

XIK

KORUNK

FÓRUM • KULTÚRA • TUDOMÁNY



BAGYURA MÁRTON
BÓKAY ANTAL
EGRI PETRA
ESKÜDT JUDIT
GULYÁS KLÁRA
JÁGER LUCA
KESZEG ANNA
KOLLÁR CSILLA
MAKSA GYULA
M. NAGY EMESE
ORBÁN JOLÁN
PRÉM KATA ZSÓFIA
RÜSZ-FOGARASI ENIKŐ
SZÉLPÁL LÍVIA
TAMÁS ILDIKÓ
TIVADAR ANDREA
TÖMÖ ÁKOS
ZAY ORSOLYA

4

DIVAT

III. FOLYAM

2026.

ÁPRILIS

JK

KORUNK

FÓRUM • KULTÚRA • TUDOMÁNY

HARMADIK FOLYAM • XXXVII/4. • 2026. ÁPRILIS

TARTALOM

TAMÁS ILDIKÓ • Divat, közösség, divatközösség: egy brandalapú hálózat és közösség Magyarországon	3
EGRI PETRA • Budapesttől Míkonoszig: helypoligámia, kozmopolita identitás és divat – Anna Amélie	11
KESZEG ANNA • A kortárs divat időparadoxona	19
TÖMÖ ÁKOS • Járt utak és járatlan ösvények. Új lehetőségek a szocialista divat kutatásában és értelmezésében	26
MAKSA GYULA • Dekonstruált párduecminta. Divat a kortárs afropolita képregényben	32
BAGYURA MÁRTON – JÁGER LUCA • Divat és időskor a digitális térben	39
GULYÁS KLÁRA • „Identitáslenyomatok”. Diplomás romák/cigányok fogyasztási mintázatai és öltözködési stratégiái	46
ORBÁN JOLÁN • Konceptuális divatművészet. <i>Viktor&Rolf</i> dekonstruktív divatnyilatkozatai	53
BÓKAY ANTAL • Tekintet – fétis – anyai abjekt: Alexander McQueen <i>Voss</i> divatperformanszának pszichoanalitikus értelmezése	59
SZÉLPÁL LÍVIA • A női divat kortárs reprezentációja a neoviktoriánus angol történelmi regényekben: John Fowles és Zadie Smith műveinek összehasonlító olvasata	66
ZAY ORSOLYA • Az arany hajháló története – nők és fejviseleteik a régészeti feltárástól a történeti értelmezésig	73
PRÉM KATA ZSÓFIA • A hagyománytól a trendekig. Szerzői jogi kihívások a folklór ihlette divatban	79

■ HISTÓRIA

RÜSZ-FOGARASI ENIKŐ • Kolozsvári kora újkori kutak	86
--	----

■ KÖZELKÉP

M. NAGY EMESE • Jelmezek, divatok a néptáncszínpadon	94
ESKÜDT JUDIT • Művészetből munkaérték: az artifikaáció jelentése és szerepe a divatkommunikációban	100





KOLLÁR CSILLA • Recycling a századfordulón. Egy különleges női díszruha a Magyar Nemzeti Múzeumban	105
---	-----

■ TÉKA

DEMÉNY PÉTER • Szolnok-album (<i>Sasszé</i>)	111
BAKOS ÁRON • Körbejárt szövegvidékek	112
RESTÁS ATTILA • Hídvégi id. Nemes János naplója az 1651–1686 évekről	115
KINCSES EDINA • Beérési folyamatok	119

■ ABSTRACTS	122
-------------------	-----

■ TÁMOGATÓINK ÉVSORA	127
----------------------------	-----

■ KÉP

TIVADAR ANDREA



ALAPÍTÁSI ÉV 1926

Kiadja a Korunk Baráti Társaság ■ Főszerkesztő: KOVÁCS KISS GYÖNGY (történelem)

■ A szerkesztőség tagjai: BALÁZS IMRE JÓZSEF (főszerkesztő-helyettes, irodalom),
CSEKE PÉTER (médiatudomány), GYÖRFFY GÁBOR (társadalomtudományok), RIGÁN LÓRÁND (filozófia,
a Korunk–Komp-Press Kiadó felelős szerkesztője)

■ Gazdasági vezető: KOVÁCS GÁBOR ZSOLT, BALÁZS JÚLIA (titkárság, tördelés), DEÁK SZIDÓNIA (korrektúra)

■ Grafikai arculat: KÖNCZEY ELEMÉR, SZENTES ZÁGON

■ A Korunk grémiuma: DERÉKY PÁL, HORKAY HÖRCHER FERENC, ILIA MIHÁLY, KOVÁCS ANDRÁS,
ROMSICS IGNÁC, TÁNCZOS VILMOS, ZALÁN TIBOR

■ Kiemelt támogató a Communitas Alapítvány és a Romániai Magyar Demokrata Szövetség.

A megjelenéshez továbbá támogatást nyújt a Miniszterelnökség Nemzetpolitikai Államtitkársága,
a Bethlen Gábor Alap, az Iskola Alapítvány, a MOL Románia, a Nemzeti Kulturális Alap és az Amerikai Magyar
Koalíció – Cultural Foundation for Transylvania

■ Szerkesztőség: Kolozsvár, Str. gen. Eremia Grigorescu (Rákóczi út) 52.

Telefon: 0264-375-035; 0742-061-613; ■ Postacím: 400750 Cluj, OP.1. cp. 273, Románia;

Internet: www.korunk.org; <http://epa.oszk.hu/00400/00458>; e-mail: korunk@gmail.com

■ Nyomda: ALUTUS, Csíkszereda, Hargita út 108/A. Tel./fax: 0266-372-407

■ Előfizetést a szerkesztőség is elfogad: egyévi előfizetés díja 120 RON.

A KORUNK magyarországi terjesztését Tóth Ernő Béla E. V. végzi;

a lap megrendelhető a következő telefonszámon: 06-303-539-724, illetve e-mailen: erno.toth.deb@gmail.com

■ Revistă culturală finanțată cu sprijinul MOL România

■ Revistă editată de Asociația de Prietenie Korunk

(400304 Cluj-Napoca, str. gen. Eremia Grigorescu nr. 52.; Cod fiscal 5149284)

■ ISSN: 1222-8338

TAMÁS ILDIKÓ

DIVAT, KÖZÖSSÉG, DIVATKÖZÖSSÉG

Egy brandalapú hálózat és közösség Magyarországon

Tanulmányomban a divat kultúraformáló és társadalmi szerepeivel foglalkozom egy kiválasztott magyar ruhamárka, a *Süel* példáján. Az öltözködés, valamint a divatvilág jelenkori folyamatait „részt vevő megfigyelőként”, antropológiai elméleti és módszertani keretben vizsgálom. Korunkban a kötődés egy-egy divatmárkához újszerű trendeket, kulturális jelenségeket és jelentéseket hívhat életre. Ennek hátterében pedig nemcsak az alulról szerveződő rajongói csoportok állnak, hanem maguk a tervezők, akik komoly figyelmet szentelnek a vásárlóikkal, illetve a tevékenységük iránt érdeklődést mutató közönséggel történő interakciókra. Esetenként személyiségük, tervezői munkájuk komoly közösség-szervező erővé válik, így a márkának nemcsak (akár csoportként is definiálható) közönsége, hanem közönsége is kialakul, amiben a folyamatos részvételiség kulcsszerepet kap.

A közösség fogalmi hálója

■ Hol kezdődik egy közösség, és meddig terjedhetnek a határai? A közösség fogalmát nemcsak a tudományos diskurzusban betöltött szerepe és jelentésfelhője felől érdemes megvizsgálni, hanem abból kiindulva is, hogy az emberek hogyan értékelik (és élik meg), milyen szövegösszefüggésekben használják.

A közösségtanulmány mint módszer lényege egymással összefüggő, egymást átható társadal-



Az ageizmushoz kapcsolódó diskurzus a divatban nem csupán az életkor külső jellemzőiről szól, hanem arról a szélesebb esztétikai és kulturális kontextusról, amely a megjelenő szépségideálokat, a „jól kinézés” normáit és a láthatóság társadalmi feltételeit formálja – vagy éppen korlátozza a különböző korosztályok számára.

mi folyamatok leírása és értelmezése egy világos társadalmi kereten belül, melynek körvonalait mind a kutató, mind a vizsgált csoport tagjai személyesen érzékelik.¹ Az általam bemutatandó hazai divatközösség-modell hálózatelméleti megközelítésben egy sűrű szövésű háló, amelynek alappillére, hogy hasonló ízlésű és érdeklődésű emberek találhatnak egymásra, és az őket összefűző ideák autentikus képviselőit látják a márkában, a tervezőben. A csoport tagjai ismerik egymást, személyes interakció zajlik közöttük az online és/vagy offline terekben is. Saját, specializált közösségi tudással rendelkeznek, és önálló rítusokat és praksisokat alakítanak ki. Olyannyira, hogy az elmaradás és/vagy kilépés a csoportból időnként formalizálódik is, például nyilvános bejelentésként.²

Süel: márka és közösség

■ A 30 éves Süel márka esetében a személyes kapcsolattartás kiépülése jóval megelőzi a napi internethasználat – azon belül is – a közösségi médiarészvétel elterjedésének korszakát, tehát szó szerinti értelemben személyes kapcsolattartást, találkozásokat és beszélgetéseket, közös programokat (például VIP-divatbemutatókat, edukatív programokat, arctorna- és jógaedzéseket, irodalmi esteket stb.) foglal magában egészen a mai napig.

A távolabbi érdeklődők inkább az online regiszterben követik a márka életét, míg a szorosabb értelemben vett közösség – amely a VIP-csoportnak vagy nagyköveteknek egy kisebb regiszterét jelenti – nagyon aktív a jelenléti alkalmakon is. A Süel tágabb közönsége és saját közössége közötti határ itt is megragadható. A Facebook- és Instagram-oldalakon, a TikTok-csatornán a közvetlenség és átláthatóság számos összetevőjét felsorolhatjuk, amelyek részben megfelelnek a közösségi médiában jellemző tartalmaknak, illetve általában az influenszeri tevékenységnek: naponta frissített posztokban láthatjuk a tervező outfitjeit, otthonának részleteit, aktuális tevékenységét (tervezés, fotózások, részvétel hazai és külföldi rendezvényeken stb.), a márka munkatársait (üzleti eladókat, kollaborációban együttműködő kollégákat) és rendszeresen láthatók a családtagok is a fotókon. Bár jelentős átfedést tapasztalhatunk a divatspecifikus influenszeroldalakkal, a személyes interakció jóval elmélyültebb. Ez utóbbi még nyilvánvalóbban tapasztalható a zárt Facebook-csoportban.

Színterek és rítusok

■ A divatipar hamar ráébredt annak fontosságára, hogy a mindennapok részévé vált közösségi média olyan platform, aminek komoly véleményformáló szerepe van, és amire építeni érdemes.³ A divatmárkákhoz kapcsolódó közösségi oldalak létezése tény, számos közös jellemzővel, az általam bemutatandó online közeg mégis számos vonatkozásában elkülöníthető ezektől. A *Süel nagykövetek* nem alalról jövő kezdeményezés eredményeként jött létre, a VIP-csoportot azzal a céllal hívta életre a tervező, hogy a vásárlók, illetve márkanagykövetek megismerjék és inspirálják egymást. Bár az oldalt a tervező hozta létre, a tartalmát a kezdetektől a nagykövetek alakítják és töltik fel saját fotóikkal, bemutatva, hogyan viselik Süel-darabjaikat. A platform születésétől kezdve figyelemre méltó az a dicsérő, erősítő, pozitív kommunikáció, ahogyan a tagok egymás fotóira reagálnak. A fotók alatt gyakran írnak hozzászólásokat, amikből időnként hosszabb beszélgetések alakulnak. A friss VIP-tagok az első posztjaikban gyak-

ran megköszönik a befogadást, a csoport régebbi tagjai pedig bátorító hozzászólásokkal, üdvözlésekkel reagálnak. Ezek az első fotómegosztások az idők során formálissá is váltak, egyfajta közösségi beavatásként, azaz átmeneti rítusként is felfoghatók. Bár vannak olyanok a csoportban, akik habitusuk miatt nem szeretnek fotózni, képeket közölni magukról, esetleg kommentelni sem, jelenlétük csak lájkokon keresztül tud érvényesülni. Ahogy Egri Petra is megfogalmazza, a fotók posztolásának és megosztásának kulcsszerepe van egy adott márkához fűződő kapcsolat kommunikálásában, mert „a közösségi média felhasználóit és alkotóit is aktív márkanyakövetté alakítják azáltal, hogy divatképeket ágyaznak be személyre szabott hírfolyamukba.”⁴ A csoportdinamikában is ez a fajta láthatóság, „rivaldafénybe” lépés jelenti azt az átmeneti rítust, amikor valaki átlép a belső körbe, ahol nagykövetekként tartják számon egymást az emberek. Az is megfigyelhető, hogy a gyakran posztoló és önálló stílust képviselő nagykövetek a tervező mellett szintén csoportszervező erővé válnak, személyiségük kedvelőket von maga köré. Ha hálózati modellként tekintünk a csoportra, a centrum mellett több csomópont is jelen van benne. A nagykövetek állandó szereplői a márka hivatalos, nyílt elérésű platformjainak is, a zárt csoportba feltöltött fotóik minden héten megjelennek a #suelszombat keretében a hivatalos Süel-oldalon is. A VIP-tagok képeiből a Süel-honlap is tartalmaz egy válogatást a közösség menüpont alatt.⁵ A nagykövetek természetesen nemcsak saját, beküldött fotóikkal vannak jelen, gyakran választja őket a tervező a kampányfotózásokra is.

Egy fontos jellemzője a posztolásnak a történetmesélés is. A zárt Facebook-csoportban inkább a nagykövetek, míg a hivatalos oldalon – magától értetődően – a tervező közöl több szöveges tartalmat. Ezeknek a vizuális információt körülölelő, a nézőket orientáló verbális tartalmak jelentősége leginkább abban mérhető, hogy a kifejezetten hosszú szövegeket is elolvassák, és aktívan hozzá is szólnak a résztvevők.

Egy másfajta, szintén a belső körbe lépést jelentenek a jelenléti események, amelyeket a tervező, vagy a központi szerepbe került nagykövetek is szervezhetnek (közös piknik, beszélgetések). Az egyik legkiemelkedőbb alkalom azonban a szűkebb közönséget fogadó divatbemutató, amikor a nagykövetek egymással, a márka divatmodelljeivel és a tervezőkkel is találkozhatnak. A hétköznapi emberek mint márkanyakövete az autenticitás narratívájának részesei is. A termékek népszerűsítése mellett a márka szimbolikus jelentéseit és affektív értékeit közvetítik vizuálisan.⁶

Vizuális és nyelvi kódok

■ A közösségeknek fontos jellemzője, hogy saját szokásokat alakítanak ki, amelyeket a tagok ismernek, elfogadnak és alkalmaznak. Ilyen a már említett beavatási vagy kiválási online rítus. A nyelvi kódrendszer, a sajátos nyelvhasználat szintén egy választóvonalat képvisel a beavatottak köre és a kívülállók között. Sajátos bennfentességet ad az a gyakorlat, hogy a márka termékeinek (a fazonoknak és a színeknek is), egyedi, belső, azaz émikus elnevezései vannak, mint például: *móka mix*, *karnevál mix*, *moha*, *sarkvidék*, *lág*y, *love piros*, *baby rosa*, *very peri*, *retro kék*, (színek) és *szakadt*, *szülinapi ujj*, *Emőke*, *Artemisz ruha*, *apaféle ujj*, *Queen* (fazonok). Ezek alapos és naprakész tudása és használata szintén a belső körbe sorolja a vásárlókat. A nagykövetek számos esetben tudják egymás szín- és fazonpreferenciáit is.

A belső diskurzus különlegessége és közösségerősítő funkciójának része, hogy a márkaszpecifikus szín- és fazonelnevezések eredetének ismerete is informális tudáshoz vagy közvetlenül a nagykövetek tudásregiszteréhez kapcsolódik. Hasonló a helyzet a közösségi standarddá váló hashtagekkel, mint például a *#kékeskedd #kékeskeddj #kékeskeddtünk*. Ez utóbbi hashtageket – értelemszerűen – keddi posztokban használják, és arra utal, hogy keddenként kék színű Süel ruhát vesznek fel, ezáltal is demonstrálva a csoportidentitásukat a megosztott fotókon keresztül. Émikus kifejezések nemcsak szóalkotások révén keletkeznek, hanem sajátos szemantikai módosulásokkal is: a *kötöttség* szó például eredeti jelentésével szemben 'játékosság, könnyedség, szabadság' értelemben használatos. Szpecifikus kódok jelentek meg a *kötött birodalom* vagy a *kötött ruha* jelzős szerkezetekben is, metaforikus kiterjesztésükben ugyanis a közösségképzés körül a fókuszba: az egymásba hurkolódó fonalakból ruhák készülnek, a kész, kötött ruhák pedig – a közös ízlés, rajongás, értékek mentén, valamint az online térben folyó kommunikáció és a jelenléti programokon való részvétel által – barátságokat hívnak életre, embereket kötnek össze.

Luxus, mégis közeli

■ A divat és a luxus kapcsolata nem szorul különösebb magyarázatra, számos szerző foglalkozott már ezzel a kérdéskörrel.⁷ Esettanulmányom szempontjából Satyendra Singh azon megfigyelését emelem ki, ami saját kutatási tapasztalataimmal is találkozok, miszerint egy luxusbárka érzelmi értéket, életstílust és exkluzív élményt kell hogy sugározzon, nemcsak funkcionális előnyöket.⁸ A marketingstratégiában az online jelenlét, a közösségimédia-platformok változatos és minőségi tartalomszolgáltatása és az influenszerekkel való együttműködés sem maradhat ki, ezek segítik a globális közönség bevonását és a történetmesélést. A Süel esetében az utóbbiról már szó esett, a márkagyökerek jelentős része nem tartozik a celebritások körébe, a hírnéven osztozás, a luxusban történő részesedés mégis része annak a tagságnak, amit a VIP-közösséghez tartozás, vagy akár a tágabb holdudvarban történő jelenlét ad, és pontosan azáltal, hogy a márkák ügyfelei között bőven vannak közszereplők, influenszerek, színészek, tehát a hírességek kategóriájának képviselői is.

Az a tény, hogy valaki olyan ruhát birtokol, ami a hírességeken is megfigyelhető, sokak számára egyfajta luxusban történő részesedést is jelent, amit nemcsak a termék megvásárlása képvisel, hanem azok a történetek vagy információk is, amelyek a médiareprezentációkon keresztül egyes fazonokat összekapcsolnak celebritásokkal és fontos eseményekkel. Egy másik, magasabb szintű kapcsolódás pedig az, amikor jelenléti alkalmakon a VIP-tagoknak lehetősége van személyes találkozásokra is a márkához szintén kötődő színészekkel, közszereplőkkel, modellekkel vagy más, a médiában is közsímert szakemberekkel, illetve influenszerekkel. Az ilyen alkalmak általában a Süel showroomjában valósulnak meg, ahol kis létszámú közönség számára divatbemutatókat, színielőadásokat vagy más exkluzív programokat tartanak, és ezek keretében a résztvevők személyes ismeretséget köthetnek a hírességekkel.

■ Fontos megjegyezni, hogy a Süel VIP női és nőket támogató közösség, aminek természetesen nemcsak az képezi alapját, hogy női ruhákat gyártó márkához kapcsolódik. Rendszeresen vannak olyan társadalmi szerepvállalások a brand tevékenységében, amelyek kifejezetten a női jogok védelme mentén szerveződnek. A *Nők a Nőkért Együtt az Erőszak Ellen (NANE)* egyesülettel karöltve éveken át kampányfotózással hívták fel a figyelmet a családi bántalmazás problémájára. Erről a szerepvállalásról a sajtó is tudósított éveken keresztül, az egyik legátfogóbb összefoglaló az *asalon.hu* oldalán olvasható: „A 2014-ben induló program a tervező, Csillag Zsuzsi saját ötlete nyomán valósult meg, és már az előző négy évben is rendkívül nagy sikert aratott a vásárlók és a támogatott szervezetek körében. A vásár most már elengedhetetlen része, mondhatni fő pillére a márka társadalmi szerepvállalásának, ami ilyen hosszú távon, intergráltan igazi kuriózum. [...] Különlegessége a vásárt megelőző kampánynak, hogy nagykövetei túlélők, azaz olyan nők, akik már átérték a családon belüli erőszak valamilyen formáját, és most először vállalják arcukat és a múltjukat a nyilvánosság előtt. A szlogen »A színek a ruhádra valók...« utal a túlélők múltjára, és szorosan kapcsolódik a márka egyedi színvilágához.”⁹

Ezenkívül évente megrendezésre kerül a jótékonyági vásár, amelynek bevételéből közösségi kezdeményezéseket támogatnak. A női jogok mellett ezeknek a kampányoknak kiemelt kedvezményezettjei a gyermekek, tehát a vásárlásokból származó bevételek egy részét a gyermekvédelemnek és árvák segítésének dedikálják. A közösségi jelleg ezekben a tevékenységekben pedig nemcsak az anyagiak – a vásárlói adományozás – révén valósul meg, hanem azáltal is, ahogy a tervező bevonja a közösséget a döntéshozatalba, és közvélemény-kutatást tart, hogy mely szervezetet vagy milyen ügyet támogassanak.

A Süel foglalkozott már női vállalkozók, orvosok, pedagógusok bemutatásával is, aminek a fókuszában a nőket összefűző kihívások, öröklött társadalmi és kulturális minták, illetve ezekre adott kortárs reakciók álltak. A kampány minden esetben támaszkodik a vizualitás és a történetmesélés eszköztárára is. Az előbbi a brand által szervezett, színes Süel ruhákban történő fotózás formájában valósul meg, az utóbbi pedig részletgazdag szöveges megfogalmazásban. A publikálás a Süel hivatalos Facebook-oldalán vagy a honlapján elérhető blog menüponthoz történik. A tervező és a nagykövetek közös döntései ezekben a kampányokban is jelen vannak, a VIP-tagoknak van beleszólása abba, hogy kik kapják meg a márka által biztosított nagyobb láthatóságot. Jó példája ennek a *Superwoman a barátnőm – #Friendspiration* kezdeményezés is, amelyről beszámolt Vanyovszki Mária is az *asalon.hu* oldalán: „a Süel tervezője és fiatal vezetője rendszeresen kapcsolja össze a márkát olyan programokkal, melyekben embereket hoz közel egymáshoz. Lehet az egy ismert személy, egy erőszak áldozata, egy családanya, egy bolti eladó vagy éppen egy rendkívül sikeres üzletasszony. A brand ismertségét ily módon is használva folyamatosan építi a Magyarországon igencsak gyerekcipőben járó női önbizalmat.”¹⁰

Életkor, nőiség, közösség

■ Az utóbbi évek tudományos és társadalmi diskurzusaiban is előtérbe került az ageizmus, ami a jelen tanulmány szempontjából azért is releváns kategória,

mert a Sül közösségének bázisát nem a huszonévesek, sokkal inkább a középkorú nők képviselik. Az ageizmus a társadalmi életkor-alapú előítéletek és diszkrimináció egy olyan formája, amely ma már nemcsak az empirikus gerontológiai vagy szociológiai kutatások témája, hanem a divat- és kulturális vizsgálódásoké is. Robert N. Butler már a 20. század második harmadában megfogalmazta az életkor miatti megkülönböztetés problematikáját, amelynek egyik leggyakoribb megnyilvánulása az idősek negatív, leegyszerűsítő sztereotípiák alapján történő megítélése vagy társadalmi szempontból láthatatlanná tétele.¹¹ A divatiparban és médiában ez azzal párosul, hogy a vizuális reprezentációk és reklámok elsősorban a fiatal, „ideális” testtel és megjelenéssel azonosítják az értéket és szépséget, miközben az idősebb korosztály vizuális reprezentációja elenyésző vagy marginalizált marad, ami tovább erősíti a társadalmi kirekesztést. E kutatások rávilágítanak arra, hogy a divat és a médiában jelen lévő ageizmus nem csupán esztétikai preferenciák kérdése, hanem strukturális hatású kulturális jelenség, amely a közösségi média berobbanása után még fokozottabbá vált.¹²

Az esztétikum és a divat nem egyszerűen ízlés vagy trend kérdései, hanem a társadalmi jelentésképzések és identitásformálások eszközei. Az esztétikum filozófiai értelemben a szépség, ízlés és érzéki tapasztalat vizsgálatát jelenti, amely a divat esetében azt is magában foglalja, hogyan ítéljük meg a ruhák, stílusok és testek látványát és jelentését a társadalmi kontextusokban. A divat- és kultúratudományok e vizsgálódást továbbviszik azzal, hogy a divatot a társadalmi identitások, normák és hatalmi viszonyok tükröződéseként értelmezik – például hogyan hordoz és közvetít a divat vizuális jelentéseket társadalmi vagy korosztályi csoportokról. Ebben a vonatkozásban az ageizmushoz kapcsolódó diskurzus a divatban nem csupán az életkor külső jellemzőiről szól, hanem arról a szélesebb esztétikai és kulturális kontextusról, amely a megjelenő szépségideálokat, a „jól kinézés” normáit és a láthatóság társadalmi feltételeit formálja – vagy éppen korlátozza a különböző korosztályok számára.¹³

A Sül azon magyar márkák közé tartozik, amelyek elsőként tettek az idősebb korosztályok láthatóvá tételéért a különféle divatreprezentációikban. Jóllehet a lookbook fotózások általában a harmincas korosztályba tartozó modellekkel zajlanak, a kampányfotózásokon, a divatbemutatókon és az online platformokon rendszeresen láthatóak a Süelt viselő idősebb korosztályok. A több generációra kiterjedő jelenlét nemcsak a láthatóságról szól, hanem az életkorhoz kötődő esztétikum és a társadalmi elvárások közötti feszültségek oldására is törekszik. A márka azt kommunikálja, hogy mindenki merjen színes lenni, ami nemcsak a kortárs elvárásokra, hanem nagyon régi tradíciókra reflektál, sőt annak a megkérdőjelezésére ösztönöz, hogy a színes viseletek hagyományosan a fiatalabbakat illetik meg, míg az kor előrehaladtával az öltözet egyre sötétebbé, színtelenebbé válik. A bátor színhasználattal mégsem azt az illúziót próbálja a márka keltetni, hogy mindenkinek fiatal(os)nak kell látszani, illetve erre kell törekedni. Éppen ellenkezőleg: kommunikációjában a márka arra is figyelmet fordít, hogy segítsen az elfogadásban és az időskori szépség megismerésében. Gyakran látunk a Sül platformjain a korukat elfogadó, ősz hajú modelleket, akik filterek nélkül vállalják a vonásaikat, egyfajta „trendi ellentrendiséget” hirdetve.

Bár a társadalom átlagéletkora jelentősen megnőtt, az esztétikum kifejeződésének ideálképe a fiatalsághoz kötött. „Ahogy a kínai mondás tartja, a fiatal szépségét az ember rögtön látja, az idős szépségét meg kell tanulni meglátni” – írja Boga Bálint, arra is ráirányítva a figyelmet, hogy az utóbbiban kulcsszerepe

van a kortárs társadalmi tapasztalatoknak.¹⁴ A Süel oldalán megjelenő fotók és a hozzájuk csatlakozó pozitív és megerősítő kommentek révén a márka ebben az esztétikai edukációban is részt vállal.

Közösség és ellenkultúra

■ Fontos kiemelni, hogy ez a meghatározóan női közösség feminista felhangok és az „univerzális nő” címke mellőzésével kommunikál. Az „univerzális nő” a mainstream kommunikációban jellemző kifejezés a női karakter elnagyolt, homogenizáló, globális megjelenítésére, vagyis a kulturális, vallási, életkori sokféleség összerosmására.¹⁵ A feminista megközelítések jelentős részétől az is elkülöníti ezt a női közösséget, hogy az erő és kreativitás megfogalmazásában kerüli a *masculin default* eszköztárat és a nemi különbségeket dekonstruktív módon közelíti meg: a puhaságban, lágyságban, nőies megjelenésben jelen lévő erőt demonstrálja az ellentétes előjelű férfiattribútumok átvételével szemben, ami gyakran jellemzi a feminista kifejezésmódot. Azontúl, hogy a puha és lágy jelzők metaforikusan is összekötik ezt a kifejezésmódot a márka kötött termékeivel, „kötöttségeivel” is, a nők erejének, társadalmi fontosságának megmutatása szándékoltan a nő archetípusán keresztül történik, mégis elkerülve a bináris skálán történő direkt elhelyezéseket, a férfiszerepekkel és attribútumokkal opozícióban definiált nőiséget.

A bemutatott jelenségek alapján látható, hogy a Süel és a hozzájuk hasonló divatközösségek ellenkultúra-jelleget is öltenek, hiszen mindazokkal a negatív tényezőkkel szemben – mint például a fiatalság kultusza, a fast fashion, a közösségek válsága – definiálják magukat, amik miatt sokan elutasítókká váltak a divatiparral szemben. Olyan közösséget formálnak, amelyben elutasítják a kártékony, környezetromboló és átláthatatlan gyártási és szállítási folyamatokat, a méltatlan munkakörülményeket vagy éppen az idősödésből fakadó kulturális és társadalmi hátrányokat. Ez a szembenállás nemcsak az elvek szintjén valósul meg, hiszen a tervező és közössége ezekkel az ideológiákkal összhangban és egymással interakciókban működnek, legyen szó társadalmi, globális vagy helyi ügyekről vagy egyszerűen a közösség megéléséről, egymás erősítéséről az online platformokon és a jelenléti programok keretében.

■ JEGYZETEK

1. Bővebben lásd: Kovács Éva (szerk.): *Közösségtanulmány. Módszertani jegyzet*. Néprajzi Múzeum – Pécsi Tudományegyetem BTK Kommunikációs Tanszék, Bp. – Pécs, 2007. <https://kisebbssegkutato.tk.hu/uploads/files/olvasoszoba/regiokonyvek/kozossegtanulmany.pdf>
2. Bár csak egyetlen ilyen esetet ismerek, amikor egy volt tag a privát Facebook-csoportban egy posztot szánt az elkészítésre, ez a példa is szemlélteti, hogy ezek az emberek folyamatos interakcióban lévő közösségként tekintenek magukra.
3. Bővebben lásd: Keszeg Anna: *Divat-újratervezés. A kortárs divat médiaműködései. Esettanulmányok*. METU Teória 3. Budapesti Metropolitan Egyetem, Bp., 2022.
4. Egri Petra: *Nő, anya, divatinfluenster? Chiara Ferragni Warrior Woman and Mother ruhája a Sanremói Fesztiválon*. Me.Dok 2024. 1. sz. 33–52.
5. <https://suel.hu/kozosseg-a-suelnel/>
6. Nick Rees-Roberts: *After fashion film: social video and brand content in the influencer economy*. Journal of Visual Culture 2020. 3. sz. 405–421.
7. Isabel Cantista –Teresa Sádaba: *Understanding Luxury Fashion. From Emotions to Brand Building*. Palgrave Macmillan Cham, 2020.; Pedro Yael – Enav Friedmann –Sandra Maria C. Loureiro: *High-end fashion as a social phenomenon: Exploring the perceptions of designers and consumers*. Journal of Retailing and Consumer Services July 2024.

8. Satyendra Singh: *Luxury and Fashion Marketing. The Global Perspective*. Routledge, New York, 2021.
9. Vanyovszki Mária: *A színek a ruhákra valók – Süel jótékonyági vásár*. A Salon Budapest. Asalon.hu 2018. november 12. https://asalon.hu/hu/events/a-szineket-ruhakra-valok-suel-jotekonyasagi-vasar_1852
10. Vanyovszki Mária: *Superwoman a barátnőm – #Friendspiration SÜEL módra*. A Salon Budapest. asalon.hu 2018. január 08. https://asalon.hu/hu/news/superwoman-a-baratnom-friendspiration-suel-modra_1562
11. Robert N. Butler: *Age-ism: Another Form of Bigotry*. The Gerontologist 1969. 1. sz. 243–246. Robert N. Butler: *Why Survive? Being Old in America*. Harper & Row, New York, 1975.
12. A témáról lásd pl.: Egri Petra: *Az ageizmus dekonstrukciója a divatiparban: Iris Apfeltől Zsigmond Dóra kifutójáig*. Szépirodalmi Figyelő 2025. 1. sz. 74–84.
13. Kathleen Woodward (ed.): *Figuring Age: Women, Bodies, Generations*. Indiana University Press, Bloomington – Indianapolis, 1999.; Margaret M. Gullette.: *Aged by Culture*. University of Chicago Press, Chicago, 2004.; Julia Twigg: *Clothing, age and the body: a critical review*. Ageing & Society 2007. 2. sz. 285–305.; Denise C. Lewis – Medvedev Katalin – Desiree M. Seponski: *Awakening to the desires of older women: Deconstructing ageism within fashion magazines*. Journal of Aging Studies 2011. 2. sz. 101–109.; Ela Veresiu – Marie-Agnès Parmentier: *Advanced Style Influencers: Confronting Gendered Ageism in Fashion and Beauty Markets*. Journal of the Association for Consumer Research 2021. 2. sz. 263–273.
14. Boga Bálint: *Az esztétikum szerepe az „aktív öregedés”-ben (A téma szubjektív vázlata példák-kal)*. Kultúra és Közösség 2019. 4. sz. 105–112.
15. Julia Kristeva: *A nők ideje*. In: Kis A. A. – Kovács S. – Odorics F. (szerk.): *Testes könyv 2*. ICTUS, Szeged, 1997. 327–356.



EGRI PETRA

BUDAPESTTŐL MÍKONOSZIG

Helypoligámia, kozmopolita identitás és divat –
Anna Amélie

A globalizáció a késő modern társadalmak egyik meghatározó strukturális folyamata, amely nemcsak a gazdasági termelést, hanem a kulturális jelentések előállítását és cirkulációját is alapvetően átalakítja. Ulrich Beck *Mi a globalizáció?* című művében amellet érvel, hogy a globalizációt nem lehet kizárólag gazdasági dimenzióként értelmezni, mivel az egy átfogó társadalmi folyamat, amely minden életformát és kulturális jelentésrendszert átalakít. A kultúraként értett divat általában véve, Beck felől olvasva egy olyan implicit szimbolikus közvetítő rendszerként fogható fel, amely képes áthidalni a globális és a lokális közötti feszültségeket. „A globalizáció azt is jelenti, hogy a helyi kultúrák összevonódnak, egymással találkoznak, és ebben a 'clash of localities'-ben tartalmilag új értelmezést igényelnek. Robertson a kulturális globalizáció alapfogalmának a 'glokalizációt' javasolja, amely a globalizáció és a lokalizáció szavak kombinációjából jön létre.”¹ Ebből az is következik, hogy a „globális kultúrát”² nem értelmezhetjük statikusan, hanem kizárólag kontingens és dialektikus folyamatként, a glokalizáció mintájára, amelyben így az ellentmondásos elemeket együttesen kell kezelni.³ Mindezek tükrében a tanulmány

A tanulmány az EKÖP-25-4-II-PTE-672 számú projekt a Kulturális és Innovációs Minisztérium, a Nemzeti Kutatási, Fejlesztési és Innovációs Alapból nyújtott támogatásával, az EKÖP-25-4 kódszámú Egyetemi Kutatói Ösztöndíj Programjának keretében valósult meg.



Ariadné fonala az Anna Amélie életstílus márka egyes kollekcióinak az esetében egy olyan metaforaként működik, amely a divatot mint kulturális rendszerek hibrid hálózatát jelenítik meg, amely a lokalitásból indul ki (legyen az a kiindulás a görög mitológia, vagy akár magyarság eredetének mítosza), de transzlokális érvényességgel bír.

célja annak vizsgálata, hogy miképpen értelmezhető a Budapesten és Míkonoszon is jelen lévő Anna Amélie divatmárka működése és identitása Ulrich Beck globalizációelméletének olyan fogalmi keretei között, mint a lokális és globális viszonya, valamint a *helypoligámia* és a *kozmpolita* szemlélet. Ulrich Beck kultúrszociológiai elméleti kerete lehetővé teszi annak megértését is, hogy az Anna Amélie nem csupán divatmárka, hanem egy olyan, kifejezetten a dizájn területén tevékenykedő kreatív iparági szereplő is egyben, amely reflexív módon mozog a globális és a lokális erőterek között. Amely kiváló példája annak, hogy a helyi és a globális dimenziók nem oppozíciók, hanem kölcsönösen feltételezik egymást. Beck *helypoligámia* fogalma felől jó eséllyel válhat később értelmezhetővé az Anna Amélie transznacionális vásárlóközönségének tanulmányozása is.

A márka rövid története: magyarországi és nemzetközi kollaborációk

■ Az Anna Amélie márkát Oláh Anna alapította 2011-ben, kezdetben még az a céllal, hogy saját tervezésű prémiumminőségű táskákat és kiegészítőket értékesítsen Magyarországon. 2018-ban a márka bővült, és egy olyan „életmód-márkává” alakult át, ami ruhákat, kiegészítőket, lakberendezési tárgyakat és art printeket, valamint workshopokat – ahol a résztvevők saját táskáikat készíthetik el a dizájnér közvetlen segítségével – értékesít. A csapat így kiegészült Waldron András művészeti vezetővel. A márka 2021-ben nyitotta meg első önálló üzletét Budapest szívében az Irányi utcában. 2023-ban debütált külföldön, a görögországi Míkonosz szigetén, ami a luxusdivat és a mediterrán elegancia egyik szimbolikus helyévé vált napjainkra. Egy olyan helyről van szó, ami a luxusturizmus egyik kedvelt célpontja, s Görögországon belül is eltér a többi sziget mindennapi életformájától.⁴

Az Anna Amélie márka 2019-től kezdve kollaborál hazai és nemzetközi márkákkal. 2019-ben a budapesti Katona József Színház és a Queen’s Court Hotel⁵ tereit változtatta át és a Mazda autómárkával, a Levi’sszel, a Sketchersszel, a NYC sminkmárkával, valamint a magyarok által alapított MOJO prémium elektronikai márkával működött együtt. 2021-ben tovább folytatódhattak a technológiai iparhoz kötődő kollaborációk, így a Lenovóval folytatott együttműködés mellett az Erste Bank George applikációjához készített Oláh Anna minikollekciót. Később, 2022-ben az 1664 Blanc márka nagykövete lett, valamint a Samsung Galaxy Z Fold4 közösségimédia-kampányának kreatív anyagához kértek fel, amellelt, hogy egy önálló kollekcióval rukkolt elő a Samsung számára is. 2023-ban a Feel Flux márka mágneses STEM játékeinak felületén köszönt vissza a jellegzetes Anna Amélie vonalvezetés, majd a Coca Cola ROSALÍA promóciójában is feltűntek rajzai. 2024-ben az Estée Lauder és az Omorovicza kozmetikai márkák kérték fel együttműködésre. 2024-ben és 2025-ben is kollaborált a TISZA cipőmárkával egy saját dizájnernollekció létrehozásában. Szintén 2024-ben egy Balaton-parti szórakozóhely kültéri arculatát is Oláh Anna jellegzetes vonalrajzaival díszítették Zamárdiban. 2025 nyarán a Hilton szállodalánc White Raven bárjával együttműködve létrehozott egy saját koktéllollekciót, amely nemcsak személyre szabott kristálypoharakat jelentett már, hanem egy önálló koktélfizkreációt is, illetve a bár vizuális világában – beleértve a skybarhoz vezető liftet – is visszatértek a kollaboráció főbb vizuális jegyei. Hazánkban a Kékajtó Pin-

céset borcímkeit (2022-től) is Oláh Anna munkái díszítik, de a Rókusfalvy, illetve a Don Julio tequilamárkakkal is sikeres kollaborációkat tudhat maga mögött a márka. Saját ruhákat és kiegészítőket készített el részükre, amelyek aztán az Anna Amélie webshopjában is megvásárolhatóak voltak korlátozott darabszámban. Az együttműködések tehát átíveltek az országhatárokon is, jó példa erre egy nemzetközi performansz 2025 júliusának elejéről, amikor Míkonoszon a Kopajos dizájnerruhaüzlet tizedik évfordulójának apropóján Oláh Anna festőperformanszának lehettek tanúi a vásárlók.

Jellegzetes vonalrajzai ma a márka védjegyévé váltak. Oláh Anna így emlékszik vissza a kezdetekre:

„Az Anna Amélie egy nagyon személyes brand, és minden, ami velem történik, idővel szépen belefolyik a márkába is. A rajzolás is egészen kicsi korom óta része az életemnek, de valahogy sokáig nem éreztem, hogy ezt meg kellene mutatnom egy szélesebb közönségnek. Pontosan emlékszem arra, hogy ez az egyvonalas irány akkor indult, amikor nyolcéves koromban apukám felolvasta nekünk *Az Ezüst-tó kincsét*, és én közben több száz 10 x 10 centis papírt rajzolgattam tele. Ezek akkor még inkább geometrikus formák és nem figurális ábrázolások voltak, de a tűfilcbe és a vele rajzolható finom vékony vonalakba ekkor szerettem bele. Azóta is ez a kedvenc eszközőm, s imádom a látványt, ahogy a fekete vonal végigszalad a fehér papíron.”⁶

Szintén a gyermeki fantáziavilág inspirálta Eke Angéla színésznő és Oláh Anna *Ssss...Alvószínház* című performanszát. Az előadás premierjét 2024. januárjában tartották, látványtervezője Oláh Anna volt, s a produkció is először az Anna Amélie showroomban valósult meg, majd a budapesti IKEA Órs vezér téri áruházban⁷, illetve a fertődi kastélyban⁸ folytatódott. A színházi előadás során Eke Angéla mesészínházát az Oláh Anna által rajzolt ágyneműkben és szemfedőkben fekvé hallgathatta, vagy éppen aludhatta végig a közönség. A *Ssss...Alvószínház* sikere – ahogyan az az *Art is Business* weblapján is jelezve van, a kezdetektől fogva komoly profitot termelt – annak is köszönhető volt, hogy „a színésznő és a dizájnermárka közönsége keveredett, ami mindkét fél esetében pozitív eredménnyel járt. (...) A *Ssss... Alvószínház* produkcióval több márka is össze tudta kapcsolni termékeit: például az Estée Lauder zárt körű előadások keretében mutatta be az éjszakai arckrémjét, és az Omorovicza luxus bőrápoló márka is az *Alvószínház*hoz csatlakozva tartotta zárt körű rendezvényét.”⁹ A formabontó produkció alapötlete a felolvasószínház hagyományából bontakozhatott ki, amelyben a meditáció és az élő installáció élménye is egyesült. A nézők egy fekvő-installációban, betakarózva hallgathatták végig, olykor „aludhatták” át az előadást. „Az alapötlet a művész hiányélményéből fakad: neki ugyanis nem olvastak mesét a szülei kiskorában, épp ezért szeretné átadni felnőtt társainak az élményt, akár mesélnek a saját gyerekeiknek, akár nem.”¹⁰ Az egyedi mese Eke Angéla karanténprojektjeként készült el, a Covid-19-pandémia hatásának következtében. A színésznő a *Fehérlófia* történetét dolgozta át oly módon, amiben mindenki azonosulhat valamelyik szereplővel. Az Anna Amélie márka a *Ssss... Alvószínház*ból inspirálódva dobta piacra az *Angie's Tale* nevű kollekciót. „A ruhákon és táskákon Angéla meséjének szereplői és egyes jelenetei köszöntek vissza, valamint készült hálóruga, pizsama, csésze, így az előadáshoz szofisztikált módon kapcsolódott a merch kollekció.”¹¹

A produkció azonban messze túlmutatott egy jól sikerült kollekción. Ugyan-
ebben az évben jelölte a Glamour Magazin az év színésznőjének Eke Angélát,
az év divattervezőjének pedig Oláh Annát (*Glamour Women of the Year Gala*).
A díjátadó napján Eke Angéla formális megjelenését – aki egy fekete, kagylózse-
bes blézert viselt az ABODI márkától – Oláh Anna testrajzai dobták fel. A dizájn-
er festővászonként használta Eke Angéla szabadon maradt bőrfelületét, és közös
színházi projektjük szereplőit festette rá.¹²

Helypoligámia és kozmopolitizmus

■ Az Anna Amélie márka működése – amely egyszerre van jelen a görögországi
luxusnyaralóhelyen, Míkonoszon és a magyar fővárosban, Budapesten – igazol-
ja Ulrich Beck azon tételét miszerint a globalizáció nem a nemzeti identitások
eltűnését, inkább annak újraértelmezését eredményezi. A márka mindkét hely-
színen úgy tűnik fel, mint egy mediterrán életérzést közvetítő kézműves luxus-
brand. Míkonosz a transznacionális luxusfogyasztás, az életstílus-globalizáció
jelképe, míg Budapesten inkább egy vágyott életérzés ígéretét közvetítik az Oláh
Anna keze alatt megszületett termékek a fogyasztók irányába. A márka kollekci-
ói általában figuratív mintákra és a görög ábécé betűire épülnek. Ezek sokszor a
görög életérzésre (például Greek Lovers Club kollekció) vagy mitológiára reflek-
tálnak. A görög ábécé használata ugyanakkor egyfajta egzotizálásként is felfog-
ható, ugyanis az Anna Amélie ruhák és kiegészítők megcélzott vásárlóközönsége
általában nem a görög fogyasztók, hanem a mikonoszi turisták szerte a világból,
illetve a budapestiek, esetleg a városba látogató turisták. Ez a kettősség és a ter-
vező identitását is meghatározó *helypoligámia* átíródik aztán a márka DNS-ébe,
saját vizuális nyelvezetet alkotva.

Beck fogalmi rendszerében a *transznacionális helypoligámia*¹³ az, amikor
„több hellyel, különféle világokkal adjuk össze magunkat (...) és szélesre tárjuk
életünk kapuját a globalizáció előtt”.¹⁴ Ez azt feltételezi, hogy az egyén nem ki-
fejezetten egy külső kényszer hatására (mint háború, vagy megélhetés), hanem
általában saját választása miatt több földrajzi helyen is „otthon” érzi magát, vagy
éppen „az ember újra és újra beleszeret a helyszínek különbözőségébe, arcaiba,
történetükbe.”¹⁵ Az „hogyan éppen hova vágyódik attól a helytől függ, ahol éppen
hosszabb ideje tartózkodik.”¹⁶ Ekkor az egyén élete már sokhelyű, életútja pedig
transznacionális. „A helyszínek csereberéje és választhatósága szálláscsinálója
az életút globalizációjának.”¹⁷ – írja. Ez azonban Beck szerint nem jelent eman-
cipációt, sem az emancipáció hiányát, sem automatikus kozmopolita szemléle-
tet, „hanem valami újat jelent, amire az ember vágyik, vagy kíváncsi lesz, hogy
megfejtse ezt a világot.”¹⁸ Ebből az alapélményből születik meg a márka ese-
tében a *helypoligámia* és ezáltal íródik bele a mediterrán életérzés is az egyes
kollekciókba.

Oláh Anna a fentebb idézett interjúban kiemeli, hogy az Anna Amélie már-
ka identitástörténete mindig összefügg saját élettörténetével. A tervezőnél idő-
vel egy nagyobb elmozdulás rajzolódik ki a *kozmpolita* életmód irányába,
hiszen 2015-ben a *Stylemagazin* újságírójának azon kérdésre, hogy felvető-
dött-e benne valaha is, hogy inkább külföldön tanuljon, vagy közvetlenül a
diploma után szerencsét próbáljon külföldön, lényegében következetesen
nemmel válaszol:

„Amikor végeztem, megörököltem egy lakást (...) és úgy éreztem, hogy ez okkal történt így, nem véletlen, hogy rám hagyott a nagypapám egy gyönyörű, elegáns polgári lakást, nagy belmagassággal. Tökéletes volt az induláshoz. Mindig is és most is úgy vagyok vele, hogy először itthon szeretnék fészket rakni. Szállodálgathatok össze-vissza, mint a költöző madarak, de az elmúlt négy évben, mióta megalakult a márka, rengeteget tanultam, amit nem biztos, hogy tudnék, ha külföldön vágok bele a munkába. Mostanra jött el az idő, hogy érdemes a világpiacon felé is kacsingatni”¹⁹ – nyilatkozta egykor Oláh Anna.

Ez változik meg gyökeresen akkor, amikor a márka Míkonoszon is szerencsét próbál, és a tervező egy *kozmpopolita* életet kezd. 2024 tavaszán az *Instyle Magazin* hasábjain a tervező már amellet érvel, hogy:

„Nem történhet meg minden egyszerre (...) Meg kellett tanulnom türelmesnek lenni. Amikor ott álltam Mykonoson (sic!) a frissen nyitott boltomban, és egyszer csak megjelent egy csodálatos ember, aki korábban nem ismerte a márkát, de meséltem neki róla, akkor megértettem, és megérezttem, hogy megérte várni. Görögországban a boltosok a 'ypomoní', azaz a türelem szóval köszönnek egymásnak – nekem ez mindennél többet tanított ebben a tavalyi nyári szezonban. Bizonyos dolgokat nem lehet siettetni.”²⁰ – vallja később a tervező.

Ulrich Beck *kozmpopolitizmus*ának centrumában az a képesség áll, amikor az egyén és az intézmények több kulturális logika mentén is képesek működni. Az Anna Amélie márkaidentitása ebben az értelemben *kozmpopolita*, tehát nem kizárólagosan egy nemzeti narratívát képvisel – külön ki kell emelni, hogy szándékosan nincsen jelen Magyarországon a Budapest Central European Fashion Weeken saját kollekcióval, ám az Elle Magyarország által szervezett kisebb divatshow-kon igyekszik évről évre új kollekciókat bemutatni –, hanem inkább kulturális jelentések hibrid hálózatát hozza létre.

Erre a Beck által megfogalmazott *kozmpopolita* életmódra szintén jó példa az is, ahogyan 2021-ben saját kulturális identitásáról vall Oláh Anna, aki az év egy részét ekkor már a görögországi luxusnyaralóhelyen tölti (ez a tavaszi, nyári és kora őszi időszakot öleli fel, vagyis azt, ami a sziget élete szempontjából nyaralószezonnak minősül), másik felét (késő ősszel és egész télen) pedig Budapesten. Arra az interjúkérdésre, hogy „Mit jelent számodra az otthon?” ugyan tömör, ám lényegre törő választ ad a dizájner: „A válasz egyértelműen Görögország, ahol anyukám is él.”²¹ Mégis a több helyhez kötöttség érzékelhető a márka esetében – melyről Oláh Anna fentebb megjegyzi, hogy minden, ami vele történik, idővel a márka identitásában is megjelenik – hiszen az időtlenség és az életstílus nem egyetlen kulturális térhez kötődik, hanem globálisan olvasható, lokálisan értelmezett jelentéshalmazt alkot. A globalizáció itt a márka esetében nem jár együtt a lokális identitás feloldódásával, inkább újraformálja azt. Az *Angie's Tale* kollekció formavilága és a textileken megjelenő alakok (Fehérlófia, Vasgyúró, Kőmorzsoló, Fanyűvő) például direkt utalásokat tartalmaz a *Fehérlófia* mesére, amely a magyarság folklórában is kiemelt történet. Míg a *Greek Lovers Club* kollekció explicit módon kapcsolódik a globális térhez, vele együtt a mediterrán életérzéshez. A kollekció formajegyei a szabadság, az érzékiség és a szerelem motívumai köré szerveződnek, miközben a görögség nem autentikus folklór-

ként, hanem inkább egy életstílus szimbólumként jelenik meg. A *Greek Lovers Club* nem „görög kollekció” a nemzeti reprezentáció értelmében, hanem egy transznacionális életérzés vizuális narrálása a ruhákon. A textileken többször megjelenik az „agapé” kifejezés a görög ábécé betűivel, amely szintén egy utalásnak tekinthető, és az önzetlen, feltétel nélküli szeretetet jelöli. Utalás történik itt tehát a görög filozófiai hagyományra is, amely nem veszíti el jelentését a globális divatkontextusban, hanem inkább kortárs művészi értelmet nyer, ugyanakkor nem egy egyetemes „görög identitást”²² kínál, hanem inkább egy olyan nyitott kulturális teret, amelyben a mediterrán életigenlés a globális fogyasztói identitás részévé válhat. Az agapé ugyanakkor összekapcsolódik a kereszténységgel is: magyar fordítása „szeretetvendégség”, ami a hívők rituális alkalommal történő együtt étkezésére utal. Az Anna Amélie márka esetében az időtlenség és az életstílus nem egyetlen kulturális térhez kötődik tehát, hanem globálisan olvasható, lokálisan értelmezett jelentéshalmazt alkot.

Beck alapvető kiindulása a *globalizmus* és a *globalizáció* fogalmának megkülönböztetése. Utóbbi egy empirikus és társadalmi átalakulási folyamatot jelöl, a globalizmus pedig egy ideologikus redukció, amely a világpiaci logikát élteti. A globalizmus alatt azt az ideológiát érti, amely a világpiac uralmát a társadalmi cselekvés minden más formája fölé helyezi. E különbségtétel különösen releváns a divatiparra nézve. Az Anna Amélie nem a divatipar homogenizáló logikáját követi, hanem olyan márkastratégiát valósít meg, amely a gazdasági jelenlétet kulturális jelentéstermeléssel kapcsolja össze. A tervező nem a tömegtermelésben, hanem az életstílusbeli differenciálásban találja meg globális relevanciáját, ami Ulrich Beck szerint a globalizáció reflexív használatának tekinthető. „Nem igazán értek egyet sem a divatipar, sem a fogyasztás tempójával, éppen ezért törekszem arra, hogy amit adok, az időtálló és őszinte legyen” – nyilatkozza a tervező 2019-ben a *We Love Budapest*nek.²³

Divatkultúrák találkozása: nyitott divatkultúra

■ Ulrich Beck a kultúra kétfajta fogalmát – nyitott és zárt – különbözteti meg: az egyik kultúrafogalom a kultúrát egy meghatározott helyhez kapcsolja, és abból indul ki, hogy a kultúra helyhez kötött és lokális tanulási folyamatok eredménye, és minden társadalmi csoportnak saját, másokétól eltérő kultúrája van. A másik kultúrafogalom ezzel szemben szükségszerűen többes számban értelmezhető (kultúrák) és transzlokális tanulási folyamatokból eredeztethető²⁴, „egység nélküli nem integrált, nem lehatárolt sokféleségnek”²⁵ tekinthető.

