NATIONAL ACADEMY OF SCIENCES RA
INSTITUTE OF ARCHAEOLOGY AND ETHNOGRAPHY

PROCEEDINGS OF THE INSTITUTE OF ARCHAEOLOGY AND ETHNOGRAPHY
2

H A B I T U S

STUDIES IN ANTHROPOLOGY
AND ARCHAEOLOGY
2

НАЦИОНАЛЬНАЯ АКАДЕМИЯ НАУК РЕСПУБЛИКИ АРМЕНИЯ
ИНСТИТУТ АРХЕОЛОГИИ И ЭТНОГРАФИИ

ТРУДЫ ИНСТИТУТА АРХЕОЛОГИИ И ЭТНОГРАФИИ
2

H A B I T U S

АНТРОПОЛОГИЧЕСКИЕ И АРХЕОЛОГИЧЕСКИЕ
ИССЛЕДОВАНИЯ
2

«GITUTYUN» PUBLISHING HOUSE
YEREVAN 2017

ИЗДАТЕЛЬСТВО «ГИТУТЮН»
ЕРЕВАН 2017

ՀՀ ԳԻՏՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ԱԶԳԱՅԻՆ ԱԿԱԴԵՄԻԱ
ՀՆԱԳԻՏՈՒԹՅԱՆ ԵՎ ԱԶԳԱԳՐՈՒԹՅԱՆ ԻՆՍՏԻՏՈՒՏ

ՀՆԱԳԻՏՈՒԹՅԱՆ ԵՎ ԱԶԳԱԳՐՈՒԹՅԱՆ ԻՆՍՏԻՏՈՒՏԻ ԱՇԽԱՏՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ

2

Հ Ա Բ Ի Տ ՈՒ Մ

ՄԱՐԴԱԲԱՆԱԿԱՆ ԵՎ ՀՆԱԳԻՏԱԿԱՆ
ՈՒՍՈՒՄՆԱՍԻՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ

2

ԵՐԵՎԱՆ
ՀՀ ԳԱԱ «ԳԻՏՈՒԹՅՈՒՆ» ՀՐԱՏԱՐԱԿՉՈՒԹՅՈՒՆ
2017

ՀՏԴ 902/904
ԳՄԴ 63.4
Հ 125

Տպագրվում է ՀՀ ԳԱԱ հնագիտության և ազգագրության ինստիտուտի գիտական խորհրդի որոշմամբ

Խմբագրական խորհուրդ.
Պավել Ավետիսյան (*գլխավոր խմբագիր*), Լևոն Աբրահամյան, Գրեգորի Արեշյան, Ռուբեն Բադալյան, Պիտեր Քաուի, Տորք Դալալյան (*պատասխանատու քարտուղար*), Պատրիկ Տօնապետեան, Միհրան Գալստյան, Սարգիս Հարությունյան, Թամար Հայրապետյան, Լորի Խաչատուրեան, Թեո վան Լինտ, Հարություն Մարության, Արմեն Պետրոսյան, Համլետ Պետրոսյան, Գագիկ Սարգսյան, Ադամ Սմիթ, Ջուստո Տրաինա

Editorial Board:
Pavel Avetisyan (*editor-in-chief*), Levon Abrahamian, Gregory Areshian, Rouben Badalian, Peter Cowe, Tork Dalalyan (*assistant editor*), Patrick Donabėdian, Mihran Galsyan, Sargis Harutyunyan, Tamar Hayrapetyan, Lori Khatchadourian, Theo van Lint, Harutyun Marutyan, Armen Petrosyan, Hamlet Petrosyan, Gagik Sargsyan, Adam Smith, Giusto Traina

Համարի գրախոսներ՝
Հարություն Մարության, *պատմական գիտությունների դոկտոր*
Արսեն Բորոխյան, *պատմական գիտությունների թեկնածու*

Համարի խմբագիրներ՝
Համլետ Մելքումյան, *պատմական գիտությունների թեկնածու*
Ռոման Հովսեփյան, *կենսաբանական գիտությունների թեկնածու*

Մարդաբանություն, հնագիտություն թեմատիկ երգիծանկարների հեղինակ՝ ազգագրագետ Լևոն Աբրահամյան

The volume is edited by Hamlet Melkumyan *and* Roman Hovsepyan
The cartoons are authored by Levon Abrahamyan, *anthropologist*

Հ 125 Հնագիտության և ազգագրության ինստիտուտի աշխատություններ 2: ՀԱԲԻՏՈՒՀ 2: ՀՀ ԳԱԱ հնագիտության և ազգագրության ինստիտուտ. Խմբ. Հ. Մելքումյան, Ռ. Հովսեփյան – Եր.: Գիտություն, 2017. – 264 էջ:

ՀՏԴ 902/904
ԳՄԴ 63.4

ISBN 978-5-8080-1293-6

© ՀՀ ԳԱԱ հնագիտության և ազգագրության ինստիտուտ, 2017 թ.

ԲՈՎԱՆԴԱԿՈՒԹՅՈՒՆ

ՄՇԱԿՈՒԹԱՅԻՆ ՄԱՐԴԱԲԱՆՈՒԹՅՈՒՆ

ՀԱՆՐԱՅԻՆ ՏԱՐԱԾՔՆԵՐՈՒՄ ԻՆՔՆՈՒԹՅԱՆ ԵՎ ԱԶԳԱՅՆԱԿԱՆՈՒԹՅԱՆ ԴՐՍԵՎՈՐՈՒՄՆԵՐԸ

Ստեփանե Ֆիլինգա
Հայոց պատմությունը քաղաքային առօրեականության մեջ 10

Համլետ Մելքումյան
Հիշողությունից ազգայնականությո՞ւն,
խորհրդային և հետխորհրդային հուշարձանները 42

Էլեն Գրիգորյան
Եվրատեսիլ երգի մրցույթը որպես ինքնությունների,
ազգայնականության և քաղաքականության արտահայտման բեմ 65

ԽՈՐՀՐԴԱՅԻՆ ԱՌՕՐԵԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆ

Լիլիթ Մանուկյան
Կյանքը դեֆիցիտի պայմաններում. կանացի հագուստի
պրակտիկաները Երևանում 1970-80-ականներին 93

ՍՓՅՈՒՌՔ ԵՎ ԱԶԳԱՅՆԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆ

Էլլի Պոնոմարյովա
Բնիկ թիֆլիսցիներ թե՞ Սփյուռք. քննարկում թիֆլիսաբնակ
հայերի կարգավիճակի շուրջ 117

Սյուզաննա Բարսեղյան
Հայկական մամուլի դերը Սփյուռքում էթնոմշակութային արժեքների վերար-
տադրման և տարածման գործում 142

ՊԱՏԵՐԱԶՄ ԵՎ ԲՌՆԱԳԱՂԹ

Շուշանիկ Ղազարյան
ՀՀ-ում ադրբեջանահայ փախստականների ինտեգրման
գործընթացում հայերենի իմացության խնդիրը 152

Հասմիկ Գրիգորյան
Հայոց ցեղասպանությունից մինչև «քառօրյա պատերազմ».
բռնության օրինականացման մշակութային գործոնները 163

Լուսինե Տանաջյան
Սոցիալ-մասնագիտական ինտեգրման առանձնահատկությունները
Հայաստան ներգաղթած սիրիահայերի շրջանում 184

Սոնա Ներսիսյան
Ցանցային հարաբերությունները Հայաստան ներգաղթած սիրիահայերի շրջանում 195

ՀՆԱԳԻՏՈՒԹՅՈՒՆ

Ռոման Հովսեփյան
Հնաբուսաբանական նմուշառում. դաշտային աշխատանքների ուղեցույց 212

Արթուր Պետրոսյան
Քարե գործիքների ուսումնասիրության մեթոդոլոգիան 217

Անահ Ազիզյան
Դիտողություններ Հայաստանի կուր-արաքսյան խեցեղենի հազվադեպ հանդիպող զարդաձևերի վերաբերյալ 238

Ավետիս Գրիգորյան
Սոթքի տարածաշրջանի անտիկ և միջնադարյան հուշարձանները 249

CONTENTS

CULTURAL ANTHROPOLOGY

IDENTITY AND NATIONALISM IN PUBLIC SPACES

Susanne Fehlings
Armenian History in Urban Everyday Life 10

Hamlet Melkumyan
From Memory to Nationalism?
The Soviet and post-Soviet Memorials in Rural Daily Life 42

Elen Grigoryan
Eurovision Song Contest as a Stage: Performing Identities,
Nationalism and Politics 65

SOVIET DAILY LIFE

Lilit Manukyan
Living in Deficiency: Female Clothing Practices in Yerevan in 1970-80s 93

DIASPORA AND NATIONALISM

Elli Ponomareva
Native Tbilisians or Diaspora: Negotiating the Status
of Armenians in Tbilisi 117

Syuzanna Barseghyan
The Role of Armenian Press in Reproduction and Dissemination
of Ethnic and Cultural Values in the Diaspora 142

WAR AND FORCED MIGRATION

Shushanik Ghazaryan
The Importance of Armenian Language in the process of integration
of Armenian refugees from Azerbaijan in Republic of Armenia 152

Hasmik Grigoryan
From The Armenian Genocide to the “4-Day War”
Cultural Factors of Violence Legalization 163

Lusine Tanajyan
Social-professional Features of Integration of Syrian-Armenian
Immigrants in Armenia 184

Sona Nersisyan
Network Relations among Syrian-Armenian Immigrants in Armenia 195

ARCHAEOLOGY

Roman Hovsepyan
Archaeobotanical sampling: Instructions for fieldwork 212

Artur Petrosyan
Methodology for the Study of Stone Artefacts 217

Anna Azizyan
Remarks on the Rare Ornaments of Kura-Araxes Ceramics of Armenia 238

Avetis Grigoryan
The History of Investigation of Antique
and Medieval Sites of the Sotk Region 249

4

Լիլիթ Մանուկյան

Հնագիտության և ազգագրության ինստիտուտ, ՀՀ ԳԱԱ

Կյանքը դեֆիցիտի[1] պայմաններում. կանացի հագուստի պրակտիկաները Երևանում 1970-80-ականներին

Հագուստի պրակտիկաները՝ որպես մարդու առօրյա մշակույթի անբաժան մաս, հետաքրքիր է ուսումնասիրել հատկապես խորհրդային գաղափարախոսության ու պաշտոնապես վերահսկվող միջավայրում՝ դիտարկելով, թե նման պայմաններում մարդկանց կողմից ինչ նախաձեռնություններ են ցուցաբերվում, և ինչպես են դրանք հարաբերվում պաշտոնական մոտեցումների հետ:

