა მოდაზე წარმოდგენები იკითხება მხოლოდ სხვა თეორიებისა და ფენომენთა სისტემაში და ფონზე (უფრო დეტალურად იხილეთ სტატიის ავტორის წიგნში "ვესტიმენტარული მოდა პოსტსაჭოთა საქართველოში). იელის უნივერსიტეტის ხელოვნების ისტორიის პროფესორი ნენსი თროის თქმით, ჯერ კიდევ „XX საუკუნის დასაწყისში ჰუმანიტარული მეცნიერებები მოდას შესწავლის საგნად არ თვლიდნენ. თავად მოდის კონცეფცია ინტერპრეტირებული იყო, როგორც ზედაპირული, წარმავალი ფენომენი, რომელიც მხოლოდ ქალებს აინტერესებს (Troy, 2003:4 ) უფრო მეტიც, მაგალითად, XX საუკუნის 30-წლებში მოდა განიხილება, როგორც შემოქმედების ანტოპოდი, როგორც დაბრკოლება, რომელიც უნდა გადალახოს მხატვარმა, მუსიკოსმა ან პოეტმა თავისი იდეის განსახორციელებლად. ასე, მაგალითად, საფრანგეთში მოღვაწე ცნობილი

კომპოზიციური და ხელოვნების თეორეტიკოსი ნ. მეტნერი ამტკიცებდა, რომ მოდა ყოველთვის არსებობდა ყველა სფეროში, მაგრამ მოდის მოდა ხელოვნებაში მხოლოდ ჩვენს დროში გაჩნდა. მეტნერის აზრით, „მოდის მოდა“ ხელოვნების დეგრადაციის მტკიცებულებაა, რაც იმას ნიშნავს, რომ მოდის კრიტიკა აუცილებელი პირობაა ადამიანის შემოქმედებითი საქმიანობისთვის (Метнер, 1935). თუმცა იმავე პერიოდის მოდის ისტორიკოსი ინგლისელი ჯეიმს ლავერი წერს, რომ მოდის მოვლენა გაცილებით მეტ ყურადღებას იმსახურებს, ვიდრე მას უთმობენ (Laver, 1937).

1990-2000-იან წლებში მოდისა და კოსტუმის საერთაშორისო სამეცნიერო დისკურსის ველში აქტუალურია მოდის თეორიული ასპექტებისა და თანამედროვე კონცეფციების შემუშავება. კერძოდ, ისწავლება მოდის ბუნება, მისი ფუნქციონირება, თანამედროვეებზე მოდის გავლენა, 21-ე საუკუნეში მოდის ძალაუფლების პრობლემა და ა.შ. მოდის თეორია, როგორც თანამედროვე სამეცნიერო კვლევის სპეციფიკური მიმართულება, განთავსებულია თეორიასა და პრაქტიკას შორის, რადგან ის აღმოცენდა კულტურის, ხელოვნების, კოსტიუმის ისტორიებისა და მარკეტინგული კვლევისა და სტრატეგიების კვებაზე (Конева, 2009).

თანამედროვე მოდაზე საუბრისას, შეიძლება ითქვას, რომ იგი განუყოფელი გახდა მედიის, შოუსა და კინოინდუსტრიისგან, ყოვლისმომცველი „ვიზუალური კულტურისგან“ და ა.შ. ამერიკელმა სოციოლოგმა დ. რისმანმა თავის ნაშრომში „მარტოხელა ბრბო“ (The Lonely Crowd) ზუსტად შეაფასა მოდის ადგილი და როლი საზოგადოებაში, როგორც „მობმარების კულტი“. მისი აზრით, ადამიანებს სწრაფცვალებადი მოდა ხელმძღვანელობს. როგორც მობ-მარების ფორმა მოდა სულ უფრო და უფრო თვითმიზანი ხდება ადამიანისთვის (Riesman, 2016).

