



**სტილი და იდენტობა: როგორ იყენებს ქალი სამოსს, როგორც იდენტობის კომუნკატორს**

ევა მოდებაძე

სოციოლოგიის საბაკალავრო პროგრამა

სოციალურ და პოლიტიკურ მეცნიერებათა ფაკულტეტი

ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი

E-mail: [eva.modebadze@yahoo.com](mailto:eva.modebadze@yahoo.com)

## აბსტრაქტი

მოცემულ ნაშრომში განხილულია, თუ როგორ იყენებს ქალი სამოსს, როგორც იდენტობის კომუნიკატორს, რაც მოიცავს როგორც თვითგამოხატვას, სამოსის მიხედვით სხვების კატეგორიზებას, ასევე ისეთი პირველადი სოციალური ჯგუფის გავლენას ჩაცმის სტილის ფორმირების პროცესზე, როგორც ოჯახია. კვლევის მეთოდად შერჩეულ იქნა თვისებრივი კვლევის მეთოდი - სიღრმისეული ინტერვიუ, ნახევრად სტრუქტურირებული კითხვარის გამოყენებით. კვლევაში მონაწილეობის მისაღებად შეირჩა თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის მდებარეობითი სქესის რვა სტუდენტი. მონაცემები გაანალიზდა თემატური და დისკურსის ანალიზის გზით. შედეგებმა აჩვენა გენდერის განსაკუთრებული მნიშვნელობა სამოსის გზით იდენტობის კომუნიკაციის სპეციფიკურ ასპექტებში, რესპონდენტების პასუხების მიხედვით, სამოსი იდენტობის მატერიალურ რეპრეზენტაციას წარმოადგენს, განსაკუთრებით ქალის შემთხვევაში დრო-სივრცულად კონტექსტუალურია და მოცემული ეპოქისა თუ საზოგადოების კულტურული ღირებულებების გამოხატულებაა; სამოსი გამოიყენება როგორც თვითგამოხატვის საშუალება, რაც მათ შორის მოიცავს კლასობრივ იდენტობას, ინდივიდუალიზმს ა.შ., ამასთანავე სამოსი სხვათა კატეგორიზების ეფექტური ვიზუალური ინსტრუმენტია, ასევე გამოიკვეთა ჩაცმის სტილის ფორმირების პროცესზე ოჯახის მნიშვნელოვანი გავლენები.

საკვანძო სიტყვები: სამოსი, იდენტობა, სოციალური კონტროლი, კონფორმიზმი, მომხმარებლური კულტურა, ჩაცმის სტილი

## 1. შესავალი

ჩაცმის სტილი თვითგამოხატვის ვიზუალური ენაა და, უმეტეს შემთხვევაში, სწორედ ტანსაცმელია ის სტიმული, რაც ადამიანზე პირველ შთაბეჭდილებას ახდენს. ეს არის არავერბალური ინსტრუმენტი, რომელიც მთელ რიგ ინფორმაციას გვანვდის ინდივიდის შესახებ, მაგალითად ასაკის, სქესის, პიროვნების, სოციო-ეკონომიკური სტატუსის, ღირებულებების თუ იდეოლოგიური აფილაციების შესახებაც კი. ფაიენბერგის, მატაროს და ბუროუგის მიხედვით, არსებობს სამი მთავარი მიზეზი, თუ რატომ არის სამოსი კვლევისთვის მნიშვნელოვანი: (1) ტანსაცმელი ყოველდღიურ ცხოვრებაში გამოიყენება; (2) სამოსი საჯაროდ დემონსტრირებულია; (3) ტანსაცმელი ადვილად მანიპულირებადი სიმბოლოა. ყოველდღიური სამოსის არჩევანი შესაძლოა უამრავი ინფორმაციის მატარებელი იყოს ინდივიდსა და გარემომყოფებს შორის, მაშინაც კი, როდესაც ეს კომუნიკაცია არ არის წინასწარგანზრახული. გარდამავალ საზოგადოებაში მოდის დისკურსის კვლევა მრავალ საინტერესო ასპექტს გამოკვეთს. კომუნისტურ საქართველოში ანტიკონფორმისტული სტილი თითქმის კრიმინალად ითვლებოდა, ასევე სამომხმარებლო პროდუქციის ნაკლებობაც იმას ნიშნავდა, რომ საზოგადოების დიდ ნაწილს არ ჰქონდა წვდომა მოდურ ტანსაცმელზე. დღესდღეობით, ქართველ ახალგაზრდებს გაცილებით მეტი თავისუფლება აქვთ ჩაცმის სტილის არჩევაში, რაც, თავის მხრივ, როგორც კაპიტალისტურ-მომხმარებლური იდეოლოგიის დამკვიდრების და ბაზარზე პროდუქციის ფართო არჩევანის, ასევე, მეორე მხრივ, საბჭოური კოლექტივისტური კონფორმიზმიდან დასავლური ინდივიდუალიზმისკენ სწრაფვის შედეგია. იდენტობა ფორმირდება სოციალური და კულტური გარემოს მიერ, ჩაცმის სტილი კი ამ იდენტობის მატერიალური რეპრეზენტაციაა, ამიტომ, საინტერესოა, ამ ორი ცვლადის დამოკიდებულება, იმის კვლევა, თუ როგორც აისახება პირველადი, უფრო კონკრეტულად კი, ოჯახის, სამეგობრო წრის გავლენა სოციალური იდენტობით ნაკარნახევ ჩაცმის სტილზე, განსაკუთრებით საინტერესოა ისეთი

ცვლადის ჩართვა, როგორც გენდერია, რამეთუ, ქარულ რეალობაში, გენდერი მნიშვნელოვანი ცვლადია ნებისმიერ კონტექსტში კვლევისას.

### 1.1. დიზანინის თეორიული ნაწილი

კრაიკის მიხედვით სამოსსა და იდენტობას შორის კავშირი შეიძლება დინამიკურ ინტერაქციაში განვიხილოთ, როდესაც, პირველი, სამოსის გზით იდენტობის გამოხატვა ხდება, და მეორე, იგი ინდივიდის თვითმენეჯმენტის ხელსაწყოს წარმოადგენს (Twigg, 2009). სამოსი და იდენტობა კავშირშია გამოხატვის პოსტმოდერნულ თემებთან, როგორცაა არჩევანი და აგენტი, კარგად ასახავს იმ გზებს, თუ როგორ არის გამოხატული მოდა მომხმარებლურ კულტურაში და როგორ ცდილობენ ინდივიდები უნიკალური, ინდივიდუალური „მე“ს შექმნას სამომხმარებლო პროდუქციის გამოყენებით (Finkelstein, 1991). სამოსი გამოხატავს და აყალიბებს იდენტობას, აკავშირებს რა მას მატერიალურ რეალობასთან. ამ შემთხვევაში, სამოსში იგულისხმება არა მხოლოდ მოდა, არამედ „ჩაცმულ სხეულთა“ ემპირიული რეალობა, იმ სოციოლოგიური და ანთროპოლოგიური ტრადიციებიდან გამომდინარე, რომელიც აღიქვამს სამოსს, როგორც მატერიალური კულტურის ფორმას და ადამიანთა ყოველდღიური გამოცდილებების ნაწილს, შესაბამისად, სამოსი და იდენტობა ერთმანეთთან მჭიდრო კავშირშია (Entwistle, 2001). თავად იდენტობა ძალიან ბუნდოვანი ცნებაა და დიდი ხანია, სამეცნიერო წრეებში სხვადასხვა დისკურსსა თუ კონტექსტში ანალიზისთვის ხშირად გამოყენება. მის ერთ-ერთ უმნიშვნელოვანეს ასპექტს სწორედ ინდივიდის ვიზუალური თვითგამოხატვა შეადგენს, რაც განსაკუთრებით პოპულარული 1970-იან წლებში გახდა. ბაუმანი იდენტობას განიხილავს, როგორც თხევად სუბსტანციას, რომელიც მოდერნული საზოგადოების მუდმივი გაურკვევლობის პირობებში სისტემატურ ტრანსფორმაციას განიცდის ისევე, როგორც ინდივიდუალური თვითგამოხატვის სტილი და ფორმა (2005). იქიდან გამდინარე, რომ იდენტობა ძალიან კომპლექსური ცნებაა, კვლევის მიზნიდან გამომდინარე, აუცილებელია იდენტობის ისეთი განმარტება, რომელიც მოიცავდა არა მხოლოდ ინდივიდის თვითაღქმას (self-concept), არამედ სხვადასხვა

სოციალური ჯგუფისა თუ კულტურული ნორმის გავლენასაც, რაც ასევე დაკავშირებული იქნებოდა თვითგამოხატვასთან. ამიტომ მოცემულ კვლევაში გამოყენებული იქნება შემდეგი განმარტება, რომლის მიხედვით: იდენტობა, ეს არის ინდივიდის გამოცდილებათა სტრუქტურული რეპრეზენტაცია, რომელშიც „მე“-ს და სხვა აგენტებს შორის ურთიერთობა მეტნაკლებად სტაბილურად სტრუქტურირებულია, ნაკარნახევი სოციოკულტურული გარემოთი.