Հոդվածում քննարկվում են պետական գործարանային (բանասացների արտահայտությամբ՝ «ֆաբրիչնի») հագուստի հանդեպ երևանաբնակ կանանց միջավայրում տարածված վերաբերմունքը, այդ հագուստի հանդեպ արտահայտված մերժողականությունը և հագուստի ձեռքբերման այլընտրանքային պրակտիկաները: Առանձնակի քննարկման են արժանանում արտասահմանյան հագուստների, այսպես կոչված «իմպըրտնի»[2] հագուստի նախընտրությունները և դրանց ձեռքբերման պրակտիկաները: Այս համատեքստում եմ քննարկում նաև հագուստ կարելու և գործելու պրակտիկան, մի դեպքում՝ որպես «իմպըրտնիին» նմանակելու, մյուս դեպքում՝ պարզապես սեփական գաղափարները և ճաշակը դրսևորելու միջոց: Այնուհետև վերլուծում եմ հագուստի մեջ դրսևորվող պաշտոնական գաղափարախոսության տարրերը, և թե ինչպես էին դրանք հարաբերվում մարդկանց հագնվելու առօրյա պրակտիկաների հետ:

Բանալի բառեր. *ուշխորհրդային, հագուստի դեֆիցիտ, «իմպըրտնի», «ֆաբրիչնի» հագուստ, հագուստի նմանակում, անհատական ստեղծագործականություն:*

Lilit Manukyan

Institute of Archaeology and Ethnography, NAS RA

Living in Deficiency: Female Clothing Practices in Yerevan in 1970-80s

Clothing practices as inseparable part of people's everyday culture become important topic to investigate especially in the context of soviet official ideology. Clothing in daily life was under official surviliance in USSR. How did the state organise clothing issues and what was the reaction of people? What and how people prefered to dress and how did they obtain them? In my paper I try to examine those questions. Two type of clothing tendency will be presented based on what the interlocutors mainly mentioned.

---

1 Դեֆիցիտ բառը (ռուս. дефицит – պակասություն՝ պահանջը չլրացնելու հետևանքով) կիրառվում էր՝ նշելու համար Խորհրդային Միությունում մի շարք ապրանքների պակասությունը, երբ գնորդը նույնիսկ գումար ունենալու դեպքում չէր կարողանում դրանք ձեռք բերել:

2 Ռուսերեն импортный բառն է, որը նշանակում է ներկրված, ներմուծված, և խոսակցական լեզվում լայնորեն տարածված բառ էր՝ ցուցելով այն բոլոր ապրանքները, որոնք չէին արտադրվել Խորհրդային Միությունում, այլ ներմուծվել էին այլ պետություններից:

Those were so called "fabrichni" (factory made) and "imprtni" (imported) clothes. The "fabrichni" clothes will be presented as non preferable type of clothing, while the "imprtni" as mostly preferable ones. In this context the practice of sewing and weaving dresses will be described and analysed on the one side as a way of obtaining imported clothes by imitating /sewing them, on the other side as a way of representation of an individual creativity. Finally, the official discourse on clothing will be discussed and compared with the meanings people gave to their daily clothing.

Keywords: *late Soviet, "imprtni" clothes, "fabrichni" clothes, imitation of clothes, individual creativity.*

Лилит Манукян

Жизнь в условиях дефицита: практики женской одежды в Ереване в 1970-1980 годах

В статье анализируется отрицательное отношение «фабричной» одежде и альтернативная практика приобретения одежды в среде женщин, живущих в Ереване. Отдельно обсуждаются предпочтения к так называемой «импортной» одежде. В этом контексте практика шитья и вязания одежды являются в одном случае – подражание импортной одежде, во втором – способом выявления собственных идей и вкуса.

Ներածություն

Խորհրդային պետությունում ապրող մարդու առօրյա պրակտիկաները մարդաբանական հետաքրքրություն են ներկայացնում՝ ելնելով խորհրդային կարգերի բնույթից: Խորհրդային հանրությունն իր բնույթով խմբակենտրոն էր: Այսինքն այդ հասարակարգում հիմնային արժեք համարվում էր խումբը, և ենթադրվում էր, որ անհատի բոլոր տեսակի գործողությունները պետք է ծառայեին ընդհանուրի շահերին: Հետևաբար՝ խորհրդային մարդու առօրյայի ցանկացած ոլորտ ուսումնասիրելիս պետք է հաշվի առնել, որ այն պաշտոնապես գաղափարական կարգաբերման էր ենթարկվում՝ անհատին «ազատելով» ինքնուրույն մտածելու և սեփական առօրյան կառուցելու անհրաժեշտությունից: Իսկ ինչպե՞ս էր մարդը վարվում այդ կարգաբերումների հետ: Արդյո՞ք նա դառնում էր իր համար պետականորեն ստեղծված մշակութային արտադրանքի և այդ արտադրանքը սպառելու պրակտիկաների անփոփոխ կրողը, թե՞ դրանց հակադարձողը կամ էլ թե՞ պարզապես այդ կարգաբերումների հետ «բանակցողը», դրանց փոփոխողը և պաշտոնապես ստեղծվող առօրյա պրակտիկաներին զուգահեռ այլընտրանքներ ստեղծողը: Ինչպիսի՞ նոր դրսևորումներ էին ի հայտ գալիս պաշտոնական գաղափարական տրամաբանությունից դուրս մարդկանց ստեղծած պրակտիկաներում: Հետևյալ հարցադրումները որպես հիմնական թիրախ ունենալով՝ աշխատանքում քննության են առնվել կանանց հագուստի առօրյա պրակտիկաները 1970-80-ականների երևանյան միջավայրում: Այս ժամանակաշրջանը մասնագիտական գրականության մեջ ընդունված է անվանել ուշխորհրդային շրջան (Yurchak 2005: 15): Խորհրդային պետության գոյության այս վերջին տասնամյակներին ընդհանուր կենսամակարդակի աճ նկատվեց, խորհրդային մարդու կենցաղի բարելավումը դարձավ պետական հոգածության առարկա: Կենսամակարդակի աճին զուգահեռ տեղի ունեցավ սպառողականության աճ առօրյա կյանքի բո-

լոր ոլորտներում. հագուստ, սնունդ, տնային կահույք ու կենցաղային տեխնիկա և այլն (Chernishova 2013: 1-2): Պատմական իրողություններում մյուս նկատելի փոփոխությունը խորհրդային հանրահայտ «ձնհալն» էր, որը մեղմեց ստալինյան շրջանի «երկաթյա վարագույրը», և Խորհրդային Միություն, այդ թվում և Խորհրդային Հայաստան սկսեցին ներմուծվել արտասահմանյան նորույթներ՝ կապված թե՛ երաժշտական կյանքի, թե՛ բազմապիսի կենցաղային ապրանքների հետ, որոնցից մեկն էլ վերաբերում էր հագուստին: Խորհրդային Միությունում սկսեց աշխուժանալ այսպես կոչված «իմպըրտնի հագուստի» ներմուծումը ինչպես պետական «խողովակներով», այնպես էլ մասնավոր ճանապարհով (Yurchak 2005; Chernishova 2013: 31-42):

Որոշակիորեն մեղմացան նաև արտասահմանյան երկրներ մուտք ու ելքի կոշտ սահմանափակումները: Այս տարիներին մարդիկ հնարավորություն ստացան ուղղակի և անուղղակի շփումներ ունենալու արևմտյան երկրների մարդկանց հետ, ծանոթանալու նրանց կենսակերպին, գեղագիտությանը, նորաձևությանը և նույնիսկ գաղափարախոսական այնպիսի նորամուծություններին, ինչպիսիք են, օրինակ՝ հիպիականություն, անձի ազատությունը, մշակութային ու սեքսուալ հեղափոխությունը և այլն: Այդ ծանոթացումը տեղի ունեցավ մի շարք աղբյուրներով՝ զբոսաշրջությունը, ֆիլմեր, երաժշտական փառատոներ, նորաձևության ներկայացումներ և այլն:

Համատեղելով խորհրդային պետության գաղափարախոսական մթնոլորտը պատմական այս իրողությունների հետ՝ առօրյա մարդաբանական հետազոտության տեսանկյունից ստեղծվում է հետաքրքիր մի համատեքստ՝ հետևյալ հարցադրումներով. մարդիկ ինչպե՞ս փոփոխեցին և կազմակերպեցին իրենց հագնվելու պրակտիկաները, երբ, մի կողմից, ստացան ֆինանսական ավելի մեծ հնարավորություններ, մյուս կողմից, երբ մեծացավ հագուստի հարցում գեղագիտական ճաշակ ձևավորելու նոր աղբյուրների մատչելիությունը: Արդյո՞ք հագուստի հանդեպ մարդկանց փոփոխվող հետաքրքրությունը, գեղագիտական և ոճական առումով աճող պահանջմունքները, բազմազանության ձգտումը պետականորեն բավարարվում էր, թե՞ մարդիկ ստեղծում էին իրենց նախընտրած հագուստը ձեռք բերելու նոր, պետականից տարբերվող պրակտիկաներ: Ինչպիսի՞ էին պետականորեն առաջարկվող հագուստի հանդեպ մարդկանց գնահատականները, և ինչպե՞ս էին առօրյայում մարդիկ անվանում, գնահատում, իմաստավորում ու ընդհանրացնում իրենց կրած հագուստը: Ի վերջո, ինչպե՞ս էին հարաբերվում հագուստի, նորաձևության հանդեպ պետական գաղափարախոսությունն ու մոտեցումները և մարդկանց առօրյա գնահատականներն ու իմաստավորումները: Ինչպիսի՞ առարկայական դրսևորումներ էին դրանք ստանում, այսինքն՝ հագուստի և հագնվելու ինչպիսի՞ նոր ձևեր էին ստեղծվում և ինչպե՞ս:

Վերոնշյալ հետազոտական հարցերին փորձ է արվել պատասխանել խորին հարցազրույցների հիման վրա՝ 1970-80-ական թթ. ապրած 10 կանանց և 3 տղամարդկանց հետ, որոնք այդ ժամանակ եղել են 20-30 տարեկան: Խորին հարցազրույցներն անցկացվել են Երևանում 2015 թ. հուլիս-սեպտեմբեր ամիսներին: Տեքստում բանասացների անունները փոխված են:

«Ֆաբրիչնի» հագուստ

1970-80-ական թվականներին հագուստի խորհրդային պրակտիկաներում կարելի է առանձնացնել «իմպըրտնի» (импортный – ներմուծված) և «ֆաբրիչնի» (фабричный – գործարանային) հագուստների տեսակներ: Զրուցակիցներիս վկայությամբ գործարանային հագուստը չէր համապատասխանում մարդկանց գեղագիտական պատկերացումներին և անհատական ճաշակին, ինչի պատճառով էլ մարդիկ հաճախ հրաժարվում էին նման հագուստ կրելուց և փորձում էին գտնել այլընտրանքներ: Ահա թե ինչպիսի գնահատականներ ու մեկնաբանություններ կարելի է լսել այդ շրջանն ապրած կանանց կողմից: Ներկայացնեմ մի քանի օրինակ.