Ugyanez az elképzelés akár átirható a kortárs divatkultúrára, vagy inkább kortárs divatkultúrákra is. Ulrich Beck érvei felől a *nyitott divatkultúra* példája lehet az Anna Amélie márka, amely finom utalásokat sző kollekcióiban a mediterrán életérzésre, és emellett jelen is van a megidézésre kerülő földrajzi térben (Míkonoszon), melyhez a tervező személyes életérzést is társít (Görögországban van otthon, ahol az édesanyja egykor festőnek tanult, és ahol mára egy saját üzletet visz). A kollekciók vizuális formáiban, Oláh Anna vonalvezetésében azonban nem a görög folk jelenik meg, és nem utal egyetlen görög népviseleti elemre sem, ahogyan a magyar népviselet elemei sem köszönnek vissza az *Angie's Tale*, vagy a *Tourist in Your Own City* kollekcióban.²⁶ *Turistaként a saját városodban* elnevezésű kollekciója ráadásul éppen a tervező (és vele együtt a márka) *helypoli-*

gámságát támasztják alá, melynek reklámfotóit Budapest ikonikus turistalátványosságainál – a Hősök terén és a Halászbástyánál – fényképezték.

Az Anna Amélie márka egyes kollekcióiban ez a közvetített mediterrán életérzés leginkább a lerajzolt történeteken keresztül – és nem a ruhák formavilágán át – érthető meg. A végtelenül színes, vizualizált karakterek esznek, isznak, táncolnak, vagy éppen a napon sütkeznek. Háttérben a tengerrel, vagy éppen a görög szigetek olyan ikonikus építményeivel, mint a szélmalomok, melyek mind-mind a kultúrához és a turizmushoz kapcsolhatóak. Olykor a kollekciók elnevezései is utalnak a görög történelemre és mitológiára, ilyen például az *Érotas* vagy a *Delos* (Delosz szigete az Égei-tengeren, Apollón és Artemisz szülőhelye).

A görög „fonal”

■ Beck „nyitott kultúrafogalma”²⁷ szerint a globalizáció nem zárt kulturális egységeket hoz létre, hanem olyan transzlokális tanulási folyamatokat, amelyekben az egyének és intézmények folyton új orientációs pontokat keresnek. Ebben az összefüggésben a divat értelmezhető olyan szimbolikus fonalként, amely segít eligazodni a globális kulturális térben.

A görög mitológia egyik legismertebb története, Ariadné fonala egy olyan narratív struktúrát kínál, amely az Anna Amélie márkára is metaforaként vonatkoztatható. Ariadné fonala ugyanis nemcsak egy eszköz, hanem orientációs médium is. Segítségével Thészeusz képes eligazodni a labirintusban, tehát struktúrálni tudja a látszólag kaotikus teret. E mitikus motívum a Beck által körvonalázott globalizált világban – ahol a jelentések túlkínálata hasonlóan labirintusszerű tapasztalatot eredményez – különös aktualitást nyer.

A *Greek Lovers Club* kollekció formavilága és könnyed anyaghasználata vizuálisan is megidézi Ariadné fonálának logikáját. A görög mitológiában Ariadné nem harcos, hanem stratégiai tudással rendelkező nő, aki eszközt ad a túléléshez. Ez a megközelítés összekapcsolja Oláh Anna tervezői hitvallását nőiesség-felfogásával, amely a kitartást és az önazonosságot helyezi előtérbe.

Beck nyitott kultúrafogalma szerint a mitológiai narratívák nem lezárt hagyományok, hanem újraértelmezhető kulturális erőforrások. A *Greek Lovers Club* kollekcióban, vagy akár a *Marmaid Mistress* fantázianeveű kollekciókban Ariadné fonala elsősorban nem illusztratív motívumként jelenik meg, inkább strukturáló elvként. A mediterrán életérzést közvetítő kollekciók maguk válnak egyfajta kulturális fonallá, amely viselőjüket végigvezeti a globális életstílus labirintusán. Ariadné fonala az Anna Amélie életstílusmárka egyes kollekcióinak az esetében egy olyan metaforaként működik, amely a divatot mint kulturális rendszerek hibrid hálózatát jelenítik meg, amely a lokalitásból indul ki (legyen az a kiindulás a görög mitológia, vagy akár egy közismert magyar mese), de transzlokális érvényességgel bír.

■ JEGYZETEK

1. Ulrich Beck: *Mi a globalizáció? A globalizmus tévedései, válaszok a globalizációra*. Belvedere, Szeged, 2005. 59.

2. Uo.

3. Uo.

4. Erről bővebben ír: Eirini Vlassi – Georgios A. Deirmentzoglou – Konstantina K. Agoraki – Andreas Papatheodorou: *When Tourism and Fashion Cocreate: Narratives From Greece*. In: Maria Gravari-Barbas – Nadzeya Sabatini (eds.): *Fashion and Tourism*. Emerald Publishing Limited, Leeds, 2023. 93–106.

5. A hotel weblapjának kezdőlapján az egyik első szembetűnő felirata a következő: „Határtalan Képzelet és Személyre Szabott Luxus”, <https://queenscourthotelbudapest.com/hu/>
6. Rothman Gabriella: *Egy alkotó embert nem korlátozhatsz – interjú Oláh Annával, az Anna Amélie alapítójával*. Welovebudapest.hu 2019. 08. 13. <https://welovebudapest.com/cikk/2019/08/13/egy-alkoto-embert-nem-korlatozhatsz-interju-olah-annaval-az-anna-amelie-alapitojaval/>
7. <https://www.ikea.com/hu/hu/newsroom/corporate-news/eke-angela-alvoszinhaza-egy-estere-az-ikea-ba-koeltoezott-pub335b8b60/>
8. Az előadást több nemzetközi cég is támogatta, így a Blanche tisztítószalon, illetve az IKEA. Sz.n.: *Ki mondta, hogy mesélni csak gyerekeknek lehet?* Artisbusiness.hu 2025. 01. 06. <https://www.artisbusiness.hu/hu/hireink/ki-mondta-hogy-meselni-csak-gyerekeknek-lehet-2813/>
9. Uo.
10. Uo.
11. Itt szükséges megjegyezni, hogy a dizájner képzőművész családba született, édesanyja pedig Thessalonikiben tanult festészetet. Uo.
12. Ehhez lásd Kökény Nikolett: *Eke Angéla ruhája a divat és a kortárs művészet tökéletes találkozási pontja volt, a Glamour Women of the Year gálán*. Glamour.hu 2024. 03. 24. <https://www.glamour.hu/divat/eke-angela-glamour-women-of-the-year-gala/f2mncr4>
132. Az Aya de Youpougon képregény esetében erről ír bővebben Maksa Gyula: *Képregénytudomány*. Szépirodalmi Figyelő, Bp., 2024. 197.
14. Ulrich Beck: i. m. 4.
15. Uo. 87.
16. Uo. 84.
17. Uo. 85.
18. Uo. 88.
19. Krajnyik Cintia: *Találkozás Anna Amélivel*. Stylemagazin.hu é.n. <https://www.stylemagazin.hu/kiemelt-hir/Talalkozas-Anna-Amelie-vel/10659/interjuk/>
20. Barna Borbála – Alberti Petra: Oláh Anna: „Az én gyermekkoromban minden művészet volt”. Instyle Magazin 2024. 1. sz. 120–121.
210. Sz. n.: „Szívből jön, mert akkor működik”. Anna Amélie interjú. Salonbudapest.hu 2021. 07.27. <https://salonbudapest.hu/blog/szibol-jojjon-mert-akkor-mukodik-anna-amelie-interju/>
22. Identitás és globalizmus kapcsolatáról bővebben lásd: Tamás Ildikó: *Identitás, kisebbségi lét globális keretben: A hidegtűrés mint számi etnikus motívum az Instagramon*. Média kutató 2025. 3–4. sz. 23–36.
23. Rothman Gabriella: i. m.
24. Ulrich Beck: i. m. 77.
25. Uo.
26. Egy külön elemzést volna érdemes szentelni az egyes kollekciók vizuális reklám anyagainak, amelyek Míkonoszon vagy Budapesten készülnek.
27. Beck: i. m. 77–78.

KESZEG ANNA

A KORTÁRS DIVAT IDŐPARADOXONA

Napjainkra a divatrendszer válságára adott válaszok sokasága jellemző, amelyek közös célja a globális divatipar működésének „megjavítása”. Amy Twigger Holroyd *open source* kutatása alapján jelenleg legalább 267 olyan alternatív „divatvilág” létezik, amelyek különböző módokon kísérlik meg átalakítani a domináns divatrendszert.¹ Ezek a modellek implicit vagy explicit módon mindig időmodelleket is kínálnak: azt javasolják, hogy gondolkodjunk újra a ruhák életidejét, birtoklási logikáját és viselésük időtartamát.

E modellek egy része lineáris időszemléletben gondolkodik, amikor például azt feltételezi, hogy egy ember élete során legfeljebb száz ruhadarabot vásárolhat (241. számú világ). Ebben az esetben az idő mint véges erőforrás jelenik meg, amelyet a fogyasztás racionalizálásával kell beosztani. Más megközelítések szinkron szemléletet alkalmaznak: vannak olyan alternatív divatvilágok, amelyekben egy időben legfeljebb harminc ruhadarab birtokolható, és ezek is elsősorban öröklés vagy közösségi csere útján kerülnek az egyénhez (156. világ). E modellek az időt a haladás ellenében állandó jelenként értelmezik, amelyben a birtoklás mértéke korlátozott.

E sokféle alternatív divatvilág közös jellemzője, hogy a divat problémáját alapvetően időproblémaként fogják fel. A divatrendszer „megjavítása” ezekben a modellekben nem elsősorban stílári vagy esztétikai kérdés: annak újragondo-



**A divatrendszer
„megjavítása” ezekben
a modellekben nem
elsősorban stílári vagy
esztétikai kérdés:
annak újragondolása,
hogy milyen időlogikák
mentén jönnek létre,
kerülnek birtokba
és válnak viselhetővé
a ruhák.**

lása, hogy milyen időlogikák mentén jönnek létre, kerülnek birtokba, és válnak viselhetővé a ruhák.

A divat időparadoxonának megértéséhez érdemes tágabb történeti perspektívából szemlélni az emberi időfelhasználás alakulását. A 19. századig az emberek életidejük jelentős részét az alapvető szükségletek (elsősorban az élelmiszer és a ruházat) előállításával töltötték.² A ruha időigényes tevékenységek sorozatának eredményeként jött létre: az alapanyag előállításától a feldolgozáson és javításon át a viselésig. Az ipari termelés és különösen a *fast fashion* megjelenése ezt az időstruktúrát radikálisan átalakította. A ruha előállításának ideje nemcsak a gyártási folyamatokban gyorsult fel, hanem fokozatosan eltűnt az emberi időtapasztalatból is: a ruhához jutás ideje a megvásárlás vagy a megkeresés idejére redukálódott.

Ebben az értelemben a *fast fashion* nem pusztán felgyorsított termelési rendszer, hanem az emberi életidő újraszervezésének egyik kulcstényezője. A gyártás ideje többé nem tapasztalati idő, nem válik a ruha történetének részévé a viselő számára. Ezzel szemben a viselés ideje (a testhez kötött, biológiai és társadalmi idő) nem rövidül meg. A divat időparadoxona éppen ebben a feszültségben ragadható meg: miközben a gyártás ideje láthatatlanná és érzékelhetetlenné válik, a viselés ideje változatlan marad, ám azt potenciálisan egyre nagyobb számú ruhadarabbal kell kitölteni. A kortárs divat így nem az idő felszabadulását hozza el, hanem az idő fragmentálását, amelyben az egyes ruhákra jutó viselési idő radikálisan lecsökken.

A divat mint materiális időgyakorlat

■ A divat és az idő kapcsolata a modernitás óta a divatelmélet egyik központi kérdése.³ A divat soha nem pusztán esztétikai vagy gazdasági jelenségként működik, hanem mindig sajátos időstruktúrát hoz létre: ritmust ad a társadalmi életnek, szabályozza az aktualitást, kijelöli az elavulás és az újdonság határait. A modernista divatelméletek ezt az időhöz való viszonyt a divat lényegi sajátosságaként írták le. Roland Barthes a divatot „időszenvédélyként”⁴ jellemezte, amely zsarnoki módon kényszeríti rá saját idejét a testre és a kultúrára. A divat ideje normatív erő: meghatározza, mikor mi hordható, mikor válik valami korszerűtlenné, és mikor nyer új jelentést. Barthes szavaival ez a paradoxon így hangzik: „a Divat domesztikálja az előreláthatatlant, ám nem fosztja meg kiszámíthatatlan jellegétől”.⁵

A kortárs társadalomban azonban az idő tapasztalata radikálisan átalakulni látszik. Az idő felgyorsulásának élménye (a sürgetettség, az állandó lemaradás érzése, a jelen instabilitása) általános társadalmi tapasztalattá vált. Ebben a kontextusban a divat gyakran jelenik meg bűnbakként: a gyorsan váltakozó trendek, a *fast fashion* extrém ciklusai, a folyamatos újdonságkényszer mintha közvetlenül felelősek lennének az idő „elszabadulásáért”. Ugyanakkor ez a leegyszerűsítő kritika figyelmen kívül hagyja azt a tényt, hogy a kortárs divat nem egységes időlogika szerint működik. Eppen ellenkezőleg: egymással párhuzamos, gyakran egymásnak ellentmondó időkonceptciók rétegződnek benne.

A tanulmány kiindulópontja az a megközelítés, amely szerint a divat nem egyszerűen az időben zajlik, hanem aktívan részt vesz az idő létrehozásában: vagyis a divat az anyaggá tett idő. Heike Jenss megfogalmazásában a divat az időcsinálás anyagi módja,⁶ az idő anyagi formát ölt a ruhában, a textilben, a szabás-

ban, a kopásban és a viselésben. Tom Gunning és Marketa Uhlirova ehhez kapcsolódóan a divatot az idő viseléseként írják le,⁷ hangsúlyozva, hogy az öltözködés a test révén teszi tapasztalhatóvá az időt.

Ebből a perspektívából a kortárs divat időparadoxona nem pusztán a gyors és lassú ellentétében ragadható meg. Sokkal inkább arról van szó, hogy a divatban egyszerre működik több időréteg, amelyek különböző szinteken – értékvonatkozásban, strukturális és tapasztalati szinten – szervezik az időhöz való viszonyt. A következőkben három réteget különítünk el divat és idő viszonyában: az „objektív idő” fogalmát, az időrezsimek működését, valamint az idő tapasztalati, testi élményét. Majd ennek a három rétegnek az egymáshoz viszonyított működését Jenna Ortega MET-gálán viselt Balmain-ruhájának kontextusában elemzem.

„Objektív idő”: a kortárs jelen instabilitása

■ Az első réteg az idő filozófiai, elméleti szintje, amelyet gyakran „objektív időként” értelmezünk, noha valójában történetileg és kulturálisan meghatározott időfogalomról van szó. Leegyszerűsítő olvasatban a modernitás domináns időmodellje a lineáris, előrehaladó idő volt, amely a fejlődés, az innováció és a haladás narratívájára épült.

A kortárs időtapasztalat azonban egyre kevésbé írható le ezzel a lineáris modellel. Giorgio Agamben elemzése szerint a kortárs jelen alapvetően paradox: egyszerre határozza meg az olasz *non più* (már nem) kifejezés és a *non ancora* (még nem) állapota.⁸ A jelen soha nem teljes, mindig hiányos, mindig elcsúszkik önmagától. Nem stabil pont az időben, hanem folyamatos átmenet, amelyben a múlt és a jövő egyaránt kísért. A divat különösen érzékenyen reagál erre az instabil jelenre. A trendek gyakran már megjelenésük pillanatában elavultként működnek, miközben a jövőre vetített jelen ígéretét hordozzák. A kollekciók időbelisége eleve paradox: a bemutatás pillanatában még nem hordhatók, mire pedig hordhatóvá válnak, már egy következő szezon árnyéka vetül rájuk. A divat jelenideje tehát strukturálisan késleltetett és megelőlegezett egyszerre.

Ebben az értelemben a kortárs divat nem egyszerűen prezentista,⁹ hanem a prezentizmus válságának terepe. A jelen túlterheltté válik, miközben elveszíti stabilitását. A múlt folyamatosan visszatér – archívumok, újrakiadások, retro referenciák formájában –, a jövő pedig spekulatív narratívákban jelenik meg, mint a fenntarthatóság vagy a technológiai innováció ígérete.

Időrezsimek: az idő strukturális szerveződése a divatiparban

■ A második réteg az idő strukturális szintje, amely az időrezsimek fogalmával ragadható meg. Az időrezsimek nem az idő absztrakt fogalma, hanem az a mód, ahogyan az időt mérik, szervezik és szabályozzák. A modern divatipar kialakulása szorosan összefonódott az ipari idősíkkal.¹⁰ Az ipari idő mérhető, standardizált és előre tervezhető; a divatban ez szezonokra, kollekciókra és gyártási ciklusokra bontva jelenik meg. A *fast fashion* ennek az időrezsimeknek az extrém formája. Ugyanakkor a kortárs divatipar egészét nem lehet kizárólag ebben a keretben értelmezni. Az utóbbi évtizedekben egyre hangsúlyosabbá váltak azok a gyakorlatok, amelyek megtörik az ipari idő linearitását.

Evans és Vaccari fogalmaiból kiindulva ezek a gyakorlatok gyakran antilineáris és ukronikus időfogalmakhoz kapcsolódnak. Az ukrónia nem egy alternatív jövőt jelent, hanem az idő „kívül helyezését”: olyan időstruktúrát, amely nem illeszkedik sem a fejlődés narratívájába, sem a folyamatos gyorsulás logikájába. A szezonmentes kollekciók, az archívumokra épülő tervezés, az újrahasznosítás vagy a limitált megjelenések mind olyan időrezsimeket hoznak létre, amelyek párhuzamosan működnek az ipari idővel. Az antilineáris koncepcióban a divattervezésre az idézés, az újraértelmezés és a motívumok újrakombinálásának végtelen folyamataként tekintünk, amelyben a nosztalgia és az újraértelmezések is fontos szerepet játszanak. Végül pedig az „ukrónia” divatbeli ideje, mely a divat „képzletvilágát” úgy értelmezi, mint a fantázia- és mítoszteremtés képességével rendelkező alternatív történetírás egyik formáját, amely azt a kérdést teszi fel: „mi lett volna, ha?” Így a divat olyan mitikus öltözködési tradíciók létrehozásának képességével ruházódik fel, melyek világépítő potenciállal rendelkeznek.¹¹

Fontos hangsúlyozni, hogy ezek az időrezsimek nem különülnek el egyértelműen. A kortárs divatipar egyik alapvető sajátossága éppen az, hogy különböző időlogikák rétegződnek benne, melyek nem feloldják az időkrízist, hanem láthatóvá teszi annak strukturális természetét.

Időélmény: a viselés mint időtapasztalat

■ A harmadik réteg a ruhához való viszonyban megnyilvánuló időélmény. Ez az a szint, ahol az idő nem elméleti fogalomként vagy ipari struktúraként jelenik meg, hanem a testen, a viselés során válik tapasztalattá. A *fast* és *slow fashion* gyakran ezen a szinten kerül szembeállításra egymással, mint eltérő időélmények. A *fast* időélmény a sürgetettséghez, a túlterheltséghez és az elhasználódáshoz kapcsolódik. A ruha gyorsan kerül a testre, és gyorsan válik feleslegessé; a viselés ideje lerövidül, az érzelmi és materiális kötődés gyengül. A *slow* ezzel szemben az időbe való befektetés ígértét hordozza: a gondoskodás, a javítás, az öregedés elfogadásának lehetőségét.¹² Heike Jenss megközelítésében az időélmény nem választható el a ruha anyagi tulajdonságaitól. Az anyag, a szabás és a használat módja mind befolyásolja, hogyan érzékeljük az idő múlását. Egy ruha öregedhet „szépen” vagy „csúnyán”, válhat értékesebbé vagy eldobhatóvá az idő múlásával. Az időélmény egyszerre mentális, fizikális és materiális tapasztalat is.

Ez a szint különösen fontos a kortárs divat időparadoxonának megértéséhez. Miközben az ipari időrezsimek gyorsulnak, a viselés szintjén gyakran éppen a lassulás ígérete jelenik meg. A kortárs divat egyik alapvető feszültsége abban áll, hogy a gyors termelési idő és a lassú időélmény ígérete egyszerre van jelen ugyanabban a tárgyban.

Ruhák mint időparadoxonok

■ A 2025-ös MET-gála dress code-ja, a *Tailored for You* nem pusztán stílári iránymutatásként, hanem időelméleti állításként is értelmezhető. A Costume Institute ehhez kapcsolódó kiállításának témája, a *Superfine: Tailoring Black Style* a szabászatot mint kulturális és történeti gyakorlatot helyezi a középpontba, Monica L. Miller *Slaves to Fashion: Black Dandyism and the Styling of Black*

Diasporic Identity című munkájára támaszkodva. A szabászat ebben az értelmezésben identitásformáló és időrétegeket sűrítő gyakorlat: a testre szabás aktusa egyszerre hordoz történeti emlékezetet és jelen idejű önmeghatározást. Miközben az afroamerikai közösség identitáspolitikai terepévé teszi a szabászatot, arra mutat rá, hogy a szabott ruha az idő feletti kontrollt jelenti, az időben való térfoglalást. A szabászat mint textilviselési időtechnológia a lassú és a gyors határán mozog: egy szabott ruha elkészítése néhány óra, esetleg pár nap – radikálisan rövidebb időt jelent a textil kialakításánál, de radikálisan hosszabbat egy készruha megvásárlásánál.

A *Tailored for You* hangsúlya az individualizált átformálásra irányítja a figyelmet, arra a pillanatra, amikor az idő a testen válik láthatóvá. A szabászat ugyanis mindig idővel dolgozik: mér, rögzít, konzervál és absztrahál. A MET-gála tematikája így nemcsak a fekete dandyizmus stiláris hagyományát aktualizálja, hanem a divat egyik alapvető időparadoxonára is rávilágít: arra, hogy a ruha egyszerre kötődik történeti időhöz, és lép ki belőle, amikor a testhez igazítva, jelen idejű tapasztalattá válik.

A 2025-ös MET-gálán Jenna Ortega által viselt Balmain-ruha (tervező – akkor még – Olivier Rousteing) olyan kortárs divattárgyként értelmezhető, amely metaforába sűríti a divat időbeliségének különböző, egymással feszültségben álló rétegeit. A fémhatású, klasszikus női sziluettet idéző ruha első pillantásra is erőteljesen konceptuális: szerkezete olyan benyomást kelt, mintha szabászcimenté-terekből, mérőszalagokból épülne fel. Ez a formai megoldás nem pusztán dekoratív, hanem mélyen metaforikus, amennyiben a szabászat mérési, szerkesztési és racionalizáló logikáját emeli át a ruhába. Így a sziluettépítés szempontjából minimalista és tradicionális nyelvet beszélő ruhadarab olyan ikonikus vizuális konstrukciót hoz létre, melyben a kortárs divat minimalista-maximalista formanyelvének konfliktusa egyensúlyra jut. Az egymás mellé helyezett szabászcenitisek a homokóraszerű női testkontúrt adják ki, és létrehoznak egy második bőrfelületet. Visszautalnak a szabászat páncélzathoz kötődő eredetére. A szabott ruha páncélként veszi körbe a testet¹³, a szabott ruha második bőrt teremti¹⁴.

A ruha alapelve az ikonikus design tudatos alkalmazása: a ruha metafora, az öltözet formalista és nem funkcionális megközelítésének tradícióját idézi fel.¹⁵ A klasszikus női testkontúrt hangsúlyozó sziluett a divattörténet hosszú hagyományára utal, ugyanakkor ez a hagyomány nem nosztalgikus visszatekintésként jelenik meg. A test formáinak ilyen fokú stilizálása és absztrakciója már eleve reflexív viszonyt létesít a múlttal: a ruha nem „újrajátssza” a klasszikus szabászatot, hanem annak elvét – a test mérhetőségét és formálhatóságát – emeli ki és metaforizálja. Ráadásul Ortega centisruhája beépül a Balmain-ház másik két ruhametaforájába közé. Olivier Rousteing a MET-gálán a Balmain-varrógépet formázó táskával jelent meg, míg Rosalía fehér ruhája a próbababára tett vizuális utalás. Ezáltal a Balmain-ház teljes szabászati metaforarendszert épített ki.

Az „objektív idő” szintjén a Balmain ruha a kortárs divat jelenidejének sajátos, nosztalgikusan futurisztikus karakterét jeleníti meg. A divat jelenideje nem stabil: egyszerre tekint vissza és előre. A klasszikus női sziluett a *non più* dimenziójához kapcsolódik: egy olyan testideálra utal, amely már nem működik változatlan formában, mégis erőteljesen jelen van a divat kollektív emlékezetében. Ezzel párhuzamosan a fémes felület, a mérnöki precizitást idéző szerkezet és az egyenruhaszerű megjelenés a *non ancora* irányába mozdítja el az értelmezést.

A ruha futurizmusa nem technológiai utópia, inkább reflexív futurizmus: nem egy elképzelt jövőt ábrázol, hanem a jelen jövőorientáltságát teszi láthatóvá.

Ebben az értelemben a ruha a divat prezentista időlogikájának kritikájaként is olvasható. A jelen idézetekből, eltölásokból és anticipációkból épül fel. A Balmain ruha nem dönt a múlt vagy a jövő mellett: a kettő közti feszültséget tartja fenn, így a kortárs divat jelen idejét mint instabil, átmeneti állapotot jeleníti meg.

Az időrezsimek szintjén a ruha egyértelműen eltávolodik az ipari divattrend-szer része, ez a konkrét darab nem a szezonális termelés vagy a trendciklusok gyors váltakozásának logikájára épül. Sokkal inkább egy olyan időrezsimeket jele-nít meg, amely a szabásmintát mint mérnöki és strukturális tudást helyezi előtérbe. A szabásmintákra emlékeztető szerkezet a testet szerkesztett entitásként kezeli: a ruha egy absztrahált emberi sziluettet hoz létre, amely eltávolodik a ter-mészetes testtapasztalattól.

Ez az absztrakció teremti meg az ukrónia lehetőségét. A ruha nem egy konk-rét történeti időhöz kötődik: az „időn kívülre” válik abban az értelemben, hogy nem illeszkedik sem a múlt, sem a jövő narratívájába. Az emberi test itt nem fej-lődő vagy változó entitás, de statikus forma, amelyet a szabásminta racionalitása határoz meg. Az ukrónia felfüggeszti az időt, nem elmenekül előle: a ruha olyan időrezsimeket hoz létre, amelyben a változás nem előrehaladásként, hanem abszt-rakcióként értelmezhető.

A viselés mint időélmény szintjén a Balmain ruha radikális időtapasztalatot kínál. A fém, merev struktúra nem az elhasználódásra vagy az öregedésre re-agál: a testhez való viszony radikális újragondolását kényszeríti ki. A viselés itt nem komfortélmény, hanem konceptuális tapasztalat: a ruha a testet szoborként kezeli, amelyen az idő nem nyomot hagy, hanem felfüggesztődik. Ez a megköze-lítés visszautal a szabásminta hagyományos, preindusztriális értelmezésére, amely a ruhát az emberi testhez igazított mérnöki és művészi teljesítményként fogta fel. A Balmain ruha ezt a hagyományt nem romantizálja, hanem absztrahálja: a szabásminta itt nem kézműves lassúságként jelenik meg, hanem intellektuális és strukturális tudásként.

Jenna Ortega Balmain ruhája olyan kortárs divattárgyként értelmezhető, amely a divat időparadoxonát azzal oldja fel, hogy láthatatlanná teszi. A nosztal-gikusan futurisztikus jelen idő, az ukrónikus időrezsimek és a *fast-slow* oppozíci-ón túllépő időélmény egyetlen ruhában sűrűsödik össze. A ruha nem választ az idő különböző logikái között, hanem azok egyidejűségét teszi viselhetővé, meg-erősítve azt az állítást, hogy a kortárs divat nem egyszerűen gyors vagy lassú, ha-nem alapvetően többidejűségben működő kulturális gyakorlat.

A három vizsgált réteg – az „objektív idő”, az időrezsimek és az időélmény – elemzése rámutatott arra, hogy a kortárs divat jelen ideje instabil, folyamatosan elcsúszó állapot, amelyben az időrezsimek egyaránt aktívan jelen vannak. A kor-társ divat konstatálja a jelen időkrízisét, miközben annak kritikai terepe is: olyan médium, amely képes láthatóvá tenni a jelen paradox időlogikáit, és újragondol-ni az emberi test, az anyag és az idő egymáshoz való viszonyát. A paradoxon fo-lyamatos fenntartása lehetőséget teremt arra, hogy a test felöltöztetése kilépjen a kortárs fogasztási rendszer mókuskerekének logikájából.

■ JEGYZETEK

1. Amy Twigger Holroyd: *Fashion Fictions. Imagining Sustainable Worlds*. Bloomsbury Academic, London–New York, 2025.

2. Sofi Thanhauser: *Worn. A People's History of Clothing*. Vintage Books, New York, 2022.
3. Caroline Evans – Alessandra Vaccari (szerk.): *Time in Fashion*. Bloomsbury Visual Arts, London–New York, 2020; Gilles Lipovetsky: *L'empire de l'éphémère*. Gallimard, Paris, 1987.
4. Roland Barthes: *A divat mint rendszer*. Helikon, Bp., 1999. 201.
5. Roland Barthes: i. m. 213.
6. „material mode of making time” Heike Jenss: *Fashioning Memory: Vintage Style and Youth Culture*. Bloomsbury Academic, Oxford–New York, 2015. 139.
7. Idézi Evans–Vaccari i. m. 4.
8. Giorgio Agamben: *Mit jelent kortársnak lenni? Új szem* 2016. <https://ujszem.org/2016/07/11/giorgio-agamben-mit-jelent-kortarsnak-lenni/>
9. François Hartog: *A történetiség rendjei*. L'Harmattan Kiadó-Atelier Magyar-Francia Társadalomtudományi Központ, Bp., 2006.
10. Evans – Vaccari i. m. 4.
11. Evans – Vaccari i. m. 5.
12. Kate Fletcher: *Slow Fashion: An Invitation for Systems Change*. Fashion Practice 2010. 2. sz. 259–266.
13. Alison Matthews Davis: *Tailoring*. In: Valerie Steele (szerk.): *Encyclopedia of Clothing and Fashion*. Thomson Gale, Detroit–München, 2005, 261–264., 261.
14. Lois Weinthal: *Tailoring Second and Third Skins*. In: Deborah Schneiderman – Alexa Griffith Winton (szerk.): *Textile Technology and Design*. Bloomsbury Academic, London–Sydney, 2016. 45–54., 45.
15. Michalle Gal – Jonathan Ventura: *Introduction to Design Theory. Philosophy, Critique, Theory and Practice*. Routledge, London–New York, 2024. 8–11.



TÖMŐ ÁKOS

JÁRT UTAK ÉS JÁRATLAN ÖSVÉNYEK

Új lehetőségek a szocialista divat kutatásában
és értelmezésében



**Az 1950-es évek
végétől jelen lévő
hierarchikus szisztéma
legnagyobb kérdése az
volt, hogy a felemás
fogyasztói kultúra
korában, valamint a
tömegkommunikáció
rohamos fejlődésével a
vasfüggönyön minden-
képp átszüremkedő
nyugati hatások fényé-
ben hogyan lehet az
öltözködés és a divat a
szocializmus eszköze.**

■ „Akik átélték, vagy filmekből, olvasmányokból ismerik azt a kort, sok jellemző képet őriznek. (...) Lódenkabát és micisapka, kopott Bocskai-kabát, autógumi talpú cipő, pulóver az Operában, térképtáska, mint retikül, függönyből varrt kisestélyi. Típuscipő és az első nylonharisnyák.”¹

A szocialista divat, mint jelenség a 20. század második felében négy évtizeden át játszott meghatározó (divattörténeti) szerepet Európa keleti felén. Ez idő alatt önmagához viszonyítva nagy utat járt be a szinte teljes mellőzöttségtől a koncepcionális nyelvi sémákból építkező divat-diszkurszig. A kelet- és közép-európai rendszer-váltásokkal, illetve a Szovjetunió 1990-es évek eleji széthullásával aztán ez véglegesen átadta magát a „múlandóság birodalmának”², mígnem az új évezred hajnalán ismételten reflektorfénybe került, immáron a tudományos vizsgálódások keretein belül.

A szocialista divatot leíró elméleti alapmunkák a 2000-es évektől kezdve láttak napvilágot a divattanulmányok és a történetírás jóvoltából. Ezek közül is kiemelkedett Djurdja Bartlett *FashionEast* című alkotása³, ahol máig tartó érvénnyel meghatározásra kerültek a szocialista divat strukturális szintjei⁴. Bartlett gondolatvilága abban is előremutató volt, hogy felhívta a

A tanulmány a Kulturális és Innovációs Minisztérium EKÖP-25 kódszámú Egyetemi Kiválósági Ösztöndíj programjának a Nemzeti Kutatási, Fejlesztési és Innovációs Alapból finanszírozott szakmai támogatásával készült. Támogató intézmény: ELTE Eötvös Loránd Tudományegyetem.

figyelmet a sajtóforrások és tanácsadó könyvek lapjain zajló szocialista divatdiskurzus létre és sajátosságaira. Hazai viszonylatban ezt a munkát Simonovics Ildikó és Valuch Tibor végezték el a 2000–2010-es évek fordulóján. Simonovics a centralizált magyarországi ruhaipar feltárásában⁵ szerzett elévülhetetlen érdemeket, míg Valuch a társadalomtörténet felől kiindulva írta meg a korszak egészét átfogó divattörténeti számvetését⁶.

Az időközben eltelt másfél évtized azonban számottevő változást hozott a szocialista divatkutatások terén. Az elmúlt évek levéltári kutatásai bebizonyították, hogy a korábbi hiányérzettel ellentétben terjedelmes, noha igen szórta elhelyezett dokumentáció őrződött meg az utókor számára. Így vált részleteiben is láthatóvá a nemzetközi beágyazottsággal rendelkező KGST-divatkongresszusok világa, a hatvanas évek divatirányítását döntő módon befolyásoló Iparművészeti Tanács és Öltözködési Tanács munkája, vagy épp árnyaltabb képet kaphattunk a centralizált divatszervek működéséről. Ezzel párhuzamosan megjelentek olyan szakmunkák, amelyek változatos perspektívák felmutatásával igyekeztek cizellálni az adott kort és vele együtt a divattörténetet, legyen szó szintézisalkotó művekről, vagy a szovjet divat új szempontok szerint történő értelmezéséről⁷.

Egyértelmű tehát, hogy új lehetőségek előtt állnak a szocialista éra divattörténetét kutatók. De miről is beszélünk, ha szocialista divatról beszélünk? Először is le kell szögezni: mint gyűjtőfogalom a szocialista divat kifejezésen elsősorban az 1948 és 1989 közötti divattörténetet érthetjük Kelet- és Közép-Európában, amely a korabeli divatélet változásainak és a történeti időből fakadó tendenciáknak eredője. A divat folytonos alakulása mindig a gondolkodás, s kiváltképp a mentalitás változását tükrözi⁸, amelyben rendszerint ott lüktet egy kor hangulata és érzelmi telítettsége is. Amennyiben tehát elfogadjuk, hogy „*a korhangulat sokszor egy divatirányzat bűvköréből származik*”⁹, úgy történetileg ennek a fordítottját is igaznak kell tartanunk. Vagyis egy divatirányzat sokszor egy korhangulat atmoszférájában születik. És mivel a múltbéli divat nem bontakozik ki a maga teljes valójában történeti kontextusok nélkül¹⁰, így az államszocialista korszakba való beágyazottság ismerete elengedhetetlen feltétele a szocialista divatkutatásoknak.

Hogyan ragadhatjuk meg tehát ezt a jelenséget? Amennyiben egy eszme kifejeződéseként, a szocialista jelző felől próbáljuk megközelíteni a divatot, úgy bizonyos tekintetben gyorsan falakba ütközhetünk. A szóban forgó eszmerendszer legfőbb teoretikusai osztályalapon vagy a nőkérdés megközelítésekor olykor ejtettek ugyan pár szót a témáról, érdemben mégsem érintették a divat- és öltözködés-kérdést. Így fordulhat elő, hogy tisztán eszmei tartalmát tekintve a „jövő ruházatának”¹¹ vízióját az államszocializmus alatt megjelent tudományos-fantasztikus művek, illetve az utópikus irodalom alkotásai jelenítették meg legmarkánsabban.¹²

„*A szocialista divat, ahogy azt a politikai és az ideológiai diskurzus sulykolta, csak az elmélet szintjén született meg, a valóságban nem létezett.*”¹³ Amennyiben a ruhát mint tárgyat, azaz valóság egy anyagi objektumát tesszük az elemzés tárgyává, úgy a fenti megállapítás javarészt megállja a helyét. Szabászati eljárások és technológiai módszerek terén a szocialista divat nem hozott semmi kézzelfogható vagy maradandó újdonságot az egyetemes divattörténetbe. „*A múlttól, vagy a „korszellemtől” (a nyugati divattól) minden igyekezete ellenére egyik vonal sem tudott elszakadni.*”¹⁴ – jóllehet a vasfüggöny keleti oldalán ez aligha fogalmazódott meg célként a korabeli tervezők fejében. Különösen nem annak fényében,

hogy az 1950-es évek közepétől megélénkülő keleti–nyugati divatkapcsolatok a külföldi inspirációszerzés mellett elősegítették azt is, hogy „a keleti tömb országainak kiküldöttei a kint látottakat adaptálták a „szocialista jó ízlésnek” és a helyi adottságoknak (...) megfelelően.”¹⁵ A KGST-Divatkongresszusok nyelvén ez „az öltözködési koncepció továbbfejlesztését, a szocialista társadalomban fennálló életmód elveit szem előtt tartó”¹⁶ irányelvet jelentette, amely kéz a kézben járt a koncepcionális szemléletmóddal rendelkező szocialista divatdiskurzus hatvanas évekbeli kibontakozásával. Így jutottunk el a szavak egyszerre eleven, ugyanakkor a múlt által már megmerevedett világához, ami fontos lesz a későbbi gondolatmenet szempontjából.

A szocialista divatdiskurzus kulcsfogalma és tájékozódási pontja a „természetesen jól ismert, de soha senki által nem definiált szocialista jó ízlés (...)”¹⁷ A kifejezést – amelyet a maga korában „kortárs stílusnak”¹⁸ neveztek vagy „egyszerű, de elegáns divatvonalaként”¹⁹ írtak körül – ilyen formában²⁰ Djurdja Bartlett tette az elemzés központjává. A keleti blokkon belül ugyanis az ízlésesség égisze alatt keletkezett egy olyan érték kategóriákkal felruházott, egymással párhuzamba állítható nyelvi panelekből álló divatdiskurzus, amely az 1950–1960-as évek folyamán szoros kapcsolatba került a szocialista modernizációt zászlajára tűző rendszerkorrekciós kísérlettel és a Szovjetunióból eredő ízlésvitával.

„Olyan viszonylatokat teremtettünk, olyan feladatokon dolgoztunk, olyan koncepciót építettünk fel, amely ennek a kornak lett a sajátja, s nem volt előképe.”²¹ A szocialista jó ízlés valójában a kezdettől fogva túlmutatott a divatban betöltött szerepén, és egy irányított diskurzus részeként²² igyekezett hatást gyakorolni a közösségi érintkezés szabályaira és a társadalmi magatartásmintákra. „Hisszük, hogy az egyéni gondok megoldásán túl ez a tanácsadás közügyet is szolgál.”²³ A női olvasóközönséghez szóló tanácsadó könyvek így válhattak divatpraktikák helyett készségek gyűjtőhelyévé²⁴, ahol a „tedd/ne tedd” típusú ajánlások mentén egyfajta normatív tanácsadás zajlott²⁵, végig szem előtt tartva azt a törekvést, hogy „a szép ruha is az emberibb, kulturáltabb élet követelményei közé tartozik.”²⁶ S mivel ezek az ajánlások elsősorban „nem varrni tanították az embert, hanem választani”²⁷, így érdemes mérlegelni az orosz divattörténész Jekatyerina Kulinicseva azon felvetését, miszerint a jó-rossz dichotómia helyett érdekesebb volna „helyes vagy helytelen” ellentétpár segítségével gondolkodni a korabeli ízlésről és annak rendszerspecifikumokkal való összefüggéséről.²⁸

Az ízlésformálás első számú platformjának, az úgynevezett szocialista divatirányítás számított. Az 1950-es évek végétől jelen lévő hierarchikus szisztéma legnagyobb kérdése az volt, hogy a felemás fogyasztói kultúra²⁹ korában, valamint a tömegkommunikáció rohamos fejlődésével a vasfüggönyön mindinkább átszűrődő nyugati hatások fényében hogyan lehet az öltözködés és a divat a szocializmus eszköze úgy, hogy az egyszerre legyen képes biztosítani a belső társadalmi legitimációt (életszínvonal) és a nemzetközi térben láttatni kívánt rendszerimázst (eszmei-ideológiai vonzerő).³⁰ „Nyilvánvalóvá válik, hogy az öltözködéshez tartozó minden cikk egységes esztétikai szemlélet alapján való tervezése és gyártása szükséges.”³¹ Ennek az intézményesített divatirányításnak lettek a letéteményesei a centralizált állami divatszervek, illetve a divatirányításból deklaráltan részt vállaló társadalmi szervek, illetve médiumok.

„A folyamat egymáshoz kapcsolódó összefüggő szakaszból áll: divattal kapcsolatos kutatás (1); divatkoncepció kidolgozása (2.); a divat irányított terjesztése (3).”³² A tudományos alapokon nyugvó, a gazdasági tervciklusokkal összhangba

hozott divatirányítás ugyan csak az 1970-es évek közepén érte el legmagasabb fejlettségi szintjét, ám a divatkonceptciók iránti igény már az 1950-es évek derekától kezdve napirenden volt. Erre a feladatra jött létre a Nemzetközi Ruházati Verseny jogutódjaként 1957-ben a KGST-Divatkongresszus, amely egy év múltán az Állandó Munkacsoporttal kiegészülve igyekezett egységes elvi alap mentén kidolgozni a szocialista divat követelményeit. „Az Állandó Munkacsoport hivatása lenne, hogy kialakítsa (...) a széles körű igényeknek megfelelő alapköllekciók összeállítását, aminek eredményeképpen az öltözködési kultúra fejlődésének útja elkerülhetné a veszélyes elhajlásokat, s még inkább a váratlan, kedvezőtlen fordulatokat.”³³ A koncepcionális szemléletre törekvő nézet elemzésével pedig megnyílik egy újabb gondolati ösvény, amely a korábbi szakmai elképzelésekkel ellentétben – miszerint a „jó ízlés és a megfelelő öltözködési etikett hirdetése fontos részét képezte ennek a másolási stratégiának”³⁴ – a nyilvánvalóan jelen lévő másolás mellett beemel egy újabb értelmezési keretet a divatkutatókba. Nevezetesen az egységes elvi alapon nyugvó divatintegrációs modellt.

Djurджа Bartlett találó kijelentése szerint a „szocialista divat az idő rabja volt”.³⁵ Nos valóban az idő rabja volt, akárcsak minden földi jelenség. Ugyanakkor, ha elfogadjuk értelmezési keretnek a nyelvben tetten érhető divatdiskurzust, és ha ennek alapján magunkévá tesszük a makro- és mikroszinten egyaránt érzékelhető integratív szemléletet, máris új rétegek tárulnak fel az 1948 és 1989 közötti divat történetéből. „A szocialista jelző ilyenformán legfeljebb gyenge minőséget, konzervatív ízlést és divatjamúltságot, de nem saját, önálló divatirányt jelent.”³⁶ Saját, a ruházkodás által kifejezett önálló divatirányt nem is jelölt, vélhetően nem is jelentett soha, ezt láthattuk. Azonban a diskurzusszervező erővé tett ízlés fogalmával körülírt szemléletváltozás megragadása segíthet abban, hogy annak módosulásai és hangsúlyeltolódásai révén korszakolni tudjuk ezt a korábban egységesnek láttatott időszakot. S ennek mentén a ruházkodásában „kortalan ízlés”³⁷ nagyon is az Idő köntösébe bújik, kirajzolva ezzel a vizsgált periódus különböző árnyalatait.

„Nem lehet a tényleges társadalmi mozgásokkal vagy áramlatokkal szembenálló vagy attól eltérő divatideálokat felállítani. Hiába áll rá a teljes apparátus [...] ha nem esik a fejlődés vagy az érdeklődés irányába, akkor nem kaphat talajt [...] és nem válik befogadott divattá.”³⁸ Nehéz úgy beszélni a szocialista divatdiskurzusról, hogy az valójában sohasem önmagáról, a divatról, vagy öltözködésről szólt³⁹. Ámbár éppen ez a saját korában is gátlásként jelen lévő nehézség lendítheti tovább és teheti izgalmassá a divatkutatások e szeletét. Hogyan függött össze a „rehabilitálódott divat”⁴⁰ a társadalmi normakorrekciót – hovatovább rendszerkorrekciót – is jelentő desztalinizációval? Mik voltak ennek a „fokozatos átmenetnek” gondolt, de átmenetiségébe végül menthetetlenül beleragadt kornak a jellegzetességei? És végül, de nem utolsósorban hogyan fogadta azt a hazai lakosság?

„Úgy tűnik, hogy az ellentmondások rögzítése és kiemelése a szocialista divat kutatóinak legfontosabb feladata.”⁴¹ És ez a kor szövedékébe való beágyazottság talán így is van rendjén. Leginkább akkor, ha friss szempontok mentén, saját jelenünkben fakadóan tudunk párbeszédet kezdeni a múlttal.

■ JEGYZETEK

1. Részlet Osvát Katalinnak Mészáros Éva memoárjához írt előszavából. Lásd: Mészáros Éva: *A magam módján. Egy iparművész számvetése*. Magánkiadás, hely nélkül, 2003. 5. (Továbbiakban: Mészáros, 2003.)

2. A kifejezés szerepel a neves divatteoretikus, Barbara Vinken *Fashion Zeitgeist* című munkájában. Lásd: Barbara Vinken: *Fashion Zeitgeist. Trends and cycles in the fashion system*. Berg Publishers, Oxford–New York, 2005. 42.
3. Djurdja Bartlett: *FashionEast. The Spectre that haunted socialism*. The MIT Press, Massachusetts–London, 2010. (Továbbiakban: Bartlett, 2010.)
4. Ezek a strukturális szintek egy hármas szerkezeti tagoltságban (utópikus öltözék / hivatalos szocialista divat / mindennapi divat) nyilvánulnak meg, jóllehet bizonyos elemei (pl. az orosz avantgárd konstruktivista irányzatából származó utópikus öltözet) kritika tárgyát képezik a kelet-közép-európai szovjet típusú rendszerek divattörténeti vizsgálatokor. Bartlett a szocialista divat szerkezetére vonatkozó rövid összefoglalását magyar nyelven lásd: Djurdja Bartlett: *Ideológia és viselet*. In: Simonovics Ildikó – Valuch Tibor (szerk.): „Öltöztessük fel az országot!” *Divat és öltözködés a szocializmusban*. Argumentum Kiadó – Budapesti Történeti Múzeum – 1956-os Intézet. Bp., 2009. 11–34.
5. E kérdést járja körbe az alábbi tanulmány: Simonovics Ildikó: *Az államosított divat célja: felöltöztetni az országot. A Ruhaipari Tervező Vállalattól Rotschild Klára szalonjáig*. In: Horváth Sándor (szerk.): *Mindennapok Rákosi és Kádár korában*. Nyitott Könyvműhely, Bp., 2008. 187–213.
6. Valuch Tibor: *A lódentől a miniszoknyáig. A XX század második felének magyarországi öltözködéstörténete*. Corvina Kiadó–1956-os Intézet, Bp., 2004. (Továbbiakban: Valuch, 2004.)
7. E tekintetben mérföldkőnek számítanak a Jukka Gronow és Szergej Zsuravljev szerzőpáros által a szovjet divat intézménytörténetéről írott munkája (Jukka Gronow – Sergey Zhuravlev: *Fashion Meets Socialism. Fashion industry in the Soviet Union after the Second World War*. Finnish Literature Society, Helsinki, 2015.), valamint az amerikai kutató Virginia Carter Olmsted McGraw a szovjet divat belső tendenciáiról és nemzetközi kapcsolatairól írott értekezése (Virginia Carter Olmsted McGraw: *Soviet by Design. Fashion, Consumption and International Competition during Late Socialism 1948–1982*. University of North Carolina at Chapel Hill, Chapel Hill, 2020.).
8. Valuch, 2004. 11.
9. Zsolt Péter: *Divatszociológia*. Pro Die Kiadó, Bp., 2007. 157.
10. Uo. 111.
11. A kifejezés Jirina Spalova csehszlovák újságírónőtől származik, aki 1949-ben aposztrofálta így a szocialista öltözködést a *Zena a móda* hasábjain. Idézi: Djurdja Bartlett: *Let Them Wear Beige. The Petit-Bourgeois World of Official Socialist Dress*. *Fashion Theory*, 8. évf. (2004) 2. szám, 137. (Továbbiakban: Bartlett, 2004.)
12. Erre vonatkozóan lásd Yulia Demidenko az utópikus irodalmat a kora újkortól a szovjet időkig átfogó tanulmányát: Yulia Demidenko: *The apparel of Imminent Bliss*. *Fashion Theory*, 22. évf. (2018) 2. szám, 219–250.
13. Simonovics Ildikó: *Divat kényszerszabadságon? Öltözködéskultúra az ötvenes években*. Szépirodalmi Figyelő, 15. évf. (2016) 6. szám, 64. (Továbbiakban: Simonovics, 2016.)
14. Simonovics, 2016. 64.
15. Simonovics, 2016. 65.
16. HU–MNL–OL–XIX–F–7–g 234. doboz (Jegyzőkönyv az Öltözködés Kultúrájának kérdéseivel foglalkozó Állandó Munkacsoport 6. üléséről. 1963. augusztus 15.)
17. Magyar Hajnalka: *Trendi nő a szocializmusban. Nőideálok, szépségápolás és szépségipar*. Jaffa Kiadó, Bp., 2024. 37. (Továbbiakban: Magyar 2024.)
18. Olga Gurova: *The art of dressing. Body, gender and discourse on fashion in Soviet Russia in the 1950s and the 1960s*. In: Eugenia Paulicelli – H. Clark (ed.): *The Fabric of Cultures. Fashion, Identity and Globalization*. Routledge. London–New York. 2009. 79.
19. Lásd az 1960-as XI. Nemzetközi Divatkongresszus jellemzését az *Ez a Divat* hasábjain. *Ez a Divat*, 13. évf. (1960), 5. szám, 7.
20. A „szocialista jó ízlés” e három szó tagolásában a történeti rekonstrukciót elősegítő elméleti keret, amely ilyen formában soha nem szerepelt a vizsgált divatdiskurzusban, köszönhetően annak, hogy a kor viszonyrendszerében nem volt megkérdőjelezhető e jó ízlés szocialista tartalma. Az utólagos definiálás alkalmazhatóságáról és szerepéről lásd az alábbi részletet: Egri Petra: *Divatelmélet, teatralitás, dekonstrukció. Kortárs divatperformanszok*. Szépirodalmi Figyelő Alapítvány, Bp., 2023. 136–138.
21. Mészáros, 2003. 31.
22. Az irányított diskurzusok működési mechanizmusairól és jellegzetességeiről lásd az alábbi tanulmányt: Valuch Tibor: *Szigorúan ellenőrzött nyilvánosság. A sajtó és a (tömeg)kommunikáció működésének néhány sajátossága a szocialista korszakban*. In: Valuch Tibor: *Mindennapi történeteink. Válogatott társadalomtörténeti tanulmányok*. Kronosz Kiadó, Pécs 2020. 56–68.

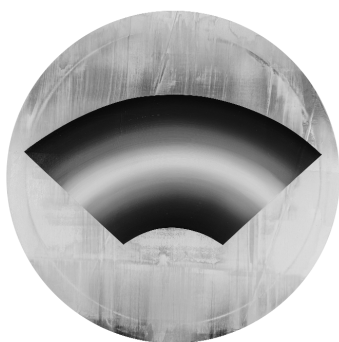
23. *Nő a tükör előtt*. Magyar Nők Országos Tanácsa–Kossuth Kiadó, Bp., 1962. 3.
24. Ekaterina Anatolieva Kulinicheva: „Vseobuch vkusa”: the theory of Soviet fashion and the aesthetic education of mass consumers in the late USSR (1960s–1980s). *Novoe Proshloe/The New Past*, 6. évf. (2021), 4. szám, 81. (Továbbiakban: Kulinicheva)
25. A fenti kifejezést használta Keszeg Anna az ízlés és a divat kapcsolatát elemző tanulmányában, a gondolatmenet egy része innen került átvételre. Keszeg Anna: *Ízlés és divat*. Műhely, 48. évf. (2025) 5–6. szám, 171.
26. Kovács Judit–Gyenes István: *Nők könyve*. Gondolat Kiadó, Bp., 1959. 42.
27. Ėulinicheva 2021. 76.
28. U. o. 75.
29. A „felemás fogyasztói kultúra” kifejezést Valuch Tibor alkalmazta a „fogyasztói szocializmus” körülírására. Lásd: Valuch Tibor: *A bőséges ínségtől az ínséges bőségig. A fogyasztás változásai Magyarországon az 1956 utáni évtizedekben*. In: Valuch Tibor: *Metszetek. Válogatott tanulmányok*. Argumentum Kiadó–1956-os Intézet. Bp., 2006. 224.
30. E gondolatmenet egyes elemei felbukkannak Jekatyerina Kulinicsevánál is. Lásd: Кулиничева, 2021. 76–77.
31. *Ruhaipar*, 6. évf. (1960) 5. szám, 12.
32. HU–MNL–OL–XIX–F–7–kkk 61. doboz 19. tétel (A Magyar Divat Intézet 1975. évi feladatainak témák szerinti célprogramja. 1974. november 30.)
33. HU–MNL–OL–XIX–F–7–g 234. doboz (Jegyzőkönyv az Öltözködés Kultúrájának kérdéseivel foglalkozó Állandó Munkacsoport 6. üléséről. 1963. augusztus 15.)
34. Jukka Gronow: *Soviet modernity: the case of Soviet fashion*. In: Risto Alapuro–Arto Mustajoki–Pekka Pesonen (ed.): *Understanding Russianess*. Routledge, London – New York. 2012. 128.
35. Bartlett, 2010. 172.
36. Simonovics, 2016. 66.
37. Az „idő foglya” kijelentés egyfajta továbbgondolásával élt Jekatyerina Kulinicseva, aki tanulmányában inkább „időtől független/kortalan ízlésnek” definiálta a „szocialista jó ízlést”. A ruházkodás terén ez valóban helytállóbb kifejezés lehet, elvégre a jó ízlés részeként alkalmazott érték kategóriák érdemben nem változtak a fennálló évtizedek során.
38. Losonczy Ágnes: *A divat*. In: Horgas Béla – Levendel Júlia (szerk.): *Ez most a divat. Tanulmányok, esszék, cikkek, versek, novellák*. Gondolat Kiadó, Bp., 1981. 14.
39. Bartlett, 2004. 153.
40. Magyarai 2024. 25.
41. Az eredeti idézetben a „szocialista divat” kifejezés helyett „szovjet divat” szerepel. Anélkül, hogy egyenlőségjelet tennénk a két jelző között, tartalmi szempontból bátran felcserélhető a két szó. Lásd: Ėulinicheva, 2021. 87.