ცენტრალური აზიისა და კავკასიის, მათ შორის საქართველოს, პოსტკომუნისტურ ქვეყნებში განსაკუთრებული მნიშვნელობა შეიძინა გენდერმა, როგორც ტრანზიციების მნიშვნელოვანმა ასპექტმა (Gal & Kligman 2000). მთელს მსოფლიოში, ქალები, კაცებთან შედარებით, სოციალურად და ეკონომიკურად ნაკლებ პრივილეგირებულნი არიან, რაც რიგ ასპექტებთან ერთად, ჩაცმის სტილის თავისუფლებაზეც ახდენს გავლენას (Turner, 1984). ვთვლი, რომ ქალის მიერ სამოსის არჩევის პრაქტიკები და მათი იდენტობის კომუნიკაციის გზები უფრო სპეციფიური, მნიშვნელოვანი ინფორმაციის მატარებელია, ვიდრე მამაკაცების შემთხვევაში. გარდამავალი პერიოდის ახალგაზრდა ქართველი ქალები მწვავედ განიცდიან ორმაგი სტანდარტების ზემოქმედებას, ერთი მხრივ, დასავლურ თავისუფლებასა და თვითგამოხატვასა და მეორე მხრივ, ტრადიციულ ღირებულებებს, რაც მნიშვნელოვნად განსაზღვრავს მათ ადგილს საზოგადოებაში, თვითაღქმასა და გენდერულ როლებს. ოჯახი, სკოლა, უნივერსიტეტი და სხვ. აწესებს ნორმატულ სტანდარტებს, ამ სტანდარტებისგან დევიაცია კი ქალის სტიგმატიზებას იწვევს. სამოსიც ამ ანტაგონიზმის ერთ-ერთი გამომხატველია, რომელზეც გავლენა აქვს არსებულ სოციუმს და სოციალურ ერთობებს, მათ შორის, განსაკუთრებით ისეთ პირველად სოციალურ ჯგუფს, როგორიც ოჯახია. საინტერესოა, თუ როგორ ხედავენ ქართველი ქალები საკუთარ თავს, როგორც პოსტინდუსტრიული საზოგადოების აქტორებს, რომლებიც იყენებენ სამოსს ინდივიდუალურობის და ჰეტეროგენული იდენტობების სადემონსტრაციოდ, თუ საზოგადოებაში გავრცელებული ზოგადი ნორმებისა და ღირებულებებით ნაკარნახევ,

გენდერულ როლურ მოლოდინებთან შესაბამის, კონფორმისტულ და ფართოდ გავრცელებულ „მეინსტრიმულ“ სტილს ანიჭებენ უპირატესობას, რაც შესაძლოა განპირობებულია, სწორედ პირველადი სოციალური ჯგუფების მიერ ნაკარნახევი სტანდარტებით.

იდენტობის ცნების მრავალგანზომილებიანი ბუნებიდან გამომდინარე, არ არსებობს ის ზუსტი პოსტულატები, რაც კვლევას კონკრეტული მიმართულებით წარმართავს, ამიტომ ნებისმიერი ახალი კვლევა ამ დარგში სიახლის მომტანია. ქართულ კონტექსტში არ ჩატარებულა კვლევა, რომელიც უშუალოდ ჩაცმის სტილს და იდენტობას დააკავშირებდა, იკვლევდა ოჯახისა და სამეგობრო წრის გავლენას ქართველი ქალის ჩაცმის სტილის ფორმირებაზე. შესაბამისად, წინამდებარე კვლევა ამ მიმართულებით პირველი ნაბიჯის გადადგმის მცდელობაა.

## 1.2. დიზაინის მეთოდური ნაწილი

მიზანი და ამოცანები:

მოცემული კვლევის მიზანი მოიცავდა მეკვლია, თუ როგორ იყენებს ახალგაზრდა ქართველი ქალი სამოსს, როგორც იდენტობის კომუნიკატორს და რა გავლენა აქვს ჩაცმის სტილის ფორმირების პროცესზე ისეთ პირველად სოციალურ ჯგუფს, როგორიც ოჯახია.

საკვლევი მიზნის შესაბამისად, დასმულია შემდეგი ამოცანები:

1. როგორ გამოიყენება სამოსი, როგორც თვითგამოხატვის საშუალება - თვითკატეგორიზება ჩაცმის სტილის საფუძველზე;
2. სამოსი, როგორც სხვისი კატეგორიზების საშუალება და მასთან დაკავშირებული სტერეოტიპები; როგორ აღიქვამენ ქალები ერთმანეთს ჩაცმის სტილის მიხედვით;

3. რესპონდენტთა შეფასებები ოჯახის გავლენაზე მათი ჩაცმის სტილის ფორმირების პროცესზე; თუ როგორ გამოიყენება სამოსი, როგორც ნორმათა კვლავწარმოების და სოციალური კონტროლის ფორმა.

**შერჩევა.** კვლევის ფარგლებში განხორციელდა მიზნობრივი შერჩევა, ანუ რესპონდენტების შერჩევა მოხდა მოსახლეობის კონკრეტული სეგმენტიდან, ჩემი სანაცნობო წრიდან, კერძოდ, შერჩეულ იქნა თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ორი საფეხურის - ბაკალავრიატისა და მაგისტრატურის მდებდრობითი სქესის 8 სტუდენტი, რომლებსაც ერთმანეთისგან მეტნაკლებად განსხვავებული ჩაცმის სტილი აქვთ. სტუდენტების, როგორც შერჩევის ელემენტების განსაზღვრა, განაპირობა რამდენიმე ფაქტორმა: პირველ რიგში, იმ ფაქტმა, რომ სტუდენტები შეიძლება ითქვას, საზოგადოების ყველაზე ჰეტეროგენული სეგმენტია, შესაბამისად, სავარაუდო იყო სხვადასხვა სოციალური ჯგუფებისადმი აფილაციების გავლენები; მეორეც, სტუდენტები ყველაზე მეტად არიან თავისუფალნი, ჩაიცვან ის, რაც სურთ (ნაკლებადაა სამსახურებრივი კოდის გავლენა, ასევე სკოლაში წაყენებული მოთხოვნები ა.შ.); მესამეც, ჩემთვის, როგორც სტუდენტისთვის, ყველაზე საინტერესო სწორედ ამ სეგმენტის კვლევაა.

**მონაცემების მოპოვების მეთოდი.** კვლევის მეთოდად შერჩეულ იქნა თვისებრივი კვლევა, კერძოდ, სიღრმისეული ნახევრადსტრუქტურული ინტერვიუ.

ინტერვიუები ჩატარდა 2017 წლის მაისში, მოპოვებული მონაცემები გაანალიზდა თემატური ანალიზის მეთოდის გზით, როგორც კვლევის მთავარი კითხვებიდან, ასევე თეორიული საფუძვლებიდან გამომდინარე. იგი ერთ-ერთი ყველაზე მოსახერხებელი მეთოდია, რომელიც დღეს ფართოდ გამოიყენება არაერთი მიმართულების სამეცნიერო კვლევებში. თემატური ანალიზი სწორედ რესპონდენტთა აღქმებზე, გრძნობებსა და გამოცდილებებზე, როგორც კვლევის მთავარ ობიექტზე, აკეთებს აქცენტს (Guest, 2012). ანალიზის ეს მეთოდი სცილდება მონაცემებში უბრალოდ ძირითადი საკითხების გამოყოფას, არამედ ემსახურება რესპონდენტთა პასუხებში როგორც ექსპლიციტური, ასევე იმპლიციტური იდეების

გამოვლენას (გვ.11). ამ მეთოდის შერჩევის მთავარი მიზეზი მისი მოქნილობა (flexibility) იყო, რადგან კვლევა არ ეფუძნება ერთ კონკრეტულ (ან რამდენიმე) საფუძველმდებარე თეორიას, არამედ მრავალ ურთიერთდაკავშირებულ ნაშრომს, კვლევის მეტნაკლებად მსგავსი ფოკუსით (Braun; Clarke, 2006). ამასთან, თემატურ ანალიზში, თემათა ინტერპრეტაცია მონაცემებითაა გამყარებული და სხვადასხვა კატეგორიების გამოყოფა არის შესაძლებელი (Guest, 2012, 17). ანალიზი განხორციელდა ინდუქციური მიდგომით, რამეთუ კვლევის მიზანი სწორედ იმ მრავალი თემატური ასპექტების გამოყოფაა, რასაც სამოსის, როგორც იდენტობის კომუნიკატორის, გამოყენება მოიცავს. ამიტომ გამოვლენილი თემები უშუალოდ მონაცემებითაა ნაკარნახევი და არა მორგებული წინასწარმიყენებულ თეორიულ ჩარჩოს ან მოდელს. თუმცა, ამ მეთოდის მთავარი შეზღუდვა სემიოტიკის იგნორირებაა, აქცენტი არ კეთდება რესპონდენტების მიერ ენის, როგორც მნიშვნელობათა კონსტრუირების მექანიზმის გამოყენებაზე (Braun; Clarke, 2006). ამ შეზღუდვის ასაცილებლად ანალიზის დამატებით მეთოდად გამოყენებულ იქნა დისკურსის ანალიზი, რომელიც განიხილავს ენას, როგორც სოციალურ ინტერაქციას და მისი გამოყენების სხვადასხვა ასპექტებზე ფოკუსირდება.

**ეთიკური საკითხები.** რესპონდენტთა ინტერესების დაცვის მიზნით და ეთიკური სტანდარტებიდან გამომდინარე, მოცემულ კვლევაში ყველა რესპონდენტის სახელი შეცვლილია.

**კვლევის შეზღუდვები.** მიუხედავად მრავალი შეზღუდვისა, მოცემული კვლევა, ქართულ კონტექსტში, პირველი ნაბიჯის გადადგმის მცდელობაა სამოსის, როგორც ქალის იდენტობის ვიზუალური რეპრეზენტაციის კვლევისაკენ. კვლევა არ ითვალისწინებს შედეგების განზოგადებას თუმცა საშუალებას გვაძლევს დავინახოთ საზოგადოებაში არსებული და გაცრცელებული ზოგადი ტენდენციები.



## 2. შედეგები

წინამდებარე კვლევაში, მონაცემთა თემატურმა და დისკურსულმა ანალიზმა საინტერესო კავშირები გამოავლინა სამოსსა და იდენტობას შორის, კვლევის ამოცანების შესაბამისად, გამოიკვეთა გარკვეული ტენდენციები და მიმართებები. რესპონდენტთა აზრით, სამოსი ინდივიდის შესახებ გარკვეულ ინფორმაციას ატარებს, თუმცა განსხვავდება მათი მოსაზრებები იმის შესახებ, თუ კონკრეტულად რის კომუნიკაციას შეიძლება ცდილობდეს ინდივიდი სამოსის გზით. სამწუხაროდ, ყველა წამოჭრილი თემის ანალიზი წინამდებარე მცირე მასშტაბის კვლევაში ვერ ხერხდება, ამიტომ მოცემული კვლევის შედეგები დაყოფილია ორ ძირითად თემატურ ბლოკად, რომლებიც კვლევის ამოცანებს ეხმიანება. პირველ ნაწილში განხილული იქნება სამოსი, როგორ თვითგამოხატვის საშუალება, მეორე ნაწილი კი დაეთმობა სამოსის, როგორც ნორმათა კვლავწარმოების, სოციალური კონტროლის ფორმას.