> *«Ֆաբրիչնի արտադրանքին բանի տեղ չէինք դնում էդ ժամանակ: Մեր տունք էդքան ճաշակով չէին, չթից կամ այլ կտորներից էին ու որակով չէին, չիթը մի հատ լվանում էիր, նեղանում էր»* (Սեդա, 62տ., միջն. կրթություն/տնային տնտեսուհի):

Նկար 1.
Տեղական/գործարանային հագուստ, «Ոգնի», 22, 1973:

«Ահավոր միապաղաղ էին, անհետաքրքիր, ոնց որ զինվորական հագուստ», «մոդային չէին, շաբլոն էին, միատիպ, գույները գորշ էին, սեռի մեջ ու մեծական էին» (Անահիտ, 50տ., լրագրող/ռեժիսոր):

«…մի խոսքով, մենք ունիվերմագից [հանրախանութից] ոչ մի բան էլ չէինք կարողանում առնել: Ես չգիտեմ, թե դիֆիցիտ էր, թե մենք լայեղ [իրեն վայել համարել] չէինք անում, թե լավը չէր…» (Մելանյա, 65տ., ուսուցչուհի):

«Խանութներում մի տեսակից լիքը կախված էր, էն որ հագնում էին, ասում էին շաբլոն ա, տեղական ապրանքը չէր գրավում, որովհետև պլանի գաղափար կար, պլան կատարելու» (Էլյա, 68տ, մանկավարժ) (նկար 1):

Նկարագրությունները վերաբերում են խորհրդային պետական գործարանային հագուստին, որը պլանային տնտեսության ու պետական մենաշնորհի պայմաններում մարդկանց հագնվելու պահանջմունքները բավարարելու գլխավոր աղբյուրն էր: Մարդկանց բանավոր հիշողություններն ու դրանցից բխող հարցադրումները, գնահատականներն իրենց պատասխանն ու հիմնավորումն են գտնում այդ շրջանին վերաբերող պատմական և մարդաբանական հետազոտություններում (Chernishova 2013; Лебина 2014), որտեղ հանգամա-

նալից ներկայացվում են այն խոցելի կողմերը, որ առկա էին պետականորեն վերահսկվող, ստեղծվող ու արտադրվող հագուստի ոլորտում: Ինչպես ներկայացվում է այդ հեղինակների մոտ, հագուստի ձևը, գույնը, կարը, որակը և այլ առանձնահատկություններ որոշվում էին պետական վերահսկողության տակ գտնվող մոդելյոր-նկարիչների միջոցով, որոնք աշխատում էին բոլոր միութենական հանրապետություններում ստեղծված նորաձևության տներում՝ որպես կենտրոն ունենալով համամիութենական նորաձևությունների տունը Մոսկվայում: Այնտեղի նկարիչները մշակում էին ձևը, գույնը, որը հետո հաստատվում էր թեթև արդյունաբերության նախարարությանը պատկանող մարմնի՝ գեղխորհրդի կողմից: Միայն այդ հաստատումից հետո տվյալ մոդելը կարող էր գործարանում դառնալ զանգվածային արտադրանք, ապա թողարկվեր հանրախանութներ (Chernishova 2013: 31-41): Չնայած բրեժնևյան շրջանում թեթև արդյունաբերության (այդ թվում՝ նաև հագուստի) զարգացմանը, և ընդհանրապես մարդկանց սպառողական պահանջմունքներին սկսեցին ավելի մեծ ուշադրություն դարձնել, քան նախորդ շրջանում, այնուամենայնիվ, կապիտալիստական և նույնիսկ արևելաեվրոպական սոցիալիստական երկրների համեմատ, խորհրդային պետությունը հետ էր մնում հագուստի ոլորտում մարդկանց պահանջմունքները բավարարելու հարցում՝ մի դեպքում արտադրելով մոդելներ, որոնք արևմտյան կապիտալիստական երկրներում արտադրվող մոդելների համեմատ նորաձև չէին համարվում, իսկ եթե այդպիսին համարվում էին, ապա ոչ կատարելագործված տեխնիկայի և համապատասխան կտորի, նյութի բացակայության պատճառով տալիս էին ոչ որակյալ, մարդկանց գեղագիտական պահանջմունքներին չհամապատասխանող արտադրանք (նկար 2): Նման պայմաններն էին, որ ստեղծեցին զանգվածային արտադրանքի դեֆիցիտ (Иванова 2011), որն առկա էր ոչ միայն արտադրանքի քանակի՝ այլև տեսականու և որակի հարցում:

«Իմպորտացավ». «Իմպըրտնի» հագուստ ձեռք բերելու պրակտիկաները

«Մեզ բժիշկները հաճախ հարցնում են. «Բուժելի՞ է արդյոք իմպորտացավը»: Այո՛, բուժելի է: Հանձնարարում ենք երկու դեղամիջոց: Առաջին՝ արտասահմանյան ձեռնարկությունները պետք է իջեցնեն իրենց ապրանքների որակը: Երկրորդ՝ մերոնք պետք է իրենց որակը բարձրացնեն: Եվ իմպորտացավը կվերանա» («Ոզնի» 1987, 1), (նկար 3):

«Ոզնի» ամսագրում նկարագրված «իմպորտացավի» «դեղատոմսը», այն է՝ սեփական ապրանքի արտադրությունը մեծացնելը և որակը բարձրացնելը, խորհրդային պետությունն այդպես էլ ի վիճակի չեղավ կիրառելու և տեղական հագուստի դեֆիցիտը լուծելու միջոցը գտավ ոչ թե սեփական արտադրությունը զարգացնելու, այլ արտասահմանյան արտադրանքը ներմուծելու մեջ (Chernisheva 2013: 31-35): Ժողովրդական արտահայտությամբ «իմպըրտնի» (ներմուծված) հագուստը տարբեր ծագում ուներ. դրանք ներառում էին ինչպես

Նկար 2. «Սխալվել՝ տեղական շոր է հագել», «Ոգնի», 10, 1987:

Նկար 3. «Ասում են՝ պարկի մեջ իմպորտնի նվերներ կան», Ոգնի, 2, 1975:

արևելաեվրոպական սոցիալիստական երկրներից, այնպես էլ արևմտաեվրոպական երկրներից և ԱՄՆ-ից բերված հագուստները, որոնք մուտք էին գործում Խորհրդային Միություն, նաև Խորհրդային Հայաստան և պետականորեն կազմակերպված ներմուծմամբ և առանձին անհատների միջոցով: Թե որ երկրից ինչ քանակությամբ հագուստ կներմուծվեր Խորհրդային Միություն, ևս որոշվում էր պետականորեն՝ առևտրի նախարարության միջոցով: Մոսկվայում ներմուծված ապրանքը բաժանվում էր միութենական հանրապետությունների հանրախանութների միջև, և ենթադրվում էր, որ պիտի հայտնվեր բոլոր քաղաքներում ու գյուղերում, որտեղ պետական խանութներ էին գործում: Սակայն, լինելով սահմանափակ, այդ ապրանքները միանգամից չէին հայտնվում խանութների ցուցափեղկերին: Մինչև խանութում ցուցադրվելը արտասահմանյան հագուստն ուղարկվում էր, ինչպես մարդիկ են անվանում, «սպեց բազաներ» (հատուկ պահեստներ), որտեղից պիտի առաքվեր խա-

նութներ: Ահա այստեղ է, որ հաջողում էր նա, ով ուներ անձնական կապեր, որի միջոցով մուտք կունենար պահեստ և կկարողանար «առաջին ձեռքից» գնել «իմպըրտնի» ապրանք: 58-ամյա զրուցակիցս՝ Կիման, այսպես էր հիշում այդ ժամանակաշրջանը. «*Դե էնտեղի աշխատողներն էին օգտվում իրենց կանանց, աղջիկների, իրենց համար: Ով որ իմանում էր ինչ-որ լավ բանի մասին, դա արդեն ծանոթության միջոցով էր. ասում էին բազայից ենք առել, բազայից ենք կարողացել դուրս բերել*»:

— Ինչպե՞ս վաճառենք այս զգեստները:
— Գեղեցիկ փաթաթեք, դրեք վաճառասեղանի տակ, ձեռաց կթոցնեն:

Նկար 4. «Տակից առնելու» կարևորությունը, «Ոգնի», 3, 1980:

Նկար 4.1. «Տակից ապրանքը իր գինն ունի», «Ոգնի», 16, 1973:

«Իմպըրտնի» ապրանքի հաջորդ հանգրվանը խանութն էր՝ այս անգամ ևս հայտնվելով ոչ թե ցուցափեղկի վրա, այլ *դրակը*, այսինքն՝ տեսանելի ու հասանելի էր դառնում գրեթե միայն վաճառողների ու նրանց ծանոթների համար, ու այդպես տարածվում էր «տակից առնելու» պրակտիկան. 65-ամյա մանկավարժ Էլյան վկայում է, «*Ծանոթների միջոցով մտնում էինք խանութ, ասում էին ապասեք, ռեվիզիա ա եկել [ստուգող հանձնախումբ], գալիս ստուգում էին, իրանց ցույց չէին տալիս, որ իմպըրտնի ապրանք ունեն, իրանց գնալուց հետո մտնում, մեր ուզած ապրանքը դրակից առնում էինք*» (նկար 4., 4.1):

Ի վերջո, որոշ ապրանքներ հայտնվում էին նաև հանրախանութում՝ բոլորի համար: Այստեղ է, որ սկսվում էր «հերթ կանգնելու» պրակտիկան (Николаев 2005): Մինչև «իմպըրտնի» հագուստը կանցներ նման փորձությունների միջով և նոր կհասներ սպառողին, հայտնվում էին այդ ապրանքի ավելի արագ գործող մատակարարները, որոնք ապօրինի առևտրով զբաղվող մարդիկ էին և առօրյա խոսակցական լեզվում հայտնի էին «սպեկուլյանտ» և «ֆարցովչիկ» անուններով (Лебина 2014: 233-239): Դրանք «սև շուկայում» գործող մարդկանց առևտրի պրակտիկաներն էին: Վերջիններս գլխավորապես Մոսկվայից, ինչպես նաև արևելաեվրոպական սոցիալիստական երկրներից Հայաստան հագուստ ներմուծողներն էին, որոնք, օգտվելով արտասահմանյան ապրանքի դեֆիցիտից, այն վաճառում էին ավելի թանկ, քան հանրախանութներում՝ բազմաթիվ մարդկանց ազատելով հերթ կանգնելու պարտադրանքից:

— Այս ապրանքները խանութում կրկնակի էժան են:
— Գնա խանութից էլ առ, եթե ձեռքդ ընկնեն:

Նկար 5. «Տնային ունիվերմագ», «Ոգնի», 8, 1973:

Սա առօրյա խոսակցականում հայտնի՝ «ձեռի վրայից» արվող առևտուրն էր (նկար 5): «Ձեռի վրայից» արվող առևտրի տեղերից մեկը «տուրիստի տունն» էր: «Տուրիստի տունը» տարբեր ընկալումներ ուներ. որոշ դեպքերում զրուցակիցներս նկատի ունեին այն մարդկանց, որոնք, որպես զբոսաշրջիկ, մեկնում էին Արևմուտք՝ գլխավորապես սոցիալիստական Եվրոպայի երկրներ, և կարողանում էին որոշ ապրանքներ, այդ թվում և հագուստ բերել ու վաճառել:

Նմանատիպ մարդիկ, իհարկե, քիչ էին, քանի որ կար սահմանափակ չափով ռուբլի փոխանակելու հնարավորություն: Ահա այստեղ է, որ յուրաքանչյուր զբոսաշրջիկ կարող էր դառնալ նաև գաղտնի առևտրական իր այցելած երկրում, ինչպես հիշում է 66-ամյա Սուսաննան. «*1973թ. առաջին անգամ գնացի Ռումինիա, և մենք էպտեղից սուրճ պարանք, փոշեկուլ, բայկվի գիշերանոցներ, էնտեղ շուկայում վաճառում էինք, ու փոխարենը բերում էինք յուգասլավսկի կոմբինացիաներ*»:

Որոշ դեպքերում «տուրիստի տուն» ասելով մարդիկ նկատի էին ունենում Երևանում բնակություն հաստատած հայրենադարձ սփյուռքահայերի բարեկամներին, որոնք կամ ծանրոցներ էին ուղարկում, կամ իրենք էին գալիս Լիբանանից, Սիրիայից, Ֆրանսիայից, ԱՄՆ-ից և այլ հայկական համայնքներից.

> *«Իմ ընկերուհու հորեղբայրը Ֆրանսիայից եկավ, մենք բաժնի աղջիկներով գնացինք իրա հորեղբոր բերածներից առանք: Էդ նշանակում էր, տուրիստի տնից ապրանք էինք առնում: Իրա պապան ախպար էր, հորեղբայրն էլ Ֆրանսիայում էր ապրում: Ես տուրիստի տնից առել եմ յուգասլավսկի պենուար, խալաթներ օժիտի համար»* (Սեդա, 62 տարեկան, տնային տնտեսուհի):

«Իմպըրտնի» հագուստը հայտնվում էր ոչ միայն հանրախանութներում, այլ նաև հատուկ խանութներում, որ հիշատակվում էին որպես «չեկի խանութ», «դոլարի խանութ», «կոմիսիոն» անուններով: Լինելով պետականորեն օրինական խանութներ՝ վերջիններս նախատեսված չէին բոլորի համար. «Չեկի խանութի» տարածք մուտք ունեին այլ սոցիալիստական կամ ԽՍՀՄ հովանավորության ներքո գտնվող զարգացող երկրներ աշխատանքի մեկնած մարդիկ, որոնք, որպես աշխատավարձ ստանալով կտրոն-չեկ, գալիս էին Հայաստան և օգտվում «չեկի խանութից»: «Դոլարի խանութի» տարածքում հայտնվում էին մարդիկ, որոնք դոլար ունեին: Ենթադրվում էր, որ դրանք պաշտոնական այցով կամ որպես զբոսաշրջիկ Հայաստան եկած արտասահմանյան հյուրերն էին, որոնց, ի տարբերություն խորհրդային քաղաքացու, թույլ էր տրված դոլարով առևտուր անել: «Կոմիսիոն» կարող էին մուտք գործել բոլորը, բայց ոչ բոլորը կարող էին գնումներ կատարել, քանի որ ապրանքները թանկ էին և ոչ հասանելի բոլորին: Սեդան, հիշելով «կոմիսիոն» խանութները, այսպես որակեց. «*Հիմա ոնց են բրենդային խանութները. թանգանոց ու լավ, դե էն ժամանակվա կոմիսիոնները տենց են եղել*»: Զրուցակիցներս հաճախ են հիշում դեպքեր, երբ ինչ-որ կերպ՝ կապերի ու ծանոթության միջոցով, ձեռք էին բերում այդքան ցանկալի դարձած չեկը կամ դոլարը և մուտք գործում այդ խանութներ.

> *«Դե նկատվում էր. ասում էին «սա չեկըվիից ա հագնվում» կամ «էսի չեկըվիի շոր ա», կամ ասում էին «չեկի ապրանք ա»: Չեկի վաճառողներ կային…, ասենք գնացինք, մի բան հավանեցինք, անմիջապես չեկը առնում*

էինք, վազելով գնում, հագնում, որոշ բաներ առնում էինք որպահասած, որովհետև մեր ճաշակին էր, մեր ուզածն էր և որակը ընտիր. դե արտասահմանյան երկրներից էին. շվեդական, եսիմ ինչ, այ տենց ապրանքներ էին» (Կիմա, 58տ., լաբորանտ):

Բանասացների հիշողությունները ցանկալի, գերադասելի հագուստի մասին վերաբերում էին ոչ թե տեղական, գործարանային հագուստին, այլ Խորհրդային Միությունից դուրս արտադրված ու ներմուծված հագուստին: Պետական և մասնավոր ճանապարհներով ներմուծված հագուստը բավարար չէր այնքան, որ հասանելի լիներ մարդկանց: Արդյունքում ձևավորվեցին հագուստի ձեռքբերման բազմապիսի պրակտիկաներ, ինչպիսիք էին «բազայից» (պահեստից), «տակից», «ձեռքի վրայից», «տուրիստի տնից», «չեկի», «դոլարի խանութներից» ու կոմիսիոններից ձեռք բերելը: Քանի որ հագուստի ձեռքբերման այս խողովակները հասանելի էին ոչ բոլորին և որոշ դեպքերում էլ հակաօրինական, ապա հետազոտական առումով ինքնին հետաքրքրական է նկարագրել վերոնշյալ պրակտիկաները, որոնցով մարդիկ հասնում էին իրենց նպատակին՝ ձեռք բերելով այդքան ցանկալի «իմպըրտնի» հագուստները:

Ստեղծագործաբար նմանակումների արտադրություն

Ինչ էին անում մարդիկ, որոնք մի դեպքում հնարավորություն չունեին օգտվելու «բրենդային կոմիսիոններից» և նմանատիպ այլ խանութներից, մյուս դեպքում չէին հասցնում հանրախանութից ձեռք բերել ցանկալի հագուստ: Հետաքրքրական է, որ սոցիալական տարբեր շերտերի մեջ «իմպըրտնի» հագուստ ձեռք բերելու ճանապարհները շատ տարբերակներ և նրբերանգներ ունեին: Այն սոցիալական խավերը, որոնց մատչելի չէր այդ հագուստը ձեռք բերելը, այն պարզապես նմանակում էին: Նմանակումներն արվում էին և՛ հագուստի մոդելի կամ նմուշի, և՛ հագուստի դետալների մեջ, ինչպիսին էին որևէ ֆիրմայի պիտակը կամ բրենդը, կոճակը կամ «կնոպկան»: Մարդկանց պատմություններից կարելի է դուրս բերել նմանակման մի քանի տարատեսակ. ա) անհատական մակարդակում, տնային պայմաններում սեփական կարի մեքենայով կարելը կամ գործելն էր, բ) դերձակներին պատվիրելն էր, գ) որևէ ֆիրմայի մակնիշով հագուստ կարող ընդհատակյա արտադրամասերից («ցեխերից») օգտվելն էր:

Տնային պայմաններում կարել-գործելու պրակտիկան խրախուսվում էր նաև ամսագրերի միջոցով, որոնք ունեին խորհուրդներ տվող, ուղղորդող բաժին՝ «կարիր ինքդ» վերնագրով («Հայաստանի աշխատավորուհի» 1970; 1975: 5; «Советская женщина» 1970: 7, 8): Ձեռագործ հագուստը մի կողմից ուղղորդվում էր խորհրդային մոդայի ամսագրերում տրվող խորհուրդների միջոցով, իսկ մյուս կողմից արդյունք էր ոչ խորհրդային ամսագրերի ստանդարտների՝ որպես աղբյուր ունենալով արտասահմանյան ֆիլմերը, երաժիշտների հագուստները՝ միախառնված սեփական երևակայության, ստեղծագործական

կարողությունների հետ: Ընդ որում, այդ ոլորտի հմտությունները ոչ միայն մասնագետ դերձակների «մենաշնորհն» էին դարձել, այլ նաև այն մարդկանց, ովքեր փորձում էին սեփական հմտություններով տնային պայմաններում բավարարել հագուստ ձեռք բերելու պահանջմունքը: Արդյունքում հագուստ կարելու ուղեցույց գրքերն ու ամսագրերը, կտորներն ու շյուղերը դարձել էին տարածված առօրյա իրեր՝ շատ հաճախ հանդիսանալով հարգի նվերներ: 53-ամյա Նվարդը հիշում է.

«Բոլորը իրար որպես լավ նվեր ափրեզ [ռուս. отрез – կտորի/գործվածքի հատված] էին տալիս, այսինքն դու իրան արդեն թանկ բան ես նվիրում. ինքը կարա ունենա շոր, որից ուրիշը չունի, ինքը կարել տա նենց, ոնց որ ինքն ա ուզում: Պատրաստի շոր իրար չէին նվիրում, պատրաստին ցածր տոն էր համարվում, ափրեզ նվիրելը ավելի բարձր բան էր համարվում»:

56-ամյա դաշնակահար Անուշը ոգևորությամբ պատմում էր, թե ինչպես սկսեց ինքնուրույն գործել ու կարել.

