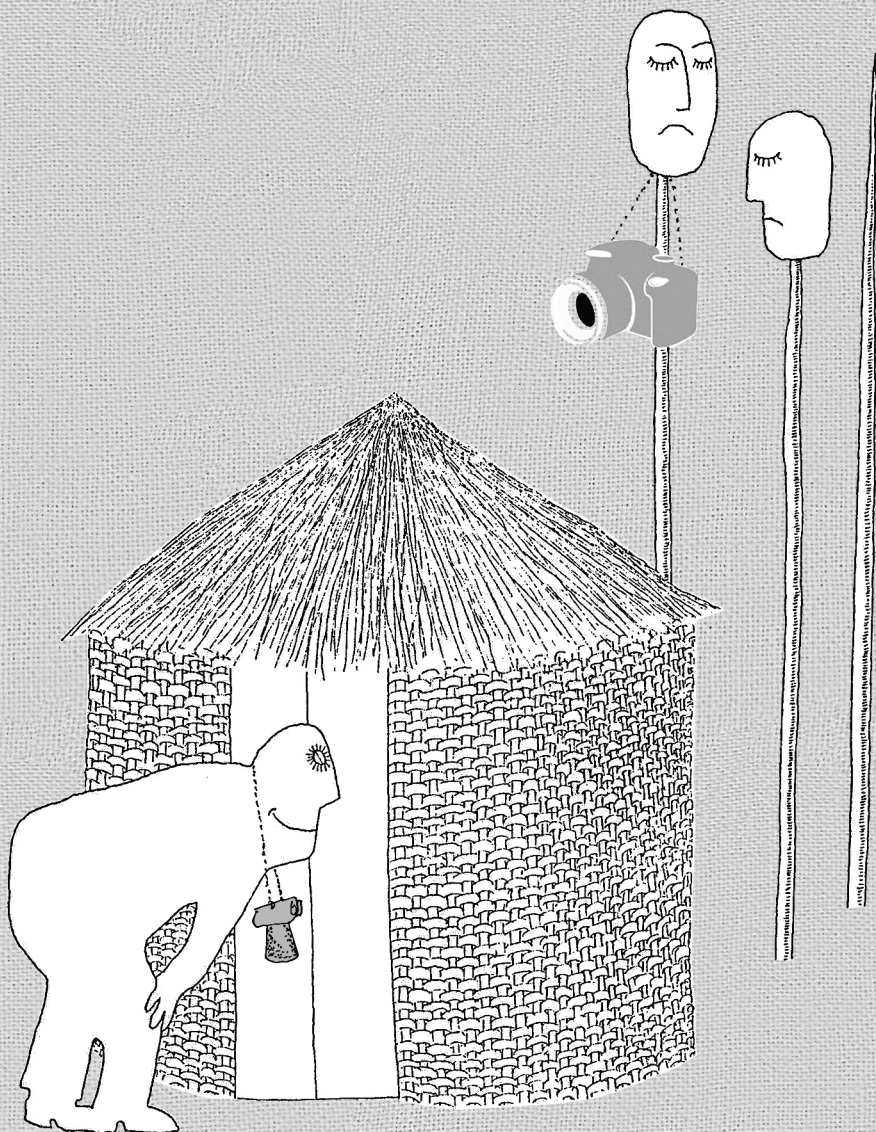


ՀԱԳԻՏՈՒԹՅԱՆ ԵՎ ԱԶԳԱԳՐՈՒԹՅԱՆ ԻՆՍՏԻՏՈՒՏԻ
ԱՇԽԱՏՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ

2



HABITUS 2



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 Ս

ՄԱՐԴԱԲԱՆԱԿԱՆ ԵՎ ՀՆԱԳԻՏԱԿԱՆ
ՈՒՍՈՒՄՆԱՍԻՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ

2

ԵՐԵՎԱՆ

ՀՀ ԳԱԱ «ԳԻՏՈՒԹՅՈՒՆ» ՀՐԱՏԱՐԱԿԶՈՒԹՅՈՒՆ

2017

***Տպագրվում է ՀՀ ԳԱԱ հնագիտության և ազգագրության
ինստիտուտի գիտական խորհրդի որոշմամբ***

Խմբագրական խորհուրդ.