### 2.1. სამოსი და იდენტობა: სამოსი, როგორც თვითგამოხატვის საშუალება

#### 2.1.1. სამოსი და კლასობრივი იდენტობა:

ერთ-ერთი ყველზე საინტერესო ასპექტი რომელიც სამოსსა და იდენტობას შორის გამოიკვეთა, იყო აქცენტი სოციალურ კლასზე. ჯერ კიდევ ზიმელიდან მოყოლებული სოციოლოგების მიერ აქცენტი კეთდებოდა კავშირზე მოდასა და სოციალურ კლასს შორის, სადაც სამოსი განიხილებოდა, როგორც კლასობრივი იდენტობის ნაწილი, იმაზე, თუ როგორ ხდებოდა მოდის შემოღება ელიტების მიერ და შემდეგ მოძველებული ტრენდების იერარქიულ საფეხურზე ქვემოთ გადანაცვლება (Levine, 1971:125). ბურდიეც (1984) განიხილავს სამოსს, როგორც კლასობრივი განსხვავების მარკერს, მიიჩნევს რა მას კულტურულ კაპიტალად. ბოლო პერიოდში მოდის დემოკრატიზაციასა და ე.წ. ქუჩის მოდის აღზევებასთან ერთად, რთულია ვიმსჯელოთ მოდის კლასობრივ ხასიათზე (Davis, 1992),

რადგან აშკარაა, დღესდღეობით, იდენტობის სხვა ასპექტები კლასობრივ იდენტობაზე უფრო მეტ აქცენტირებას იმსახურებს, თუმცა შეკითხვაზე, თუ რა ინფორმაციის მატარებელი შეიძლება იყოს სამოსი და თუ რა ასოციაციებს იწვევს მათში, რესპონდენტთა ნაწილმა მთავარი პარალელი სწორედ სამოსსა და მატერიალურ მდგომარეობას შორის გაავლო<sup>1</sup>. მაგალითად რესპონდენტ ანას აზრით, სამოსი შეიძლება გარკვეული ინფორმაციის მატარებელი იყოს, მიაჩნია რომ ინდივიდის შინაგან თვისებებზეც კი შეიძლება ჩაცმის სტილის მიხედვით მსჯელობა, თუმცა მისთვის სამოსი მაინც მოდასთან ასოცირდება, მოდა კი, როგორც სიმდიდრის დემონსტრაცია, მის მიერ უარყოფით კონტექსტში განიხილება. მოგვიანებით იმავე რესპონდენტის მიერ ქართული კონტექსტისთვის მისი აზრით სპეციფიკური ასპექტი შემოდის:

ანა: „განსაკუთრებით ჩვენთან, აი საქართველოში, ჩაცმას უაზროდ დიდ მნიშვნელობას ანიჭებენ, ბოლო ლუკმას მოიკლებენ მართლა, რო ტანსაცმელი იყიდონ, თან, რა თქმა უნდა, ფასზე რო აქცენტი გააკეთონ.“

ერთი შეხედვით, თითქოს ეს ციტატა აქარწყლებს შესაძლო კავშირს ჩაცმის სტილსა და სოციალურ კლასს შორის, რამეთუ სამოსი უშუალოდ არ გამოხატავს კავშირს ორ მოცემულ ცვლადს შორის, თუმცა ეს ამ კავშირის აშკარა გამოხატულება უფროა, ვიდრე უარყოფა, რამეთუ თავს იჩენს დაბალი კლასის წარმომადგენელთა სურვილი, მიბაძონ ელიტებს. რესპონდენტის სიტყვებით, „ლუკმა პურის მოკლების ფასად“, თუმცა ეს დამოკიდებულებაც იმდენადვე სადავოა, რამდენადაც ქართულ კონტექსტში სოციალური კლასის ცნების განმარტება.

პოსტმოდერნულ საზოგადებაში მოდის დისკურსი, ჩაცმის სტილი და, ზოგადად, ყველანაირი არჩევანის პრაქტიკები ქაოსურია და არასტრუქტურირებადი, კავშირები დარღვეული. საქართველოს პოსტმოდერნულობაზე მსჯელობები სცდება მოცემული კვლევის ჩარჩოებს,

<sup>1</sup> სოციალური კლასი ფართო ცნებაა, ამ შემთხვევაში სოციალურ კლასს განვიხილავ მხოლოდ ეკონომიკური მდგომარეობის, მატერიალური შემოსავლის მიხედვით

თუმცა, ჩვენს რეალობაშიც რთულია, ვიმსჯელოთ კავშირებზე კლასობრივ იდენტობასა და ჩაცმის სტილს, როგორც ინდივიდის იდენტობის მატერიალურ რეპრეზენტაციას შორის. მეტნაკლებად საქართველოშიც, ისევე როგორც, მრავალ დასავლურ ქვეყანაში, დღესდღეობით ნაკლებად რელევანტურია სტილის და სოციალური კლასის მარქსისტული იდეოლოგიის დისკურსში განხილვა. მრავალი თანამედროვე მეცნიერის მიხედვით, სოციალური ცვლილებების გავლენით, გემოვნება და ცხოვრების სტილი დღეს სულ უფრო და უფრო ნაკლებადაა დამოკიდებული იმ სოციალურ სტატუსზე, რომელიც დაბადებისას გვერგო (Bauman, 2001). ბაუმანის მიხედვით, ეს ოდესღაც მნიშვნელოვანი მარკერები, როლებიც ინდივიდის ადგილს განსაზღვრავდა, როგორცაა კლასი, რელიგია, საცხოვრებელი ადგილი, დღეს ნაკლებად მნიშვნელოვანია, მედიის და გართობის ფორმების დივერსიფიკაციის და ფართოდ ხელმისაწვდომობის პარალელურად, ინდივიდებმა შეითავსეს „პერსონალიზებული მომხმარებლური იდენტობები“ და დღეს კლასობრივი აფილაციები მნიშვნელობას მოკლებულია (2001). მიუხედავად იმისა, რომ კლასობრივი აფილაციები დღესდღეობით ნაკლებად გამოხატულია, განსაკუთრებით ქართულ კონტექსტში, მნიშვნელობას მოკლებული ნამდვილად არ არის, რესპონდენტთა პასუხებშიც იკვეთება მოსაზრებები რომ ხალხი ჩაცმის სტილით ხშირად სწორედ იმის ხაზგასმას ცდილობს რომ ე.წ. „ნაღებ საზოგადოებას“ ეკუთვიან, ან ცდილობენ ჩაიცივან ისე თითქოს პრივილეგიურებულ ფენას წარმოადგევენ. შესაბამისად, რთულია, ქართულ რეალობაში მოდის დისკურსის ან ზოგადად საზოგადოების პოსტმოდერნულობაზე მსჯელობა, სადაც კლასობრივი იდენტობა ჯერ კიდევ მნიშვნელოვნად განსაზღვრავს ინდივიდის ადგილს საზოგადოებაში, თუმცა ასევე აღსანიშნავია თანამედროვე ტენდენციების დამკვიდრება, მათ შორის ალტერნატიული სტილის განსაკუთრებული პოპულარობა, რაც სამოსის გზით თვითგამოატვას არა მხოლოდ ელიტებს, არამედ საზოგადოების ფართო მასებისთვის ხელმისაწვდომ პრაქტიკად აქცევს.

### 2.1.3. სამოსის არჩევანი: კონფორმიზმი და მიბაძვა vs. ინდივიდუალიზმი

ხდება რა სამოსის გზით იდენტობის კომუნიკაცია საზოგადოების ყოველი სეგმენტისთვის უფრო ხელმისაწვდომი თავს იჩენს იდენტობის უფრო კომპლექსური განზომილებები, მაინც რის გამოხატვა გვსურს ჩაცმის სტილით? რას წარმოადგენს დღეს მოდა ჩვენს ყოველდღიურ ცხოვრებაში? გეორგ ზიმელის მიხედვით, ადამიანს ყოველთვის დუალისტური ბუნება ჰქონდა (Levine, 1971). სწორედ ამ დუალისტურ დამოკიდებულებაში განიხილავს ზიმელი მოდას, რომელიც ერთდროულად მოიცავს მიბაძვასაც და ინდივიდუალიზმსაც. მოდა მოცემული მაგალითის იმიტაციაა, რომელიც ემსახურება სოციალური ადაპტაციის მოთხოვნილებას; ის გზავნის ინდივიდებს გზაზე, რომელსაც ყველა გაივლის, ყველა ინდივიდს უბრალოდ მაგალითის, ნიმუშის ჩარჩოებში აქცევს; ამავდროულად, ემსახურება ინდივიდის მოთხოვნილებას, გამოეყოს და განსხვავებული იყოს მასისაგან (იქვე, გვ. 134). რესპონდენტთა პასუხებშიც ჩაცმის სტილზე საუბრისას სწორედ ეს ორმაგი დამოკიდებულებები გამოკვეთა.

საინტერესოა, რესპონდენტების განსაკუთრებული აქცენტი „ქართველობაზე,“ როცა კონფორმიზმს და მიბაძვას ახსენებდნენ:

ანა: „ეს ქართველები ძალიან კონფორმისტები რო ვართ, ეგ კი იცი. ეს ვერ წაიშალა, კომუნისტური გადმონაშთი, მეეჭვება, დღეს ქართველი გოგოები ტანსაცმლით რამე თვითგამოხატვას ან შინაგანი სამყაროს რამეს და ეგეთს ცდილობდნენ.“

გამოიკვეთა „ქართველი გოგოს“, როგორც კონფორმისტულ და ფართოდ გავრცელებულ „მეინსტრიმულ“ სტილზე კომპლიციტური აქტორის ფენომენი, რომელიც მოდაზე მიყოლის საფასურად, უარს ამბობს სამოსის გზით მოახდინოს მისი ჰეტეროგენული იდენტობის გამოხატვა. ასევე საინტერესოა, რომ ანა კონფორმიზმს „კომუნისტურ გადმონაშთად“ მოიხსენიებს, თუმცა ვფიქრობ, ისეთ კულტურულ ფენომენზე მსჯელობა, როგორც კონფორმიზმია, ბევრად უფრო კომპლექსურია, ამიტომ ამ საკითხს ქვემოთ მივუბრუნდები.