მოდის, როგორც უნივერსალური და მრავალმხრივი ფენომენის, შესწავლა ფართო სფეროა სოციალური ფენომენების სხვადასხვა სფეროს სპეციალისტებისთვის: ფილოსოფოსების, ისტორიკოსების, ეკონომისტების, ფსიქოლოგების, კულტუროლოგების, სოციოლოგების. ასევე, თანამედროვე მეცნიერების თვალსაზრისით, მოდა, უფრო სწორად, მისი პრაქტიკული განხორციელება მოიცავს არა მხოლოდ ჰუმანიტარულ, ხელოვნებასა და ხელოსნობას, არამედ ეკონომიკურ დისციპლინებსაც. ამავდროულად, მოდის შინაარსის ძიება რთულდება იმით, რომ უმეტესწილად იგი ეფუძნება განსხვავებული, არასისტემური, სპონტანურად გაჩენილი იდეების ანალიზს მოდის შესახებ, რომლებიც ჩამოყალიბებულია სპეციალური თეორიების შესაბამისად. მიუხედავად გასული ათწლეულების განმავლობაში დაგროვილი

თეორიული და პრაქტიკული კვლევების დიდი რაოდენობისა, თავს იჩენს გამაერთიანებელი კონცეპტუალური ჩარჩოს პოვნის პრობლემა. ამ პრობლემის ერთ-ერთი მიზეზია \_ თითოეულ შემთხვევებულ სფეროს აქვს კვლევის საკუთარი ობიექტი და ამიტომ თავისებურად განსაზღვრავს „მოდის“ ცნებას. აქედან მოდის იდეების ბუნდოვანება. მეტი კონკრეტიკისათვის. ფილოსოფოსები მოდაზე ძირითადად ფიქრობენ სხვა ამოცანების გადაჭრის მიზნით (სოციალურ-კულტურული რეალობის, ინდივიდუალიზმის, ცრურწმენების კრიტიკის და ა.შ.), რომლებიც არ უკავშირდება მოდის, როგორც ცალკე ფენომენის შესწავლას. სოციალურ-ფსიქოლოგიური მიდგომის ფარგლებში მოდა აიხსნება კომუნიკაციის და მასობრივი ქცევის ფსიქოლოგიით (ა. სმიტი, ი. კანტი, გ. ჰეგელი, ჰ. სპენსერი). ამ თვალსაზრისით, მოდის ფენომენი აღწერილია, როგორც სოციალური განწყობის, გატაცების ფორმა, და ზოგიერთ შემთხვევაში, როგორც სოციალური ეპიდემია, მანია. ამ გაგებით, მოდური ქცევა ხასიათდება როგორც "მეტოქეობა", "მსგავსება", "განცალკევებულობა", "ჩაგონება", "იმიტაცია", "ენტუზიაზმი". სოციოლოგიაში (გ. სპენსერი, ე. ბოგარდუსი) მოდა განიხილება ადამიანის ქცევის სოციალური რეგულირებისა და თვითრეგულირების ერთ-ერთ „ფორმად, ერთ-ერთ მექანიზმად: ინდივიდუალურობის, ჯგუფურისა თუ მასობრივ...“. მოდა ახალი სოციოკულტურული ფორმების დანერგვის საშუალებად გამოცხადდა. მოდის სოციოლოგიური ინტერპრეტაცია ფოკუსირებულია მოდის ფენომენის გარეგნულ ასპექტებზე, შინაგანი

მახასიათებლებისა და კანონზომიერებების გათვალისწინების გარეშე (Гофман, 2004:713) XX საუკუნის

პირველ ნახევარში ამ პრობლემაზე მუშაობდა გამოჩენილი ამერიკელი სოციოლოგი ემორი ბოგარდუსი. მეცნიერის მიდგომა საინტერესოა დღევანდელი თვალსაზრისითაც. ე. ბოგარდუსი განიხილავს მოდის ფენომენს ადამიანის განვითარების სოციალური დეტერმინანტების თვალსაზრისით. იგი თვლის, რომ მოდა სოციალური აქტივობის, სოციალური მოტივების შედეგია \_ რისკის, განახლების, პროგრესის, უმაღლესი სტატუსის სურვილის. მეცნიერი ხაზს უსვამს, რომ მოდის ფენომენის არსებობით „ადამიანი-საზოგადოების“ ფუნქციონირება უამრავ პრობლემას წარმოშობს. მაგალითად, ეკონომიკური ხარჯის ზრდას, დესპოტურ ძალაუფლებას ქალებზე (დღეს ამ კუთხით მამაკაცებიც გამოირჩევიან). ე. ბოგარდუსის თქმით, ლიდერობენ \_ საქმიანი ქალი და სპორტსმენი ქალი. მაგრამ პირველნი თავიანთი მამაკაცურობით, მეორენი კი ესთეტიკის უგულვებელყოფით აზარალებენ მოდას. საბედნიეროდ, წერს მეცნიერი, იზრდება იმ ადამიანთა რიცხვი, რომლებიც სულით, გონივრული განსჯის თვალსაზრისით არიან პროგრესულები და ავლენენ კარგ გემოვნებას. მეცნიერი ირონიზირებს, \_ ყოველწლიურად ქალები ხარჯავენ უზარმაზარ ენერჯიას, როდესაც აკვირდებიან ცვლილებებს ტანსაცმლის ფორმებსა და დეტალებში. ზუსტად იმდენს, რამდენიც საკმარისი იქნებოდა ერთა ლიგის სპორტულ შეჯიბრებებში წარმატებული და გრძელვადიანი გამოსვლებისთვის. მკვლევარი პრობლემას ხედავს მოდის ძალიან ხშირ ცვლილებაში: ნეგატიური ემოციები ძველ მოდასთან მიმართებაში ხელს უშლის ესთეტიკურ აღქმას. შედეგად, მოდური შეიძლება ვულგარული გახდეს. ასევე ი. ბოგარდუსის მიერ მონიშნულია მოდის ილუზორული ბუნება \_ მას შეუძლია ვიზუალურად მიანიჭოს პიროვნებას არარსებული მაღალი სტატუსი და ა.შ. ე. ბოგარდუსი აღნიშნავს, რომ ყველა მცდელობა დესპოტიზმისა და მოდის ტირანიის გასაწეიტრალელებლად უშედეგოა. ავტორი პირდაპირ კავშირს ხედავს მოდის ცვლილებებსა და სოციალური პროცესების დინამიკას შორის. მოდის ფუნქციონირების დაჩქარება, ე. ბოგარდუსის აზრით, ხდება კომუნიკაციის საშუალებების, კონკურენციის და მასობრივი წარმოების საშუალებების განვითარებასთან ერთად (Bogardus, 1924).

სემიოტიკური მიდგომის მოსაზრება, რომ ტანსაცმელი ერთგვარი ტექსტია, ახალი არ არის. მაგალითად. ო.ბალზაკი "ევას ქალიშვილში" (1839) წერდა, რომ ქალისთვის ტანსაცმელი... არის ენა, სიმბოლო". სემიოტიკის მიდგომის გამოყენებით, მოდა მოქმედებს როგორც ნიშანთა ერთ-ერთი სისტემა. ასე აისახება მოდა ნაშრომებში კულტურის სემიოტიკაზე: რ. ბარტი თავის ფუნდამენტურ ნაშრომში „მოდის სისტემა“ (Barthes, 1967:328) იკვლევს მოდის ფენომენს, კერძოდ, ვესტიმენტური ანალიზის საფუძველზე განსაზღვრავს „მოდა \_ ტანსაცმელი \_ გარე სამყაროს“ . რ. ბარტს შემოაქვს ცნებები „ტანსაცმელი -გამოსახულება“ და „ტანსაცმელი \_ აღწერა“, პირველს ასახელებს, როგორც პლასტიკურს, ვიზუალურად აღქმულს, ხოლო მეორეს, როგორც ვერბალურ სტრუქტურას. ორივე სტრუქტურის მეშვეობით არის მინიშნებები რეალურ ტანსაცმელზე, რომელიც აყალიბებს მესამე სტრუქტურას \_ ტექნოლოგიურს, კატეგორიას, რომელიც მატერიისა და მისი გარდაქმნების დონეზე არსებობს. ამ ტრიადაში რ. ბარტი უპირატესობას ანიჭებს „ტანსაცმელი-აღწერას“, რადგან მისი მიზანია ინფორმაციის გადმოცემა, სადაც „მოდა“ ძირითადი შინაარსია.. როგორც მეცნიერები აღნიშნავენ, „მოდის სისტემის შესასწავლად ეს მიდგომა პროდუქტიულია, მაგრამ კოსტიუმის, როგორც ვიზუალური გამოსახულების განვითარების ანალიზისთვის მნიშვნელოვანია სწორედ „ტანსაცმლის-გამოსახულების“ საკულტო სტრუქტურა“ ( Иконникова, 1998:313) ჟ. ბოდრიარი თავის ნაშრომში „სიმბოლური გაცვლა და სიკვდილი“(Baudrillard, 1993:254) აღნიშნავს, რომ მოდა არაცნობიერისა და სურვილის მატარებელია. მის ნიშნებში აღარ არის შინაგანი დეტერმინიზმი