MAKSA GYULA

DEKONSTRUÁLT PÁRDUCMINTA

Divat a kortárs afropolita képregényben



A párduecminta a nyugati divattörténetben egyszerre hordozhat vad, erotikus és hatalmi jelentéseket, miközben a fekete-atlanti és afrikai diaszpórában kapcsolódhat az erő, az ellenállás és az önérvényesítés vizuális nyelvéhez.

Afropolitizmus

■ Mind a nemzetközi divat, mind a határokon átívelő frankofón képregénykultúra egyik legérdekesebb kortárs jelenségköre az afropolitizmus, amely az említettekén kívül is számos művészeti ágban, az irodalomban, a filozófiában, a zenében és a populáris médiakultúrában is megmutatkozik. Az afropolita tapasztalat a lokálisnak és a globálisnak a dinamikusan alakuló ötvözte. Az afropolitizmus sajátos világszemléletet és életmódot is jelöl.

Az „afropolitanisme” szóösszetételt a francia nyelvben 2005-ben Achille Mbembe alkotta meg az angol „cosmopolitanism” szóból. A kameruni származású, Dél-Afrikában élő, 1957-ben született filozófus afropolitizmus-fogalma a posztkoloniális gondolkodás egyik újszerűnek tekinthető koncepciója, amely alapvetően átforgalmazza az afrikai identitásról alkotott modern elképzeléseket. A „saját” és „idegen”, az „én” és a „Másik” kérdéskörének posztkoloniális, posztmodern, illetve késő modern helyzetben való elgondolása miatt Achille Mbembét olyan szerzőkkel szokás egy sorban említeni, mint a magyar nyelvű bölcsészeti- és társadalomtudományosságban érzékelhetően ismertebb és talán olvasottabb Edward Said, Homi Bhabha, vagy éppen Gayatri Chakravorty Spivak. Így tesz például Sylvie Chalaye kortárs művészeti projektekről szóló tanulmánya is, amely e gondolkodók nyomán hívja fel a figyelmet a gyarmatosító és szexista képek dekonstruálásának igényére.¹

A francia történész írása része egy néhány évvel ezelőtt megjelent, monumentális kiadványnak, amely addig példa nélküli, nagyívű áttekintést kínál a gyarmati szexualitás vizuális és mediális reprezentációit illetően. Jónéhány, Afrikában is kiépített gyarmatbirodalom jelenségeivel foglalkozik oly módon, hogy rengeteg, különféle természetű vizuális reprezentációt mutat be a korabeli festményektől, szobroktól kezdve a metszeteken, rajzokon, képregényeken, textíliákon, fényképeken, képeslapokon, könyvborítókön, plakátokon át egészen a mozgóképes alkotásokig és az internet világáig. A *Sexe, race & colonies* címet, valamint magyarra fordítva *A testek uralása a XV. századtól napjainkig* alcímet viselő nagyszabású munka előszavának egyik szerzője talán nem véletlenül Achille Mbembe filozófus.

Mbembe az „afropolitanisme” kifejezést először egy esszében használta az *Africultures* című folyóiratban, és azt egy globális mozgásban és kulturális kapcsolódásokban értelmezett identitásformára vonatkoztatta. Ahogyan a szerző fogalmaz:

„Az itt és a máshol összefonódásának tudatosítása, a máshol jelenléte az ittből és fordítva, a gyökereknek és az elsődleges hovatartozásnak ez a relativizálása, valamint a tények teljes ismeretében a különös, az idegen és a távoli befogadásának ez a módja, ez a képesség, hogy felismerjük saját arcunkat az idegen arcában, és hogy értékeljük a távoli nyomát a közeliben, hogy meghonosítjuk az ismeretlent, hogy együtt dolgozunk azzal, ami ellentétesnek tűnik – ez az a kulturális, történelmi és esztétikai érzékenység, amelyet az ’afropolitizmus’ kifejezés olyan jól jelez.”²

Az afropolitizmussal részletesebben a szerző a *Sortir de la grande nuit: Essai sur l'Afrique décolonisée* című monográfiájában foglalkozik, ahol nem egyszerűen kulturális identitásként, hanem politikai-filozófiai pozícióként tárgyalja azt. Azt állítja, hogy az afrikai társadalmakban lezajló átalakulások – a kulturális áramlások, a népek, világok, eszmék mobilitása, valamint a különböző kulturális tradíciók találkozása – olyan új állapotot hoznak létre, amelyet az afropolitizmus fogalmával célszerű leírni. A kontinens társadalmi új szintézisre törekednek, amelyben a különbségek újraelosztása és a „világok áramlása” („circulation des mondes”) játssza a meghatározó szerepet. Az afrikaiak szétszóródására és a globális összekapcsoltságra egyaránt utaló „világok áramlása” olyan posztkoloniális migrációs, kulturális és gazdasági mozgásokat ír le, amelyek újradefiniálják az afrikaiságot és a globális tapasztalattal átszőtt identitásokat.³

Mbembe szerint az afropolitizmus nem az identitás esszencializmusára épít (például rassz- vagy vérvonalszerű meghatározásokra), hanem a transznacionális kapcsolatok, a globalizáció és a mobilitás dinamikájára. Ebben a kontextusban az „afrikaiság” nem egy „tisztán” meghatározható kategória, hanem egy olyan identitásforma, amelyben a „Másik” szerves része önmagunknak. Ez a megközelítés eltér a klasszikus pánafricanizmus vagy a „négritude” ajánlataitól, amelyek gyakran homogenizáló, esszencialista identitásképeket hoztak létre.⁴ Az *afropolitanisme* tehát nem egyszerűen szinonimája a kozmopolita afrikai identitásnak, hanem egy reflexív világkép, amelyben a mobilitás és a kulturális sokszínűség a központi szervezőelvek. Ez a perspektíva „a világok áramlását” helyezi az identitás- és önértelmezés középpontjába, elutasítva a statikus, hely-

hez kötött identitásmodelleket, tehát innen nézve a transzkulturalitással is rokonítható.⁵ Manapság több millió afrikai származású ember él Afrikán kívül, vagy az afrikai kontinensen, de nem feltétlenül a születési országában. Ezeknek az embereknek lehetőségük van több világot megismerni, és olyan transznacionális kultúrát alakítani ki, amely afropolitaként azonosítható.⁶

Afropolita tapasztalat a divatban

■ A globális kontextusban megjelenő afrikai divatidentitás kérdésköre szintén felveti az afropolitizmus fogalma felőli megértés lehetőségét. Egy viszonylag korai példa erre Leona Naomi Farber tanulmánya, amely az apartheid utáni Dél-Afrika divattervezésével foglalkozik.⁷ Innen nézve úgy tűnik, hogy a dinamikusnak mutakozó afrikai identitás lokalitások és globalizációs folyamatok általi alakítotttsága Dél-Afrika esetében eléggé régóta és több területen is megmutatkozott, így nem véletlen, hogy afropolita nézőpontú reflexió tárgyává vált.

A kortárs divat afropolita kreativitásáról is szól Benedetta Morsiani újabb, 2020-as írása, amely a *From Local Production to Global Relations: The Congo Fashion Week London* címet viseli. A szerző az afropolita jellegű diaszporikus tapasztalatot is szimbolizáló divatintézmény, a Congo Fashion Week London (CFWL) példáján keresztül mutatja be azt a kettős kötést, amelyben az afrikai alkotóknak teljesíteni kell: figyelembe kell venniük egyfelől a nemzetközi divatvilág „nyugati” tekintetét és elvárásait, másfelől a kulturális „autentikusság” igényét. Benedetta Morsiani cikke azt vizsgálja, hogy a CFWL, amelyet londoni kongói és más fekete-afrikai tervezők, szervezők és egyéb divatszereplők hoztak létre és működtetnek, miként illeszkedik a kortárs divatipar dinamikájába, miközben egyszerre kapcsolódik lokalitásokhoz és a globális divatdiskurzushoz. A CFWL alakítói számára fontos tehát a „nyugati” (vagy inkább: „globalizált nagyvárosi”?) közönség figyelmének elnyerése, ugyanakkor ezzel együtt újra kell definiálniuk, mit jelent az afrikai divatidentitás egy globális kontextusban⁸ A CFWL résztvevői testükön és öltözködükön keresztül egyszerre mutatnak be „eredeti” afrikai narratívákat, és kísérlik meg aláásni a nyugati divat által sugallt sztereotípiákat. Ez a kettős mozgás – a kultúra autonómiájának hangsúlyozása és a globális elismerés keresése – komplex dialógust hoz létre a helyi divatkultúra és a globális divatközpontok elvárásai között. A CFWL olyan transznacionális divatesemény, amely erőteret biztosít az afrikai divattervezők számára, lehetőséget kínál az önkifejezésre, miközben a globális divatipar normáival és hatalmi viszonyaival való egyezkedésre is. Ennek során három jellegzetes esztétika mutatkozik meg: a nyugati egzotizmus, az önegzotizmus és az ellenegzotizmus. Az utóbbi tekinthető afropolita öltözködési és szabászati esztétikának, Benedetta Morsiani szerint ezt a CFWL keretei között elsősorban a Majekal Regalia nigériai márka női kollekciója képviselte.⁹

Afropolita tapasztalat a kortárs frankofón képregényben

■ Afrika mint téma vagy helyszín régóta jelen van a „nyugati”, főként európai képregényekben. A második világháborút követő három évtized népszerű francia–belga ifjúsági sorozatai tele vannak afrikai kalandokkal, amelyek visszatérő hősei vadászok, misszionáriusok, humanitárius orvosok – jellemző módon férfiak. A nők inkább mellékszereplők, mint ahogyan a bennszülöttek is: harco-

sok, törzsfőnökök, gyarmati katonák, kannibálok stb. Míg az 1930–1950-es évek gyarmati filmjei és regényei jórészt feledésbe merültek, ugyanez egyáltalán nem mondható el a huszadik század közepi, klasszikussá vált képregényekről, amelyek mind a mai napig újra és újra kiadják, így a populáris képregénykultúrában a gyarmati Afrika-sztereotípiák máig jelen vannak.

Ezeket a Szaharától délre lévő, Afrikával kapcsolatos európai vagy „nyugati” sztereotípiákat ássák alá azok az utóbbi két évtizedben született, nemegyszer számottevő sikert elérő frankofón alkotások, képregényalbumok és grafikus regények – tehát elsősorban könyvek, amelyek afropolitának tekinthetők. Az afropolita jelleg a könyvek kiadói háttérét (például a *L'Harmattan BD* afrikai frankofón képregényre specializált könyvsorozatát), a szerzői életutakat, a közönségek egy jelentős részét és magukat a képregényes elbeszéléseket, azok tematikáját, szereplőit, s bizonyos esetekben grafikai stílusát is jellemzi. Ezek a képregények, grafikus regények a frankofónia tágabb közege révén vesznek részt a globalizáció sajátos aspektusaként is leírható grafikus világirodalmiság alakításában, miközben jelentős részük a városi tereknek a – szintén globalizálódó – médiakultúrák általi, afropolita nézőpontú megtapasztalását is színre viszi. A mediatizáltság érzékelése mellett a több helyhez kötődés vagy éppen annak lehetetlensége visszatérő téma ezekben az alkotásokban, gyakorta éppen a ki- és bevándorlás kérdésköre kapcsán. De arra is találunk példát, hogy egy transznacionális nyomozástörténet vezeti el az olvasót a különböző elefántcsontparti és franciaországi helyszínekre.¹⁰

Az utóbbi két évtizedből számos példát lehet hozni olyan kiváló frankofón képregényekre, amelyek a fentebb kifejtettek alapján afropolitának tekinthetők, a gaboni képregényrajzoló, Pahé *La vie de Pahé (Pahé élete)* című erősen szatirikus önéletrajzolásától Christophe Ngalle Edimo és Al'Mata pikareszk regényszerű Alphonse Madiba történeteinek át Roukiata Ouedraogo és Aude Massot burkinai–franciaországi humoros grafikus elbeszélésfüzéréig, a *Ouagadougou pressé*-ig vagy éppen a *Mamie Denis: évadée de la maison de retraite (Denis nagyi megszökött az idősek otthonából)* című afrikai–európai alkotásig.

A legsikeresebb frankofón afrikai képregény valószínűleg az elefántcsontparti-francia *Aya de Yopougon*, Marguerite Abouet író és Clément Oubrerie rajzoló munkája, amely eddig nyolc kötetben jelent meg, és számos nyelvre lefordították.¹¹ Az *Aya de Yopougon* azért tekinthető afropolita műnek, mert olyan afrikai identitásképet közvetít, amely egyszerre helyileg beágyazott és globálisan nyitott. Az *Aya de Yopougon* tudatosan szakít a hagyományos, egzotizáló vagy nyomorcentrikus Afrika-ábrázolásokkal. A történet nagyrészt az 1970-es és 1980-as évek Abidjanjában játszódik, egy élő, urbanizált környezetben, ahol „Afrika” általában modernizálódó városi térként jelenik meg. A cselekmény középpontjában a tizenkilenc éves címszereplő lány és társai hétköznapi élethelyzetei állnak – tanulás, munkavállalás, párkapcsolatok, családi konfliktusok –, amelyek univerzálisak, és nem az afrikaiság másságát vagy szenvedéstörténetét hangsúlyozzák. A képregény világában keverednek a helyi társadalmi normák és a globális kulturális hatások, például a divatot, a fogyasztást, a populáris médiakultúra életstílusajánlatait illetően. A grafikus regénysorozatban a posztmodern globális médiakultúra szűrőjén át megjelenített lokalitás – Abidjan, pontosabban Yopougon és Cocody városrészek domesztikált és nyilvános tereinek reprezentációja – az afropolitizmus jegyeit hordozza. (Mint ahogyan a későbbi kötetekben Párizs és Franciaország ábrázolása is afropolita nézőpontúnak tekinthető).

Ezzel párhuzamosan a szereplők saját társadalmi pozíciójukat és mindennapi tapasztalataikat is a globalizálódó populáris médiakultúra műfajainak referencia-keretei felől értelmezik, miközben a grafikus narratíva a befogadó számára is hasonló, transzkulturális perspektívájú értelmezési horizontot kínál.

Divat a kortárs afropolita képregényben – Az *Aya de Yopougon* példája

■ Noha Marguerite Abouet további képregénysorozatai, az *Akissi* kölyök-képregény, az *Akissi de Paris* nevelődésregény és a *Comissaire Kouamé* bűnügyi képregény is értelmezhető afropolita keretben, a divat szempontjából az *Aya de Yopougon* grafikus regénysorozatot érdemes közelebbről megnézni. Az első három kötetet divattudományinak tekinthető elemzésben is vizsgálták már. Richard Oko Ajah és Letitia Egege folyóiratcikke megfelel a fashion studies azon meghatározásának, miszerint a divattudomány a bölcsészettudományok és a társadalomtudományok kutatási hagyományait oly módon ötvöző interdiszciplína, amely a divat mint társadalmi jelenség, mint kulturális iparág, mint művészet vizsgálatára törekszik, és „a ruházat kulturális jelentéseinek elemzésén kívül a vizuális és írott divat megjelenítési formáira, azok kulturális, politikai és etikai jelentőségére, valamint társadalmi folyamataira reflektál.”¹² A tanulmány címe magyarra így fordítható: *Az elefántcsontparti ruházati hagyományok dekonstrukciója: új divat, kortárs szépség és új identitás Marguerite Abouet és Clément Oubrierie Aya de Yopougon című művében.*¹³ A cikk azt vizsgálja posztkoloniális, posztmodern és szemiotikai szempontok segítségével, hogy miként válik az öltözködés és a test vizuális megjelenítése jelentéshordozóvá a grafikus regénysorozatban. Az elemzés részletesen bemutatja, hogy az *Aya de Yopougon* szereplőinek öltözködése szorosan kapcsolódik a globális és lokális kulturális hatások kereszteződéséhez. A fiatal női karakterek – különösen Aya barátnői – gyakran viselnek a „nyugati” divatból merítő, testalkatot kihangsúlyozó ruhákat, amelyek a városi életstílus és a társadalmi felemelkedés iránti vágy vizuális kifejezései. A szépségideálok jellemző módon a nemzetközi populáris médiából származnak – például az 1970-es évek filmsztárja, Catherine Deneuve – ugyanakkor helyi kontextusban új jelentésekkel telítődnek. A tanulmány hangsúlyozza a hagyományos öltözetek – különösen a boubouk és az Ankara-mintás textíliák – szerepét is, amelyek gyakran az idősebb generációhoz kapcsolódnak. Az Ankara a helyi identitás, a tradíció és a közösséghez való tartozás vizuális jelképe, ugyanakkor a fiatal szereplők gyakran modern szabásokkal, nyugati stíluselemekkel kombinálva viselik, ami egy hibrid, posztkoloniális identitás kialakulására utal.

Mindezeket továbbgondolva úgy tűnik, az *Aya de Yopougon* vizuális narratívája azt is megmutatja, hogy a divat és az öltözködés miként válik a posztmodern médiakultúra által átítatott, ugyanakkor modernizálódó abidjani városi térben a posztkoloniális városi élet egyik legfontosabb kulturális jelrendszerévé. A ruhák, frizurák és testábrázolások olyan jelentésteli elemek, amelyek a globalizáció, a nemi szerepek és a kulturális identitás kérdéseit egyszerre jelenítik meg. A grafikus regény éppen ezen vizualitás révén bontja le az afrikai kultúráról alkotott leegyszerűsítő sztereotípiákat, és egy összetett, dinamikus identitást tár fel. A korabeli elefántcsontparti városi tér képregényes ábrázolásában a szabóság és a fodrászat kiemelt divatkulturális intézményként jelenik meg. Sidiki, a szabó és helyi népszerű divattervező műhelye visszatérő helyszín a képre-

gényben, mint ahogyan az akkoriban népszerű nemzetközi popsztárok, Michael Jackson, Prince, vagy éppen Grace Jones stílusából inspirálódó homoszexuális fodrász, Innocent üzlete is. Az első három kötetben még csak elképzelt, vágyott, idealizált Párizs divatfőváros-hatása nemcsak Sidiki műhelyében, hanem Inno elvágyódásában is megmutatkozik. A későbbiekben, Inno kivándorlásának elbeszélése után a párizsi és franciaországi helyszínek rendszeresen megjelennek a sorozatban, gyakran negatív fénytörésben.

Innocent párizsi történetszála a divatot, azon belül is a negyedik kötetben, annak címlapján is megjelenő Grace Jones-stílust identitás- és konfliktusgeneráló narratív eszközként használja. Amikor Innocent Franciaországba érkezik, az az elképzeléssel teszi ezt, hogy Párizs egyszerre lesz a személyes szabadság és a szakmai kibontakozás terepe. Ennek a törekvésnek a sűrített jelképe a „Grace Jones-frizura” divatjának elindítása egy főként nyugat-afrikai bevándorlókat befogadó tömegszálláson. A Grace Jones-utalás érdekessége, hogy a valódi Grace Jones a hetvenes-nyolcvanas években az androgün, normákat feszegető megjelenés ikonja volt, aki szorosan kötődött a párizsi divatvilághoz. Amikor Innocent erre a stílusra hivatkozik, valójában egy erős, magabiztos, nem hagyományos nemi és esztétikai szerepeket vállaló megjelenést kínál fel. A történetben ez a stíluskezdeményezés kezdetben sikert arat a közösség nőtagjai körében, ugyanakkor fenyegetésként jelenik meg a hagyományos férfiszerepek szemszögéből.

Innocent stílusprogramjának része a párducminta (imprimé panthère) használata is. A párducminta a nyugati divattörténetben egyszerre hordozhat vad, erotikus és hatalmi jelentéseket, miközben a fekete-atlanti és afrikai diaszpórában kapcsolódhat az erő, az ellenállás és az önérvényesítés vizuális nyelvéhez. Amikor Innocent ezt a mintát ruhákön és kiegészítőkön Párizsban népszerűsíti, akkor azt üzeni, hogy a minta viselője hangsúlyosan jelen akar lenni a társadalmi térben. A Grace Jones-stílus és a párducminta együtt alkotják Innocent párizsi divatajánlatát, amelynek értelmezésekor nem érdemes eltekinteni a „leopárdember” gyarmati képregényes sztereotípiájától sem. A francia-belga gyarmati képregényben a „leopárdember” alakja általában névtelen, vad, irracionális figura, aki állatmintás öltözetet visel, és akinek teste a civilizálatlanság, az erőszak, az állatiasság hordozója. A leopárdminta ebben a kontextusban azt sugallja, hogy az afrikai karakter közelebb áll az állathoz, mint a modern emberhez. Ez a vizuális kód a gyarmati tekintet számára megnyugtató hierarchiát teremt: a fehér, európai szereplő a racionalitás oldalán áll, míg az afrikai testhez vad ösztönöket kapcsol.¹⁴

Innocent párducmintájának használata ezzel a hagyománnyal radikálisan szembemegy. Az *Aya de Yopougon* tudatosan választott, városi, globális divatelemnek mutatja a mintát. Innocent nem „leopárdember”, hanem fodrász, stílus-teremtő; a minta használata az ő döntésének és ízlésének eredménye. Ezzel a képregény leválasztja a leopárdmintát az ösztönösség és a vadember narratívájáról, és belehelyezi a kontrollált önreprezentáció terébe. Ráadásul Innocent ezt a mintát Párizsban, a volt gyarmatbirodalom központjában, egy meghatározó divatfővárosban viseli és terjeszti. Ebben a térben a párducminta már nem az „afrikai dzsungel” vizuális rövidítése, hanem egy globális fekete esztétika része, amely Grace Jones és a divatfotográfia felől olvasható. A gyarmati képregény „leopárdembere” passzív tárgya volt az európai tekintetnek; Innocent ezzel szemben aktívan formálja azt a tekintetet, amely rá irányul, arra kényszeríti, hogy felismerje előítéleteit.

A dekonstruálás egy másik kulcseleme Innocent szexuális identitása. A gyarmati képregény leopárdembere hipermaszkulin, fenyegető, erőszakos, Innocent párducmintája viszont egy olyan karakterhez kapcsolódik, amely nem illeszkedik a heteronormatív, harcias férfiideálhoz. Ez alapjaiban bontja meg a sztereotípiák logikáját: ugyanaz a vizuális kód, amely korábban a „veszélyes vadembert” jelölte, most egy érzékeny, kreatív, marginalizált, mégis öntudatos karakter önkifejezésének eszköze lesz. A párducminta Innocent esetében nem a gyarmati múlt maradványa, hanem annak kritikája: egy olyan jel, amelyet a grafikus elbeszélés visszavesz a gyarmati fantáziától, és új jelentéssel tölt meg. A leopárdember sztereotípiája ezzel nem eltűnik, hanem szétesik – felismerhető marad, de többé nem működik ugyanúgy.

■ JEGYZETEK

1. Sylvie Chalaye: *Reconstruire l'« Autre » corps: émancipation et création contemporaine*. In: Pascal Blanchard – Dominic Thomas – Christelle Taraud – Gilles Boëtsch – Nicolas Bancel (eds.): *Sexe, race & colonies. La domination des corps du XVe siècle à nos jours*. La Découverte, Paris, 2018. 478–505.
2. Eredeti szöveg: „La conscience de cette imbrication de l'ici et de l'ailleurs, la présence de l'ailleurs dans l'ici et vice-versa, cette relativisation des racines et des appartenances primaires et cette manière d'embrasser, en toute connaissance de cause, l'étrange, l'étranger et le lointain, cette capacité de reconnaître sa face dans le visage de l'étranger et de valoriser les traces du lointain dans le proche, de domestiquer l'in-familier, de travailler avec ce qui a tout l'air des contraires – c'est cette sensibilité culturelle, historique et esthétique qu'indique bien le terme «afropolitanisme»”. Achille Mbembe: *Afropolitanisme*. *Africultures* 2006(66), 13.
3. Achille Mbembe: *Sortir de la grande nuit, essai sur l'Afrique décolonisée*. La découverte, Paris. 2010.
4. Uo.
5. Wolfgang Welsch: *Transculturality – the Puzzling Form of Cultures Today*. In: Mike Featherstone – Scott Lash (eds.): *Spaces of Culture. City, Nation, World*. Sage, London, 1999. 194–213.
6. Achille Mbembe – Laurent Chauvet: *Afropolitanism*. *Nka: Journal of Contemporary African Art* 2020(46), 56–61.
7. Leona Naomi Farber: *Africanising hybridity? Toward an Afropolitan aesthetic in contemporary South African fashion design*. *Critical Arts* 2010(1), 128–167.
8. Benedetta Morsiani: *From Local Production to Global Relations: The CongoFashionWeek London*. *Fashion Theory* 2022(2), 263–281.
9. Uo.
10. Marguerite Abouet – Donatien Mary: *Commissaire Kouamé* 3. Gallimard, Paris. 2025.
11. Marguerite Abouet – Clément Oubrerie: *Aya de Yopougon* 1–8. Gallimard, Paris, 2005 (Tome 1), 2006 (Tome 2), 2007 (Tome 3), 2008 (Tome 4), 2009 (Tome 5), 2010 (Tome 6), 2022 (Tome 7), 2023 (Tome 8).
12. Egri Petra: *Az ageizmus dekonstrukciója a divatiparban: Iris Apfelfől Zsigmond Dóra kifutójáig*. Szépirodalmi Figyelő 2025. 1. sz. 74.
13. Richard Oko Ajah – Letitia Egege: *Deconstructing the Ivorian Vestimentary Traditions. New Fashion, contemporary Beauty and New Identity in Marguerite Abouet and Clément Oubrerie's Aya de Yopougon*. *Wagadu. A Journal of Transnational Women's and Gender Studies* 2017(18), 55–80.
14. Philippe Delisle: *Bande dessinée franco-belge et imaginaire colonial: Des années 1930 aux années 1980*. Karthala, Paris, 2016. 52–63.; Lukács Laura Klára: *Tintin Dél-Afrikában: Anton Kannemeyer és az Hergé-hagyomány*. In: Maksa Gyula – Vincze Ferenc (szerk.): *Képregény-kultúrák, műfajok, gyakorlatok. Tendenciák a kortárs magyar képregényben és képregénykutatásban III*. Szépirodalmi Figyelő Alapítvány, Bp., 2020, 183.

BAGYURA MÁRTON – JÁGER LUCA

DIVAT ÉS IDŐSKOR A DIGITÁLIS TÉRBEN

A divatipar működése hosszú ideje összefonódik a fiatalság kulturális és gazdasági értékének előtérbe helyezésével. Ez a jelenség nem pusztán ízlésbeli preferenciákat tükröz, hanem olyan strukturális sajátosság, amely alapvetően befolyásolja a divatszektor szereplőinek lehetőségeit. A magazinok és márkaképek világa olyan normatív kereteket rögzít, amelyek értelmében az életkor előrehaladtával az egyének fokozatosan háttérbe szorulnak a vizuális reprezentációkban. Amennyiben idősebb szereplők mégis megjelennek, gyakran olyan narratívában helyezkednek el, amely szerint „koruk ellenére” képesek érvényesülni a divat világában – mintegy dacolva az öregedéssel. Bár ezek a példák pozitív fényben tűnhetnek fel, az idősödés mégis leginkább negatív folyamatként jelenik meg, a kor pedig túlhangsúlyozott, sokszor egyetlen meghatározó tulajdonságként jelenik meg az idős személyek kapcsán.¹ A fiatalság, vitalitás és szexuális vonzerő dominanciája hosszú távon az idősebb generációk szisztematikus marginalizációjához vezetett. Ez a folyamat nem csupán esztétikai választások eredménye, hanem a kapitalizmus és a fogyasztói kultúra logikájába illeszkedik: a divat a folyamatos megújulásra és az „új” iránti vágyra



A divatipar működése hosszú ideje összefonódik a fiatalság kulturális és gazdasági értékének előtérbe helyezésével. Az idősebb fogyasztók növekvő vásárlóereje gazdasági szempontból is indokoltá tette a divatipar számára, hogy újragondolja célcsoportjait.

A 153630 számú projekt a Kulturális és Innovációs Minisztérium Nemzeti Kutatási Fejlesztési és Innovációs Alapból nyújtott támogatásával, a STARTING_25 pályázati program finanszírozásában valósult meg.

épül, amely strukturálisan zárja ki az öregedést mint lassú, stabil és nem látványos életszakaszt.²

Az elmúlt évtizedekben azonban megfigyelhető némi elmozdulás, amit részben a demográfiai átalakulások és az ún. *silver economy* térnyerése ösztönöz. Az idősebb fogyasztók növekvő vásárlóereje gazdasági szempontból is indokoltá tette a divatipar számára, hogy újragondolja célcsoportjait.³ Ugyanakkor ezek a kezdeményezések sokszor kommercializált vagy sztereotipizált nézőpontból közelítik meg az időseket, ritkán kérdőjelezve meg valójában az ageista normákat, vagy tükrözve az interszekcionális sokféleséget.⁴ Míg néhány kampány valóban igyekszik szembemenni az életkori előítéletekkel, a legtöbb továbbra is fiatalság-standardokat közvetít és részesít előnyben, különösen a női szereplők esetében. A reprezentációs spektrum interszekcionális szűkössege is problematikus: az idősebb modellek többsége fehér, vékony és jó módú, miközben a színes bőrű, plus size vagy strukturálisan hátrányos helyzetű idősek továbbra is kevésbé láthatók maradnak.⁵

Az ageizmus – vagyis az életkoron alapuló előítéletesség és diszkrimináció – nem csupán egyéni attitűdök szintjén értelmezhető jelenség, hanem intézményesült gyakorlat, amely beágyazódik a médiarendszerek, a munkaerőpiac és a fogyasztói kultúra működésébe. A divatipar jó teret kínál ezen mechanizmusok vizsgálatára, mivel itt különösen szembetűnően kapcsolódik az emberi test társadalmi értékelése az életkorhoz. Kutatások igazolják, hogy az idősekről szóló negatív sztereotípiák megjelenítése szignifikánsan felülreprezentált mind a hagyományos, mind a digitális médiában.⁶ Ez az arányeltolódás nem véletlenszerű, hanem azt a kulturális logikát tükrözi, amely szerint az öregedés alapvetően problematikus, kezelendő állapot, amely során az egyén fokozatosan kiszorul a társadalmi és gazdasági produktivitás köréből.

A médiareprezentációk során a különféle platformok hajlamosak az idősebb korosztályokat marginalizálni, miközben megerősítik a hanyatlással, függőséggel és láthatatlansággal kapcsolatos negatív sztereotípiákat. E reprezentációk nemcsak tükrözik a fennálló társadalmi attitűdöket, hanem aktívan formálják is azokat, normatív kereteket kijelölve arra vonatkozóan, mi tekinthető értékesnek, vonzóknak vagy figyelemre méltónak, illetve milyen az öregedés társadalmilag elvárt módja.⁷

A pozitív, illetve a „sikeres öregedés” diskurzusai deklarált céljuk szerint a hanyatlásalapú sztereotípiák ellenében kívánnak alternatívát kínálni, ám kritikai elemzések szerint ezek a narratívák gyakran a neoliberális ideológiáját közvetítik.⁸ A személyes felelősséget, egészségtudatosságot, aktivitást és produktivitást hangsúlyozó keretrendszer kirekesztővé válhat, ha figyelmen kívül hagyja az öregedés sokféleségét és a strukturális egyenlőtlenségeket. Paradox módon még az ageizmus felerősödését is előidézheti azáltal, hogy az öregedést egyfajta projektként definiálja, amelyet „jól” vagy „rosszul” lehet végrehajtani.

A láthatóság politikája szintén ambivalens: noha az idősebbek megnövekedett médiabeli jelenléte önmagában pozitív fejlemény lehet, a reprezentáció kontextusa és minősége meghatározó jelentőségű.⁹ Az idősek ábrázolása sok esetben sztereotip, leereszkedő vagy tokenisztikus, ami nem eredményez mélyreható társadalmi változást. A médiareprezentációk továbbra is hajlamosak egy-síkú karakterekként bemutatni őket: vagy mint szánalmat kiváltó, hanyatló személyek, vagy mint kivételes példákat, akik „jól tartják magukat”, és sikeresen „szállnak szembe” az öregedéssel.¹⁰ A hanyatlásközpontú öregedésnarratíva kü-

lönösen a nőket érinti hátrányosan: míg a férfiaknál létezik az „ezüst róka” mítosza, amely szerint az idő előrehaladtával erettebbé és akár vonzóbbá is válhatnak, a nőknél ez a diskurzus hiányzik. Egy ötven feletti nő a divatiparban kevésbé láthatató.¹¹

A közösségi média platformjai új lehetőségeket ígértek ezeknek a strukturális kirekesztő mechanizmusoknak a lebontására. A web 2.0 interaktív logikája, a felhasználók által generált tartalmak kultúrája, valamint az influenszergazdaság meritokratikus narratívája azt a benyomást keltette, hogy a hagyományos média kapuőrszerepének gyengülésével demokratikusabb reprezentációs tér nyílhat.¹² A TikTok, Instagram és Facebook olyan platformok, ahol elméletileg bárki tartalomgyártóvá válhat, és a sikerességet nem intézményi legitimáció, hanem a közönséggel való kapcsolat minősége határozza meg. Az influenszerekultúra tehát látszólag demokratizálódott: már nem szükséges professzionális háttér ahhoz, hogy valaki divattartalmat hozzon létre. Ez az ígéret különösen vonzónak bizonyult az idősebb generációk számára, akik a hagyományos médiából gyakran kiszorultak.

Valóban megjelentek az idősebb tartalomgyártók (különösen a granfluenszerek), akik közül többen meglehetősen nagy követőtáborra tettek szert.¹³ Ezek az influenszerek korábban tabunak számító témákat hoztak be a közösségi média terébe: az öregedés esztétikáját, a mindennapi kihívásokat vagy az ősz hajdivatját. Jelen tanulmány azonban amellett érvel, hogy ez a befogadás nem általánosítható és nem teljes körű. Idősebb influenszerek példái azt mutatják, hogy a láthatóságuk gyakran illuzórikus: jelenlétük nem a strukturális egyenlőségen, hanem a tokenizáció logikáján alapul. Gyakran egzotikus kivételként, „inspiráló” példaként tűnnek fel, miközben az életkorra épülő hierarchiák változatlanul érvényesülnek.¹⁴ A láthatóság ebben az összefüggésben nem jelent elfogadást. A közönségreakciók közelebbi vizsgálata azt mutatja, hogy az idősebb tartalomgyártók gyakran válnak értékelés tárgyává: leereszkedő, paternalista kommenteket kapnak, és folyamatosan bizonyítaniuk kell saját relevanciájukat. A közösségi média algoritmusai és kultúrája ugyanis továbbra is a fiatalságot preferálja.¹⁵

A digitális tér látszólagos demokratizmusa tehát megtévesztő. Bár elméletileg lehetőséget kínál az idősebb generációk számára a részvételre, ez a részvétel nem társul automatikusan egyenlő esélyekkel. Az idősök gyakran továbbra is kívülállóként jelennek meg: „érdekesek”, „kivételes példák”, „bátor próbálkozók”, akik bár láthatóak, de soha nem válhatnak a közösségi média organikus részévé. A digitális platformok tehát nem alternatívát kínálnak, hanem új közeget ugyanazon ageista gyakorlatok számára.

Ez a dinamika különösen erőteljes az idősebb női tartalomgyártók esetében, ahol az ageizmus és a szexizmus egymást erősítve érvényesülnek. Empirikus kutatások igazolják, hogy az idősebb női influenszerek jóval szigorúbb megítélés alá esnek, mint idősebb férfitársaik. A „sikeres öregedés” diskurzusa itt is paradox helyzeteket teremt: minél inkább megfelelnek a fiatalság normáinak (pl. fiatalos megjelenés, aktív életmód), annál elfogadottabbá válnak, ugyanakkor épp ez a megfelelési kényszer erősíti meg azt a normarendszert, amely az öregedést eleve hátrányosként értelmezi. Az idősebb influenszerek így nem képesek átalakítani az őket marginalizáló struktúrákat, inkább illeszkednek beléjük mint kivételes esetek – „akik még tudnak valamit mutatni”.

Jelen tanulmány egy ötven év feletti magyar tartalomgyártó (TM) példáján keresztül elemzi ezeket a mechanizmusokat. TM célja, hogy *silver hair model-*

ként érvényesüljön – olyan modellként, akinek különlegességét természetes ősz haja adja. A közösségi médiában (TikTok, Instagram) felépített karaktereiben ez a törekvés hangsúlyosan megjelenik: tudatosan alakítja megjelenését és tartalmait, hogy a divat világában saját feltételei szerint vehessen részt. Ugyanakkor tartalmait rendszeresen érik ageista és szexista alapú támadások.¹⁶ A divatipar – legyen szó online vagy offline színterről – továbbra is elsősorban a fiataloknak szól. Az idősebb nők csak akkor kaphatnak benne helyet, ha folyamatosan igazolni tudják, hogy „még mindig” érdemes rájuk figyelni.

Egy magyar influenszer esete: silver hair model ambíció és digitális kizárás

■ TM mind a TikTokon, mind az Instagramon aktív tartalomgyártóként van jelen, és a két platform eltérő logikájának megfelelően alakítja tartalmait. Instagram-oldala elsősorban a modellkarrier irányába tett törekvéseit reprezentálja képes tartalmakon keresztül, míg TikTok-videóiban verbálisan is megfogalmazza célkitűzéseit: deklaráltan szeretne *silver hair* influenszerre válni, hangsúlyozva, hogy ősz haját nem az öregedés problémás tüneteként, hanem az egyediség és stílus kifejeződéseként értelmezi. Ez az önpozicionálás kulcsfontosságú: TM tudatosan alakítja önreprezentációját olyan formában, amely szembemegy az ősz hajjal kapcsolatos konvencionális előítéletekkel.

Tartalomgyártói tevékenysége a házi készítésű képi és videós anyagokon túl professzionális fotózásokra és rendezvényeken való részvételre is kiterjed, ahol modellként lép fel. Tartalmai között megtalálhatók sminkelési útmutatók, öltözködési tippek, fotózások kulisszái mögé engedő videók, valamint életmód- és anyaságtematikájú bejegyzések. 2025-től kezdődően egyre hangsúlyosabban vállalja a *silver hair* identitást és az ezzel járó társadalmi szerepet: többek között társadalmi érzékenyítő projektekhez is csatlakozik.

TM számára az ősz haj nem csupán megjelenésbeli sajátosság, hanem identitásképző elem, amely révén differenciálja magát a közösségi média influenszeinek mezőnyében. A *silver hair* mozgalom üzenete szerint a természetes ősz haj lehet szép, elegáns és divatos – nem szükséges elfedni vagy festéssel „javítani” rajta. Bár TM ezt a szemléletet közvetíti, a társadalmi visszajelzések gyakran arról tanúskodnak, hogy a közvélemény továbbra is az ősz haját az öregedés negatív szimbólumaként értelmezi. Ennek következtében sokan az életkorához kapcsolódó elvárások mentén ítélik meg tevékenységét.

A közönségreakciók jelentős része ugyanakkor pozitív és támogató jellegű. Követői gyakran méltatják TM megjelenését, bátorságát és hitelességét, s inspiráló példaként említik: többen úgy nyilatkoznak, hogy „bátorítást ad”, „jó példát mutat”, vagy hogy általa kevésbé félnek az öregedéstől.

A negatív és kritikus visszajelzések ritkábban a tartalomgyártás minőségét, inkább annak tabudöntőgető jellegét célozzák meg. A kritika tárgyává válik életmódja, stílusa, ősz haja, valamint az, hogy anyaként és ötvenes nőként milyen tevékenységeket vállal fel. A tipikus ageista kommentek között szerepelnek olyan explicit életkori sztereotípiákat megerősítő kijelentések, mint „ehhez már túl idős”, „ez nem illik a korához”, vagy éppen „szégyellheti magát”. Emellett infantilizáló hangnem is megfigyelhető: egyes hozzászólások TM-t gyermekként vagy felelőtlenként írják le.

A kommentek kvalitatív elemzése alapján úgy tűnik, hogy TM küzdelmet folytat azzal, hogy a *silver hair* modellidentitást széles körben elfogadottá tegye. Ősz haja miatt idősebbnek tűnik tényleges életkoránál, amit a közönség egy része azzal az elvárással társít, hogy viselkedése igazodjon az életkorához rendelt normákhoz. Az ageista reakciók megjelenése azt mutatja, hogy még a deklarált cél – egy specifikus modellkategóriába tartozás – sem nyújt védelmet az életkori előítéletekkel szemben.

Különösen érdekesek azok a kommentek, amelyek rejtetten ageisták, és ambivalens módon jelenítik meg a társadalmi attitűdöket. Ezek látszólag elismerő hangvételűek, de valójában megerősítik a koralapú normákat. Tipikus példái ennek: „korodhoz képest jól tartod magad”, „fiatalos vagy”, „úgy nézel ki, mint egy negyvenes”. E megjegyzések implikált üzenete, hogy egy ötven feletti nőnek „normál esetben” nem kellene jól kinéznie – így a pozitív megítélés valójában kivételeességre, nem normativitásra épül.

Érdemes megjegyezni, hogy a durva, elutasító kommentek többsége nem férfaitól, hanem nőktől érkezik – ez felveti az internalizált ageizmus kérdését, vagyis annak lehetőségét, hogy a női kommentelők is belsővé tették azokat a társadalmi elvárásokat, amelyeket TM éppen megkérdőjelezni próbál.

TM saját viszonyulása is ambivalens az öregedéshez. Bár nyíltan vállalja korát, és büszkén viseli ősz haját, tartalmaiban rendszeresen foglalkozik *anti-aging* termékekkel, ránctakaró sminkekkel, illetve liftinghatású kozmetikumokkal. Bejegyzéseiben megjelennek olyan kifejezések, mint „múmiaeellenes krém” vagy „a táskáimra ezt használom”, amelyek tudattalanul is erősítik az öregedés negatív társadalmi értelmezését. Ez az önreprezentáció azt a belsővé tett ageista narratívát tükrözi, amely szerint az öregedés ugyan elfogadható, de folyamatos „kezelést” igényel.

TM *silver hair* ambíciói így ambivalens keretbe kerülnek: miközben a természetes ősz haj szépségét hirdeti, párhuzamosan azt sugallja, hogy az öregedés más testi jegyei – például ráncok vagy bőrlazaság – elfedendők, kontrollálандók. Ez az ellentmondás jól mutatja, milyen nehéz valóban kilépni a társadalmilag meghatározott ageista normák keretei közül, még azok számára is, akik ezt tudatosan megkísérik.

Érdekes módon TM legnagyobb elérést produkáló tartalmai nem a professzionális fotózások eredményei, hanem azok a videók, amelyekben közvetlenül reagál a negatív kommentekre, provokatív vagy ironikus módon reflektál a korával kapcsolatos kritikákra. Míg a modellkedésről szóló anyagok mérsékelt érdeklődést váltanak ki, ezek a diskurzusteremtő, tabudöntőgető tartalmak jelentős népszerűséget generálnak.

TM értékét tehát nem kizárólag esztétikai megjelenése vagy modellként való szereplése határozza meg, hanem az a képessége, hogy nyíltan konfrontálódik a fennálló előítéletekkel, és őszintén beszél azokról a kihívásokról, amelyekkel egy ötven feletti nő szembesül a digitális nyilvánosságban. Ez azonban továbbra is nyitva hagyja a kérdést: valóban modellként fogadják-e el, vagy csupán egy „érdekes kivételként”, aki átmenetileg helyet kapott egy ifjúságcentrikus platformon.

■ A közösségi média a reprezentáció demokratizálásának ígéretével jelent meg a divat világának vonatkozásában, de az idősebb generációk továbbra is szembe-sülnek strukturális kirekesztéssel. Bár ezek a terek technikailag nyitottak mindenki számára, működésükben nem mentesek az életkori előítéletektől: az algoritmusok, a platformkultúra és a felhasználói attitűdök továbbra is a fiatalságot részesítik előnyben.

A divatipar fiatalságorientált struktúráját tehát a közösségi média nem írta felül, csupán új kontextusba helyezte. Az idős influenszerek bizonyos fokú láthatóságot szereztek, de az elfogadás nem vált automatikussá, ugyanazokkal a narratívákkal kell szembenéznük, mint a hagyományos divatvilágban: a hanyatlás, a kívülállóság és az esztétikai inkompatibilitás. Az idős női tartalomgyártók továbbra is arra kényszerülnek, hogy a fiatalság esztétikáján keresztül legitimálják magukat, s ezáltal megerősítik a fennálló normákat.

A tanulmányban vizsgált influenszer, TM példája jól szemlélteti megállapításainkat. *Silver hair* modellként való önpozicionálása nem vezetett az online térben is általánosan elismert modellkarrierhez, hanem egy ambivalens köztes pozícióba helyezte őt, ahol egyszerre van jelen és marad marginalizált: egyszerre válik példaképpé és céltáblává, elismertté és nevetségessé.

■ JEGYZETEK

1. Reuben Ng: *Societal Age Stereotypes in the U.S. and U.K. from a Media Database of 1.1 Billion Words*. International Journal of Environmental Research and Public Health 2021(16). 1–10. Lame Maatla Kenaleman: *Visual ageism and the subtle sexualisation of older celebrities in L'Oréal's advert campaigns: a Multimodal Critical Discourse Analysis*. Ageing and Society 2021(9). 2122–2139. Aurore Bardey et al.: 'Older People are not Allowed to be old Anymore': Representation, Stereotyping and Psychological Impact of Ageism in the Fashion media. Journal of Macromarketing 2024(4). 648–666.
2. Jill Chonody et al.: *Ageism and Sexism in Films with Older People as the Lead*. International Journal of Ageing and Later Life 2024(1). 59–101. Egri Petra: *Az ageizmus dekonstrukciója a divatiparban: Iris Apfeltől Zsigmond Dóra kifutójáig*. Szépirodalmi Figyelő 2025. 1.sz. 74–84. Egri Petra: *Az idősödő női test reprezentációja a divatmédiában*. Korunk 2025. 9.sz. 11–18.
3. Lame Maatla Kenaleman: *Visual ageism and the subtle sexualisation of older celebrities in L'Oréal's advert campaigns: a Multimodal Critical Discourse Analysis*. Ageing and Society 2021(9). 2122–2139. Maria Edström: *Visibility patterns of gendered ageism in the media buzz: a study of the representation of gender and age over three decades*. Feminist Media Studies 2018(1). 77–93. Sue Westwood: 'It's the not being seen that is most tiresome': *Older women, invisibility and social (in)justice*. Journal of Women & Aging 2023(6). 557–572.
4. Aurore Bardey et al.: 'Older People are not Allowed to be old Anymore': Representation, Stereotyping and Psychological Impact of Ageism in the Fashion media. Journal of Macromarketing 2024(4). 648–666. Barbara L. Marshall: *Happily ever after? 'Successful ageing' and the heterosexual imaginary*. European Journal of Cultural Studies 2017(3). 363–381.
5. Dallas J. Murphy et al.: *Changes in narratives about aging among older adults in an internalized ageism intervention*. Aging & Mental Health 2025(16). 1–9.
6. Reuben, Ng.: *Aging Narratives Over 210 Years (1810–2019)*. The Journals of Gerontology Series B 2020(9). 1799–1807. Yuxiang Chris Zhao et al.: *Online Health Information Seeking Behaviors Among Older Adults: Systematic Scoping Review*. Journal of Medical Internet Research 2022(2). 1–21. Yuxiang Chris Zhao et al.: *Online Health Information Seeking Behaviors Among Older Adults: Systematic Scoping Review*. Journal of Medical Internet Research 2022(2). 1–21. Kun Li: *The media image of Chinese older people: From stigmatic stereotype to diverse self-representation*. Global Media and China 2021(3). 281–302. Kun Li: *The media image of Chinese older people: From stigmatic stereotype to diverse self-representation*. Global Media and China 2021(3). 281–302.
7. Toni Calasanti: *Combating Ageism: How Successful Is Successful Aging?* The Gerontologist 2015(6). 1093–1101.

8. Rachel Pruchno: *Successful aging: contentious past, productive future*. The Gerontologist 2015(1). 1-4. Toni Calasanti et al.: *Beyond Successful Aging 2.0: Inequalities, Ageism, and the Case for Normalizing Old Ages*. The Journals of Gerontology Series B 2021(9). 1817–1827. Langmann, Elisabeth et al.: *Leaving no one behind: successful ageing at the intersection of ageism and ableism*. Philosophy, Ethics, and Humanities in Medicine 2023(1). 1–11.
9. Sue Westwood,: *'It's the not being seen that is most tiresome': Older women, invisibility and social (in)justice*. Journal of Women & Aging 2023(6). 557–572. Reuben Ng et al.: *Aging Narratives Over...* i.m. Giulia Kondort et al.: *The Role of Fashion Influencers in Shaping Consumers' Buying Decisions and Trends*. Proceedings of the International Conference on Business Excellence 2023(17). 1009–1018.
10. Jill Chonody et al.: *Ageism and Sexism in Films with Older People as the Lead*. International Journal of Ageing and Later Life 2024(1). 59–101.
11. Barbara L. Marshall: i. m.
12. Debashrita Dey et al.: *Too old for photosharing?: (re) construing successful aging through select Instagram handles of Indian older female influencers*. Educational Gerontology 2024(10). 955–971. Chuanrui Chen et al.: *Digital health for aging populations*. Nature Medicine 202/7. 1623–1630. Juanjuan Ren et al.: *The 'old aunties (lǎo ā yí)' are not old: Chinese young women's attitudes toward aging and old age through using the generalized kinship term on social media*. Journal of Aging Studies 2025/73. 1–9.
13. Manuela Farinosi et al.: *Young and Elderly Fashion Influencers*. International Conference on Human-Computer Interaction. Cham: Springer International Publishing 2020. 42–57. McFarlane, Ashleigh et al.: *#50+ fashion Instagram influencers: cognitive age and aesthetic digital labours*. Journal of Fashion Marketing and Management 2019(3). 399–413.
14. Manuela Farinosi: *Deconstructing the stigma of ageing: The rise of the mature female influencers*. European Journal of Cultural Studies 2022(3). 313–335. Nicky Stephani: *Senior female celebrity's body and ageing well discourse on Instagram*. Jurnal Studi Komunikasi 2022(1). 165–178. Munmun Ghosh: *Female Instagram elderly influencers countering the ageing narratives*. Humanities and Social Sciences Communications 2023(1). 1–10.
15. Maja Jerrentrup: *The Grand Style. Encountering elderly influencers. Aisthesis. Pratiche, linguaggi e saperi dell'estetico* 2023(1). 147–158. Syachfitrianti Gadis Nadia et al.: *Fashion Granfluencers as a Cultural Intermediary in Fashion and Style*. Journal of the Korean Society of Costume 2022(6). 1105–1127.
16. Toni Calasanti: i. m.



GULYÁS KLÁRA

„IDENTITÁSLENYOMATOK”

Diplomás romák/cigányok fogyasztási mintázatai
és öltözködési stratégiái



**Egyre erősebb
tendencia, hogy
a fiatal cigány
értelmiségiek a
„vesélyeztetett
identitás” megküzdési
stratégiái közül
elsősorban a pozitív
önkép kialakítására
és az etnikai identitás
tudatos vállalására
törekcszenek.**

Bevezetés

■ Tanulmányomban a roma¹ diplomások és a diplomát szerzők körében vizsgálom, hogyan függ össze az identitás az etnicizált fogyasztással. Egy 2021-ben végzett (355 fős) kutatásomban – amely a cigány értelmiségiek szerepeit vizsgálta – az interjúk narratívái ráirányították a figyelmet arra, hogy amikor felfedezik etnikai identitásuk pozitív tartalmát, kulturális fogyasztásuk gyökeresen megváltozik.² E felismerés után kutatásom fókuszába került a diplomás romák/cigányok etnicizált fogyasztása.

A megváltozott kulturális fogyasztás okainak feltárására 45 fős kérdőíves kutatást végeztem, továbbá nyolc fővel készítettem félig strukturált interjút. A kérdőíves kutatásban a 18–25 évesek alulreprezentáltak (4 fő), a kitöltők többsége a 26–35 és 45 év feletti korosztályból került ki, így jellemzően diplomások válaszoltak. A 44 kitöltő közül 13 fővárosi, 10 községben, 9 kisvárosban és 8 megyei jogú városban él. A kitöltők között a társadalomtudományi, bölcsész és pedagógus végzettségűek (34 fő) voltak többségben.

Korábbi vizsgálataim már utaltak rá, hogy a fogyasztás etnikai jellegűvé válása szorosan összefügg az identitásstratégiákkal és az értelmiségi szerepfelfogásokkal. Ezért, mielőtt rátérnék az etnicizált fogyasztás jellemzőire, röviden áttekintem a nagymintás kutatásból kirajzolódó identitásstratégiai sajátosságokat.