მარის პასუხში საინტერესო დამოკიდებულება- „მიბაძვის მიბაძვა“, „იმიტაციის იმიტაცია“ გამოიკვეთა, პოსტმოდერნულ ერაში ხომ ყველაფერი „ასლის, ასლის, ასლის ასლია“- მარი: „დღეს უბრალოდ, თუ ვინმეს რაიმე განსხვავებული აცვია ან უკეთია, მგონია, რომ მაინც მიბაძვის იმიტაციაა.“ რესპონდენტის პასუხებში ასევე ნათლად ჩანს ის ორმაგი დამოკიდებულება მოდისადმი, რაზეც ზიმელი საუბრობდა: ერთის მხრივ, ინდივიდი ცდილობს იყოს ორიგინალური, თუმცა, მეორე მხრივ, ეს ორიგინალურობაც ასევე რაიმე ორიგინალურისადმი მიბაძვის აქტია, რაც იმთავითვე პარადოქსულ ხასიათს ატარებს.

გამოიკვეთა ასევე ორი საპირისპირო დამოკიდებულება - უარი ტრენდებზე, როგორც ინდივიდუალისტური აქტი და ტრენდების მიყოლა, როგორც „კარგი ტიპობა.“ ანა: მაცვია არაფრით განსხვავებულად და თან განსხვავებულად, არასოდეს მაცვია ის, რაც ყველას აცვია. ანას პასუხშიც ორმაგი დამოკიდებულება ვლინდება სამოსი მიმართ: ერთი მხრივ, იგი ცდილობს, არ მიაქციოს ყურადღება სამოსს, თუმცა, მეორე მხრივ, აქცენტს ორიგინალურობაზე აკეთებს. მართალია ამბობს, რომ ნაკლებ მნიშვნელობას ანიჭებს სამოსს, თუმცა ასევე ხაზს უსვამს, რომ არასოდეს აცვია სხვებივით. შემდეგი რესპონდენტი, ნინაც ასევე თვლის, რომ მოდაზე უარის თქმა ნონ-კონფორმისტული აქტია და შესაბამისად, მისთვის მისაღები:

ნინა: „(სამოსის მიმართ დაუინტერესებლობა) ეგ ნიშნავს, რო აი ან ძაან ქულ ტიპი ხარ და აი ნონ-კონფორმისტი რაღაც პონტში და მაგარი გკიდია ეს მოდა და ტრენდები და სირობები. შენ შენ ხარ და პროსტა იმიტო გაცვია, რო ტიტველი არ იყო.“

საინტერესოა, სამოსით რაიმე ინფორმაციის კომუნიკაციაზე უარის თქმა, როგორც ნონ-კონფორმისტული აქტის განხილვა, რამეთუ ახალგაზრდათა ნონ-კონფორმიზმი ყოველთვის გამოიხატებოდა ჩაცმის განსხვავებული სტილის, ექსპერიმენტული არჩევანის გაკეთებით, როგორც იყო, ვთქვათ, ჰიპების, სკინჰედების, ბიტნიკების, როკერების თუ სხვათა შემთხვევაში. მაშ რას ნიშნავს ნონ-კონფორმიზმი ყველანაირი ალტერნატიული ჩაცმის სტილის გარეშე? ქართული კონტექსტი, რასაკვირველია, რადიკალურად განსხვავებულია,

და არც 70-იანებთან იქნებოდა მართებული პარალელების გავლენა, თუმცა, შეიძლება ვთქვათ, რომ ზოგი ქართველი ახალგაზრდისთვის თავად სუბკულტურათა სტილი ასევე განიხილება, როგორც მიბაძვის აქტი. შესაბამისად, უარი ყოველგვარ ალტერნატიულ სტილზე როგორც კონფორმისტულ აქტზე, ტავტოლოგიურად უღერს, თუმცა, ნონ-კონფორმიზმზე ნონ-კონფორმიზმია.

### 2.1.2. თვითგამოხატვის ხელმისაწვდომობა: „მეორადები“ და ალტერნატიული სტილი

სამოსსა და კლასობრივ იდენტობას შორის კავშირზე მსჯელობას მივყავართ შემდეგ საკითხამდე - გამოხატვის ხელმისაწვდომობა. არაერთი რესპონდენტი შეეხო მეორადი სამოსის განსაკუთრებულ პოპულარობას საქართველოში. მართლაც, დღესდღეობით მეორადი ტანსაცმლის ტენდენციამ ფართოდ მოიკიდა ფეხი და თბილისში ყოველი ფეხის ნაბიჯზე შეხვდებით ე.წ „მეორადი“ სამოსის მაღაზიებს. ამის რამდენიმე მიზეზი შეიძლება არსებობდეს, პირველი ის, რომ მეორადი სამოსი ხელმისაწვდომია, იძლევა ორიგინალურობის საშუალებას და, ამავდროულად, ერთგვარი პროტესტია „გლამურის“ მიმართ, რადგან მოდა თავიდანვე ფუფუნების აღმნიშვნელი იყო. შეიძლება ითქვას, მეორადი სამოსის პოპულარობის ეს ტენდენციები სუბკულტურულ მიმდინარეობად იქცა. დღეს მოდა განსაკუთრებით სუბიექტურად აღქმად ცნებად იქცა, არამხოლოდ საქართველოში, არამედ მთელს მსოფლიოში. ქუჩის მოდის აღზევებასთან ერთად უფრო და უფრო ირღვევა კავშირები მოდას, როგორც ექსკლუზიურად ელიტებისთვის განკუთვნილ პრაქტიკასა და ფართო მასების მოდას შორის (Davis 1992). არსებობს უამრავი მეთოდი, რომ გამოიყურებოდე მოდურად მინიმალურ ფასად, „მოდურობის“ განმარტება დღესდღეობით რადიკალურად განსხვავდება, თუნდაც რამდენიმე ათწლეულის წინ მისი შესაძლო განსაზღვრებისგან. მოდის ჩარჩოები გარღვეულია, სამოსის არჩევანი კი ფართო, შესაბამისად, სამოსის გზით ორიგინალურობის და ინდივიდუალურობის გამოხატვა სულ

უფრო ხელმისაწვდომი პრაქტიკა ხდება. ეს დამოკიდებულებები რესპონდენტთა პასუხებშიც აისახა:

თამარი: „არასოდეს მიზიდავდა ძვირადღირებული ტანსაცმელი და ეგეთები, ჩემში არ ჯდება რა, რომც მექონდეს შესაძლებლობა, მაინც მეორადებში ვივლიდი. მე მგონია, რომ მეორადების სამოსი ყველაზე მეტად მაძლევს თვითგამოხატვის საშუალებას.“

თამარი აქცენტს სვამს იმაზე, რომ მისთვის ორიგინალურობაა მნიშვნელოვანი და არა ფასი, თუმცა მისი ფრაზა “რომც მექონდეს შესაძლებლობა“, ხაზს უსვამს იმას, რომ მას ამ ეტაპზე სხვა არჩევანი არ აქვს და თითქოს ცდილობს მეორადი სამოსი მოხმარება „გაამართლოს.“

საიტერესოა როგორ ხდება რესპონდენტების მიერ მეორადი სამოსი რე-აქტუალიზაცია, მისთვის „მეორადი ღირებულების“ მინიჭება. მეორეადი სამოსიც ხომ ასევე მასობრივი მოხმარების პროდუქტია, უბრალოდ ერთხელ უკვე გამოყენებული. ხომ არ არის ეს პოსტმოდერნული ტრადიციის მაგალითი, რომელშიც სამომხმარებლო კულტურა სიმბოლოთა კულტურად იქცა (Vaisto, 2009), როდესაც ნივთის ღირებულება ინდივიდისთვის არა მხოლოდ ფასით და გამოყენებადობით, არამედ მისი სიმბოლური ღირებულებით განისაზღვრება.

უკვე განვიხილეთ, თუ როგორ გამოიხატება ინიდედუალიზმი თუ კონფორმიზმი სამოსის გზით, ახლა ამ ორი თითქოს დაპირისპირებული ცნების საერთო განზომილებებზე ვისაუბრებ, რაც გამოიხატება სუბკულტურათა სპეციფიკაში. იგი მოიცავს როგორც ინდივიდუალიზმს, ჯგუფის „უნიკალურობის“ გამოხატვას და, ამასთანავე, ამ ჯგუფისადმი მიკუთვნებულობაზე აქცენტირებას მსგავსი სამოსის შერჩევის გზით. სადავო არ არის, რომ სამოსი შეიძლება წარმოადგენდეს ინდივიდის სხვადასხვა კულტურული, სუბკულტურული თუ სოციალური ჯგუფებისადმი მიკუთვნებულობის კომუნიკატორს. ჩაცმის სტილი შეიძლება მოგვევლინოს, როგორც ერთგვარი წებო, რომელიც ერთმანეთისგან სრულიად უცნობ ადამიანებს აერთიანებს, საზიარო სამოსი საზიარო კულტურის გამომხატველად გვევლინება.

დასავლეთში სუბკულტურათა ბუმის პარალელურად, საბჭოთა კავშირშიც ჩნდება გარკვეული სუბკულტურული ჯგუფები, თუმცა სახელმწიფოს მიერ კრიმინალიზირებული და რეპრესირებული. საბჭოთა კავშირის დაშლის შემდეგ ნელ-ნელა სუბკულტურები განსაკუთრებული პოპულარული ხდება და დღევანდელ თბილისში არცთუ იშვიათად წაანყდებით სუბკულტურათა წარმომადგენლებს. ლიბერალიზაციას და დემოკრატიზაციას გამოხატვის მეტი თავისუფლება მოჰყვა და დღეს, ისე როგორც არასდროს, სამოსი იქცა არა კლასობრივი, ეთნიკური, რელიგიური და სხვა იდენტობების კომუნიკატორად, არამედ ინდივიდის ღირებულებათა გამომხატველად. მიუხედავად იმისა, რომ ახალგაზრდულ სუბკულტურებზე არაერთი კვლევა ჩატარებულა, მათი უმეტესობა სწორედ ახალგაზრდა მამაკაცთა კულტურულ ფორმებს ეხება, არსებული ლიტერატურის დიდი ნაწილი პატრიარქალური რაკურსიდან არის დანახული და იგნორირებულია „გოგონათა კულტურა“, ქალის სუბკულტურული იდენტობის კონსტრუირების პროცესი (Mcrobbie, 1980), ამიტომ რთულია იმაზე საუბარი, რის კომუნიკაციას ცდილობს სუბკულტურის წევრი ქალი სამოსის გზით, თუმცა შეიძლება ითქვას, ქალების შემთხვევაში სამოსი ჯგუფისადმი მიკუთვნებულობის უფრო ძლიერი და მყარი მარკერია, ვიდრე მამაკაცების შემთხვევაში.