«Մարտի 8-ին նվերներ էին տալիս, դաշնամուրի դասեր էի տալիս, իմ ծնողներից մեկը ինձ նվիրեց գործելու գիրք՝ «Азбука вязания» [Կար ու ձևի այբուբեն], ու ես էդ գրքով որոշեցի որ պիտի գործեմ: Առաջին բանը որ պիտի գործեի, գնացի խալու կոշտ թելեր առա, ասի ավիտր եմ գործելու, թևերը հանովի-դնովի, ու էսքիզներ արի թե գույները ոնց պիտի գնա, թելերը ոնց պիտի գնա, բան, հետո եղբորս համար ավիտր գործեցի, ինքը էսքիզ արեց իր ավիտրի համար,արծիվի գաղափար էր, սիմվոլիկ սարքեց, հետո երեխեքիս համար կարողա լիքը բաներ անեի»:

Դժգոհելով գործարանային միատեսակ հագուստից՝ շատերն էին ձգտում հագնվել «տարբերվող» ու «հետաքրքիր ստիլով» ու «իմպըրտնիի տեսքով»:

«Հիշում եմ, որ լավ ստեղծագործական մուրեցում էինք դրսևորում. բախտներս բերել էր, մամաս լավ կարում ու գործում էր: Իրա շնորհիվ մենք բակում լրիվ տարբերվում էինք մյուս երեխեքից, որտև ինքը նենց լավ ստեղծագործական ջիղ ուներ, ու բաներ էր հնարում իրա հագուստներից, տատիկի հագուստներից, ինչքան հիշում եմ իմ մանկությունը, մաման ինչ-որ բաներ ձևափոխում էր, ու հետաքրքիր ստիլ էր մտնում մեր հագուստների մեջ, կարողա մի փոքր դեպրալ ավելացնեինք ու լրիվ իմպրտնիի տեսք ունենար» (Անահիտ, 50տ., լրագրող/ռեժիսոր):

«Իմպըրտնի» հագուստ ունենալու համար անհրաժեշտ էր ոչ միայն շորի մոդելը նմանակել, այլև գտնել համապատասխան «իմպըրտնի» կտոր: Կտորների որոշ տեսակներ ևս, տեղական արտադրանք չլինելով, դժվարությամբ էին ճարվում և հետևաբար՝ թանկ համարվում: Այդպիսի կտոր էր համարվում «մառլյան», որից կարված հագուստները հիշատակվում էին որպես թանկարժեք ու ոչ բոլորին հասանելի: Ահա թե ինչպիսի հնարների էր դիմել 63-ամյա Նինան՝ այդ կտորը ստանալու համար.

«Մոդա էին մաղյայից շորերը 80-ականների սկզբին. էդ կտորը իր առանձնահատուկ որակը ունի, էն մաղյան չէ, որ դեղատներում ծախում են: Քառակուսի մեծ քարտեզներ առա մի քանի հատ, տարա դրեցի ջուրը, թրջեցի, թղթի հատվածը սաղ մաքրեցի, լվացի, ինքը դառավ կտոր, էս կտորը ժավել դրեցի, ինքը սպիտակեց, նորը էր շատ: Ու դրանով իմ ուզած սարաֆանը կարեցի: Խանութներում թանկ էր. էն ինչ ձեռքս ընկնում էր, հնարում էի, որ հագնեմ»:

Այսպիսով, ստեղծվում էր սեփական ստեղծագործական կարողությունները զարգացնելու ու իրացնելու մի յուրահատուկ ոլորտ: Այսպիսի պայմաններում հագուստ կարելն ու գործելը դառնում էին մարդկանց համար ոչ միայն հագնվելու պահանջը բավարարելու պրակտիկա, այլև անհատական ճաշակը, ազատ ընտրելու հնարավորությունն իրացնելու միջոց:

«Ընտրություն չկար, սրիպված կարում էինք, ով ֆանտազիա ու հնարավորություն ուներ: Հիմա մրածում եմ, գործեմ մի հետաքրքիր բան, հետո մրածում եմ մի քանի հազար տեսակ բան ա վաճառվում, կգրնես ինչ-որ մի բան, որ գցես վրեդ, որպև փալասա, որ պիտի մաշվի, գնա, արդեն սենց ես մրածում՝պրակտիկ. իսկ էն ժամանակ քանի որ չկար, դու արդեն որպես ստեղծագործություն էիր նայում, պիտի անես ու պլյուս ստեղծագործում ես: Չեմ ուզում մեծամիտ բան ասել, բայց կուտյուրյեն /նկարիչ-մոդելյոր/ ոնց ա ստեղծում, այ դու էլ ես տենց ստեղծում» (Անուշ, 56տ., դաշնակահար):

Անուշի այս խոսքերի մեջ կարելի է նկատել այն միտումը, որ հագուստը զուտ սպառողական նշանակություն ունեցող ապրանք չէր խորհրդային շրջանում ապրող մարդու համար: Մարդը էմոցիոնալ կապ ուներ հագուստի հետ՝ համարելով այն իր ստեղծագործության արդյունքը: Իսկ ներկայում նույն մարդը հագուստն արդեն ընկալում է արագ փոփոխելի ապրանք, որը կարելի է հեշտությամբ ձեռք բերել խանութներից ու նույն հեշտությամբ էլ ազատվել նրանից: Արդյունքում հագուստի հանդեպ նկարիչ-մոդելյորի վերաբերմունքից անցում է կատարվում սպառողի մոտեցման, հետազոտողներից Օլգա Գուրովան է (2005: 40-58) դիպուկ բնորոշում սպառողական միտումը՝ «от товарища к товару» (ընկերոջից ապրանքի: Ընկերն այստեղ գործածվել է մտերիմ, ուղեկից իմաստով):

Հագուստի նմանակողներ էին դերձակները: Դերձակների ծառայություններից օգտվողները նկարագրում էին երկու տեսակ՝ պետական կարի արհեստանոցներում՝ «ատելյեներում» և տանն ինքնազբաղված աշխատող դերձակներ: Շատերը գերադասում էին հագուստ կարել տալ ինքնազբաղված դերձակների մոտ՝ նկատելով, որ վերջիններս ավելի շատ էին փորձում հաշվի առնել մարդու անհատական ճաշակը: Մինչդեռ պետական արհեստանոցի դերձակներն ավելի հաճախ հետևում էին պետական գործարաններում արտադրվող հագուստի մոդելներին: Ուստի շատերի համար «պրիստիժնին»

մասնավոր կարողի մոտ գնալն էր, որի ծառայությունը, ինչպես հիշատակում են բանասացները, ավելի թանկ արժեր: Անհատ դերձակները դառնում էին նաև խորհրդային քաղաքական էլիտայի ներկայացուցիչներին սպասարկողներ: Այդ շրջանի բարձրաստիճան պաշտոնյաներից մեկի կինը՝ 70-ամյա Ռիտան, հիշում է. «*Կար նաև լյոքս ատելյե, բարձրակարգ, որը տեղավորվում էր Սարյանի այգու դիմաց. ովքեր ցանկանում էին, հնարավորություն ունեին, կարող էին էդտեղ կարել. լավ վարպետներ էին: Նորեկները. օրինակ, իմ վարպետները մեծ մասամբ եղել են ախպարներ*»: Որպես հմուտ կարող անհատ դերձակներ, հետաքրքրական է, որ հաճախ էին հիշատակվում հայրենադարձ հայերը. «*Անհատ կարողները իրանք* [հայրենադարձները] *էին, իսկ մենք սովոր էինք չէ, գնալ մտնել ատելյեներում, սովորել պետական, իսկ իրանք ձեռքի շնորհք ունեին, արհեստ ունեին, իրանք դրսում ավելի շատ բան էին տեսել, իրանք կապ ունեին դրսի հետ և ժուռնալներ էին ստանում, երևի թե դրա համար*» (Նվարդ, 58տ., էքսկուրսավար):

«Դրսի ժուռնալները» դառնում էին ոչ տարածված ու դժվարությամբ ճարվող նորաձևության ամսագրեր, որոնք «իմպըրտնի» հագուստի նմանակման կարևորագույն աղբյուրներն էին: Արևմուտքում տարածվող հագուստը տեսնելու հիմնական միջոց էին նաև այդ տարիներին հեռուստատեսությամբ տարածվող երաժշտական փառատոները, ռոք երգիչների համերգները, որտեղից մարդիկ հատկապես նմանակում էին հագուստներ, որոնք համընդհանուր տարածում չունեին Խորհրդային Միության տարածքում: Դրանցից էր, օրինակ, ջինսե տաբատը, որը Հայաստանում ևս 1970-ականներից սկսեց դառնալ ոչ միայն տղամարդկանց, այլ նաև կանանց համար ցանկալի հագուստ: Մարդիկ նույնիսկ առանձնացնում էին ջինսե տաբատների պրեստիժայնության աստիճաններ: «Օրիգինալ» կամ «իսկական» ջինսն ամերիկյանն էր՝ «Levis» և «Wrangler» ապրանքանիշերով: Այլ երկրներում արտադրված ջինսերը համարվում էին «պատենտ»՝ իրականին նմանական:

> *«…իսկական ամերիկյան ջինս հագնողներ շատ քիչ էին քաղաքում: Դե ջոկվում էր: Էն ժամանակ ջինսը մաշած չէր, ինքը լրիվ մուգ կապույտ գույնի էր: Ամերիկայից եկած ախպարների բարեկամներն էին բերում էդ կոնկրետ ֆիրմա ջինսերը…. ես մի անգամ շալվար առա, տենց 100 ռուբլի տվեցի, որը աշխատավարձ էր էն ժամանակ, որով կարելի էր մի ամիս ապրել»* (Հարություն, 50տ., դիզայներ):

Շատերի համար ֆինանսապես անհասանելի ու դեֆիցիտ ջինսե տաբատներն էին, որ նմանակվում էին դերձակների կողմից.