■ Stuart Hall hangsúlyozza, hogy az identitás nem egy előre adott entitás, hanem mindig a történelmi-társadalmi kontextusban, diskurzusokban formálódik, gyakran a „máshoz” viszonyított különbségek mentén.³ Marushiakova és Popov megállapítása szerint a „roma” kifejezés maga is egy sokdimenziós terminus, amely a roma identitás nem statikus, hanem változékony természetére utal.⁴ Nyilvánvaló, hogy a cigány identitást számos társadalmi hatás alakítja; például a társadalmi nemi szerepek és az osztályhelyzet metszetei is befolyásolják.⁵ Korábbi nagymintás kutatásomban arra jutottam, hogy a roma diplomások identitásstratégiáját döntően a rendszerszintű társadalmi kirekesztés befolyásolja, nem pusztán a hozott kulturális elemek. A különféle cigány csoportok eltérő hagyományai csupán egy szűk értelmiségi kör számára jelentenek kulcsfontosságú identitáselemeket. Ezzel szemben a megbélyegzés és diszkrimináció személyes megtapasztalása, feldolgozása válik kiemelten fontossá a fiatal roma diplomások identitásában, ez majd a pozitív etnikai identitás tudatos felépítéséhez is hozzájárul. Egyre erősebb tendencia, hogy a fiatal cigány értelmiségiek a „vesélyeztetett identitás” megküzdési stratégiái közül elsősorban a pozitív önkép kialakítására és az etnikai identitás tudatos vállalására törekcszenek.⁶

Fontos megjegyezni, hogy etnikai identitásuk felvállalása sokszor „segítő identitásként” jelenik meg. A megkérdezettek jelentős része nem pusztán önmagáért, saját személyisége részeként tekint identitására, hanem a társadalmi felelősségvállalás motivációjával vállalja azt. Így identitásuk gyakran morális-ideológiai töltetű misszió, mely a társadalmi anomáliák enyhítését szolgálja.⁷

Két szélső pólus között helyezkednek el a roma értelmiségiek identitásstratégiái. Az egyik pólus az asszimiláció: a roma/cigány kultúrától való eltávolodás és származásuk elrejtése. A másik oldalon a pozitív identitás újraépítése: identitásukat tudatosan és büszkén vállalják, esetenként újonnan tanult kulturális elemekkel erősítik meg azt.⁸ Számos átmeneti típus létezik; kvalitatív kutatásomban több csoportot azonosítottam az interjúnarratívák alapján. Ezek egy része megmutatta, hogy külső társadalmi tényezők hatására miként változott meg az illetők identitásstratégiája.⁹

A diszkriminációval és előítéletekkel való szembesülés, valamint a társadalmi mobilitás hatására bekövetkező eltávolodás a roma/cigány közösségtől, miközben a többségi társadalomban sem valósul meg a teljes elfogadás, egyfajta permanens liminalitás állapotát eredményezi. Ez a két világ közé szorultság számos interjúalany számára traumatikus tapasztalatként jelent meg. Ugyanakkor éppen ezen tapasztalatok hatására erősödött fel bennük a vágy, hogy pozitív tartalommal töltsék meg cigány identitásukat, és ezzel bizonyítsanak mind a saját közösségüknek, mind a többségi társadalomnak.¹⁰

Fogyasztói kultúra és az etnicizált fogyasztás

■ A fogyasztás nem pusztán szükségletkielégítés, hanem társadalmi-kulturális gyakorlatok összessége. Pierre Bourdieu klasszikus elmélete rámutat, hogy a kulturális javak fogyasztását sajátos társadalmi feltételek alakítják; az egyén kulturális szükségletei és ízlése nagyrészt a társadalmi háttérből eredő neveltetés és az abból fakadó kulturális termékei. A kulturális ízlés és a fogyasztási preferen-

ciák osztályjelző funkciót töltenek be, mivel az eltérő fogyasztási stílusok a társadalmi hierarchiát tükrözik.¹¹ A modern társadalomtudományi megközelítések szerint a fogyasztás a kulturális jelentések, a fogyasztói cselekvések és a piac dinamikus kölcsönhatásaként értelmezhető.¹² Ebben a keretben a fogyasztás szorosan összefügg az identitásképzéssel, vagyis a javak fogyasztása alakítja és támogatja az identitásokat.¹³

Berta Péter az erdélyi gábor cigányok ún. presztízsgazdaságán keresztül vizsgálta az etnicizált fogyasztást, és hangsúlyozza, hogy a fogyasztás az elképzelt közösségek megkonstruálásának fontos eszköze. A fogyasztók a javak és preferenciák tudatos válogatásával fejezhetik ki, melyik közösséggel azonosulnak, vagy melyiktől határolódnak el. A választás maga is identitásgyakorlat.¹⁴ A fogyasztói preferenciák szimbolikus kínálatából válogatva a személy láthatóvá teszi identitását, egyben meg is alkotja azt. Berta szerint „az etnicizált fogyasztói ízlés az etnikai identitás autentikusságának markere”, és ennek megtagadását a közösség gyakran az identitás hitelességének megkérdőjelezéseként tekinti.¹⁵ Eszerint, ha valaki nem fogyasztja a csoportja által autentikusnak tartott javakat, az saját csoportjában is kritikát válthat ki. A fogyasztás körüli morális diskurzusok nemcsak a többség és kisebbség között, hanem a kisebbségen belül is megjelennek.¹⁶

Az etnicizált fogyasztás politikája komplex jelenség, amelyben a fogyasztás módja, tárgya és jelentése körül szimbolikus küzdelmek zajlanak. A kulturális fogyasztás nemcsak identitáskiejezés, hanem a társadalmi viszonyok újratárgyalásának terepe is. Jó példa erre Pulay Gergő kutatása, aki roma/cigány származású popzenészek és előadók tevékenységét vizsgálta.¹⁷ Pulay arra jutott, hogy a populáris kultúra médiumain keresztül a magukat romának/cigánynak valló előadók újraértelmezik az etnikai címkéket, és ezzel „új etnicitásokat” hoznak létre, erőforrásként felhasználva etnikai háttérüket a zeneiparban. Az etnicitás a fogyasztói-kulturális színtéren is láthatóvá tehető, sőt az kulturális önazonosság népszerűvé válhat bizonyos piacokon.¹⁸ Havas Ádám (2018) zeneszociológiai kutatásában hasonló eredményre jutott. Kiemeli, hogy a jazz műfaj térhódítása a cigány zenészek körében lényeges identitást meghatározó szereppel bír. A magyar cigány jazz-zenészek elitet képviselnek a csoporton belül.¹⁹

Ennek kiváló példája a Romani Design divatmárka is. A Romani Design tervezői büszkén reprezentálják az oláh-cigány népviseleti kultúrát, a tradíciók és motívumok beépítésével a kortárs öltözetekbe. A márka sikere mögött komplex önalkotó és identitásteremtő folyamatok rejlenek, amelyek tükröződnek a ruhák formavilágában és a márka közösségépítő programjaiban is.²⁰

A fenti példák jól mutatják, hogy a roma/cigány értelmiségiek és művészek a magas- és populáris kultúra területein egyaránt újradefiniálják és saját hangon jelenítik meg a roma/cigány identitást, elmozdulva a rájuk kényszerített sztereotípiáktól.²¹ A kulturális önreprezentáció egyszerre az önkifejezés és a közösségépítés fóruma, valamint az identitáspolitika része.²²

Fontos kiemelni, hogy a kulturális önreprezentáció hitelessége meghatározó az üzenet hatékonysága szempontjából. A fogyasztói társadalomban a szimbolikus javak az identitás performatív kifejezőivé válhatnak.²³ Ugyanakkor az autenticitás követelménye állandó kihívás. Ha a közönség a kulturális terméket erőltetettnek vagy felszínesnek érzi, az önreprezentációs kísérlet a szándékolttal ellentétes hatást érhet el. Elliott és Davies (2006) rámutatnak, hogy a márkák és kulturális termékek hitelessége kulcsfontosságú az önazonosság megjelenítése

szempontjából, azaz a fogyasztók és alkotók akkor tudják meggyőzően közvetíteni identitásukat, ha azt valódinak érzik és éreztetik.²⁴

Roma/cigány motívumok a divatban és azok társadalmi megítélése – kutatási eredmények áttekintő bemutatása

■ A kutatásban a kulturális fogyasztásnak több elemét vizsgáltam – médiafogyasztás, irodalom, film, zene, kulturális programok –, de terjedelmi korlátok miatt az alábbiakban a kutatás divat- és viseleti kultúrára vonatkozó eredményeit mutatom be.

Roma/cigány motívumos ruházat és dizájner viselet

■ A kérdések egy blokkja a roma motívumok viselésére, a „roma dizájn” használatára irányult. Ide tartoztak olyan márkák és termékek, mint a Romani Design vagy a Gypsy Style, valamint általában a cigány motívumokkal díszített ruhadarabok, kiegészítők. Az eredmények szerint a válaszadók attitűdje meglehetősen megosztott ezen a téren. Nagyjából minden második kitöltő azt a választ adta, hogy legalább alkalmanként visel valamilyen roma/cigány mintával ellátott ruhát vagy ékszert, ideértve azt is, ha csak speciális alkalmakkor, roma rendezvényeken teszi ezt. Ugyanakkor viszonylag kevesen vannak, akik a hétköznapiakban is rendszeresen hordják ezeket a dizájnerruhákat. Konkrét márkák esetében látszik, hogy a Romani Design az egyik legismertebb roma/cigány divatmárka termékeit a válaszadók kb. egyharmada kipróbálta vagy hordja időnként, de csak kis hányaduk (10% alatti) viseli rendszeresen. A Gypsy Style ruhákat még kevesebben használják, alig néhány fő nyilatkozott úgy, hogy valaha is hordott ilyen ruhát, rendszeres viselő egyáltalán nem volt a kitöltők között. Sokan (a kitöltők körülbelül harmada) nem is válaszoltak ezekre a kérdésekre, ami arra utalhat, hogy nem ismerik ezeket a márkákat vagy nincs kialakult véleményük róluk. Fontos kiemelni, hogy Gypsy Style nem klasszikus divatmárka, hanem egy társadalmi vállalkozás, amely roma kulturális motívumokra épülő ruházati termékek közösségi tervezését és gyártását valósítja meg. Alapítója a Befogadó Társadalmért Egyesület, működése közösségi együttműködésen alapul, roma varrónők és díszítők aktív részvételével. A kezdeményezés önreprezentációja szerint kiemelt szempont a roma közösségi normák tiszteletben tartása, különös tekintettel az átlátszatlan anyaghasználatra és a térd alatti szoknyahosszra. A márka narratívájában a letisztult szabásvonalakat gazdag hímzések, élénk színek és díszítőelemek egészítik ki, amelyek a kulturális örökség vizuális megjelenítését és megerősítését szolgálják. Ebben az értelmezésben a Gypsy Style a roma identitás reprezentációjának médiumaként pozicionálja önmagát.²⁵ Ugyanakkor más, nem márkás roma/cigány motívumú ruhadarabok, például népi mintákkal díszített szoknyák, kiegészítők elterjedtebbek. A válaszadók több mint fele jelezte, hogy ilyeneket legalább alkalmanként visel, sőt egy részük kifejezetten roma/cigány rendezvényeken szívesen ölti magára a hagyományos mintás viseletet. Nagyon kevesen (alig 5%) voltak, akik kategorikusan kijelentették, hogy soha nem hordanak cigány motívumos ruhát.

Ezek az adatok azt mutatják, hogy a roma/cigány motívumok viselése vegyes megítélésű. Jelentős a büszke vagy érdeklődő viselők csoportja, de sokan tartózkodóak vagy bizonytalanok. A nők körében jóval gyakoribb, hogy valaki beil-

leszti az öltözködésébe a roma/cigány mintás darabokat. A rendszeres vagy alkalmi viselők többsége nő volt, míg a férfiaknál sokan mondták, hogy soha nem viselnének ilyet, ami valószínűleg összefügg azzal is, hogy a vizsgált márkák és dizájn darabok jellemzően inkább női ruházati elemeket kínálnak. Életkor szerint is látszik eltérés. A fiatalabb roma válaszadók (18–25 év) nyitottabbak a cigány dizájnról, többen nyilatkozták azt, hogy akár rendezvényeken, akár hétköznap viseltek már ilyen kiegészítőket vagy ruhákat. Az idősebbek között viszont magasabb volt az elutasítás. A 45 év feletti korosztályban többen határozottan kijelentették, hogy soha nem hordanának roma motívumú ruhát. Fontos azonban, hogy ez sok esetben nem feltétlenül negatív attitűdöt jelent, hanem lehet például generációs stílusbeli különbség. A roma nyelvi/kulturális csoportok szerint nem mutatkoztak markáns különbségek a viseleti hajlandóságban, bár az oláh-cigány válaszadók között valamivel többen vannak, akik büszkén viselnek hagyományos roma/cigány motívumokat míg a romungro és beás válaszadók némelyike inkább modern öltözködési stílust követ, ami összefüggésben van azzal, hogy ez utóbbi közösségeknek a származási közösségében sem volt része az etnikus kultúrának az említett divatmárok által képviselt motívumok.

A „cigányos” stílusú divatcikkek használata

■ A felmérés kitért néhány olyan, a többségi társadalom szemében „romásnak/cigányosnak” tartott divatcikk viselésére is, mint a feltűnő arany ékszerek (vastag nyaklánc, nagy karika fülbevaló, pecsétgyűrű stb.) vagy a luxusmárok, illetve azok utánzatainak viselése. Itt az adatok azt mutatják, hogy a válaszadók többsége visszafogott stílust követ, de létezik egy kisebb csoport, amelyik kedveli ezeket a feltűnő elemeket. Arany ékszereket a kitöltők kb. egyharmada hord legalább alkalmasszerűen (köztük néhányan rendszeresen is viselnek például aranyláncot vagy nagy fülbevalót), míg a kétharmaduk soha nem visel feltűnő aranyat. Hasonló arányok mutatkoznak az eredeti márkás termékek viselése és a hamisítványok esetében is. A válaszadók nagy többsége (80%) nem él az ilyen státuszszimbólumok viselésével, míg kb. egyötödük alkalomadtán visel valamilyen neves márkát vagy annak utánzatát. Érdekes módon a hamisítványok és az eredeti termékek aránya közel azonos, ami arra utalhat, hogy aki szeret ilyen stílusú ruhákat, kiegészítőket hordani, az anyagi lehetőségei függvényében akár a hamis, akár az eredeti verziót is felveszi. Ugyanannyian jelölték, hogy volt már rajtuk Armani/Gucci/D&G utánzat, mint ahányan azt, hogy eredeti ilyen márkájú ruhát is viseltek, de mindkét esetben szűk csoportról beszélünk.

A fiatalabb generáció (18–35 év között) valamivel nagyobb arányban számolt be arról, hogy viselt már hamis márkaterméket, amit magyarázhat a divatkövetésre irányuló erősebb társadalmi nyomás vagy a márkamásolatok könnyebb hozzáférhetősége ebben az életszakaszban. Az idősebbek ritkábban nyúltak ilyenekhez. Mind a romungro, mind az oláh és beás válaszadók között akadtak, akik büszkén viselnek arany ékszereket vagy luxusmárkákat, és olyanok is, akik kifejezetten kerülik ezeket. Vagyis a „hivalkodó” stílus nem köthető egyértelműen valamely alcsoporthoz, sokkal inkább személyiség és ízlés kérdése.

■ A motivációk tekintetében érdekes kép rajzolódik ki, ami árnyalja a fenti fogyasztási mintázatokat. A cigány motívumos divatot rendszeresen vagy tudatosan viselők körében messze a legfontosabb indok az identitás kifejezése és a büszkeség volt. Gyakorlatilag minden olyan válaszadó, aki gyakran hord roma/cigány mintás ruhát, egyetértett abban, hogy ezzel is megmutatja a társadalomnak, hogy büszke a roma származására és kultúrájára. Számukra tehát ezek a viseletek egyfajta önazonosság-jelképek. Többen hozzáfűzték, hogy hisznek abban, miszerint, ha minél többen látnak cigány motívumokat a hétköznapi divatban, az hozzájárulhat a cigány és nem cigány társadalom közeledéséhez, a békésebb együttéléshez, mert láthatóvá és természetessé teszi a cigány kultúrát. Ugyanakkor jelen van az esztétikai élvezet is. Néhányan kifejezetten azért hordják ezeket a ruhákat, mert tetszenek nekik a minták, a dizájn, és nem azért, hogy bármilyen üzenetet közvetítsenek. Ez azt mutatja, hogy a roma dizájnervdivat egyszerre lehet kulturális üzenet és egyszerű stílusválasztás is a viselő számára.

Azok a válaszadók, akik csak alkalmanként, konkrétan cigány tematikájú rendezvényeken viselnek roma/cigány motívumos ruhát, elsősorban alkalmazkodási és komfort okokat neveztek meg. Sokan közülük szeretik ugyan ezeket a viseleteket, de a hétköznapi vagy nem kifejezetten roma közegben nem érzik magukat elég komfortosan bennük.

A cigány motívumos ruhát soha nem viselők fő indokai ezzel szemben leginkább az egyéni ízléshez és anyagi korlátokhoz kapcsolódtak. Többségüknek nem tetszenek ezek a ruhák, túl rikítóknak vagy giccsesnek tartják a mintákat, színeket. Tehát esztétikai okból nem hordanák, függetlenül a jelentésüktől.

A feltűnő luxus- vagy a többségi társadalom szerinti „cigányos” stílus viselésének motivációi is megoszlanak. A válaszadók többsége, aki kerüli az arany ékszereket és a márkás/hamis márkás holmikat, azt mondta, hogy egyszerűen nem tetszik neki ez a stílus. Tehát nem azért nem hord aranyláncot vagy Gucci-logós pólót, mert szégyellné a „cigányos” imázst, hanem mert az ízléséhez nem áll közel a hivalkodó megjelenés. Ezzel szemben a kisebbség, amelyik viseli ezeket, általában magabiztos hozzáállást mutatott.

Összegzés

■ A kutatás eredményei rávilágítanak arra, hogy az etnikai identitás és a fogyasztás szorosan összefonódik a roma diplomások körében. A válaszadók tudatos fogyasztási döntései (például a cigány motívumok viselése vagy mellőzése) az „etnicizált” fogyasztás elméleti keretében is értelmezhetők. Az eredmények megerősítik, hogy a kulturális javak fogyasztása nem pusztán osztályhelyzetet jelez, hanem az etnikai hovatartozás performatív kifejezőeszköze is lehet. A pozitív etnikai identitásra törekvő roma értelmiségiek fogyasztási szokásai is az „új etnicitások” körébe sorolhatók. A divat és egyéb fogyasztási formák révén újra-definiálják és nyilvánosan felvállalják cigány identitásukat, elutasítva a többségi társadalom által róluk kialakított sztereotipikus képet. Ez a perspektíva társadalmi, mobilitási szempontból is fontos, mert rávilágít arra, hogy a polgárosodó roma értelmiség a kisebbségi és többségi társadalom között egyensúlyozva miként használja a fogyasztást identitása megerősítésére, valamint a többségi társadalom felől érkező előítéletes és sztereotipikus képek enyhítésére. A kutatás

eredményei arra utalnak, hogy a divat és más fogyasztási minták vizsgálata nem csupán a személyes ízlés kérdése, hanem kulcsa a cigány identitás újraértelmezésének és a kulturális láthatóság növelésének megértéséhez.

■ JEGYZETEK

1. A magyarországi tudományos kutatásban kétféle gyakorlat él a romák/cigányok megnevezését illetően. Az egyik a cigány fogalom közbeszédben és a politikai beszédmódban is tetten érhető negatív jelentéstartalma miatt kizárólag a roma megnevezést tartja alkalmasnak és elfogadhatónak. Jelen tanulmányban a két fogalmat felváltva használok. Ennek oka, hogy ma már hazai és nemzetközi példák is arra utalnak, hogy vannak csoportok, amelyek nem fogadják el magukra nézve a romani nyelvből származó roma megnevezést, egyfelől például a beás cigányok, akik magukat továbbra is a cigány megnevezéssel illetik, de más példák is arra utalnak, hogy több csoport, a fogalom negatív konnotációi ellenére visszaköveteli magának korábbi megnevezését, mert azt identitása fontos összetevőjének tekinti.
2. Gulyás Klára: *Magyarországi roma értelmiségiek szerepei a romák oktatási integrációjában és társadalmi felzárkózásában. PhD-értekezés*, Eszterházy Károly Katolikus Egyetem Neveléstudományi Doktori Iskola. Fokozatszerzés éve: 2021. (<http://disszertacio.uni-eszterhazy.hu/92/>, utolsó letöltés: 2025. december 4.)
3. Stuart Hall: *New Ethnicities*. In: D. Morley – K-H. Chen (szerk.), Stuart Hall: *Critical Dialogues in Cultural Studies*. Routledge, 1996, 441–449.
4. Elena Marushiakova – Vesselin Popov: *Roma Labelling: Policy and Academia*. Slovenský národopis 66(4), 385–418.
5. Kóczé Angéla – Huub van Baar (Eds.): *The Roma and Their Struggle for Identity in Contemporary Europe*. Berghahn Books, Oxford, 2020
6. Gulyás i. m. 235.
7. Gulyás i. m. 141.
8. Gulyás i. m. 157–168.
9. Gulyás i. m. 157.
10. Gulyás i. m. 220.
11. Pierre Bourdieu: *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Harvard University Press, Cambridge, 1984.
12. Mitev Ariel – Kántor Barbara: *Társadalmi marketing – és a szociokulturális antropológia mint gyakorlati érték*. Replika 2018/1–2. sz. 199–218.
13. Craig Thompson: *Caring Consumers: Gendered Consumption Meanings and the Juggling Lifestyle*. Journal of Consumer Research, 1996/22. (4) 388–407., 389.
14. Berta Péter: *Fogyasztás, hírmév, politika. Az erdélyi gábor romák presztízsgazdasága*. MTA BTK Néprajztudományi Intézet, Bp., 2014.
15. Uo. 239.
16. Uo. 195.
17. Pulay Gergő: *Az etnicitás láthatóvá tétele. Roma/cigány előadók kulturális politikája Budapesten*. In: Feischmidt M. (szerk.): *Etnicitás: Különbségteremtő társadalom*. Gondolat Kiadó – MTA Kisebbségkutató Intézet, Bp., 2010, 293–310.
18. Uo. 303.
19. Havas Ádám: *A jazz-zenés mező felemelkedése és a muzsikuss cigányok*. Szociológiai Szemle 2018/2, 110–135.
20. Egri Petra: *Roma női önéletírások és Mária imádat Textileken: Romani Design*. Társadalmi Nemek Tudománya Interdiszciplináris Folyóirat 2025. 1–2. sz. 129–48. <https://doi.org/10.14232/tntef.2025.1-2.129-148>
21. Egri Petra – Beck Zoltán – Bókay Antal: *Fashion and Pilgrimage: Discourses Constructing Romani Identity*, Romani Studies 2024. 34 (1): 89–110.
22. Egri Petra: i. m. 2025 146.
23. Stuart Hall: i. m. 446.
24. Richard Elliott – Andrea Davies: *Symbolic Brands and Authenticity of Identity Performance*. In: J. E. Schroeder & M. Salzer-Mörlling (eds.), *Brand Culture*. Routledge, 2006. 155–171.
25. Lásd <https://www.gipsystyle.hu/>

ORBÁN JOLÁN

KONCEPTUÁLIS DIVATMŰVÉSZET

Viktor&Rolf dekonstruktív divatnyilatkozatai

■ „Divat vagy művészet?” – teszi fel a kérdést Roger Diederer a *Viktor&Rolf, Fashion Statements* kiállítás alkalmával¹. „Miért ne lehetne mindkettő” – hangzik a tervezőpáros válasza, akik otthon érzik magukat a kiállítótermekben, hiszen 1994 óta több mint harminc divatkiállításuk volt². Avantgárd luxusdivat, konceptuális divatművészet, „tervező-művészek”, „art cuture” megannyi kifejezés, amelyek jól jelzik, hogy *Viktor&Rolf* a divat és a művészet közötti kapcsolat újraértelmezését célozza, és arra készíti a kritikusokat, hogy ebből a szempontból elemezzék a szerzőpáros eddigi tevékenységét.

A kérdés valójában Viktor Horsting és Rolf Snoeren kérdése, akik 1993-ban a *Festival International de Mode et de Photographie* (Hyères) zsűrijétől kapták a *Viktor&Rolf* nevet, miután a díjátadón már harmadszor szólították őket színpadra³. Ez volt a belépő a divat világába, de még nem garantálta a sikert, amit a *Russian Doll* (1999) rendhagyó divatbemutató hozott meg számukra. Kiállításokkal kezdték a karrierjüket, galériákban, múzeumokban mutatták be a divattal és művészettel kapcsolatos elképzeléseiket. Így jutottak el Hollandiából Párizsba, a galériákból a kifutókra, majd vissza a kiállítótermekbe, de bárhol is legyen a bemutató, mindig színrevitel, mivel számukra a divat sosem csak a ruhákról szól, hanem egy fogalom vagy elképzelés köré épülő performanszról, amelynek egyszerre van társadalomkritikai, esztétikai és etikai tétje⁴.



**Ezek a történetek
dekonstruálják
mindazt, amit a divat-
ról és a művészetről
gondoltunk, ha
elfogadjuk, hogy Rei
Kawakubo a dekon-
struktív divat anyja,
Martin Margela pedig
az atyja, akkor
Viktor&Rolf
a dekonstrukció fiai.**

Franziska Stöhr szerint *Viktor&Rolf* egyedisége abban áll, hogy nem a divatvilág logikájához igazodnak, hanem mintegy visszafelé terveznek, azaz először kitalálják a bemutató koncepcióját, és ezután következik a ruhák tervezése⁵. Konceptuális divatművészet az övék, ezért is nevezik magukat „divatművészeknek” a Thierry-Maxime Lorienttal folytatott beszélgetésben: „A mi bemutatóink nem olyan ruhákról szólnak, amelyeket hat hónappal később meg lehet vásárolni, hanem olyan performanszok, színházi előadások, melyek történeteket mesélnek, érzelmeket váltanak ki.”⁶ Ezek a történetek dekonstruálják mindazt, amit a divatról és a művészetről gondoltunk, ha elfogadjuk, hogy *Rei Kawakubo* a dekonstruktív divat anyja, *Martin Margela* pedig az atyja⁷, akkor *Viktor&Rolf* a dekonstrukció fiai. Derrida a saját dekonstruktív írásmódjára utalva említi a visszajáról szöveget: „...mintha mintegy a visszajáról szöttek volna valami leplet (amit a takácsok egyébként meg is tesznek)”⁸. Anélkül, hogy a dekonstrukció és divat szövevényes történetének szálaiba gabalyodnék ebben a szövegben csak azt szeretném megvizsgálni, hogy a *Viktor&Rolf* tervező-művész-páros bemutatóival és kiállításaisal miként dekonstruálja a divat és művészet közötti határt, miként művel divattal divatkritikát, művészetkritikát és társadalomkritikát.

A divat mint divatkritika: Orosz baba (1999/2000)

■ A *Viktor&Rolf*, *Fashion Statements* kiállítás nem a bemutatók kronológiáját követi, hanem olyan fogalmak és elképzelések mentén szerveződik – *Upside Down*, *Fashion Artists*, *Russian Doll*, *Fashion Statements*, *Upcycling Cuture*, *Conceptual Scents*, *Perfroming Fashion*, *Inez&Vinoodh. Picturing Viktor&Rolf*, *Zen Garden*, *Dolls*, *On Stage* –, amelyek átszövik az eddigi életművet⁹. Az *On Strike* (1996–97), a *First Cuture* (1998), az *Atomic Bomb* (1998), a *Blacklight* (1999) kollekciók után a *Russian Doll* (Orosz baba, 1999/2000) jelentette *Viktor&Rolf* igazi betörését az *haute cuture* világába, amely több szempontból is rendhagyó volt. A tervező-művészeknek nem volt elég pénzük modellekre, ezért egyetlen modellt kértek fel a bemutatóra – az igaz, hogy ez a modell Maggie Rizer volt, aki a kilencvenes évek egyik legismertebb szupermodellje. A terem közepén egy forgókorong állt, rajta egy pár női cipő. Maggie Rizer cipő nélkül, egy egyszerű, rövid juta- és szaténselyem anyagból készült bézs ruhában lépett a terembe, mögötte álltak a feketébe öltözött tervező-művészek. Az egyik felsegítette a korongra, a másik felhúzta a cipőt a lábára, mint egy Hamupipőke-jelenetben. Amire körbefordult a korong a közönség nagy meglepetésére és örömére, máris érkezett a tervezőpáros az újabb ruhával, újabb forgás, újabb ruha, újabb ujjongás, újabb taps, mígnem végül kilenc darab ruha került a modellre, amelyek súlya 70 kg¹⁰. Hamupipőke Matroszka-babává változott, és nemzetközi hírnevet szerzett *Viktor&Rolf*-nak.

Ez a bemutató a későbbi munkáikra is rányomta a pecsétjét. A masnik és a kristályok védjegyükké váltak. A kényszer, mint inspirációforrás azóta is rendszerint megjelenik a munkáikban: „Az 'összpontosítás' és a 'tisztaság' a legfontosabb számunkra. Ha van egy koncepciónk, amit szeretnénk megvalósítani, akkor megpróbáljuk megérteni, hogy miként fejezhetnénk ki a legtisztább formában, legyen az egy modell, vagy anyag, vagy eszme.”¹¹ A *Glamour Factory* (2010–2011) bemutatóban megfordították a *Russian Doll* logikáját, itt egyetlen felöltöztetett modellről (Kristen MsMenamy) vették le egyenként a ruhákat, és adták rá egy másik modellre, miközben a ruhák átalakultak, a szoknya például kabáttá.

Az egyetlen modellre alapozott bemutató különböző formákban tér vissza a későbbiekben, Tilda Swinton az *One Woman Show* (2003), Shalom Harlow a virtuális divatszalonban bemutatott *Shalom* (2009) főszereplője. Visszatér az egyazon anyag használata – *Zen Garden* (2013), *Surreal Satin* (2018) –, amiként az azonos színhasználat is – fekete (*Black Hole*, 2001; *Zen Garden* (2013), fehér (*White*, 2002; *The Immaculate Collection*, 2018/2019), kék (*Long Life the Immaterial*, 2002/2003). Visszatérnek a babák is, hol a kifutóra, mint az *Action Dolls* (2017–2018) bemutató esetében, hol a galériák vagy múzeumok által rendezett kiállításokon, mint a *Barbican Art Gallery London* felkérésére rendezett *The House of Victor&Rolf* (2008) kiállításon, ahol 55 kézzel készített, mintegy 65 cm magas *Victor&Rolf*-kreációba öltöztetett babát mutattak be. A tervezők számára a babák egyfajta időtállóságot jelentenek a divat mulandóságával szemben: „szeretnénk, ha maradna valami azokból a kreációkból, amelyeket megcsináltunk. (...) Amikor megcsináljuk a ruhák miniatűr mását, valami más lesz belőlük – kiállítási tárggyá válnak.”¹² A *Russian Doll* bemutatót követően *Victor&Rolf* rendszeres szereplői a performanszoknak.

A divat mint művészetkritika: Hordható művészet (2015–2016)

■ *Van Gogh Girls* (2015), *Wearable Art* (2015–2016), *Performance of Sculptures* (2016) – három bemutató, amelyek alapján divatművészeknek nevezik a tervezőpárost, akik ezzel a trilógiával tértek vissza a *ready-to-wear* kollekciók után (2000–2013) az *haute couture* világába. A modellek, az anyagok, a formák, a helyszínek megválasztásában, a képzőművészeti és a populáris művészeti alkotásokra való rájátszásban eddig is az volt *Viktor&Rolf* célja, hogy átlépjék a művészet és divat, a képzőművészet és a populáris művészet, az *haute couture* és a *ready-to-wear*, a bemutató és a performansz közötti határokat, gyakran éppen azáltal, hogy az *haute couture* bemutatókon a populáris kultúrára jellemző anyagokat, formákat, technikákat használtak, és fordítva. A határátlépésnek kritikai éle volt. A bemutatók már a kezdetektől fogva egy olyan művészetfilozófiai kontextusba ágyazódtak, amelyben megkérdőjeleződött a művészet *artefactum* jellege, és az eseményre tevődött a hangsúly, amelyben a kanti *ergon*-*parergon* szembeállítás helyett a derridai dekonstrukció, a közházákra jellemző játékmóddal szemben a performansz került előtérbe.¹³ A *Van Gogh Girls*¹⁴ egyértelmű utalás a holland festőre, akinek az egyes motívumait (szalmakalap, virágok) és színeit (sárga, barna, kék) használták fel a bemutató során. A kalapok alapanyaga (szalmaszálak, kalászosok), méretei, a 3D-technikával nyomtatott virágok, a papucs szokatlanul festettek az *haute couture* világában. A kalapok és a virágok túlméretezettsége lelassította bemutatót, egyensúlyozásra készítette a modelleket, ami a felgyorsult divatvilág ritmusának kritikájaként és az *haute couture* túlzó elvárásaira való ironikus reflexióként is értelmezhető. A *Wearable Art* bemutató legexplicitbben tette fel a filozófiai kérdést: Mi a művészet? Mi a divat? A bemutató címe már sugallja a választ: a divat hordható művészet¹⁵.

A bemutató azzal kezdődött, hogy a divatművészek levették a falról a festményt, és ráadták a modellre. A festmények már eleve kilógtak a keretből, megbontották az *ergon* és *parergon* hierarchiáját, a mű nem a jól bekeretezett festmény, hanem a festményből kibomló ruha. A festményeket az anyagba szőtték vagy belehímezték, a motívumokat lefordították „az anyag nyelvére”, a kereteket eleve „ferdere” csinálták és megtörték.¹⁶ Derridának minden bizonnyal tetszett

volna ez a bemutató, amiként a *Van Gogh Lányok* is, hiszen a keret és a kalap mint *parergon* jóval túllépett a művészetfilozófia és az *haute couture* által előírt kereten, és dekonstruálta az *ergon-parergon* oppozíciót. A *Performance of Sculptures*¹⁷ bemutatóban megpróbálták elidegeníteni a testet és a ruhát egymástól¹⁸. Már a *First Cuture* (1998) és a *Statues* (2009–2010) kollekciókban is megjelentek a szobrok, de itt váltak főszereplőkké: „Egy szép fehér pólót vettünk alapnak, és összekevertük a kubista szobrokkal. Olyan messzire akartuk vinni ezt az ötletet, ameddig csak lehet, ameddig a ruhadarab annyira anonim lesz, hogy már nem is látjuk azt a személyt, aki viseli. Nincs arc, nincs személy. A kreáció mozog, szoborruha, vagy ruhaszobor.”¹⁹

A különböző művészeti ágak is felfedezték maguknak *Viktor&Rolf* divatkreációit. Inez és Vinoodh divatfotográfusokkal már a kezdetektől együtt dolgozták, Cindy Sherman a *Flowers*(2003) kollekció, Andreas Gursky a *Statues* (2009–2010) kollekció alapján készített fotókat (*V&R II* és *V&R III* 2022). Robert Wilson három produkció jelmeztervezésére is felkérte őket. Elsőként a *2 Lips and Dancers and Space* (Holland Nemzeti Táncszínház, Luxemburg, 2004) táncszínházi produkcióban dolgoztak együtt, majd Weber *Der Freischütz* (A bűvös vadász, Baden Baden, 2009) operája következett, végül pedig a *Grace for Grace* (Monte-Carlo, 2011) jelmezeinek tervezése. Robert Wilson mesterkurzussal kezdte a közös munkát. A tervező-páros bevallása szerint semmit nem értettek az egészből, ezért azt fontolgatták, hogy visszalépnek, aztán mégis készítettek pár tervet, amire megérkezett a válasz: „Megváltoztattam a koreográfiát a kosztümjeik miatt.”²⁰ Weber *Der Freischütz* operájának a jelmeztervezése esetében is „extrém rajzokat” készítettek, de akkor már tudták, hogy „ha valaki, akkor Bob tudja” a terveiket kezelni: „Bob Wilson esztétikájával a fejünkben terveztük meg a kosztümöket, tudván, hogy mennyire szigorú és merész, és erős, romantikus és színes. És mekkora mágiára képes a fénnel! (...) A *Der Freischütz* esetében a legtöbbet akartuk kihozni ebből a csodálatos fényhasználatból. Egy jó adag kristályt adtunk hozzá a jelmezekhez, mintegy varázssporral hintettük volna be őket.”²¹ A *Grace for Grace* (Monte-Carlo, 2011) Robert Wilson és *Viktor&Rolf* tisztelgése Grace Kelly előtt, műfaját tekintve „lírai performansz”, de a színésznő-hercegnő ruháira való rájátszásnak *Viktor&Rolf* későbbi bemutatóin nemcsak esztétikai, hanem társadalomkritikai jelentősége is van.

A divat mint társadalomkritika:

Végstádiumban lévő kapitalizmus keringő (2023)

■ Az *On Strike* (1996) már egy erőteljes kritika a divatvilággal szemben. A *NO* (2008–2009), a *Cutting Edge Cuture* (2010), a *Fashion Statements* (2019), a *Late Stage Capitalism Waltz* (2023) még egyértelműbben fogalmazza meg a fogyasztói társadalommal, az újmédia előretörésével, valamint a divat által diktált megújulást sürgető nyomással szembeni kritikáját. A *NO* (2008–2009) a divatvilág erőltetett menetére mond nemet, minden ruhán vagy a NO vagy egy X felirat látható. A *Cutting Edge Cuture* egyrészt a 2008-as gazdasági válságra adott ironikus válasz, hiszen ekkor minden területen a büdzsé megvágásáról beszéltek, másrészt a színésznőből hercegnővé változott Grace Kelly kettős identitásának megidézése és a divat átváltoztató képességében rejlő frivolitás kibontása a túlluhákba lézerrel vágott lyukakon, csíkokon, rézsútmetszéseken keresztül²²:

Az éles vágás, amely az első ruhákon még díszítő elemnek tűnik, a végére már ruhadekonstrukció és társadalomkritika lesz.

A *Fashion Statements* (2019) bemutató esetében az Instagram-posztok szövegét fedezik fel a divat számára. Mintegy nyolc kilométer túllt használtak fel, és a közösségi médiából vett idézetekkel tűzdelték tele a ruhákat – NO PHOTOS PLEASE, GO TO HELL, TRUST ME, I AM A LIAR, SORRY I AM LATE, I DID NOT WANTED TO COME. Ilyen feliratok eddig csak pólókon jelentek meg, nem pedig *haute couture* bemutatókon, ezáltal az *haute couture* és a *pop culture* közötti feszültséget hangsúlyozták: „*The Fashion Statements* kollekció jó példa arra, hogy miként helyezzük egymás mellé az ellentéteket, hogy valami újat és váratlant csináljunk. Humoros, ironikus bemutató. Hogyan tudjuk szélsőségekbe vinni, és hogyan tudjuk használni a szöveget a divatban. (...) Úgy csináltuk meg, hogy szépek legyenek: nagy részüket lézerrel vágtuk ki az anyagból, a kézimunka nagyszerű volt. Az volt benne a vicces, hogy azt mutattuk meg, hogy az internet milyen hatással van ránk, aztán az internet kapta fel ezt a kollekciót. A bemutató után megkettőződött a követőink száma, ami valahogy ironikus”.²³

A *Late Stage Capitalism Waltz* (2023) bemutatóban divatművészek a szó szoros és átvitt értelmében is feje tetejére állították a divatot, ami a divatvilághoz és a társadalomhoz címzett kritika is egyben²⁴. Tizennyolc *cupcake*-színű túllruhát vonultattak fel a kifutón, amelyek egyszerre idézték meg Grace Kelly kifinomult nőiességét és kliséit, egyes darabokat szokványosan hordtak a modellek, másokat pedig fejjel lefelé, vagy oldalra döntve, így a test és a ruha elvált egymástól, és külön életet éltek. Technikai értelemben a *Cutting Edge Couture* és a *Late Stage Capitalist Waltz* kollekciók jelentették a legnagyobb kihívást *Viktor&Rolf* számára: „A hagyományos technika mellett használtuk a 3D-nyomtatót a struktúra kialakítására, ami lehetővé tette a modellek számára, hogy viseljék a hullámozó ruhát.”²⁵

Viktor&Rolf divatkritikájának és társadalomkritikájának része a fenntarthatóság kérdésére való reflektálás, amely különböző formákban jelent meg. Egyrészt az ismert tervezők anyagainak újrafelhasználásával, A *First Couture* (1998) és az *Atomic Bomb* (1998/1999) kollekciók esetében például Yves Saint Laurent és Cristobal Balenciaga anyagait használták fel újra. Másrészt saját korábbi ruháik újratervezésével, ilyen volt például az *Uncycling* (2015) és a *Vagabonds* kollekció (2016–17), vagy a *The Immaculate Collection* (2018/2019). Harmadrészt korábbi anyagok kombinálásával hoztak létre újabb anyagokat, ezekből készítettek ruhákat, mint a *Boulevard of Broken Dreams* (2017) esetében, amely a „tudatos design” jegyében készült, vagy az *Action Dolls* (2017/2018) kollekcióban, amely az „öko-tudatosság” szellemében²⁶. Ugyancsak a stratégiáik közé tartozik, hogy a *ready-to-wear* anyagokat, mintákat, pop kulturális vagy utcai viseletet, technikákat (patchwork) kombinálnak *haute couture* anyagokkal, ékszerekkel, kiegészítőkkel, majd ezeket mutatják be *haute couture* bemutatókon, múzeumokban, természeti (*Spiritual Glamour*, 2019/2020) vagy városi környezetben (*Haute Fantaisie*, 2021). A színterek váltakoztatásával új kontextusba helyezik az egyes ruhákat. Az össze nem illő anyagok, kiegészítők, helyszínek humort, játékoságot és ironiát visznek a bemutatókba, de ebből adódik az egyre erőteljesebb divatkritika és a társadalomkritika is, ami egyre divatosabbá teszi *Viktor&Rolf* dekonstruktív divatnyilatkozatait a művészi és kulturális életben.

■ JEGYZETEK

1. Thierry-Maxime Lorient, Roger Diederer, Franziska Stöhr (eds): *Viktor&Rolf. Fashion Statements*. Hirmer Verlag, München. 2024. 6. – saját fordítás O. J.
2. Uo. 9.
3. Uo.14.
4. A divat és performansz kapcsolatához lásd. Egri Petra: *Divatelmélet, teatralitás, dekonstrukció. Kortárs divatperformanszok*. Szépirodalmi Figyelő Alapítvány, Bp., 2023.
5. Thierry-Maxime Lorient et al. i. m. 30. – saját fordítás O. J.
6. Mariia Federova: Mode, Müll und große Kunst: VIKTOR & ROLF Stand: 07.03.2024: <https://www.br.de/br-fernsehen/sendungen/capriccio/kulturmagazin-capriccio-1072.html> – saját fordítás O. J.
7. Fury, Alexander: *7 Key Themes in Rei Kawakubo's Career*. New York Times, 2017. 04. 28. <https://www.nytimes.com/2017/04/28/t-magazine/fashion/rei-kawakubo-commedes-garcons-themes.html>
8. Jacques Derrida: *A másik egy nyelvűsége avagy eredetprotézis*. Jelenkor, Pécs, 1997. 120.
9. Viktor&Rolf Fashion Statements: <https://www.kunsthalle-muc.de/en/viktor-rolf/>
10. Russian Doll (1999–2000): <https://www.youtube.com/watch?v=boccaN98V90&t=4s>
11. Thierry-Maxime Lorient et al. i. m. 16. – saját fordítás O. J.
12. Thierry-Maxime Lorient et al. i. m. 20. – saját fordítás O. J.
13. Ehhez a kérdéshez ld. Martin Heidegger: *A műalkotás eredete*. Európa Könyvkiadó, Bp., 1988; Jacques Derrida: *La Vérité en peinture*. Editions Flammarion, Paris, 1978. Részletek magyarul: *Parergon*. In: Házas Nikolett (szerk.): *Változó művészetfogalom. Kortárs francia művészetelmélet*. Kijarat. Bp., 2001. 143–178; Jacques Derrida: *Visszaszolgáltatások – a cipőméretben rejlő igazságról*. Enigma 5-6.sz. 1998–1999:18–19. 116–131. Erika Fisher-Lichte: *A performativitás esztétikája*. Balassi, Bp., 2009.
14. Van Gogh Girls (2015): <https://www.youtube.com/watch?v=h8htHIOiN7g>
15. Wearable Art (2015-2016): https://www.youtube.com/watch?v=pvFM7_Ou_wU
16. Thierry-Maxime Lorient et al. i. m. 20. – saját fordítás O. J.
17. Performance of Sculptures (2016): <https://www.dailymotion.com/video/x3qf3wt>
18. A test és ruha kérdéséhez ld. Egri Petra: *Szürrealista női testképek a divatban*, Alföld online, 2018. <https://alfoldonline.hu/2018/06/szurrealista-noi-testkepek-a-divatban/>
19. Viktor&Rolf Fashion Statements: <https://www.kunsthalle-muc.de/en/viktor-rolf/>
20. Thierry-Maxime Lorient et al. i. m. 21. – saját fordítás O. J.
21. Uo. – saját fordítás O. J.
22. *Cutting Edge Cuture* (2010): <https://www.youtube.com/watch?v=5q9TGF21gw&t=11s>
23. Thierry-Maxime Lorient et al. i. m. 20. – saját fordítás O. J.
24. Late Stage Capitalism Waltz (2023): <https://www.youtube.com/watch?v=aON01CFCBng>
25. Thierry-Maxime Lorient et al. i. m. 18. – saját fordítás O. J.
26. Thierry-Maxime Lorient et al. i. m. 20. – saját fordítás O. J.



BÓKAY ANTAL

TEKINTET – FÉTIS – ANYAI ABJEKT

Alexander McQueen Voss divatperformanszának pszichoanalitikus értelmezése

Divat és pszichoanalízis

■ A divat pszichoanalitikus megközelítése mindössze az elmúlt két-három évtizedben vált a tudományos diskurzus markáns és legitim vizsgálati területévé. Az utóbbi időszakban számos tanulmány, meghatározó jelentőségű monográfia, valamint nemzetközi és hazai divatkiállítás foglalkozott e kérdéskörrel. Nemzetközi kontextusban Valerie Steele¹ munkássága, míg a magyar tudományos közegben Egri Petra² azt kutatják, hogy a divat látszólag felszínes, üzleti világa, tárgyai milyen vágyakat, megnyilvánuló és elfojtott belső értelmeket hordoznak.

Az öltözet, a divat az emberi test kiegészítése, egyfajta második bőr, mely újra fogalmazza a benne rejlő ént. Joanne Entwistle *The Fashioned Body* című könyvének kulcsdefiníciója az, hogy az öltözködés „szituált testi gyakorlat”, egy olyan emberi gyakorlati tevékenység, amely elkerülhetetlenül kötődik egyfajta testi kontaktushoz, hisz a ruha ténylegesen a testen jelenik meg. „A divat testekről szól: testek teremtik, viselik”³, és „az öltözék egyszerre intim tapasztalat és publikus megjelenése a testnek.”⁴ Entwistle aztán Quetin Bellt idézi, aki szerint „ruháinknak annyira részesei vagyunk, hogy a legtöbbször nem tud teljesen közömbös maradni azok állapotával szemben: mintha a szövet valóban a test, sőt a lélek természetes kiterjesztése lenne. A mindennapi életben a ruházat mindig több, mint egy héj, az énélmény és az énmegjelenítés intim része, és olyan szorosan



Az öltözet, a divat az emberi test kiegészítése, egyfajta második bőr, mely újrafogalmazza a benne rejlő ént. A mindennapi életben a ruházat mindig több, mint egy héj, az énélmény és az énmegjelenítés intim része, és olyan szorosan kapcsolódik az identitáshoz, hogy ez a három – a ruházat, a test és az én – nem külön-külön, hanem egyszerre érzékelhető.

kapcsolódik az identitáshoz, hogy ez a három – a ruházat, a test és az én – nem külön-külön, hanem egyszerre érzékelhető⁵. A szituáltság, Entwistle számára, döntően kulturális, szociológiai és antropológiai vonatkozású, de ez az énképző, artikuláló konstrukció személyes vágyakat is megtestesít, azaz egy meghatározott személy önmegmutatását vagy éppen önelrejtettségét is jelzi. Az öltözék tárgyiasult én, szituáltsága jelentős mértékben bennem rejlik, illetve az öltözék jelentős mértékben engem szituál. Erről a mélyebb emberi összefüggésről szól Freud egy rövid, a felszínen ártatlannak tűnő „esettanulmánya”. Az *Álomfejtés* végén ír egy eset rövid ismertetése közben az öltözék szerepéről. Jelzi, hogy az öltözék valójába valami test közvetítette, testre mesterséges bőrként, az adott emberre rátett dolog, tehát egy én-folyamat:

„Múlt évben egy orvosi konzílium során értelmes és nyílt tekintetű leány került eléem. Ruházata meglehetősen, s bár a női ruha általában csupa lélek, nála az egyik harisnyája lelóg, blúzának két gombja ki van gombolva. Lábfájdalmakról panaszkodik, és felszólítás nélkül lehúzza egyik harisnyáját. Fő panasa azonban szó szerint így hangzik: úgy érzi mintha *volna valami a hasában*, ami ide-oda mozog, és őt minden ízében *megrázza*. Eközben mintha az egész teste megmerevednék. A jelen lévő kolléga rám néz, úgy véli – a panaszt nem lehet félreérteni.”⁶

Freud azonnal interpretálja a hátteret, miszerint a lánynak „sikerült annyira letompítania a cenzúrárt, hogy egy fantázia, amely máskülönben a tudatelőttesben maradt volna, testi panasznak álcázva bekerülhetett a tudatba”⁷. De a leírásból tudjuk, hogy nemcsak testi panasz volt a jel, hanem az öltözék is.

A test és az öltözék ilyen közeli kapcsolata azt jelzi, hogy bizonyos esetekben a ruha a tudatos és tudattalan bensőség, a személyes vágyak artikulációs terepe lehet. Benne maga az én konstruálódik, vagy éppen bomlik meg, az „én szituált test”. Freud erről sokat ír az *Én és az ősválami* című munkájában. Nevezetesen, sokat idézett definíciója szerint „az én elsősorban valami testi jelenség, nemcsak felület, hanem maga vetülete egy felületnek”⁸.

Lacan az én ilyen freudi definíciója kapcsán írja, hogy az *énnek* „szoros kapcsolatban kell állnia a testtel. Nem érzékeny, érzéki, impresszionista felületről van szó, hanem arról a felületről, amely egy formában tükröződik. Nincs olyan forma, amelynek ne lenne felülete, a formát a felület határozza meg”⁹. Az én ilyen megformálódása az álommunka (az irodalom vagy éppen a divat) retorikai-performatív stratégiáival történik, az imaginárius és a szimbolikus egymástól eltérő, de sokszor össze is olvadó tárgyképzésein keresztül. Kétségtelen, mondja Lacan, hogy „az ember testként ismeri önmagát (az ember tudatára ébred önmagának, mint testnek, mint a test üres formájának)”,¹⁰ azaz az én test-szituált, Freud szavaival: „vetülete egy felületnek”, és ezért nyilvánvaló, hogy „az én a szeretett tárgyakkal való egymást követő azonosulásokból épül fel, amelyek lehetővé tették számára, hogy formát nyerjen. Az ego úgy épül fel, mint egy hagyma, lehámozhatjuk, és felfedezhetjük az egymást követő azonosulásokat, amelyekből kialakult.”¹¹ Öltözködésünk szubjektív intencióból formált, ezért ilyen azonosulásokat, testi, az Imagináriusból származó alapformákat rejt és dominánsan az *objekt a*-ra épül. Az „épülés” ebben a kontextusban egyben azt is jelenti, hogy ezek a nárcisztikus tárgyviszonyok nem stabil képek, hanem folyamatok, amelyek a szimbolikus felé tartanak, és a szimbolikus pedig általuk, az Imaginárius

tárgyképzések által átszőtt. McQueen számára a divat *Énjének* alkotója *én*-megélésének formája. A divat egyik formája az a kifutóra kísétáló manökeneken bemutatott divatos öltözkék, ami a lacani Szimbolikus szintje. McQueen ezt folyamatosan kibővíti olyan preszimbolikus asszociációkkal és narratíva fragmentumokkal, imaginárius-preödipális formációkkal, traumatikus narratívákkal, amelyek a divatbemutatót performanszá változtatják.

Tanulmányomban arra vállalkozok, hogy pszichoanalitikus szemszögből továbbvigyem az Egri Petra könyvében megjelent¹² McQueen-interpretációt. Szeretném megmutatni, hogy McQueen a *Voss* divatperformanszban egy veszedelmes önanalízisen keresztül hogyan jelzi testi mivoltának énvétületét, hogyan épít fel olyan *én*-fragmentumokat – egy patológiás *én*-konstrukciót –, mely ennek a testi létezésnek a realizálását képes közvetíteni.

A performansz pszichoanalitikus értelmezése

■ A *Vossnak*¹³ kettős karaktere van. Egyrészt divatperformansz a divat természetéről; másrészt a divattervező önanalízise. McQueen így kettős szerepben van jelen, egyszerre ő a „pszichoanalitikus”, aki érti a divatbemutató lelki szerepét, de árulkodó produkcióján keresztül ő az analizált, a „nyílt tekintetű lány” is. A *Voss* interpretációja a divatnak és elmélyült értelmezése Alexander McQueennek magának.

A *Voss* pontosan és következetesen strukturált tér és idő szerinti *én*-forma. A tér három egységből állt, a legbelső egy sötét, többek szerint piszkos doboz. Ezt körülvette a divatbemutató hófehéren kivilágított, tükrös falú doboza, a „runway” tere, majd e dobozon kívül kapott helyet a kiváltságos közönség, a sajtó és a meghívottak. Az idő személyes, regressziós folyamat, a felnőttből indul, az ödipális (fétisiztikus) gyermekhez csúszik vissza, majd a predödipális csecsemő hallucációhoz jut el.

A terek felépítése megnyílásuk narratívája, a közönség felől indul, és a runway fényesen megvilágított terén át a szintér közepén álló sötét dobozig tart. Egy befele, pszichoanalitikus értelemben a lélek mélye fele vezető narratíva előrehaladásával nyílnak meg a terek. A show kezdetekor csak a közönségé ismert, a másik kettő a történet kifejlésével lesz csak látható. A performansz a láthatóság és a láthatatlanság megbonyolított, *én*-teremtő logikájára épül fel. McQueen saját léte összekötődik a divattal: a divatperformansz ezért a divat „lelki története”, vele párhuzamosan pedig Alexander McQueen lelki története.

Komplex módon szerveződik meg benne a divatbemutatók amúgy természetes és szükségszerű megismerési modalitása: a látás, mégpedig abban az értelemben, ahogy az Lacan tükröstádium-konceptiójából ismert. Freudtól némiképp eltérően Lacan a látás regiszterében fedezi fel a szubjektum megformálódásának normális és patológiás útjait. A látás és benne az azonosuláson keresztül elengedhetetlenül újrateremtődő Másik, nem megismerési aktus, hanem létezés, önteremtődés eseménye. A *Voss* ennek a látás-tekintet mozgásnak fantasztikusan mély interpretációja.

A három tér – a közönségé, a manökeneké, és az ismeretlen sötét dobozé – a látás szempontjából nagyon különböző. A nagyobb doboz belseje és külseje, a tényleges divatbemutató terét alkotó építmény üvegfa, mindkét felülete tükrös. Ezért abban a térben, amelyik világitást kap, a fal tükröként működik, miközben a másik oldalról át lehet látni az üvegen. Ha a fényviszony változik, a

láthatóság is cserélődik. Ezért az elején a közönség nem lát be a divatbemutató terébe, hanem a tükörben csak önmagát látja, később azonban a belső tér megvilágításával nézhetünk be a kifutó terébe, ahonnan viszont a modellek – hisz a belső fal is tükrös – nem látnak ki. A harmadik tér már nem tükrös, és nem lehet a dobozba belelátni egészen annak felnyílásáig. Ez a titok, az elfojtás, a letagadás tere. Ez a láthatatlan, a kimondhatatlan.

Az első tér

■ Az első tér a jelen, a divat tere. Szokásosan ebben a térben semmi más sem történik, minthogy helyet foglal a publikum. A Voss esetében azonban mindez másképp alakul. Az borítja fel ezt a divatbemutató szimbolikus rendje szerint várt lépést, hogy a leülés utáni várakozás szokatlanul sokáig tart. Furcsa módon egy órán át semmi sem történik. Ritmikus zaj-zene, monoton szívdobogás és vontatott levegővétel hangja hallatszik. A közönség félkörben ül egy a kifutót helyettesítő nagy üvegdoboz mentén. Nem látja, mi van ott belül, mert a doboz külső üvegfala tükrös, ezért a közönség egyre kényelmetlenebbül érzi magát, előbb-utóbb mindenkinek szembesülnie kellett saját tükörképével, az egyetlen láthatóval. Választaniuk kellett, hogy elfordítják-e a tekintetüket, esetleg magukat nézzék, vagy éppen a tükörben látható többi embert. Egy idő után ez az önvizsgálat intenzív és paranoiás önbizalomhiányt eredményezett. A néző nézésében, látásaktusban való szokásos elhelyezkedése megfordul, és mintha nem is ő nézne, hanem a tekintet hatalma telepedne minden egyes nézőre. A tükör visszanéz rájuk. McQueen abszolút tudatos volt ebben a kellemetlen és türelmet próbáló játékban. Némi cinizmussal figyelte a közönség zavarodott várakozását.

A „*látás versus tekintet*” ilyen énteremtő (énmegszüntető) működését Jacques Lacan írta le 1964-es szemináriumában¹⁴. A tekintet a felnőttnél már megfordítja e tükört, és egy Valós, az „*objet a*” homályos emlékére vetülő viszonyban rombol és épít. Ennek áldoztai a közönségben ülők. Ám McQueen maga sem mentes a tekintet romboló hatalmától, maga is zavarba jön a tárgy tekintetétől. Felismeri a rá szegeződő, őt magát is formáló tekintet hatalmát. A közönség tagjai „látni akarnak”, sőt, birtokba akarják venni a „bemutatót”. A furcsa tér, amibe kerültek viszont nem engedi őket látni, hanem éppen ellenkezőleg, a tükör által rájuk vetül a tekintet. Itt az első térben egy elsődleges pszichés rend teremődik: a nézés és tekintet ellentmondásos egymásra vetülése. Mit lát a „néző”? Semmit. A tekintet hiány jelét. Önmaga valóságának tagadását.

A második tér

■ A várakozás leteltével az üvegekockában felgyúló éles fehér fény a közönséget, az önreflexív vakságból hirtelen mindent látóvá, *voyeur*-é, a tekintet tárgyából a látvány birtokosává teszi. A közönség végre látszólag visszakapja a látás hatalmát. A meglátott manökenek viszont nem látnak ki saját terükből. Nem látják a látvány büszke birtokosait, a közönséget. A tér, amiben mozognak belül tükrös, tehát letapogatják a tükrös doboz felületét. A tér egy elmeklinika nagyterméhez hasonlít: hófehér csempe, gumifal. A manökenek mozgása, öltözéke, kinézete is erőteljesen felülírja a divatbemutatókon elvárt szimbolikus rendet. Mozgásuk koordinálatlan tétova. Arckifejezésük sem követi a divatbemutatók szokásos sematikus manökenjeleit. Erős érzelmek jelennek meg az arcukon.

Amit a performanszban látunk, és velünk együtt a nézők látnak már a divattervező fantáziája a divatról, a női test és az öltözék viszonyáról. A bemutató ugyanis kettős: egyrészt mindennapi ruhákat látunk felvonulni, másrészt viszont ezekbe keveredve, szabálytanul illeszkedő, olykor hordhatatlan öltözet-szobrok jelennek meg. Az önanalízis története itt már a felnőttben őrzött, makacsul érvényesülő ősi kisfiú McQueen fétisisztikus fantáziáihoz megy vissza a nőiség kutatásában. Ahhoz az ijesztő, szorongást keltő ősemlékhez jut, hogy a nőnek van valami titka, amit a fétissel el kell rejtteni. De a fétistárgyról visszavetődő tekintet zavarossá válik. Idegen, torz láthatóságok törnek be, anamorfikus résztárgyak jelennek meg.

A tekintet gépezete úgy épül ki, hogy a néztnivaló a divattervező akaratából a szokásostól eltérő (perverz) láthatóságot kényszerít ki. A megszokott manökenek helyett látástól, a visszanézéstől megfosztott támolgyó figurákat látunk, és a ruha, ami rajtuk van, kiegészül értelmetlen, azaz „megláthatatlan” dolgokkal: kitömött sólymokkal, tengeri kagylóhéjakkal, madártollakkal vagy éppen papírból készült várszerű palotaépülettel. A női test (a manöken) már nem önmaga látható így ruházatában, hanem (ahogy Holbein képén a folt) „ruha-rátét” elfedi őt, uralja a megjelenést egy megdöbbenő tárgylátvány. Ez a fétis, a látó, néző én védekezése a női test kimondhatatlan titka ellen.

A fétis a kora gyermekkori ödipális lelki küzdelem produktuma.¹⁵ A kasztrációs szorongás áradatában működő gyerek bizonyosságot keres arra, hogy a vágyaiban legfontosabb szexuális jel, a test, a fallosz minden fontos szeretetforrásánál (így az anya testén is) megtalálható. Ha valamilyen trükkkel, látszattal elfedi a fallosz, a pénisz testi hiányát, akkor eltűnik a kasztráció fenyegetése. Az anyának, a nőnek nincs fallosza, eleve kasztrált, és ezt feloldhatatlan titokká kell tenni. E hiányt a gyermek, és a későbbi fétisiszta, a biztonság kedvéért úgy pótolja, hogy metonimikusan (eltolással) kitalált tárgyat helyez a testre. Olyat, amely megfogja a látást, pótolja a hiányzót, megállítja a kutatást, és ami a mögötte rejlő sejtés ellenére lehetővé teszi a vágy fenntartását. A fétis, Derrida szerint: „a dolog maga helyettesítője, mint a létezés központja és forrása, a jelenlét eredete, a dolog maga par excellence (...) a fétis ellentétben áll a dologgal, a jelölt igazsággal, amelynek a fétis helyettesítő jelölője”¹⁶. Ami ebben traumatikus az az, hogy „igazi” nem létezik, és ha a vágy betekint a helyettesítő, elfedő fétis mögé, a hiány borzadályával találkozik (ez történik a performansz harmadik, záró részében). A fétisisztikus tekintetről írja Lacan: „Soha nem nézel rám arról a helyről, ahonnan látlak téged”¹⁷. Helyette olykor vonzó, máskor inkább riasztó tárgyak néznek rám, az igazi (a fallosz) soha nem tud megjelenni, de a tagadáson keresztül mindig működik a látványomban. Ez történik a divatbemutatóban a fétisisztikus tárgyak segítségével: az erotikus női test, a vágy igazi tárgya „nincs”. A nem ritkán megmutatkozó mezítelen női testek McQueennél nem erotikusak, hanem traumatikusak. Nem az Imaginárius vágy-eredetet, hanem a romboló nemlétezés traumájának élményét, a Valóást villantják fel. A tépett ruha, vagy az elkínzottságot közlő arcjáték a szexuális erőszak, nem pedig az élvezet jele. A „teljes igaz”, a kasztrált anyai test azonban itt még fétissel elfedett, nem jelenhet meg.

Caroline Evans e második, divatbemutató részről szóló összefoglalója szerint: „A modellek feje bekötözve volt, arcuk sápadt. A ruhák fétisizált anyagokból készültek: tollakból és kagylókból. Az egyik modell fején ragadozó madarak köröztek. Két ruha tintahal és kagylóhéjból készült, egy másik pedig a modell nyakától a bokáig borotvakagylókkal volt beborítva”.¹⁸ A divatbemutató színen meg-

jelenő első modell, Kate Moss, még egy ready-to-wear ruhába lép a térbe. Járása is szabályos, de már rátapad a számára is átláthatatlan üvegfalra. Az egész bemutató azonban fetisizált, a fellépő manökenek sora a közepén álló sötét doboz körül kavarg, és a közönség felé fordított tükrös üveghez nyomul.

Normális esetben a fétis lehetővé teszi legalább annak az iránynak a felfedezését, amerre a vágy és tárgya található. Egy női fehérneműt gyűjtő fétisista metonimikus logikája könnyen felfejthető. McQueen fétisei már sokkal bonyolultabbak. Nem utalnak szexuális vágyra, nem az életösztön fétisei, hanem a halálösztön irányára kapcsolódnak. Az egyik modell madártollakból készült, földig érő szoknyát visel, három kitömött sólyommal díszített fejdíszből álló összeállítással. Minden a halott természetire utal, a manöken arca, mozgása is kétségbeesést sugall.

A harmadik tér

■ A divatperformansz utolsó eseménye, a sötét belső doboz felnyílása, majd üvegének széttröése. Ez már kizárólag performansz: a divat nem jelenik meg benne. A test, a fallosz nélküli obszcén test kikerülhetetlen tekintetként vetül a nézőre. Romlást, rothadást mutató minden tárgya, és elsősorban a benne megjelenő kövér női test radikális abjekció¹⁹, amiben – Kristeva definíciója szerint – „a lét sötét lázadásainak egyike” (...) egy mértéktelen külső vagy belső fenyegetés, túl a lehetségesen, a tolerálhatón, az elgondolhatón”²⁰ nyilvánul meg.

Michelle Olley – a performansz zárójelenetének meztelen modellje – írja naplójában, hogy „Én vagyok McQueen lüktető tükre, a divat legnagyobb félelme... Én vagyok a divat halála, a szépség halála, a fétis halála.”²¹ A fétis lényegéhez tartozik a hasítottság és a titkos tárgyi mély, valami radikális Másik feltételezése, ami addig tud valóban fétis lenni – megvédeni a traumatikus felismeréstől –, amíg a hasítás és elrejtés (a tagadás) hatékony. Ha a meztelen, kövér nő megmutatja a derridai értelemben vett „igazságot” (a kasztrált anyafigurát), akkor ez „megszünteti a fétis-objektum létjogát”²², a fétis kerül törlésjel alá. Michelle Olley „a naplóbeszámoló alapján a kockában lévő mozdulatlan jelenlét és az elviselhetetlenül hideg hőmérséklet, a többszörös várakozással és lélegeztetőgéphez való kötöttséggel nemcsak mentális, hanem testi terrornak, egyfajta halálállapotnak is beillt. McQueen lényegében megkínozta a fétisírónőt mint modellt”²³ – írja Egri. Olley teste, a perverz, abjekt anyatest, Kristeva terminológiáját követve, olyan test, ahová halálos a visszatérés. Nincs sem belül, sem kívül, mert az anyai abjekt, az ölelő khóra negatív párja, hallucinatorikus fantazmagória.

A trauma, a széttröő, egyáltalán nem tükröző, a láthatatlanságból létezésbe lépő tükörtelen üvegfal és a benne lakó női test már nem divatbemutató, hanem a McQueen-performansz eseménye. Egy önálló, tragikus hallucinatív műalkotás, mely a saját sors konstrukcióját, dekonstrukcióját végzi el. Mert ki lehet, ez a divattól sokszorosan távoli, halálemekkel körülvett női test? Aki ezt McQueen személyes kérésére elszenvetde, megjelenítette naplóbejegyzésében le is írja, hogy „ismerve McQueen látványosság iránti vonzalmát, gyanítottam, hogy ez valami Angela Carter-féle, ösztönös nőstényszörnyszerep lesz. És édes Jézusom, igazam volt. Monsieur McQueen egy Big Momma Muerte-féle befejezést készített elő.”²⁴ Benne, vele McQueen egy súlyos, veszedelmes regresszióban saját abjekt anyafantazmagóriájához tért vissza, ami ebben a regresszióban túl közel visz egy szadisztikus-mazochisztikus, halálhoz vezető ósállapothoz.

Az itt még csak színpadra állított, divatperformanszba „szelídített” záró anyahallucináció McQueen életében valós performanszá, sorscselekvéssé válik. A Voss után tíz évvel, 2010-ben meghal McQueen anyja. Az ő halála után egy héttel, temetése előtti napon McQueen öngyilkos lett, felakasztotta magát. Az anyai test, az abjekt természetű hulla magához szólította fiát, az Olley jelenetben elképzelt valóságos („Big Mamma Muerte”) cselekvéssé vált. McQueen ön-halálával visszatért ebbe a szörnyű, horrorisztikus-szadisztikus halálöszöne mentén megformálódott anyatestbe.

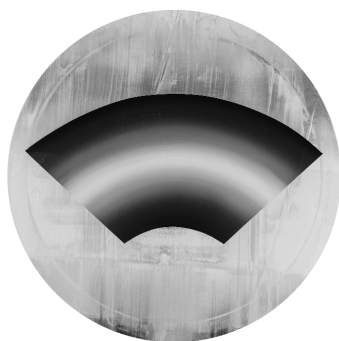
■ JEGYZETEK

1. Valerie Steele: *Dress, Dreams, and Desire: A History of Fashion and Psychoanalysis*. Bloomsbury, London-New York, 2025., Valerie Steele, *Fetish: Fashion, Sex and Power*. Oxford, London, 1996.
2. Egri Petra: *Divatelmélet, teatralitás, dekonstrukció: kortárs divatperformanszok*, Szépirodalmi Figyelő, Bp., 2023.; Egri Petra: *Hologram show és kriptá: Alexander McQueen Widows of Culloden divatperformanszának fantomja*, Círka folyóirat, 2022. 3. sz., Egri Petra: *Feminin önteremtés az anatómia és a pszichológia destruktív határán: Poor Things*, Budapest Imágó, 2024. 2. sz. 80–100.
3. Joanne Entwistle: *The Fashioned Body*. Polity Press, London, 2000. 1.
4. Entwistle: i. m. 7.
5. Uo.
6. Sigmund Freud: *Álomfejtés*. Gondolat Kiadó, Bp., 1986. 428.
7. Uo.
8. Sigmund Freud: *Az Ósvalami és az Én*. Hatágú Síp Alapítvány, Bp., 1991, 30.
9. Jacques Lacan: *The Seminar of Jacques Lacan: Book 1*, 1953–1954. Cambridge University Press, Cambridge. 1988.170.
10. Uo.
11. Lacan: i. m. 171.
12. Egri Petra: *Divatelmélet*, i. m. 201–221.
13. <https://www.youtube.com/watch?v=XFrn4nNIM8E&t=20s>
14. Jacques Lacan: *The Four Fundamental Concepts of Psychoanalysis*. London, The Hogarth Press, 1977.
15. Lásd erről: Sigmund Freud: A fétisizmus. In: *S. Freud művei VI. – Ösztönök és ösztönsorsok*. Filum, Bp., 1997. 151–157.
16. Jacques Derrida: *Glas*. University of Nebraska Press, Lincoln. 1990. 209.
17. Lacan: *The Four Fundamental*, i. m. 103.
18. Caroline Evans: *Fashion at the Edge: Spectacle, Modernity, and Deathliness*. Yale University Press, Baltimore. 2007. 94.
19. Egri: *Divatelmélet* i. m. 214.
20. Julia Kristeva: *Powers of Horror An Essay on Abjection*. Columbia University Press, New York, 1982, 2.
21. Michelle Olley: *Diary Entries on Appearing in VOSS*. spring/summer 2001 <https://blog.metmuseum.org/alexandermcqueen/michelle-olley-voss-diary/>
22. Egri: *Divatelmélet* i. m. 214.
23. Uo.
24. Michelle Olley: i. m.

SZÉLPÁL LÍVIA

A NŐI DIVAT KORTÁRS REPREZENTÁCIÓJA

a neoviktoriánus angol történelmi regényekben:
John Fowles és Zadie Smith műveinek
összehasonlító olvasata



**Így a neoviktoriánus
angol történelmi
regények a női divatot
nem csupán a múlt
felidézésére használják,
hanem eszközként is
a jelenkori társadalmi,
kulturális és politikai
kérdések vizsgálatára.**

Tanulmányomban a női divat kortárs reprezentációját helyezem górcső alá a neoviktoriánus angol történelmi regény műfaján keresztül. Az összehasonlítást John Fowles *A francia hadnagy szeretője* (*The French Lieutenant's Woman*, 1969) és Zadie Smith *The Fraud* (2023) című regényének olvasatán keresztül végzem. Elsősorban a modern Új Nő (*New Woman*) reprezentációs formáit kutatom a vizsgált reprezentatív regényekben. Értelmezésemben röviden kitérek John Fowles azonos című regényének filmadaptációjából vett egyik ikonikus jelenet öltözködés-központú elemzésére.¹ A tanulmány célja nem a filmadaptáció elemzése. A filmet és a regényt egymástól elkülönülő szöveggént közelítem meg. A hangsúly azon az anamorfikus² mozzanaton van, amelyen keresztül a film műfaji sajátosságai láthatóvá tesznek egy olyan jelentésréteget, amely a regényben rejtve marad. Ezzel a rövid reprezentatív részlettel szeretném szemléltetni azt a jelentéstartalmat, amely csak egy bizonyos nézőpontból látható, vagy Maurice Merleau-Ponty vakfolt³ hasonlatával élve, e jeleneten keresztül a láthatatlan láthatóvá válik.⁴ Ennélfogva, a tekintetünket elmozdítva tapasztalhatjuk a „jelenlétét”. Séllei Nóra rámutat arra, hogy a Reiszféle filmadaptációnak van egy olyan rétege is, amely „a regénybeli idézetekhez, allúziókhoz hasonlóan konkrét vizuális szövegeket idéz meg.”⁵ A nevezett jelenethez Séllei „jelentéses vizuális allúzióként” Jacques Joseph Tissot *A té-*

likertben (*In the Conservatory* [*Rivals*], kb. 1875–1878) című festményét állítja párhuzamba.⁶ Ez az értelmezési keret illeszkedik a neoviktoriánus angol történelmi regények azon visszatérő gyakorlatához, amely a viktoriánus kor tematikus és stílári megidézésére épül: egyrészt a korszakra jellemző öltözködés és vizuális kódok hangsúlyos ábrázolásán keresztül, másrészt pedig az újraértelmezés jelenségére való tudatos reflexió révén.⁷ Ennek következtében a művek a történelmet a jelen kontextusában értelmezik, társadalomkritikai dimenzióval kiegészítve.

A női divat kortárs reprezentációja a neoviktoriánus angol történelmi regény műfaján keresztül

■ A háború utáni időszakban Nagy-Britanniában a történelmi regények intenzív virágzása figyelhető meg, amely – Mariadele Boccardi értelmezésében – olyan kulturális légkörben bontakozott ki, ahol egyre tapinthatóbbá vált az ország gazdasági és politikai helyzetének, valamint globális státuszának visszaesése. Mindez az irodalomban a múlt felé irányuló eszképzizmus⁸ és nosztalgia felerősödéséhez vezetett.⁹ Bényei Tamás Fredric Jameson tézisére hívja fel a figyelmet, miszerint a kortárs történelmi regényeket a kultúrörökség (*heritage*) jelenségeként szükséges vizsgálni.¹⁰ Így Jameson értelmezésében a történelmi regényt már nem lehet úgy definiálni, hogy a történelmi múltat reprezentálja, csak a múlttal kapcsolatos elképzeléseinket és sztereotípiáinkat tudja képviselni,¹¹ amely értelmezésnek a női divat kortárs reprezentációja is integráns része.

A neoviktoriánus angol történelmi regények a letűnt viktoriánus kort helyezik fókuszba. A kor iránt érzett nosztalgia és eszképzizmus mellett a kritikai újraértelmezés igénye is megjelenik. John Fowles *A francia hadnagy szeretője* című regényében – korát megelőzve – sok a *pastiche*-elem.¹² A szöveg Charles Dickens és Thomas Hardy regényírói stílusának imitációjaként (*pastiche*) is működik: karakterábrázolása, stílári konvenciói és az öltözködés részletező bemutatása egyaránt az imitált korszak mentalitásának megidézését szolgálják. Ezzel szemben Zadie Smith *The Fraud* című történelmi regényében – a cím értelmező keretéhez igazodva – a csalás, illetve az olvasó tudatos megtévesztésének stratégiája is hangsúlyosan jelen van. Smith műve a viktoriánus korrajz szatirikus imitációjaként értelmezhető, amely egyúttal kísérletet tesz a férfiközpontú történelmi elbeszélés radikális újraírására. Kirchknopf Andrea meghatározása szerint a neoviktoriánus regények visszatérő témái közé tartozik a szexualitás problematizálása, a politikai hatalom újradefiniálása a dekolonizáció perspektívájából, valamint a társadalom marginalizált csoportjainak utólagos megszólítása – mindez pedig az öltözködés ábrázolásán keresztül is hangsúlyosan manifestálódik.¹³

A vizsgált reprezentatív regények

■ E két regényt azért választottam a reprezentatív elemzés tárgyául, mert hangsúlyosan képviselik azt a tendenciát, amelyben a viktoriánus kor a jelenkori anyagi kultúra meghatározó részévé válik. Danielle Mariann Dove 2023-ban megjelent *Victorian Dress in Contemporary Historical Fiction: Materiality, Agency and Narrative* című monográfiájában amellet érvel, hogy a ruházat a történelmi fikcióban nem pusztán díszlet, hanem az ágencia megalkotásának eszköze,

amely érdemben hozzájárul a korszak, a karakterek és a narratíva értelmezéséhez.¹⁴ Megértésem szerint – Dove elemzését követve – Fowles és Smith neoviktoriánus regényei a viktoriánus kori brit, középosztálybeli fehér nőiesség irodalmi reprezentációját alkotják újra a *(re)fashioning*¹⁵ jegyében. Ennélfogva Kimberly Cox értelmezése szerint Dove olvasatában a viktoriánus öltözködés újraalkotása a brit kortárs regényekben a kulturális örökség (*heritage*) és az identitás formálásának feminista szimbólumaként értelmezhető.¹⁶ A vizsgált neoviktoriánus regényekben a viktoriánus kori öltözetek a múlt szellemjárta emlékezhelyeiként, illetve egyúttal annak kísérteteiként is (*haunted* és *haunting heritage*) jelennek meg.¹⁷

Ennek megfelelően a neoviktoriánus angol történelmi regények a női divatot nem pusztán a múlt felidézésének eszközeként alkalmazzák, hanem olyan értelmező keretként is, amely lehetővé teszi a jelenkori társadalmi, kulturális és politikai kérdések vizsgálatát. A ruházat ábrázolásán keresztül e regények mélyebb betekintést nyújtanak a szereplők belső világába, a társadalmi viszonyok struktúrájába és a nők viktoriánus kori helyzetébe, miközben a kortárs olvasó számára is releváns problémákat tematizálnak.

Az Új Nő

■ John Fowles *A francia hadnagy szeretője* című regénye – melyet 1967-ben kezdett írni, és amelynek cselekménye 1867-ben játszódik¹⁸ – egyszerre olvasható a viktoriánus Anglia korrajzaként és szerelmi történetként. A regény középpontjában Sarah Woodruff alakja áll, aki a Lyme regis-i közösségben kitaszítottként jelenik meg: a helyiek szemében ő a „Tragédia,”¹⁹ a „bukott nő” állítólagos kapcsolata miatt egy francia hajóstiszttel. Vele szemben a férfi főszereplő, Charles Smithson angol arisztokrata, az evolúcióelmélettel kacérkodó fiatalember, aki igazából nem értette meg Darwint²⁰, és életét továbbra is a viktoriánus társadalmi normák szerint szervezi. A cselekmény Sarah, Charles és Charles gazdag polgári menyasszonya, Ernestina Freeman között kibontakozó szerelmi háromszög köré szerveződik. A mű hangsúlyos kérdéseket vet fel az identitás, a női szerepek és a személyes szabadság problematikájáról; Sarah enigmatikus figurája pedig a szabadság értelmezésének központi vezérfonalává válik.²¹

Zadie Smith *The Fraud* (2023) című regényének középpontjában a 19. század egyik leghírhedtebb, valós eseményeken alapuló pere, a Tichborne Claimant-ügy áll, amelyben egy imposztor a Tichborne családi vagyon eltűnt örökösének adta ki magát. Smith regénye kísérlet a férfiközpontú történelmi elbeszélés újraírására Mrs. Touchet, egy fehér középosztálybeli nő nézőpontjából, aki akaratlanul is kisajátítja Andrew Bogle, a per koronatanúja és a Tichborne család egykori rabszolgájának történetét. A csalás motívuma végigvonul a regény egészen, és ez a tendencia a *pastiche* illúziójára is kiterjed. Mrs. Touchet William Harrison Ainsworth történelmi regényíró házvezetőnőjeként és műveinek – háttérben maradó – szerkesztőjeként megkérdőjelezi a történelmi narratívák alapfelvetéseit, miközben egy lehetséges női történelemszemlélet körvonalait rajzolja meg, teret adva a marginalizált szereplők hangjának.²²

Hasonlóan, mindkét regényben meghatározó a női divat, azon belül is a ruhák színe és elszakadás a fűző megtartó, ugyanakkor korlátozó hatalmától, amely a viktoriánus kori női és férfi divat²³ egyik meghatározó eleme.²⁴ Mindkét regényben jelen van az ellentét a viktoriánus kor merev normái és a karakterek

által viselt ruhák „vizuális kapcsolatrendszerében.”²⁵ Ez a fizikailag korlátozó öltözet a nőkre nehezedő tágabb társadalmi korlátokat szimbolizálja – korlátozott mozgásszabadságukat, elvárt szerepüket, mint az otthon angyalai (*Angel in the house*²⁶), és a fizikai megjelenésük hangsúlyozását.²⁷ Az öltözködéstörténet és a fűző viselettörténete szorosan összekapcsolódik az Új Nő irodalmának (*New Woman novelists*) regényeiben, melyek női szereplői áthágják a viktoriánus viselkedési és erkölcsi normákat.²⁸

William Henry Perkin 1856-os felfedezése, az új szintetikus színezőanyag, a *mauvein*,²⁹ és annak tömeges előállítása, forradalmi hatással volt a viktoriánus divatra. Az első szintetikus festéket, a mályvaszínű anilinszármazékot, Perkin-lilának is hívják. Ez a szín nem csupán esztétikai választás volt, hanem státuszszimbólum is, a hatalom és az előkelőség jelképe, amely immár a tömegek részére is könnyen elérhetővé vált, s melynek „mánia” jellegét a korabeli sajtó és divatkritika tovább erősítette az ipari forradalom korszakának fogyasztói világában.³⁰ Fowles és Smith regényében is ismétlődően megjelenik a Perkin-lila színű női ruhák használata.

Fowles metareflexív módon beavatkozik a narrációba és kommentálja a 19. századi divatot. Ezzel rávilágít a korabeli ruházat abszurditására, korlátozó jellegére. Az első fejezetben Ernestina bemutatásában a divat meghatározó:

„Az ifjú hölgy a legújabb divat szerint öltözött, mert más szél is fújdogált 1867-ben: a krinolin és a nagy kalap elleni lázadás előszele. (...) Az ifjú hölgy ruhaszínei modern szemünknek kifejezetten harsányak; csakhogy a világ épp akkoriban vergődött az anilinfesték feltalálásának szülési fájdalmai közt.”³¹

Sarah – Ernestinával ellentétben – tudatosan szembeszegül a korabeli divattal. Sarah esetében a ruházat nem csupán külső viselet, hanem az identitás keresésének eszköze is. Ahogy változik a sorsa és a személyisége, úgy változik a ruházata is, tükrözve belső átalakulását az első fejezetben bemutatott fekete ruhás „mitikus figurától”³² az „Új Nő”³³ alakjáig. Ez a lélektani mélység, amit Fowles a divathoz társít kortárs szemléletmód. A díszes ruhák gyakran elfedhetik a valóságot és a társadalmi problémákat, amit Ainsworth regényeiben a túlzó öltözkö- és helyszíneírások szemléltetnek; Mrs. Touchet pedig ironikusan ki-figurazza ezeket a túlzásokban rejlő társadalmi ellentmondásokat.³⁴ Ugyanakkor Sarah esetében a ruházat leleplezi a valóságot, a társadalmi normák képmutatását. Ez a kettősség rávilágít a divat időtlen szerepére az identitás, a szabadság és a társadalmi normák tükrözésében. Sarah karaktere pedig a viktoriánus divat korlátozó normái elleni lázadás és az egyéni szabadságvágy megtestesítője, ahogy ezt a következő idézet szemlélteti a modern, Új Nő megjelenésével:

„És a ruhája! Annyira megváltozott, hogy először azt hitte, valaki más áll előtte. Mindig is a régi ruháiban képzelte el, kísérteties arca gyászos feketeségből emelkedett ki. Ez a személy azonban az Új Nő teljes uniformisát viselte, látványosan elutasítva az összes korabeli elképzelést a női divatról.”³⁵

A filmadaptáció említett ikonikus jelenetében a két női ellentétpár markáns vizuális kontrasztként jelenik meg: Ernestina choker nyakláncot visel, amely a női erő, gazdagság és egyenjogúság egyik szimbólumaként értelmezhető, míg Sarah nyaka fedetlen marad. Ez az ellentét a regényben nem fordul elő, a film-

adaptáció azonban láthatóvá és értelmezhetővé teszi, hangsúlyozva a choker nyaklánc mögöttes jelentéstartalmát. Úgy látom, hogy Sarah mind a regényben, mind a filmben enigmatikus alak, az Új Nő megtestesítője, míg Ernestina – minden konzervatív neveltetése ellenére – már jóval korábban ennek előfutáraként jelenik meg. Ezt a szerepet a choker viselése erősíti, amely egyszerre hordozza a női önrendelkezés és a múlt hagyományainak szimbolikáját.³⁶

Ezzel szemben Smith *The Fraud* című regényében szintén két női ellentétpár jelenik meg: Mrs. Eliza Touchet és a cselédsorból felemelkedett új Mrs. Ainsworth. Az első Mrs. Ainsworth, aki fiatalon elhunyt, a múlt örökségének és kísértetének szimbólumaként van jelen, amit az elcsomagolt ruháin keresztül érzékeltet a szerző:

„– Anya ruhája! – suttogta Fanny, a lányok közül a legidősebb és legszigorúbb, a gyakorlatias Emilynek és az örökké sebzett lelkű Anna-Blanche-nak, aki erre csendesen sírni kezdett. Anyjuk halála után Mrs. Touchet első teendők közé tartozott – miután végleg beköltözött az Ainsworth-háztartásba –, hogy gondosan selyempapírba csomagolja Mrs. Ainsworth összes ruháját, hogy megőrizze őket a lányai számára, akik majd egy napon viselhetik azokat. Ha egy nő ilyen fiatalon hal meg – mindössze harminchárom évesen –, a ruhái eleve jó állapotban vannak. Nem lesz szükség sok átalakításra ahhoz, hogy harminc év múltán is divatosak maradjanak.”³⁷

Eliza, az intellektuális hajlamú és független szellemű nő ruházatában szigorúbb és gyakorlatiasabb, mint a többi tehetős nő. Öltözködése kifejezi felületesség iránti megvetését és szellemi értékek iránti elkötelezettségét. Ezzel szemben az új Mrs. Ainsworth ruhái kétségbeesett törekvésről árulkodnak: minden darab arra szolgál, hogy tiszteletreméltónak tűnjön, a hitelesség látszatát keltve, remélve, hogy ezzel másokat is meggyőzhet társadalmi státuszáról. Öltözéke így egyszerre próbál megfelelni a nőkkel szembeni társadalmi elvárásoknak, és támogatni önmaga társadalmi pozícióját. Ahogy a következő idézet is szemlélteti:

„Fájt Mrs. Touchet-nek, hogy a horshami omnibusz helyett konfliktust fogadjon, de annyira rettegett attól a gondolattól, hogy az új Mrs. Ainsworth-öt ártatlan járókelőkre szabadítsa, hogy végül úgy döntött, kifizeti a többletköltséget. Most azonban, amikor szemügyre vette a nő köré csavart hatalmas mennyiségű levendulaszínű szövetet, a fölösleges ráncokat, fodrokat és turnűröket, a haszontalan szalagokat, a haj tornyában elhelyezett díszes fésűket, valamint a homlokára előrebillentett, nevetséges kis kalapot, az extra kiadás már valóságos főnyereménynek tűnt. Eliza maga mit sem változott a negyvenes évek óta. Ruhája továbbra is hosszan karcsúra szabott viselet volt, elkeskenyedő ruhaujjakkal, s még mindig lószőrből készült alsószoknyát, kalapot és kendőt hordott, haját pedig szigorúan középen választotta el. Még mindig úgy festett – ahogy egykor a kensal lodge-i elcelődők mondták –, »mint egy keskeny harang egy gótikus templomban«.”³⁸

A Perkin-lila ruházata társadalmi elvárások szimbólumává válik ebben a leírásban. Az új Mrs. Ainsworth Perkin-lila színű ruhája a fogyasztói társadalom kialakulásának, a társadalmi státusz erőltetett kifejezésének eszközeként értelmezhető, de az Új Nő reprezentatív megjelenésétől még távol áll, és a nevetség-

gesség határát súrolja. Értelmezésemben Smith a regényben megjelenő ruhák ábrázolásán keresztül világít rá a jelenkori feminizmus befejezetlenségére.

Következtetések

■ Összegzőként megállapítható, hogy a női divat ábrázolása a neoviktoriánus regényekben metareflexív eljárások révén a jelenkori történelemértelmezés fontos jelzőrendszereként működik. A neoviktoriánus angol történelmi regények a női divatot nem csupán a múlt felidézésére alkalmazzák, hanem eszközként az aktuális társadalmi, kulturális és politikai kérdések vizsgálatához is. Smith regényében az intertextualitás és a humor a korabeli férfi írók kulturális tekintélyének aláásását szolgálja, a művet a paródia irányába mozdítva el, miközben a rasszizmus, a nemi egyenlőség és a gyarmatbirodalmi örökség máig ható problémáira fókuszál. Fowles regényében ezzel szemben a divatkódok az öltözködés társadalmi jelentését és az önkifejezés lehetőségeit hangsúlyozzák. Az ön-reflexív narráció, a nem lineáris cselekményvezetés, valamint az intertextuális elemek az identitás, a női szerepek és a személyes szabadság kérdéseit emelik ki. A két regényt a női divat reprezentációja köti össze, amely a múlt és annak kulturális örökségének értelmezési médiumaként funkcionál.

■ JEGYZETEK

1. Karel Reisz, rendező: *The French Lieutenant's Woman*. Juniper Films, 1981. 00:31:07–00:33:45.
2. „Anamorfozis.” *A Pallas nagy lexikona*. Arcanum Digitális Tudománytár. Web: <https://www.arcanum.com/hu/online-kiadvanyok/Lexikonok-a-pallas-nagy-lexikona-2/a-a-13/anamorfozis-13C0/>.
3. A narratív (vagy drámai) vakfolt olyan rejtett szervező elve a szövegnek, amely perspektíván keresztül a történet egésze „láthatóvá” válik. Értelmezésemben Cristian Réka Mónika *dramatic blindspot* (drámai vakfolt) terminusát használok. Cristian Réka Mónika: *From Delicate Absence to Presence: The Child in Edward Albee's Alternating Families*. Americana: E-Journal of American Studies in Hungary 2006. 2. 2. sz. Web: <https://americanajournal.hu/2006/02/cristian-from-delicate-absence-to-presence/>.
4. Maurice Merleau-Ponty: *Working Notes. 'Visible-Invisible.'* May, 1960. In: Maurice Merleau-Ponty: *The Visible and the Invisible. Followed by the Working Notes*. Northwestern University Press, Evanston. 1968. 247.
5. Séllei Nóra: *Az adaptáció mint újrakódolás: A francia hadnagy szeretője könyvben és filmvászonon*. Debreceni Szemle 2017. 2. sz. 217.
6. Uo. 221.
7. Nadine Boehm-Schnitker és Susanne Gruss: *Spectacles and Things – Visual and Material Culture and/in Neo-Victorianism*. Neo-Victorian Studies 2011. 4. 2. sz. 2–3
8. Mariadele Boccardi: *The Contemporary British Historical Novel*. Palgrave, London, 2009. 22.
9. Uo. 17.
10. Bényei Tamás: *A Kortárs történelmi regény*. In: Bényei Tamás (szerk.): *Az angol irodalom története. 1930-tól napjainkig. Második rész*. Kijárat Kiadó, Bp., 2023. 395.
11. Fredric Jameson: *Postmodernism, Or the Cultural Logic of Late Capitalism*. Duke University Press, Durham, 1991. 21.
12. Takács Ferenc: *Utószó*. In: John Fowles: *A francia hadnagy szeretője*. (Ford. Cs. Horváth László és N. Kiss Szusza). Árkadia, Bp., 1983. 412.
13. Kirchknopf Andrea: *Párbeszéd a 19. századdal. A neoviktoriánus regény*. In: Bényei Tamás (szerk.): *Az angol irodalom története. 1930-tól napjainkig. Második rész*. Kijárat Kiadó, Bp., 2023. 436.
14. Danielle Mariann Dove: *Victorian Dress in Contemporary Historical Fiction: Materiality, Agency and Narrative*. London–New York: Bloomsbury, 2023. E-book kiadás. *Introduction: Re-fashioning the Victorians*.
15. Uo. 1. fejezet, 2. alfejezet. *Re-fashioning the Past*.
16. Kimberly Cox: *Review of Victorian Dress in Contemporary Historical Fiction: Materiality, Agency and Narrative (Danielle Mariann Dove)*. *Victoriographies*. 2025. 15. 1. sz. 90.

17. Dove: i.m. 2. fejezet, 3. alfejezet. *Sartorial Entanglements in Alias Grace*.
18. John Fowles: *Notes on an Unfinished Novel*. In: John Fowles: *Wormholes. Essays and Occasional Writings*. (Szerk. Jan Relf). Henry Holt and Company, New York. 1998. 26.
19. John Fowles: *A francia hadnagy szeretője*. Árkádia, Bp., 1983. 12.
20. Uo. 48.
21. Uo. 409–415.
22. A jelen tanulmány terjedelmi korlátai nem teszik lehetővé az elemzés teljes körű bemutatását; annak további kifejtése egy későbbi tanulmány feladata.
23. Egri Petra, és Doris Domoszlai-Lantner: *Poor Things: Teamwork, Shared Responsibility and Experiences in Costume Realization in Hungary*.” *Studies in Costume and Performance* 2025. 10. 1. sz. 125.
24. Christine Bayles Kortsch: *Dress Culture in Late Victorian Women's Fiction: Literacy, Textiles, and Activism*. Taylor & Francis Group, 2009. ProQuest Ebook Central. 3. fejezet. *Fashioning Women: The Victorian Corset*. Az Új Nő (*New Woman*) fogalma az önálló, modern, függetlenségre törekvő nőt takarja, főként a 19–20. század fordulóján megjelenő nőideálra használják, aki szembement a viktoriánus normákkal. A kifejezést Sarah Grand brit feminista alkotta meg egy 1894-es esszéjében. Nasrullah Mambrol: *New Woman*. *Literariness: Literary Theory and Criticism*, 2022. szeptember 26. Web: <https://literariness.org/2022/09/26/new-woman/>.
25. A viktoriánus fűzőhasználatról, illetve annak kortárs vizuális kultúrában való reprezentációjáról Egri Petra részletes elemzéseket nyújt a *Poor Things* (magyarul *Szegény párák*) című film kapcsán. Egri Petra: *Feminin önteremtés az anatómia és a pszichológia destruktív határán: Poor Things*. IMÁGÓ Budapest: Pszichoanalízis, Társadalom, Kultúra 2024. 13. 2. szám 94 és 96., valamint Egri – Domoszlai-Lantner: i. m. 125, 127 és 129.
26. A korszak női ideálja a szűzies és engedelmes „Angyal a házban” volt, amely kifejezést Coventry Patmore 1854-es verse vezetett be a köztudatba. Kérchy Anna: *Romanticism and Victorianism in English Literature*. Institute of English & American Studies, University of Szeged. 2022. 135.
27. Kortsch: i. m.
28. Uo.
29. Regina Lee Blaszczyk: *The Color Revolution*, MIT Press, 2012. ProQuest Ebook Central. 1. fejezet *Mauve Mania*.
30. Blaszczyk: i. m.
31. Fowles: i. m. 8–9.
32. Uo. 9.
33. Uo. 387.
34. Zadie Smith: *The Fraud*. Penguin, London. 2023. 66 – saját fordítás SZ. L.
35. Fowles: i. m. 387.
36. Lampért Zsófia: *A choker nyaklánc meglepően sötét története*. Marie Claire online, 2022. szeptember 12. Web: <https://marieclaire.hu/riporter/2022/09/12/choker-nyaklanc-divat-tortenelm/>
37. Smith: i. m. 19. (saját fordítás SZ. L.)
38. Uo. 105. (saját fordítás SZ. L.)

ZAY ORSOLYA

AZ ARANY HAJHÁLÓ TÖRTÉNETE

Nők és fejviseleteik a régészeti feltárástól a történeti értelmezésig

A viselet a történeti társadalmakban nem pusztán a test elfedését szolgáltatta,¹ hanem összetett társadalmi és kulturális jelentéshordozó rendszerként működött.² Az anyaghasználat, a forma, a díszítés és a hordásmód egyaránt információt közvetített viselője társadalmi helyzetéről, neméről, életkoráról és a közösségen belüli szerepéről.³ A 19. század előtti időszakban – a néprajz által kivetkőzés-ként⁴ leírt folyamatot megelőzően – a ruházat és a fejviselet a társadalmi hovatartozás egyik legfontosabb vizuális jelzőjeként működött,⁵ ezért vizsgálata a társadalomtörténeti értelmezés szempontjából alapvető jelentőségű.

A viseleten belül különösen hangsúlyos szerepet töltöttek be a test kiemelt zónáihoz kapcsolódó elemek, mindenekelőtt a fejviseletek.⁶ A fejfedők és hajviseletek nem csupán esztétikai vagy funkcionális tárgyak voltak,⁷ hanem olyan vizuális jelek, amelyek a társadalmi beazonosításban és az életciklus-váltások jelölésében kulcsszerepet játszottak.⁸ A kora újkori női fejviseletek normatívan szabályozott rendszerbe illeszkedtek: a hajadon és a férjezett nők megjelenése egyértelmű társadalmi jelentést hordozott,⁹ és a haj láthatósága vagy elfedése szorosan összefüggött a családi állapottal és az erkölcsi elvárásokkal.

A viselettörténeti kutatás egyik alapvető kérdése, hogy miként értelmezhetők ezek a jelenségek a különböző forrástípusok tükrében.¹⁰ A régészeti leletek elsősorban formai, anyagi és



**Az egyes tárgyak
anyaga, formája
és kivitelezése
mikroszin-ten
értelmezhető, míg
ezek az adatok
makro-szinten a
társadalmi normák,
gazdasági lehetőségek
és kulturális
mintázatok rendszerébe
illeszkednek.**

technológiai információkat közvetítenek, míg az írott és képi források gyakran normatív vagy idealizált képet mutatnak. A női fejviseletek társadalmi jelentése ezért csak a különböző forráscsoportok kritikai összevetésével ragadható meg. Ezt az értelmezési folyamatot tovább bonyolítja a terminológia időbeli és térbeli változása, amely a kora újkori források esetében különösen hangsúlyos: azonos viseleti elemek eltérő megnevezésekkel jelenhetnek meg, míg egy-egy elnevezés több tárgytípust is jelölhet.

A tanulmány a kora újkori női fejviseletek vizsgálatán keresztül a haj és a fej fedésének társadalmi jelentését elemzi, különös tekintettel a hálós főkötő viseletére. Az értelmezés alapját a régészeti, írott és képi források együttes vizsgálata adja.

A viselet mint társadalmi és információs rendszer

■ A viselet a kora újkori társadalmakban összetett jelzésrendszerként működött, amely egyszerre tette lehetővé az egyéni megjelenést, és érvényesítette a közösségi normákat.¹¹ A ruházat nem pusztán személyes döntések eredménye volt, hanem jogi,¹² vallási és szokásjogi keretek között formálódott,¹³ amelyek meghatározták, hogy egy adott társadalmi csoporthoz, életkorhoz vagy családi állapothoz milyen viseleti elemeket társíthattak. A normaszegés ezért nem csupán esztétikai eltérésként, hanem társadalmi üzenetként jelent meg.

A viselettörténeti értelmezés alapvető módszertani kérdése, hogy miként kapcsolhatók össze a különböző forrástípusok által közvetített információk.¹⁴ A régészeti leletek elsősorban az anyaghasználatra, a szerkezetre és a technikai megoldásokra vonatkozó adatokat őrzik meg, míg az írott és képi források gyakran normatív, idealizált vagy reprezentatív képet közvetítenek.¹⁵ A viselet társadalmi jelentése ezért csak ezek kritikai összevetésével ragadható meg, figyelembe véve a források eltérő keletkezési körülményeit és céljait.¹⁶

A viseleti elemek vizsgálata során egyszerre van szükség részletező és összefüggéseket feltáró megközelítésre. Az egyes tárgyak anyaga, formája és kivitelezése mikroszinten értelmezhető,¹⁷ míg ezek az adatok makroszinten a társadalmi normák, gazdasági lehetőségek és kulturális mintázatok rendszerébe illeszkednek.¹⁸ Ez a kettős szemlélet teszi lehetővé annak megértését, hogy egy adott viseleti megoldás mennyiben tekinthető általános gyakorlatnak, illetve mikor utal eltérésre vagy kiemeltebb társadalmi pozícióra.

A ruhadarabok és viseleti kiegészítők létrehozása több szereplő együttműködését igényelte. A fonás, szövés, varrás, díszítés és az összeállítás különböző szintű szakértelmet igényelt, és nem feltétlenül kötődött céhes keretekhez. A női fejviseletek előállítására gyakran háziipari környezetben zajlott, ami azonban nem alacsonyabb minőséget, hanem eltérő szervezeti működésmódot jelentett.¹⁹ A készítési folyamatok ismerete hozzájárul annak megértéséhez, hogy a viselet végső formája miként tükrözte a viselő társadalmi helyzetét és lehetőségeit.

A terminológiai bizonytalanság a viselettörténeti kutatás egyik állandó kihívása.²⁰ A történeti források eltérő megnevezéseket használnak ugyanazon viseleti elemekre, miközben egy-egy terminus több tárgytípust is jelölhet.²¹ A kora újkori női fejviseletek esetében ez különösen hangsúlyos, ezért az egyes elnevezések értelmezése csak a tárgyi, írott és képi források együttes figyelembevételével lehetséges.²² A terminológia tisztázása nem öncélú feladat, hanem alapfeltétele annak, hogy a régészeti leletek társadalmi kontextusba helyezhetőek legyenek.

■ A női fejviseletek normarendszerének megértéséhez alapvető annak felismerése, hogy a haj a kora újkori társadalmakban nem pusztán esztétikai elemként, hanem a testhez szorosan kötődő, szabályozott „felületként” jelent meg.²³ Láthatósága vagy elfedése a társadalmi státusz és az életciklus függvényében változott,²⁴ különösen a hajadon és a férjezett nők megjelenése között.²⁵ A női haj különösen érzékeny területnek számított, mivel egyszerre kapcsolódott a női testhez, az erkölcsi elvárásokhoz és a közösségi kontrollhoz.²⁶ A haj kezelése ebben az összefüggésben nem önálló viseleti kérdésként, hanem a nő közösségen belüli helyzetét vizuálisan kifejező rendszer részeként értelmezhető.²⁷

Ebből a szempontból a fejviseletek nem a haj „eltüntetését”, hanem annak szabályozott kezelését szolgálták. A haj elfedése, részleges láthatóvá tétele vagy rendezett strukturálása különböző megoldásokat kínált ugyanarra az alapvető társadalmi kérdésre: miként válhat a női haj a normákhoz igazodó, mégis jelentéshordozó elemmé.²⁸ A női fejviseletek rendszere ezért nem egyetlen, egységes viselési formát írt elő, hanem olyan keretet hozott létre, amelyen belül a haj kezelése a társadalmi státuszhoz és az életciklushoz igazodva valósulhatott meg. A hajviselet és a fejfedők kapcsolata így dinamikus viszonyként értelmezhető, amelynek különbségei legmarkánsabban a hajadon és a férjezett nők fejviseletében ragadhatók meg.

A hajviselet szerepe a kora újkori női viseletben

■ A haj a kora újkori női viseletben nem önálló elemként, hanem a fejviseletekhez igazodó, szabályozott testrészként jelent meg.²⁹ A fonott haj általános viselése a hajadonstátuszhoz kötődött, míg a konty készítése az asszonyi állapot egyértelmű jelölője volt; a teljesen kibontott haj mindkét csoport esetében tabu alá esett, és a források tanúsága szerint erkölcstelen életvitelhez kapcsolódott.³⁰

A haj rendezése technikai szempontból is meghatározó szerepet játszott a női fejviseletek kialakításában. A régészeti és képi források alapján a fonatok gyakran póthajjal és díszítő elemekkel egészültek ki, ami nemcsak esztétikai célt szolgált, hanem a fejviseletek stabil rögzítését is lehetővé tette. Különösen fontos szerepet kapott az agykoponya köré rendezett, koszorúszerű fonat, amely megfelelő alapot biztosított a párta, illetve egyes főköttőtípusok viseléséhez.³¹ A hajviselet így nem kísérőjelensége, hanem strukturális alapja volt a kora újkori női fejviseleteknek, és közvetlen átmenetet képez a következő alfejezetben tárgyalt viseleti formák felé.

A párta mint a hajadon státuszhoz kötődő fejviselet

■ A kora újkori női fejviseleteinek rendszerében a párta a hajadon státuszhoz kötődő, jól körülhatárolható viseleti elemként jelenik meg. Funkciója szorosan kapcsolódott a haj láthatóságához: viselése nem a haj elfedését, hanem annak keretezését és rendezett, kontrollált megjelenítését szolgáltatta. A párta így egyszerre tette lehetővé a hajadon nők hajviseletének bemutatását és annak társadalmilag elfogadott formában történő szabályozását.³²

A párta nem egységes tárgytípus volt, hanem formai, anyaghasználati és díszítési szempontból is jelentős eltéréseket mutatott, amelyek a viselő család tár-

sadalmi helyzetét tükrözték.³³ E változatosság ugyanakkor nem érintette a viselet alapvető jelentését: a pártá nem tekinthető átmeneti formának a hajadon és az asszonyi öltözet között, és nem a főköti előképe, hanem önálló, státuszhoz kötött fejviselet volt. Jelentése világosan elkülönült a férjes asszonyok hajviseletétől,³⁴ így a hajadon státusz vizuális megjelenítésének egyik legfontosabb elemeként értelmezhető.

A főköti mint az asszonyi státuszhoz kötődő fejviselet

■ A kora újkor női fejviseleteinek rendszerében a főköti az asszonyi státuszhoz kötődő, meghatározó viseleti elemként jelenik meg. Viselése nem pusztán szokás kérdése volt, hanem a házasságkötést követő státuszváltozás egyértelmű vizuális kifejeződése.³⁵ A főköti alapfunkciója a haj elfedése volt, amely a korszak társadalmi felfogásában az asszonyi erkölcs és a közösségi elvárásokhoz való igazodás egyik legfontosabb jeleként értelmezhető. Míg a hajadon nők esetében a haj láthatósága és rendezett bemutatása elfogadott maradt, addig a férjezett asszonyok hajviselete már a haj elfedésére és kontrollált kezelésére épült. A haj ebben az összefüggésben nem szűnt meg jelentéshordozó elem lenni, hanem a főköti rétegei alatt, közvetett módon vált a viseleti rendszer részévé.

A főköti nem egységes tárgytypus volt, hanem formai, anyaghasználati és kivitelezési szempontból is jelentős változatosságot mutatott.³⁶ A különböző rétegek, rögzítési módok és díszítések lehetővé tették a társadalmi rang és az anyagi helyzet finomabb jelzését, mivel a főköti önálló anyagi értékkel is rendelkezett, miközben a haj elfedése minden esetben alapvető elvárás maradt. A főköti így egyszerre működött egységes státuszjelölőként és differenciáló viseleti elemként.

A haj elfedése ugyanakkor nem jelentette a hajviselet jelentőségének megszűnését. A régészeti és képi források alapján a főköti viselése továbbra is feltételezte a haj rendezett formában történő elhelyezését: a kontyolt haj, a fonatok és a hajtömeg strukturálása elengedhetetlen volt a főköti stabil viseléséhez, különösen a bonyolultabb, több rétegből álló típusok esetében.

A főköti vizsgálata ezért nem választható el sem a hajháló, sem az alatta kialakított hajviselet elemzésétől. A haj elfedése mögött egy összetett viseleti rendszer húzódik meg, amelyben a haj és a főköti egymásra épülő elemekként működtek. Ennek felismerése módszertani előfeltétele annak, hogy a régészeti kontextusban előkerülő hajhálós temetkezéseket ne rendhagyó jelenségként, hanem a kora újkori női viselet logikus részeként lássuk.