საინტერესოა, როგორ გამოიყენება სამოსი როგორც რაიმე ჯგუფისადმი მიბაძვის ან მასში შეღწევის მექანიზმი, ანუ როგორ ხდება სამოსის გზით სასურველი ჯგუფისადმი მიკუთვნებულობის კონსტრუირება. ერთ-ერთი რესპონდენტი, ხაზს უსვამს იმ ფაქტს, რომ სამოსი ხშირად „ყალბი იდენტობის“ შექმნის მიზნით გამოიყენება, როცა ინდივიდს სურს მიღებული და მოწონებული იყოს. რესპონდენტი ანა ყვება მისი მეგობრის ისტორიას, რომელსაც როკ ბენდში მომღერალი ბიჭი მოსწონდა და ამიტომ რადიკალურად შეიცვალა სტილი, ანას მეგობრის მაგალითი სწორედ „ყალბი იდენტობის“ შექმნის ნათელი მაგალითია, რომელიც მიზნად ისახავდა გარკვეულ ჯგუფში შეღწევას, იმ ჯგუფისათვის დამახასიათებელი ჯგუფური იდენტობის გამომხატველი ჩაცმის სტილის მორგებით გზით. ანა: „თუ რაღაც სასტავში გინდა შესვლა, შენც იმათ სტილს იღებ რა, ცდილობ დაემსგავსო, რო



მიგიღონ“. ესეც ფართოდ გავრცელებული მოსაზრების გაჟღერებაა, რომ ქალები, უფრო რთულად აღწევენ ინტეგრირებას სუბკულტურულ მიმდინარეობებში, რომ უფრო ხშირად განიხილებიან როგორც ჯგუფის წევრი მამაკაცის „მეგობარი გოგონები“, ვიდრე ჯგუფის სრულყოფილებიანი წევრები.

რესპონდენტთა პასუხებიდან ჩანს, რომ სოციალური იდენტობის კონსტრუირება ისე რომ ჯგუფის ღირებულებებს და სტილს შეესაბამებოდეს დიდ როლს ასრულებს ინიდვიდის ჩაცმის სტილის ფორმირების პროცესში, ტაჭველის მიხედვით ჯგუფისადმი მიკუთვნებულობისადმი მინიჭებული მნიშვნელობა განსაზღვრავს მის სუბიექტურ ადგილს იმ სოციალურ ქსელში, რომლის ნაწილიც არიან (1982, გვ. 31). ინდივიდები უფრო დადებითად ათვისებენ მათ, ვინც უფრო მათი მსგავსია, ეს მსგავსება კი ხშირად ვიზუალური სახისაა და გამოიხატება მსგავსი პროდუქციის, ბრენდების, სამოსის მოხმარებაში.

#### 2.1.4. სამოსი, როგორც მომხმარებლური კულტურის და სოციალური ღირებულებებისადმი პროტესტის ფორმა

ზემოთ განხილულ იქნა სამოსზე ორიენტირებულობის უარყოფა, როგორც ნონ-კონფორმისტული აქტი, რაც ასევე შეიძლება მოვიაზროთ, როგორც ერთგვარი პროტესტის ფორმა, ამასთანავე, პროტესტი შეიძლება გამოიხატოს ალტერნატიული სტილის გზით. როგორ შეიძლება იყოს გამოხატული ეს პროტესტი სამოსის გზით, განსაკუთრებით მაშინ, თუ ამას გენდერულ ჭრილში განვიხილავთ?

მომხმარებლური კულტურა სულ უფრო მეტ აქცენტს სვამს ვიზუალურ რეპრეზენტაციებზე, ინიდვიდუალური იდენტობის სამომხმარებლო პროდუქციის გამოყენებით შექმნასა და წარმოდგენაზე (Finkelstein, 1991). კლარკის და მილერის აზრით, პოსტმოდერნულობამ ქალების სამოსის არჩევანზე ორი მიმართულებით იქონია გავლენა: პირველი ის, რომ თან მოიტანა გამოხატვის მეტი თავისუფლება, შესაბამისად, სამოსის არჩევისას მეტი სიამოვნება;

მეორე, ამ გამოხატვის თავისუფლებას თან მოჰყვა მეტი შფოთვა, რამეთუ მრავალი ქალის უმთავრეს სათქმელად „სწორი“ ტანსაცმლის არჩევა წარმოადგენს (ციტირებულია, Twigg, 2012). სამომხმარებლო პროდუქციის გზით საზოგადოებაში ინტეგრირება, მეტწილად, მათი პრივილეგიაა, ვისაც მატერიალური შესაძლებლობა გააჩნიათ, ამიტომ სამომხმარებლო ღირებულებები, შეიძლება ითქვას, უფრო მეტად შემზღუდველია, ვიდრე გამათავისუფლებელი. მრავალი ახალგაზრდა გამოდის სამომხმარებლო კულტურის, როგორც მატერიალიზმის გამოვლინების წინააღმდეგ, უარს ამბობს ძვირადღირებულ სამოსზე, მოდის მიყოლაზე, სამოსზე თუ ზოგადად სამომხმარებლო პროდუქციაზე ორიენტირებულობაზე. ერთ-ერთი რესპონდენტი, ნინა, ამბობს: „უარს ვამბობ ამ უაზრო სამოსზე ჩაციკვლაზე და არც მოდას მივყვები დიდად, უარს ვამბობ მოდაზე, რალაც ფულის ხარჯვის ვულგარულ გამოვლინებაზე.“

ძალიან საინტერესო მიდგომაა: მოდის მიდევნებაზე უარის თქმა შეიძლება განვიხილოთ როგორც ინდივიდუალობის გამოხატულება თუ თვითგამოხატვის თავისებური ფორმა? მართალია, ნინა უშუალოდ მატერიალიზმს არ ახსენებს, თუმცა, მისი განმარტებით, მოდა მატერიალიზმის ვულგარული გამოვლინებად შეიძლება ჩავთვალოთ, ამიტომ სამოსზე „ჩაციკვლაზე“ უარი მისი ერთგვარი პროტესტია მომხმარებლური კულტურისადმი. ამასთანავე მის პასუხში ხაზგასმულია ღირებულებები რომლებიც არა პოსტმოდერნული რეალობისთვის, არამედ მოდერნულობისთვისაა დამახასიათებელი, რადგან პოსტმოდერნიზმს ღირებულებებიდან სწორედ ვიზუალზე გადააქვს აქცენტი.

ელიოტის მიხედვით თანამედროვე პოსტმოდერნულ საზოგადოებაში მოდა იქცა „სოციალურ პრაქტიკად, რომელიც სიმბოლური კაპიტალის შემზღუდვის ცენტრში მდებარეობს, შესაბამისად სამომხმარებლო კულტურის მნიშვნელობის განვითარებაში არის ჩართული“ (1999, გვ. 113). თუკი მოდის დისკურსი ამდენად მნიშვნელოვანია, რას შეიძლება მივანეროთ მასობრივი მოხმარების პროდუქციის გზით იდენტობის კომუნიკაციაზე უარის თქმა? და საერთოდ შესაძლებელია კი მოდისგან დისტანცირება, როდესაც სამოსს უდიდესი

სიმბოლური მნიშვნელობა გააჩნია ინდივიდის იდენტობის, ინტერესების, ჯგუფური მიკუთვნებულობის შესახებ მსჯელობისას (Elliot & Wattanasuwan, 1998)? არის კი ეს უარი მოდაზე თუ პირიქით, სწორედ მომხმარებლური კულტურის ამკარა დომინანტობის ნიშანია? როდესაც ინდივიდის იდენტობის რეპრეზენტაცია მთლიანადაა მორგებული და ორიენტირებული სამომხმარებლო პროდუქციაზე, ეს იქნება მასობრივი მოხმარების საგნებით თვითგამოხატვა, თუ პირიქით, მათი გზით თვითგამოხატვაზე უარი. ორივე შემთხვევაში თვითგამოხატვისას მთავარი აქცენტი სწორედ სამომხმარებლო პროდუქციაზეა ორიენტირებული. ამოსის, როგორც პროტესტის ფორმად განხილვას, მივყავართ შემდეგ საკითხამდე - ნონ-კონფორმისტული სამოსის არჩევის პრაქტიკები, რაც ყველაზე ხშირად სუბკულტურებშია გამოხატული, მეინსტირმულ სამოსზე და მოდაზე უარის თქმა, ასევე ერთგვარ ალტერნატიულ სტილად შეიძლება განვიხილოთ, რასაც საბოლოო ჯამში მივყავართ სამოსის გზით სასურველი იდენტობის კონსტრუირებამდე.