და, შესაბამისად, ისინი იძენენ შეუზღუდავი ჩანაცვლებისა და გადანაცვლების თავისუფლებას. ამ უპრეცედენტო ემანსიპაციის შედეგად ისინი თავისებური ლოგიკით ემორჩილებიან არანორმალურად აუცილებელ გამეორების წესს.

ანთროპოლოგიური ინტერპრეტაცია ემყარება ადამიანის ბუნებას თანდაყოლილი „ბუნებრივი“ მისწრაფებების ჰიპოთეზას: მრავალფეროვნების სურვილი და მუდმივობისადმი ზიზღი \_ ნორმიდან გადახრის მოდური ტენდენცია. მნიშვნელობის ძიება აისახება მოდის ცვლილებაში, იმ ადამიანების წყალობით, რომელნიც მიეკუთვნებიან გარკვეულ კულტურულ ტრადიციას, მაგრამ სისტემატურად არღვევენ მის წესებს, სცილდებიან ზოგადად მიღებულს. ამ დასკვნებიდან გამომდინარე, უნდა აღინიშნოს, რომ კულტურული გარემოს მოდური განახლება ხდება ცვლილებების გზით, რომლებიც მარგინალურ ფენებში წარმოიქმნება და შემდგომში ფართოდ გავრცელდება მოდის ტენდენციებში (Дурлас, 2000) ანთროპოლოგიური ინტერპრეტაციითვე განისაზღვრება ტანსაცმელი, რომელიც მოქმედებს, როგორც რიტუალური როლის აუცილებელი დანამატი, წარმოადგენს ვიზუალური სიმბოლოების სისტემას და გამოხატავს სოციალური რიტუალების არსს, დაწყებული მკაცრად რეგულირებული სოციალური ცერემონიებიდან პოპ კულტურის მოვლენებამდე. ანთროპოლოგების მიხედვით, მოდამი ცვლილება იწყება მაშინ, როდესაც მონაწილეები რიტუალისთვის არიან ჩაცმულნი, ხოლო აუდიტორია ადარებს და უპირისპირებს ამ იდეალურ სურათებს ყოველდღიურ რეალობას. თუ ეს განსხვავებები ძალიან აშკარაა, რიტუალი ხელს შეუწყობს მოდური ინდივიდუალობის ახალი სახეებისა და მოდის ტენდენციების ჩამოყალიბებას (Грица, 2004). ხელოვნების ისტორიაში მოდა განიხილება, როგორც შემოქმედების წინააღმდეგობა, როგორც დაბრკოლება, რომელიც უნდა გადალახოს ხელოვანმა, მუსიკოსმა ან პოეტმა თავისი იდეის განსახორციელებლად. ამავე დროს აღინიშნება ისიც, რომ მოდის მექანიზმი დამოკიდებულია კულტურის იმ სფეროების შინაარსზე, რომლებშიც ის მოქმედებს. ხელოვნებათმცოდნეობაში ამ

მოდრაობას ესთეტიკურ ინტერპრეტაციას უწოდებენ. მოდა ამ შემთხვევაში სხვადასხვაგვარად არის გაგებული: როგორც ესთეტიკური გემოვნების გამოვლინება, სილამაზის კანონი, მხატვრული და ესთეტიკური აქტივობა, როგორც ცნობისმოყვარეობა და მხატვრული გადაწყვეტის ძიება. ამ შეხედულების მიხედვით, მოდური ფორმების მონაცვლეობა მოდის ფასეულობების ესთეტიკური ცვეთის შედეგად ხდება. ხოლო ახალი მოდა, თავისთავად, ესთეტიკურ საჭიროებებთან ასოცირდება. კულტურულ კვლევებში მოდა უფრო ფართოდ განიხილება. კერძოდ, მოდას სწავლობენ სხვადასხვა კონტექსტში, არა როგორც სხვა საკითხების გარკვევის საშუალებად, არამედ როგორც ცალკე დამოუკიდებელ ფენომენს. მოდა განიმარტება, როგორც ნიმუშების მიბაძვა, პერიოდული ცვლილება, "მოდელის იმიტაცია, სოციალური მხარდაჭერის მოთხოვნილებების დაკმაყოფილება, ვინაიდან მიბაძვასთან ერთად მოდა აკმაყოფილებს განსხვავებულობის მოთხოვნილებას, საერთო მასისგან განცალკევებას" (Иконникова, 1998:313) თანამედროვე კულტურული ცნებები პირდაპირ გავლენას არ ახდენენ მოდის პრობლემატიკაზე, მაგრამ კულტურის შესწავლის შემუშავებული სტრატეგიები საშუალებას იძლევიან მოხდეს ამ თემის ლეგიტიმაცია კულტურის ცოდნის სისტემაში.

ეკონომიკური მიდგომა იკვლევს მოდის პროდუქციის წარმოების, დისტრიბუციისა და მოხმარების პრობლემებს, ასევე, უმუშევრობის, ინფლაციის და საერთაშორისო ვაჭრობის პრობლემებს, რომლებიც წარმოიქმნება მოდის ფენომენის ფუნქციონირებიდან. მოდასა და ეკონომიკას შორის ურთიერთობა განხილულია ვ. ზომბარტის, პ. ნისტრომის და სხვ. ნაშრომებში. ბოლო დროს გაბატონებულია მოდისადმი მიდგომა, როგორც სოციალურ-კულტურული ფენომენისადმი. ამ კონტექსტში მოდა განმარტებულია, როგორც სოციალური, კულტურული და

ფსიქოლოგიური რეგულირების მექანიზმი; მოდა განისაზღვრება როგორც, გლობალური მასშტაბის სოციალური და კულტურული ფენომენი, რომელიც ასახავს არა მხოლოდ კოსტიუმის, არამედ მთლიანად საზოგადოების ევოლუციას. არის ერთგვარი ინდიკატორი სოციალურ-კულტურული გარდაქმნებისა. როგორც საზოგადოების მნიშვნელოვანი კომპონენტი, მას შეუძლია განსაზღვროს მისი განვითარების დინამიკა. დავსესხებით გ. ბლუმერს და ვიტყვი, რომ მოდა არ შემოიფარგლება რაიმე იდეოლოგიური ბარიერით, მოდური ქცევის მოდელები არ არის დამოკიდებული რაიმე განსაკუთრებულ მორალურ ან სოციალურ დამოკიდებულებებზე, მოდა ისეთივე თავისუფალია, როგორც იდეოლოგია. ჩვენი აზრით, თანამედროვე საზოგადოების განვითარებაში კულტურული ფასეულობების სწრაფი მოძვლების გამო, სამეცნიერო დისკურსმა განსაკუთრებული ყურადღება უნდა მიაქციოს საკომუნიკაციო არხის "მოდის \_ ღირებულება" ფუნქციონირების ანალიზს (აქ ვიყენებთ როლან ბარტის ტერმინოლოგიას).

საინტერესოა ნიუ-იორკის მოდის ტექნოლოგიების ინსტიტუტის პროფესორ იუნია კავამურას მსჯელობა მასზე, რომ მოდის არსებული მახასიათებლები შედეგია იმისა, რომ საზოგადოებამ ტერმინს "მოდის" მოდის მნიშვნელობაზე მეტი შინაარსობრივი დატვირთვა მიანიჭა. მოდა არ არის კულტურული კონსტანტა, ამბობს მეცნიერი. მიუხედავად იმისა, რომ ეს კულტურული კონცეპტი კაცობრიობას თან ახლავს ხუთას წელზე მეტი ხნის განმავლობაში, იგი ბუნებით ცვალებადია. არასტაბილურია მისი როლიც საზოგადოებაში, ასევე, ტანსაცმლის შერჩევის ტენდენციები. დამაფიქრებელია ი. კავამურას მოსაზრება მასზე, რომ კვლევების უმეტესობა არ აკეთებს მკაფიო განსხვავებას ტანსაცმელსა და მოდას შორის. ი. კავამურა გვახსენებს, რომ ტანსაცმელი ხელშესახები პროდუქტია, ხოლო მოდა სიმბოლური

კულტურული პროდუქტი, რწმენაა. ასევე, მეცნიერი არღვევს მითს "გენიალური დიზაინერის" შესახებ და განმარტავს, რომ არსებობს ინსტიტუციური სტრუქტურა, რომელმაც ჩამოაყალიბა და წარმოქმნა მოდის ფენომენი, რომელიც მუშაობს დიზაინერების კრეატიულობის ლეგიტიმაციისთვის და შეუძლია მათ წარმატებულად აქციოს. ამ სისტემური სტრუქტურის გარეშე, მოდის კულტურა არ იარსებებს. ამის ხსენება რატომღაც არ სურთ მოდის მრავალი თეორეტიკოსს, წერს კავამურა. საინტერესოა აღინიშნოს, რომ, პოსტმოდერნული ეპოქის კულტურული ფენომენების ინტერპრეტაციების მრავალმხრივობისა და ბუნდოვანების კონტექსტში კავამურა გვთავაზობს ახალი მეცნიერების \_ „მოდოლოგია“ (fashionology) \_ შემოღებას. ამდენად, ინტერდისციპლინარული მოდის ფენომენი, ფაქტობრივად მსჭვალავს ადამიანის ცხოვრების ყველა სფეროს. ჩვენ შევეცადეთ შეძლებისდაგვარად გადმოგვეცა ყურადსაღები დებულებების ინტერპრეტაცია. თუმცა ერთი სტატიის ფარგლებში რთულია ამომწურავად გაიშალოს დასახული თემა. ზუსტად დაახასიათა მცნებათა ეს პოლიფონია ამერიკელმა მეცნიერმა ჯორჯ სპროლსმა, როდესაც წერდა, რომ "ხელოვნებათმცოდნეები მოდას ესთეტიკურ იდეალად მიიჩნევენ. ეკონომისტები \_ როგორც საზოგადოების განახლების სურვილი. ფსიქოლოგები ამბობენ, რომ მოდა არის მიბაძვისა და შემოთავაზების მექანიზმი და ა. შ." როგორც ვხედავთ, მეცნიერთა ინტერესი მოდის ფენომენისადმი ისტორიული განვითარების პროცესში არათანაბარია. ცოდნის ყველა სფერო სწავლობს მოდას სხვადასხვა კუთხით, არ არსებობს მოდის ერთიანი დეფინიცია. უდავოა, რომ მეცნიერული შემუშავების სირთულე გამოწვეულია ამ წინააღმდეგობათა მრავალფეროვნებით (Sproles, 1974:463) თუმცა, მათი ინტერპრეტაციისას, შეიძლება გამოვყოთ რამდენიმე ზოგადი დებულება. უცხოური სამეცნიერო დისკურსი მოდას განსაზღვრავს, როგორც სოციალურ, ეკონომიკურ და სოციალურ-კულტურულ კონცეპტს, რომელიც პრაქტიკაში რეალიზდება, როგორც ფენომენი. ეს ფენომენი ხასიათდება მოკლევადიანი ცვალებადობით, გავლენას ახდენს საზოგადოებაზე და

ასახავს ინდივიდუალურ თვისებებს სოციალურ ასპექტში. ასევე განსაზღვრულია ამ ფენომენის ანალიზის კონცეპტუალური ინსტრუმენტარიუმი. მეცნიერები იყენებენ ისეთ ცნებებს, როგორცაა „ტრადიცია“, „მოდა“, „სტილი“, „კოსტიუმი“, „სტილის პროტოტიპები“, „პოლისტილიზმი“ და ა.შ.