Régészeti esettanulmány: a sztánai női temetkezés

■ A sztánai református templom belső területén, a 2021-ben végzett régészeti feltárás során egy 16. századra keltezhető női temetkezés került elő, amely a megmaradt fejviseleti elemek miatt viselettörténeti szempontból kiemelt jelentőségű.³⁷ A templombelsőben feltárt sírok döntően a kora újkorhoz köthetők; az oltár közelében elhelyezkedő temetkezések a korszakban általában társadalmi és gazdasági státuszt jeleztek.³⁸

A sírban nyugvó nő koponyáján és annak közvetlen környezetében egy hajháló (hálós főköti) maradványai kerültek elő, viselési helyzetben. A lelet több rétegből álló, összetett szerkezetű fejviselet volt, amelynek készítése során különböző textiltechnikákat és arany-, illetve ezüstszerű fémfonalakat alkalmaz-

tak. Az anyaghasználat és a kivitelezés színvonala alapján a hálós főkötő nem tekinthető a korszak általános, mindennapi viseleti darabjának, hanem a tehetősebb rétegekhez köthető.³⁹

A kora újkori magyar normarendszerben a haj elfedése egyértelműen az asszonyi státuszhoz kapcsolódott. A hajháló (hálós főkötő) viselése a haj rendezett elhelyezését és rögzítését is feltételezte, miközben önálló anyagi és esztétikai értékkel bírt. A sztánai temetkezésben megfigyelt fejviselet így nemcsak a nő házassági állapotát, hanem társadalmi pozícióját is vizuálisan közvetítette.

A hajháló nyugat-európai párhuzamaiból látszik a forma szélesebb körű elterjedése, azonban a sztánai lelet nem egyszerű importként vagy átvételként értelmezhető. A hajháló mint hálós főkötő a magyarországi viseleti normákhoz igazodva, a női fejviseletek rendszerébe illeszkedve nyert sajátos jelentést, ami jól példázza a viseleti elemek helyi társadalmi kontextushoz való alkalmazkodását.⁴⁰

Figyelemre méltó, hogy a reprezentatív fejviselet mellett nem kerültek elő további értékes viseleti elemek vagy nemesfém ékszerek. Ez azonban nem értelmezhető a temetkezés alacsony társadalmi státuszaként: a szerves anyagok eltűnése, valamint a temetési gyakorlat sajátosságai miatt a viselet jelentős része nem maradt fenn. A hálós főkötő önmagában is magas értékű ruházatra utal, összhangban a temetkezés templomon belüli, kiemelt elhelyezkedésével.⁴¹

Összegzés

■ Az arany hajháló vizsgálata rávilágít arra, hogy a viselettörténeti értelmezés nem választható el a társadalmi kontextustól. A sztánai temetkezés példája jól mutatja, hogy egy viseleti elem jelentése csak a régészeti környezet, a korabeli normarendszer és a történeti párhuzamok együttes figyelembevételével ragadható meg. A hajháló a kora újkori magyar társadalomban nem önálló divattárgyként, hanem a női státusz és társadalmi pozíció vizuális jelölőjeként nyert értelmet, eltérően a nyugat-európai gyakorlattól.

A sztánai nő temetkezése arra is rámutat, hogy a viselet szerepe a halál kontextusában sem válik semlegessé. A sír elhelyezkedése és a fejviselet típusa magasabb társadalmi státuszra utal, még akkor is, ha a temetkezésből nem maradtak fenn további értékes viseleti elemek vagy ékszerek. A hálós főkötő ebben az értelmezésben a családi állapot, a társadalmi rang és a közösségen belüli szerep vizuális összegzéseként jelenik meg.

■ JEGYZETEK

1. Isabelle Paresys: *The dressed body: the moulding of identities in sixteenth-century France*. In: *Cultural exchange in early modern Europe*. Volume IV Cambridge University Press, Cambridge. 2007. 227–257., 228.

2. Mary Roach-Higgins – Joanne B Eicher: *Dress and Identity*. Clothing and Textiles Research Journal. 10/4, 1992. 7–18., 4., Joanne Entwistle: *Fashion and the Fleshy Body: Dress as Embodied Practice*, Fashion Theory 2000. 4/3. 323–348., 324.

3. Uo. 1992. 5.

4. A kivetkőzés a magyar néprajztudomány egyik alapfogalma. A paraszti viselet feladásának többfokozatú folyamata. A 20. század második felében zárult le, régióként eltérő ütemben. Bővebben lásd pl.: Fülemile Ágnes: *Megfigyelések a paraszti női viselet változásához Magyarországon – az I. világháborútól napjainkig*. Ethnographia, 1991. 102. sz. 50–77.

5. Margaret F. Rosenthal: *Cultures of Clothing in Later Medieval and Early Modern Europe*, Journal of Medieval and Early Modern Studies 39(3). 2009. 459–481., 461.

6. John Block Friedman: *Hair and Social Class*. In: Roberta Milliken (ed.): *A Cultural History of Hair in the Middle Ages*, Bloomsbury, London. 2019. 137–152., 137.
7. Entwistle i. m., 2000. 325.
8. Uo.326., Block Friedman i. m., 137.
9. Block Friedman i. m., 138.
10. Lucia Ruggerone: *The Feeling of Being Dressed: Affect Studies and the Clothed Body*. Fashion Theory 2017. 573–593., 573–575.
11. Mary Roach-Higgins – Joanne B. Eicher.: *Dress and Identity*. Clothing and Textiles Research Journal. 10/4, 1992. 7–18., 10.
12. 1666-ban a fogarasi országgyűlésen hirdették ki, hogy jobbágyoknak csizmát, illetve nadrágot (vsz. aba nadrágot), tilos viselni. Külön engedélyt kaptak azok, akik nemesek szolgálatába álltak. Szilágyi Sándor (szerk.): *Erdélyi Országgyűlési Emlékek, 1540–1699*. I–XXI. Bp., 1875–1898. XIV. 184.
13. Rosenthal i. m., 473.
14. Roach-Higgins – Eicher i. m., 3.
15. Rosenthal i. m., 463.
16. Entwistle i. m., 328.
17. Uo. 327., Ruggerone i. m., 575.
18. Rosenthal i. m., 463.
19. Rosenthal i. m., 471., Palády-Kovács Attila: *Magyar Néprajz*. Akadémia Kiadó, Bp., 1988–2002.
20. Roach-Higgins – Eicher i. m., 3.
21. A köntös kifejezés lehet egy teljes ruházat megjelölése, de felsőruha értelemben is találkozunk vele.
22. Bethlen Miklós 1664-ben Utrechtben vásárolt nyugat-európai ruhákat: a felsőkabátot kurta (vagyis rövid) dolmánynak hívja, mivel ez is ing fölött viselt felsőruha.
23. Milliken, Roberta (szerk.): *A Cultural History of Hair in the Middle Ages*. Bloomsbury, London. 2019. 4.
24. Uo. 6.
25. Zay Orsolya: „TEGNAP MÉG LÁNY VALA, MOST IMMÁR KONTYA VAGYON” Női haj és fejviseletek a kora újkorban. In: Szöllősy Csilla- Pokrovenszky Krisztián (szerk.): *Fiatal Középkorosi Régészek VI Konferenciájának tanulmánykötete*. Szent István Király Múzeum. Székesfehérvár, 2015. 205–222., 205.
26. Milliken 2019. 7.
27. Uo. 10.
28. Zay 2015. 205., Balassa Iván – Ortutay Gyula (szerk.): *Magyar néprajz*. Corvina Kiadó, Bp., 1980.
29. Uo. 205.
30. Uo. 206.
31. Uo. 212., Megay Géza: *A miskolci avasi templom 1941. évi átadása*. HOMÉ IX Miskolc, 1970. 129–170., 106.
32. Uo. 207., Szathmári Ibolya: *Debreceni pártá*. HBMM Közleményei 51, 1992. 5–22., 6.
33. Gábor Gabriella: *Középkori párták Békés megyében*. MFMÉ: Studia Archaeologica 2, 1996. 381 – 401., 382.
34. Zay 2015. 208.
35. Uo. 211., „mondá az legény, hogy „Istennek hála, mi jól vagyunk” – úgymond -, s mondámén, hogy „ki esketett meg titeket?” – s mondák, hogy Meggyesfalván eskette meg egy háromszéki pap. Valami székely emberek is valának velek, s azok is azt mondták, hogy Meggyesfalván esküdtenek meg – s kérdés azt is, hogy ki keszkenődé be, s mondá az az székely asszony, hogy „én keszkenődém be”. Vigh, Károly: *Asszonyok és férfiak tüköre. Tanúvallomások a XVII. századból*. Magyar Hírmondó. Magvető Kiadó, Bp., 1980. 169.
36. Radvánszky Béla: *Magyar családélet és háztartás a XVI–XVII. században I–III*. Magyar Tudományos Akadémia. Bp., 1896.. 240.
37. A kutatás résztvevői: Mordovin Maxim, Zay Orsolya, Rakoncay Rita és Fülöp Máté.
38. Egervári Márta – Lengyel Boglárka – Zay Orsolya: *16. századi hálós-főkötő Sztánáról*. Isis. Erdélyi Magyar Restaurátor Füzetek. Székelyudvarhely. 2023. 55–68., 55.
39. Uo. 55.
40. Mordovin Maxim – Zay Orsolya: *A református templom titkai* – régészeti kutatások Sztánán. ELTE Humán Tudományok Kutatóközpontja 2021. <https://tti.abtk.hu/kutatasok/lendulet/kozepkori-gazdasagtortenet/havi-szines/a-reformatus-templom-titkai>
41. Uo.

PRÉM KATA ZSÓFIA

A HAGYOMÁNYTÓL A TRENDEKIG

Szerzői jogi kihívások a folklór ihlette divatban

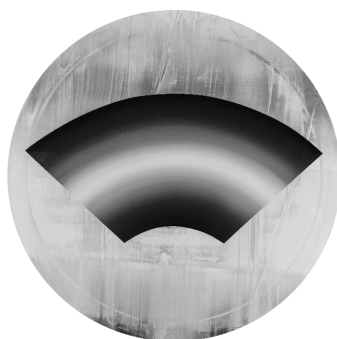
Bevezető gondolatok

■ Ha visszatekintünk az elmúlt évtizedek divatbemutatóira, gyakran találkozhatunk azzal, hogy a divattervezők, akiket egy-egy kultúra megérintett, újraértelmeztek bizonyos motívumokat és kulturális elemeket. Számos ikonikus példa szemlélteti, hogy a nagy márkák szívesen nyúlnak vissza a régmúlt idők népviseleteihez: *Dolce & Gabbana* mexikói népművészeti motívumokra épülő kollekciójától kezdve,¹ *Gianfranco Ferré* India ihlette darabjain át,² egészen *Yves Saint Laurent* Afrika inspirálta kreációjáig.³ Ugyanakkor a divatiparban nem ritka jelenség, hogy a folklór felhasználása szellemi tulajdonvédelmi feszültséget generál. Így jelen tanulmány azt vizsgálja, hogy miként jelenik meg a folklór a kortárs divatban, milyen lehetőséget kínál a szerzői jog a védelemre, illetve hogyan lehet ötvözni a kreatív szabadságot a kulturális tisztelettel.

A folklór mint kulturális örökség: definíciók és védelmi kihívások

A folklór fogalmi meghatározása

■ A folklór kimondottan heterogén összetétele miatt nehéz egy mindenki számára elfogadható, általános definíciót találni.⁴ A tudományos diskurzusban hosszú ideje vita tárgyát képezi az, hogy egyáltalán létezik-e ilyen fogalmi meghatározás, hiszen korszakonként és tudományterületenként máshogy történik a folklór definiá-



**A népművészet
szellemi tulajdon-
védelmének kérdése
szinte minden olyan
esetben felmerül,
amikor egy divattervező
egy népviseletet vagy
motívumkincset választ
a kollekciója alapjául.
Okkal kérdezhetjük:
vajon szükséges-e a
folklór jogi védelme?**

lása, ugyanakkor a lényegi alapvetések következetesen megjelennek ezekben a meghatározásokban.⁵ Az egyik lehetséges megközelítés az UNESCO 1989-es ajánlása, amely szerint

„a folklór (vagy hagyományos kultúra) egy kulturális közösség hagyományokon alapuló alkotásainak az összessége, amelyek egy-egy csoport vagy egyén révén nyernek kifejezést, és amelyek egy közösség elvárását jelzik, amennyiben annak kulturális és társadalmi identitását tükrözik; mintái és értékei szájhagyomány és utánzás útján vagy más módon öröklődnek és terjednek. Műfajai többek között a nyelv, az irodalom, a zene, a tánc, a játék, a mitológia, a rítus, a szokások, a kézművesség, az építészet és más művészetek.”⁶

Bár a meghatározás kifejezetten nem nevesíti, a kézművesség (vagy más művészetek) körébe sorolhatók a népi öltözékek, illetve a népi (díszítő)motívumok.

A folklór „védelme”

■ A hagyományos kulturális kifejeződések esetében kétféle értelemben beszélhetünk védelemről. Egyfelől kulturális örökségvédelmi szempontból a védelem az azonosítást, a megőrzést, fennmaradást jelenti. Ezzel szemben, ha a szellemi tulajdon-védelem nézőpontjából közelítünk, akkor a védelem más jelentést hordoz, nevezetesen az engedély nélküli, visszaélészerű, a jogosultakra nézve hátrányos felhasználási magatartások ellen kíván jogi oltalmat biztosítani.⁷

A kétféle védelem ötvözete jelenik meg az ENSZ őslakos népek jogairól szóló nyilatkozatában.⁸ A 11. cikk deklarálja a kulturális hagyományaik és szokásaik gyakorlásához- és újraélesztéséhez való jogot. Ez magába foglalja azt, hogy megőrizték, megvédjék és fejlesszék a kultúrájuk múltbéli, jelenlegi és jövőbeli megnyilvánulásait, ideértve például a régészeti és történelmi lelőhelyeket, műtárgyakat, formaterveket, szertartásokat, technológiákat, a képző- és előadóművészeteket, illetve az irodalmat.⁹ A szellemi tulajdon-védelem szempontjából pedig a 31. cikk érdemel kiemelt figyelmet. Eszerint az őslakos népeknek joguk van a hagyományos kulturális kifejeződések feletti szellemi tulajdonuk fenntartásához, ellenőrzéséhez, védelméhez és fejlesztéséhez.¹⁰

Fontos kiemelni azonban, hogy ez a nyilatkozat csak *soft law* dokumentum, tehát tényleges jogi kötőerővel nem rendelkezik.

Motívumvándorlás: a közösségi örökségtől a globális kifutóig

■ A folklór nem pusztán kulturális vagy antropológiai jelentőséggel bír, hanem a kreatív iparágak szempontjából is egyre növekvő relevanciával rendelkezik, különösen a divatiparban kapott meghatározó szerepet az elmúlt évtizedekben. A folklór elemei inspirációs forrásként jelennek meg mind a luxusmárkák kollekcióiban, mind a *fast fashion* szegmenseiben, elszakadva ezzel eredeti „otthonától” és közösségétől. Az elmúlt években számos olyan eset látott napvilágot, amelyek bár – konkrét jogi szabályozás híján – nem jutottak el a tárgyalóteremig, de rávilágítottak a folklór és a divatipar közötti egyre növekvő feszültségre.

A *La Blouse Roumaine* mozgalom 2017-ben hívta fel a figyelmet arra, hogy Tory Burch 2018-as *resort* kollekciójának egyik darabja szinte változtatás nélkül átvett egy román népviseleti kabátot.¹¹ Hasonló fellépésre került sor 2024 nyarán

Louis Vuitton erdélyi népviseleti elemeket tartalmazó blúza,¹² valamint ugyanebben az évben a *Mango* kalotaszegi hímzés motívumait megidéző darabja kapcsán is.¹³ A példák sora végtelen és az esetek jól szemléltetik, hogy a hagyományos kulturális produktumok divatiparban történő felhasználása messze túlmutat a pusztán esztétikai megoldásokon. A jelenség egyidejűleg vet fel összetett szellemi tulajdon-védelmi-, kulturális örökségvédelmi-, valamint etikai kérdéseket.

Kulturális kisajátítás vagy kulturális megbecsülés?

■ A divattervezők – bár rendkívül kreatív alkotók –, ahogy a fenti esetek példáján keresztül végigkísérhettük, gyakran merítenek inspirációt különböző történelmi korok és kultúrák már meglévő motívum- és formavilágából. Sok esetben ez az inspiráció túlmutat az „elfogadható” mértéken, és az alkotás utánzássá, másolássá válik. A divatiparban gyakran fordul elő, hogy olyan népi motívumok jelennek meg egy kollekcióban, amelyek ugyan nem állnak jogi védelem alatt, mégis kiemelt kulturális jelentőséggel bírnak egy adott közösség számára.¹⁴ Amennyiben ezen elemek felhasználása az érintett közösség megjelölése, hivatkozása vagy előzetes engedélye nélkül történik, azt a közösségek sok esetben kizsákmányolásként és tisztességtelen ábrázolásként élik meg.¹⁵

A kulturális kisajátítás az a jelenség, amikor egy másik – jellemzően dominánsabb – kultúra tagja újraértelmezi, átalakítja vagy másik kontextusba helyezi az adott kulturális kifejeződést, anélkül, hogy engedélyt kérne, elismerést vagy kompenzációt nyújtana, miközben ez a folyamat kárt okoz az eredeti „tulajdonosoknak”.¹⁶ Ez a terminus elsősorban azon esetekre alkalmazható, amikor a kulturális kifejeződés jelentése torzul, sértő kontextusba kerül, és a felhasználás során hiányzik a forrás- és eredetmegjelölés. Ilyenkor a „kisajátítók” saját pénzügyi vagy társadalmi hasznukra használják fel az adott folklórelemet, anélkül, hogy törődnének annak kulturális jelentőségével. Ennek következményeként a „tulajdonos” közösségek sértőnek és fájdalmasnak érezhetik kultúrájuk árucikké válását.¹⁷ Ugyanakkor fontos kiemelni, hogy a folklórelemek újraértelmezése és ezáltal továbbélése természetes jelenség, ami a kibocsátó társadalmi-kulturális közegben megtörténik. Ennek értelmében a folklór (művészeti) feldolgozása – például zenei, iparművészeti vagy divatipari alkotások formájában – önmagában nem minősíthető szigorú értelemben vett kulturális kisajátításnak.

Míg a kulturális kisajátítás káros vagy meggondolatlan cselekedetet jelöl, ezzel szemben a kulturális megbecsülés azt jelenti, hogy gondot fordítottak a szóban forgó kultúra tiszteletben tartására.¹⁸ Számos pozitív példa létezik arra, amikor neves tervezők érzékenyen és tiszteletteljesen építik be divatterveikbe a népi motívumokat. E körbe sorolható *Yves Saint Laurent* 1967-es ikonikus Afrika-kollekciója, amelynek célja az volt, hogy egy távoli kultúrát ismertessen meg a széles körű nemzetközi közönséggel.¹⁹ Ennek ellenére sajnálatos módon nem ritkák azok az esetek sem, amikor – ahogy fentebb már említésre került – a folklór felhasználása sértővé válik. Például nagy port kavart *Karlie Kloss* a *Victoria's Secret* 2012-es divatbemutatóján, amikor egy amerikai őslakos stílusú fejdísz viselve lépett a kifutóra. Az ilyen fejdíszek számos észak-amerikai őslakos törzs számára a tisztelet és az elismerés szimbólumai, éppen ezért kizárólag törzsfők viselhetik. A bemutatót követően többen hangot adtak annak, hogy az ilyen jelentőséggel bíró kulturális jelképek használata méltatlan a fehérneműk

Hagyomány a kifutón, jog a reflektorfényben

A szerzői jogi védelem előnye és hátrányai

■ A szellemi tulajdon-védelem eszköztárából a legmegfelelőbbnek a szerzői jog tűnik a folklór védelmére, így jelen tanulmány is erre fókuszál. Érdeemes áttekinteni, hogy milyen előnyökkel jár(na) a szerzői jogi védelem a hagyományos kulturális kifejeződések számára, ugyanakkor feltárni azokat a korlátokat is, amelyek ezen védelmi forma használatát nehezítik.

Tárgyi körében a szerzői jog alkalmasnak tűnhet a védelemre, hiszen a szerzői mű fogalma önmagában véve is sokféle alkotást foglalhat magába, mint ahogyan az a folklór esetében is igaz. Mivel a művek rögzítettsége nem kötelező követelmény, így a szerzői jog számos olyan rítusnak, szertartásnak vagy táncnak biztosíthat védelmet, amelyek a hagyományos kulturális jelenségek körében is felmerülhetnek. Emellett a szerzőt megillető személyhez fűződő jogok – például a nyilvánosságra hozatal joga, a névjog és az integritáshoz való jog – kifejezetten fontosak, mivel leginkább ezek biztosíthatják a kulturális identitás megőrzését és e kifejeződések sértő módon történő felhasználásának tilalmát.²¹

A szerzői jogi védelem alkalmazásakor azonban számos nehézség is felmerül. Az egyik legjelentősebb hátulütő maga a szerzőség kérdése, vagyis hogy általában az ilyen alkotások nem köthetők egyetlen szerzőhöz sem.²² Érdekességgént megemlíthető, hogy bizonyos közösségek – például a számik – esetén az egyes folklórelemekhez konkrét személyek vagy családok köthetők, ennek következtében a közösségi normák szerint a felhasználás előtt engedélyt kell kérni az érintett „tulajdonostól”.²³ E gyakorlat jól szemlélteti, hogy bár a szerzői jog normarendszere valóban nehezen alkalmazható a folklórra, az egyes közösségek saját szabályai azonban differenciáltabban kezelik a kérdéskört. Ennek ellenére a régi időkbe visszanyúló, ismeretlen személyektől származó hagyományos kulturális kifejeződések többnyire nehezen illeszkednek be a szerzői jog individualista rendszerébe, mert a legtöbb esetben nem áll rendelkezésre pontos információ arról, hogy ki vagy kik voltak a szerzők, és hogy egyáltalán mikor keletkezett pontosan az érintett mű. A szerzői művekkel szemben támasztott másik legalapvetőbb követelmény az egyéni, eredeti jelleg. Egy több évszázados vagy akár évezredek óta visszatekintő, eredetét tekintve a múlt homályába vesző folklór nem felel meg az eredetiség követelményének, következésképp nem védhető. Ám a folklór a saját dinamikája miatt sem állítható be statikus örökségnek, hiszen folyamatosan változik, valamint túlterjed a lokális és etnikai közösségi határokon is.²⁴ Mindezek mellett a szerzői jogi védelemnek akadályt állít a védelmi idő korlátozottsága is. A vagyoni jogok sehol nem tartanak korlátlan ideig, hanem – az egyes országok szabályozásától függően – a szerző halálát, a mű előállítását vagy a nyilvánosságra hozatalát követő év első napjától számított, jellemzően 50-70 évig állnak fenn. A védelmi idő lejártával a mű közkincsbe kerül, ami a folklór védelme szempontjából veszélyt hordoz, hiszen ez teret engedne olyan folyamatoknak, amelyek a kultúra bitortlásához, a kulturális sokszínűség felhígulásához és kulturális globalizációhoz vezet. Végül érdemes megemlíteni a származékos művek problémáját, hiszen abban az esetben, ha valaki átdolgozza a közkincsbe került folklórt, akkor – amennyiben a származékos mű

eredeti jellegű – szerzői jogi védelemben részesül az alkotás. Ez azonban több szempontból is problematikus, mivel egyfelől sérelmes lehet az érintett közösségre, hiszen akár egy teljesen más kulturális közegekből származó személy is szerezhethet jogi oltalmat olyan műveken, amelyek egy számára idegen népek kultúrájából erednek.²⁵ Másrészt amennyiben egy folklórelem felett az adott közösség egyik tagja szerez szerzői jogi védelmet, az is kizárólagos jogosultságot hoz létre, melynek következtében a közösség többi tagja is korlátozottá válik a folklór szabad használatában és továbbalakításában. Ez utóbbi pedig ellentmond a folklór egyik – korábban már említett – sajátosságának, miszerint a hagyományos kulturális kifejeződések a közösségi használat és a folyamatos újraértelmezés révén élnek tovább.

Folklórkivétel a magyar szerzői jogban

■ A magyar szerzői jogi törvény²⁶ szerint a folklór kifejeződései nem részesülnek szerzői jogi védelemben,²⁷ melynek oka a – fentebb már részletesen kifejtett – szerzői jog alanyának azonosíthatatlansága.²⁸ Ezt a Szerzői Jogi Szakértő Testület is több véleményében megerősíti, hogy mivel a néphagyományt az emberek közössége alkotja, így a szerző és a műve közötti személyes alkotói kapcsolatot csak rendkívül távoli.²⁹

Azonban a törvényi rendelkezés második fordulata szerint, a népművészeti ihletésű, egyéni, eredeti mű szerzőjét megilleti a szerzői jogi védelem.³⁰ Ennek megfelelően nem tartoznak a folklór kategóriájába a népi ihletésű művek, például a népi mintával díszített ruhadarabok,³¹ tehát amennyiben egy divattervező olyan egyéni, eredeti jelleggel rendelkező ruhát hoz létre, amelyhez bár inspirációként valamely népviseletet vagy népi motívumot választott, az mégis részesülhet szerzői jogi védelemben.

A folklór előtt álló út

■ A népművészet szellemi tulajdon-védelmének kérdése szinte minden olyan esetben felmerül, amikor egy divattervező egy népviseletet vagy motívumkinccset választott a kollekciója alapjául. Okkal kérdezhetjük: vajon szükséges-e a folklór jogi védelme? A válasz még a jogalkotók körében is megosztó, hiszen számos nemzetközi kezdeményezés van porondon a folklór védelmére.³²

A jogi védelemmel szemben egyik leggyakrabban elhangzó ellenérv szerint a hagyományos kulturális kifejeződések használatának korlátozása az alkotás szabadságát is szűkítheti,³³ mivel a divattervezők kevésbé tudnának új jelentést tartalmat adni a hagyományos elemeknek. Ugyanakkor a túlzott jogi védelem ellentétes lehet a folklór természetével, ami épp a folyamatos újraértelmezés, az alkalmazkodás és az átalakulás révén marad élő.³⁴ Az pedig vitathatatlan, hogy más kultúrákból merített inspirációk mindig is meghatározó trendek voltak mind magában a folklórban, mind a divat világában.³⁵ Ugyanakkor aggályos – amint azt a tanulmányban bemutatott példák is szemléltetik –, hogy a gyakorlatban olyan személyek élvezhetnek védelmet a folklórihletésű produktum felett, akik semmilyen kapcsolatban nem állnak azzal a közösséggel, amelynek a hagyományos kulturális kifejeződéseit felhasználták. Az ilyen esetekben megoldásként szolgálhatna a „névjog” következetes alkalmazása,³⁶ amelyet a *La Blouse Roumaine* is rendszeresen szorgalmaz. Ennek értelmében a felhasználás során

kötelező lenne megjelölni azt a közösséget, amelynek kulturális örökségéből az adott motívum származik. Ily módon a folklórt létrehozó és fenntartó csoportok érdekei nem szenvednének csorbát, miközben a kreatív újraértelmezés lehetősége is megmaradna.

E tanulmány összegzőként megállapítható, hogy a folklór nem csupán inspirációs forrás, hanem olyan kulturális érték, amely gazdagítja a kortárs alkotói folyamatokat, valamint kapcsolatot teremt a múlt és a jelen, illetve a különböző közösségek, népcsoportok között. Éppen ezért a kulturális kifejeződések felhasználása tiszteletet és felelősségteljes megközelítést igényel. A folklór hatékony védelme nem minden esetben szigorú jogi eszközökkel valósítható meg, sokszor az elismerés, az áltáthatóság és a méltányos bánásmód biztosíthatja azt az egyensúlyt, amely egyszerre szolgálja az alkotói szabadságot és az egyes közösségek érdekeinek védelmét.

■ JEGYZETEK

1. <https://www.vogue.com/article/dolce-gabbana-alta-moda-mexico-city>
2. <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2002-ready-to-wear/gianfranco-ferre>
3. <https://museeyslparis.com/en/biography/collection-africaine-pe>
4. Lásd: Pogácsás Anett: *Az internetfolklór szerzői jogi megítélése és annak hatása a szőlásszabadságra*. In: *Medias Res*, 2023/1. sz. 5–21.
5. Mikos Éva: *A folklór fogalma(i) avagy a kifejezés nehézsége*. In: Szemerkenyi Ágnes (szerk.): *Folklór és nyelv*. Akadémiai Kiadó, Bp., 2010. 570.
6. UNESCO Közgyűlés, 1989-as ajánlás. Lásd: Hoppál Mihály – Csonka Takács Eszter (szerk.): *EFL Communications 1*. Európai Folklór Intézet, Bp. 1999. 9.
7. Keserű Barna Arnold: *A fenntartható fejlődés hatása a szellemi tulajdon-védelem rendszerére*. Akadémia Kiadó – Ludovika Egyetemi Kiadó, Budapest, 2024. (a továbbiakban: Keserű 2024.)
8. United Nations Declaration on the Rights of Indigenous Peoples, Egyesült Nemzetek Szervezete, 2007. szeptember 13.
9. Uo. 11. cikk
10. Uo. 31. cikk
11. Alina Grigoras: *Romanian traditional coat, copied by designer Tory Burch*. *Romania Journal*, 2017. június 13. <https://www.romaniajournal.ro/spare-time/romanian-traditional-coat-copied-by-designer-tory-burch/>
12. Prém Kata Zsófia: *Borrowed Threads – How Louis Vuitton Sparked a Romanian Folk Heritage Storm*. *Fashion & Law Journal*, 2026. január 16. <https://fashionlawjournal.com/borrowed-threads-how-louis-vuitton-sparked-a-romanian-folk-heritage-storm/>; Norbert Nemes: *Inspiration Or Appropriation? A Win For Romania As Louis Vuitton Pulls Folk Items From Collection*. 2024. július 1. <https://www.rferl.org/a/romania-folk-dress-credit-louis-vuitton-ia/33013244.html>
13. <https://www.instagram.com/p/DAEbsZR0Xb3/>
14. Lásd: Susan Scafidi: *Who Owns Culture?: Appropriation and Authenticity in American Law*. Rutgers University Press, 2005.
15. Tobias Bednarz – Galatea Kapellakou: *The Legal Protection of Fashion as Intellectual Property*. In: Eleonora Rosati – Irene Calboli (szerk.): *The Handbook of Fashion Law*. Oxford University Press, United Kingdom, 2025. 28–29.
16. Encyclopedia Britannica <https://www.britannica.com/topic/cultural-appropriation> (a továbbiakban: Encyclopedia Britannica)
17. Bel Jacobs: *What defines cultural appropriation?* BBC, 2022. május 16. <https://www.bbc.com/culture/article/20220513-what-defines-cultural-appropriation>
18. Encyclopedia Britannica
19. <https://museeyslparis.com/en/biography/collection-africaine-pe>
20. Ella Alexander: *Victoria's Secret Apologises Over American Indian Outfit*. *British Vogue*. 2012. november 12. <https://www.vogue.co.uk/article/victorias-secret-apologises-over-american-indian-show-outfit>
21. Keserű 2024.
22. SZJSZT – 3/2004 Folklór körébe eső dalok.
23. Lásd: Tamás Ildikó: *Terep, adat, hozzáférés: Számikutatás az asszimiláció és az etnikai revitalizációs folyamatok tükrében*. *Ethno-Lore*. 2016. 131–152.; Heidi Härkönen: *From*

Counterfeit Sámi Dresses to Global Warming – Intellectual Property Right as a Tool to Protect Indigenous Knowledge and Culture. 2016. december 16. https://ipinfo.fi/artikkeli/from_counterfeit_sami_dresses_to_global_warming_ip_right_as_a_tool_to_protect_indigenous_knowledge_and_culture/

24. Lásd: Tamás Ildikó: *A jóka szerepe a 20-21. századi diskurzív folyamatokban. Jókák, zsoldárok, jókazsoltárok*. Folia Uralica Debreceniensia, 2017(24). 197–232.

25. Keszérő 2024.

26. 1999. évi LXXVI. törvény a szerzői jogról (a továbbiakban: Sztj.)

27. Sztj. 1. § (7) bek.

28. Gyertyánfy Péter (szerk.): *Nagykommentár a szerzői jogról szóló 1999. évi LXXVI. törvényhez*. Budapest, Wolters Kluwer, Online jogtár verzió.

29. SZJSZT – 01/15 Népdal felhasználása filmzene részeként.

30. Sztj. 1. § (7) bek.

31. Takács Nóra Emese: *A szerzői jog által védett művek és teljesítmények*. In: Legeza Dénes (szerk.): *Szerzői jog mindenkinek*. Szellemi Tulajdon Nemzeti Hivatala, Bp., 2023. 72.

32. Lásd: Barbara Pozzo: *Fashion between Inspiration and Appropriation*. Laws, 2020. 10–17. (a továbbiakban: Pozzo 2020)

33. WIPO: Intellectual Property and Traditional Cultural Expressions/Folklore. https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/tk/913/wipo_pub_913.pdf

34. Lásd: Tamás Ildikó: *Az „etnodivat” a számi nemzeti identitásépítésben és az interetnikus konfliktusok reprezentációjában*. Szépirodalmi Figyelő, 2025(1). 97–109.

35. Pozzo 2020. 5.

36. Uo. 20.



RÜSZ-FOGARASI ENIKŐ

KOLOZSVÁRI KORA ÚJKORI KUTAK

■ Egy város életében a vízellátás mindenkor az élet alapfeltétele és egyben egy kardinális, komplex kérdés. A kora újkori Kolozsváron is a várost átszelő folyó, a város patakjai és kútjai ennek az összetett rendszernek nagyon fontos elemei voltak. Amíg a folyó, a patakok és a csatornák is többnyire a kézműves tevékenység motorjai voltak, a város lakói vízellátásának jelentős hányadát a kutak szolgáltatták.

A kolozsvári kutakról leginkább a régészek jelentéseiben vagy tanulmányaiban olvashatunk. Ilyenként a középkori kutak jelentőségére, sokféleségére, azok kutatási lehetőségeire Torma Andrea és Pálóczi Horváth János tanulmányai mutattak rá és figyelmeztettek,¹ hangsúlyozva azt is, hogy a régészeti kutatások a kutakban talált tárgyaknak kiemelt fontosságot tulajdonítanak. Minket most a kutak kimondottan olyan szempontból érdekelnek, mint a kora újkori kolozsvári városi ivóvízgazdálkodás sarkalatos elemei.

Az ivóvíz biztosítása Kolozsváron a már említett kutak mellett a Szamos vizének a használata által valósult meg, amit más vízellátással kapcsolatos kérdéssel egyetemben a Kolozsvár vízgazdálkodása című *Historia Urbanab*an megjelenő munkámban bővebben is elemzem.

A kora újkori kutak ásása, azok alakulása és jelentősége minden esetben a természeti környezeti lehetőségek függvénye volt. Az egykori kutak tudományos kutatása nagyon komplex kérdésnek bizonyul egyfelől a források töredékes volta miatt, másfelől régészeti ásatások esetlegességei okán, és éppen ezért a kutak vizsgálata számos érdekes kérdést vet fel.

Erdélyre vonatkozóan kiemelten fontosnak tartom megemlíteni, hogy a régészeti, elbeszélő és levéltári források összevetésével Segesvár vízellátásáról és kútjairól már jól dokumentált tanulmány jelent meg Ioan Fedor Pascu tollából.² Ebből az összegzésből világossá vált számomra, hogy a kutak vízhozamát és minőségét nagymértékben meghatározta, hogy mennyire távol és mennyire magasan helyezkedtek el a településen áthaladó folyótól. Kolozsváron a Segesváréhoz hasonló szintkülönbségre vonatkozó kérdések a város fekvése miatt nem merülnek fel.

A Kolozsvár város kútjaira vonatkozó adatokat legkorábban Herepei János gyűjtötte össze, és ezek az adatok jó kiindulási pontot jelentettek számunkra is. Jelen dolgozatunkban elsődlegesen az írott forrásokra hagyatkozhatunk, mégpedig a városi számadásokra vagy a korabeli személyek feljegyzéseire, illetve az örökösödési iratokra. Mindezeket a már említett régészeti jelentések adataival egészítettük ki.

Kolozsvár kora újkori történetére vonatkozóan nagyon gazdag és változatos számadásokkal rendelkezünk,³ azonban ezek egyelőre csak levéltári forrásként kutathatóak, és csupán az ispotályszámadások ötven évre vonatkozó anyaga érhető el kiadott formában is. Azonban természetesen nem minden számadás nyújt a város kútjaira vonatkozó adatokat. Az egyházfiak, illetve az ispotályok számadásaiban, az adókra vonatkozó kimutatásokban közvetve, valamint a sáfárpolgárok elszámolásaiban kutakra való költségeket jelenítettek meg. Az egyházfiak számadásait a 17. század közepétől már nem a város levéltárában őrizték,⁴ hanem a ko-

lozsvári unitárius egyházközség irattárában. Ezzel egy időben a református közösség is vezetett számadásokat a saját közösségük bevételeiről és kiadásairól. Annak ellenére, hogy szép számban maradtak fent számadások, ezekből megállapítható, hogy nagyon sok év elszámolása elkallódott, és ezért az eme forrásokból nyerhető információk sem lehetnek teljesek.

Az összegyűjtött adatok azt jelzik, hogy a városban voltak olyan kutak, amelyek publikus helyen álltak, és bárki használhatta őket. Ilyen *közkút* volt az Óvárban,⁵ a Közép utca végében a kapuhoz és a börtönhöz közel,⁶ a Bel-Magyar utcában,⁷ a Farkas és Tordai utca szeglete körül⁸ a Király és Farkas utca közötti utcában⁹ és a Monostori kapunál.¹⁰ Az Óvár piacán lévő kútról több információval is rendelkezünk, megtudjuk, hogy 1624 szeptemberében a sáfárpolgár jelentős összeget, 5 forintot fizetett a tizedesnek a kút felújításáért.¹¹ Ugyancsak ennek a kút vedrének a vasazásáért az 1654-es évben a református egyházfi csekély 12 dénárt számolt el.¹²

A régészeti ásatások megerősíthetik a kutakra vonatkozó, különféle iratokban megőrzött információinkat, illetve újabb adatokkal egészíthetik ki. Ilyenként a Farkas utca és a belőle induló kis utcák felújítási munkálatait megelőzően, több helyen is 2021-ben régészeti mentőásatásokat és feltárásokat végeztek, és ezeknek nyomán egy jó állapotban megőrzött kút maradványait is megtalálták. Ennek a kútnak a leírását és kontextusba helyezését Oana Todea végezte el a tanulmányában.¹³ A feltárásoknak köszönhetően egy nagyon jó állapotban lévő, kővel kirakott, kora újkori kút rajzolódott ki. A kutatást végző régészek a feltárt kutat a Herepei által említett egyik kúttal, az úgynevezett püspök kútjával azonosították.¹⁴ Személy szerint az a véleményem, hogy az ásatások nyomán megtalált és a tanulmányban leírt kút elhelyezését tekintve inkább egy utcában lévő közkútra emlékeztet, és ezzel szemben a Herepei által említett püspök kútja inkább egy ingatlan udvarán lévő kútra vonatkozhatott. Mindezek alapján a régészeti kutatás által feltárt kutat tekinténem Kolozsvár hetedik általunk is ismert közkútjának. Elképzelhetőnek tartom emellett azonban, hogy minden városi tizednek lehetett kútja, csak a jelenlegi információink nem elégségesek ennek a feltételezésnek az alátámasztására és igazolására.

Tudomásunk van még az említettek mellett az *iskola* (1584–1585), 1609, 1623,¹⁵ valamint a *fürdőház* (1649)¹⁶ és a plébánia kútjáról.¹⁷ Ezek az *intézményi kutak* közvetve vagy közvetlenül a város felüglelete alatt álltak.

Ezek mellett a református egyház elszámolásai még további kutakról értesítenek. Ilyen a már említett püspök kútja és a református kollégium tanári lakásai udvarán lévő kút vagy kutak, amelyek fenntartásának és javításának, működtetésének költségeit a teljes mértékben a kolozsvári református egyház állta.¹⁸ Számomra nem egyértelmű Herepei fejtegetése a tanári lakások kútjaira vonatkozóan ezért egy a református püspök rezidenciájához köthető és ezenfelül legalább egy tanári lakás udvarán álló kúttal számolhatunk.

A kora újkori Kolozsváron több olyan mesterséget űztek, amelyek számára elengedhetetlen volt a víz. Ezeknek a vállalkozásoknak a jó része a folyóvizek mellett működött, mások esetén, amelyek bizonyára kevésbé vízigényesek voltak, a vízszükségeket kutakból biztosították.

Kolozsváron a kenyér készítését sajátosan működő műhelyekben végezték, amelyeket sütőházaknak neveztek, ahol szitáló-, dagasztó-, sütőasszonyok kezei alatt készültek a különféle péktermékek. Ezeknek a polgárok vagy intézmények tulajdonában levő kenyérgéztető sütőházaknak a működése víz nélkül lehetetlen

lett volna, tehát a sütőházaknak vagy saját kútja volt vagy egy kút közelében helyezkedtek el. Ezért fontosnak tartottam számbavenni ezeket a létesítményeket.

A sütőházak esetén nem a tulajdonos volt a szakember, mint ahogy más céhes műhelyekben, hanem az általuk alkalmazott személy, akik többnyire nők voltak, és meghatározott időre *alkalmazták őket* és előre meghatározott *időnként és módon fizették*.¹⁹

A legtöbb adatot a Szentlélek-ispotályhoz tartozó három sütőházzal kapcsolatban tártunk fel. Ezek közül egynek, éspedig a Király utcainak saját kútja volt, a másik két (Közép, Óvár) pékség a közelben álló kutakat használta, és ezeknek a karbantartásában természetesen részt is vettek.²⁰ A számadások alapján a három sütőház közül a Király utcai volt a legjobban működő és legtöbb bevételt generáló sütőház, mégis ezt az ispotály elcserélte a város engedelmével a Közép utcai sütőházzal, amelynek nem volt kútja, és soha nem érte el a másik pékség bevételét.

A meglévő információinkból azt feltételezhetjük, hogy a Király utcai sütőház eredményesebb voltának egyik fontos tényezője mindenképpen az lehet, hogy a saját kútját használta, emellett természetesen a kemence jól megépítettsége is lehetett igen fontos oka. Természetes tehát, hogy nem lehet kizárólagosan a kútnak betudni a jobb eredményeket. Mindhárom sütőház által használt kút esetén a számadáskönyvek jegyezték fel a kúthoz köthető javítási, karbantartási kiadásokat.²¹ Hasonlóan, a református egyházszámadásai alapján, az egyháznak 1697-ben volt egy sütőháza a Farkas utcában, amelyre többször is költött. A számunkra az a fontos, hogy a kútjáról is van egy feljegyzés, amely szerint ez megtelt szeméttel és kénytelenek voltak fizetni a megtisztítása érdekében.²²

Azonban nemcsak az intézmények, hanem a város polgárai is lehettek sütőház-tulajdonosok. Ezekről a sütőházakról és a velük kapcsolatban álló kutakról számos adatot nyújtanak a városi számadások, különös tekintettel az adókkal kapcsolatos feljegyzésekre. Az 1618-as adótartozások feljegyzéseit tartalmazó számadások említést tesznek több magántulajdonban levő sütőházzal, így az Óvárban két polgári sütődérről, a Hosszú utcában háromról, a Farkas utcában négyről, a Közép utcában háromról, a Rapuláron/Monostori úton egyről, a Feoni/ Széna utcában pedig egy sütődérről.²³

Mihály Melinda művészettörténész tanulmánya alapján, amely elég nagy időintervallumot (1590–1663) foglal magába, még ezekhez is hozzátehetünk, hiszen három sütőházat említ a Longa/Magyar utcában. Ezekből az egyik sütőház mindkét helyen megtalálható, míg kettő esetén nem találunk átfedést. Az egyik pékség huzamosabb ideig pusztán állt. Mindezeket egybevetve tehát ennek a munkának köszönhetően még plusz két sütőház létéről szerzünk tudomást,²⁴ azonban egyikről sem tudjuk, hogy volt-e saját kútja. Egy másik probléma az 1618-as forrással ott adódik, hogy a Szén, Monostor, Tordai, Híd utca nem jelenik meg egyáltalán benne, és ez bizonyára annak is köszönhető, ez az 1618-as elszámolás csak az adóhátralékkal rendelkező személyeket és sütőházakat tüntette fel. Így természetesen az is lehetett, hogy a város által nem említett utcákban is működhettek sütőházak, de mivel idejében, azaz november vége előtt megfizették a rájuk kirótt adót, nem kerültek fel ezekre a feljegyzésekre.

A Szappan utcai sütőház létezéséről áttételesen a tanúvallatási jegyzőkönyvekből szerzünk tudomást, nem tudjuk azonban, hogy ez polgári vagy intézményi létesítmény lehetett.²⁵ Ezenfelül a város a Torda utcában szándékozott sütőházat építeni 1605-ben, de arra már nincs adatunk, hogy meg is tette volna.²⁶

A források tanúsága szerint tehát a 17. század eleji Kolozsváron 14–20 sütőház működhetett, azonban azt tudjuk, hogy nem mindenik sütőház rendelkezett saját kúttal. Mindennek ellenére teljesen bizonyos, hogy elképzelhetetlen ezeknek a műhelyeknek a tevékenysége, amennyiben közelükben nem lett volna víz(kút) vagy nem rendelkeztek volna saját kúttal. A jelenlegi adataink hét dokumentálható közkút használatát támasztják alá, és ezek bizonyára több sütőház számára is biztosíthatták a szükséges vizet. A pékségek magas száma azonban arra enged következtetni, hogy ezek némelyike, különösen azok, amelyek több alkalmazottal is dolgoztak, vagyis nagyobbak voltak, saját kúttal rendelkezhettek.

Mindezekon felül a jelentősebb *polgári* házak is természetesen rendelkeztek kutakkal. Ezeknek a polgári házak udvarán ásott kutakról való adatokat lehet a legnehezebben azonosítani azért is, mivel az egyes házakról, bár a művészettörténetesek készítettek részletes leírást, a kutakat azonban nem említik sehol, mivel bizonyára érdektelennek bizonyultak a számukra. Így máshol kell az ezekről szóló adatokat keresnünk, és szerencsére vannak más lehetőségeink. A város törvénykezési jegyzőkönyveiből arról értesülünk például, hogy Pajsos István a háza körüli kertet eladta egy református papnak, azzal a megkötéssel, hogy a kúthoz ugyanúgy járhatson a házától, mint előtte tette.²⁷

A város tekintélyesebb házaihoz tehát bizonyára kút is tartozott, azonban teljesen világos számunkra, hogy nem minden ház udvarán állt kút. Nem így Linczig János kolozsvári polgár vásárolt tulajdona esetén, aki 1665-ben, Hosszú Tamástól vásárolt egy 1500 forintot érő, a piacon található, előzőleg leégett házat, amely már romladozott, és teljesen felújíttatta a padlótól a gerendáig, a ház héjazatától a gazdasági épületekig, és a kútját is renoválta.²⁸

Mindezek mellett, a polgárok örökösödéséről szóló iratok még több kútról szóló információ forrásai lehetnek. Így a kolozsvári osztálylevelekben is találunk adatokat kutakról, igaz, nem annyit, amennyit szerettünk volna, és reméltünk, hiszen a 120 osztálylevélből csupán 5 tartalmaz erről szóló adatokat.²⁹ Szinte mindenik osztás esetén külön foglalkoznak a házak dolgával, mégis nem mindig jegyzik le, milyen tartozékai vannak egy ingatlannak. A feljegyzések részletes volta még a feljegyző személyétől sem függött, hiszen a fennmaradt pár adat mind más és más osztóbírótól származott. Azt viszont biztosan tudjuk, hogy mindenik örökség, amelynél a ház mellett kutat is feljegyeztek, egytől egyig 300 forint érték feletti ingatlan volt.

Az egyik talán legjelentősebb hagyatéék Vicei Máté³⁰ nevéhez fűződik, és 1629-ben keltezték. Az osztálylevelek vizsgálata alapján kiderült, hogy ebben a hagyatékbán több házról is rendelkeznek, és mindenik jelentős értékű, és talán mivel nem egyedüli örökösről volt szó, ezért fontosnak tartották a kút használatát ilyenformán külön megjeleníteni: „Az bejárati kapu is köz legyen, az kutat, udvart, kertet istállót egyaránt bírják.”³¹ Mindhárom ház esetén fontosnak tartják a közös használat elemeit megjeleníteni. Ugyanúgy 1643-ban Szebeni Mészáros Mihály házat is több személy között osztották, kiemelve, hogy az örökösök együtt fizessék az adóját, a konyháját pedig, kertjét, kútját, házhiját (padlását) és udvarát egyaránt bírják.³² Később, 1673-ban Brassai Csizmadia István hagyatéka alapján is közös örökségről van szó, amikor egy 300 Ft. értékű házat örökölnék közösen azzal a meghagyással, hogy az udvart, a kertet, a kutat, a konyhát és a bejáratot közösen használják.³³ Ezen esetekben világossá vált, hogy a ház osztódik, de a kút a vízával osztatlan marad.

Más formában is találkozhatunk kútra vonatkozó adatokkal a hagyatékokban, mégpedig az osztás alkalmával készített leltárakban. A kút és annak felszerelése értéket képviselt, és így az összeírt értékek között szerepelt. Ilyen formán 1637-ben Stenczel Imre hagyatéka esetén nem az elosztásához kötötten jön szóba a ház kútja, hanem az ingóságok leltárában, ahol ezt olvashatjuk, hogy: „egy vas veder van egy hosszú láncon, ahol korábban két veder is volt”.³⁴ Ugyanabban az évben 1637-ben a Viczei György halála utáni hagyatékban egy kúton álló vasvedret jegyeznek fel láncostól.³⁵

A fentiek szerint a kolozsvári polgárok örökségének *elosztásakor, divíziójának vizsgálata nyomán* a polgárok használatában és tulajdonában levő, már ismert kutak mellé hét újabb kút meglétét tudjuk bizonyítani.

Ezeket természetesen, további források felkutatásával tudjuk gazdagítani. Az unitárius püspöki rezidencia / Vallásszabadság Háza egy jó ideig a Wesselényi család birtokában volt az ott végzett régészeti kutatások ugyan nem hoztak felszínre kútmaradványokat, viszont az 1745-ben készített évi leltárban kutat is említene.³⁶ A főtéren a Bánffy-palota melletti házat a Szent Erzsébet-ispotály testamentumon keresztül kapta meg, és a számadásokban többször is saját kútra fordított költséget számolnak el, majd később a leltárak is említést tesznek az udvaron lévő kútról.³⁷

Az írott források mellett szemügyre véve az elérhető és használható régészeti beszámolókat, a kolozsvári középkori és kora újkori leletekről, további kutakra vonatkozó adatokat találtam. Azonban ezek az adatok a kitisztulni látszó kora újkori kolozsvári kutak kérdését még jobban bonyolította. A probléma onnan adódik, hogy az Óvárban 2016-ban egyik ingatlan régészeti ásatása nyomán (a jelenlegi Múzeum téren, a 4. számnál) 4 középkori betemetett kutat találtak,³⁸ ugyanazon a téren egy másik háznál, a 2. számúnál, 2016-ban nem kevesebb, mint 5 kút maradványairól számolnak be,³⁹ és az öt kút közül az egyik átmérője nagyobb volt, és kővel volt kirakva. Az egy ház udvarán több kút létét nehezen lehet megfejtetni. Talán megáshatták egyik-egyik kutat, de nem leltek forrásra? Bizonyára az ezeket a régészeti jelentésekben szereplő adatokat az ezek alapján készült régészeti tanulmányok tisztázní fogják. Addig is ezekben az esetekben csak egy-egy kúttal számolok, hiszen nem életszerű, hogy egy háznak egyszerre több kutja lett volna használatban egyidőben. Egy másik adatunk szintén nem egyértelmű, ugyanis egy még korábbi, 2014-es ásatás alkalmával, a Bel-Magyar utca 12. számú ingatlannál is kutat feltételeznek a régészek.⁴⁰

Minden bizonnyal tovább bővülnek még a kolozsvári kora újkori kutakról szóló adataink, és azokkal még jobban árnyalni lehet majd a Szamos menti város vízgazdálkodásának kérdését, azonban már most teljes mértékben bizonyos, hogy a városban szép számban voltak kutak. A jelenlegi vizsgálat szintjén legalább 25 kút használatáról vannak konkrét adatainak. Hogy ez sok vagy kevés, nem tudjuk megválaszolni, azt viszont nyugodtan elmondhatjuk, hogy nincs arról adatunk, hogy nem lenne elegendő kút és az abban lévő víz nem lenne elég a város vízellátása számára. Az azonban tény, hogy nem minden ház rendelkezett saját kúttal. Elképzelhető, hogy a feljegyzések alapján ismert kutaknál sokkal több volt, azonban több régészeti ásatási jelentés még nem hozzáférhető és nem minden házat vizsgáltak meg régészeti módszerekkel, s emellett az írott források sem teljeseek.⁴¹ A nagyobb értékű házak udvarán nagyobb eséllyel találunk kutat, és megkockáztatjuk, hogy a városban tízedenként legalább egy vagy akár több olyan kút is lehetett, amely több ember számára elérhető volt.

A várost nagyon sokszor érték tűzvészek villámütéssel járó zivatarok vagy más emberi tényezők miatt. Az 1655. évi tűzvész nagy károkat okozott a városnak. Az április elején zajló zivatar alkalmával a villámcsapások hatalmas tüzet okoztak a városban, amelynek következtében a templom és tornya is leégett, és a harangok is elolvadtak a lángokban. Ezeket a károkat nehezen tudták helyrehozni.⁴² A kármentés nagy erőfeszítéseket követelt, az egyházfiak több alkalommal is fizettek a helyreállításért a napszámosoknak és a mestereknek. Többször is mészsoltásra vizet hozattak, és azt fizették meg. Az első ilyen nagyobb akció számunkra is érdekes, hiszen április 28-án 5 embernek azért fizettek, hogy a kutakról vizet hordjanak a mészsoltáshoz.⁴³ Ez egyedi alkalom, mivel a továbbiakban a sokkal nagyobb mennyiségű vizet már a folyóból hozták. Bizonyára, amikor a kutakból hozott vizet említették, az egyházhoz és a városhoz tartozó kutakra gondoltak.

Egy 1704-ből a kuruc világból származó feljegyzésünk, a kutak egy részének vízellátását a malomárok lététől és működésétől teszi függővé. Az öt hónap és hét napig tartó ostromzár idején a kurucok a malomárkot elvezették, és ezzel megbénították a várost. Ilyen körülmények között bizonyára több kút is kiapadhatott, és emiatt is olyan kevés víz volt a városban, hogy vásárolni kellett a vizet. Azonban erre a rendkívüli állapotra a város ostroma esetén került sor, és csak időleges problémának bizonyult, viszont felfordította a városban a vízellátást és jelezte ugyanakkor ennek a sérülékenységet is.⁴⁴

Kolozsváron a levéltári forrásokban, a számadások *több típusú kutat* különböztetnek meg a víz a felszínre hozásának technológiája alapján, hiszen beszámolnak bodonkútról, csigás kútról és gémes kútról is. A bodonkút valójában amolyan csorgó kút lehetett, amely minimális kiépítettséget igényelt, fatörzsbe vajt, fából készült, tapasztott tákolmány volt.⁴⁵ A csigás kútra már több adat maradt ránk, és egyik ilyen kút volt például az iskolában, amellyel kapcsolatban az egyházfiak és a sáfárpolgár is többször is számolnak el költségeket.⁴⁶ A harmadik kúttípus Kolozsváron a gémes kút volt. Az ilyen kútra való kiadásokat többször, több helyen is olvashatunk. Ilyenképpen a város sáfárpolgára a fürdőház kútjára, mint a gémeskút kútágására való költséget számoltatott el és jegyeztet fel.⁴⁷ Érdekes számomra, hogy például kerek kútra vonatkozóan nincs adatunk, feljegyzésünk Kolozsváron, míglen a Segesváron említett kutak többsége ugyanabban a korban többnyire kerékforgatással hozta felszínre a vizet.⁴⁸ A kutak mellé *csebreket helyeztek el*, ahova kimerték a vizet és elérhetővé tették a szomjazóknak.⁴⁹ A vizet vedrekkel hozták felszínre, ezeknek vaskerete volt, és fával voltak kibélelve vagy teljesen vasból készültek. Elég gyakran a kádárokra bízta ezeket az edényeknek a javítását.⁵⁰ A plébániához kútjára héjazatot (fedele) helyeztek, ugyanúgy, ahogy a Monostori kapuban lévő város kútján volt, és azzal védték a víz tisztaságát.⁵¹

A jelenlegi kutatási eredményeink azt mutatják, hogy jelentős mértékben sikerült gazdagítani a kolozsvári kora újkori kutakról szóló információkat, olyan forrásokat is bevonva a vizsgálatba, amelyek korábban elkerülték a kutatók figyelmét. A háztartási és ivóvizet ebben az időben, ahogy láttuk, közutak, intézmények kútjai és a magántulajdonban levő polgári házak kútjai biztosították. Mindezek mellett összegzéseként az is kiderült, hogy a kút maga a kora újkorban nagy értéket képviselt, és a vagyon részeként is határozták meg.

■ JEGYZETEK

1. Torma Andrea: *Középkori kutak archaeobotanikai leleteinek összehasonlító értékelése: adatgyűjtés és interpretáció*. In: Fatuska János – Fülöp Éva Mária – ifj. Gyúszai László (szerk.): *Annales Tataienses V. Környezetváltozás, termelés, fogyasztás: a történeti ökoló-*

- gia kérdései. Tata, 2006. 23–29. és Pálóczi Horváth János: *Középkori kutak – a vízellátás létesítményei és a környezettörténet forrásainak lelőhelyei*, In: Uo. 33/41.
2. Ioan Fedor Pascu: *Apa și fântâna în viața Sighișoarei medievale*. In: *ALT-SCHASSBURG. Istorie. Patrimoniu*. 2024. 17. Sighișoara, 29–67. (A továbbiakban Pascu)
3. Rüs-Fogarasi Enikő: *Kolozsvár számadásai a fejedelemség korában*. Történelmi szemle 2018/1. 17–34.
4. Rüs-Fogarasi Enikő: *Adatok a kolozsvári unitárius egyház gazdálkodásáról, a kezdetektől, a 17. század végéig*, In: *Erdélyi évszázadok*, A levéltár rejtett kincsei. Források és értelmezések a gazdaságtörténet köréből. Főszerkesztő: Rüs-Fogarasi Enikő. Egyetemi Műhely Kiadó, Kvár, 2019. IV. 99–117.
5. Román Nemzeti Levéltár, Kolozsvári fiók, Kolozsvár városa, Számadások, Sáfárpolgári számadások, (A továbbiakban KvSzám, Sáfárpolgár), 1624. 16/XXI. 186.
6. KvSzám, Sáfárpolgár, 1564. 1/XI. 53; KvSzám, Sáfárpolgár, 1625. 16/XXXIV. 244. EMSZT. VII. 673.
7. Kénosi Tózsér János – Uzoni Fosztó István: *Az Erdélyi Unitárius Egyház története*. II. Kvár, 2009. 82–83. Az 1689-es városégést okozó elfogott rutén asszony kiszabadulva a fogvatartói közül a Bel-Magyar utcában egy kútba vetette magát.
8. Herepei János: *Kolozsvári történeti helyrajza*, Művelődés, Kvár, 2004. 346. (A továbbiakban Herepei)
9. Oana Todea – Keve László – Florin Mărginenan – Zsolt Csók: *Urban planning and urban lots in Cluj during the modern period. A historical-archaeological perspective on the Emmanuel de Martonne, Hermann Oberth and Gaál Gábor streets*. AMN 59/II. 2022. 101–146. (A továbbiakban Oana Todea: Urban)
10. KvSzám, Sáfárpolgár, 1594. 6/VIII. 123. „Ezen fyrez dezkat Rokattom az Monostor kapuba, az heiazott ala, a Mely heiazot allatt, az vaross kuchya Állott”
11. KvSzám, Sáfárpolgár, 1624 16/XXI. 186.
12. Herepei 344–5.
13. Oana Todea: Urban 101–146.
14. Herepei 350–2.
15. Román Nemzeti Levéltár, Kolozsvári fiók, Kolozsvár városa, Számadások, Egyházfiak számadása (A továbbiakban KvSzám, Egyházfiak), 1584. 3/XV. 17.; KvSzám, Egyházfiak, 1585. 29; KvSzám, Sáfárszámadás, 1609. 12b/IV. 127.; KvSzám, Egyházfiak, 1623. 44.; Egyházfiak számadása, Kolozsvári Unitárius Egyházközség Levéltára, 1655. 1657.
16. KvSzám, Sáfárszámadás, 1649. 26/VI. 559. „Safar Polgár Ur(am) . . . ket szál padló fát. szegeztetet az Fördő haz kutianak Agassához.”
17. KvSzám, Sáfárszámadás, 1649. 26/VI. 559.; Egyházfiak számadása, Kolozsvári Unitárius Egyházközség Levéltára, 1655, 1662.
18. Herepei 351.
19. Rüs-Fogarasi Enikő: *Kolozsvári kora újkori sütőházak*. In: *Magyar Mezőgazdasági Múzeum Közleményei Bp.*, 2016–2017, 2017, 138–152.
20. *A Szentlélek ispotály számadáskönyvei 1601–1650*. Szerk. Flóra Ágnes. Bp., 2006. 31., 171. (A továbbiakban Szentlélek)
21. Szentlélek 31., 120., 121., 148.
22. *Erdélyi Magyar Szótörténeti Tár*. XI. Kvár, 990–1. „Hogy a Farkas uczai sütő haznak kuttya meg veszet, es reunyassaggal be tolt volt, ketelenittetem meg tisztítani Zigler Janossal fizettem neki.”
23. Román Nemzeti Levéltár, Kolozsvári fiók, Kolozsvár városa, Számadások, Adótartózáások (A továbbiakban KvSzám, Adótartózáások), 1618. 5–25.
24. Mihály Melinda: *Telkek és tulajdonosok a kolozsvári Belmagyar utcában a XVI–XVII. században*: In: *Erdély XVII–XVIII. századi építészetének forrásaiból*. Szerk. Kovács Zsolt. Scientia Kiadó, Kvár, 2004. 233., 253.
25. Román Nemzeti Levéltár, Kolozsvári fiók, Kolozsvár városa, Tanácsi jegyzőkönyvek (A továbbiakban KvTanJk), 1582. IV/1. 38.
26. 1605. KvTanJk, I/1. 507.
27. 1629. Városi jegyzőkönyv, 1629. 160., 164.
28. *Kolozsvári emlékirók (1603–1720)*. Szerk. Bálint Pataki József, Kriterion, Buk., 1990. (A továbbiakban Kolozsvári emlékirók) 196.
29. Kovács Kiss Gyöngy: *A kolozsvári osztóbírói intézmény és a kibocsátott osztálylevelek*. Korunk – Komp-Press, Kvár, 2012. (A továbbiakban A kolozsvári osztóbírói)
30. Balogh Jolán: *Kolozsvári kőfaragó műhelyek XVI. század*. Bp., 1985. 268.

„Viczei Máté 1580-ban lett magister (Jakab II. 1888. 313), 1623-ban halt meg. Háza a Széna utca sarkán állott. Itt szállt meg Bethlen Gábor 1615-ben (Herepei 1971. 143). Házát 1627-ben 3200 forintba becsülték. (Jeney-Tóth Annamária: *Ötvös és kereskedő* 262.); Bunta Magdolna: *Kolozsvári ötvösök a XVI–XVIII. Században*. Bp., 2001. 212–213.

31. A kolozsvári osztóbírói... 193.

32. A kolozsvári osztóbírói... 328.

33. A kolozsvári osztóbírói... 362. „item az kúton láncostól egy vasas vederrel”

34. A kolozsvári osztóbírói... 294. „Item az udvaron való kúton vagyon egy vasas veder és egy hosszú lánc, melyen az előtt két veder volt, de most csak egy veder rajta.”

35. A kolozsvári osztóbírói... 301.

36. Román Nemzeti Levéltár, Kolozsvári fiók, Fond familial Wesselényi de Jibou, Moşii, Inventar 1745, „egy kut vassas veder ss lanc rayta” 45b.

37. Rüs- Fogarasi Enikő: *A kolozsvári Szent Erzsébet-isptály főtéri háza*. In: *Arte et ingenio*. Tanulmányok Kovács András hetvenötödik születésnapján. Szerk. Gálfi Emőke – Kovács Zsolt – P. Kovács Klára. Erdélyi Múzeum Egyesület – MTA Bölcsészettudományi Kutatóközpont Történettudományi Intézet, Kvár-Bp., 2021. 619–629.; Idem: *The Early Modern History of St Elisabetha's Almshouse in Kolozsvár until the Merger*, L'Harmattan, Bp., 2024. 63–68.

38. Cronică cercetărilor Arheologice din România. 2016/100.

39. Cronică cercetărilor Arheologice din România. 2016/99.

40. Cronică cercetărilor Arheologice din România. 2014.

41. A szakirodalom szerint a megközelítőleg háromezer méter hosszú falain belül nagyjából 45 hektár területen feküdt a város lásd: <https://www.transylvaniatrust.ro/hu/kolozsvar-varosanak-kozepkori-eroditesei/> Ehhez viszonyítva az eddig összegyűjtött legálább 25 kútról szóló adat bizonyítja, hogy sokkal több kutat használhattak, mind amennyit eddig sikerült egyértelműen dokumentálni, hiszen a jelenlegi adatok alapján egy hektárra alig egy fél kúttal számolhatunk, és érdemes tovább kutatni a témába és újabb kiegészítéseket hozni.

42. Rüs-Fogarasi Enikő: *Glasul clopotelor în Clujul premodern*. In: *Pasiune și rigoare*. NOI TENTATII ISTORIOGRAFICE Omagiu profesorului Ovidiu Ghitta. Ed.: Ionuț Costea – Radu Mărza – Valentin Orga. Argonaut și Mega, Cluj, 2022. 223.

43. Egyházfiak számadása, Kolozsvári Unitárius Egyházközség Levéltára, 1655. április 28-án.

44. Gál Kelemen: *A kolozsvári unitárius kollégium története (1568–1900)*. 1. Kvár, 1935.

170. „A vizet pénzen kellett venniök, mert a belső Szamos vizét a kurucok kivezették a külső Szamosba s a kútak kiszáradtak.”

45. Herepei 343.; 1586, KvSzám, 3/XXIV. 42.; „10 Decemb, Veottem egi Bodom kwtnak valo fat ... -/25”; KvSzám, 1617. 14a; Sáfárpolgár számadása, 14a/XIII. 131.

46. KvSzám, Egyházfiak, 1584. 3/XV. 17. „veottem esmeg Az kwthoz egy Chygat Balassy Gergeliteol fizettünk errete f.l”; 1596, KvSzám, Egyházfiak, „Hogy az Scolaban való kúton az chyga karikan az wassok el teortenek volt most (!) chynaltattunk a helybe”; KvSzám, Egyházfiak, 1609. 7/II. p. 20. „az gyermekek az scholabeli kútnak chigaiat el teortek volt chinalta megy Georgy kowachy d 22”; KvSzám, Sáfárszámadás, 12b/IV. 127.

47. KvSzám, Sáfárszámadás, 1595. 6/XVIIa. 249. „Biro Wram hozatot. 1. Ágast az Kutthoz adatot erette f 2 d 60. tettem fel az ghçmet . . . fizettem töle f 1 d 25”; KvSzám, Sáfárszámadás, 1649. 26/VI. 559. „Safar Polgár Ur(am) . . . ket szál padló fát. szegeztetet az Fördő haz kutianak Agassához”.

48. Pascu. 44–49.

49. KvSzám, Egyházfiak, 1598. 7/ XVI–XVII. 30. „Az gyermekek az Scholaban a kyból iznak/ thinaltatunk 2 cheos thebret p... R. – / 40.”

50. KvSzám, Egyházfiak, 1585. 29. „miert hogy az kúton valo veredenk az fekeet ky teortek wolt uj feneket czinaltattam Kadar Mihallal”

51. Egyházfiak számadása, Kolozsvári Unitárius Egyházközség Levéltára, Kolozsvár, 1657. március 6-án. Lásd: 10. lábjegyzetet.

M. NAGY EMESE

JELMEZEK, DIVATOK A NÉPTÁNCSZÍNPADON

■ A néptánc színpadra kerülésével a hitelesség, a látvány és az előadások elvárásai az egyes korokban másképpen befolyásolták a színpadi néptánc öltözékeit. Az eredeti és stilizált, a hétköznapi és ünnepi, a tájegységenként és életkorok szerint elkülönülő viseletek más-más arányban és funkcióval kerültek színre.

A néprajztudomány által használt népviselet fogalomba beletartozik az öltözködés egész rendszere. A népviselet árnyaltan kifejezte az egyes személyek földrajzi és társadalmi helyzetét, életkorát, állapotát. Aprólékosan szabályozott, az öltözetdarabok anyaga, díszítettségi foka, formája, színei jelzik viselőjének korát és a felöltés alkalmát.¹

Hogy meddig beszélhetünk népviseletről, és mikortól jelmez, amit a színpadon látunk, a folklorizmus illetve revival-jelenségek kutatásának fontos kérdése. Jelmez eredetileg az alakoskodásnál használt álöltözet, mely a külső megváltoztatására irányult úgy, hogy a nézők felismerhessék, kit vagy mit kíván a szereplő megisméjyesíteni. A jelmez lehet jelképes, máskor azonban, már a népi gyakorlatban is – különösen az élő emberek, foglalkozások, zsánerfigurák ábrázolásánál – sok részlettel kidolgozott „naturalisztikus” jelmezeket viselnek.²

A népviselet eltűnésével, illetve a néphagyományok színpadi megjelenítésével a viselet maga is jelmezzé válik. Egy folklórelőadásban, egy tájegység táncának színreviteléhez szorosan hozzátartozik a terület vagy település viseleteinek bemutatása is. Annak ellenére, hogy ekkor már színpadi jelmezként viselik a táncosok ezeket az eredeti vagy rekonstruált darabokat, viseletként hivatkozunk rájuk. Jelmezről attól kezdve beszélünk, amikor a színpadi öltözködés már nem a hagyományban megszokott módon jelenik meg, hanem a rendezői szándéknak megfelelően kisebb vagy nagyobb mértékben elrugaszkodik a tradíciótól, esetleg csak bizonyos elemeit alkalmazza.

A tánc Magyarországon először a XVIII–XIX. század fordulóján került színpadra, a vándortársulatok *commedia dell'arte*-ban gyökerező bohózatainak részeként.³ Falusi táncosok alkalmi bemutatóiról szintén a XIX. századtól tudunk, a keszthelyi diákok pásztortánc-bemutatóitól az Operaház színpadán bemutatott székely verbunkig és a hétfalusiak borica táncáig.⁴ Míg ezek a bemutatók a magasabb társadalmi rétegek szórakoztatását szolgálták, addig folklórtáncaink és a fellelhető viseletek bemutatása a nagyközönség számára a milleniumi ünnepségekhez kötődik.

Igazán látványos fellendülést a Paulini Béla nevéhez fűződő Gyöngyösbokrétá-mozgalom jelentett a XX. század harmincas éveiben. A bokrétás csoportok „felújító és tradíciót teremtő munkájukkal egyszerre járultak hozzá a táncok, népszokások, viseletek hagyományozásához és népszerűsítéséhez”.⁵ Erdélyben Domokos Pál Péter és a székelyföldi értelmiség a székely viselet megőrzése, felelevenítése céljából szervezi meg Csíkszeredában az Ezer Székely Leány Napját 1931-ben, az első magyarországi Gyöngyösbokrétá-bemutatóval egy évben.⁶ A Gyöngyösbokrétá

hatása máig megmutatkozik abban, hogy az idilli, „vasárnapi” folklór sematikus bemutatásával hibás faluképet rögzített. Nehézség volt, hogy a betanítók és rendezők saját fantáziájuk szerint „kiegészítették”, „belejavítottak” a népi hagyományokba.⁷ Számos tájegység a mozgalomnak köszönheti népviseletének megmaradását, sok településen viszont addigra már nem volt egyedi viselet, így táncosaik a szüreti mulatságok népies jelmezében jelentek meg, vagy a magyaros jelleg nélküli ruhájukat nemzeti színű pántlikákkal díszítették.⁸ Ugyanakkor a mozgalom inspirálta Zsindelyné Tüdős Klára divattervező tevékenységét, akinek magyaros motívumokkal díszített ruháit rendszerint az Operaház balerinái mutatták be.

A magyar néptánc és a népművészet az ötvenes években is fontos szerepet kapott, mert – a Gyöngyösbokrétá örökségeként – általános boldogságot közvetített. A szovjet Mojszejev hatását mutató művek mellett jelen voltak a magyar néptánc karakterét tükröző művészi igényű koreográfiák is. A korszak két meghatározó alkotója, Molnár István és Rábai Miklós, nemcsak a magyar színpadi néptáncművészet alapjait rakták le, hanem iskolát is teremtettek. Ekkor indul el a néptánc európai tekintetben is kiemelkedő, szisztematikus és elmélyült tudományos kutatása Martin György vezetésével. Az ezzel párhuzamosan kibontakozó pedagógiai és népművelői tevékenységet számos tánc- és tájegységismertető kiadvánnyal segítették a szakemberek, melyekben olykor a színpadra állításhoz is megfogalmaztak ajánlásokat. Lugossy Emma: *Kalocsai táncok* című kötetében például külön fejezet foglalkozik a drágszéli és Kalocsavidéki táncokhoz javasolt színpadi viseletekkel.⁹ Jelmeztervezőként kiemelkedő Mallász Gitta, aki a Magyar Állami Népi Együttes számára az *Ecseri lakodalmas* jelmezeit tervezte, és alaposan utánajárt a hagyományos viseleteknek. A népviseletek rekonstrukciói ebben az időszakban az egyszerűsödés felé mutatnak. Az eredetileg posztó férfiruhák gyapjából készülnek ugyan, de már sávolyszövetből. E váltásnak gyakorlati oka, hogy ez a vékonyabb anyag könnyebb mozgást biztosított a színpadon. Az ingek, blúzok fazonja eredeti, lenvászon helyett pamutvászonból készített, és kézi hímzés helyett gyakran gépi szalagokkal díszített.

A néptáncművészetben a hatvanas években kezdődő új, útkereső korszakban kiemelkedő szerepet játszottak a nem hivatásos táncegyüttesek alkotói, koreográfusai. Györgyfalvai Katalin, Szigeti Károly, Kricskovics Antal, Novák Ferenc és Timár Sándor a táncot az önkifejezés eszközének tekintették és drámai hangvételű, sötét tónusú, a kor problémáival foglalkozó művekkel jelentkeztek.¹⁰ Gyakran dolgoztak együtt a társzművészetek alkotóival, absztrakt táncszínházi koreográfiáikhoz egyszerű, a test mozgását látni engedő öltözékeket alkalmaztak, ekkor indult az ún. „trikós táncok” divatja.¹¹

A hetvenes években induló táncházmozgalom eredményeként kibontakozó újfolklorista irányzat az addigi stilizált felfogással szemben jelentősen közelítette a színpadi néptáncot a valódi, élő folklórhoz. Általános ebben az időszakban egy-egy nagy tájegység táncainak összefoglaló bemutatása (dunántúli, mezőszéki, szatmári táncok stb.), néprajzi szempontból is hiteles öltözékek alkalmazásával, háttérbe szorultak a stilizált viseletek. Ugyanakkor gyakran találkozhattunk a hagyományos táncalkalmakon sohasem használt viseletdarabokkal, szembetűnő volt az egyformaság, az apró részletek figyelmen kívül hagyása, és mindig a legdíszesebb „vasárnapi” viselet került a színpadra.¹² A férfiaknál a táji sajátosságokat figyelmen kívül hagyva általános volt a csizma, fekete bricsesz, fekete mellény, fehér ing, fekete kalap használata. A korábban használt puha szárú balettcsizmát viszont felváltotta az eredeti formájú, vastag bőrből készített keményszárú csizma.

A nők esetében nem fordítottak figyelmet a változatos haj és lábbeliviseletre, itt is általános volt az egyforma öltöztetés.

A kilencvenes évektől jellemző az egyes tájegységek viseletének elmélyült tanulmányozása, az egyedi jellegzetességek megmutatása a színpadon. A férfiak viseletében megjelent a barna, szürke bricsesz és mellény, gondosan választották ki a kalap formáját, színét, és figyelmet fordítottak a kalapdíszekre – toll, zöld, szalag – is. Elterjedt az apró kiegészítők, óralánc, kitűzők, zsebkendők használata is. A női viseleteknél is előtérbe került az általánostól megkülönböztető apró, egyedi részletek alkalmazása. Feltűnő gazdagodás tapasztalható a főkötő és a hajviselet és az öltözkékiegészítők területén: ékszerek, fejdíszek, kendők, lábbelik. A korábban általános karaktercipő-viseletet felváltotta a paraszti életben használt változatos cipőformák alkalmazása. A női viselet terén a kiemelkedő változatossággal és igényességgel megkomponált öltözködés lett jellemző, például a Magyar Állami Népi Együttes *Ezerarcú Délvidék* című produkciójában, ahol többek között Dávod, Topolya, Kupuszlina és Doroszló eredeti darabokkal kombinált gazdag és változatos viseleteit láthattuk. A Fitos Dezső Társulat *Embertánc* című előadásában pedig kiemelt szerephez jutottak a Dunántúlon viselt főkötő és gyöngyskonty változatok.

A néptánc ma is változó, élő matéria, ezért az alkotók a színpadon is törekszenek a változások megragadására, hogy megmutassák a hagyomány rétegzettségét: különböző időszakokban divatos zenék, táncfigurák vagy a viseletek változásait, egymás mellett élését. A hagyományos, letisztult színvilágú és formájú viseletdarabok mellett megjelentek az utóbbi évtizedek városi divatjának másolásából fakadó formák, anyagok és színek. Feltűntek emellett a paraszti világ eddig rejtve maradt vagy szégyellt pillanatait bemutató alkotások is, ezekhez kapcsolódóan pedig a kivetkőzés fokozatainak ábrázolása, a munkavégzéshez viselt, akár „disznóéte-tő” ruhák is.

Az ezredforduló óta egyre gyakoribb a jelmeztervezők és táncgyűttesek együttműködése. A tradíciók életben tartása mellett a hagyomány újraértelmezése és a kortárs kultúrával való összefésülése egyaránt kiemelt cél. Elsődleges szempont, hogy a jelmez emelje ki a tánc szépségét, forma- és mintakincsével, díszítési technikáival erősítse a színpadi látványvilágot és támogassa a dramaturgia érvényesülését. Vannak olyan előadások, melyek viseletrekonstrukciót kívánnak, másutt újragondolt darabokkal, kiegészítőkkel találkozhatunk. Az ornamentika öröksége, az anyaghasználat, vagy egy-egy technika felelevenítése mind eszköz lehet a jelmeztervező kezében.

A néptánc és a népi kultúra mint szuverén színpadi nyelv kapott szerepet Novák Ferenc és Foltin Jolán már hetvenes-nyolcvanas években készült darabjaiban. Imrik Zsuzsa jelmeztervező segítségével a hagyományos, egyöntetűségükben is változatos széki viseletek művészi színrevitelével élt Novák Ferenc a *Forrószegiek* című darab esetében (a Csipkeszegiek bársony lékriben, a Forrószegiek a régebbi stílust képviselő blúzban-mellényben). Foltin Jolán a táncban és a jelmezekben is a nőre mint individuumra fókuszált.¹³ A *Mondóka* keletkezésekor a szokványos, egyenruhaszerű női jelmezeket fokozatosan egyéniekre váltotta. A *Holdnak háza van* című, Kiss Anna verseire épülő produkció – Imrik Zsuzsa készítette – pasztell kis- és nagylányruhái esetében egyedi színeket alkalmaztak az eredeti viseletek szabásvonalának megtartásával. Az *Asszonyok könyve* ruhái igazodtak a szereplők által megjelenített életkorokhoz, a fiatalok pasztellben, az asszonyok feketében léptek színre. Jól megfigyelhető a jelmeztervező alkotói kézjegye például a színes

szegélyű fekete bagaziákban, vagy a vörösbe öltöztetett kikapós menyecske hímzett kalotaszegi fátylában. Imrik Zsuzsa tervezte a Magyar Állami Népi Együttes *Naplegenda* című előadásának egy-egy színben megjelenített, eredeti formákat idéző, de trikóval kombinált jelmezeit, valamint a Zsuráfszky Zoltán által rendezett *Monarchia – Népek tánczai* című nagyszabású táncjáték öltözékeit. Az előadás első felében az Osztrák–Magyar Monarchia népeinek virtuóz táncait, és gazdag viseletkultúráját, illetve a főúri báli élet pillanatait és pazar öltözékeit mutatták be. A második részben pedig „filmszerű” életképekben a kiegyezéskori emblematisztikus képzőművészeti alkotások közül három is színpadi alkotás ihletője lett. Munkácsy Mihály: *Siralomház* és Szinyei Merse Pál: *Majális* című festménye esetében is a vásznon rögzített jelenet elevenedett meg a színpadon. A *Betyár a siralomházban* című darabban a felvillanó festmény után az előzményekre (mulatság, verekedés), és egy gyilkosságra derült fény. A *Majális*, a napsütéses tematikának megfelelően, inkább a humor oldaláról közelített, s itt a darab közepén állt össze egy rövid pillanatra az eredeti kép, az elrendezés és mozdulatok mellett a színpadi öltözékekkel is megidézve a festményt. Táncoló lányok gyűrűjében mozdult meg Izsó Miklós: *Táncoló paraszt* figurája, akinek viselete is a szoborcsoport öltözéke nyomán készült, minden részletet pontosan megjelenítve.

Mihályi Gábor, a Magyar Állami Népi Együttes vezetője, több mint két évtizede dolgozik Szűcs Edit jelmeztervezővel. Első közös alkotásuk, az *Álomidő* látványát a szimbólumok és a meleg színek határozzák meg. A ruhák a Kárpát-medencei és balkáni motívumok szabad felhasználásából születtek, jól variálhatók, így a műzenei sokszínűségét is követni tudják. A *Földön apám fia volnék* jelmezei letisztultabbak, a tervező a hagyományos öltözékekből megtartotta a sziluetteket, a szabásmódot és a jellegzetes elemeket, a színeket azonban feketére és fehérre cserélte. Majd’ húsz évvel később, a *Magyar Rapszodiában*, szintén hasonlóan gondolkodott, csak három szín – vörös, fehér, fekete – alkalmazásával. A *Labirintus* című előadásban a bartóki szemlélet érvényesítésére törekedtek, mind mozgás-, mind látványvilágban. A vörös és fekete részletek kontrasztjából fakadóan egészen drámai öltözékek készültek, a zaklatott, szaggatott anyagkezelés és aszimmetria szintén ezt a hatást erősítette. Ugyanakkor olyan technikai innovációval is éltek, mint a zene ritmusára fel-felvillanó, kabátokba épített LED-fények. A *Liszt-mozaikok* könnyű és légies jelmezei a zenéből inspirálódtak, a zongorabillentyűket idézik. Egészen egyszerű, szinte alapöltözékekből építkezve jutnak el a Liszt korára jellemző polgári viselet formáihoz. A szoknyákat a Magyar rapszódia kottája díszíti, ami vizuálisan és konceptuálisan is elismerésre méltó. A *Tánckánon – Hommage à Kodály Zoltán* öltözékei attól válnak modernné, hogy a népi díszítő hímzéseket, csipkéket, zsinórdíszeket nem a hagyományos technikákkal, hanem lézervágással hozták létre. A sziluettet és a formavilágot egyszerűsítették, a díszítést, a motívumokat úgy helyezték el az öltözékeken, ahol a hagyományos viseletben szokás. A színek itt is redukáltak, szürkék, vörösek és vajszín jelennek meg a jelmezen. Szűcs Editre jellemző az analízis szemlélet. A minta, a forma, az arányok, a sziluettek irányából közelít, jelmezeit onnan építi a mai kor ízlésrendszerének és a rendezői-alkotói szándéknak megfelelően.

Többször dolgozott a Magyar Állami Népi Együttessel Furik Rita is, például a *Kincses Felvidék* és a *Megidézett Kárpátalja* című előadások viseletrekonstrukcióját tervezte. A modern elemek alkalmazása az ő esetében soha nem öncélú lépés, a *Hajnali Hold* című, a nő minőséget középpontba állító darabban például az ősi szimbólumok és a modern, finomságot, sejtelmességet hangsúlyozó elemek és

anyagok teljes harmóniában kerülnek színre. A Duna Művészegyüttes *Gyertyaláng* és *Solus Christus* című estjeihez készített jelmezei visszafogott színvilágukkal és szabásvonalukkal is a szakralitás irányába mozdították az előadások látványvilágát, a *Puszták népe* pedig a tradicionális és modern sajátos ötvözetét nyújtotta.

Túri Erzsébet a Duna Művészegyüttes *Tavaszi szél, Örökkön örökké, Barocco rustico* és *Magyar Anzix* műveinek öltözékein keresztül ősi kultúránk gyökereit tárja elénk értő és nagyon látványos interpretációban. A Makovecz Imre emlékére készült *Héttorony* című előadásban a fehér és fekete alapszínű ruhák díszítőművei, hímzései válnak hangsúlyossá. A *Duna balladái* című esthez pedig a Duna menti népek viseletei készültek, az előadáshoz illeszkedő kék színvilágban. A tervezőre erőteljes színhasználat jellemző, a kolorit kerül előtérbe a *Szerelemkert* dús virágmotívumokból inspirálódó jelmezein és bukolikus képeiben is.

Zs. Vincze Zsuzsa a Magyar Nemzeti Táncegyüttes koreográfusa és az alkotások jelmeztervezője is. A színes, etnografikus alapossággal válogatott viseletösszeállítások mellett a táncszínházi darabok jelmezei is az ő munkái, többek között *A Tenkes kapitánya*, a *Betyárvilág*, a *Végváarak*, *vitézek* vagy a mesedarabjaik esetében (*Csipkerózsika*, *Tündérmese*, *Mátyás*, *a világ királya*, *Sárkánymese*), ahol a jelmezeknek egyértelműen dramaturgiai szerep jut.

Kocsis Enikő szintén koreográfusként tervezi a Fitos Dezső Társulat öltözékeit. Az Arany János balladáira épülő *Irgalom!* című darab véráztatta ruhái a drámaiságot hangsúlyozták. A *Tizenöt magyar parasztdal* esetében fekete-fehér látványvilágot vittek színre, a férfiak ingein és a női kar szoknyáin Bartók arcmásával és kottagrafikával. A *Táven baxtale! – Legyetek szerencsések!* előadás ruhái az eredeti öltözékek változatos formáit és gazdag színvilágát ötvözik a modern színpadi elvárásokkal. A *Karácsonyi álom – A fény meséje* pedig valódi jelmezkavalkádot rejt a karácsonyi ünnepkör témáiban és színeiben.

A fiatalabb jelmeztervezők közül Winklerné Petri-Kiss Borbála biztos kézzel nyúl az eredeti viseletekhez, készít változatos rekonstrukciókat, ha azt várja egy produkció, és bátran ötvözi modern szabású ruhákkal is a hagyományos darabokat. A Duna Művészegyüttes *Apák és fiak* című előadásban kiemelt szerepbe kerül egy-egy rekonstruált viselet vagy valódi autentikus népi öltözet, míg egyes elemei (szabásvonalak, színek) a táncosok modernebb ruháin köszönnek vissza. A *Partium* című előadásban Sárrét, Krasznamente, Tövishát, Bihar gazdag női viseletei mellett pasztell színű, finoman mintázott puplin férfiingek, színes kalapok és mellények, dúsan hímzett ingek is színre kerültek.

Szabó Judit a Duna Táncműhely *Hajadonok* című produkciójában az évszakokra és égtájakra utaló öltözékeket komponált. Jelmezei egységes stílusban, ám különböző színekben (zöld, lila, kék, piros) készültek, így domborítják ki az egyes karakterek jellegzetességeit.

Németh Hajnal Auróra balladákra, mesékre, legendákra épülő mesés divatbemutatókat készít táncosok közreműködésével. Az előadásokon a magyar gyökerekből táplálkozó tánc, a szövegek, az ének, a zene és a divat egymást erősíti. Az Aurora FolkGlamour tervezőjeként törött brossokat, népviseletet, kasmírt, kalocsai terítőket és Mária-medálokat kelt új életre. Csipkeverés, kézi vésés, hímzés, 3D-nyomatás, CNC-marás, LED-világítás egyaránt része az eszköztárának. Az alakformálás, nőies sziluettek kialakítása nála is központi elem, de a hagyományban szokásos több rend alsószoknya helyett túll alsóöltözetet alkalmaz.

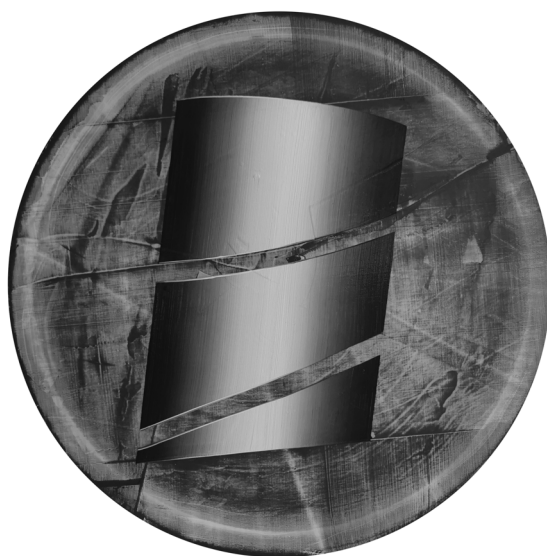
Szintén többször működnek közre táncosok Molnár-Madarász Melinda fashion designer divatbemutatóin. Modern, hordható ruháit kalocsai, matyó, ka-

lotaszegi, torockói, barkó tájegységek viseleteit alapul véve tervezte. Az egymásra épülő kollekciók a viseletek díszítőelemei, motívumkincse mellett a régi öltözékek felépítését, szerkezetét is követik.

Jellemző gyakorlat a táncosokkal együtt dolgozó iparművészek tervezői folyamatában az, hogy az eredeti tárgy motívumát más technikával, esetleg más színben dolgozzák fel. Ezáltal, habár a motívum megegyezik, az összhatás megváltozik. Konstrukció, rekonstrukció és adaptáció hármásából – úgy tűnik – az adaptálhatóság kérdése a legizgalmasabb számukra.

■ JEGYZETEK

1. Fél Edit – Hofer Tamás: *Népvisolet*. In: Ortutay Gyula (főszerk.): *Magyar Néprajzi Lexikon*. Negyedik kötet. Akadémiai Kiadó, Bp., 1977. 16.
2. Dömötör Tekla: *Jelmez*. In: Ortutay Gyula (főszerk.): *Magyar Néprajzi Lexikon*. Második kötet. Akadémiai Kiadó, Bp., 1977. 679.
3. Pesovár Ernő: *Történelmi előzmények*. In: Kaposi Edit – Pesovár Ernő (szerk.): *Magyar Táncművészet*. Corvina Kiadó, Bp., 1983 9–26.
4. Pávai István: *Az erdélyi és a moldvai magyarság népi tánczenéje*. Planétás, Bp. 1998. 8–11.; Maácz László: *A magyar néptánc színpadi pályafutása a XIX–XX. században*. Népművelési Intézet, Bp. 1980. 15.
5. Maácz László: *Néptáncművészet és néptáncmozgalom*. In: Kaposi Edit – Pesovár Ernő (szerk.): *Magyar Táncművészet*. Corvina Kiadó, Bp. 1983. 54. (A továbbiakban Maácz 1983)
6. Vámszer Géza: *Néprajzi vonatkozású mozgalmak Csíkbán a két háború közti években*. Népismereti Dolgozatok 1976. 41–46.
7. Pálfi Csaba: *A Gyöngyösbokrétá története*. Tánc tudományi Tanulmányok 1969–1970. 115–161.
8. Uo. 122.
9. Lugossy Emma: *Kalocsai táncok*. Művelt Nép Könyvkiadó, Bp., 1953.
10. Zórándi Mária: *A bartóki út: Pályaképek a színpadi néptáncművészet 20. századi történetéből*. Magyar Táncművészeti Főiskola, Bp. 2014.
11. Maácz 1983. 64.
12. Diószegi László: *A magyar néptánc történelmi pillanatai. A Gyöngyösbokrétától a Táncházig*. Magyar Művészet 2014. 3–4. 50–61.
13. Lelkes Zsófia: *Néptánc a színpadon 1945–1989. Kultúrpolitika, színházi struktúra, táncesztétika*. Hagyományok Háza, Bp. 2024. 221.



ESKÜDT JUDIT

MŰVÉSZETBŐL MÁRKAÉRTÉK

Az artifikáció jelentése és szerepe a divatkommunikációban

Bevezetés

■ A 21. század vizuálisan túlterhelt divat- és luxusiparában a márkák nem csupán termékeket kínálnak, hanem kulturális státuszt és identitásígéretet is. A fogyasztók egyre inkább olyan többletjelentést keresnek, amely túlmutat a funkción és a megjelenésen: élményt, önkifejezési lehetőséget és erkölcsi igazolást. A luxus és a luxusdivat így nem pusztán a ritkaság vagy a kiváló minőség kérdése, hanem annak meghatározása is, hogy egy márka milyen kulturális jelentésvilágot épít termékei köré, és miként képes kapcsolódni a művészeti közeghez, illetve mozgósítani annak értékteremtő logikáit. Ez a jelenség értelmezhető az élményalapú gazdaság keretében, ahol a fogyasztás nem egyszerű tárgyvásárlás, hanem élmények és önképformáló narratívák megszerzése.¹ Ebben az összefüggésben a luxus és a művészeti logikák összekapcsolódása tudatos stratégia a kulturális megkülönböztetésre és a jelentések hosszabb távú stabilizálására. E pozicionálás egyik kulcsmechanizmusa az artifikáció: az a folyamat, amelyben a luxusmárkák termékei, terei és kommunikációs gyakorlatai a művészet értelmezési kereteibe kerülnek.

Személyes megfigyelés

■ Ez a jelenség számomra különösen élesen rajzolódott ki, amikor először léptem be a párizsi Fondation Louis Vuitton terébe. A látogatók jelentős része nem „klasszikus” művészetlátogatóként, hanem divatrajongóként érkezett, miközben az épület galériaként működött. A tér egyszerre volt kiállítótér és márkauniverzum – a kultúra és a kereskedelem határán kijelölt liminális zóna. A divat és a „magas művészet” kapcsolata nem új jelenség. Schiaparelli szürrealista munkái² vagy Yves Saint Laurent Mondrian-ruhája már korán jelezték a művészeti kódok integrálhatóságát. Ezek azonban többnyire elszigetelt, szezonális gesztusok maradtak. A 21. században ezzel szemben a metszet intézményesült és strukturálttá vált: márkaalapítványok, múzeumi együttműködések, kiállításjellegű *flagship store*-ok és kulturális kampányok váltak a márkastratégia részévé. A művészet így nem dekoratív elem, hanem legitimációs és identitásképző erőforrás.

Köszönetemet fejezem ki a Budapesti Corvinus Egyetem Kommunikáció- és Szociológia Intézetének, amelynek professzorai sokrétű módon járultak hozzá a tanulmányban kifejtett gondolatok alakításához. Külön köszönettel tartozom dr. Horváth Dórának, dr. Cosovan Attilának, dr. Benczés Rékának és dr. Jessie Labovnak értékes útmutatásukért; dr. Egri Petrának és dr. Tamás Ildikónak a lehetőségért; családomnak a támogatásért. A tanulmányt dr. Kárpáti Andrea emlékének ajánlom.

Az artifikáció fogalma és dimenziói

■ Az artifikáció fogalma a 2010-es évekre vált a divat- és luxusipar kutatásának meghatározó elemévé. Az artifikáció³ olyan intézményi és diskurzív folyamat, amelynek során eredendően nem művészeti entitások – például tárgyak, márkák vagy terek – művészeti értelmezési és legitimációs struktúrákhoz kapcsolódnak. Nem egyetlen gesztus, hanem egymást erősítő mikrofolyamatok együttese: ide tartozik például az áthelyezés, amikor a luxustárgy múzeumi, galériás vagy kiállítótéri környezetben jelenik meg; az átnevezés, amikor a termék „kollekciónál” együttműködéssé, majd „kiállítási tárggyá” válik; a kategóriaváltás, amikor az árucikk műtárgyjellegű objektumként kezd működni; az intézményi átrendeződés, amikor a márka gazdasági szereplőből kulturális intézménnyé lép elő; az esztétikai formalizáció, amikor a forma és a vizuális nyelv művészeti kódok szerint szerveződik; valamint az intellektualizáció, vagyis kurátori, kritikai vagy filozófiai narratívák beemelése. A folyamat célja nem a termék „művésziesítése” önmagáért, hanem annak kulturális státusszá emelése. A luxustárgy a műtárgyakhoz közelít értelmezési, észlelési és értékelési szinten. Kapferer⁴ értelmezésében az artifikáció a luxusmárkák egyik válasza a növekedés dilemmájára: hogyan lehet bővíteni anélkül, hogy a ritkaság és a presztízs logikája sérülne.

Az artifikáció gyakorlatai a luxus- és divatmárkák esetében

■ A mikrofolyamatok a divat- és dizájnkommunikációban válnak láthatóvá: kampányokban, vizuális identitásban, boltterekben, kiállításokban és digitális felületeken. Amikor egy tárgy múzeumi vagy galériatérben jelenik meg, a „termék” olvasata eltolódik: a kontextus intézményi legitimációt ad, és a tárgy kiállításra szánt objektummá válik. Ilyen logikával működnek a tematikus márkakiállítások (pl. Chanel: Mademoiselle Privé) és a nagy múzeumi divattárak (pl. Met, Louvre).

A Fondation Louis Vuitton- vagy a Fondazione Prada-típusú intézmények a szponzoráción túl tartós kulturális jelenlétet teremtenek és stabilizálják a márka státuszát.⁵ A márka kommunikációja ilyenkor nem reklámfelületként működik, hanem kurátori narratívaként, térdramaturgiaként és építészeti élményként. A fogyasztó ekkor „márkaeseményen” vesz részt, nem pusztán vásárlási helyzetben.

A Louis Vuitton × Yayoi Kusama-típusú projektek a művészi habitust és a márkaidentitást kapcsolják össze: a művész neve és vizuális nyelve átíródik a márka regiszterébe.⁶ A kvalitatív (pl. netnográfiai) eredmények szerint az artifikált kollekciónak a közösségi médiában intenzívebb részvételt és „co-creation” generálhat. A fogyasztók nemcsak fogyasztanak, hanem értelmeznek, kommentelnek, megosztanak, sőt saját tartalmakkal továbbépítik a kampány világát.

Az örökségművészet (Klimt, Botticelli, Monet, Matisse) kulturális „garancia-ként” működik. Időbeliséget és esztétikai kifinomultságot ígér, valamint a viselőnek „műértő” identitást kínál.⁷ A Frey Wille Hommage à Gustav Klimt kollekciónak kommunikációja például egyszerre épít a bécsi szecesszió kódjaira és arra az ígéretre, hogy a vásárló kultúrtörténeti „részvételt” birtokol egy viselhető tárgyon keresztül.

De-artifikáció: a művészeti státusz elvesztésének kockázata

■ Az artifikáció ellenirányú folyamata a de-artifikáció. A korábban felépített kulturális jelentésrétegek leépülése, amikor a tárgy visszacsúszik a pusztá árucikk szintjére. A túl gyakori „limited edition”, a kollaborációk inflációja és a vizuális

klisék ismétlése a különlegesség erózióját gyorsíthatja.⁸ Paradox módon az artifíció így defenzív stratégia is: kísérlet a homogenizációval és a gyors trendciklusokkal szembeni jelentés-stabilizálásra.

A művészet mint büntudatcsökkentő mechanizmus: „moral licensing” és „aesthetic justification”

■ A fogyasztói pszichológia szerint a művészethez és kultúrához kapcsolt fogyasztás „felmentő” funkciót tölthet be: a vásárlók kevésbé érznek büntudatot, ha a költést magasabb rendű értékekhez – művészethez, kreativitáshoz, kulturális részvételhez – kötik.⁹ A szakirodalom ezt *moral licensing* (erkölcsi felhatalmazás) és *aesthetic justification* (esztétikai igazolás) fogalmaival írja le.¹⁰ A művészeti kollaborációk és intézményi kapcsolódások így nemcsak esztétikai többletet hoznak létre, hanem legitimálják a magas költést, csökkentik a kognitív disszonanciát, és növelhetik a vásárlási elégedettséget. A narratíva szintjén a fogyasztó ilyenkor nem pusztán luxuscikket vásárol, hanem – a kommunikáció által közvetítve – kulturális projektek támogatásában, kreatív ökoszisztémák fenntartásában vesz részt. Artifíciált divatkampány mint „felmentő narratíva”: A Kusama–Louis Vuitton-kollaborációhoz kapcsolódó etnográfiai vizsgálatok azt mutatják, hogy a fogyasztók a közösségimédia-kommentekben gyakran művészeti szókészlettel írják le a vásárlást („ikonikus mű”, „gyűjthető darab”, „a Kusama-univerzum része”), miközben háttérbe szorul a „puszta fogyasztás” nyelve. Ez a diskurzív eltolódás jól illusztrálja az esztétikai igazolás működését: a vásárlás morálisan kevésbé terhelt hedonizmus helyett kulturális részvételként, művészeti projekthez való hozzájárulásként értelmeződik.

Artifíció mint átmeneti rítus a luxusfogyasztásban: DIS:CO és liminalitás

■ Az eddigiekben az artifíciót elsősorban a művészeti mező strukturális és diskurzív logikái, valamint a pszichológiai hatások felől vizsgáltam. Tanulmányomban emellett érvelek, hogy az artifíció a luxusfogyasztásban nem pusztán kommunikációs vagy márkázási stratégia, hanem liminális, identitásformáló rituális mechanizmus. Ez az értelmezés tovább árnyalható, ha a jelenséget antropológiai-rituális perspektívából közelítjük meg, és összekapcsoljuk a dizájnkommunikáció (DIS:CO) fogalmaival. A DIS:CO a *design thinking* lineáris, lépésről lépésre haladó megközelítésével szemben olyan gondolkodásmódot jelöl, amelyben a kreatív alkotás átmeneti rítusként értelmezhető.¹¹ A folyamat során a résztvevők kilépnek megszokott szerepeikből, egy liminális, állandó státuszon kívüli térbe lépnek, majd átalakult állapotban térnek vissza.¹² A luxusmárkák artifíciós gyakorlata a fogyasztói oldal felől nézve hasonló átmeneti rítusként érthető meg. A luxusfogyasztás – különösen, ha művészeti kollaborációkhoz, kiállításokhoz vagy performatív márkaeseményekhez kapcsolódik – nem csupán vásárlási aktus, hanem olyan rituális folyamat, amelyben a fogyasztó identitása és morális önértelmezése is átalakul. Turner klasszikus modelljét (szeparáció – liminalitás – rein-tegráció) a luxusfogyasztásra alkalmazva az alábbi struktúra rajzolódik ki: Szeparáció során a fogyasztó fizikailag és szimbolikusan is eltávolodik a mindennapi környezettől: belép egy *flagship store*-ba, kiállítótérbe, exkluzív bemutatótérbe vagy pop-up installációba. A tér dramaturgiája – fény, anyaghasználat, zene, illat, performativitás – a DIS:CO-felfogás szerinti komfortzónából való kilépést idézi, ahol a megszokott hétköznapi szabályok csak részben érvényesek.

A liminális fázisban a fogyasztó már „bent van”, de még nem tért vissza. A luxusmárka és a művészet által felépített térben az identitás – Turner¹³ terminusai-val – „se itt, se ott”: a fogyasztó egyszerre néző, résztvevő, vágyakozó és gyűjtő. A DIS:CO értelmében ez a kreatív köztes tér, ahol különböző lehetséges énképek aktiválódnak, és az artifikáció által kínált narratívák között próbálnak stabil formát találni. Az artifikáció itt identitás technológiaként működik: a fogyasztó nem pusztán tárgyat választ, hanem kulturális pozíciót. Egy Kusama-kollaborációs darab megvásárlása például nem azonos egy „névtelen” mintázat birtoklásával, mivel egy teljes művészeti diskurzus kapcsolódik hozzá, amelyet a fogyasztó identitásába integrálhat. A liminalitás pszichológiai dimenziója is meghatározó: a *moral licensing* és az esztétikai igazolás mechanizmusai ebben a köztes térben aktiválódnak. A vásárlás morális jelentése átalakul. A kiadás nem pusztán önmagára irányuló hedonizmus, hanem kulturális részvételként és kreatív hozzájárulásként értelmezhető.¹⁴

A reintegráció során, a rítus végén a fogyasztó visszatér a hétköznapi világba, de nem ugyanazként, mint aki belépett. A megszerzett tárgy a liminális élmény tárgyasult lenyomatává válik, a hozzá kapcsolódó történet pedig beépül az önéletrajzi narratívába, és a fogyasztó kulturális tőkéjének részévé válik. A DIS:CO rítuslogikája alapján az artifikált luxusfogyasztás így egyszerre jelent egyéni transzformációt, közösségi élményt (*communitas*), morális újrakeretezést és kulturális tőkeakkumulációt.¹⁵ Artifikáció és DIS:CO tehát egymást kiegészítő fogalmak: az előbbi a luxus és művészet összefonódását strukturális és diskurzív szinten ragadja meg, az utóbbi ugyanezen folyamat rituális és identitásbeli dimenzióját teszi láthatóvá. Ebben az értelemben az artifikáció nem a luxusfogyasztás esztétikai „többlete”, hanem annak rituális szervezőelve.

Következtetések

■ A művészet, a luxus és a divat kortárs összefonódása ma már nem pusztán esztétikai jelenség, hanem gazdasági, társadalmi és szimbolikus stratégia is. Az artifikáció a luxusmárkák számára olyan eszközt jelent, amely lehetővé teszi termékeik kulturális értékszintjének emelését, valamint a globalizált és vizuálisan túltelített piacon való megkülönböztethetőséget. Ebben a folyamatban a divat- és dizájnkommunikáció kulcsszerepet tölt be: képi, térbeli és narratív formákon keresztül képes a terméket olyan keretbe helyezni, amely átalakítja a fogyasztói értékelést és végső soron a luxus fogalmát is. Az artifikáció egyszerre kulturális, pszichológiai, erkölcsi és rituális mechanizmus: növeli a szimbolikus tőkét, elmélyíti a bevonódást, narratív igazolást kínálhat a magas költséghez és a DIS:CO logikájával rokon módon átmeneti élménnyé szervezheti a fogyasztást. A kérdés így már nem az, hogy egy márka kapcsolódik-e a művészethez, hanem az, hogy hogyan: milyen mélységben, milyen intézményi és diskurzív struktúrák mentén, és hogyan tudja elkerülni a deartifikációt, vagyis a jelentéssrétegek kiüresedését. Ennek elsődleges terepe a divatkommunikáció.

■ JEGYZETEK

1. Pine B. Joseph II – James H. Gilmore.: *The experience economy. Work is theatre & every business a stage*. Harvard Business School Press, Boston, 1999.
2. Egri Petra: *Szürrealista női testképek a divatban*. Alföld Online, 2018. alfoldonline.hu/2018/06/szurrealista-noi-testkepek-a-divatban/
3. Roberta Shapiro – Nathalie Heinich: *When is artification?* Contemporary Aesthetics, 2012. Special Volume 4.