## 2.1.6. კულტურული ღირებულებები და სამოსი: ტრანზიცია საბჭოური

### კოლექტივიზმიდან დასავლური კულტურისაკენ

ზემოთ უკვე ვახსენე პოსტკომუნისტური წარსული, ასევე კულტურული ნორმების გავლენა ჩაცმის სტილის ფორმირების პროცესზე. ამ თავში ამ საკითხებს უფრო დეტალურად განვიხილავ. რადგანაც ინდივიდთა ღირებულებები გავლენას ახდენენ მათ ქმედებებზე, კულტურული ღირებულებებსა და ჩაცმის სტილის არჩევის პრაქტიკას შორის ძლიერი დამოკიდებულება არსებობს. ძალიან ბევრი დანერვილა პოტს-კომუნისტურ საზოგადოებებში ცვლილებებზე რაც გარდამავალ პერიოდს მოჰყვა, რომლებიც ეხებოდა ცნობიერების ახალი პლასტების მიღებას თუ მიუღებლობას, კონფლიქტს აწმყოსა და წარსულ გამოცდილებებს შორის. ამიტომ პოსტ-კომუნისტურ საზოგადოებებში ახალი იდენტობების, სოციალურ კლასების ფორმირების პროცესი კვლევას ხშირად მრავალი კომპლექსური გზით წარმართავს (Akiner, 1997). თუმცა ამ ტრანზიციების ერთ-ერთი უმთავრესი ასპექტი ამ

ტრანსიზციების „გენდერული“ ბუნებაა (Gal & Kligman, 2000). ვებლენის მიხედვით, ქალთა სამოსის გავრცელებულ პრაქტიკებში სიმბოლიზირებულია კონკრეტული ეპოქის საზოგადოების ძირითადი ღირებულებები (1953). ჰოფსტიდმა საზოგადოებები დაახასიათა გავრცელებული ღირებულებების მიხედვით და ამ ღირებულებათა დიქტომიური წყვილები შემოგვთავაზა, რომელთა შორის ყველაზე გავრცელებული კოლექტივიზმი-ინდივიდუალიზმია (1980). თუკი ინდივიდუალისტურ საზოგადოებებში მთავარი ტენდენცია საკუთარ ინტერესებზე, საჭიროებებზე და მიზნებზე ორიენტირებულობაა, კოლექტივისტური საზოგადოებები ორიენტირებულია ჯგუფზე, როგორც ერთობაზე. დასავლეთის საზოგადოებები სწორედ ინდივიდუალისტური კულტურით, პოსტსაბჭოთა და ასევე აზიის მრავალი ქვეყანა კი კოლექტივისტური ღირებულებებით ხასიათდება. ბოლო პერიოდში ჩატარებული კვლევის თანახმად, იმის მიხედვით, საზოგადოება ინდივიდუალისტურია თუ კოლექტივისტური, სამოსის არჩევის განსხვავებული პრაქტიკები შეიძლება აიხსნას (Kim, 1997). საქართველო, როგორც პოსტსაბჭოთა ქვეყანა, შეიძლება ითქვას, კვლავ კოლექტივისტურ საზოგადოებად ითვლება, საბჭოთა კავშირში გავრცელებული მოდა კი ხასიათდებოდა როგორც „რუხი,“ ერთგვაროვანი და საყოველთაო; ეს ჯერ კიდევ ჰომოგენური სტილი შესაძლებელია, ოდესღაც არსებული იდეოლოგიური მარკერის გარდა, დღესაც დამახასიათებელი კოლექტივისტური კულტურის რეპრეზენტაციად ჩაითვალოს: მარი: „მიმაჩნია, რო აი დღევანდელი სამოსი, განსაკუთრებით გოგონებში, ყველა ერთნაირია, ყველა მუქი, რაღაც შემოვა მოდაში და ყველას ეგ აცვია.“

აქ ერთი საინტერესო შეკითხვა იჩენს თავს, რამდენად წარმოდგენს თითქმის იდენტური, მსგავსი ჩაცმის სტილი ინდივიდის (განსაკუთრებით ისეთი მონყვლადი ჯგუფის წარმომადგენლის, როგორც ქალია), როგორც აქტორის, თავისუფალ არჩევანს, მიჰყვება მოდას, ანუ განახორციელოს კონფორმისტული აქტი მისი საკუთარი პრინციპებიდან გამომდინარე, თუ ეს ჰომოგენური სტილი კოლექტივისტური საზოგადოებისთვის დამახასიათებელ ღირებულებათა რეპრეზენტაციაა, რომლებიც ინდივიდში ღრმადაა

გამჭდარი და ნაკლებად არის დამოკიდებული მის პირად არჩევანზე? ანუ ხომ არ ხდება სამოსის გზით იდენტობაში გამჭდარ ღირებულებათა კომუნიკაცია? კოლექტივისტური საზოგადოებებისთვის დამახასიათებელი იმ ღირებულებების დემონსტრაცია, როგორცაა ჯგუფთან, როგორც ერთობასთან მიკუთვნებულობა, სოციალური მიმღებლობის მნიშვნელობა, სხვადასხვა სოციალურ ჯგუფებზე ორიენტირებულობა? უფრო ნათელი მაგალითია ისეთი კოლექტივისტური კულტურის მქონე საზოგადოება, როგორც სამხრეთ კორეა, კორეელები გამოირჩევიან ქვეყანაში გავრცელებული მოდის ტენდენციებზე საკმაოდ მაღალი კონფორმულობით.

შემდეგი რესპონდენტი, ნინა, მარისაგან განსხვავებულ აზრს აყალიბებს: მგონი, დღეს ზოგადად გამოხატვის მეტი თავისუფლება გვაქვს, საბჭოური მოდა, ეგრე აღარაა და ინდივიდუალიზმიც უფრო მეტია ჩაცმაშიც.

რესპონდენტთა პასუხებში სრულიად ურთიერთსაპირისპირო დამოკიდებულებები იკვეთება: თუკი ერთი თვლის, რომ საქართველოში ქალებიც ჩაცმის სტილი ერთგვაროვანი და მსგავსია, მეორე რესპონდენტს მიაჩნია, რომ დღევანდელ საქართველოში ინდივიდუალიზმი ჩაცმის სტილში საკმაოდ წახალისებულია. ვფიქრობ, ეს განსხვავებული დამოკიდებულებები საბჭოური კოლექტივისტური კულტურიდან დასავლურ ინდივიდუალისტურ კულტურაზე ტრანზიციის ნათელი მაგალითია. აქვე ვლინდება ის გაორება, რაც ქართულ საზოგადოებას ახასიათებს, ერთი მხრივ, პროდასავლურ, მეორე მხრივ, ტრადიციულ ღირებულებებს შორის. ვესტრენიზაციამ თან მოიტანა ლიბერალიზაცია, ემანსიპაცია, ინდივიდუალიზმის წახალისება, თუმცა ამასთანავე საზოგადოებაში ჯერ კიდევ მყარადაა ფესვგადგმული ტრადიციული ღირებულებები, რაც, თავის მხრივ, სამოსის არჩევის პრაქტიკებშიც იჩენს თავს.

როდესაც სამოსსა და კულტურას შორის მიმართებებზე ვსაუბრობთ, ძალიან მნიშვნელოვანია გენდერის როგორც, მასზე მნიშვნელოვანი გავლენის მქონე ცვლადის განხილვა. არ არსებობს კვლევა, რომელიც საქართველოში პოსტკომუნისტური ტრანზიციების გავლენას შეისწავლიდა ჩაცმის სტილზე, ამიტომ რთულია საკითხის ამ

მიმართულებით ანალიზი, ეს თემა ასევე სცილდება მოცემული ნაშრომის მიზანს, ამის ნაცვლად, შემდეგ ქვეთავში აქცენტი გაკეთდება ქალის მიერ სამოსის გზით იდენტობის კომუნიკაციაზე, ასევე შევეხები იმ კულტურულ-ნორმატიულ გარემოს რაც ამ კომუნიკაციის გზებზე ახდენს ზემოქმედებას.

## 2.2 სამოსი და კონტროლი

2.2.1. სამოსით გამოხატული ღირებულებითი კონსტრუქტი “კარგი გოგო” სხვადასხვა კულტურებში ქალებზე კონტროლის დანესების და თავისუფლად გამოხატვის შეზღუდვის სტრუქტურული მანიფესტაციები ერთმანეთისგან განსხვავებულია, მიუხედავად ამისა, ფოქსის მიხედვით შეიძლება გამოვყოთ სამი ძირითადი სტრატეგია: პირველია შეზღუდვა-პატიმრობა (confinement), მეორე არის დაცვა (protection) და მესამე- ნორმატიული შეზღუდვა (normative restriction) (Fox, 1977). სამოსის პრაქტიკებიც მთელი ისტორიის განმავლობაში დეკორაციულ დანამატთან ერთად შემდეგ ძირითად მიზნებს ემსახურებოდა: დაცვა (protection) და მოკრძალებულობა (modesty) (Flugel, 1930). შეიძლება პირდაპირი კავშირი გავავლოთ ქალებზე დანესებულ კონტროლის ფორმებსა და სამოსის დრო-სივრცულად გავრცელებულ პრაქტიკებს შორის, როდესაც ქალები ან შემზღუდველი სოციალური კონტროლის მსხვერპლნი ან მამაკაცთა მიერ სექსუალიზებულ ობიექტებად მოიაზრებოდნენ, გამოიყენებოდა და გამოიყენება რა სამოსი როგორც მამაკაცთა მიზიდვის, სექსუალური დაინტერესების მექანიზმი. ზემოთ ნახსენები ნორმატიული შეზღუდვა კონტროლის ის მექანიზმია რომელიც ასახულია ისეთ ღირებულებით კონსტრუქტში როგორცაა „კარგი გოგო“ (nice girl) (Fox, 1977). ეს ღირებულებითი კონსტრუქტი უკავშირდება ისეთ ზედსართავებს როგორცაა ნაზი, სათუთი, გრაციოზული, სუფთა (იქვე, გვ.805). ფლუგელი ამბობს რომ „მოკრძალება“ როგორც სამოსის მთავარი ფუნქცია ვარირებს კულტურიდან კულტურამდე და მაგალითად მოჰყავს ქრისტიანული სწავლებები, სადაც სამოსი ითვლება სხეულის დაფარვის საშუალებად. არსებობს ასევე მეორე მიდგომა

რომლის მიხედვითაც სამოსი გამოიყენება სხეულის დამშვენების დამატებად, რათა სხეულმა უფრო მეტი ყურადღება მიიქციოს, თუმცა ეს მიდგომაც შეიძლება განვიხილოთ როგორც პატრიარქალური საზოგადოების გავლენა ქალებზე, პირდაპირი მითითება მათთვის, რომ უფრო მეტად იყვნენ მიმზიდველები სასურველი სქესისათვის. რესპონდენტი ანა, იმ წნეხზე ამხვილებს ყურადღებას რასაც ქალებზე, მათ არჩევანსა და სხეულზე საზოგადოება და მასში გავრცელებული ნორმები აწესებს. შეუძლებელია, ვამტკიცოთ, რომ კონტროლი მხოლოდ ქალებზე ვრცელდება, თუმცა ქალის მიერ სამოსის არჩევის პრაქტიკები და მათი იდენტობის კომუნიკაციის გზები უფრო სპეციფიური, მნიშვნელოვანი ინფორმაციის მატარებელია, ვიდრე მამაკაცების შემთხვევაში. გარდამავალი პერიოდის ახალგზარდა ქართველი ქალები მნიშვნელოვნად განიცდიან ორმაგი სტანდარტების ზემოქმედებას, ერთი მხრივ, დასავლურ თავისუფლებასა და თვითგამოხატვას, ხოლო, მეორე მხრივ, ტრადიციულ ღირებულებებს შორის რაც მნიშვნელოვნად განსაზღვრავს მათ ადგილს საზოგადოებაში, თვითაღქმასა და გენდერულ როლებს. ოჯახი, სკოლა, უნივერსიტეტი და სხვ. გავლენას აწესებს ნორმატიულ სტანდარტებს, ამ სტანდარტებისგან დევიაცია კი ქალის სტიგმატიზებას იწვევს. სამოსიც ამ ანტაგონიზმის ერთ-ერთი გამოხატულებაა, რომელზეც გავლენა აქვს არსებულ სოციუმს და სოციალურ ჯგუფებს, მათ შორის განსაკუთრებით ისეთ პირველად სოციალურ ჯგუფებს როგორც ოჯახი და სამეგობრო წრეა. ეს წინააღმდეგობები თავს იჩენს ჩაცმის სტილის არჩევანში, რამეთუ, მაგალითად, ოჯახი ხშირად უშლის გოგონებს ჩაიცვან ის, რაც სურთ და აიძულებენ იყვნენ საზოგადოებაში დამკვიდრებულ სტანდარტებზე კომპლიციტურები. ეს გავლენა შეიძლება იყოს როგორც პირდაპირი, ანუ ოჯახმა, სამეგობრომ ა.შ. უშუალოდ წაახალისოს ინდივიდის თვითგამოხატვის თავისუფლება, მეორე მხრივ კი, დაუნესოს კონკრეტული ჩაცმის სტანდარტები, მაგალითად, გაკიცხული იყოს ჩაცმის მიღებული ნორმებიდან დევიაციისთვის. შემდეგ ქვეთავში საბუარი იქნება ოჯახის როლზე ქალის ჩაცმის სტილის ფორმირების პროცესში, რადგან სწორედ ოჯახის ის უმნიშვნელოვანესი პირველადი სოციალური ჯგუფი რომლის გზითაც ინდივიდი ადრეული

ასაკიდან ითვისებს საზოგადოებრივ ნორმებსა და ღირებულებებს, რაც ასევე ხშირად, სწორედ ჩაცმის სტილშია გამოხატული.

### 2.2.2 ოჯახი: სოციალური კონტროლი თუ „კეთილი რჩევა“

ფოქსის მიერ შემოთავაზებული კონტროლის ფორმა - ნორმატული შეზღუდვა - ნათლად ვლინდება ოჯახის, როგორც სოციალიზაციის პროცესის მნიშვნელოვანი აგენტის როლში, გადასცეს ღირებულებები და მოახდინოს ნორმათა კვლავწარმოება. შეკითხვაზე, მათი ამრით, რა გავლენა აქვს ოჯახს ქალის ჩაცმის სტილის ფორმირების პროცესზე, რესპონდენტებისგან არაერთგვაროვანი პასუხები მივიღე, საინტერესოა, როგორ ცდილობდნენ რესპონდენტები საკუთარი ოჯახის დისტანცირებას ოჯახის მიერ დაწესებული კონტროლის ზოგადი ტენდენციისაგან და საუბარს იწყებდნენ „ნაცნობების“ მაგალითით. შემდეგი რესპონდენტი ამახვილებს ყურადღებას ასაკის მატებასთან ერთად ოჯახის გავლენის შემცირებაზე. ასაკის მატებასთან ერთად ოჯახის გავლენის შემცირება სრულიად ლოგიკური ჩანს, რამეთუ სოციალიზაციის პროცესი სწორედ ინდივიდის ზრდასრულად ჩამოყალიბებამდე გრძელდება, შესაბამისად მცირდება კონტროლის პირდაპირი გამოხატულებები, ზრდასრული ინდივიდი სოციალიზაციის გზით ათვისებული ნორმების მიხედვით იწყებს მოქმედებას, თუნდაც უშუალო ღირებულებების არ არსებობის შემთხვევაში.

შემდეგი საინტერესო ასპექტი, რაც გამოიკვეთა ეს იყო ოჯახის კონკრეტული წევრების მისწრაფება, გადასცენ არა მხოლოდ საზოგადოებაში გავრცელებული მისაღები სტანდარტები, არამედ ასევე თავისი საკუთარი ღირებულებები, მათ შორის მათთვის მისაღები ჩაცმის სტილი. ნატა დედამისის მაგალითზე საუბრის, მართალია, მისი დედა, მისივე თქმით, უშუალოდ არ ახდენს გავლენას მის ჩაცმის სტილზე, თუმცა აქვე იკვეთება ნათიას დედისეული „ქალის“ ცნების აღქმა, გამოხატული ფრაზაში „ქალს როდის უნდა დამესგავსო“, იმთავითვე მოიცავს „კარგი გოგოსთვის“ დამახასიათებელ ასპექტებს. იმისთვის, რომ ნათია იყოს მოწონებული, იგი უნდა ჯდებოდეს ქალის ცნების იმ განმარტებაში, როგორც ეს მის დედას წარმოუდგენია. შემდეგი რესპონდენტი მარი



აღნიშნავს, რომ საქართველოში ოჯახს, განსაკუთრებით კი რეგიონებში, დიდი როლი აქვს გოგონების სამოსის არჩევანზე, მარისაც მეგობრების მაგალითი მოჰყავს და ამბობს: „ჩვენ საზოგადოებაში განსაკუთრებით ძმა და მამა, ბევრ გოგოს ყოველ შემთხვევაში უსაზღვრავს, რა ჩაიცვას და რა არა, ბიჭებზე არამგონია“. შეკითხვაზე შეიძლება თუ არა ჩაცმის სტილი ოჯახში მნიშვნელოვანი უთანხმოების და კონფლიქტის წყარო იყოს თითქმის ყველა რესპონდენტისგან (ემილის გარდა) დადებითი პასუხი მივიღე, მათი პასუხებიდან ჩანს რომ ბავშვობაში, და არა მარტო, ხშირია უთანხმოება მშობელსა და შვილს შორის, რის მიზეზიც, სავარაუდოდ, თაობებს შორის განსახვავებული ინტერესები, მისაღები ქცევის განსხვავებული პატერნები თუ ზოგადი ღირებულებებია, რომლებიც, თავის მხრივ, ასახვას ჩაცმის სტილში ჰპოვებს.

მნიშვნელოვანი საკითხი, რომელიც ერთ-ერთი რესპონდენტის პასუხში გამოიკვეთა, იყო ე.წ. „მსხვერპლის დადანაშაულება“, რაც გულისხმობს მსხვერპლის მთლიანად ან ნაწილობრივ დადანაშაულებას იმ საზიანო აქტში, რომლის მსხვერპლიც თავადაა (Bieneck; Krahe , 2010) როდესაც გოგონას, როგორც „პროვოკატორის“ დადანაშაულება ხდება იმ შემთხვევაში, თუ საპირისპირო სქესის წარმომადგენელი მისადმი არასასურველ ყურადღებას გამოიჩენს. ეს „პროვოკაციულობა“ სწორედ სამოსის გზით არის გამოხატული. მარის თქმით, მისმა მეგობარს შეემთხვა „არასასიამოვნო ინციდენტი“ იმიტომ, რომ დეკოლტე ეცვა, ამის შემდეგ კი ოჯახმა თავად გოგონა დაადანაშაულა „რო აი ხო გეუბნებოდი რომ ეგრე არ უნდა ჩაიცვა იმიტომ რომ ეგ სხვანაირად აღიქმება“. სექსუალური შევიწროების მსხვერპლი ქალები განსაკუთრებით სტიგმატიზირებული ისეთ პატრიარქალურ საზოგადოებებში არიან სადაც სექსი ჯერ კიდევ ტაბუირებულია, მათ შორის ისეთ განვითარებულ ქვეყანაში მაგალითად როგორც ამერიკის შეერთებული შტატებია, შეიძლება ითქვას, საქართველოშიც მიზოგინია კულტურულად ინტეგრირებულია, „პროვოკაციული“ სამოსი მამაკაცების მიერ განიხილება როგორც სექსუალურ აქტზე, თუ არასასურველ ფლირტზე თანხმობა (consent) (Moor, 2010). ქართული რეალობიდან გამომდინარე, ის აგენტები რომლებიც მსხვერპლის

დადანაშაულებას ახდენენ პირველ რიგში სწორედ ოჯახის წევრები არიან, მარის თქმით როდესაც მისი მეგობარი მის ძმას მოუყვა ამ ინციდენტის შესახებ მან უპასუხა რომ: ბოზივით არ გცმოდა და არაფერი მოხდებოდაო.

რესპონდენტთა ნაწილმა აღნიშნა, რომ მათ ოჯახში სამოსი არასოდეს ყოფილა კონფლიქტის წყარო. ლოგიკურია, რომ სამოსი ოჯახში კონფლიქტის წყარო მხოლოდ იმ შემთხვევაში შეიძლება იყოს თუკი მშობლის და შვილის შეხედულებები მოსაწონი და „მისაღები“ ჩაცმის სტილის შესახებ ერთმანეთს არ ემთხვევა, როგორც ვთქვათ მარის ოჯახის შემთხვევაშია. როგორც თავად ამბობს „გამომწვევად“ ჩაცმა არ უყვარს, შესაბამისად მისი ოჯახის ღირებულებებთან მისი ჩაცმის სტილი კონფლიქტში არ მოდის. როგორც კი ხდება ღირებულებათა შეჯახება, განსაკუთრებით გარდატეხის ასაკში, როდესაც ინდივიდის იდენტობა ფორმირდება, მაშინვე თავს იჩენს კონფლიქტი ქცევის თუ ჩაცმის სოციალურად მოსაწონ ნორმებსა და ინდივიდის გამოხატვის თავისუფლებას შორის, რაც ხშირად პირველ რიგში, ახალგაზრდების შემთხვევაში სწორედ ჩაცმის სტილში გამოიხატება. ოჯახის გარდა, ყველაზე მნიშვნელოვანი პირველადი სოციალური ჯგუფი ალბათ სამოგობრო წრეა, შემდეგ ქვეთავში სწორედ სამეგობრო წრის გავლენაზე იქნება საუბარი.

### 3. შეჯამება

მონაცემთა თემატურმა და დისკურსულმა ანალიზმა საინტერესო კავშირები გამოავლინა სამოსსა და იდენტობას შორის, ყველა რესპონდენტმა აღნიშნა რომ არსებობს გარვეული კავშირი სამოსის არჩევის პრაქტიკასა და იდენტობის ცალკეულ ასპექტებს შორის. რესპონდენტთა პასუხებში მრავალი მსგავსი თემატური ასპექტი გამოიკვეთა, ამასთანავე, მსგავს თემებში გამოიკვეთა ანტონიმური, საპირისპირო მნიშვნელობის კოდები. მათი პასუხების მიხედვით, ჩაცმის სტილი შეიძლება განვიხილოთ, როგორც ინდივიდის

იდენტობის მატერიალური რეპრეზენტაცია, შეიძლება ითქვას, რომ, სამოსი არავერბალური კომუნიკაციის მნიშვნელოვანი ელემენტია, რომლის საშუალებით ხდება სიმბოლური ვიზუალური მესიჯების გაგზავნა. ეს მესიჯები მოიცავს ინფორმაციას არამართო ინდივიდისთვის შინაგანი სამყაროს, არამედ მისთვის მისაღები ნორმების და ღირებულებების შესახებ, როგორცაა მაგალითად პროტესტი სამომხმარებლო კულტურის თუ საზოგადოებაში გავრცელებული ღირებულებებისადმი. ამასთანავე, სამოსის გზით შესაძლოა გამოხატული იყოს კლასობრივი იდენტობა, სხვადასხვა ჯგუფებისადმი მიკუთვნებულობა, ინტერესები და ა.შ. თუმცა სამოსი, ისევე როგორც ყველა კულტურული პროდუქტი, მრავალსახოვანია, აქვს მრავალი დაფარული მნიშვნელობა, შენიღბული და ინტერპრეტირებადია. მართალია, კვლევის ჰიპოთეზები არ ყოფილა წინასწარ ჩამოყალიბებული, თემის კომპლექსურობიდან და მრავალგანზომილებიანობიდან გამომდინარე, თუმცა არსებობდა გარკვეული მოლოდინები. რესპონდენტთა პასუხების მიხედვით, კვლევის მიზნებებიდან აღსანიშნავია რომ სამოსი წარმოდაგენს თვითგამოხატვის ერთ-ერთ უმნიშვნელოვანეს ხელსაწყოს, ასევე, რომ იგი სხვათა კატეგორიზების მექანიზმია, რომელსაც ხშირად სტერეოტიპულ აღქმებთან მივყავართ. გარდა ამისა, რესპონდენტთა პასუხებიდან გამოიკვეთა ოჯახის და სამეგობრო წრის გავლენები ჩაცმის სტილის ფორმირების პროცესზე, განსაკუთრებით კი, სწორედ ქალის შემთხვევაში.

ერთ-ერთი ყველზე საინტერესო ასპექტი რომელიც სამოსსა და მისი გზით თვითგამოხატვას ეხება, იყო აქცეტი სოციალურ კლასზე, რესპონდენტთა ნაწილის აზრით, სამოსით სწორედ კლასობრივი იდენტობის გამოხატვა ხდება. სამოსსა და კლასობრივ იდენტობას შორის კავშირზე მსჯელობის პარალელურად თავი იჩინა შემდეგმა საკითხმა- გამოხატვის ხელმისაწვდომობამ და მეორადი სამოსის განსაკუთრებულმა პოპულარობამ საქართველოში. რთულია, ვისაუბროთ, დარღვეულ კავშირებზე სამოსის გზით თვითგამოხატვას და მოდას, როგორც ელიტურ პრაქტიკას შორის, განსაკუთრებით ქართულ

კონტექსტში. თუმცა ფაქტია, რესპონდენტთა ნაწილმა აღნიშნა სამოსის გზით თვითგამოხატვის ხელმისაწვდომობა, რომ ექსპერიმენტირება და თვითგამოხატვა მხოლოდ მაღალი კლასის პრეროგატივა არ არის. სამოსი სულ უფრო და უფრო ადვილად მანიპულირებად სიმბოლოდ იქცა, ხდება რა ხელმისაწვდომი ყველა სოციალური კლასისათვის. სამოსი გზით გამოხატული ინდივიდუალიზმი, მიბაძვა თუ კონფორმიზმი დღეს უფრო მეტად არის ინდივიდის პირადი არჩევანი, ვიდრე ეს ოდესმე იყო.

მოცემულ კვლევაში ბევრი საინტერესო ასპექტი გამოიკვეთა. კვლევიდან ჩანს, თუ როგორ იზრდება დღესდღეობით ისეთი მასობრივი მოხმარების პროდუქტის მნიშვნელობა, როგორც სამოსია. როგორ იქცა ეს მატერიალური სიმბოლური რეპრეზენტაცია ჩვენი იდენტობის ინტეგრალურ ნაწილად. საინტერესო იქნება სამომავლოდ კვლევის ჩატარება, რომელიც უშუალოდ სამომხმარებლო კულტურას და იდენტობას შორის კავშირებზე იქნებოდა ორიენტირებული, ასევე უფრო კონკრეტულად იქნებოდა განხილული სამოსი როგორც სოციალური კონტროლის მექანიზმი. მოცემული კვლევა არაერთ შემლედვას მოიცავს. მიუხედავად ამისა, ქართულ კონტექსტში, პირველი ნაბიჯის გადადგმის მცდელობაა სამოსის, როგორც ქალის იდენტობის ვიზუალური რეპრეზენტაციის კვლევისაკენ. თუმცა, იმედს გამოვთქვამ, ეს კვლევა სამომავლოდ უფრო მასშტაბიან კვლევას დაუდებს საფუძველს, რამეთუ მიმაჩნია, ქართველი ქალების სამოსის არჩევანი არ არის უბრალოდ სხეული შემოსვის პრაქტიკა, არამედ მნიშვნელოვნადაა განპირობებული მრავალი ფაქტორით, შესაბამისად, შემდგომი კვლევებისთვის საინტერესო მასალის შემცველია.

გამოყენებული ლიტერატურა

- Akiner, S. (1997). *Between Tradition and Modernity: the Dilemma Facing Contemporary Central Asian Women*. მოცემულია: Buckley, M. (Ed.), *Post-Soviet Women: From the Baltic to Central Asia*. (გვ. 261-304). Cambridge: Cambridge University Press.
- Bauman, Z. (2001). *The Individualized Society*. (pp. 23-57). London: Polity.
- Bauman Z. (2005) *Liquid Life*. Chapter 2. Cambridge: Polity.
- Bieneck, S., Krahe, B. (2010). Blaming the Victim and Exonerating the Perpetrator in Cases of Rape and Robbery: Is There a Double Standard? *Journal of Interpersonal Violence*. 26 (9): 1785–97.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*, London: Routledge Kegan Paul.
- Braun, Virginia; Victoria Clarke (2006). Using thematic analysis in psychology. *Research in Psychology*. 3 (2): 83
- Davis, F. (1992). *Fashion, Culture and Identity*, Chicago: University of Chicago Press
- Entwistle, J. (2000) *The Fashioned Body: Fashion, Dress and Modern Social Theory*, Cambridge: Polity
- Feinberg R. A., Mataro L., Burroughs W. J. (1992) *Clothing and Social Identity*. *Clothing and Textiles Research Journal*. 11(1) წვდომა 24 მარტი 2017 [ბმული](#).
- Finkelstein, J. (1991). *The Fashioned Self*. (pp. 14-50). Cambridge: Polity Press.
- Fischer, S. C. (12 აპრილი, 1982). *To Dwell among Friends: Personal Networks in Town and City*. University of Chicago Press
- Flugel, J. C. (1930). *The psychology of clothes*. New York: International Universities Press.
- Fox, G. L. (ზაფხული, 1977): "Nice Girl": Social Control of Women through a Value Construct. *Signs: Journal of Women in Culture and Society*. 2 (4). გვ. 805-817.
- Gal, S. & Kligman, D. G. (2000). *The Politics of Gender After Socialism*. (pp.12- 45) Princeton: Princeton University Press.

- Guest, Greg (2012). *Applied thematic analysis*. (p. 11) Thousand Oaks. California: Sage
- Hofstede, G. (1980). *Culture's consequences International differences in work-related values*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Kim, Y. (1991). A study of the variation of Korean women's dress due to social changes. Unpublished master's thesis. Kwandong University, Seoul, Korea.
- Kwon, Y. H. (1991). The influence of the perception of mood and self-consciousness on the selection of clothing. *Clothing and Textiles Research Journal*. 12(4), 1621.
- McRobbie, A. (გაზაფხული, 1980). Feminism and youth culture. *Screen Education*. 39, გვ. 36
- Moor, Abigail (2010). She Dresses to Attract, He Perceives Seduction: A Gender Gap in Attribution of Intent to Women's Revealing Style of Dress and its Relation to Blaming the Victims of Sexual Violence. *Journal of International Women's Studies*. 11(4): 115–127
- Satrapa, A., Melhado, M. B., Coelho, M. M. C., Otta, E., Taubemblatt, R., & De Fayetti Siqueira, W. (1992). Influence of style of dress on formation of first impressions. *Perceptual and Motor Skills*, 74(1), 159-162
- Turner, B. S. (1984). *The Body and Society: Explorations in Social Theory*. Oxford: Blackwell
- Levine, D. (ed). (1971). *Simmel: On individuality and social forms*. (pp. 120-150) Chicago: University of Chicago Press
- Tajfel, H. (1974). Social identity and intergroup behavior. *Social Science Information*, 13(2). გვ. 64-90.
- Twigg, J. (2009). Clothing, identity and the embodiment of age. მოცემულია: Powell, J. & Gilbert, T., (eds.) *Aging Identity: A Dialogue with Postmodernism*. Nova Science Publishers Inc, pp. 93-104
- Vaisto, T. (2009). Children and brands in consumer culture. The formation of private and social identities. Master's thesis, Helsinki School of Economics.
- Veblen, T. (1953). *The theory of leisure class*. New York: Mentor Books