Պավել Ավետիսյան (*գլխավոր խմբագիր*), Լևոն Աբրահամյան,
Գրեգորի Արեշյան, Ռուբեն Բադալյան, Պիտեր Քատի,
Տորք Դալալյան (*պատրաստման քարտուղար*), Պատրիկ
Տոնապետեան, Միհրան Գալստյան, Սարգիս Հարությունյան,
Թամար Հայրապետյան, Լորի Խաչատուրեան, Թեո վան Լինտ,
Հարություն Մարության, Արմեն Պետրոսյան, Համլետ Պետրոսյան,
Գագիկ Սարգսյան, Ադամ Սմիթ, Ջուստո Տրահինա

Editorial Board:

Pavel Avetisyan (*editor-in-chief*), Levon Abrahamian, Gregory Areshian,
Rouben Badalian, Peter Cowe, Tork Dalalyan (*assistant editor*),
Patrick Donabédian, 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: ՀԱԲԻ-
ՏՈՒՄ 2: ՀՀ ԳԱԱ հնագիտության և ազգագրության ինստիտուտ. Խմբ. Հ. Մել-
քումյան, 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

<i>Սոսաննե Ֆիլինգս</i> Հայոց պատմությունը քաղաքային առօրեականության մեջ	10
<i>Համլետ Մելքոնյան</i> Հիշողությունից ազգայնականություն, խորհրդային և հետխորհրդային հուշարձանները	42
<i>Էլեն Գրիգորյան</i> Եվրատեսիլ երգի մրցույթը որպես ինքնությունների, ազգայնականության և քաղաքականության արտահայտման բեմ	65

ԽՈՐՀՐԴԱՅԻՆ ԱՌՕՐԵԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆ

<i>Լիլիթ Մանուկյան</i> Կյանքը դեֆիցիտի պայմաններում. կանացի հագուստի պրակտիկաները Երևանում 1970-80-ականներին	93
---	----

ՍՓՅՈՒՌԲ ԵՎ ԱԶԳԱՅՆԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆ

<i>Էլլի Պոնոմարյովա</i> Բնիկ թիֆլիսցիներ թե՛ Սփյուռք. քննարկում թիֆլիսաբնակ հայերի կարգավիճակի շուրջ	117
<i>Սյուզաննա Բարսեղյան</i> Հայկական մամուլի դերը Սփյուռքում էթնոմշակութային արժեքների վերարտադրման և տարածման գործում	142

ՊԱՏԵՐԱԶՄ ԵՎ ԲՈՆԱԳԱՂԹ

<i>Շուշանիկ Ղազարյան</i> ՀՀ-ում աղյուսակապառարկայի փախստականների ինտեգրման գործընթացում հայերենի իմացության խնդիրը	152
<i>Հասմիկ Գրիգորյան</i> Հայոց ցեղասպանությունից մինչև «քառօրյա պատերազմ». բռնության օրինականացման մշակութային գործոնները	163
<i>Լուսինե Տանաջյան</i> Սոցիալ-մասնագիտական ինտեգրման առանձնահատկությունները Հայաստան ներգաղթած սիրիահայերի շրջանում	184

Սոնա Ներսիսյան Ցանցային հարաբերությունները Հայաստան ներգաղթած սիրիահայերի շրջանում	195
--	-----

ՀՆԱԳԻՏՈՒԹՅՈՒՆ

<i>Ռոման Հովսեփյան</i> Հնաբուսաբանական նմուշառում. դաշտային աշխատանքների ուղեցույց	212
<i>Արթուր Պետրոսյան</i> Քարե գործիքների ուսումնասիրության մեթոդոլոգիան	217
<i>Աննա Ազիզյան</i> Դիտողություններ Հայաստանի կուր-արաքսյան խեցեղենի հազվադեպ հանդիպող զարդաձևերի վերաբերյալ	238
<i>Ավետիս Գրիգորյան</i> Սոթքի տարածաշրջանի անտիկ և միջնադարյան հուշարձանները	249

CONTENTS

CULTURAL ANTHROPOLOGY

IDENTITY AND NATIONALISM IN PUBLIC SPACES

<i>Susanne Fehlings</i> Armenian History in Urban Everyday Life	10
<i>Hamlet Melkumyan</i> From Memory to Nationalism? The Soviet and post-Soviet Memorials in Rural Daily Life	42
<i>Elen Grigoryan</i> Eurovision Song Contest as a Stage: Performing Identities, Nationalism and Politics	65

SOVIET DAILY LIFE

<i>Lilit Manukyan</i> Living in Deficiency: Female Clothing Practices in Yerevan in 1970-80s	93
---	----

DIASPORA AND NATIONALISM

<i>Elli Ponomareva</i> Native Tbilisians or Diaspora: Negotiating the Status of Armenians in Tbilisi	117
<i>Syuzanna Barseghyan</i> The Role of Armenian Press in Reproduction and Dissemination of Ethnic and Cultural Values in the Diaspora	142

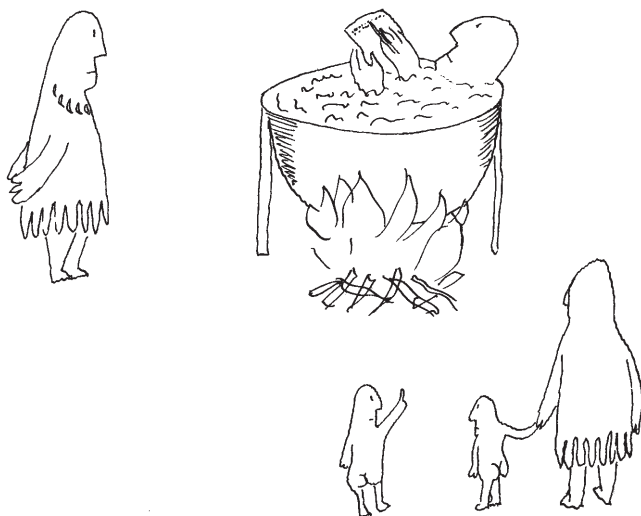
WAR AND FORCED MIGRATION

<i>Shushanik Ghazaryan</i> The Importance of Armenian Language in the process of integration of Armenian refugees from Azerbaijan in Republic of Armenia	152
<i>Hasmik Grigoryan</i> From The Armenian Genocide to the “4-Day War” Cultural Factors of Violence Legalization	163
<i>Lusine Tanajyan</i> Social -professional Features of Integration of Syrian -Armenian Immigrants in Armenia	184
<i>Sona Nersisyan</i> Network Relations among Syrian-Armenian Immigrants in Armenia	195

ARCHAEOLOGY

<i>Roman Hovsepyan</i> Archaeobotanical sampling: Instructions for fieldwork	212
<i>Artur Petrosyan</i> Methodology for the Study of Stone Artefacts	217
<i>Anna Azizyan</i> Remarks on the Rare Ornaments of Kura-Araxes Ceramics of Armenia	238
<i>Avetis Grigoryan</i> The History of Investigation of Antique and Medieval Sites of the Sotk Region	249

ՄՇԱԿՈՒԹԱՅԻՆ
ՄԱՐԴԱԲԱՆՈՒԹՅՈՒՆ



CULTURAL
ANTHROPOLOGY

Լիլիթ Մանուկյան

Հնագիտության և ազգագրության ինստիտուտ, ՀՀ ԳԱԱ

Կյանքը դեֆիցիտի¹ 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:

Հոգվածում քննարկվում են պետական գործարանային (բանասացների արտահայտությամբ՝ «ֆաբրիկնի») 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 «իմպորտնի»² հագուստի նախընտրությունները և դրանց ձեռքբերման պրակտիկաները: Այս համատեքստում եմ քննարկում նաև հագուստ կարելու և գործելու պրակտիկան, մի դեպքում՝ որպես «իմպորտնիին» 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. *ռշխորհրդային, հագուստի դեֆիցիտ, «իմպորտնի», «ֆաբրիկնի» հագուստ, հագուստի նմանակում, անհատական արեղծագործականություն:*

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 surveillance in USSR. How did the state organise clothing issues and what was the reaction of people? What and how people preferred 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» ինքնություն 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 հազուստի 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 ներմուծել արտասահմանյան նորույթներ՝ կապված թե՛ երաժշտական կյանքի, թե՛ բազմապիսի կենցաղային ապրանքների հետ, որոնցից մեկն էլ վերաբերում էր հագուստին: Խորհրդային Միությունում սկսեց աշխուժանալ այսպես կոչված «իմպրոտնի 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 ռճական առումով աճող պահանջմունքները, բազմազանության ձգտումը պետականորեն բավարարվում էր, թե՛ մարդիկ ստեղծում էին իրենց նախընտրած հագուստը ձեռք բերելու նոր, պետականից տարբերվող պրակտիկաներ: Ինչպիսի՞ն 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 «իմպորտնի» (импортный–ներմուծված) և «ֆաբրիչնի» (фабричный–գործարանային) հագուստների տեսակներ: Զրուցակիցներին 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: Մերոնք էդքան ճաշակով չէին, չթից կամ այլ կտորներից էին ու որակով չէին, չիթը մի հասր լվանում էիր, նեղանում էր» (Մեղա, 62տ., միջն. կրթություն/տնային տնտեսուհի):



Նկար 1.

Տեղական/գործարանային հագուստ, «Ոգնի», 22, 1973:

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

«...մի խոսքով, մենք ունիվերսալից [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 կարարելու» (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: Այստեղի 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». «Իմպրոտնի» 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 կվերանս» («Ոգնի» 1987, 1), (նկար 3):

«Ոգնի» 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 «իմպրոտնի» (ներմուծված) հագուստը տարբեր ծագում ուներ. դրանք ներառում էին ինչպես



— Ձեր արտադրանքի պատճառով՝ ազ-
գիկս տանն է մնացել...

Նկ. Ֆ. ԴԱՐՐԻՆՅԱՆԻ

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 «իմպրոտնի» ապրանք: 58-ամյա զրուցակիցս՝ Կիման, այսպես էր հիշում այդ ժամանակաշրջանը. «Դե էստեղի 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 կթոցենք:

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



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

«Իմպրոտնի» ապրանքի հաջորդ հանգրվանը խանութն էր՝ այս անգամ ևս հայտնվելով ոչ թե ցուցափեղկի վրա, այլ *փակը*, 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 սպասեք, ռեվիզիա ա եկել [սպուգող հանձնախումբ], գալիս սպուգում էին, իրանց ցույց չէին տալիս, որ իմպրոտնի ապրանք ունեն, իրանց գնալուց հետո մտնում, մեր ուզած ապրանքը փակից 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 «իմպրոտնի» հազուստը կանցներ նման փորձությունների միջով և նոր կիսաներ 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 հազուստ ներմուծողներն էին, որոնք, օգտվելով արտասահմանյան ապրանքի դեֆիցիտից, այն վաճառում էին ավելի թանկ, քան հանրախանութներում՝ բազմաթիվ մարդկանց ազատելով հերթ կանգնելու պարտադրանքից:



- Այս ապրանքները խանութում կրկնակի է ծան եմ:
- Գնա խանութից էլ առ, եթե ձեռքդ ընկնեն:

Նկար 5. «Տնային ունիվերսալ», «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 հազուստ բերել ու վաճառել:

Նմանատիպ մարդիկ, իհարկե, քիչ էին, քանի որ կար սահմանափակ չափով ռուրլի 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 էստոնիացի սուրճ փարսանք, փոշեկուլ, բայկվի գիշերանոցներ, էստոնի շոկայում վաճառում էինք, ու փոխարենը բերում էինք յուզապավսկի 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, քուրիսորի տնից ապրանք էինք առնում: Իրա պապան ախպար էր, հորեղբայրն էլ Ֆրանսիայում էր ապրում: Ես քուրիսորի տնից առել եմ յուզապավսկի պենտար, խալաթներ օժիտի համար» (Սեդա, 62 տարեկան, տնային տնտեսուհի):

«Իմպրոտնի» 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 չեկրվից ա հագնվում» կամ «էսի չեկրվիի 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 ուրախացած, որովհետև մեր ճաշակին էր, մեր ուզածն էր և որակը ընտրիք. 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 հետագոտական առումով ինքնին հետաքրքրական է նկարագրել վերոնշյալ պրակտիկաները, որոնցով մարդիկ հասնում էին իրենց նպատակին՝ ձեռք բերելով այդքան ցանկալի «իմպրոտնի» 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 «իմպրոտնի» 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 արրեզ [ռուս. ompeз–կտորի/գործվածքի հարված] 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, արրեզ 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 իսպու կոշտ թելեր առա, ասի սվիտը եմ գործելու, թելերը հանովի-դնովի, ու էսքիզներ արի թե գույները ոնց պիտի գնա, թելերը ոնց պիտի գնա, բան, հեյրո եղբորս համար սվիտը գործեցի, ինքը էսքիզ արեց իր սվիտրի համար, արծիվի գաղափար էր, սիմվոլիկ սարքեց, հեյրո երեխեքիս համար կարողա լիքը բաներ անեի»:

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

«Հիշում եմ, որ լավ արեղծագործական մոտեցում էինք դրսևորում. բախարներս բերել էր, մամաս լավ կարում ու գործում էր: Իրա շնորհիվ մենք բակում լրիվ տարբերվում էինք մյուս երեխեքից, որտեղ ինքը նենց լավ արեղծագործական ջիղ ուներ, ու բաներ էր հնարում իրա հագուստներից, տարիկի հագուստներից, ինչքան հիշում եմ իմ մանկությունը, մաման ինչ-որ բաներ ձևափոխում էր, ու հետաքրքիր ստիլ էր մտնում մեր հագուստների մեջ, կարողա մի փոքր դերալ ավելացնեինք ու լրիվ իմպրոտնիի տեսք ունենար» (Անահիտ, 50տ., լրագրող/ոճիստը):

«Իմպրոտնի» հագուստ ունենալու համար անհրաժեշտ էր ոչ միայն շորի մոդելը նմանակել, այլև գտնել համապատասխան «իմպրոտնի» 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 մատլայից շորերը 80-ականների սկզբին. էդ կրորը իր առանձնահատուկ որակը ունի, էն մատլյան չէ, որ դեղապնեւում ծախում են: Քառակուսի մեծ քարտեզներ առա մի քանի հատ, փարա դրեցի ջուրը, թրջեցի, թղթի հարվածը սաղ մաքրեցի, լվացի, ինքը դառավ կրոր, էս կրորը ժավել դրեցի, ինքը սպիտակեց, նորը էր շար: 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 ֆանրագիս ու հնարավորություն ուներ: Հիմա մրաժում եմ, գործեմ մի հեղափոխություն քան, հեղափոխություն եմ մի քանի հազար տեսակ քան ա վաճառվում, կգրեն ինչ-որ մի քան, որ գցես վրեղ, որտեղ փալասա, որ պիտի մաշվի, գնա, արդեն սենց ես մրաժում պրակտիկ. իսկ էն ժամանակ քանի որ չկար, դու արդեն որպես ստեղծագործություն էիր նայում, պիտի անես ու պլյուս ստեղծագործում ես: Չեմ ուզում մեծամիտ քան ասել, բայց կույրություն [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 товара 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՝ «ատելյեններում» և տանն ինքնագրադված աշխատող դերձակներ: Շատերը գերադասում էին հագուստ կարել տալ ինքնագրադված 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 «պրիստիժին»

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 լյութս արելյե, բարձրակարգ, որը տեղավորվում էր Սարյանի այգու դիմաց. ուլքեր ցանկանում էին, հնարավորություն ունեին, կարող էին էդտել 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 մյունչ արելյեներում, սովորել պետական, իսկ իրանք ձեռքի շնորհք ունեին, արհեստ ունեին, իրանք դրսում ավելի շատ բան էին տեսել, իրանք կապ ունեին դրսի հետ և ժուրնալներ էին սրանում, երևի թե դրա համար» (Նվարդ, 58տ., էքսկուրսավար):

«Դրսի ժուռնալները» դառնում էին ոչ տարածված ու դժվարությամբ ճարվող նորաձևության ամսագրեր, որոնք «իմպրոտի» հագուստի նմանական կարևորագույն աղբյուրներն էին: Արևմուտքում տարածվող հագուստը տեսնելու հիմնական միջոց էին նաև այդ տարիներին հեռուստատեսությամբ տարածվող երաժշտական փառատոները, ոոք 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 նմանակած:

«...իսկական ամերիկյան ջինս հագնողներ շատ քիչ էին քաղաքում: Դե ջոկնվում էր: Էն ժամանակ ջինսը մաշած չէր, ինքը լրիվ մուգ կապույտ գույնի էր: Ամերիկայից եկած ախպարների բարեկամներն էին բերում էդ կոնկրետ ֆիռմա ջինսերը... ես մի անգամ շավար առա, տեսց 100 ռուբլի տվեցի, որը աշխարհավարձ էր Էն ժամանակ, որով կարելի էր մի ամիս սպրել» (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 օվեղոկով, 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, որտեղ [որովհետև] եսիմ ինչքան ցուցակ ուներ էի» (Անահիտ, 50տ., լրագրող/ռեժիսոր) (նկար 6.):



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

Նմանական կարևորագույն նախապայմանը որքան հնարավոր է «խսկականից» 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 գրուցակիցները, «խսկական» 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, «խսկական» ջինսը պիտի ունենար զանազան դետալներ. «Ես ջինս եմ կարել, որա հետը զամշվի գործած ինչ-որ շնորոկներ, գուրիներ: 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 հար գրպանի արանքը, մի հար էլ մեջը կկպցնեիր, եթե խեղք ունեիր, որ ապացուցեիր, որ ֆիրմայա: Իրար ցույց էինք տալիս, որ ֆիրմայա» (Անահիտ, 50տ., լրագրող/ոճիմոր): 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 սառնոցկայիս: Ըրենց չտես վիճակներ կային: Դա պրիստիժնի էր, իմպրերնի»:

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

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

«Իմպրոտնի», «ֆիրմա» հազուստ ձեռք բերելու պահանջը հազուստ նմանակելը հասցրեց մեկ այլ մակարդակի, երբ հայտնվեցին մարդիկ, որոնք խոսակցական արտահայտությամբ «պադպոլնի ցեխեր»-ում (подпол-ընդհատակյա, пех-արտադրամաս) հազուստ 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 կուրպկեից, բարեկամների կուսություններից, վերնաշապիկներից, շատ սիրուն, ասեղով քանդում հանում էի, կամ մամայենք որ տուրիստ էին գնում ու բերում էին ինձ համար շոր, դրանց էրիկեյրկեթը [ապրանքանիշ] հանում էի շատ հանգիստ, կպցնում իմ կարած կուրպկաների վրա ու վաճառում, ու մարդիկ գիդեին թե ֆիրմայա, հերթ էր մտա: 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 էրիկեյրկեթին»:

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

«Իմպրոտնի» 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 «խմպրտնի ապրանքը» և այն ձեռք բերելու պրակտիկաները կարելի է դիտարկել այս համատեքստում: Ներմուծված շատ հագուստներ, մի կողմից կրելով արևմտյան կապիտալիստական որևէ երկրում արտադրված լինելու «ամենագոր» 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 «խմպրտնի» 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 խանութ, էդ բազայից էին տանում: Օրինակ, Մոսկվայում դա խանութից կարայիր առնելիր, բայց հերթ էր ըլնում կիլոմետրերով: Մենք մի հայր ընկեր ունեինք, ասում էր ախպեր բազայում երկու հայր են սրացել. մեկը Տաճարիչն 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 «Տաճարիչները» այլաբանորեն նշում էին պետական համակարգում ծառայողների (սոմենկլատուրայի) այն ներկայացուցիչներին, որոնք իրենց պաշտոնական դիրքի ու կապերի շնորհիվ առաջինն էին օգտվում պետական պահեստներ մուտք գործող «խմպրտնի 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 ձեռքերումը 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 մոլորմների 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, մանրագին 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, ուսցիոնալությունը, ֆունկցիոնալությունն այն կարևորագույն սկզբունքներն էին, որոնց համապատասխան արտադրվում էր պետական գործարանային հագուստը (Bartlett 2004: 128; Гурова 2008: 38-76): Հագուստի մեջ կարևորություն տալով ֆունկցիոնալին, ուսցիոնալին և ոչ այնքան գեղեցիկին կամ նորաձևին՝ իշխանությունը փորձում էր ստեղծել միատիպ տրամաբանություն ունեցող մարդ, որը նախ

և առաջ սեփական մարմինը կծառայեցնե՞ր 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 գրնեիր քո ես-ը, քո տեսակը. էդ կարմիր վզկապները, սպիտակ վերնաշապիկները, բոլորն իրար նման, բոլորն իրար նման պիտի մրսածեն, 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 չար 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, ուսր բաց էր. թե չէ վար պայավորություն էիր թողնում կասկածելի բարոյական կերպարի*»: ...«*պոռուրինյայի [աավան] կտորից շոր էի կարել, ինձ թարս էին նայում, դե պոռուրինյայի կտորը արդեն մարդու միտքը ուրիշ տեղ ա տանում. հեյրո կոճակները ներքևից քանդված էին, վերևը ոչ, ես կար էի տվել, ուղղակի նենց էր, որ յանիմ հեսա-հեսա քանդվում ա: Մի հատ բարակ բարիսրի կտոր տեսա, ընենց դուրս եկավ, բոնեցի շոր կարեցի: Ուղեցի 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, տղամարդիկ հաճությամբ էին նայում, կանայք քիչ էր մնում չափալաղելին...»:*

Անփոփոխ սպառող, թե՛ ստեղծագործաբար յուրացնող

Ֆրանսիացի փիլիսոփա Միշել դե Մերտոյի 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 Մերտոն 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 Մերտոյի բնորոշմամբ թույլերի տակտիկա է՝ ընդդեմ ուժեղների: Այսպիսով, սեփականը կամ ինքնությունը 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*» հնչում 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 փորձառությանը 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 մեկնածուների 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 ռճային 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 ով՝ Համլետը», «Ոգնի», 1, 1975:



ԺԱՄԱՆԱԿ ԵՎ ԲԱՐՔԵՐ

Նկար 9. «Ժամանակ և բարքեր», «Ոգնի», 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

ինքնահռչակ 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 ամենաաղբակա՛ն 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:

Ոգնի, 1970. 11, 14, 19:

Ոգնի, 1973. 8, 12, 16, 22:

Ոգնի, 1975. 1, 2, 14:

Ոգնի, 1980. 8, 3, 21:

Ոգնի, 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:

**ՀՆԱԳԻՏՈՒԹՅԱՆ ԵՎ ԱԶԳԱԳՐՈՒԹՅԱՆ ԻՆՍՏԻՏՈՒՏԻ
ԱՇԽԱՏՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ**

2

Հ Ա Բ Ի Տ ՈՒ Ս
ՄԱՐԴԱԲԱՆԱԿԱՆ ԵՎ ՀՆԱԳԻՏԱԿԱՆ
ՈՒՍՈՒՄՆԱՍԻՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ

2

**Էջադրումը և ձևավորումը
Արթուր Հարությունյանի**

**Շապիկը՝
Ռոման Հովսեփյանի**

Habitus-ի խմբագրակազմը շնորհակալություն է հայտնում ազգագրագետ, պատմական գիտությունների դոկտոր **Հարություն Մարությանին** և **Մարիամ Շահմուրադյանին՝** խմբագրական աշխատանքներին աջակցելու և խորհուրդների համար:

Շնորհակալություն ենք հայտնում ազգագրագետ, ՀՀ ԳԱԱ թղթակից-անդամ **Լևոն Աբրահամյանին՝** իր հեղինակած երգիծանկարները տրամադրելու համար:

Խմբագրության հասցեն՝
ՀՀ ԳԱԱ Հնագիտության և ազգագրության ինստիտուտ,
Հասցե՝ 0025, ՀՀ, ք. Երևան, Չարենցի փ. 15,
Habitus-ի էլեկտրոնային փոստը՝ habitus.iae.am@gmail.com
Կայքը՝ www.iae.am, www.iae.am/hy/HABITUS

Editorial office:
Institute of Archaeology and Ethnography, NAS RA.
Address: 15 Charents str., 0025, Yerevan, Armenia
Email of Habitus: habitus.iae.am@gmail.com
Web page: www.iae.am, www.iae.am/en/Habitus-2

Տպագրված է «Հայկարի ՍՊԸ» տպարանում
Հեռ. 091 206 115

Չափսը՝ 70×100 1/16: Թուղթ՝ օֆսեթ:
16.5 տպագր. մանուկ: Տպաքանակը՝ 200 օրինակ:



PROCEEDINGS OF THE INSTITUTE
OF ARCHAEOLOGY AND ETHNOGRAPHY • 2

HABITUS • 2