

## Zanin Éva: Divat, ideológia, diktatúra [1]

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

*Dr. Bubó*

A társadalmi kommunikáció diszkurzív médiumaként meghatározott *divat* nyelvi, kontextuális szinten sok szálon kapcsolódik a *diktatúra* és az *ideológia* fogalmához. Kapcsolatuk nem csupán a divat nyelvi regiszterében előforduló gyakori metaforák szintjén érdekes (divatdiktátor, a divat által diktált/előírt/parancsolt viselet, a divat áthághatatlan törvényei stb.), de retorikai kölcsönhatásaik vizsgálata fogalomtörténeti szempontból is produktívnak mutatkozik.

Előadásomban a *divat* és a *diktatúra* társadalmi erőinek működés módjára, fogalmi apparátusaik hasonlóságaira fókuszálva szeretném felfejteni egymáshoz, valamint az *ideológia* fogalmához fűződő ellentmondásokon és szoros kölcsönhatásokon alapuló viszonyukat. A divat, mint folyton megújuló, különlegességet, kitűnést biztosító, felszínes kultúradarab, hierarchikus működése folyamán minduntalan „követőket”, „hódolókat”, „rabszolgákat” és „diktátorokat” jelöl ki. Kikezdi az intézményes szabályozás és ideologikus rendszerezés (Klaniczay) kiszámítható, ellenőrizhető homogenitáson alapuló rendszereit, melyek a magyarországi szocializmus korszakához hasonló, központi irányítás mentén szervezett diktatórikus társadalmak alappillérei.

Ugyanakkor a divat alkalmas arra, hogy ideologikus tartalmak közvetítésével ellenkulturális jelenségek és kulturális forradalmak eszköze legyen. Az egyes vágyott viseleti minták változásait irányító divat társadalmi jelenségének állandó jelenléte eleve nem tesz lehetővé egy divaton kívüli, divaton túli állapotot.[2] Ehelyett egy olyan állandó változások és megújulások mentén formálódó társadalmi médiumként van jelen, amely például a jelen, „Kirakat” című kiállításon is megjelenített, központilag előírt szocialista esztétikai trendekhez passzív adaptáció helyett aktív formálóerővel viszonyult.

A divatnak ez a mindenre kiterjedő, feltétlen hatalma az, ami egy diktatórikus keretek között működő társadalom számára komoly problémaként jelentkezhet. Vajon milyen eszközökhöz kell folyamodnia egy diktatúrának, ha igába akarja hajtani a divatot, és milyen eszközöket alkalmaz a divat, amikor a politikai diktatúrák megdöntésére vagy éppen a glamour általi ironikus kioltásukra tör?

A kérdések megválaszolásának első lépéseként néhány belátást kell tennünk Althusser nyomán, amik az ideológiát, ideológiákat és ideologikus állam apparátusokat érintik.

„(...)az ideológia kifejezést Cabanis, Destutt de Tracy és barátaik kovácsolták, melynek tárgyául a gondolatok (genetikus) elméletét jelölték meg. Amikor Marx 50 évvel később átveszi ezt a terminust, már fiatalkori műveitől kezdve teljesen más értelmet ad neki. Ekkor az ideológia gondolatok rendszere, olyan képzeteké, amelyek egy ember vagy egy társadalmi csoport szellemét uralják.”[3]

Azaz: Az ideológia, amely kezdetben az ideák tanát, az ideák vizsgálatát jelentette, csak későbbi fejlődése során jutott többes számhoz, és lettek belőle ideológiák, amelyek már általános társadalmi, világnézeti rendszereket jelölnek és nem azok tudományát. Ez nagyon fontos különbség! Althusser az *Ideológia és ideologikus államapparátusokban* az Iskola munkaerő újratermelésben betöltött szerepéről szólva mondja ki, hogy az iskola a „csinálni-tudást” oktatja, olyan formában, mely biztosítja az *uralkodó ideológiának való behódolást* vagy „gyakorlásának” elsajátítását. „A munkaerő újratermelése tehát nemcsak ’minőségének’ újratermelését tünteti fel, mint elengedhetetlen feltételt, hanem az ideológia „gyakorlásának” való behódolást is”. Az ideologikus befolyásolás formáiban és formái által biztosított a munkaerő minősítésének újratereemtése. Ezáltal lép fel a társadalomban egy új valóság hathatós jelenléte: az ideológiáé.[4] Althusser ezek kimondása után megkísérli az ideológia működésének és központi tételének megközelítését, két tézist mutatva be. Az egyik az ideológia képzelt formája alatt „be-mutatott” tárgyról szól, a másik az ideológia anyagságáról.[5] Ezen a ponton pedig már nagyon közel vagyunk ahhoz, hogy az ideológia kapcsán olyan működési tulajdonságokat fedjünk fel, amelyek közel állnak a divat működésmódjához is.

Az első tézis így szól: „Az ideológia az egyének képzelt viszonyát mutatja be létük valós feltételeihez.”[6] Mit jelent ez? A vallási, jogi, erkölcsi ideológia: mind-mind megannyi „világfelfogás”. Nem felelnek meg a valóságnak, illúziót keltenek, de utalnak a valósra és elég interpretálni őket ahhoz, hogy rajtuk keresztül rátaláljunk a világ valóságára. Azaz, nem a valóságos létezési feltételek, hanem mindenekelőtt az ezekhez fűződő *emberi viszony* képeződik meg az ideológiában, ez a kapcsolat áll az ideologikus ábrázolás középpontjában. Ebben a tézisben a következő fogalmakra érdemes figyelni: ’nem-valós’, ’utal az elképzelt valósra’, ’interpretáció tárgya’. Itt álljunk meg egy pillanatra, tegyünk egy előfeltevést, ami inkább gyanú, majd térjünk át a divat elméleti megközelítésének néhány szempontjára.

Gyanú: Mivel a filozófiai ideológia nem más, mint nyelvben manifesztálódó filozófia, Paul de Man esztétikai ideológiája alapján irodalomként olvasható, hiszen éppúgy ki van téve a trópusok általi fordításnak és elhallgatásnak mint az irodalom. „Minden filozófia arra kárhoztatott, hogy figuratív nyelvhasználatból való függésének mértékében egyben irodalom is legyen, míg minden irodalom, e probléma letéteményeseként egyben filozófia is. Állításaim látszólagos szimmetriája azonban ne ültessen el hamis biztonságérzetet az olvasóban, hiszen ami a filozófiát és az irodalmat e ponton összeköti, az nem más, mint az azonosság és a pontosság közös hiánya.”[7]

A divatról szóló definitív igényű, teoretikus szövegek társadalomtudományos bázisról indulnak, ahonnan nézve a divat a társadalmi megkülönböztető jelek eloszlásának *kontextus*aként definiálódik. Mivel a divat elméleti kontextusában elsősorban jelekről, jelkapcsolatokról és társadalmi jelzésekről, vagyis kommunikációs stratégiákról van szó, felmerül a jelek körforgásának rendszerszerű leírhatósága, mint strukturalista törekvés. Roland Barthes elemzésében megkísérli a divatot, mint a nyelv analógiájára működő rendszert meghatározni és működési sajátosságait leírni. [8] Fontos szempont, hogy a kommunikációs stratégiák jelenléte, a divat társadalmi kommunikációs médiumként való értelmezését támogatja, amennyiben a mindennapi életben motivált komplex nyomolvasás segítségével aktívan részt vesznek a társadalmi jelentésalkotásban. A divathoz való viszonyulás során minden pillanatban interpretációknak tesszük ki, és értékítéletek mentén formáljuk világunkat. Az értékítéletek és interpretációk az esetek többségében valamilyen divat-fogalomhoz viszonyítva történnek, akár pejoratív akár követendő esztétikai kategóriként olvassuk, mindenképpen van egy hozzá köthető ideológikus képzet, amit értelmezünk, a valóságra vonatkoztatunk és megalkotjuk divattal kapcsolatos értékítéleteinket.

Talán könnyen belátható hogy a divat jelenségeinek percepciója során, illetve a hozzájuk fűződő viszony kialakításakor, minden esetben egy olyan külsődleges eszmei bázishoz nyúlunk vissza, ami – hasonlóan az alhusser-i ideológiához egy képzelt viszony formájában utal a valóságra. Ezt a külsődleges – azaz divaton kívüli, mert vonatkoztatott – bázist tekinthetjük *a divat ideológiájának*. A divat ideológiája Roland Barthes strukturális analízisében egy olyan általános jelöltként szerepel, amely látens, mivel egy konnotációs folyamat végén található, és eredeti karakterjegyei a rendszer egészében elfoglalt helyéből származnak. A konnotált jelentés lényegi paradoxonának nevezi, 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)”[9]. Barthes a ruházati jelölő retorikájáról szólva azt a „legközhelyesebb költészethez” hasonlítja, mivel véleménye szerint ha van is retorikája, az mindig szegényes.[10]\_Azonban elismeri, hogy: „(...) azáltal, hogy a testtel érintkezik és egyszerre funkcionál helyettesítőjeként és alcázásaként, okvetlenül tárgya egy igen fontos energiaráfordításnak: ezt a poétikai hajlandóságot a ruházati leírások gyakorisága és minősége tanúsítja az irodalomban.”[11]

A divat elméletének alakulástörténetében már a korai, társadalomtudományos koncepciók óta benne foglaltatik a nyelvvel való összehasonlítás lehetősége. Előjön a nyelv, mint médium, mint közlésforma, mely működéssel a divat működés módja analógnak látszik. Amennyiben argumentálható a kategória ilyen irányú megközelítése, elfogadhatjuk, hogy a divat sem közvetlenül, hanem helyettesítéssel – tropikusan – nyilvánul meg. A divat jeleinek interpretációja akkor jár el helyesen, ha a divatkódok szemiológiai és retorikai viselkedését különbségeik figyelembevételével vizsgálja. A *cultural studies* néhány olyan elméletirója, amelyen többek között Angela McRobbie, Ruth P. Rubinstein, Gertrud Lehnert, Jukka Gronow, John Vignaux Smyth kimutatja, hogy a nyelvhez hasonlóan ontológiai szinten retorikus divat éppúgy olvasható és olvasandó a mindennapi életben, ahogyan olvasása nélkülözhetetlen a mediatisált kommunikáció bármely területén. A divatkódoknak sem tropikus, sem referenciális jelentése nem hagyható figyelmen kívül, mivel olvasásuk során egyszerre működnek kódként és alakzatként is. Működés módjuk felmutatásával meghatározzák azt a kultúrarétegek között működő intertextuális kapcsolatformát, ami a valóságos tér textualizálását mindig alakzatokon keresztül hajtja végre.

Az althusseri ideológia-elmélet II. tézise az, hogy az ideológiának anyagi léte van[12]. Az ideológia mindig egy apparátusban létezik és annak gyakorlatában vagy gyakorlataiban. Ez a létezés anyagi. Az ideológia ideológikus bemutatása csak az eszmék szerinti cselekvésen keresztül lehetséges, melyek gyakorlatokba, rituálékba öntött cselekedetek. Az ideológia szubjektumokként szólítja meg az egyéneket. Már mindig szubjektumok vagyunk, hétköznapi rituáléink során pedig szüntelenül gyakoroljuk az ideológikus felismerés rituáléit. Az ideológikus felismerés mindennapi rituáléinak része lehet az is, amikor tudatosan megválasztott divathoz fűződő viszony alapján válogatjuk meg a viseleti paramétereinket, hogy rólunk egy bizonyos ideológiai üzenet legyen leolvasható.

A divat, ahogyan már korábban megállapítottuk, minden esetben interpretációs mechanizmusokat működtet, hiszen olyan jelstruktúrákkal dolgozik, amelyek bonyolult társadalmi utaláshálókat hoznak működésbe. Ezek a társadalmi utaláshálókat alapvetően ideológikus természetűek, amelyek a divat egyéni műkö-

désmódjával kölcsönhatásban határozzák meg a divatcselekvés természetét. A divatcselekvését, ami bizonyos divatok követését vagy elvetését jelenti, és ilyenformán sohasem lehet szuverén döntés, hiszen mindig magában foglalja a versengést, és/vagy a vágyott közösség utánzását.

Mivel az ideológia ilyen értelemben konnotatív szinten már mindig része a divatnak, kézenfekvő, hogy a diktatórikus alapon szerveződő politikai hatalmi intézmények az ideológiák szintjén kísérelték meg azt igába hajtani. A divat működésének elemi formája az utánzás, az elsajátítás, fontos szegmense az újdonság, a luxussal kialakított viszony, az egyediség vagy az anyagi érték által elnyert tiszteletreméltóság. Egy divat-tárgy akkor vívja ki a megkülönböztető jel státusát, amikor kiszakad abból az anyagi, rituális, szimbolikus meghatározottságból, amely egyáltalán jelleget, jelentéssel ruházta fel. Számos esetet találunk a divat történetében egészen a mai napig arra vonatkozóan, hogy változásaira igenis hatottak politikai ideológiák, diktatúrának mégsem sikerülhet igába hajtani a divatot. Ez a társadalmi kommunikációs médium nem hajlik meg a központilag előírt ideológia előtt, hanem saját ideológiákat választ, és azoknak kerül a homlokterébe. Mivel folyton népszerűségere tör, és mivel a divatjelek individuális adaptációját elsődlegesen kommunikációs cselekvésnek gondolom, azt hiszem, jó eséllyel érvelhetek amellett (és erre e kiállítás is számtalan példát hoz[13]), hogy a divat mindenkori ideologikus bázisa sokkal erőteljesebben beágyazott és szabadabb, mintsem hogy diktatórikus alapon szabályozható legyen. Kialakulása mélyről fakadó és régóta jelen lévő társadalmi viselkedésekről árulkodik, amelyeket módosítani vagy eltörölni nem lehet, legfeljebb több-kevesebb sikerrel hatást gyakorolni rájuk. A szocialista divat esetében fenn áll egy explicit, kimondott és működte-tett kapcsolat, de nem szabad elfelejteni, hogy ez a kapcsolat úgy általában már mindig fennáll a divat és az ideológia között.

#### Felhasznált irodalom

- ALTHUSSER, Louis. (1996) *Ideológia és ideologikus államapparátusok* (Jegyzetek egy kutatáshoz) In: (Kiss Attila Attila, Kovács Sándor s.k., Odorics Ferenc szerk.) *TESTES KÖNYV I. Ictus és Jate Irodalomelméleti Csoport*, Szeged. (373-412.)
- BARTHES, Roland. (1999) *A Divat mint rendszer*. (Ford.: Mihalcsik Zsófia) Helikon Kiadó, Budapest.
- BERGER, Arthur Asa. (1997) *Narratives in Popular Culture, Media and Everyday Life*. Thousand Oaks; London, Sage Publications 1997.

- CONSTRUCTING POSTMODERNISM. (1992) Routledge, New York.
- DE MAN, Paul. (2000) *Esztétikai ideológia*. (Ford. : Katona Gábor) Osiris Kiadó, Budapest.
- GRONOW, Jukka. (1997) *The Sociology of Taste*. Routledge London and New York.
- KLANICZAY, Gábor. (1982) *Divatszociológia I-II*. Tömegkommunikációs kutatóközpont – Membrán Könyvek, Budapest.
- . (2003) *Ellenkultúra a hetvenes-nyolcvanas években*. Noran kiadó, Budapest. (55-85.)
- LURIE Alison. (1992) *The Language of Clothes*. Bloomsbury, London.
- MCCRIBBIE, Angela. (1995) *Postmodernism and Popular Culture*. Routledge, London and New York.
- NICOL, Michelle. (2006) *Es Gibt Kein Ausserhalb von Mode* In: (Christoph Doswald ed.): *Double-Face. The Story About Fashion and Art from Mohamed to Warhol* (22-35.)
- RUBINSTEIN, Ruth P. (1995) *Dress Codes. Meanings and Messages in American Culture*. Westview Press, Boulder – San Francisco – London.
- 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.)
- VEBLEN, Thorstein. (1975) *A dologtalan osztály elmélete*. Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, Budapest.

### Jegyzetek

[1] Elhangzott az *Öltözködés és divat a szocializmusban* című konferencián. Budapesti Történelmi Múzeum, Királypince, 2007. november 5-6.

[2] Lásd ehhez: Michelle NICOL: *Es Gibt Kein Ausserhalb von Mode* In: (Christoph Doswald ed.): *Double-Face. The Story About Fashion and Art from Mohamed to Warhol*, 2006. (22-35.)

[3] (393.) Louis Althusser: *Ideológia és ideologikus államapparátusok* (Jegyzetek egy kutatáshoz) In: (Kiss Attila Atilla, Kovács Sándor s.k., Odorics Ferenc szerk.) *Testes Könyv I. Ictus és Jate Irodalomelméleti Csoport* Szeged 1996. (373-412.)

[4] Op. cit. 377.

[5] Op. cit. 393.

[6] Uo.

[7] (28.) Paul DE MAN: Esztétikai ideológia. (Ford. : Katona Gábor) Osiris Kiadó, Budapest, 2000.

[8] Roland BARTHES: A Divat mint rendszer. (Ford.: Mihalcsik Zsófia) Helikon Kiadó, Budapest 1999.

[9] Op.cit. 172-173.

[10] „(...) 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 (*légies, télies szoknya*), vagy elkoptatott hasonlatokból (*fonálvékonyágú öv*) kölcsönzött sztereotípiák határozzák meg; összességében egy közhelyes retorikáról van szó, azaz egy gyenge információról.” (op.cit. 177.)

[11] Op.cit. 176-177.

[12] (Althusser 1996.) 398.

[13] A megjegyzés az *Öltözködés és divat a szocializmusban* című konferenciához kötődő kiállításra vonatkozik: *Kirakat: Divat a szocializmusban* 2007.október 12-től 2008. január 14-ig, Budapesti Történeti Múzeum.