> *«Ես հիշում եմ, որ ԳՈՒՄ-ի մոտ մի հատ Կարեն կար, որ թույն կարում էր օվեռլոկով, բանով, նենց, որ ֆիրմայից չէր տարբերվում, բայց ինքը շատ թանկ էր կարում. էն ժամանակվա գներով. 40-50 ռուբլի էր կարելը ու իրա մոտ սարսափելի հերթ էր. ասում էր գոնե մի 25 օրից, որպև* [որովհետև] *եսիմ ինչքան ցուցակ ուներ էլի»* (Անահիտ, 50տ., լրագրող/ռեժիսոր) *(նկար 6.)*:

Նկար 6. «Ջինսի մոլուցքը. սկզբունքային վեճ», «Ոգնի», 21, 1980:

Նմանակման կարևորագույն նախապայմանը որքան հնարավոր է «իսկականից» կամ օրիգինալ հագուստից չտարբերվող հագուստ ստեղծելն էր: Այդ հարցում առաջին հերթին օգնության էին գալիս պիտակները՝ համապատասխան ֆիրմայի նշանով կամ առանց դրա: Օրինակ, ինչպես պատմում են զրուցակիցները, «իսկական» ամերիկյան ջինսը «Levis» կամ «Wrangler» ֆիրմաներինն էր, ապա ջինսե տաբատ կարելու դեպքում ձգտում էին ճարել այդ պիտակները և փակցնելով կարած ջինսին՝ ներկայացնել այն որպես «օրիգինալ ամերիկյան ջինս»: Բացի պիտակներից, «իսկական» ջինսը պիտի ունենար զանազան դետալներ. *«Ես ջինս եմ կարել, դրա հետ զամշվի գործած ինչ-որ շնուրոկներ, գոտիներ: Հենց էդ ժամանակ կնոպկա խփում էին. դե եթե խփած չի, էդ արդեն երևում ա, որ կարած ա, տանում կնոպկեքը խփում էիր վրեն, հետո բիրկեն էիր կպցնում, մի հատ գրպանի արանքը, մի հատ էլ մեջը կկպցնեիր, եթե խելք ունեիր, որ ապացուցեիր, որ ֆիրմայա: Իրար ցույց էինք տալիս, որ ֆիրմայա»* (Անահիտ, 50տ., լրագրող/ռեժիսոր): Իսկ եթե չէր հաջողվում հենց տվյալ ֆիրմայի անունը կրող պիտակներ ճարել, մարդիկ պարզապես ստեղծում էին պիտակներ՝ փակցնելով ոչ միայն տաբատների, այլև հագուստի այլ հատվածների վրա: 50-ամյա Հարությունը, որն այժմ դիզայներ է, նկատում է. *«Ես հիշում եմ, լեյբլ [պիտակ] էի սարքում անգլիական դրոշից, որովհետև անգլիական դրոշով ջինսեր կային, բայց ես էդ լեյբլը կպցրեցի սառոշկայիս: Ընենց չկրես վիճակներ կային: Դա պրիստիժի էր, իմպրուտնի»*:

Ընդհանրապես պիտակով հագուստը շատերի համար արդեն իսկ արտասահմանյան հագուստի նշան էր, հետևաբար, ինչպես բանասացներից Անահիտն է հիշում, տարբեր միջոցների էին դիմում՝ հագուստները «պիտակավորելու» համար:

«Եթե հանկարծ բախտդ բերեր երկաթի ինչ-որ բան գտնեիր, կամ կաշվե, կամ ինչ-որ պայուսակի վրայից, կամ ինչ-որ մի անկողնու վրայից, կարևոր չէ որտեղից, կարևորը էդ դիզայնն էր, որ քո սարքած շորի հետ սազեր, էդ ֆիրմայի քառակուսի նշանի տեսքը ունենար: Դե ջինսերինը հետևի մասում էինք կպցնում, ու լավ էր, որ կաշուց ճարեիր. Եթե կաշվից չէին գտնում, գոնե կաշվե երիզ էինք իրան անում, էդ քառակուսին մտցնում էինք մեջը, սոլիդ տեսք էր ստանում: Իսկ եթե հագուստ էր, թևերին կաշի էի ավելացնում»:

«Իմպըրտնի», «ֆիրմա» հագուստ ձեռք բերելու պահանջը հագուստ նմանակելը հասցրեց մեկ այլ մակարդակի, երբ հայտնվեցին մարդիկ, որոնք խոսակցական արտահայտությամբ «պադպոլնի ցեխեր»-ում (подпол–ընդհատակյա, цех–արտադրամաս) հագուստ էին արտադրում այս կամ այն ֆիրմայի անվան տակ՝ համապատասխան պիտակներ և այլ դետալներ փակցնելով:Այդպիսի գործունեություն ծավալողներից էր 55-ամյա Արմենը, որն իր ձեռներեցության հմտությունները զարգացրել էր դեռ 1980-ականներին.

«Սկսեցի ինքս ոչ թե իմ համար կարել, այլ կարել, վաճառել: Ուրիշի կուրտկեքից, բարեկամների կոստյումներից, վերնաշապիկներից, շատ սիրուն, ասեղով քանդում հանում էի, կամ մամայենք որ տոնրիստ էին գնում ու բերում էին ինձ համար շոր, դրանց էտիկետկեքը [ապրանքանիշ] հանում էի շատ հանգիստ, կպցնում իմ կարած կուրտկաների վրա ու վաճառում, ու մարդիկ գիդեին թե ֆիրմայա, հերթ էր մոտս: Էդ ես մենակ տունն էի կարում, էն ժամանակ դեռ արտադրություն չկար: Էդ 1982–83 թթ. էր: Տենց բաներ ես շատ շատ էի անում: Մարդիկ առաջինը նայում էին դրանց «ցավոք սրտի, էդ էտիկետկեքին»:

Ոչ միշտ հնարավորություն ունենալով «իմպըրտնի» պատրաստի հագուստ գնելու խանութներից՝ մարդիկ դիմեցին սեփական ստեղծագործական կարողություններին՝ մի դեպքում կարելով ու գործելով սեփական ձեռքերով, մյուս դեպքում կարել տալով դերձակների մոտ: Այստեղ նկատելի են դառնում հագուստի այն բոլոր տարրերը (ձևը, կտորը, դետալները), որոնք դառնում էին նմանակման ենթակա՝ մարդկանց մեջ ստեղծելով «իմպըրտնի» հագուստ կրելու զգացողություն:

«Իմպըրտնին» որպես պրեստիժի ցուցիչ

Ֆրանսիացի սոցիոլոգ Ժ. Բոդրիարը, մշակելով «սպառողական հասարակության» մոդելը 1970-ականների ֆրանսիական հանրության օրինակով, քննարկում է այնպիսի հարցեր, ինչպիսիք են մարդկանց պատկերացումներն

իրերի հանդեպ: Քննարկում է սպառողական պրակտիկաները՝ որպես ստատուսի (կարգավիճակի), պրեստիժի (հեղինակության) նշաններ, իրերին վերաբերելը՝ որպես տարբերություններ կառուցելու, ստեղծելու միջոց (Бодрийяр 2006: 5-17):

Թվում է, թե Բոդրիարի բնութագրած «սպառողական հասարակություն» հասկացությունը տեղին չի լինի կիրառել խորհրդային հասարակության դեպքում, քանի որ, համաձայն խորհրդային կոմունիստական գաղափարախոսության, նյութական իրերը չպետք է իշխեին մարդու կյանքում և պետք է լինեին ոչ այլ ինչ, քան տարրական պահանջմունքները բավարարելու միջոց: Սակայն, ինչպես ցույց են տալիս հետազոտությունները, ուշխորհրդային շրջանում՝ սկսած 1960-ական թվականներից, կապված կենսամակարդակի ու ապրանքների արտադրանքի աճի, ինչպես նաև կապիտալիստական երկրների հետ կապերի համեմատաբար աշխուժացման հետ, խորհրդային հասարակությունում ևս տարածվեցին սպառողական մշակույթին բնորոշ հատկանիշներ, երբ մարդկանց համար իրերը և դրանց ձեռքբերումը դարձան սոցիալական կարգավիճակը ցուցելու կարևոր միջոցներ (Chernishova 2014): Խորհրդային առօրյայում առկա «իմպըրտնի ապրանքը» և այն ձեռք բերելու պրակտիկաները կարելի է դիտարկել այս համատեքստում: Ներմուծված շատ հագուստներ, մի կողմից կրելով արևմտյան կապիտալիստական որևէ երկրում արտադրված լինելու «ամենազոր» պիտակը, մյուս կողմից լինելով սահմանափակ քանակի և հետևաբար՝ հասանելի ոչ բոլորին, դառնում էին պրեստիժի և տարբերություններ կառուցելու յուրահատուկ նշաններ: Այն ձեռք բերողները կարծես դառնում էին առանձնահատուկ. մի կողմից կրում էին ոչ տարածված «իմպըրտնի» ապրանք, մյուս կողմից դրանով ցուցում էին իրենց սոցիալական կապերն ու ստատուսը:

50-ամյա Հարությունն այսպիսի հիշողություններով կիսվեց.

«…ավելի լուրջ բաներ էին հոլանդական կոստյումներ, ավստրիական կոշիկներ, էդ վապշե չէր հասնում իանութ, էդ բազայից էին գնում: Օրինակ, Մոսկվայում դա իանութից կարայիր առնեիր, բայց հերթ էր ըլնում կիլոմետրերով: Մենք մի հատ ընկեր ունեինք, ասում էր ախպեր բազայում երկու հատ են ստացել. մեկը Տաճատիչն ա վեկալել, մյուսը՝ հերս»:

Չնայած խորհրդային պաշտոնական գաղափարախոսությամբ սոցիալական տարբերությունները համահարթեցված էին, և նյութական բարիքները (այս դեպքում հագուստը) հավասարապես հասանելի էր բոլորին, բայց մարդկանց առօրյա պրակտիկաները, ինչպես տեսնում ենք, այլ բան էին պատմում: Բանասացի հիշատակած «Տաճատիչները» այլաբանորեն նշում էին պետական համակարգում ծառայողների (նոմենկլատուրայի) այն ներկայացուցիչներին, որոնք իրենց պաշտոնական դիրքի ու կապերի շնորհիվ առաջինն էին օգտվում պետական պահեստներ մուտք գործող «իմպըրտնի բարիքներից»: Իսկ նրանք, ովքեր հաջողում էին ձեռք բերել ու կրել վերնախավին հասանելի

հագուստը, դրանով իսկ ասես մոտենում էին վերջիններիս կարգավիճակին: Ուշխորհրդային շրջանում արտասահմանյան հագուստը, որը գնային առումով բավական թանկ էր, վեր էր ածվել մարդկանց կարգավիճակ նշող ցուցիչի: Դրանց ձեռքբերումը ցուցում էր ոչ միայն մարդու սոցիալական կարգավիճակն ունեցվածքային առումով, այլև նրա նորաձև ու առաջադեմ լինելը:

Սեփական ձեռքերով կարելն ու գործելը որպես սեփական մարմինը տնօրինելու միջոց

Գործարանային հաստոցով արտադրված հագուստի փոխարեն ձեռքով հագուստ կարելու ցանկություններից մեկն էլ այն էր, որ մարդիկ ցանկանում էին հագուստը հարմարեցնել սեփական մարմնի առանձնահատկություններին՝ ցուցադրելով կամ, ընդհակառակը, թաքցնելով մարմնի այս կամ այն մասերը: Այս առումով գործարանային հագուստը չէր բավարարում այդ պահանջը. «*մարմնի վրա լավ չէր նստում*», «*լայն էին*» գնահատականները հաճախ են հանդիպում զրույցներում:

Այստեղ տեղին է խոսել հագուստի միջոցով մարմինը և նրա սեքսուալությունը վերահսկելու երևույթի մասին, որը քննարկման կենտրոնական առարկա է դարձնում ֆրանսիացի փիլիսոփա Միշել Ֆուկոն (Фуко 1999: 40; 1996: 99-100): Ֆուկոն նկատում է, որ մարդուն ենթարկվող ու կառավարվող սուբյեկտ դարձնելու առաջնային միջոցներից մեկը նրա ներքին մղումների աղբյուր հանդիսացող սեքսուալության ու ընդհանրապես մարմնի վերահսկումն է: Մարդու վարքը վերահսկելի դարձնելու համար անհրաժեշտություն է առաջանում վերահսկել կամ կարգաբերել (դիսցիպլինայի ենթարկել) մարդու մարմինը և սեքսուալությունը: Մարդու մարմնի վերահսկողությունը ներկայացնելով իբրև քաղաքական խնդիր՝ Ֆուկոն նկատում է, որ մարմնի կարգաբերումը կամ ենթարկեցումը տեղի է ունենում ոչ այնքան պաշտոնական գաղափարախոսության ուղղակի ու բացահատ ճնշմամբ, որքան ավելի աննկատ, մանրազնին մտածված ու կազմակերպված միջոցներով: Այս համատեքստում հագուստն ու հագնվելու ձևը կարելի է դիտարկել որպես մարդու մարմինը և վարքը կարգաբերող աննկատ թվացող միջոցներից մեկը:

Անդրադառնալով խորհրդային իրականությանը՝ խորհրդային կարգերի հաստատումից ի վեր պաշտոնական գաղափարախոսությունն առկա էր նաև հագուստի հանդեպ մոտեցումներում. հագուստը պետք է համապատասխաներ «խորհրդային մարդու» նոր կերպար ստեղծելուն: Վերջինիս գլխավոր դերը խմբին ծառայելն էր և անհատական առանձնահատկություններով չտարբերվելը: Հետևաբար՝ համեստությունը, ռացիոնալությունը, ֆունկցիոնալությունն այն կարևորագույն սկզբունքներն էին, որոնց համապատասխան արտադրվում էր պետական գործարանային հագուստը (Bartlett 2004: 128; Гурова 2008: 38-76:): Հագուստի մեջ կարևորություն տալով ֆունկցիոնալին, ռացիոնալին և ոչ այնքան գեղեցիկին կամ նորաձևին՝ իշխանությունը փորձում էր ստեղծել միատիպ տրամաբանություն ունեցող մարդ, որը նախ

և առաջ սեփական մարմինը կծառայեցներ կառավարող համակարգի քաղաքականության, այլ ոչ թե անհատական գեղագիտական պահանջմունքներին: Փորձելով բացատրել պետական գործարանային հագուստների գորշ, միագույն և ոչ բազմազան լինելը՝ 50-ամյա լրագրող Անահիտն այսպես որակեց. «*ոնց որ զինվորական հագուստ, այսինքն մարդու ես-ը էդտեղ չէր երևում, դու չէիր կարող դրա մեջ գտնեիր քո ես-ը, քո տեսակը. էդ կարմիր վզկապները, սպիտակ վերնաշապիկները, բոլորն իրար նման, բոլորն իրար նման պիտի մտածեն, դու քո կարծիքը չունես, ոչ մեկ չի էլ հետաքրքրվում քո կարծիքով*»:

«Զինվորական հագուստը» կարգապահ (դիսցիպլինավորված) մարմին ստեղծելու պաշտոնական գաղափարախոսության արտացոլումը կարելի է համարել: Մարդուն միատեսակ ու գորշ հագուստներ հագցնելով՝ իշխանությունը վերջինիս զրկում էր անհատականությունը սեփական մարմնի միջոցով ցուցադրելուց ու դրանով նրան դարձնում վերահսկելի ու կառավարելի միատարր խմբի մի մասնիկ: Հետևաբար, խոսելով պետական հագուստներից տարբերվող հագուստ հագնելու մասին, Անահիտը պետք է նկատեր. «*էդ երևի ինչ որ ձևով առանձնանալու, ինչ-որ ձևի տեսակ ունենալու պայքար էր, ես շատ չէի հասկանում, բայց չէի ուզում բոլորին նման լինեի, ուզում էի իմ սեփական տեսակը ունենայի*»: Անհատականությունը և տարբերվող հագուստը վերջինիս համար ուղղակիորեն կապված էին: Ձեռքով կարված ու գործած հագուստները, դուրս մնալով հագուստի հանդեպ պաշտոնական մոտեցումներից ու պաշտոնական գեղագիտությունից, յուրօրինակ միջոց էին դառնում՝ տնօրինելու և ցուցելու սեփական մարմնի գեղեցկությունն ու սեքսուալությունը, ինչը, սակայն, հաճախ էր քննադատության արժանանում ոչ միայն պաշտոնական վայրերում (աշխատավայր, ուսումնավայր), այլ նաև բարեկամական և հարևանական միջավայրերում, որոնք պաշտոնական կամ իշխանական նորմերի անխախտ վերարտադրությունը հսկող ու ապահովող արդյունավետ միջավայրեր էին: 56-ամյա դաշնակահարուհի Անուշը, վերհիշելով սեփական փորձառությունը, պատմում էր.

> *«Ես կարած շորեր ունեի, որ որոշ բարեկամների տուն գնալիս մաման չէր թողնում դրանք հագնեի. կարճ էր, ուսը բաց էր. թե չէ վատ տպավորություն էիր թողնում կասկածելի բարոյական կերպարի»: …«պոռսպինայայի [սավան] կտորից շոր էի կարել, ինձ թարս էին նայում, դե պոռսպինայայի կտորը արդեն մարդու միտքը ուրիշ տեղ ա տանում. հետո կոճակները ներքևից քանդված էին, վերևը ոչ, ես կար էի տվել, ուղղակի նենց էր, որ յանիմ հեսա-հեսա քանդվում ա: Մի հատ բարակ բատիստի կտոր տեսա, ընենց դուրս եկավ, բոնեցի շոր կարեցի: Ուզեցի առանց պլեչիկ անել, բայց էն ժամանակ տենց բան չկար, որ պլեչիկ չլիներ: Բայց քանի որ ինքը նուրբ էր, պլեչ պիտի չլիներ, ուրեմն լիֆ էլ պիտի չհագնեի, էն ժամանակ առանց պլեչիկ լիֆ չկար: Երբ որ դուրս էի գալիս, փղամարդիկ հաճույքով էին նայում, կանայք քիչ էր մնում չափալաղեին…»:*

Անփոփոխ սպառո՞ղ, թե՞ ստեղծագործաբար յուրացնող

Ֆրանսիացի փիլիսոփա Միշել դե Սերտոյի դիտարկմամբ մարդիկ իրենց առօրյա պրակտիկաներում հանդես են գալիս ոչ միայն որպես գերակա և ընդհանուր մշակութային տարրերի պասիվ սպառողներ, այլև այդ տարրերը փոփոխող և սեփական պահանջմունքներին հարմարեցնող, հետևաբար ոչ միայն սպառող, այլև սպառման գործընթացում արդեն իսկ արտադրող: Այսպիսի պրակտիկաների արդյունքը Սերտոն ձևակերպում է որպես «չկանխամտածված սոցիալական ստեղծագործություններ» (Certeau 1998: 37): Չկանխամտածված սոցիալական ստեղծագործությունների դրսևորումներ հնարավոր էր տեսնել նաև խորհրդային առօրեականության մեջ: Մասնավորապես պետական գործարանային հագուստը շատերը վերաձևում էին իրենց անհատական նախընտրություններին համապատասխան, նոր միայն այն կրում: Իսկ առավել հաճախ պետականից տարբեր հագուստ: Այդպիսի պրակտիկաներով մարդիկ ոչ թե միտումնավոր կամ ուղղակիորեն էին հակադրվում իշխանությանը և նրա պարտադրած էսթետիկ ֆորմաներին (այս դեպքում հագուստին), այլ անուղղակի. պարզապես իշխող մշակութային ձևերից դուրս այլընտրանքային ձևեր ստեղծելու միջոցով: Իշխանությանը հակադրվելու անուղղակի դրսևորումները Սերտոյի բնորոշմամբ թույլերի տակտիկա է՝ ընդդեմ ուժեղների: Այսպիսով, սեփականը կամ ինքնուրույնը ստեղծելն արդեն իսկ իշխողին կամ ընդհանուր համարվողին հակադրվելու տակտիկա կարելի է համարել, որը տվյալ դեպքում դրսևորվում էր հագուստ ստեղծելու և կրելու միջոցով:

Հագուստը որպես «երևակայական Արևմուտքի» հետ հաղորդակցվելու միջոց

Այլընտրանքային հագուստներով մարդիկ ասես ձգտում էին կապվել, մերձենալ կամ նույնականացվել այլ աշխարհների կամ մշակույթների հետ: «*Այն դժվար էր ճարել*» ինչում էին պատասխան այն հարցիս, թե ինչու էր այդքան հարգի համարվում օրինակ ամերիկյան ջինսը: Հետևելով ուշխորհրդային շրջանը մարդաբանական տեսանկյունից վերլուծած Ալեքսեյ Յուրչակի (Yurchak 2005: 183-194) մտքերին՝ արևմտյան, հատկապես ամերիկյան հագուստին գերապատվություն տալը միջոց էր հաղորդակցվելու Արևմուտքի հետ: Արևմուտքը, հատկապես ԱՄՆ-ը, լինելով «երկաթյա վարագույրից» այն կողմ, ինքնին անհասանելի մի աշխարհ էր խորհրդային երկրում ապրող մարդու համար: Հետևաբար, այնտեղից ձեռք բերված իրերը, այդ թվում նաև հագուստը, դառնում էին միջոց խորհրդային երկրում ապրող երիտասարդի համար՝ հաղորդակցվելու այդ անհասանելի արևմտյան աշխարհի հետ, որը սեփական փորձառությամբ չճանաչելով՝ մարդիկ ստեղծում էին «երևակայական Արևմուտք» (imaginary West) կամ իրական Արևմուտքի տեղայնացված ֆորմաները, որոնք արևմտյան հագուստի ձևի, արտաքին տեսքի մակարդակում արված նմանակումներն էին, որի մասին ներկայացվեց վերևում: Արևմուտքը խորհրդային մոդեռնում ապրող սովետահայ երիտասարդի համար