ამრიგად, ენობრივ ცნობიერებაში დაფიქსირებული ვერბალური საშუალებებით მოდა, ძირითადად, გამოიხატება როგორც კულტურის მნიშვნელოვანი ფენომენი (Kawamura, 2005).

ზემოაღნიშნული კვლევების მნიშვნელოვანი მეცნიერული ღირებულების გათვალისწინებით, უნდა აღინიშნოს, რომ ჩამოთვლილი მეცნიერებისა და სპეციალისტების მიერ წამოყენებული ზოგიერთი დასკვნა და დებულება საჭიროებს შემდგომ განვითარებას თეორიული და პრაქტიკული კუთხით; ასევე, რიგი სამეცნიერო დებულებები საჭიროებს კორექტირებას საზოგადოების მოძრაობის პროცესების ამჟამინდელი გაგებისა და დღევანდელ ეტაპზე მოდის განვითარების შეცვლილი სოციალურ-ეკონომიკური პირობების გათვალისწინებით.

#### **გამოყენებული ლიტერატურა:**

1. Barthes, R. Systeme de la Mode / R. Barthes. \_ Paris: Editions du Seuil, 1967.
2. Baudrillard, J. Symbolic Exchange and Death, London: Sage Publications, 1993.  
<https://symbolicexchange.wordpress.com/2008/01/06/ baudrillard-and-symbolicexchange/>
3. Bogardus, Emory S. Fundamentals of Social Psychology, Chapter 13: Fashion Imitation  
[https://brocku.ca/MeadProject/Bogardus/1924/1924\\_13.html](https://brocku.ca/MeadProject/Bogardus/1924/1924_13.html)
4. Kawamura, Y. Fashionology: an introduction to fashion studies / Yuniya Kawamura. Oxford ; New York : Berg, 2005.
5. Laver J. Taste and Fashion: from the French Revolution to the Present Day. London, 1937.
6. Lehmann, U. Tigersprung: fashion in modernity / Ulrich Lehmann. Cambridge, Mass.: MIT Press, 2000.
7. Sproles G.D. Fashion Theory: a Conceptual Framework // Advances in Consumer Reserch. 1974. Vol. 1, Is..
8. Riesman, David The lonely crowd.  
[https://is.muni.cz/el/fss/jaro2016/SOC757/um/61816962/Riesman\\_LonelyCrowd.pdf](https://is.muni.cz/el/fss/jaro2016/SOC757/um/61816962/Riesman_LonelyCrowd.pdf)
9. Simmel, G. Fashion. International Quarterly, 1904, 1 (22).
10. Svendsen, L. Fashion: A Philosophy. London, 2006
11. Simmel (1904), R. Barthes (1967), J. Bodrillard (1993)
12. Troy, N. J. Couture culture: a study in modern art and fashion / Nancy J. Troy. Cambridge, Mass.: MIT Press, 2003.
13. Гирц К. Интерпретация культур / пер. с англ. М., 2004.
14. Гофман А.Б. Мода и люди: новая теория моды и модного поведения. \_ М.: Наука, 2004.
15. Дуглас М. Чистота и опасность: Анализ представлений об осквернении и табу / пер. с англ. Р. Г ромовой под редакцией С. Баньковской; вст. ст. и комм. С. Баньковской. М., 2000.
16. Иконникова С.Н. Очерки по истории культурологии. \_ СПб. : ИГУП, 1998.
17. Конева А.В. Мода в социальном бытии: от включенности к исключительности // Фундаментальные проблемы культурологии: сб. ст. по материалам конгресса. Т. 6: Культурное наследие: от прошлого к будущему / отв. ред. Д.Л. Спивак. М., 2009.
18. Метнер Н.К. Муза и мода: защита основ музыкального искусства, Paris, YMCA-Press, 1935