

Zanin Éva

A DIVAT OLVASATAI

„A divatörület olyan kór, mely leggyorsabban
a megfélekezés útján terjed.”

Dr. Bubó

„A kultúrtörténetben a divat hasonló jelenség, mint a piac
a gazdaság történetében. Jól ismerjük, megvan róla a véleményünk,
tisztában vagyunk korlátaival. Mégis újra és újra ámulatba kell esnünk
töretlen vitalitásán, hatékony működésén.”

Klaniczay Gábor

„...és az embernek ismernie kellett a kódokat, hogy tudja,
hogyan működnek a dolgok ebben a világban...”

Victor Ward (aka Victor Johnson)

Dolgozatomban az irodalmi szövegek komparatív interpretációs megközelíthetőségének kérdéséhez kívánok hozzászólni azon posztmodern szövegek esetében, melyek struktúráját és retorikai stratégiáit a divat jeleinek szövegszerű megjelenései, valamint a divat működésmódjának jelentéstani sajátosságai befolyásolják. Érdeklődésem középpontjában az a kérdés áll, hogy a divat jeleinek irodalmi szövegekben való szerepeltetése milyen konstrukcionális és narratív változásokat idéz elő, hogyan körvonalazható az a referenciatartomány, melyhez a divat jelei visszacsatolnak, és vajon dekódolásuk során milyen implicit jelentésrétegeket azonosíthatunk a szövegekben.

Egy, Bret Easton Ellis *American Psycho* című regényéből választott szövegrészlet olvasásán keresztül szeretném bemutatni azokat a lehetséges értelmezési horizontokat, melyeket egy irodalmi szövegben működő divatkódok implikálhatnak¹. Az ellisi narratíva egyik legszembetűnőbb

¹ A hivatkozott fejezet címe: Business Meeting (105-111.) In: Bret Easton Ellis: *American Psycho*, Picador, London 1991. Magyar nyelven: *Értekezlet* (152-159) In: Bret Easton Ellis: *Amerikai Psycho* (Ford.: Bart István), Európa Könyvkiadó, Budapest 1999.

sajátosságát jelenti az a referenciális jelölési rendszer, melynek során karaktereinek tulajdonságcsoportjait a populáris kultúra – és ezen belül a divat – jeleivel határozza meg. Ez az elbeszélői stratégia a kultúra jeleinek dekódolására irányuló befogadói magatartást motivál, ami azonban egyrészt nem hagyhatja figyelmen kívül a valóság fogalmának bizonytalanságát, másrészt azt, hogy a szövegben szerepeltetett autentikus referenciák a világra való vonatkozás értelmében nem referenciálisak. (Medgyes 2003.) Véleményem szerint hasznos lehet egy olyan interpretációs módszer, amely a divat-kódok retorikailag tudatos olvasásával megkísérli lokalizálni azokat a stílusrétegeket és horizontokat, melyeket a populáris kultúra regiszteréből egy fikcionális térbe emelt jelek implikálnak.

Ruth P. Rubinstein hívja fel a figyelmet arra, hogy a divat (fashion) értelme rendszerint összekeveredik a ruházat (clothing) jelentésével, holott a kettő nem azonos. Az előbbi egy időszak vágyott megjelenési formáira (pl. a későközépkori csőrös cipő), míg az utóbbi a ruházat darabjainak kialakult sémáira vonatkozik (pl. cipő). Jórészt ez a tévedés tehető felelőssé azért, hogy a ruházat különböző megjelenési formái, valamint a használatukat irányító szabályok adekvát meghatározása és magyarázata olyan sokáig váratott magára.² (Rubinstein 1995: 3.)

A divat teoretikus megközelítések a terminust a *fashion* értelmében vett divatként értelmezem, elfogadva, hogy legszembetűnőbb megnyilvánulási formája az öltözködés, és az általam vizsgált szövegrészlet is leggyakrabban ezt az aspektust hozza működésbe. A divat jeleinek retorikai alapú megközelítése szükségessé teszi a kultúraanalízis fogalomtárának használatát egy olyan interdiszciplináris diszkurzusban, amely elsősorban az irodalom szövegei és a kultúra szövegei közti intertextuális kapcsolatrendszerre összpontosítva megkísérli az irodalmi szövegeket kulturális kontextusuk heterogeneitásának kimutatásával vizsgálni. (Medgyes 2003.)

A jelenség elméleti megközelítése társadalomtudományos bázisról indul, ahonnan nézve a társadalmi megkülönböztető jelek eloszlásának kontextusaként definiálódik. Klaniczay Gábor *Miért aktuális a divat?* című tanulmányában a divat társadalmi szerepét a következőkben foglalja össze:

² Saját munkáját hiátustöltőnek szánja. Véleménye szerint a társadalomtudósok nagy része természetesnek veszi, hogy az egyén ruházata meghatározott jelentéssel bír. Felismerik, hogy a viselet kifejezhet bizonyos viselkedéssel kapcsolatos társadalmi elvárásokkal szembeni ellenállást, vagy éppen a hozzájuk való alkalmazkodást, de csupán néhány tudós kísérelt meg rendszerszerűen gondolkodni az öltözék jelentéséről és jelentőségéről. (Rubinstein 1995)

A divat a társadalmi megkülönböztető jelek eloszlásának olyan modern rendje, amely egyfelől a hagyományos társadalmi megkülönböztetések léteire épül, és ugyanazoknak a társadalmi különbségeknek a kifejeződését, jelzését teszi lehetővé, mint a hagyományos megkülönböztető jelrendszer, csak éppen a jelek újszerű, racionalizáltabb használata révén pontosabban, differenciáltabban és rugalmasabban teszi ezt. Másfelől viszont a divat elősegíti a hagyományos társadalmi és kulturális rendet felforgató modern tendenciák kibontakozását, maga is ezek közé a modern szocializációs és kulturális mechanizmusok közé tartozik: (Klaniczay 2003: 71.)

Mivel a divat elméleti kontextusában elsősorban jelekről, jelkapcsolatokról és társadalmi jelzésekről, vagyis kommunikációs stratégiákról van szó, felmerül a jelek körforgásának rendszerszerű leírhatósága, mint alapvetően strukturalista törekvés. Roland Barthes elemzésében megkísérli a divatot, mint a nyelv analógiájára működő rendszert meghatározni és működési sajátosságait egy olyan keretbe kényszeríteni, amely több ponton látszik túlnőni tárgyán, nyilvánvaló hibái ellenére azonban nem vitatható el abbéli érdeme, hogy végrehajtja a divatjel retorikai rendszerének elemzését.

Úgy vélem, hogy Barthes koncepcióját Culler kritikáján keresztül szemlélve sikerülhet egy olyan olvasási modell kialakítása, amely képes lehet az irodalmi szövegekben megjelenő divat-kódok de mani értelemben vett retorikailag tudatos olvasására. Ez hozzájárulhatna ahhoz az interpretációs törekvéshez, amely a populáris kultúra szimbolikus jelölési rendszerére épülő prózát a posztmodern kulturális kontextusában kívánja megérteni, melynek legszembevetőbb és legrepräsentatívabb területe a divat (Connor 1990: 190.).

Célszerűnek mutatkozik röviden áttekinteni azokat az elméleteket, melyek a divatról való gondolkodást a társadalomtudományok kontextusából a populáris kultúra posztmodern elméletének horizontjába csatolták. Ezek az első, definitív igényű teoretikus munkák a századforduló társadalomelméleti diszkurzusából emelkedtek ki. Thorstein Veblen és Georg Simmel szövegei az első komolyabb kísérletek arra, hogy a divatot, mint mechanizmust a modern konzumerizmus és az ipusztriális társadalom megváltozott értékrendje felől vizsgálva próbálják megérteni. Mindkettejük társadalomtudományos gondolkodását áthatja a marxizmus kapitalizmuskritikája, így noha más-más

irányból közelítik meg a problémát, nagyjából hasonló eredményekre jutnak a divat eredetét, működés módját és hatását illetően.

Veblen a munkatevékenységet és a fogyasztást összekötő társadalmi motívumokat próbálta leírni az életmódok értékrendszerében való szerepük szerint. Az amerikai társadalom legvagyonosabb rétegének életmódja és fogyasztói magatartásának vizsgálatával mutatja ki a századforduló ipari és gazdasági változásaival párhuzamosan kialakuló értékek és normák új kánonjának legfőbb szempontjait. Elméletében a divat impliciten, mint a hivalkodó fogyasztás eszköze szerepel, ami a dologtalanságon túl a jóra való szorgalmat szokásos eszköze az iparilag fejlett, modern társadalomban. A divat követése összefonódik a fényűzéssel, amit pedig az úgynevezett szertartásos fogyasztás katalizátorának tart³. Mivel a dologtalan osztály tagja tiszteletreméltóságát fizetőképességének folyamatos bizonyításával hangsúlyozza, így a feltörekvő osztályok hivalkodó fogyasztása is szükségképpen a tiszteletreméltóság és a jó hírnév megalapozására irányul. Egyik legszembevetőbb formája az egyén anyagi lehetőségeit fitogtató öltözék viselése különböző társasági összejöveteleken, melyek során átmeneti megfigyelőkre kell – elsősorban anyagilag – pozitív benyomást gyakorolnia.

Az Ellis regényéből választott *Business meeting* című fejezetben leírt társasági összejövetel egy munkahelyi értekezlet. A szövegrészből egyáltalán nem sejtethetjük, hogy pontosan milyen természetű üzleti megbeszélésről van szó, milyen kérdések megvitatását tűzték ki a résztvevők, még csak azt sem, hogy ki az, aki az értekezletet összehívta. A fontosnak nevezett találkozó nem szakmai, hanem *bemutató* (display) szerepe miatt fontos. Az elbeszélő legfőbb célja, hogy a lehető legalaposabb készülődéssel eltüntessen minden olyan külső jelet, amely csorbíthatna tökéletes megjelenésén.

A pozitív benyomás elérésének feltételeként „pénzügyi erőnknek olyan *betűkkel* kell megjelennie rajtunk, amelyeket a mellettünk elrohanó ember is *elolvashat*.” (Veblen 1975: 99. – Kiemelések tőlem Z. É.) Már itt

³ „A modern civilizált közösségben bizonytalanná és áttetszővé váltak a társadalmi osztályokat elválasztó határvonalak, s ahol ez a helyzet, ott a tiszteletreméltóságnak a felsőbb osztály által bevezetett normája kényszerítő befolyását csupán csekély akadályba ütközve terjesztheti ki a társadalmi struktúrán keresztül, egészen a legalsóbb rétegekig. Ebből következik, hogy minden réteg tagjai a jóra való szorgalmat eszményül a hozzájuk legközelebb álló magasabb réteg divatos életvitelét fogadják el, s energiájukat arra fordítják, hogy megközelítsék ezt az eszményt. Abbéli félelmükben, hogy kudarc esetén eljuttassák jó híruket és önbecsülésüket, legalább látszólag alkalmazkodniuk kell az elfogadott szabályrendszerhez.” (Veblen 1975: 96.)

megjelenik tehát az öltözéknek valamiféle írás jellege, betűkből való összerakottsága, amit azért viselnek egy meghatározott módon és összeállításban, hogy abból a megfelelő információt lehessen leolvasni.

„I'm wearing a wool tweed suit and a striped cotton shirt, both by Yves Saint Laurent, and a silk tie by Armani and new black cap-toed shoes by Ferragamo.”

Az adott szociokulturális kontextusban, amire az elbeszélő (Patrick Bateman) által említett márkanevek reflektálnak, ez az összeállítás kimerítően eleget tesz a vebleni posztulátumnak. Veblennél ugyancsak észre kell vennünk azt a nagyon komoly marxista alapállást, amit az árú fétisjellege és a konzumerizmus szigorúan pénzügyi mércével való megítélése jelent, vagyis: minden régebben klasszikusnak számító gazdasági, kulturális és morális társadalmi jellegzetesség a kapitalista társadalomban a fogyasztás függvényeként válik értelmezhetővé.⁴ A ruhadivat kapcsán Veblen a szépség elemeinek a költségességgel való keveredésére is rámutat, a szépséget a tiszteletreméltóság aspektusaként értelmezve.

„Hello, Owen,” I say, admiring the way he's styled and slicked back his hair, with a part so even and sharp it...devastates me and I make a mental note to ask him where he purchases his hair care products, which kind of mousse he uses, my final guess after mulling over the possibilities being Ten-X.”

Noha maga a tanulmány (Simmelével ellentétben) expliciten nem törekszik arra, hogy divat-definíciót alkosson, a kapitalista társadalom fogyasztói magatartásában megnyilvánuló esztétikai pozíció leírásakor mégis megalkotja saját elméletét. Eszerint a divat olyan kánon, amelynek alapján

⁴ „(...) Veblen jól látta, hogy az öltözködés nemcsak a prekapitalista társadalmakban, hanem a polgári világban is módfelett alkalmas az uralkodó osztályok leghagyományosabb státuszszimbólumának, a dologtalanságnak a hirdetésére. A hivalkodó fogyasztás-modernebb változataiban ugyan nem maguk az uralkodó osztály tagjai reprezentálnak, hanem feleségeik, gyerekeik, inasaik, ez a helyettesítő dologtalanság, és helyettesítő fogyasztás azonban ugyanazokat a hagyományos megkülönböztető funkciókat szolgálja, ugyanolyan hagyományos eszközökkel.” (Klaniczay *op.cit.* 66-67.). Ehhez kapcsolódóan lásd még: Dress in Societal Discourse In.: Ruth P. Rubinstein: Dress Codes. Meanings and messages in American Culture. Westview Press Boulder-San Francisco-Oxford 1995. (3-4.)

minden kétséget kizáróan meghatározható a szép és tiszteletreméltó ruhadarabok köre, melyek tiszteletreméltósága és drágasága között egyenes megfelelés tételezhető. A divatos ruhák esztétikai és anyagi megítélése ugyanakkor ki van szolgáltatva a kánont alapvetően meghatározó temporalitásnak, vagyis a divat folyamatos megújulásával a valaha kanonikus ruhadarabok elveszítik társadalmi rangjukat és szépségüket⁵.

Georg Simmel hét évvel később egy egész esszét szentel a divatnak, amit nála az élet egységét alkotó, egymásra torlódó elemek dualizmusa⁶ valamint az utánzásra irányuló pszichológiai tendencia konstituál. Eszerint a divat egy adott általános társadalmi minta utánzása, melynek során az egyénnek egyszerre nyílik lehetősége, hogy viselkedésével az általánost példázza, ugyanakkor a divat követése által kiemelkedjen azok közül, akik ezt nem teszik. (Simmel 1973: 476.) Mivel a divatokat Simmel minden esetben, mint osztályok divatjait gondolja el, ez az elhatárolódás a felsőbb köröknek az alsóbbaktól való elkülönülésének társadalmi ösztönzője, amely teljes közömbösséget mutat az élet tárgyi normái iránt, és csak akkor működhet divatként, ha függetleníti magát minden explicit motivációtól. Elvontságát és valóságidegenségét emeli ki annak alátámasztásául, hogy a divat, mint forma közömbös a különös mindenféle jelentése iránt, és mindig az általános irányába mutat. Ugyanezen tulajdonságai okán rendelkezik egy olyan esztétizáló aspektussal, melynek segítségével a „modernség bizonyos *esztétikai* színezetét

⁵ „Az öltözködés kérdésében a tiszteletreméltóság kánonja dönti el, hogy az adott időszakban az emberi öltözködés mely formáit, színeit, anyagait és általános hatásait fogadják el megfelelőként.; a kánontól való eltérés sérti ízlésünket, állítólag mert eltér az esztétikai igazságtól. Azt a helyeslést, amiben a divatos öltözetet részesítjük, semmiképpen sem tekinthetjük pusztá színlelésnek. Készségesen, s legtöbbször teljesen őszintén véljük tetszetősnek a divatos dolgokat. Mikor például a tükörfényes és semleges színű dolgok a divatosak, sértik szemünket a bolyhos ruhaanyagok és a hangsúlyos színhatások. Az idén divatos luxussapka kétségtelenül sokkal erőteljesebben hat ma érzékeinkre, mint az ugyanennyire luxuskivitelű, de a múlt évben divatos sapka, de ha egy negyed évszázad távlatából nézzük, úgy vélem, rendkívül nehéz lenne a két struktúra közül bármelyiknek is odaadni a pálmát a másikkal szemben, belső szépség tekintetében.” (Veblen 1975: 134.)

⁶ „Ha (...) az egymásra torlódó elemek kölcsönösen korlátozzák egymást, akkor dualizmusukban éppen az egész élet egysége nyilvánul meg. Az élet csak akkor tesz szert a kimeríthetetlen lehetőségeken azon gazdagságára, amely töredékes valóságát kiegészíti, ha minden belső energia túlmutat látható megnyilvánulásán.” (Simmel 1973: 473.)

kölcsönzi” azoknak a tárgyaknak és tartalmaknak, melyek eredetileg kívül esnek az esztétika körén⁷. (*op.cit.* 478. – kiemelés az eredetiben Z. É.)

Paul Owen walks in wearing a cashmere one-button sports jacket, tropical wool flannel slacks, a button-down tab-collared shirt by Ronaldus Shamask, but it's really the tie – blue and black and red and yellow bold stripes from Andrew Fezza by Zanzarra – that impresses me. Carruthers gets excited too, and leans into my chair and asks, if I'm listening correctly, „Do you think he has a power *jockstrap* to go along with that thing?”

Owen öltözéke olyan együttes, mely elüt az értekezlet résztvevőinek – az övéhez képest szokványosnak mondható – megjelenésétől. A többiek, Batemannel együtt kanonikus divatházak, eleganciát sugárzó luxustermékeit viselik (pl.: Armani, Yves Saint Laurent, Ferragamo, Versace), melyek esetében a márkanévek egyben konnotálják a kimagasló minőség, a pénzügyi tiszteletreméltóság és a divatosság jelentésrétegeit. Mivel ezek a márkák közismertek és megkérdőjelezhetetlen pozícióval rendelkeznek a divat kánonjában, viselőik számára egy bizonyos elit körbe való tartozást biztosítanak, ami egyben elhatárolja őket mindazoktól, akik kívül esnek egy bizonyos társadalmi osztály jelentéskörén. Ugyanakkor azonban a divat-mező, melyben viseletük kódjai divatosként értelmezhetőek, a simmeli téziseknek megfelelően folyamatos változásoknak van kitéve, melyek közül az egyiket éppen Owen ruházata motiválja. Öltözékét a többi értekezleti résztvevőével ellentétben laza, kényelmes összeállítás jellemzi, ami azonban mégsem lesz sportos, azaz „nem értekezletre való”, hanem a természetes gyapjúanyagok viselésével felsőbbrendű kényelmet és eleganciát sugároz, amivel kiemelkedik a környezetéből, és utánzásra ösztönző divat-manifesztációként nyilvánul meg.

Ezt a divatformáló hatást azonban nem csupán azzal éri el, hogy öltözéke a környezetétől néhány komponensben eltérő jelekkel nyilvánul meg. Attól, hogy valami különbözik az aktuálisan kanonikus megjelenéstől, még korántsem biztos, hogy képes felkelteni a divat követőinek figyelmét, és új irányba terelni esztétikai látásmódjukat. Ehhez még hozzájárul az a konnotatív mező, amit az adott individuum szerepeltetése beemel a kontextusba. Batemannek az Owen megjelenését kísérő izgatottsággal vegyes csodálatát azon háttérinformációk segítségével érthetjük meg, melyeket a regény korábbi

⁷ Itt Simmel a középkorban divatba jött hosszúorrú cipő példáját hozza fel, melyet egy burgundi herceg csináltatott először, hogy elrejtse lábfejkínövését.

szöveghelyei alapján Owen személyéhez rendelhetünk. Ezek nyomán kiderül, hogy munkatársai közül ő az, aki Bateman legnagyobb tiszteletét élvezi, mivel a cég legmegbecsültebb, anyagi szempontból leginkább tiszteletreméltó tranzakciós műveletének (*Fisher account*) megbízott kezelője. Rendelkezik egy – Bateman számára – tiszteletet parancsoló tulajdonsággal, amit a munkahelyi hierarchiában elért pozíciója jelent, így értelemszerűen öltözéke, megjelenésének stílusa is hozzákapcsolódik ahhoz a vágystruktúrához, amit Patrick már eleve az ő személyéhez kapcsol. Ez a komplex konnotációs mező az, ami Owen ruházatát az adott környezetben a divat szempontjából irányadóvá, az elbeszélő számára pedig szigorúan követendővé teszi.

A divatnak az általános felé mutató, univerzáló jellegét hangsúlyozza az új kategóriájának bevezetése is, melyet Georg Simmel esszéjében a viseltes ellentétéként emel be. Míg a régi öltözék hozzáidomul a test vonalaihoz, addig az új „ránk kényszeríti saját formatörvényét”, így a legújabb divat követőt viszonylag egyformának láttatja. Simmel a divat lényegeként annak terjedését és a folyamatos felé való haladást határozza meg, kimutatva a jelenségben rejlő dualitást, miszerint: „Az elterjedés révén a divat saját megszűnése felé halad, miután éppen a terjedés szünteti meg a különbözőséget. A divat ezért a jelenségek azon típusához⁸ tartozik, amelyek egyre korlátlanabb elterjedésre, önmaguk egyre tökéletesebb megvalósítására törnek, de ennek az abszolút célnak az elérésével, önmagukkal kerülnek ellentmondásba és megsemmisülnek.” (*op.cit.* 484.) Mivel a divat éppannyira piaci, mint társadalmi kategória, változásának sebességét a divattárgy értékének csökkenése is motiválja. Minél olcsóbb az adott divattárgy, annál hozzáférhetőbb lesz az alsóbb rétegek számára, így vásárlásra ösztönzi őket. Ám ugyanez a folyamat szintén vásárlásra ösztönzi a felsőbb rétegeket, akik immár újabb, drágább és elitebb divattárgyak beszerzésén fáradoznak.

Esszéjének összefoglalásában Simmel a divatot, mint pikáns, izgató, ingerlő hatású társadalmi képződményt határozza meg, amelyben „a társadalmi és egyéni célszerűség az élet ellentétes áramlatait egyenjogúakként tárgyasította.” (*op.cit.* 507.) A divatot formáló lényegi dualizmus a hozzá való viszonyulásban is megnyilvánul, vágyképző erejét is áthatja.

Ugyancsak vonzóvá teszi az őt hordozó társadalmi körön belüli utánzásra való késztetés, mely a divat követőit felmenti minden etikai és

⁸ Simmel érdekes módon ebbe a típusba sorolja például az erkölcsöt, melynek tulajdonképpeni érdeme az, hogy az erkölcsös ember *fáradozik* a cél elérése érdekében. (Simmel 1973: 484.)

esztétikai felelősség alól. Ez utóbbi tulajdonságára szolgált példát a Bateman és McDermott között zajló párbeszéd, melynek során Bateman az általa utánozni kívánt ikonikus személyiség, Donald Trump egyik nyilatkozatának hatására kénytelen megváltoztatni korábban alkotott véleményét a Pastels-ben felszolgált pizzáról. Az adott szituációban a tapasztalati tényeknél jóval erősebb az utánzás kényszere, aminek fontossága Bateman értékrendjében magától értetődően túlnő az önálló kritikai álláspont megvédésén.

Walter Benjamin figyelme a történelmi materializmus hatása alatt az olyan – mindennapi életben előforduló – kultúrárétegekre irányult, mint a fénykép, a neonreklám, a párizsi passzázsok, az erotikus rajzok vagy a karikatúrák. Jórészt a modern városi kultúra ilyen apró, de jelentékeny szegmesei felé való fordulás az, ami miatt tudományos tevékenységét a kultúratudományok egyik legfontosabb előzményeként tartják számon. (McRobbie 1995: 100.)

McRobbie esszéjében kiemeli, hogy számos probléma és következetlenség található Benjamin divatról alkotott elképzeléseiben, ahogyan a fogyasztás formáinak társadalmi jelentésére irányuló koncepciója is meglehetősen sok problémát vet fel. Am mindezek ellenére elvitathatatlan érdeme például a jelentés változékonyságának felismerése, azaz, hogy a kirakatokban és a boltok polcain felsorakoztatott áruk formájában és jelentésében maga a történelmi változás sűrűsödik össze (*op.cit.* 113.). Ugyancsak felismerte, hogy a kereskedelmi árucikk az emberek tömegei számára – anyagi elérhetetlenségük és vizuális elérhetőségük miatt – elsősorban *képként* nyilvánul meg, így az általuk szemlélt vizuális tartalmak (kirakatok, magazinok fotói) olyan *szövegek*, melyek jelentésekben bővelkedő tere csupán a befogadás pillanatában, annak időtartamára tárul fel.

Benjamin a divatot, mint az áru fetiszizálódásának rituális folyamatát jeleníti meg, melynek során a kereskedelem tárgyai felmagasztosulnak, trónralépésüket pedig „a szórakoztatás dicsfénye” ragyogja be (Benjamin 1969b). Leginkább a modernségről való elmélkedései során tér ki a divat kategóriájára, amit Simmelhez hasonlóan ugyancsak dialektikusként gondol el. Amellett, hogy pokolinak nevezi – mivel a modernség részeként elősegíti és gyorsítja a társadalmi felejtés folyamatát, amiből maga is ered – Benjamin többször is visszatér a prostitúcióval való azonosításához⁹. Érdekes módon a

⁹ „[A divat] (...)ellentmondásban van a szervessel; prostituálja a szervetlen világ eleven testét, és az előben meglátja a hulla jogait. A fetiszizmus élteti, amelyben pedig az anorganikus világ sex appealje uralkodik.” (*op.cit.* 84.); „A kétértelműség a dialektika képi megjelenése, a tétlenség dialektikájának törvénye. Ez a tétlenség utópia,

divatról olyan megállapításokat tesz, melyek annak működését az allegóriához közelítik.

Egyrészt azt mondja róla, hogy ellentmondásban van a szervessel. Paul de Man beszél Benjamin allegóriefogalmáról Jauß kötetéhez írott bevezetőjének azon szakaszában, ahol Jaußnak az allegorézist a mimézissel szembeállító nézetét bírálja. Itt de Man úgy fogalmaz, hogy Benjaminsnál „az allegória a haszonelvvel kapcsolatos; rendelkezik egy sajátos *Warencharacterrel* - , »olyan sajátossággal, amely halál a szó kettős értelmében, és amely szervetlen«. (...) Az allegória anyagi vagy anyagelvű – a benjamin értelemben –, mivel a betűtől, a betű szószerintiségétől való függése világosan elhatárolja a szimbolikus és esztétikai szintézistől.” (de Man 1997: 426-427. Kiemelés az eredetiben – Z. É.) Benjamin azt mondja továbbá a divatról, hogy az „[árulkultusz és fetisizmus segítségével] prostituálja a szervetlen világ eleven testét, és az élőben meglátja a hulla jogait”(Benjamin 1969b: 84.). A szervetlen világ eleven testét, vagyis a *tárgyat* prostituálja, azaz áruba bocsátja, kiszolgáltatja, mint az allegorizáló művész, akit Benjamin a szadistához hasonlít, mert megfosztja tárgyát méltóságától, s ez után vagy ez által eléggül ki. (Benjamin 1969a: 158.)

Az allegóriát ebben a szövegében Benjamin először Baudelaire kapcsán hozza fel, amikor azt mondja róla, hogy szelleme, amely a melankóliából táplálkozik *allegorikus jellegű*¹⁰. A költészetében megjelenő kétértelműséget¹¹ a dialektikus képet álomképnek nevezi, és egylényegűvé teszi az áru, mint fétis, valamint a passzázs megjelenésével. Ezen a ponton tudja megvilágítani azt a kategóriát, amit korábban úgy vezetett be, mint ami az

a dialektikus kép tehát álomkép. Éppen ilyen képet mutat az áru mint fétis.(...)És ilyet a ringyó, aki eladó és áru egyszemélyben.” (*op.cit.* 88.)

¹⁰ „Baudelaire szelleme, amely a melankóliából táplálkozik, allegorikus jellegű. Baudelaire-nál válik Párizs első ízben a lírai költészet tárgyává. Ez a költészet azonban semmiképp sem »tájművészet«, hanem az allegorikus költői látásmód, az elidegenített ember tekintete, amelynek tárgya a város. A csatangoló (flan eur) pillantása ez, akinek életformája a későbbi nagyvárosi létet még engesztelő csillogással vonja be.” (Benjamin 1969b: 87.)

¹¹ „A modernség egyik fő jellegzetessége költészetének: ez mint életuntság szétzúzza az eszményiséget (*Spleen és Ideál*). Ám éppen a modernizmus mindig az östörténetet idézi. Nála ez azon kétértelműség révén történik, amely a kor társadalmi viszonyainak és termékeinek sajátja. A kétértelműség a dialektika képi megjelenése, a tétlenség dialektikájának törvénye. Ez a tétlenség utópia, a dialektikus kép tehát álomkép.” (*op.cit.* 88.)

álmképeket megtermékenyítve utópiákat szül; ez pedig nem más, mint az új. Ennek az újnak meghatározását Benjamin csak a divat segítségével tudja megvalósítani.

Baudelaire alakja, valamint az allegória trópusa segít neki megfogalmazni, hogy a divat a hamis tudat velejét képező új ösztönzője, illetve látszata, ami „mint egyik tükör a másikon, a mindig állandó látszatában verődik vissza.”¹² (Benjamin 1969b: 89.) Az új kánonját – melynek alárendeli a divatot – a XIX. században az allegóriához, mint a XVIII. századi dialektikus képek kánonjához hasonlítja, vagyis Benjamin szerint a divat tulajdonságai, működésmódja és hatásmechanizmusai alapján leginkább egy trópushoz, az allegóriához hasonló.

Amit Simmel a divat esztétizáló aspektusaként határoz meg az Benjaminsnál – szintén Baudelaire szűrőjén át – úgy kontextualizálódik, mint annak a művészetnek a degradálódása, amely lemondva küldetéstudatáról elválaszthatatlan a hasznosságtól, és legfőbb értékének az újat tekinti. A párizsi passzázatok berendezéseinek művészi igényű kivitelezése kapcsán kijelenti, hogy a „művészet az üzletember szolgálatába szegődik” (*op.cit.*:75.), mivel a művészi szépség – alapvetően kereskedelmi célokat szolgáló – csarnokokat a látogatók olyan csodálatban részesítik, amelyet korábban a műalkotások váltottak ki.

A vázolt, huszadik század eleji elméletek elsősorban a társadalomtudományok aspektusából vizsgálják a divat kategóriáját. Egyetértenek abban, hogy a divat társadalmi megnyilvánulásai jelek, melyek körforgása egy meghatározott kommunikációs modellt, bizonyos különleges szabályszerűségek mentén szerveződő nyelvhasználatot indukál, abban viszont már megoszlanak a vélemények, hogy valójában melyek ezek a szabályszerűségek. A strukturalizmus analitikus logikája azon a ponton kapcsolódik be a divat értelmezésébe, ahol a divat nyelvszerűségének felismerésével egyidőben fellép jeleinek a nyelvészet teóriái felől való rendszerezésének lehetősége.

¹² E kijelentés kapcsán érdekes problémát vehet fel annak a jelentéskioldásnak a felismerése, amit a két egymással szembe fordított tükör képe implikál. Viszonylag könnyen belátható, hogy ha ezen „installáció” létrejöhetne egy kísérleti térben, és megfigyelhetnénk a tükröződő felületet, akkor szó szerint magát a *semmit* látnánk meg. E megfigyelésre azonban – belátható okok miatt – nincs mód. Azzal azonban, hogy Benjamin az „egyik tükör a másikon” képét használja, a divat-jelet valójában „tökéletes jelként” jeleníti meg.

Roland Barthes *A Divat mint rendszer* című nagyszabású strukturális analízise a legtöbbet idézett munka a divat elméletével foglalkozó szakirodalomban, azonban ezek a hivatkozások az esetek túlnyomó többségében nem lépnek túl a rajongó nézőpontján, és kevéssé vagy egyáltalán nem olvassák kritikusan. Mivel ez az első olyan tanulmány, amely a már ismert társadalomtudományos megközelítések mellett a divatot a nyelvelmélet felől kezdi vizsgálni, mindenképpen szükségesnek mutatkozik röviden vázolni eredményeit, azonban éppen ennyire fontosnak tartom kritikájának közlését is, hiszen elvitathatatlan érdemein túl számos problémát vet fel, melyek figyelmen kívül hagyásával komoly hibát követnénk el.

Barthes egy olyan általános struktúrát akar megalapozni, amely alkalmas arra, hogy számot adjon minden Divat-közlésről¹³, bármi legyen is a tartalmuk. Ahhoz, hogy ez a rendszer általános legyen, a lehető legformálisabbnak kell lennie, ennek érdekében sorozatos kompromisszumokra kényszerül, melyekkel azonban leginkább azt éri el, hogy a modell túlnó a tárgyán.

A női ruházat strukturális analízisét határozza meg tárgyaként, amit a saussure-i szemiológia módszerének segítségével hajt végre. Elemzése az írott divatra vonatkozik, vagyis a divatlapokban közölt ruhadarabokról szóló szövegekre, amiket írott ruházatnak, a ruha, mint tárgy verbális struktúrájának nevez¹⁴. Tanulmányát a szociológia szempontjából is mérföldkőnek tekinti¹⁵ és tárgyválasztását is szociológiai szempontok bevezetésével indokolja jelezve, hogy a divat terjesztése, elsősorban a divat-ruházat leírásán, divatlapokon keresztül történik, melyek a tömegkultúra fontos és megkerülhetetlen elemei.

¹³ „A Divatot nagy kezdőbetűvel fogjuk írni, a *fashion* értelmében, hogy megőrizhessük a Divat és a divatirányzat (*fad*) közti oppozíciót.”(227.) I.lábjegyzet *Az írott ruházat* c. alfejezethez (11-21.) In: (Barthes 1999.). Dolgozatomban a *fashion* értelmében vett divatot továbbra is kisbetűvel írom, ennek ellenére Barthes elméletének idézésekor az ő jelölésmódjához igazodom. A nálam kisbetűvel, nála pedig nagybetűvel írott Divat jelentése között lényegi különbség nincs, ha csak nem tekintjük annak azt a parciális szempontot, hogy ő a divat és a divatirányzat (*fashion-fad*), míg én inkább a divat és a ruhadivat (*fashion-clothing*) különbségének hangsúlyozását tartom fontosnak.

¹⁴ Rendszerében a Divat tárgyának három különböző struktúrája lehet aszerint, hogy képi, írott vagy ún. valós tárgyról van-e szó. (*op.cit.* 12.)

¹⁵ „(...) Az írott ruházat strukturális elemzése hatékonyan előkészítheti a valóságos ruházat leltárát, amelyre a szociológiának nyomban szüksége lesz, mielőtt a valóságos Divat terjedésének ciklusait és ritmusát akarja tanulmányozni.” (*op.cit.* 15.)

Már akkor komoly ellentmondásokba ütközik, amikor kiválasztja elemzésének korpuszát.

„(...)A Divat-lapok jelentik a legjobb korpuszt. Minden Divat-lap? Korántsem. Két korlátozás léphet itt be, amelyeket a követett cél tesz indokolttá, hogy ugyanis egy formális rendszer rekonstrukciója a feladat, nem pedig egy konkrét Divat leírása. Az első szelekciós szempont időbeli: minthogy egy struktúrát céloztunk meg, minden amellet szól, hogy csak egy adott Divat-állapoton, azaz egy szinkronitáson dolgozzunk. Márpedig, ahogy említettük is, a Divat szinkronitását maga a Divat rögzíti: ez az adott év divatirányzata.¹⁶ Mi most itt az 1958-59-es év újságjaival fogunk dolgozni (júniustól júniusig), a dátumnak azonban értelemszerűen nincs semmiféle módszertani jelentősége; bármely más évet is kiválaszhattunk volna, hiszen amit le akarunk írni, az nem az ilyen vagy olyan Divat, hanem maga a Divat; mihelyt az anyagot (a közleményt) kiválasztottuk, és az adott évből összegyűjtöttük, be kell illesztenünk a funkciók tisztán formális rendszerébe;¹⁷ itt tehát nem fogunk találni egyetlen esetleges Divat-irányzatra vonatkozó utalást sem és még kevésbé Divat-történetet: nem a Divat valamiféle lényegéről, hanem írott jeleinek struktúrájáról való értekezés a célunk.¹⁸ (Barthes 1999: 16.)

Az általa bevezetett szelekciós szempontok minden kétséget kizáróan megfelelhetnének egy olyan rendszer vizsgálatakor, amelyekre valóban teljes mértékben alkalmazhatóak a nyelvészet teóriái, Barthes azonban lényegesen csúsztat azon a ponton, ahol a divat működésmódját a nyelvvel *azonosnak* gondolja ahelyett, hogy a nyelvhez *hasonló* rendszerként szemlélné, figyelembe véve a köztük fennálló különbségeket. A divat saussure-i szinkronikus vizsgálatát nem lehet egyetlen kiválasztott év anyagának analízisével végrehajtani, pontosan azért, mert – ahogy Barthes is fogalmaz – ez nem más, mint az adott év divatirányzata, vagyis értelemszerűen nem lehet *maga a Divat*. Ezen a ponton egyetértek Jonathan Culler kritikájával, aki

¹⁶ [A szöveg 18. lábjegyzete]: Vannak szezonális Divatok is az adott éven belül; de a szezonális divatok itt kevésbé alkotnak diakronikus sort, mint egy különböző jelölteket tartalmazó, az adott év szóképzéséhez tartozó táblázat; a szinkronikus egység maga a „vonal”, amely éves szinten létezik. (Barthes 1999: 228.)

¹⁷ [A szöveg 19. lábjegyzete]: Alkalmanként más szinkronitásokból is merítettünk, ha valamiféle kontrollra vagy érdekes példára volt szükségünk. (*ibid.*)

¹⁸ [A szöveg 20. lábjegyzete]: Ami természetesen nem zárja ki a Divat diakroniájáról szóló általános eszmefuttatást. (Vö.: I. Függelék)

ugyancsak azt állítja, hogy ennek alapján nem lehet általános érvényű következtetésekre jutni a divat egészének strukturális működését tekintve, hiszen az adott temporális kereten belül lokalizált jel, hordozó, variáns felosztású jelölőmátrix tagjai felcserélhetőek¹⁹. (Culler 2000.)

Culler a továbbiakban azzal érvel, hogy a rendszer érvényessége pusztán intuitív, és legfeljebb a szintagmatikus inkompatibilitás példájával szolgálhat, mivel egy divatos öltözékről beszélhetünk úgy is, hogy egészében megnevezzük, meghatározzuk a szóban forgó ruhadarabot, vagy hangsúlyozzuk azt a jellemzőjét, ami divatossá teszi. Barthes kategóriái nem különítik el világosan, hogy mi tartozhat és mi nem tartozhat az adott jelölőcsoportokba. A kategorizációt ellenőrizhetetlennek, az egész tanulmányt pedig céltévesztettnek bélyegzi jelezve, hogy, noha végrehajtja a korpusz analízisét, mégsem mutatja ki azokat az egyezéseket és előremutató jeleket, melyekből meg lehetne határozni, hogy kategóriái segítségével mennyire írható le maga a divat. Hogy ezt ki lehessen mutatni éppen a divat szakértői kontextusának bevonására lenne szükség, amit Barthes kizár módszeréből.²⁰

Továbbá, ha analízise valóban a komponensek egyetlen év divatján belüli összeegyeztethetőségének és összeegyeztethetlenségének vizsgálatára irányul, akkor mintát kellett volna vennie a korpuszon kívülről is, hiszen attól, hogy egy bizonyos kombináció hiányzik a vizsgált időszak divatsajtójából, még nem biztos, hogy az adott kombináció nem divatos. Ha azonban nem egy bizonyos év divatja által engedélyezett kombinációk érdeklík, hanem a ruhadarabokra általában jellemző kompatibilitás és inkompatibilitás, akkor szükség lenne bizonyos kiegészítő információ bevonására egy nagyobb korpuszból. Ennek segítségével ki lehetne térni a struktúra azon kombinációira

¹⁹ „Jelezünk (sic!) már most a jelölő egyik lehetséges ökonómiáját: egy elem (*a kardigán*) kapja a jelentést; egy másik (*a gallér*) hordozza; egy harmadik (*a zártság-clôture*) alkotja.(...)Nyilvánvalóan kénytelenek leszünk igen gyakran használni a mátrixot, amelyet meg fogunk találni, sűrítve, kibontva vagy megsokszorozva a jelölő minden közlésében; a szokásos rövidítéseket fogjuk tehát használni a jelentés által megcélzott tárgy (O), ennek hordozója (S) és a variáns (V) jelölésére; magát a mátrixot, az O.S.V. grafikus szimbólummal jelöljük. Például így: kardigán zárt gallérral ≡ alkalmi” (Barthes 1999: 53-54.)

O V S

²⁰ „(...)Ésszerűtlennek látszott a ruházat valóságát a Divatról szóló beszéd elé helyezni.” (Barthes 1999: 7.); „(...)Az írott ruházatban a fajták osztályba sorolása nem lehet alávetve reális (technológiai) vagy lexikológiai kritériumoknak> az írott ruházat fajtáinak saját rendre van szükségük, amely a rendszerrel immanens, azaz jelentésbeli, nem pedig gyártási vagy lexikális kritériumoknak van alávetve.” (Barthes 1999: 70.)

is, melyek fizikailag lehetségesnek tűnnek ugyan (pl. pizsamafelső és sínadrág), ám nem képezik a korpusz részét, mivel sohasem voltak divatosak.

Az elemző egyik esetben sem hagyhatja figyelmen kívül a divat vagy az öltözködéskultúra területén szakavatott személyek nyújtotta információt, mivel mindkét esetben ez képezi az analízis *valódi* tárgyát. (Culler 2000: 172.)

It does not offer a system of rules which would specify what is fashionable; nor does it attempt rigorous distributional analysis of a corpus. Mised by the linguistic model, Barthes went about his task in precisely the wrong way and then was unwilling to follow a formal method through to the end. He neglected to decide what he was trying to explain and stopped without having explained anything. (Culler 2000: 173.)

Egyetértek Culler véleményével, aki kétségbe vonja Barthes munkájának komplexitását, és nem érzi megvalósítottnak az – igen homályosan meghatározott – célkitűzés szempontjait, de úgy gondolom, hogy néhány ponton Barthes mégis lényeges eredményeket hozott a divat teoretikus megközelítésének kontextusában. A divat jeleinek irodalmi szövegekben való retorikai szerepének vizsgálatához például jelentős segítséget nyújthat azon a ponton, ahol a divat retorikai rendszerének analízisét hajtja végre. Szükségesnek mutatkozik azonban a tanulmány ezen horizontjának is bizonyos kritikai szűrőn keresztül való szemlélése, hiszen a strukturalista szemiológia irányultságának megfelelően Barthes ezen a ponton gond nélkül csúszik a grammatikai struktúrából a retorikaiba, miközben a divat trópusainak és alakzatainak vizsgálata nem lép túl azon a posztulátumon, mely a retorikai rendszert, mint a szintaktikai viszonyok sajátos alosztályát szemléli.

Mivel az explicit jelöltekkel rendelkező Divat-közlés jelölőből (a ruházat), jelöltből (a „világ”) és jelből (a kettő összekapcsolódása) áll, a Divat-retorikájának vizsgálatát is három alrendszerre szegmentáltan hajtja végre, elkülönítve a ruházati jelölő retorikáját, melyet a „ruházat poétikájának” nevez, a világi jelölt retorikáját, azaz az ábrázolást, melyet a Divat nyújt a világról, és a Divat-jel retorikáját, amelyet Divat-ésszerűségnek nevez. (Barthes 1999: 169.) Mindhárom retorikai rendszer közös tulajdonságaként említi, hogy ugyanazzal a típusú jelölővel – a Divat írásmódja – és jelölttel – a Divat ideológiája – rendelkeznek. A Divat írásmódjának egyik legfontosabb formájaként tartja számon a Divat-közlésben érintett egységek szerkesztettségét, melyek mivel a nyelvhez képest külsődleges kódból

származnak, jelentősen megnövelik az adott közlés konnotatív erejét.²¹ A Divat ideológiája az az általános jelölt, amely retorikai síkon megfelel a Divat-írásmódnak. E jelölt legfontosabb tulajdonságaként annak *látens* voltát emeli ki, mivel egy konnotációs folyamat végén található és eredeti karakterjegyei a rendszer *egészeiben* elfoglalt helyéből származnak. A konnotált jelentés lényegi paradoxonának nevezi azt, hogy az emberek tulajdonképpen olvasás nélkül kapnak jelentést a Divat-közlés kellően struktúrált üzenetéből „amely befolyásolhatja őket (például megerősítheti vagy igazolhatja bennük a bizalmasság jóleső érzését vagy azt, hogy helyes, ha az ember igen különböző, mégis finoman hasonló dolgokat szeret).” (*op.cit.* 173.)

A vizsgált ellisi szövegrészlet esetében könnyen belátható, hogy az egész fejezet „feszültségét” éppen egy látens vagy retorikai jelölt felfedése és annak konnotált jelentése hordozza. Bateman és McDermott konfliktusát a Pastelsben felszolgált pizza minőségét illetően egy olyan Divat-közlés dönti el, amely magában foglalja a témával kapcsolatos Divat-ideológia üzenetét, melyet egy Divat-személy közlése hitelesít. Ez azonban nem pusztán jelen van a szövegben, hanem struktúrálja, mozgatja a narratív helyzetet ugyanakkor, alapvető információt hordoz az adott szereplőkör – elsősorban Bateman – divathoz való hozzáállását illetően. Donald Trump személye ebben a helyzetben áthatja a Divat-közlést, melynek divatosságát – ezzel együtt pedig a feltétlen hozzárendelhető igazságértékét – szavatolja.

Barthes a ruházati jelölő retorikájáról szólva azt a „legközhelyesebb költészethez” hasonlítja, mivel véleménye szerint retorikája ha van is, mindig szegényes.²² Ha azonban analizését nem rendelné vakon a strukturalista szemiotika alá, nyilvánvalóvá válhatna, hogy a grammatika és a retorika struktúráinak lineáris alkalmazhatósága, ha máshol nem is, itt szükségszerűen megszakad. Rátalál egy tárgyra, melyről bebizonyosodik, hogy ontológiailag

²¹ „Mindezek az elemek, szuperszegmentált jellegüknel fogva, nagyjából ugyanazt a szerepet játsszák a retorikai rendszerben, mint amit a hangsúly játszik a nyelvben: a hangsúly egyébként kiváló konnotációs jelölő.” (Barthes 1999: 172.)

²² „(...) Ezen azt kell érteni, hogy a metaforákat és a mondatok fordulatait, amelyek a ruházat retorikai jelölőjét alkotják, ha vannak egyáltalán, nem az anyag ragyogó tulajdonságai, hanem egy vulgarizált irodalmi hagyományból vagy rímjátékokból (*légiés, télies szoknya*), vagy elkoptatott hasonlatokból (*fonálvékonyágú öv*) kölcsönzött sztereotípiák határozzák meg; összességében egy közhelyes retorikáról van szó, azaz egy gyenge információról.” (*op.cit.* 177.)

retorikus,²³ mivel azonban a tárgyat jelölő nyelvi manifesztációban ez a retorikusság igen szegényesen vagy egyáltalán nem szerepel, azt a következtetést vonja le, hogy a „ruházat poétikája” szegényes. A Divat világbárázolásán és a Divat-ésszerűségén azonban már uralkodik a retorika, ami különböző szemantikai egységekre bontja a világot, majd szegmenseit a metafora és a mellérendelés segítségével „felöltözteti”, és egy eleven narratíva, „igazi vízió” konstellációjába helyezi. (*op.cit.* 183.) Míg a legtöbb jelölt expliciten jelen van, és a retorika „öltöztető” funkcióban szerepel esetükben, a Divat-jeleket Barthes korpusza legtöbbször nem adja meg világosan, így a jel csak retorikája révén képes transzformálni a jelölő és a jelölt kapcsolatát. Retorikájában pedig a hitelesítés, a racionalizáció és a törvény erejére való emelés dominál.²⁴

A strukturalista szemiotika a divat retorikájának, mint parciális nyelvelméleti problémának a felvillantásával megelőlegezte a divat-közlések irodalmi szövegekben való retorikailag tudatos olvasásának lehetőségét. Az interpretáció, amely a divat jeleinek fikcionális térben való megjelenésére irányul, talán akkor jár el helyesen, ha a divat-kódok szemiotológiai és retorikai viselkedését különbségeik figyelembevételével vizsgálja.²⁵

²³ „(...)Azáltal, hogy a testtel érintkezik és egyszerre funkcionál helyettesítőjeként és álcázásaként, okvetlenül tárgya egy igen fontos energiaráfordításnak: ezt a poétikai hajlandóságot a ruházati leírások gyakorisága és minősége tanúsítja az irodalomban.” (*op.cit.* 176-177.)

²⁴ „A Divat-irodalom a verista stílus posztulátumához kapcsolódik, miszerint az apró és jellemző részek halmozása jobban hitelesíti az ábrázolt dolog igazságát (...)” (*op.cit.* 197.); „A retorika tehát egy egész sor hamis funkciót vezet be a Divatba, amelynek célja természetesen az, hogy megadják a Divat-jelnek a valóság garanciáját: a garancia már csak azért is igen értékes, mert presztízse ellenére a Divat mindig bűnös módon hívságosnak érzi magát.” (*op.cit.* 197.); „(...)ahogy az explicit jelnek szüksége volt egy ok álarcára, a Divat-Törvénynek ugyanígy szükséges a természetesség álarca: látni fogjuk, hogy az egész Divat-retorika azon igyekszik, hogy ártatlan színben tüntesse fel a rendelkezéseit (...)” (*op.cit.* 199.)

²⁵ Ezt teszi például John Vignaux Smyth, aki a divatot, mint a hazugság és az elrejtés tropikus manifesztációját vizsgálja a divat- és az irodalom történetében. A divat tropikus működését az irodalomban Shakespeare *Sok hűhó semmiért* című vígjátéka alapján mutatja ki. Bővebben lásd: Fashion Theory (155-193.) In: John Vignaux Smyth: *The habit of Lying. Sacrificial Studies in Literature, Philosophy and Fashion Theory.* Durham London. Duke University Press 2002.

Paul de Man a *Szemiológia és retorikában* kérdésessé teszi, hogy a retorikai alakzatok részét képezhetik egy grammatikai taxonómiának.²⁶ A nyelv alapvetően metaforikus természetű, figurákkal és szóképekkel él, vagyis tarthatatlan lenne valamiféle grammatika felé hajló „literális” hierarchia feltételezése. Mivel „a metaforák lényegileg »alaptalanok«, pusztán egy jelegyüttesnek egy másik fölé helyezéséből állnak, a nyelv éppen azokon a pontokon árulja el saját fiktív és önkényes természetét, ahol a legnyomatékosabban akar meggyőző lenni.” (Eagleton 2000: 127.)

A divat elméletének alakulástörténetében már a korai társadalomtudományos koncepciók óta benne foglaltatik a nyelvvel, mint beszédmóddal való összehasonlítás lehetősége. Amennyiben működtethető a kategória ilyen irányú megközelítése, elfogadhatjuk, hogy a divat sem közvetlenül, hanem helyettesítéssel – tropikusan – nyilvánul meg. Erre a hasonlatosságra hívja fel a figyelmet Cicero (*De oratore*, III.38.155.): „Miként a ruhát eredetileg a hideg ellen való védekezésül találták fel, azután viszont a test ékesítésére és nemesítésére is használták, úgy fakadt a trópus hiányból, és alkalmazták azután gyakran, mert gyönyörködtetett.” Cicerót Nietzsche citálja retorikakurzusában, amely szöveget pedig Paul de Man olvassa *A trópusok retorikája* című szövegében. Valójában de Man ezen szövege – és így áttételesen (metonimikusan) Nietzsche belátása – alapján világítható meg legtisztább formában az, amit a divat jeleinek retorikus működéséről gondolok. De Man Nietzsche retorika elméleti gondolkodásának egyik meghatározó téziseként emeli ki, hogy a trópus nem a nyelv származékos formájaként, hanem *par excellence* nyelvi paradigmaként posztulálja, vagyis a figuratív struktúrát, a nyelvre mint olyanra jellemző működésmódnak tartja²⁷. (de Man 1999b: 145.)

²⁶ „Kenneth Burke említi az *elhajlás* {deflection} jelenségét (amit strukturálisan a freudi eltoláshoz hasonlít, és úgy határozza meg, mint »mindenfajta apró eltérést vagy akár szándékolatlan tévesztést«, mint a nyelv retorikai alapját, az ő felfogásában tehát az elhajlás a jel és a jelentés grammatikai szerkezetekben működő ellentmondásmentes kapcsolatának dialektikus felforgatása; ezzel magyarázható Burke közismert ragaszkodása a grammatika és retorika megkülönböztetéséhez.” (de Man 1999d: 20.): „Ha a jel aképpen hozná létre a jelentést, ahogy a tárgy a jelet, azaz megjelenítés útján, csakis akkor volna szükségtelen különbséget tenni grammatika és retorika között.” (*op.cit.* 21.)

²⁷ „Nincs különbség szabályszerű ékesszólás [*Rede*] és az úgynevezett *retorikai alakzatok* között. Tulajdonképpen minden figuráció, amit szokás szerint ékesszólásnak nevezünk.” (*op.cit.* 23-24.)

Hasonlóképpen gondolom el a divat retorikus viselkedését is. Az irodalmi szövegekben szereplő divat kódoknak sem tropikus sem referenciális jelentése nem hagyható figyelmen kívül, mivel olvasásuk során egyszerre működnek kódként és alakzatként is. Dekódolásuk során valóság-effektusokként (Medgyes 2003.) releváns referenciális jelentést hordoznak. ugyanakkor viszont textuális határaikat már mindig túllépve applikálódnak a szövegekbe, ahol alakzatokként a hozzájuk tapadt konnotációs mezőt is megjelenítik. Működés módjuk felmutatásával meghatározzák azt a kultúrarétegek között működő intertextuális kapcsolatformát, ami a valóságos tér textualizálását mindig alakzatokon keresztül hajtja végre.

Az *American Psycho* című regényből választott fejezet a divat tropikus működését tekintve meglehetősen reprezentatív példának tűnik. A szövegrész címe metonímikusan érintkezik a narratív tartalommal, amennyiben az értekezlet helyként és nem eseményként jelenik meg. Az epizód felütésében kétszer is elhangzik, hogy az *értekezlet fontos*, azonban fontossága nem az *értekezlet* (company meeting), mint „a cég szakmai szempontból jelentős tanácskozása”-értelemezéshez járul, mivel a szövegrész egyetlen további pontján sem kommentálja az értekezlet – elsődleges értelemben vett – szakmai fontosságát. Ehelyett sokkal inkább úgy tűnik, mintha konnotatív mezejét a szövegben megnyilvánuló divat-kódok horizontjából merítené. A címben jelölt esemény háttérbe szorul előzményéhez képest, hiszen az epizód ott ér véget, ahol feltételezhetően elkezdődik maga az értekezlet, így a szöveg valódi tétje a találkozó (meeting) helyett a megjelenés (appearance) lesz.

Amikor Ellis elbeszélője az általa bevezetett karakterek pozicionálásakor kizárólag az adott szereplő által viselt ruhák és kiegészítők márkáinak felsorolására valamint a külső megjelenés legapróbb részleteinek pontos megnevezésére szorítkozik, akkor egy olyan valóság jeleit használja, ami megegyezni látszik az általunk konvencionálisan valóságként értelmezett horizont populáris kultúrabeli jeleivel.

„I'm sitting at the Palazetti glass-top desk, staring into my monitor with my Ray-Bans on...”

A fenti idézetben szereplő genus / species csere során a viselt kiegészítő márkanevén keresztül kontextualizálódik. Az itt megnyilvánuló metonímikus helyettesítés²⁸ elsődlegesen nem arra irányul, hogy megjelenítsen egy a szöveg

²⁸ A példában szereplő fogalmi érintkezést Medgyes Tamás disszertációjának eredményeire utalva nevezem metonímikusnak. Eszerint azokban az esetekben, amikor

terébe vonzott tárgyat. Az elbeszélő önreflexív kijelentésének értelmét és tartalmi mélységét az a konnotációs mező hordozza, amit az értelmező saját valóságtapasztalatából optimális esetben hozzárendelhet. Jelen esetben a Ray-Ban napszemüveg, mint autentikus referencia, és a hozzá kapcsolódó értelmezési tartomány kerül a szövegbe. A márkanévvel történő megnevezés nem egy konkrét, hanem egy *általános* értelemben vett Ray-Ban napszemüveget jelez, melynek említése a szöveg retorikai síkjában maga is *kiegészítőként*, a divatos megjelenés trópusaként van jelen²⁹. Kontextusából ugyanakkor kiderül, hogy Bateman azért visel napszemüveget az irodában, fényes nappal, hogy *elrejtse* másnaposságát. Az igazság elrejtése, azaz hazugsággal való helyettesítése metaforikus műveletsor, amit a szöveg ugyancsak az említett divat-kód tropikus működtetésével képes végrehajtani. Az *elrejtés* metaforikus funkciója rendelhető az értekezletre való aprólékos készülődéshez is, ami megelőlegzi a divatos értelmében vett tökéletes – azaz hamis – megjelenést. A divat értelmében vett esztétikai hatás elérését elősegítő kozmetikai előmunkálatok (arcpakolás, szemcseppek stb.) összekapcsolódnak az elbeszélő mindennapjainak szerves részét képező és a szépségápolást fókuszba állító életmóddal (szolárium, fitness, egészséges táplálkozás), ami a divat értelmében vett szépség megteremtését szolgálja testi szinten. A divat értelmében vett szépség ilyenformán nem feltétlenül esik egybe az esztétikai értelemben vett széppel (vö. Simmel), mivel a ruhavivathoz hasonlóan a divatos test iránti elvárások is meglehetősen gyorsan változnak. Abban a szociokulturális közegben, ahol Bateman jelen van, adottak bizonyos paraméterek, melyek meghatározzák, hogy milyennek kell lennie a „szép” férfi testnek, így ő ezekhez igazodva teremti meg saját testét.

Az elbeszélő környezetében nincs olyan személy, akinek megjelenése ne a divat kontextusában helyezkedne el. A szövegben szereplők öltözéke, viselkedése és a – pusztán ezek alapján rekonstruálható – „személyisége” eredendő, generikus részét képezi a divatnak, egyikük sem létezhet a divat konnotatív jelentésmezeje nélkül. A közölt tulajdonnevek háttérbe szorúlnak a tulajdonságjegyekként melléjük rendelt márkanevek mögött tekintve, hogy elsődlegesen mint az egyes divatházak kollekcióihoz tartozó ruhadarabok *hordozói* érdemlik ki az elbeszélő figyelmét vagy annak hiányát.

márkanevek köznévi értékben állnak genus / species cseréről beszélhetünk. Nietzsche metaforának tekinti, az újabb szakirodalom azonban már, mint metonimiát tartja számon. (Medgyes 2003.)

²⁹ „Nem a dolgok lépnek be a tudatba, hanem az a mód, ahogy hozzájuk viszonyulunk...” (Nietzsche 1997: 21.)

I count three silk-crepe ties, one Versace silk-satin woven tie, two silk foulard ties, one silk Kenzo, two silk jacquard ties. The fragrances of Xeryus and Tuscany and Armani and Obsession and Polo and Grey Flannel and even Antaeus mingle, wafting into each other, rising from the suits and into the air, forming their own mixture: a cold, sickening perfume.

Kevin Forrest, who walks in with Charles Murphy, is saying, „My call waiting is busted. Felicia screwed it up somehow.” I’m not even paying attention to what they’re wearing. But I find myself staring at Murphy’s vintage owl cuff links with blue crystal eyes.

Az egyes személyek és divatos viseletük közötti viszony a szinekdoché trópusával írható le, melyet de Man úgy definiál, mint ambivalens sávot metonímia és metafora között. (de Man 1999c: 89.) Az olvasott szövegrészletben az elbeszélő az értekezletre érkező személyeket ruházatuk leltárán keresztül vezet be, jelezve a divat kontextusával való metonimikus kapcsolatukat. Ugyanakkor viszont Owen megjelenése – illetőleg Donald Trump idézett véleménye – kapcsán az elbeszélőben felmerül az utánzáson keresztül történő azonosulás igénye az általuk megérezkített konnotatív mezővel.

A szöveg narratívája olyan realitás-effektusokat működtet, melyeket a referenciális valóságból ismert divat világához köthetünk, ami azonban már mindig fikcionális. Így noha látszólag a valóságból ismert „reáliák” felsorolása történik, valójában egy olyan szövegek közötti kapcsolat létesül, ami a regény fikcionális terét az általunk valóságként értelmezett horizontnak pusztán egy szegmense: a divatot hordozó médiumok textuális világa alapján képzí meg.

A divat működését és tulajdonságait problematizáló elméleti szövegek felvezetésével megpróbáltam kimutatni azokat a jelentésszinteket, melyek a divat strukturális sajátosságai és társadalmi működésmódja révén az irodalmi szövegek horizontjában is leképeződnek. A társadalmi megkülönböztető mechanizmusok összefonódásaként értelmezett divat kijelöli saját konnotatív mezejét, melyhez metonimikusan kapcsolódik, és komplex paradigmaként képes megjeleníteni a segítségével textualizált individuumot. Amint egy szöveg a ruházat leírását illetően nem pusztán az öltözék darabjainak kialakult sémáira vonatkozó közlésekkel operál (pl.: nadrág, cipő, kabát, nyakkendő), hanem ezen ruhadarabok tulajdonságaira is reflektál (pl.: szín, anyag, szabás,

márkanév). onnantól ezek narratív, retorikai szervező elemként kapcsolódnak a szöveg egészébe. Az irodalmi szövegek, melyek olykor feltűnő részletességgel határozzák meg szereplők divathoz való viszonyát, feltételezhetően megpróbálnak valamilyen mélyebb, más eszközökkel nehezen (vagy egyáltalán nem leírható) jelentésréteget felmutatni. Az ellisi szövegrészlet esetében a narratíva szinte teljes mértékben a divat kódjainak működtetésével és a divat világának a fiktív térbe való emelésével határozza meg szereplőit, háttérbe szorítva – vagyis hozzájuk képest lényegtelennek ítélve – mentális vagy emocionális diszpozícióik részletezését. Az adott szereplők érzelmi és gondolati megnyilvánulásai elválaszthatatlanok attól a divat motiválta világtól, melynek szegmenseiként léteznek, és amelynek változásai olykor elementárisan hlyogtják meg és irányítják életüket.³⁰

A divat jelei ilyenformán retorémákként kerülnek a szövegekbe, amennyiben a szereplők és világuk tulajdonságaiként is jelen vannak. A populáris kultúra legszembetűnőbb területének referenciális utalásokon keresztül történő szövegbe emelése olyan metonimikus jelentésalkotásnak kedvez, melynek során a fiktív térbe kapcsolt valóságdarabok egy, a befogadó világhoz közeli valóságtapasztalat szimulációiként lépnek működésbe. Az irodalom és a kultúra szövegei közötti intertextuális kapcsolatrendszerre összpontosító olvasat egyrészt kimutathatja azt a kontextuális sokszínűséget és rétegzettséget, ami az irodalmi szövegek és a kultúra regisztereinek kölcsönhatása implikál, ugyanakkor hozzájárulhat a szövegek retorikai rétegzettségének alaposabb – interdiszciplináris bázisú – vizsgálatához.

Fontosnak tartottam annak érzékeltetését, hogy az irodalmi szövegek és a divattal foglalkozó elméletek közötti interdiszciplináris diszkurzus létező szövegalakító folyamatként van jelen. Befolyásoló hatása éppúgy kiterjed a szépirodalmi szövegekben megjelenő divatvilág strukturális horizontjára, amennyire a valóságban létező divat alakulásának folyamatában mindig is komoly szerepet játszott az irodalom mind a viselet, mind a tágabb értelemben vett divat szintjén. Noha dolgozatomban egy kortárs posztmodern – pontosabban: új realista – szövegrészlet interpretációja szerepel, természetesen nem gondolom azt, hogy a divat és az irodalom kapcsolata posztmodern

³⁰ Például: mindig kötelező a legdivatosabb étteremben vacsorázni, a lehetlent kísértve asztalt kapni azon a helyen, ahol – mivel annyira divatos és felkapott – nem lehet asztalhoz jutni. Amennyiben ez mégis sikerül, azt jelentheti, hogy akinek a nevében a foglalás megtörtént, a divat szempontjából tiszteletreméltó, kanonikus személyiség (celebrity), akinek a neve márkanévhez hasonló erővel és megbecsüléssel rendelkezik a divat kontextusában.

jelenség. Sokkal inkább a szöveg utalások mentén szerveződő retorikai struktúrájából fakadó kapcsolatként gondolom el a kettejük relációját.

Eszerint a szövegek intertextualitása elemi szinten generál egy kultúraközi viszonyrendszert, melynek a divat kontextusával való kapcsolat meghatározó részét képezi. Érdekes lehet azon szövegek retorikai struktúrájának vizsgálata, melyek komoly retorikai funkciót biztosítanak az öltözék, a tárgykultúra és ezeken keresztül a divat konnotációs mezejének. Összességében izgalmas területnek ígérkezik az irodalom és a divat kölcsönös intertextualitás vizsgálata, melynek során az irodalomnak a tárgykultúrára gyakorolt hatásának kimutatása az előbbieket analógiájára az irodalomelmélet és a divat elméletének interdiszciplináris diszkurzusában formálódhatna.

Felhasznált irodalom

- BARTHES, Roland. (1999) *A Divat mint rendszer*. (Ford.: Mihalcsik Zsófia) Helikon Kiadó, Budapest.
- BAUDELAIRE, Charles. (1964) *A modern élet festője(1863)*. In: Válogatott művészeti írásai. (Ford.: Csorba Géza) Képzőművészeti Alap Kiadványai, Budapest. (129-163.)
- BENJAMIN, Walter (1969b) *Allegória és szimbólum*. In: Kommentár és prófécia. (Ford.: Szabó Csaba) Gondolat, Budapest.
- . (1980) *A második császárság Párizsa Baudelaire-nél*. In: Angelus Novus. (Ford.: Bence György, Kőszeg Ferenc) Magyar Helikon, Budapest. (A Bohémvilág, A kószáló, A modernség)
- .(1969a) *Párizs a XIX. század fővárosa*. In: Kommentár és prófécia. (Ford.: Szabó Csaba) Gondolat, Budapest.
- CONNOR, Steven. (1990) *Postmodernist Culture. An Introduction to Theories of the Contemporary*. Basil Blackwell, London.
- CULLER, Jonathan (2000) *The Development of a Method: The Language of Fashion*, In: Critical Essays on Roland Barthes (ed. by Diana Knight). G. K. Hall & Co. New York. (168-173.)
- DE MAN, Paul –. (1999a) *Allegória (Julie)*. In: Az olvasás allegóriái. (Ford.: Fogarasi György) Ictus és JATE Irodalomelméleti Csoport, Szeged. (254-296.)
- .(1999b) *A trópusok retorikája (Nietzsche)*. In: Az olvasás allegóriái. (Ford.: Fogarasi György) Ictus és JATE Irodalomelméleti Csoport, Szeged. (142-162.)
- . (1997) *Bevezetés*. In: Hans Robert Jauss: Recepcióelmélet – esztétikai tapasztalat – irodalmi hermeneutika. Irodalomelméleti tanulmányok. (Ford.: Kulcsár-Szabó Zoltán stb.) Osiris Kiadó, Budapest. (407-430.)
- . (1999c) *Olvasás (Proust)*. In: Az olvasás allegóriái. (Ford.: Fogarasi György) Ictus és JATE Irodalomelméleti Csoport, Szeged. (81-109.)
- . (1999d) *Szemiológia és retorika*. In: Az olvasás allegóriái. (Ford.: Fogarasi György) Ictus és JATE Irodalomelméleti Csoport, Szeged. (13-34.)
- EAGLETON, Terry. (2000) *A fenomenológiától a pszichoanalízisig*. (Ford.: Szili József) Helikon Kiadó, Budapest.
- ELLIS, Bret Easton. (1991) *American Psycho*. Picador, London.
- FISKE, John. (1995) *Popular Culture*. In: Critical Terms for Literary Study (ed. by Frank Lentricchia and Thomas McLaughlin). University of Chicago Press, Chicago and London. (321-335.)

- JAUB, Hans Robert. (1997) *Recepcióelmélet – esztétikai tapasztalat – irodalmi hermeneutika. Irodalomelméleti tanulmányok.* (Ford.: Kulcsár-Szabó Zoltán stb.) Osiris Kiadó, Budapest.
- KLANICZAY, Gábor. (1982) *Divatszociológia I-II.* Tömegkommunikációs Kutatóközpont – Membrán Könyvek, Budapest.
- . (2003) *Ellenkultúra a hetvenes-nyolcvanas években.* Noran kiadó, Budapest. (55-85.)
- MCRROBBIE, Angela. (1995) *Postmodernism and Popular Culture.* Routledge, London and New York.
- MEDGYES, Tamás. (2003) *Felszíniesség, ismétlés, intertextualitás: a kortárs amerikai próza olvasása.* Phd Disszertáció (Kézirat). Szegedi Tudományegyetem Bölcsészettudományi Kar. Irodalomtudomány Program.
- NIETZSCHE, Friedrich (1997[1894]) *Retorika.* (Ford.: Farkas Zsolt) In: (Thomka Beáta szerk.) *Az irodalom elméletei IV.* Jelenkor Kiadó, Pécs.
- SIMMEL, Georg. (1973) *A divat.* In: U.ő.: *Válogatott társadalomelméleti tanulmányok.* Gondolat, Budapest.
- SMYTH, John Vignaux. (2002) *Fashion Theory.* In: *The Habit of Lying. Sacrificial Studies in Literature, Philosophy and Fashion Theory.* Duke University Press. Durham: London. (155-193.)
- RUBINSTEIN, Ruth P. (1995) *Dress Codes. Meanings and Messages in American Culture.* Westview Press, Boulder – San Francisco – London.
- VEBLEN, Thorstein. (1975) *A dologialan osztály elmélete.* Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, Budapest.