Նկար 7. «Ոսկյա» երիտասարդություն, «Ոզնի», 12, 1973

երևակայվում էր նաև որպես առաջադիմության և իրական մոդեռնի խորհրդանիշ: Լինել նորաձև, նշանակում էր լինել նման արևմտյան մարդուն: Իսկ արևմտյան մարդու կերպարը խորհրդային մարդու մեջ ձևավորվում էր ոչ թե իրական շփումների, այլ այդ երևակայվող աշխարհը ներկայացնող ֆիլմերի, ամսագրերի, համերգների ձայնագրությունների ու տեսագրությունների և այլ միջոցներով: Դրանցից մեկն էլ հագուստն էր, որը, ինչպես բանավոր պատմություններն են ցույց տալիս, հաճախ Հայաստան էր ներթափանցում Արևմուտքի հետ հաղորդակցման միջնորդ հանդիսացող տուրիստների, աշխատանքային գործուղումների մեկնածների կամ սփյուռքահայերի միջոցով: Մարդիկ փորձում էին ընդօրինակել և կրել այն ամենը, ինչ կարող էր հանրային միջավայրերում ներկայացնել իրենց որպես այդ երևակայվող միջավայրին մոտ մեկը: Եվ այս առումով կարևորություն էր ստանում ոչ միայն արտասահմանյան հագուստի որակը, որին իրականում զիջում էր խորհրդային հագուստը, այլև դրա նշանային դերակատարումը: Արտասահմանյան հագուստ կրողը ինքն իրեն նշանային առումով մոտ էր պատկերացնում իր կողմից երևակայված արտասահմանյան առաջադիմությանն ու մոդեռնին: Նման բնութագրական դրսևորումներից կարելի է համարել նաև երիտասարդության մեջ տարածված ջինսի մշակույթը և դրան ուղեկցող ողջ ատրիբուտիկան, սկսած երկար մազերից, վերջացրած հագուստների գունային ու ոճային առանձնահատկություններով, որոնք նաև հաճախ դառնում էին խորհրդային երգիծական հանդեսների քննադատության ու հումորի թիրախ: Այդ տարիներին «Ոզնի» ամսագրում հագուստի թեման, հատկապես երիտասարդության մեջ տարածված արտասահմանյան նմանօրինակումները, հիմնական թեմաներից էր, որտեղ ծաղրվում էր տղաների տաբատների լայնությունը, մազերի երկարությունը, աղջիկների տաբատ հագնելը, մարմինն ընդգծող հագուստները, մազերի յուրահատուկ սանրվածքը, կոսմետիկան և այլն (նկար 7,8,9) Այս ամենը ցույց է տալիս, որ առօրեականության պրակտիկաներում ուշխորհրդային երևանյան միջավայրում հագուստը դարձել էր երևակայվող Արևմուտքը ներկայացնող կարևոր միջոցներից մեկը, ինչը մոտեցնում էր երիտասարդին իր պատկերացրած առաջադիմական աշխարհին, որից ամեն կերպ նրան փորձում էր տարանջատել խորհրդային «երկաթե վարագույրը»:

— Ձեզնից ո՞վ է Ալիսան, իսկ ո՞վ Համլետը:

Նկար 8. «Ձեզնից ո՞վ է Ալիսան, իսկ ո՞վ՝ Համլետը», «Ոզնի», 1,1975:

ԺԱՄԱՆԱԿ ԵՎ ԲԱՐՔԵՐ

Նկար 9. «Ժամանակ և բարքեր», «Ոզնի», 8, 1980:

Ամփոփում

Ուշխորհրդային տարիներին Խորհրդային Միությունում, այդ թվում և Խորհրդային Հայաստանում հագուստի պրակտիկաները զգալի փոփոխություններ էին կրում: Հատկապես լուրջ ճեղքվածքներ էին առաջանում այդ ոլորտում պետական պաշտոնական քաղաքականության ու առօրեականության պրակտիկաների միջև:

Խորհրդային պետությունը, համարվելով մարդկանց հագուստի պահանջմունքները բավարարող ու այդ պրակտիկաները կարգավորող միակ

ինքնահոչակ աղբյուրը, ի վիճակի չեղավ արդիության թևակոխման ժամանակաշրջանում իր գործառույթը լիովին իրականացնել, այն է՝ մարդու անհատական ճաշակի հանդեպ զգայուն լինել, հագուստի արտադրության հարցում կարևորել բազմազանությունը, չճնշել մարմնի սեքսուալությունը այն քողարկող ու չեզոքացնող հագուստների ձևերով, բավարարել երիտասարդության ըմբոստության ու նորամուծությունների ձգտումները:

Այսպիսով, հագուստի հանդեպ քաղաքացիների աճող պահանջմունքները բավարարելու խնդիրը խորհրդային պետությունը փորձեց լուծել ոչ թե սեփական արտադրությունը զարգացնելու և սեփական մոդան ու որակը ստեղծելու միջոցով, այլ արևմտյան երկրներում արդեն իսկ ստեղծված հագուստը ներմուծելով: Ու քանի որ այդպես էլ լիարժեք լուծումներ չգտնվեցին, անխուսափելիորեն լուծումները գտնվում էին անհատական մակարդակում: Դեֆիցիտի խնդիրը լուծելու ճանապարհին մարդիկ որոշ դեպքերում դիմում էին նույնիսկ պետականորեն արգելված քայլերի՝ հանդես գալով հակաօրինական, խորհրդային գաղափարախոսական մոտեցումներին հակասող պրակտիկաներով (առևտուր սև շուկայում կամ «ձեռի վրայից», առևտուր «տակից» և այլն):

Դեֆիցիտի պայմաններում հագուստը ձեռք բերեց նաև պրեստիժայնության նշանակություն, քանի որ, ինչպես նկարագրվեց վերևում, ներմուծված ոչ բոլոր հագուստներն էին բոլորին հասանելի, հետևաբար՝ այն ձեռք բերողները դառնում էին քչերից մեկը, ինչն էլ, ինքնին առանձնահատուկ լինելու տարր էր պարունակում: Մյուս կողմից՝ արևմտյան կապիտալիստական երկրների, հատկապես ԱՄՆ-ի հետ կապերի դեֆիցիտի հետևանքով էր, որ բազմաթիվ երիտասարդների համար հագուստն ասես միջնորդ դարձավ՝ այդ աշխարհների հետ հաղորդակցվելու համար: Ի վերջո, խորհրդային պետությունում հագուստի դեֆիցիտի ամենադրական արդյունքը կարելի է համարել մարդկանց սեփական նախաձեռնությամբ ու ստեղծագործական կարողություններով հագուստ ստեղծելու՝ կարելու ու գործելու պրակտիկաների ի հայտ գալը: Այդպիսի պրակտիկաներում էին դրսևորվում հագուստի հանդեպ պետական-պաշտոնական գեղագիտությունից ու բարոյագիտությունից տարբերվող մոտեցումները, որոնք նկարագրվեցին վերևում:

Այս պրակտիկաները մեկնաբանել որպես մարդկանց հակախորհրդային հակապետական տրամադրությունների դրսևորում, կարծում եմ, տեղին չէ: Նույնիսկ եթե ներկա զրույցներում այդ շրջանն ապրած որոշ մարդիկ են այդպիսի մեկնաբանություններ անում, քանի որ դժվար է հասկանալ, թե տվյալ մեկնաբանությունը հիմնված է բանասացի ներկա, հետխորհրդային փորձառության ու դիրքի վրա՞, թե՞ հենց իր ապրած ժամանակահատվածում ունեցած մտքերի: Սակայն այն հանգամանքը, որ խորհրդային մարդը, չբավարարվելով պետական պաշտոնական եղանակով արտադրված հագուստով, համարելով դա ոչ համապատասխան իր ճաշակին ու նախընտրություններին, ձգտում էր այլընտրանքային եղանակներով այն ձեռք բերել, արդեն իսկ խոսում է այն

մասին, որ խորհրդային պետությունում պաշտոնական մոտեցումներն այլևս ի վիճակի չէին բավարարելու հանրային պահանջմունքները: Դրանով իսկ նախաձեռնողական լայն դաշտ էր թողնվում մարդկանց, ինչն առօրեականության մակարդակում անխուսափելիորեն թուլացնում էր պետական քաղաքականության ազդեցությունը ու ինչ-որ առումով նաև իշխանությունը:

Գրականություն

Մանուկյան Լ. **2015.**
Դաշտային ազգագրական նյութեր, Երևան:

Ոզնի, 1970. 11,14,19:

Ոզնի, 1973. 8,12,16,22:

Ոզնի, 1975. 1,2,14:

Ոզնի, 1980. 8,3,21:

Ոզնի, 1987. 1,10,13,7:

Սովետական աշխատավորուհի. 1970, 2:

Սովետական աշխատավորուհի. 1975, 5:

Bartlett D. **2004.**
Let Them Wear Beige: The Petit-bourgeois World of Official Socialist Dress. Fashion Theory, (8)2: 127–164.

Certeau M. **1998.**
The Practice of Everyday Life. Minneapolis: University of Minnesota Press.

Chernishova N. **2014.**
Soviet Consumer Culture in the Brezhnev Era. BASEES/Routledge Series on Russian and East European Studies.

Yurchak A. **2005.**
Everything Was Forever Untill It Was No More: The Last Soviet Generation. Princeton, NJ: Princeton University Press.

Бодрийяр Ж. **2006.**
Общество потребления: Его мифы и структуры. Москва: «Республика». «Культурная Революция».

Гурова О. **2005.**
От товарища к товару: предметы потребления в советском и постсоветском обществе. Вещи в Советской Культуре, Сборник статей. Новосибирск.

Гурова О. **2008.**
Советское нижнее белье: между идеологией и повседневностью. Москва: Новое литературное обозрение.

Иванова А. 2011.
Изображение **дефицита** в советской культуре второй половины 1960-х- первой половины -х годов. Неприкосновенный запас, 3(77).

***Лебина Н.* 2014.**
Мужчина и женщина Тело, мода и культура. СССР-оттепел. Москва: Новое митературное обозрение.

***Николаев В.* 2005.**
Советская очередь: Прошлое как настоящее. Неприкосновенный запас, 5(43): 55-61.

***Романов П., Ярская-Смирнова Е.* 2005,**
Фарца: Подполье советского общества потребления. Неприкосновенный запас, 5(43): 62-68.

***Фуко М.* 1999.**
Надзирать и наказывать. Рождение тюрьмы. Москва: Ad Marginem.

***Фуко М.* 1996.**
История сексуальности. Т. 1: Воля к истине: по ту сторону знания, власти и сексуальности. Москва: Касталь.

Советская женщина. 1970, 7, 8: