

TÉZISEK A DIVATRÓL

A divat élő mítosz — a társadalom mítikus élete. A divat görbe tükrében az ember saját torzképét szemlélheti.

1. Valamely dolog, jelenség szociális elterjedése létfeltétele és létformája a divatnak, de a pusztán szociális elterjedés csak az eleve divat jellegű dolgok, jelenségek (ún. tiszta *divatjelenségek*) esetében jelenti egyben divatjukat is. A porszívó gépek vagy a fertőző betegségek nem divatként terjednek.

2. *Tiszta* divatjelenségekről beszélve (mint a női cipők sarokmagassága, egy divatos szín, a sétapálca) eleve feltételezzük a divatot mint az egyes konkrét divatoktól, divatjelenségektől független társadalmi mechanizmust, amely a divatjelenség divatjellegét kezdettől fogva meghatározza. A tiszta divatjelenség is tehát eleve a divat jegyében terjed.

3. A divatjelenségek köre nem szűkíthető le a *tiszta* divatjelenségekre. Sok minden válik divatossá, „divattá“, ami nem divatjelenségeként születik, és gyakran csak az után (vagy jóval az után), miután kisebb-nagyobb mértékben (és nem divatjelleggel) már elterjedt (népművészeti motívumok, személygépkocsi, nyelvtanulás stb.).

4. Minden konkrét divat kialakul és megszűnik. A divatoknak változó *élettartamuk* van; születésük és haláluk okai sokfélék. A divat egészében mint történelmi-társadalmi jelenség, mint az ember sokirányú (a dolgokhoz, önmagához, a társadalomhoz) és sokrétű (lelki, erkölcsi, esztétikai, ideológiai) viszonyulásainak sajátos képlete történelmileg alakult ki és történelmileg fog megszűnni.

5. Egy konkrét divat megszűnése nem jelenti feltétlenül a szóban forgó divatjelenség tényleges eltűnését. A nadrág és a kabát viselését a középkori Európa a népvándorlás népeitől veszi át — divatként; mindkettőt ma inkább viseletnek tekintjük (legalábbis a férfiak esetében); a viseletté válással a nadrág vagy a kabát nem tűnik el.

6. Elvi szempontból egyetlen konkrét dolog, jelenség sem válik szükségszerűen divattá, még egy tiszta divatjelenség sem; nagyon kevés viszont az ember életébe-életéhez tartozó dolog, jelenség, amely ne válhatna divattá. Történelmileg a divat szükségszerűen jelenik meg.

7. Nincs a társadalmi életnek olyan területe, amelyen a divat ne jelentkezhetne (és ne jelentkezne); bizonyos területeken (öltözködés, lakáskultúra, társasági élet stb.) a divatjelenségek legfeljebb gyakoribbak.

8. Az ember elemi szükségletei (mint az alvás, a táplálkozás) és tágabb értelemben a biológiai szükségszerűségek (mint az élet vagy a halál szükségszerűsége) nem válhatnak divattá, de azzá válhatnak a szükségletek kielégítésének eszközei, mikéntjei, az ember egész életmódja, sőt — ha maga választja — halála is.

9. Ami egy földrajzi térségben nem divat, azzá válhat egy másik földrajzi térségben; ami egy társadalmi csoportban, rétegben, osztályban nem divat, egy másikban divatként jelentkezhet.

10. A divat lényegét nem adja meg sem földrajzi, sem társadalmi kiterjedtségének mértéke, sem népességbeli, szociális elterjedtségi foka. A divat lényegét sajátos *divatszükségletekben* és a dolgok, jelenségek sajátos *divat-funkcióiban* kell keresni.

11. A divatnak elengedhetetlen feltétele az *autonóm választás*, amellyel az egyén önkéntesen, szabadon, külső kényszerektől mentesen vállalja a divatot. Amit nem lehet szabadon választani, az nem tartozhat a divathoz, még akkor sem, ha tiszta divatjelenségekről van szó. Aki csak azért ölt magára divatos ruhát, mert nem jutott máshoz, az csak látszólag követi a divatot; kényszerből cselekszik, s ezért tulajdonképpen kívül áll a divaton. A kényszer (ha külső) semlegesíti a divat divatjellegét. Amikor Nagy Péter cár elrendelte bojárjainak a rövid haj viseletét (ami megfelelt az akkori európai divatnak), ez akkor és ott nem volt divatjelenség.

12. A divat megítélésének, az egyes konkrét divatok felismerésének és elhatárolásának kritériumait (túl a látszaton) a divatot és divatokat létrehozó — egyénileg szubjektív pszichikai, társadalmilag objektív: szociológiai s szociálpszichológiai — indítékok és célok jelentik.

13. Mindaz, amit az ember szabadon választhat és vállalhat — lehet divat. A halál is; az öngyilkosság éppúgy lehet divatjelenség, mint formái. Az élet leértékelése és gyakori megsemmisítése a polgári dekadencia egyik divatjelensége. A polgári társadalom viszonyai között élő divatember, ha önként szánja magát halálra — divatos halálnemet választ.

14. A divat feltételezi a szabad választást; ezért a divat az egyéni szabadság megnyilvánulására való törekvés kinyilvánítása (affirmációja) és részleges megvalósulása, ami az egyén részleges önmegvalósulását (önrealizációját) is jelenti.

15. Minél kevésbé érzi magát *szabadnak* az egyén más vonatkozásban, annál inkább kiélheti (és kiéli) szabadságvágyát a divatban. Ezért a divat a polgári társadalomban úgy is jelentkezik mint lehetőség az egyének tömeges lázongására-lázadására a társadalmi kényszerúségek és szükségyszerúségek ellen.

16. A divatban kifejezésre jutó *lázaadás* csak felszíni és illuzórikus: egyszerű érzelmi magatartás, tett nélküli lázaadás, mert pusztán a választás gesztusára (a divat vállalására) szorítkozik, s ez inkább csak jelzés, mint tett; célja nem a kényszerúségek felszámolása, csak menekülés és egy minimálisra zsugorodott szabadságérzet kiélése. A divatban-divattal lázaadás az igazi lázaadásnak csak helyettesítése és szurrogátuma. Spontán és ösztönös, tömegjellege pusztá számszerűség, amelyben az egyén szabadságvágyával együtt izolált marad. Az igazi lázaadás céltudatosságot, célszerű tetteket, tömeges formájában pedig kollektív szabadságvágyat és kollektív tetteket követel.

17. Az ember igazi szabadsága a divatban nem is lehet más, csak *illúzió*. Az egyén minél többször ismételteti a szabad választás gesztusát, amellyel a divatjelenségeket divatjellegükért vállalja, annál inkább divatemberré válik, rabjává a divatnak, s miközben részleges szabadsá-

gával *ámtja* önmagát, valójában egy újabb kényszernek engedelmessékedik.

18. Történelmileg a divat csak akkor jelenhet meg, miután az ember felszabadul elemi *szükségeinek* abszolút, mindent meghatározó kényszeréből, mert csak ezután választhatja meg szabadon szükségletei kielégítésének eszközeit, formáját, egész életmódját; csak ezután alakíthatja ki újfajta szükségleteit és hozhatja létre a megfelelő használati, erkölcsi, esztétikai stb. *értékek* gazdag világát.

19. Messzemenően változatos és tiszta formákban a divat akkor jelentkezik, amikor az ember igényei és lehetőségei is messzemenően változatosak, és számos *alszükséglet* és számos *álérték* is kialakult. *Történelmileg a divat a polgári gazdasági-társadalmi rendben éri el aranykorát.*

20. A divatot történelmileg *divatszükségletek* hozzák létre és éltetik; az egyes konkrét divatokat konkrét divatszükségletek teremtik és tartják fenn. Adott konkrét divat vizsgálatakor elengedhetetlen az immans vizsgálat.

21. A divatszükségletek főbb formái: 1. az *identifikáció* (mint azonosulási törekvés), a) expanzív identifikáció, b) alkalmazkodó identifikáció, c) imitatív identifikáció; 2. *diztingváció* (mint megkülönböztetési, elhatároló törekvés); 3. *reprezentáció* (képviselési, szereplési, kinyilvánító törekvés); 4. *ön-realizáció* (mint önmegvalósító, önkiteljesítő törekvés), valamint ezeknek kombinált formái. A divatszükséglet tehát soktényezős, sokértelmű szociálpszichológiai képlet.

22. A divatszükséglet (mint szükséglete a divatnak) nem a divatjelenségek iránti tárgyi, dologi szükséglet, vagyis nem kötődik a divatjelenség, divattárgy gazdasági, esztétikai vagy praktikus értékeihez; a divatszükséglet egy dolog, jelenség divatjellegének szükséglete, arra irányul, amit a divat divatként kifejez, vagyis a divat funkcionális értékére. A divatjelenség *divatértéke* a dolgok, jelenségek jelentéshordozó, jelző-szimbolizáló képességében rejlik.

23. A divatérték *álérték* (non-valeur). Másfajta értékek visszénye; eredetileg *valódi* értékek alapján alakul ki, többnyire valódi értékekhez társul, ezért valódi értéknek látszik. (Ez a látszat a divat fetiszizációját is jelenti.)

24. Egy praktikus vagy esztétikai szükséglet kielégítésére egy divatjelenség is alkalmas lehet, néha az is, de nem szükségszerűen alkalmas, vagy éppen a legalkalmasabb (többnyire nem az!); ezért a divatjelenség megakadályozhatja valódi értékek *értékrealizációját*. (Legjobb példa erre a giccs.)

25. Valamely dolog, jelenség pusztán divatértékkel is jelentkezhethet a divatban, vagy mert nem hordozója más értékeknek (a divat az *érték-telen* terjesztője is), vagy mert amíg divatfunkcióját betölti, addig másfajta és valódi értékei nem nyilvánulhatnak meg, nem realizálódhatnak. A divat mint a valódi értékek konkurrenciája és érvényesülésük akadálya — *antiértékként* lép fel.

26. A divat valódi értékek terjesztője is lehet, de ez csak másodlagos funkciója, s egyáltalán nem lényege a divatnak. A *divat-manipuláció* számára — néha — lehet elsődleges cél új és valódi értékek terjesztése, ez esetben a divatszükségletet csak eszközként, alkalomként használják

fel (ez jelentené a divat-manipuláció pozitív lehetőségét), de többnyire a divat-manipuláció az értéktelen (vagy csekély értékű) értékesítését célozza.

27. Az emberek egy része nem divatjellegéért vállalja a divatot, ezért valójában kívül maradnak a divaton, mások a divatjelenség divatjellegét is vállalják ugyan, de csak másodsorban, s többnyire alkalmazkodó identifikációval. A divatember nemcsak alkalmazkodik a divathoz, hanem a divat minden funkciójára igényt tart, „kiéli“ és „megéli“ magát a divatban, a divatot elsősorban vagy kizárólag divatjellegéért vállalja, s ha lehetőségei megengedik, mindenben és mindenkor vállalja. A *divatember* sajátos személyiség-típus, lelkialkata, mentalitása ugyanaz, mint a giccs-emberé vagy a sznobé.

28. Valamely dolog, jelenség szociális elterjedését sokféle szűkséglet meghatározhatja, de mind a jelenségnek, mind elterjedésének divatjellege a divatigényekkel, divatszükségletekkel való találkozásából ered. Ha egy dolog, jelenség divatigényt, divatszükségletet nem elégít ki, nem beszélhetünk divatjáról.

29. Egyazon dolog, jelenség az emberek egy részénél divatjelenség (mert divatszükségletet is, vagy csak divatszükségletet elégít ki), másik részénél nem divatjelenség (mert divatszükségletet egyáltalán nem elégít ki) — ezért a divattá váló jelenség *elterjedtségi köre* többnyire nagyobb, mint divatjának *kiterjedési köre*.

30. Az identifikáció mint a divatot létrehozó és fenntartó, egyik szociálpszichológiai indíték feltételezi az egyéni, személyi és társadalmi különbségeket; történelmileg: a személyiségek kialakulását és a társadalmi tagozódást. A divat létrejötté és története egybeesik az osztály-társadalmak létrejöttével és történetével.

31. Messzemenően tiszta és változatos formákban a divat akkor és ott jelentkezik, amikor és ahol egy nagyfokú társadalmi tagozódás párosul a sokféle egyéniség kialakulásának lehetőségével. *Történelmileg a divat a polgári gazdasági-társadalmi rendben éri el aranykorát.*

32. A divatban jelentkező, a divatot létrehozó *identifikáció* formái: a) *expanzív* identifikáció — egy társadalmi csoportnak, rétegnek vagy osztálynak azonosulási törekvése egy másik társadalmi csoporttal, réteggel vagy osztállyal (lásd a kispolgári, az értelmiségi identifikációt); b) *imitatív* identifikáció — valamely társadalmi réteg, osztály azonosulási törekvése egy másik társadalmi réteg, osztály élet-modelljével, annak lemásolásával, utánzásával a maga adott lehetőségei szerint (nem ugyanazt, de ugyanúgy); c) alkalmazkodó (*adaptációs*) identifikáció — az egyén törekvése arra, hogy fenntartsa azonoságát azzal a társadalmi osztállyal, réteggel, amelyhez tartozik, vagy amelyhez tartozónak véli magát; d) az egyének szintjén jelentkező, végeredményben kollektív azonosulási törekvés valamely korszakkal, *személyiségideállal* (amelyet konkrét személy is képviselhet).

33. A divatban jelentkező, a divatot létrehozó *reprezentáció*: az egyén egy társadalmi réteg, osztály tagjaként annak mutatkozik, ami, kinyilvánítja társadalmi mivoltát és hovatartozását. A reprezentációs igény fejeződik ki a *státuszjelekben* és *státusszimbólumokban*. Egy adott társadalmi rétegen, csoporton belül a reprezentációs igény indítja el valamely státuszjel vagy státusszimbólum divatját; terjesztője és kiteljesí-

tője a csoporton, rétegen belüli adaptációs identifikáció igénye. A reprezentáció ez esetben reális; mihelyt egy másik réteg vagy csoport is átveszi ugyanezt a divatot (expanzív identifikációval), a reprezentáció *hazugsággá* válik.

34. Az identifikáció felfelé mutató tendencia a társadalom hosszmetészetében, többnyire egymáshoz közel álló társadalmi rétegek, osztályok között jelentkezik. A kispolgár a nagypolgárral, a dzsentri az arisztokratával kíván azonosulni. A divat történelmi kialakulásánál az expanzív identifikáció a domináns meghatározó.

35. Az identifikáció egyetlen formájában sem tökéletes, inkább érzelmi, *hamis tudaton* alapul, látszólagos, külsőségekben megnyilvánuló jelzésekre és szimbólumokra szorítkozik. Feltételezhető, hogy történelmileg a divat első jelentkezési formája a státusjelek és státusszimbólumok divattá válása (mind reprezentáció, mind adaptációs, majd expanzív identifikáció révén).

36. Státusszimbólum és státusjel között lényegi különbségek vannak. A *státusszimbólum* része a státusnak, hozzátartozik, s mint rész jelképezheti az egészet. Az arisztokrata lovashintója, a bankár luxuskocsija, feleségük gyémántékszerei egy valóságos vagyon részeként státusszimbólumok. A *státusjel* külső járuléka a státusnak, amelyet a szokás, a tradíció vagy más hasonló tényezők avatnak státusjellé, de nem lényegi tartozéka a státusnak. Az expanzív identifikáció leghamarabb a státusjeleket, ezek divatját veszi át és sajátítja ki.

37. A státusjel nemcsak hamar válik divattá, de hamar ki is megy a divatból. Az expanzív identifikációval szemben jelentkezik a *disztingváció*, amely a kisajátított, átvett státusjel helyébe új, megkülönböztető státusjelet hoz divatba; a kisajátított státusjel végül a kisajátítók státusjelévé válik, de miután célja nem ez volt, divatja értelmét veszti, és lassan megszűnik.

38. A státusszimbólumokat nem lehet abszolút értelemben kisajátítani, elvenni, csak átvenni és utánozni lehet, mert a státusszimbólum jelentése állandó (egy gyémántékszer mindig a vagyoni státus szimbóluma marad, még akkor is, ha már nem mindenkinél szimbolizál reális vagyont). A státusszimbólumok divatja ezért kevésbé dinamikus, kevésbé változékony, mint a státusjeleké.

39. A szimbólum viszont jobban megfelel az expanzív identifikációnak, mint a pusztá jel, mert szimbólumértékét akkor is megőrzi, amikor már valójában nem jelképez, csak látszólag. Ez adja meg a státusszimbólum divatfunkcióját, divatértékét és alkalmasságát a divatra abban a társadalmi rétegben, osztályban, amelynek részéről az expanzív identifikáció jelentkezik. Ebben a formájában a divat hazugság, *képmutatás*, és nem menti, hogy ugyanakkor *önámítás* is.

40. Tipikus példáját láthatjuk a divatban is jelentkező státusillúzióknak a nyárspolgárnál. A nyárspolgár tehetős nagypolgár szeretne lenni, de legalább annak szerepében tetszelegni, ezért sok mindent átvesz (valójában keveset vehet át) abból, ami a nagypolgárt külsőleg (reprezentációként) *jelzi*: öltözetet, viselkedést, életmódot. Részben expanzív identifikációval, részben imitatív identifikációval próbálja nagypolgárrá hamisítani magát, de átlátszó látszattal, ami mögül mint hamisítatlan kispolgár bukkan elő. Mindent megtesz a *látszatért*, gyakran mindenét

feláldozza érte (koplal és erején felül gürcöl például egy luxusautóért), igyekszik megszerezni azt a státusszimbólumot, amely nem az ő státusának szimbóluma. Előfordul, hogy egy pozíciót veszített, „lecsúszott“ nagypolgár is mindent megtesz, hogy megőrizze annak látszatát, ami volt. A nyárspolgár annak hazudja önmagát, ami soha nem volt, és nem is lehet. Ez a fajta igény a divat egyik fő mozgatója, éltetője.

41. Egy konkrét státusszimbólum divatélete csak addig tart, amíg a *látszat hitelesnek* mutatkozik. Minél inkább kiterjed divatja, annál inkább csökken a látszat hitele, s a divat fokozatosan megszűnik. Egy, tíz, ezer kispolgár elhitheti, hogy ő nagypolgár, de ezt tömegesen bizonyítani, látszatát kelteni ennek ugyanazzal a jelzéssel — lehetetlen. Ha a divat kezdetben *disztingvál*, elhatárol; terjedése folytán egyre inkább *nivellál*, s ezzel minden konkrét divat magában hordozza saját halálát.

42. A divatban — látszólag — lefelé mutató azonosulási törekvéssel is találkozunk. Ilyen például a népművészet, a népművészeti motívumok, népi viselet elemeinek elterjedése értelmiségi körökben (öltözködésben, lakáskultúrában, művészetekben). Ami itt „lefelé“ mutató, mert a paraszti-népvel való azonosulásnak látszik, az valójában „felfelé“ irányuló, mert a nemzetivel való azonosulási törekvés. Ezt igazolja az egyidejűleg jelentkező disztingváció is, a paraszti-népitől való elhatárolás igénye; a népművészet, népviselet csak akkor és úgy válik divattá, amikor nem a paraszti-népit jelzi, jelenti, hanem a nemzetit szimbolizálja és reprezentálja.

43. A divat az *önmegvalósítás* lehetősége is. Az egyén nemcsak szabadságát, társadalmi szerepét, nemzeti mivoltát stb. élheti (és éli) meg a divatban; sokféle vágya, törekvése megvalósulásának illúzióját nyújtja a divat. De éppen ez a fajta önmegvalósítás, az egyén társadalmi létének, mivoltának, egyéniségének és személyiségének ez a fajta kibontakoztatása, kiteljesítése, amely divatot teremt s amelynek lehetőségeit a divat *illuzórikusan* biztosítja — olcsó és sekélyes, társadalmilag, emberileg alig ér valamit, s nem mutat az igazi humanizálódás irányába. Aki nemzeti érzelmeit és nemzeti mivoltát a divatban éli ki, az éppoly messze van nemzeti mivoltától és ennek reális megvalósulásától, mint a divatban lázadó az igazi lázadótól.

44. A divatot és az egyes divatokat létrehozó és fenntartó okok nem mindig és nem egyidőben ugyanazok. Az okok, indítékok változatos kombinációjáról és helycseréjéről van szó, de emellett sajátos fenntartó, divatot éltető okot is találunk: miután a divat társadalmi képlete már kialakult, a divat egészében, tehát függetlenül konkrét formáitól és a konkrét divatjelenségektől, sajátos értékfunkcióra tesz szert, amelyet a divat *fétisjellege* biztosít.

45. A *divatfétisizáció* a dolgok, jelenségek fetisizációján alapul. A fetisizációt is a dolgok, jelenségek érték- és jelentéshordozó jellege teszi lehetővé.

a) Az értékek általában együtt jelentkeznek; egy hasznos, praktikus, szép, tartós dolog többnyire költséges is. Az *értékasszociáció* megfordul a hamis tudatban, ezért egy „költséges“ dologról eleve feltételezhető, hogy valóban „értékes“. Egy filozófiai fogalom használata ott is filozófiai műveltséget jelezhet, ahol nincs, ezért egy-egy filozófiai

fogalom könnyen válik divatossá, ha alkalmas az ilyenyszerű látszat-teremtésre.

b) Azonos természetű értékek egymással kölcsönhatásban érvényesülhetnek, egymást felerősíthetik, *átsugározzák*, áthatják egymást. Egy önmagában szép ruha megszépíti, egy „eredeti“ öltözet eredetinek mutatja viselőjét. Ugyanaz a ruha, amely kevésbé szép testalkaton nem látszik szépnek, megszépül a szép testformákon.

A divat egyértelműen a dolgok „varázserejének“ *hitére* épül, a hamis tudat a valóságos értékviszonyokat és reális jelzéseket úgy fordítja-forgatja, hogy sajátos értéket teremt belőlük: a divatértéket, ami tulajdonképpen a divat fetiszizációja, a divat különös hatalmába vetett hit; hogy a csúnyát szépnek, a szegényt gazdagabbnak, az öreget fiatalnak, a gyávát bátornak, a műveletlent műveltnek mutatja. De éppen ezért illúzió és álérték a divat.

46. A divatmanipuláció megnyergeli a divatszükségleteket, azt, hogy az emberek szebbek, okosabbak, fiatalabbak, gazdagabbak, egyáltalán: mindig „értékesebbek“ akarnak lenni, mint amilyenek, s elhitteti velük, hogy a divat „értékesebbé“ is teszi az embert. Persze, a hamis tudat kialakítása nem a manipuláció bűne. A *hamis tükrözés* elemei a társadalmi tudatban szükségszerűen vannak jelen.

47. A divatmanipuláció erősíti a divat fétiszjellegét. De egy másik irányban is mélyíti a hamis tudatot: a divatot nem vállalók kevésbé „értékes“ emberek, sőt: korszerűtlenek, maradiak, konzervatívak, perspektívatlanok; a helyes világnézet és magatartás a divatot vállalók világnézete és magatartása. A divat kisajátítja a korszerű értelmét is.

48. A divatban erkölcs, esztétika, politika, ideológia van. A divat nemegyszer válik a társadalmi erők összecsapásának nemcsak porondjává, hanem ütközőpontjává is. Az, hogy a divat erkölcsi világképet is magában foglal, nem jelenti, hogy a divatot egészében *erkölcsileg* kell megítélni és elítélni. (Amikor képmutatásról, hazugságról, hamisításról, önámításról és illúziókról beszélünk a divat kapcsán, e fogalmakat csak a hamis tudat, a divatszükségletek áljellegének, a divat álértékének leírására használjuk, tehát nem tulajdonítunk erkölcsi ítélőerőt nekik; az elemzést, a vizsgálódást tisztán logikai értelemben végeztük.)

49. A divatot történelmileg nem a manipuláció alakítja ki, hozza létre; mint társadalmi jelenség a divat nem valakinek vagy valakiknek a személyes ötlete, „találmánya“. A divat szükségszerűen alakul ki, a divat alapvető, lényegi formái objektív formák, a divatszükségletek objektívnek tekinthető szociálpszichológiai szükségletek. A divatmanipulációnak alkalmazkodnia kell ezekhez, s csupán a divattendenciákon belüli variációk, a konkrét divatjelenségek manipulálására szorítkozhat.

50. A divat történelmileg szükségszerűen, objektív és immanens társadalmi törvényszerűségek alapján jelent meg — s ugyanígy fog eltűnni. Ezért nem lehet külső, erőszakos beavatkozással felszámolni.

Ha a divat létrejötté és története egybeesik az osztálytársadalmak létrejöttével és történetével, akkor további története és megszűnése egybeesik az osztálytársadalmak jövőjével és megszűnésével.

51. A divat *erkölcsi* értelemben se nem jó, se nem rossz.

A divat élő *mitosz* — a társadalom mitikus élete.

A divat görbe tükrében az ember *saját torzképét* szemlélheti.