4. Jean-Noël Kapferer: *The artification of luxury: From artisans to artists*. Business Horizons 2014. 57(3). 371–380.
5. Batai Wided: *Transforming luxury brand experiences through artification: A marketing and consumer research perspective*. Marché et organisations 2019/2(35). 135–151.
6. Claude Chailan: *Art as a means to recreate luxury brands' rarity and value*. Journal of Business Research 2018. 85. 414–423.
7. Marina Ochkovskaya: *Collaboration with art in the luxury industry as a marketing tool for value creation*. Polish Journal of Management Studies 2018. 18(1). 241–251.
8. Aurélie Van de Peer: *Re-artification in a world of de-artification: Materiality and intellectualization in fashion media discourse (1949–2010)*. Cultural Sociology 2014. 8(4). 443–461.
9. Uzma Khan – Ravi Dhar: *Licensing effect in consumer choice*. Journal of Marketing Research 2006. 43(2). 259–266.
10. Ethan Pancer – Lindsay McShane – Theodore J Noseworthy: *Isolated environmental cues and product efficacy penalties: The color green and eco-labels*. Journal of Business Ethics 2017. 143(1). 159–177.
11. Cosovan Attila – Horváth Dóra: *The DIS.CO EXPERT Program on Designcommunication and Leadership*. Arts Management Network, 2016.
12. Arnold Van Gennep: *The rites of passage*. University of Chicago Press, Chicago, 1960. (Eredeti megjelenés: 1909.).
13. Victor Turner: *The ritual process. Structure and anti-structure*. Aldine Publishing, Chicago, 1969.
14. Cosovan Attila – Horváth Dóra – Mitev Ariel Zoltán: *A designkommunikáció antropológiai megközelítése: a kreatív alkotói kapcsolatteremtés rítusa*. Replika 2018. 106–107., 271–290. Császai Lajos: *A média rítusai. A kommunikáció neodurkheimi elmélete*. Osiris, Bp., 2002.
15. Pierre Bourdieu: *The field of cultural production. Essays on art and literature*. Columbia University Press, New York, 1993.



KOLLÁR CSILLA

RECYCLING A SZÁZADFORDULÓN

Egy különleges női díszruha a Magyar Nemzeti Múzeumban

■ A Magyar Nemzeti Múzeum 2023. december 13. és 2024. augusztus 25. között megrendezett *Magyar Menyasszony* című nagy sikerű kiállításának kiemelt célja volt, hogy ismert és ismeretlen nők esküvői történeteinek keresztül meséljen a változó női szerepekről, házassági szokásokról és az esküvői divat alakulásáról is. A kiállítást megelőzve és annak folyamataként is fellendült az esküvőkhöz kapcsolódó tárgyi és képi emlékek gyűjtése, melynek kiindulópontja egy online gyűjtemény létrehozása volt. Az adatbázisba feltöltött fényképek között tűnt fel Nagy Judit Mária esküvői ruhája¹, amely 2024-ben már a kiállítás zárása után vásárlás útján került be a múzeum Újkori Főosztályának Textilgyűjteményébe². A ruhából, övből és főkötőből álló együttest Nagy Judit Mária és Miguel Nadal 1986 decemberében tartott esküvője előtt egy a családi otthon pincéjében őrzött ládában fedezte fel a menyasszony, és nagyobb átalakítások nélkül viselte esküvőjén. Az ara húga, Nagy Rita is ebben az öltözetben mondta ki a boldogító igent egy évvel később. A nővérek számára igen sokat jelenthetett a régi családi relikvia, hiszen mind a ketten ezt viselték életük legemlékezetesebb pillanatában. A múlt és az ősök tisztelete a család számára mindig is nagy jelentőséggel bírt, a 20. század történelmi viszonyaira ellenére is sok írott és tárgyi emléket megőriztek. A testvérpár menyasszonyi ruhájának története egy a családban fennmaradt fénykép nyomán bontakozik ki. Az 1890 körül Lőcsén készült felvételen a nővérek dédanyja Diósgyőri Simon Ilona viseli a nevezetes öltözetet. Ilona 1867-ben vagy 1868-ban született, édesanyja Verseczi Biberly Terézia. Lőcsén nevelkedett, ahol apja – az egykori honvédtiszt, diósgyőri Simon Endre – törvényszéki bíróként dolgozott. Férjhezmenetele után is látogatta szüleit, ezért készülhetett a fénykép is szülővárosában. Ilona életének nagy részét Gyulán élte le, ahol férje, Felsővályi Nagy Arthúr az 1890-es évek végén mint őrnagy, később mint alezredes szolgált a 2. honvéd gyalogezredben.³ Ilona családanyai szerepe mellett sikeresen kapcsolódott be a fejlődő város és a vármegye társasági életébe is. Tisztfeleségként a helyi közösségi élet egyik meghatározó alakjaként is igyekezett szerepet vállalni. A helyi újságban nevét bálók, esélyek védnökeként, elegáns társasági hölgyként említik. 1897 farsangján bálanyaként vett részt a gyulai tisztii estélyen, a helyi lap tudósítása szerint „gyönyörű fehér brokát, vadrózsa selyem virágú toilettben”.⁴ Öltözeteinek kiválasztásakor fő szempont a vidéki városi életmódhoz illeszkedő visszafogott divatkövetés és a társadalmi szerepének való megfelelés lehetett. Utódaik által megőrzött ruhája azonban ennél sokkal többről, összetettebb szándékról árulkodik.

A fennmaradt fényképet és ruhát összehasonlítva egészen megdöbbentő, hogy milyen jó, szinte változatlan állapotban őrződött meg a különleges díszruha. A két

modern kori menyasszony szinte semmilyen átalakítást nem végzett rajta, így abban a formában ismerhetjük, ahogy Simon Ilona is viselte. Sajnos a családi legendáriumban nem maradt fenn, hogy pontosan mikor és milyen alkalomra készült az öltözet. Minden formai jellegzetessége arra mutat, hogy Ilona már férjes asszonyként bálokban, talán jelmezbálokban is viselte. Erős archaizáló jellege mellett feltűnő a magyar nemesi díszöltözethez, vagyis a díszmagyarhoz való igazodás szándéka. Jól felismerhető az elől fűzött ruhaderekak háromszög formájú kialakítása és a kötény vonalának hangsúlyos megidézése. Az együtteshez tartozó főköttő is hagyományos elemként, a férjezett asszonyok jelképeként szerepel. Az 1867-es kiegyezés után a nemzeti viselet divatja alábbhagyott, de a reprezentációnak és az ünnepségeknek továbbra is fontos kelléke maradt. Két fontos esemény zajlott le a századfordulón, amikor is a magyar hagyományok ünnepi, reprezentatív öltözékként az 1867-es koronázás után újra a figyelem középpontjába kerültek. A nagy nemzetközi érdeklődésre is számot tartó millenniumi ünnepségek idején állandó téma volt a nemzeti jellegzetességek hangsúlyozása, így a magyar ruha kérdése is.⁵ Ságvári György szerint leginkább az egyetemi ifjúság és a vidéki közeposztály, főleg a közhivatalnoki réteg mutatott nagyobb érdeklődést.⁶ Minden társadalmi réteg és csoportosulás törekedett arra, hogy tradicionális, és amennyiben lehetséges, minél archaikusabb öltözetben reprezentálhasson. A múltba vágyódás és az autentikus elemek iránti igények olykor meglehetősen szervesen megoldásokba torkollottak. Az eredmény nem a történelmi múlt hű rekonstrukciója lett, sokkal inkább egy sokszínű, kusza, teátrális, olykor a kortársakat is megmosolyogtató látványosság. A történelmi családok szinte versengtek azon, hogy minél több régi családi darabot, ruhát, ékszert, díszfegyvert, lófelszerelést tegyenek az ünnepi megjelenésük részévé. A sajtó rendre beszámolt az előkészületekről, és az ünnepségeken viselt díszöltözetek is nagy figyelmet keltettek. Erzsébet királyné öltözékével kapcsolatban még az a hír is szárnyra kapott, hogy kívánsága szerint díszöltönyét „kizárólag nemzeti ereklyetárgyakból” készítsék el.⁷ A régi szövetek, csipkék és ékszerek mellett a magasan a fej tetejére helyezett főköttő is jellegzetes elemei lettek az ünnepségeken részt vevő díszruhás hölgyek kellék tárának. A királyné maga is fekete fátyolos debreceni főköttőt viselt.

IV. Károly 1916-os koronázásán a főköttők már kevésbé voltak hangsúlyosak, hátrébb csúszttak és ékköves diadémok takarták őket. Az utolsó magyar király koronázásán a régi családi darabok használata még feltűnőbb volt, nemcsak a reprezentáció céljait szolgálta, hanem a háborús helyzetre is reflektált, hiszen a luxustextíliák beszerzése igen nehézkes volt.⁸ A díszmagyar történetének a századforduló idejére eső két csúcspontja, a millenniumi ünnepségek és az 1916-os koronázás öltözeteinek jellegzetessége a történelmi inspirációk és alapanyagok iránti vágyódás, a tudatos archaizálás, a dicsőséges családi múlt, ezzel együtt a vagyon és befolyás reprezentálásának szándéka. Mindez gyakran párosult régi textíliák újrahasznosításával, az elődök öltözeteinek átalakításával, melynek oka egyaránt lehetett a megfelelő szövetekhez való korlátozott hozzáférés, az idő- és forráshiány, de a múlt értékeinek őrzése és a családi hagyományok ápolása is, ami a familia ősi voltának hangsúlyozásával egészülhetett ki.

Simon Ilona fennmaradt öltözete a főnemesség reprezentációjának módját idézi meg egy alacsonyabb társadalmi rétegben. Ruhája esetében az arisztokrácia értékrendjének és szokásainak leszivárgásával találkozunk egy olyan kultúrkörben, ahol a családi múlt hangsúlyozása mellett a polgári erények, elsősorban a takarékosság is fontos szerepet játszott. Egészen pazarló korunkig a minőségi szövetek,

csipkék, hímzések értéknek, megőrzendő vagyontárgyaknak számítottak. Házilagos elkészítésük időt, szakértelmet, jó ízlést követelt. Képesek voltak megidézni egy szeretett személy emlékét, legyen az a megajándékozott vagy a készítő maga. Emlékezet, érzelmi és anyagi érték kapcsolódhatott össze a családi tulajdonban fennmaradt kelmékben. A 19. században ismeretlen volt a használható szövetek pazarlása, kidobása.⁹ Jókai Mór felesége, Laborfalvi Róza is különösen híres volt arról, hogy tömegével vásárolt mindenféle csipkét, selymet, gyöngyöt és hímzést. Egész gyűjteményt hozott létre különleges, általában a vagyonos arisztokrácia által levetett és eladott kelmékből, melyeket később elsősorban jelmezeihez használt fel. De más polgári családokban is szokás volt a divatjamúlt, elhasznált, foltos ruhákat átszabni, felfrissíteni. A felsőruhák átalakítása a nőipariskolák tanrendjében is fontos szerepet kapott, de a család nőtagjai házilag, otthon is előszeretettel élték ki kreativitásukat különösen farsangkor, a bálók idején. Simon Ilona ruhájának változatos díszítőelemeit is hivatásos varrónő közreműködése nélkül, házilag erősíthették fel. A különböző elemeket sok esetben csak esetlegesen rögzítették, gyakran csak felfércelték, a deréknál a szövet felső szélét nem varrták le, széleit nem hajtották vissza. A stilizált kötényt övező széles fémszálas paszományt a két hosszanti oldalon nem szimmetrikusan rendezték el. Talán sajnálták elvágni, így az egyik oldalon visszahajtották, és duplán vezették. Az egész konstrukciónak van egy nagyon eseten összebenyomása, ami azt az érzetet kelti, hogy talán sietve, egy speciális alkalomra állították össze. A ruhát szemlélve szinte megelevenedik egy, a régi textilmaradékokat rejtő láda fölé hajló alak képe, aki különböző korú és technikájú darabokat összeválogatva hoz létre egy szokatlan és egyedi öltözetet. Az elkészült „mű” minden szertelensége ellenére elégedettséget váltott ki viselőjéből, hiszen fényképen is megörökíttette, egy olyan korban, amikor fényképet készíttetni eseményszámba ment. Simon Ilona utódai is különlegesnek és megőrzendőnek találták a díszruhát, dédunokái pedig életük legfontosabb napjának főszereplőjévé avatták.

Az öltözet jelentőségét növeli, hogy minden egyes eleme jóval az összeállítást megelőző korokból származik. A lehangsúlyosabb alkotórész a stilizált díszmagyar elemek színes virágmintás selyemszöve, melynek fehér, mintásan szövött alapját dús és színes brossírozó, vagyis csak a mintaelemben futó vetületek felhasználásával kialakított virágmustra hálózza be. Az ilyen típusú szöveteket *Gros de Tours liseré*-nek nevezzük. A név arra utal, hogy eredetileg Tours városában szőtték őket, de később Franciaország-szerte, még Lyonban is gyártották. A jellegzetes rokokó ornamentika középső eleme a fémlamellákkal átszőtt vázába helyezett két kék és egy rózsaszín krizantémból álló szimmetrikus virágcsokor, amit rózsaszín rózsákból kötött csokrok és rózsatövek öveznek. Hasonló selyemszövetek Franciaországban készültek az 1760-as, '70-es években.¹⁰ A selyem legközelebbi analógiáját a Tihanyi Bencés Apátság gyűjteményében találtam meg. A helyi hagyomány szerint Mária Terézia ajándékozta az apátságnak a teljes ornátust¹¹, amihez a ruhán is látható fehér alapú szövet mellett, ugyanannak a mintának rózsaszín alapon megszövött változatát is felhasználták. A selymek anyaga, mintája és léptéke is megegyezik, eltérés csupán a színösszeállításban mutatkozik. A tihanyi változatot sötétebbre hangolták, a rózsaszín helyett pirosat használtak a virágok szirmaihoz, a rózsacsokrokat pedig nem rózsaszín, hanem arannyal árnyalt kék szalagok fogják össze. Az ornátus maga tökéletes példa arra, hogy egyazon mintát több színváltozatban is elkészíthették. A legvalószínűbb, hogy a Simon Ilona ruháján használt szövet a 18. század utolsó harmadában készült, és a minta harma-

dik színváltozata. Az sem zárható ki azonban, hogy a díszruha szövetét a 19. század elején gyártották. Bevert gyakorlat volt ugyanis, hogy a népszerű mintákat évtizedekkel később, immár lyukkártyás jacquard szövőszékeken újra leszőtték.

Biztosan a 18. században készültek a felsőrészt díszítő fémszálas vertcsipke sávok és egy másik különleges csipkeszerű díszítőelem is. A szoknya alsó harmadában, hátul színes selyemből készült, áttört, virágmintás sáv fut, amit találhatóbb elnevezés híján „zsenília-munkának” hívhatunk magyarul.¹² Sodratlan selyemszálból kis csomókat készítettek és változatos, leginkább a paszománykészítéshez hasonló technikákkal állították össze a ruhák díszítésére szolgáló hosszanti sávokat. Ügyes kezű hölgyek otthon is megalkothatták, de a méterárúként is megvásárolható volt. A kötényt övező széles, fémszálas paszományhoz hasonlóak a 18. század végén és a 19. században is készültek. Elsősorban miseruhákhoz használták fel őket. A biedermeier kor jellegzetes hímzésével díszített sávot láthatunk a szoknya alsó sávjában. A finom fehér pamutszövetre festett bársonyból készült pipacsokat applikáltak, a szárazakat és leveleket durva gyapjúfonállal hímezték ki, valószínűleg 1830 körül. Közel kétszáz év textilemlékeit őrizte meg Simon Ilona ruhája, ami változatos motívumok, minták, színek, technikák gyűjteményévé vált. Nem példa nélküli, hogy a díszruhák elkészítéséhez régi, akár 18. századi anyagokat használjanak fel. A Magyar Nemzeti Múzeum Újkori Textilgyűjteményében is számos ilyen ruhát ismerünk. Mikes Árminné 1916-ban a koronázáson viselt díszruháját¹³ többféle 18. századi szövetből állították össze. Köténye sem külön felköthető, hanem Ilonához hasonlóan, a szoknyára varrt antik textíliákból készült applikáció.

Simon Ilona ruhájának különlegessége, hogy nem törekedtek arra, hogy a meglévő elemekből egy új magyaros díszöltözetet állítsanak össze, hanem egy már meglévő fehér ruhát választottak ki és ékesítették fel változatos elemekkel. Ha képzeletben lebontjuk ezeket a díszítőelemeket egy nem kevésbé érdekes kort és jellegzetes viseletét azonosíthatjuk. A ruha vizsgálatánál¹⁴ kiderült, hogy minden öltés kézzel készült, ami arra utal, hogy a varrógép elterjedése, vagyis az 1850-es évek előtt állították össze. A szakszerű, apró, precíz öltések alapján arra következtethetünk, hogy szakember keze munkáját dicséri és nem házilag szabták ki és varrták össze. Anyaga mintásan szövött, apró árvácskákkal telehintett fehér selyem. A háton fűzéssel záródik. A fűzőlyukak mellett egy-egy halcsont merevítést varrtak be. Az ívesen futó hátvarrást díszítőöltésekkel is kiemelték. A felsőrész kivágása széles, az azt keretező csipkesáv a vállra borul. Kétszer ráncolt puffos, rövid ujjait széles sáv és az arra felvarrt csipke zárja le. Több darabból összeállított szoknyája elől sima, hátul a fűzés két oldalán kissé ráncolt. Feltűnő, hogy a derékvonal a karcsú női derék helyzetéhez képest kissé feljebb fut. Ezt a jellegzetességet és a sietve felfércelt kötényrész elnagyolt felső részét Simon Ilona egy széles fémszálas selyemszalagból készült övvel takarta el. Ezzel a megoldással a ruha teljesen megfelelt az 1890-es évek karcsúra fűzött, divatos sziluettjének. Az öltözet alapját jelentő ruhán az utólagosan felvarrt díszítőelemeken kívül nagyobb változtatások nem történtek. Most már csak az alap ruha korát kell meghatároznunk, amiben ebben az esetben a szövetek és a szabás vizsgálatára érdemes hagyatkoznunk. A fehér ruhaszín Európában az 1790-es évek második felétől válik uralkodó divattá. Bár ez idő tájt elsősorban nem a selyem, hanem a pamutszövetek számítottak népszerűnek, az 1820-as évekre a selyemszövetek újra divatosszá váltak. Ugyanekkor volt megfigyelhető az is, hogy az ún. *empire* szabásvonal a mell alól szépen lassan elkezdett lejjebb csúszni, egészen addig, amíg az 1830-as években

megérkezett a természetes derékvonalhoz. Az alapruha minden sajátossága, kicsi puffos ujjai, záródása, szabása, apró mintás fehér selyemszöve és jellegzetes derékvonala is arra utalnak, hogy 1822 körül készülhetett. Mindezt néhány analógiával is alá lehet támasztani, hiszen nagyon hasonló ruhát őriz az amszterdami Rijksmuseum¹⁵, a Kölnisches Stadtmuseum¹⁶, a Metropolitan Museum¹⁷ és a Victoria and Albert Museum¹⁸ is.

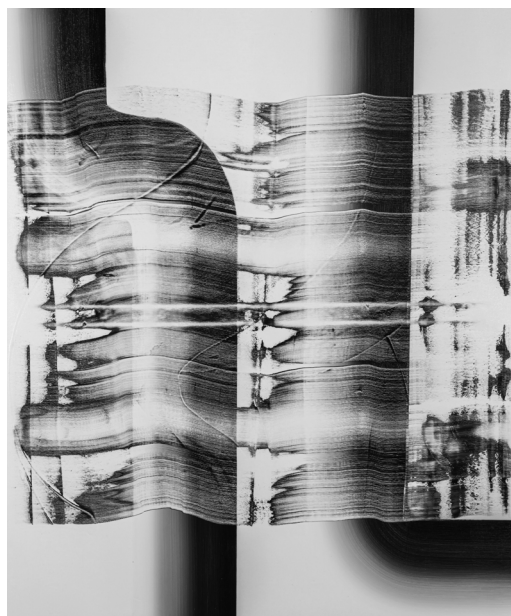
Felmerülhet a kérdés, hogy a ruha megvásárlásával mi is került be valójában a Magyar Nemzeti Múzeum Újkori Textilgyűjteményébe? Egy menyasszonyi ruha, amit egy testvérpár viselt az 1980-as években? Simon Ilona díszruhája? 18–19. századi textiltöredékek, vagy egy késő *empire* báli ruha? Egyetlen ruhával több generációnyi emlék, divat- és családtörténet érkezett. Tökéletes múzeumi tárgy, hiszen többretegű, számos megfejtésre váró kérdéssel. Beszédes tárgy, mely alkalmas rá, hogy egy család női fókuszú történeteit elevenítse meg több évszázados családi múlt emlékeinek összeválogatásán és összeszerkesztésén keresztül. A ruha a múltba vágyódó késő historizmus terméke, akárcsak a millennium, aminek a szellemében fogant. Mindenre választ nem adhatunk, csak megsejthetünk női sorokat, szerepeket, feladatokat egy férfiak uralta világban, amikor az illő, divatos és egyedi megjelenés kialakítása a nők feladata volt. A középosztály saját reprezentációs igényeit is szem előtt tartva a takarékoság nagyon is polgári erényét sem tehette félre. A józan belátás lépett szövetségre a historizálás, a családi múlt megidézésének szándékával. A nemzeti hagyományok előtt is tisztelgő öltözet azonban nemcsak ebből a szempontból idéz meg letűnt korokat. Az öltözet minden egyes eleme különleges, változatos technikákat vonultat fel a 18. század közepétől a 19. század első feléig terjedő textilművészetből. Egyfajta esztétikumra törekvő gyűjteményként, kollázsként is értelmezhető.



Női díszruha
MNM KK, MNM Újkori Főosztály
Textilgyűjtemény
1890 körül
Leltári száma: 2024. 27. 1.
Fotó: Jaksity Iván

■ JEGYZETEK

1. <https://magyarmenyasszony.hu/eskuvo?eskuvo=1232>
2. Békés, 1921. október 5. 2.
3. Békés, 1921. október 5. 2.
4. Békésmegyei Közlöny, 1897. február 14. 4.
5. Lásd Ságvári György: *Millenniumra magyar ruhát!* In: Ságvári György: „Mindenkinek cifrán csillog ruházatja” Írások a 18–19. századi magyar öltözködésről, egyenruhákról. HM Hadtörténeti Intézet és Múzeum, Bp., 2022. 263–297.
6. Uo. 267.
7. Budapest 1896. február 7. 5. Az ünnepségeken viselt magyar szabású fekete díszruhájának végül nem lettek hangsúlyos elemei a régi textilemlékek. Maga az öltözet a budai vár 1945-ös ostromában megsemmisült, vagy elveszett, de a ruha és a kiegészítők fényképét és leírását közölte a Vasárnapi Ujság 1899. június 11.-ei száma (396–397).
8. Lásd Tompos Lilla: *A IV. Károly koronázása alkalmából készült díszmagyarok története és formai sajátosságai*. Folia Historica 24. Bp. 2006. 11–31.; Kollár Csilla: *Békebeli gazdagság és háborús ínség. Az 1916-os koronázás díszmagyar öltözeiről*. Folia Historica. Bp. 2020. 171–192.
9. Lásd Kollár Csilla: *Takarékosság és reprezentáció: Divatkövetés a Zsolnay családban*. In: Török, Péter (szerk.): *A divat mondja meg, hogy ki vagy?! Divat- és viselettörténeti tanulmányok*. Berettyóújfalu, Berettyó Kulturális Központ, Bihari Múzeum 2024. 103–128.
10. Barbara Markowsky: *Europäische Seidengewebe des 13–19. Jahrhunderts*. Kunstgewerbemuseum der Stadt Köln. Köln, 1976. Nr. 599., 682., 683.
11. Palást, leltári száma: 2018.2.1.1., dalmatika, leltári száma: 2018.2.2.1., dalmatika, leltári száma: 2018.2.2.2., kazula, leltári száma: 2018.2.3.1., stóla, leltári száma: 2018.2.4.1., stóla, leltári száma: 2018.2.4.2. stóla, leltári száma: 2018.2.4.3., manipulus, leltári száma: 2018.2.5.1., manipulus, leltári száma: 2018.2.5.2., kehelyvélum leltári száma: 2018.2.6.1.
12. Angolul: floss fringe, fly-fringe, French fringe
13. Leltári száma: 1994.20.1–6.
14. Köszönöm kollégáim, Pataki Anikó és Ördög Edit restaurátorművészek segítségét.
15. Esküvői ruha, 1822., leltári száma: BK-NM-13096.
16. Nyári ruha, 1820 körül, leltári száma: T 439.
17. Ruha, 1822 körül, leltári száma: 1986. 140. 1
18. Menyasszonyi ruha, 1820-1824 között, leltári száma: T.5:1.3-2000.



DEMÉNY PÉTER

SZOLNOK-ALBUM

Benedek Szabolcs: *Hídváros*

■ Marguerite Yourcenar azt írja *A Hadrianus emlékezései jegyzetfüzetei*-ben, hogy az emberiség a 20. században tart (akkor még a 21. előttünk volt), s ez azt jelenti, hogy 20 aggastyán láncolatának végén elérhetnénk az őseberig. Benedek Szabolcs is ilyesmire gondolhatott, amikor a *Hídváros* eszméje megfogant a fejében, és elkezdett történeteket írni Szolnokról, a városról, amelyben felnőtt.

A 21 történet végigkíséri a várost, végigvezeti az olvasót a legrégebbi időktől Kádár János koráig. Mintha egy történelmi novellafüzért olvasnánk, amelyben ispánok, szerzetesek, Kopány leszármazottai, vitézek, zászlósok, pestisesek szerepelnek, és miközben történik velük, ami történik, harc, háború, halál, járvány, tűzvész, közben az időben is nagyokat lapozgatunk, és elérünk a jelenig. Íme, egy történelemtől zamatos jelenet:

„A püspökök közül hárman nyikanni sem mertek, halálsápadtan meredtek maguk elé, mintha abban reménykednének, hogy láthatatlanná válnak, miközben az a pár tucat fegyveres, aki még Fehérváron csatlakozott hozzájuk, tehetetlenül nézte, ahogy a lázadók közelebb jöttek, majd körbevették a püspököket szállító szekeret. A pogányok a papokat becsmérelték, köpködték, átkozták őket, és olyanokat ordítottak, hogy elég a tizedből meg a kötelező templomépítésekől és a misékből. Mivel azonban ott lobogott a

szekér fölött a vörös színű királyi lobogó – noha azt nem igazán tudta volna senki megmondani, ki most a király, vagy lesz-e még valaki egyáltalán –, a kezdeti dühkitöréseket követően a tömeg valamelyest mégis csak meghunyászkodni látszott. Vagy legalábbis nem tudták eldönteni, mi most a teendő.”

Visszatérve: természetesen alakul a város is, leég, újjáépítik, negyedek emelkednek benne, kapunk egy kis szellemi Szolnok-térképet, s egyre jobban megismerjük ezt az alföldi kisvárost, amely a Tisza két partján, a Zagyva torkolatánál terül el, és a pelikán a jelképe.

Ez a madár, olykor gödény néven, minden novellában előfordul, és az olvasó néhány ismétlődés után rájön, hogy értelme, jelképisége van, hiszen már Jenei Gyula fülszövegbe tett ajánlójában olvas róla. Számomra kissé fárasztó volt, amikor megint látszott az árnya, vagy ismét úgy hívtak egy vendéglőt: értettem a szóból már a korábbi alkalmakkor.

A *Hídváros* albumként működik: a szereplők megjelennek benne, aztán eltűnnek. Vannak ugyan utalások olyan alakokra, akikről egy-egy korábbi novellában olvashattunk, ezek azonban csak halvány kötőanyagként szolgálnak, az alakok nem válnak dúsabbakká, rétegzettebbekké. A nők különösen rosszul járnak: mindig szeretők, jósok, áldozatok. Ravasz szeretők: amikor a férfit ledöfik, akkor odaosonnak, és el-

veszik a pénzét, míg előzőleg mérget keverték. A nőknek évszázadokon át mereven biztosított helyük volt a társadalomban, de mert minden szövegben hasonlóan jelennek meg, mégis szegénységnek érezzük az ábrázolásukat.

A novellák különben áradnak, mint a Zagyva (hogy ne hajoljunk el a napi politika felé), Benedek Szabolcs a szokásos kedvvel mesél, és a szokásos alaposággal dokumentálta a történeteket, melyek egy részét gyerekként hallotta, más részét kikutatta, mint a *Kossuthot lepísztegték, Szamuelyről iskolát neveztek el* című interjúból is kiderül

(*Népszava*, 2025. augusztus 2.) Ebből tudjuk meg azt is, hogy a kötet a város 950. évfordulójára jelent meg, és a település támogatta az író a regény megírásában: „Rögtön az elejétől fogva megkaptam a támogatást az évfordulós ünnepségeket menedzselő Szolnok 950 Programiroda vezetőjétől, Szutorisz-Szügyi Csongortól, akinek segítségével helytörténeti olvasnivalókhoz jutottam hozzá a múzeumtól és a könyvtártól.”

A *Hídváros* olvasmányos album, amelyet ha elolvas az ember, érezni szeretné a Tisza semmihez sem hasonlítható illatát.

KÖRBEJÁRT SZÖVEGVIDEÉK

Keszeg Vilmos: *A szépirodalom mint terep. Antropológiai tanulmányok*

■ Keszeg Vilmos legújabb kötetének recenziálása legalább két embert kívánná. A könyv szövegei ugyanis cikáznak szóbeliség és írásbeliség, a népi és a magas kultúra, a néprajz- és az irodalomtudomány illetőségi területei között. Az igazán értő olvasónak, a szerzőhöz hasonlóan, magabiztosan kellene mozognia mindkét terepen, e jártasság hiányában azonban csak fél lábon billeg. De talán ennek ellenére is, vagy talán éppen ennek okán, érdemes a szerzőre támaszkodva átmerészkedni erre a tudományközi területre: mi történik, amikor a szépirodalom válik tereppé, amikor a népi kultúra, s nyomában a néprajzkutató átlép a mediális és diszciplináris határvonalakon? Előrebocsátva a választ, a kötet arról tanúskodik, hogy a kutatás, az elemzés és az interpretáció új ösvényeit fedezheti fel.

Keszeg Vilmos kötete részben már korábban közölt írásokat fog össze, rendez egyfajta láncba, s keretez két új fejezettel. A kötet általában az otthoni irodalomhoz sorolható alkotásokat elemzi. Sütő András, Horváth István, Balázs Ferenc, Szentimrei Jenő, Mihail Solohov, Bágyoni Szabó István és Nagy István egy vagy több munkája önálló fejezetet kap. E szerzők közül többen fejezeten átívelő, a kötetben belül implicit kereshetőségek, referenciarendszerek lazább szövődékét megeremlítő főszerepet, míg Benedek Elek, Gyarmathy Zsigáné Hóry Etelka, Jókai Mór, Katona Szabó István, Kovács György, Kós Károly, Makkai Sándor, Szabó Dezső, Wass Albert kisebb epizód szerepet töltenek be a kötetben. A névsorból kitűnhet, hogy a könyv kevés kivétellel a 20. századi erdélyi irodalomból merít, miközben fókuszát nem feltétlenül az iroda-

lomtudományi kánon hangsúlyai szerint jelöli ki.

A személyesebb hangvételű, a szerző intellektuális barangolásaira reflektáló rövid bevezető fejezetet követő első tanulmány a népi hiedelemények, elsősorban a boszorkány alakjának irodalmi adaptációját és a szerzői intencióknak megfelelő jelentésváltoztatásait elemzi több műalkotáson keresztül. Ez talán a legnagyobb ívű, adott kérdést több művön keresztül elemző írása a kötetnek, míg a többi fejezet jellemző módon egy alkotóra, illetve egy alkotásra fókuszál. Keszeg Vilmos a következő fejezetben Sütő András *Anyám könnyű álmot ígér* című regényét olvassa újra a történetmondás helyzetei és témái felől, illeszti be az irodalmi művet a beszélőközösségek antropológiai értelmezési keretébe. A Horváth Istvánról szóló következő fejezet a szóbeliség és írásbeliség, a múlt és jelen, az irodalmi fikció és a lokális társadalom, a reprezentáció és az emlékezet közötti mozgás dinamikájáról, kiszámíthatatlanságáról egy személyes vonatkozású, egyszerre tanulságos és szórakoztató példán keresztül reflektál. A negyedik rész Balázs Ferenc életútjával és életművével foglalkozik. Rámutat arra kettősségre, ahogy az életműnek elidegeníthetetlen részévé vált a lokalitás, Aranyosszék, a lokalitást jelentő és átszövő élményanyag, események, és viszont, ahogy Aranyosszék, a lokalitás részévé vált Balázs Ferenc alakja és emlékezete; az anekdoták, memoratok, helyi szereplők beépülnek a regénybe, Balázs Ferenc pedig a helybeli anekdoták, memoratok részeként élt el tovább a helyiek történeteiben. A Szentimrei Jenővel foglalkozó rövidebb fejezet az első világháború tágabb kontextusában, az íráshasználati habitusok történetébe helyezi bele a lírai alkotást, s értelmezi a levélforma választását a személyes élmények irodalmi tolmácsolásában. A *Új barázdát szánt az eke* című Solo-

hov-regénnyel foglalkozó fejezet megközelítésmódját tekintve a Sütő András regényéről szóló fejezethez hasonlít, amennyiben adott művet egy antropológiai – Keszeg Vilmos szűkebb tudományos érdeklődési körébe eső (történetmondás, populáris írásbeliség) – szempontot kiemelve értelmez. Az elemzés szoros olvasatban követi a mű cselekményét, s egy motívumot, az íráshasználat különböző helyzetét és módjait kiválasztva közelíti meg a korszakot, a frissen szovjetizált társadalomban és mezőgazdaságban az írás, illetve – áttételes párhuzammal – az adott mű szerepét. A Bágyoni Szabó Istvánnal foglalkozó fejezet elmélyülten, műfajokon átívelően foglalkozik az alkotás és az alkotó, az alkotás mögötti élmény, az alkotó mögötti életút egymásra utaltságának értelmezésével, ezáltal a valóság megtapasztalásának és az irodalmi reprezentációnak az elvont problematikáját a konkrét életművön keresztül hozva megfogható közelségbe. A Mannasszes Dániel alakjával, a Petőfi Sándorral kapcsolatos híresztelés történetének elemzésekor Keszeg Vilmos nemcsak a médiaantropológiai jártasságára támaszkodik, hanem a beszélés néprajzának, a történetmondás különböző stratégiának elemzésére építve emeli be a félrevezető narrációra vonatkozó, elsősorban a szóbeliség kultúrájának elemzéséből táplálkozó tudását az elbeszélő személyének és a történeti távlatú eseménysor értelmezéséhez. Végül a kötet zárótanulmányában Nagy István *A szomszédság nevében* című regényét elemzi, ám a korábbi, szintén egyegy műre fókuszáló írásokkal szemben a szerző ezúttal nem egy partikuláris elemzési szempontot választ, hanem a regény partikuláris társadalmáról rajzol komplex néprajzi képet.

A kötet lineáris olvasatban egyfajta ívet rajzol le, legalábbis két végpont között mozog, amennyiben az első fejezetben a szépirodalom nyúl a népi kul-

túra (hiedelem)szövegeihez, és helyezi át azokat más referenciarendszerbe és jelentéstartományba, míg az utolsó fejezetben a néprajzkutató transzformálja a szépirodalmat, a mű világát adatolt etnográfiai leírássá. Keszeg Vilmos kötete a hiedelemlények néprajzi és irodalmi képének ütköztetésétől jut el az irodalom néprajzzá formálásáig. Az utolsó tanulmány felfogható szöveges játékként, ahogy egyfajta kísérletként is, egy korábbi fejezetben megfogalmazott állítás demonstrálásaként: „Ami az etnográfiai irodalomban a tárgyilagos szaknyelven készített deskripció, az az irodalmi folklorizmus esetében a szépirodalmi eszközökkel, tudatos formába szervezett műalkotás.” (130.) A transzformáció, ahogy Keszeg Vilmos az irodalmi narrációt etnográfiai leírássá fordítja le, tudatos döntés, de a kötet egésze arról tanúskodik, hogy a valóságot szervező és jelentő szövegek és események, valamint a fikció és az irodalmi reprezentáció világa közötti átjárás lehet kölcsönös, spontán és önkéntelen folyamat is. A regény látszólag zárt világa tehát mindkét oldalról nyitott a valóság felé, határai sokkal átjárhatóbbak és átjártak, mint ahogy azt a műfaji besorolás, a tudomány és a művészet elhatárolása sugallaná. Keszeg Vilmos rámutat, hogy a szépirodalom teremtett világa nem semmiből teremtett világ.

Keszeg Vilmos kötete a látszólag szűkebb érvényű, empirikus alapokon álló elemzéseivel általános elméleti problémákat vet fel. A kötet esettanulmányai egymást támogatva körvonallazzák a szerző válaszait, amelyek mentesek minden olyan kategorikuságtól, amelyek rögtön le is zárnák az utat a tovább gondolás előtt. A valóság és a fikció kapcsolatának elemzésekor a kötet részben már jól bejárt elemzési

utakra lép rá. Több fejezetben közelít a szerző felől, s a szerző tapasztalati világát állítja a mű háttérébe. Másrésről a tapasztalati valóság néprajzi adatait, a különböző kulturális jegyek megjelenését és megjelenítését is megteszi egyes tanulmányok elemzési szempontjának. Ugyanakkor felkínál egy harmadik utat, amely az antropológiai, társadalomtudományi elemzés eszköztárát, fogalmi rendszerét alkalmazza a művek társadalmi valóságának értelmezésére. Olvasatomban ezzel a már korábban felvázolt perspektívával, illetve szűkebb értelemben alkalmazott eszközzel játszik el egyszerre szabadon és rendkívül módszeresen a tanulmánykötet utolsó szövege, amely talán nem is véletlenül visz távolabbra a néprajzilag közelebb eső, a kötet egészében is központi szerepet betöltő falusi életvilágoktól.

Végül, ha alkotó és alkotás személyes viszonyát már több helyt megvizsgáltuk, akkor talán ezzel a munkával is megtehetjük ugyanezt. Keszeg Vilmos így fogalmaz Bágyoni Szabó István munkássága kapcsán: „Műveinek világába költöztette át szülőföldjét, kortársait, kedvenc költőit és festőit, elődei és a maga életének történéseit.” (205.) Mintha Keszeg Vilmos is hasonló utat járná be, amikor a néprajzkutató gyakorlott kezével nyúl az életpályájához kapcsolódó legkülönbözőbb helyekhez, személyekhez, dolgokhoz s ez esetben az irodalomhoz, az olvasmányélményeihez. Ha Bágyoni Szabó István mindenhol a verset, a regényt keresi, akkor talán Keszeg Vilmos mindenhol az értelmezésre váró társadalmi és kulturális jelenségeket fedezi fel, s változtatja a regényt, a verset is etnográfiai tereppé.

Bakos Áron

HÍDVÉGI ID. NEMES JÁNOS NAPLÓJA AZ 1651–1686. ÉVEKRŐL

■ „Februarius. Die 16. Indultam meg idegen országra az én kegyelmes uramnak ő ngának engedelmeiből, mikor az ur Rákóczy Zsigmond uram ő nga mátkájáért ment Rédei Ferencz uram ő nga.” Így kezdi naplófeljegyzéseit a székely primori családból származó Nemes János, akinek előneve utal arra, hogy a család birtokai eredetileg a Székelyföldre ékelődő Felső-Fehér vármegyéhez tartoztak, majd a Nemesek fokozatosan tagolódtak be az őket körülvevő székely elitbe, idővel székely tisztségeket is viseltek, a naplóíró Nemes János pedig I. Apafi Mihály fejedelem jóvoltából 1661-től haláláig, rövid megszakítással 25 éven keresztül töltötte be a háromszéki főkapitányi tisztséget. Az 1651-ben megkezdett napló 35 évre tartalmaz adatokat, ami így értékes forrásnak számít az Erdélyi Fejedelemség történetére vonatkozóan.

A személyes dokumentumoknak a jelentőségét már a 18. század végén a történetíró Benkő József is fölismerte, amikor gyűjteményt hozott létre a legfontosabb erdélyi emlékiratírók kézírataiból, hogy azokat nyomtatásban is megjelentessék, a 19. század második felétől pedig a (Magyar) Történelmi Társaság című folyóirat vállalkozott a hosszabb vagy rövidebb források közreadására. Például Rhédey Lászlónak a naplóját azzal méltatta a kiadója, hogy a napló szerzője „a fejedelem környezetében töltötte éveinek nagy részét, s az események szemtanúja volt”.¹ A genealógus Nagy Iván pedig „az események üde visszatükrözését, a jelenetek elevenességét, a távlatnak valószínűségével kisé-

nező és megvilágító meghatárolását” emelte ki, és e forrásokat „az egykorúak tanúságtételeiként” értékelte.²

Ugyancsak a Történelmi Társaság 1902–1903. évi folyamában jelent meg Nemes János naplója is,³ melynek közreadója – az előzőleg idézett két történetbúvárhoz hasonlóan – abban látta a napló fontosságát, hogy: „A kor nagy emberei is, kik maguk is mintegy tényezői voltak az eseményeknek, vezettek ilyeneket, s e feljegyzések, bár kiválóbban családi s magán ügyekkel, az ország dolgaival s a politikai eseményekkel csak kevésbé foglalkoznak, mégis becsesek. Ha nem is engednek bepillantást az országos viszonyok mélyébe, de pontos adatokat nyújthatnak az átmeneti kor eseményeire.”⁴ Mindezek a kiadások a források személyes hitelét emelik ki, ami az eseményekben való közvetlen részvételen alapul („szemtanú”, „tanúságtétel”). S végül kiemelendő, hogy a korabeli történeti érdeklődés középpontjában az eseménytörténet áll (rankei kifejezéssel: „ahogyan az történt”) a maga pontos adataival.

Napjainkban a történeti figyelem másfajta érdeklődésből fordul a személyes dokumentumok felé. Ez az *ego-dokumentum*nak is nevezett forrástípus (naplók, feljegyzések, visszaemlékezések, emlékiratok, misszilis levelezés stb.) a társadalomtörténet szempontjából azért lehet érdekes, mert a személyes források „dokumentálhatják a korabeli hiteket, előítéleteket, értékrendeket, mentalitástörténeti faktumokra következtethetünk belő-

A bevezető tanulmányt írta és jegyzetekkel ellátta Balogh Judit. Tortoma Kiadó, Barót, 2023. 263. (Háromszéki téka, 1.)

lük, amelyek társadalmi csoportképző attribútumként jöhetnek szóba”.⁵ Maga Balogh Judit is ebben a szellemben vizsgálta 17. század végi naplókban és egyéb egodokumentumban azt, hogy hogyan reagáltak a kor emberei betegségekre és járványokra.⁶ A személyes tapasztalatok tanulmányozása során ugyanakkor számolni kell azzal is, hogy maga az emberi személyiség is történeti (társadalmi) képződmény, és a 17. századi naplókban a személyességnek más fokával és mértékével lehet számolni, mint a modern kor egodokumentumaiban.

Nemes János esetében – számos kortársához hasonlóan – a (napló)írást egy olyan napi gyakorlatba illeszkedő intellektuális tevékenységnek lehet tekinteni, amit aligha számítottak a ma szépirodalomnak tekintett foglalatosságok közé. Inkább valamilyen élethelyzet vagy speciális tevékenység válthatta ki, hogy sokan megörökítették a velük vagy környezetükben történt eseményeket. Külföldi tanulmányok, diplomáciai megbízatás, száműzetés vagy üldöztetés készíthette a naplóírókat arra, hogy belekezdjen munkájába: Nemes János is életének egy fordulópontján, akkor kezdte meg a naplóírást, amikor bevásárolták abba a küldöttségbe, amely a házasulandó Rákóczi Zsigmond jövődöbelijét, Pfalzi Henrietta hercegisasszonyt készült hazakísérni a brandenburgi Crossenből.

Nemes János naplójának eredeti kézírata nem maradt fenn; 1793-ban azonban egy családtag, gróf Nemes Ferenc másolatot készített róla, ami jelenleg a kolozsvári Lucian Blaga Központi Egyetemi Könyvtárban található.⁷ Ez a 18. század végi másolat lett az alapja a 20. század eleji közlésnek úgy, hogy a 18. századi helyesírást – bár nem következetesen és kisebb változtatásokkal – az akkori normáknak megfelelően modernizálták.⁸ A szöveget újra közreadó Balogh Judit, aki korrekt módon

saját magát a kolofónban nem szövegkiadóként jegyzi, ezt a Történelmi Társasági közlést vette át, ahhoz terjedelmes bevezető tanulmányt és alapos tárgyi jegyzeteket írt. Mindazonáltal a szöveg sem az autográf kézirat jellegzetességeit nem tartalmazhatja (hiszen az megsemmisült), sem a mai modern átírás előnyeit nem érvényesíti, ami – tekintve, hogy a sorozat a szélesebb közönség érdeklődésére is igényt tarthat – nehézkessé teszi az olvasást.⁹

A kiadott szöveget a kézíratos példánnyal egybevetve tartalmilag pontosnak lehet tekinteni. A közölt szövegből az a kézirat címlapján található, a cím alá írt rövid összefoglaló maradt el, mely nem a napló része, bár ahhoz hasonlóan *pro memoria* funkcióval bír.¹⁰ Ugyancsak hiányzik a kiadásból a napló utolsó mondatát követő másolói megjegyzés: „A többi kiszakadott.”

Nemes munkájának műfaja inkább a folyamatosan és rendszeresen vezetett naplóhoz, mintsem a visszatekintő emlékirathoz áll közelebb, bár több bejegyzés esetében érzékelhető, hogy azokat utólag, az események után, azok következményeinek ismeretében írta be. Ahogyan idéztem, a 18. századi másolat az eredetinek „summásan kiszédesített”, vagyis rövidített változata. A szövegből azonban nem állapítható meg az eredeti napló hordozókötetete, sem a kihagyott részek terjedelme. A címlapon a másoló „jegyzőkönyvről” beszél, az azonban a korabeli szóhasználatban a kalendáriumok bejegyzésre szánt üres oldalait is jelenthette, ahogyan az emlékiratíró Bethlen Miklós is *regestralis libellus*nak nevezi azt, ahová a napi följegyzéseit bevezette.

Nemes János kiadott munkája beleillik az időközben egyre gyarapodó azon naplók sorába, amelyek elsősorban az emlékeztetést segítő, gyakorlati céllal jöttek létre. Esetenként megörökítenek fontos eseményeket (például a crosseni esküvő szertartását sokkal

részletesebben írja le, mint a hivatalos brandenburgi diplomáciai jelentés szövege).¹¹ Azonban a napló nagy részét az egészen hétköznapi rövid bejegyzések teszik ki: családi események (születések, keresztelek, lakodalmak, temetések), utazások és éjszakai meg szállások („Június 5. Jöttem Hídvégire. 6. Mentem Földvárra urunk ő nghoz. 7. Voltanak nálam vacsorán Kendefi Miklós uram, Kun Gergely uram, Folti Ferencz uram és Folti László uram. [...] 15. Mentem Földvárra; akkor holt meg szegény idvezült Bethlen Ferencz uram reggel 4 és 5 óra között. Voltam ebéden Kemény János uramnál ő ngánál. 21. Holt meg szegény idvezült Pekri László uram Földváron.”). Gyakoriak a szélsőséges időjárási események vagy tűzvészek feljegyzései is.

Ezeket az adatokat a bevezető tanulmány elsősorban a társadalomtörténeti elemzés szempontjaiból értékelte. Az ugyanis, hogy Nemes János kit látogat meg, hol száll meg, kitől kap vagy kinek küld üzenetet, mely közelebbi vagy távolabbi rokonával milyen viszonyban áll, a székely főember kapcsolati hálóját is megrajzolja. Biztos kézzel tárja fel Balogh Judit az 1650–1660-as évek fordulójának válságos eseménytörténete mögött, hogy közben a székely társadalom is megváltozott, s egyik része a törökhöz húzó fejedelmet, míg másik része a törökellenes pártot támogatta. De beszámol a napló a hírek és rémhírek terjedéséről, a fejedelmváltások közt szükségszerűen ingadozó politikai állásfoglalásokról is. A bevezető tanulmány önálló alfejezetben elemzi Nemes kapcsolatát sógorával, a sepsiszentgyörgyi Daczó János-sal, akivel – a napló adatainak kvanti-

tatív elemzése alapján – Nemes a legtöbbször érintkezett. Ugyancsak fontos fölismerése a Székelyföld konfesszionális viszonyainak föltérképezésében, hogy a Daczó és Nemes vezette református székely elit képes föllépni képes föllépni az egyre erősödő háromszéki katolikus családokkal szemben.

Hosszú fejezet „Nemes János, a református nemes” portréjának a megrajzolása. Ezt a helyi és országos református elitcsoport egymással való kapcsolatának elemzésén túl az is lehetővé teszi, hogy Nemes a naplójába gyakran ír be imákat vagy kegyes megjegyzéseket, fohászokat, bibliai utalásokat: a napló második felétől vált szokásává, hogy az évet egy-egy hosszabb vagy rövidebb imádsággal nyitja és zárja, mely bizonyítja hitét és intellektuális elköteleződését.

Nemes János 35 éven keresztül vezetett naplója – egyéb levéltári forrásokkal kiegészítve – kiváló lehetőséget ad a naplóíró közéleti és politikai pályájának, családi viszonyainak és mentalitásának a feltárására. Háromszéki főkapitányként nemcsak a helyi elitnek volt a tagja, de országos ügyekben is befolyással bírt, és 1678-ban a fejedelmi tanácsban is helyet kapott. Ahogyan a bevezető tanulmány összefoglalja pályáját: „Nagyon izgalmas és gazdag életút volt a Nemes Jánosé, egy okos, érzékeny ember életútja, akinek a szemérmes kiszólásai által bepillanthatunk egy mély érzésű, rendkívül kötelességtudó, a feladatait példásan ellátó székely nemes mindennapjaiba, politikai vívódásaiba is, csakúgy, mint annak a korszaknak a mindennapjaiba, amiben élt.” (67–68.)

Restás Attila

■ JEGYZETEK

1. Gróf Rhédey László *Naplója*. Közzéteszi Vass József. *Magyar Történelmi Tár* 1855. 1. köt. 213–234:218.
2. Nagy Iván: *Történeti apró emlékek*. *Magyar Történelmi Tár*. 1877. 10. köt. 259–282: 271.
3. Hídvégi id. Nemes János naplója 1651–1686. Közli Tóth Ernő. *Történelmi Tár* 1902. 231–263., 375–411., 528–574; 1903. 83–98.

4. *Történelmi Tár*. 1902. 231.
5. Gyáni Gábor: *A történeti tudás*. Osiris, Bp., 2020. 343–344.
6. Balogh Judit: *Járvány, betegség és az azokhoz való viszony a 17. sz. végi egodokumentumokban*. Magyar Tudomány 182(2021). 8. sz. 1088–1098.
7. A füzet címlapjának hátoldalán: „Az eredeti írásból írta ezen könyvet Hídvégi G. Nemes Ferenc 1793-dik esztendőben.” Biblioteca Centrală Universitară „Lucian Blaga”, Mss.614.
8. Például a kézirat a *Béts* alakot hozza, amit az átírás *Bécsként* közöl, miközben a másolatban előforduló *tz-t cz-re* írja át; a magán- és mássalhangzók hosszúságának jelölése, valamint az egybe- és különírás azonban következetlen.
9. Míg „kiemelkedően fontos személyiségek bizonyítottan autográf kézíratainak” közreadása esetén az ún. betűhív átírás elfogadott, a bizonytalan szerzőségű vagy gyakorlati célú szövegek esetén az ún. átíró közlés az ajánlott. Bak Borbála: *A XVI–XVIII. századi magyar nyelvű források kiadásának kérdései. Ajánlás a magyar nyelvű források közreadásában*. Fons 7(2000). 1. sz. 111., 116., 118–122.
10. „Első Rákótzí Györgynek voltak fiai György és Sigmond. György volt Erd. Fejedelem. Sigmond ennek testvér öttse vette vala házas társul Henriethát, Frideriknek Tseh Ország néhai királyának Palatinatusi Elector Fejedelemnek kisebbik leányát. De vele tsak három holnapig lakhatván, Patakon nagy keserűséggel el temette. Az után maga is igen hamar úgy mint következendő Februarii 4-dik napján 1652. Fogaras várában a boldog halhatatlanságra költözött életének 29-dik esztendejében. Első Rákótzí György holt meg 1648-ban October 17-dik napján. G. Bethlen István 1648-ban 10. Jan. A[nn]o 1666. 3. Febr., 10. és 14. Mar. Lázár György Imreh”
11. Kármán: i. m. 296.



BEÉRÉSI FOLYAMATOK

Bereczky Veress Rebeka: *Fellegvár*

■ Bereczky Veress Rebeka kötetéből megtudhatjuk, hogyan lehetünk jó olívaolaj-termesztők, hogy miért érdemes társaságban is jegyzetelni, és hogy egy túl vastag jegygyűrű miért válhat gyanússá számunkra. A debütőkötetben színes a novellák repertoárja, több kultúra hagyományai épülnek be a történetekbe. Az író nő különböző élethelyzetek megismeréséhez vezet el bennünket, mint amilyen a menekültválság, vagy a felső tízezer függőségei, kíméletlenül feltárva az olvasónak saját elfogultságait, megítélését másokkal szemben. Kultúráközi dinamikát sejtet az is, amit a fülszövegben Balázs Imre József is megemlít: bár Bereczky Veress Rebeka Svédországban született és nőtt fel, erdélyinek vallja magát, és debütőkötét is Erdélyben szeretne volna megjeleníteni.

A kötetben található tíz novellát a kritikus hangvétel fűzi össze. Elmondható, hogy a fanyar hangnem, amely végigkíséri a történetek ívét, már-már önálló narratívává alakul. Egyes novellák már témájukból adódóan előhívják a kritikai hangvételt, ilyen a *Sajtótájékoztató* is, melyben egy menekült embereket fogadó csarnokot láthatunk, ahol Karolina a nyári időszakra önkéntes munkát vállal. Miközben különböző nehéz sorsok tárulnak elénk, Karolina munkatársai önzőségével szembesül, akik kihasználják a javak elosztásában rejlő lehetőséget, eltulajdonítanak drágább élelmiszereket és más, a menekülteknek osztogatott tárgyakat, hisz „nekik úgyis a legszükségesebbek kellenek most”. (81.) Mialatt Karolina maga is cinkosa az eseményeknek, hisz nem

Polis, Kvár, 2024.

mer felszólalni társai ellen, az addig csak elfordított tekintetek után megtudhatjuk felháborodását a csarnokban történtek kapcsán. Az önzetlenül dolgozó, piederstálra helyezett önkénteseket reflektorfénybe állító sajtótájékoztatón belehallgat egy kollégája interjújába, az önkéntestársa által adott válaszok pedig észrevétlenül átformálódnak a saját felháborodott lehetséges válaszaivá a történetekkel szemben, ahogy önmagát az interjúalany szerepébe helyezi. A szöveggel való játék, vagy a narrátori pozíció felcserélése több novellában is megmutatkozik. A *Karácsonyfatemető* c. novella esetében egy üzletember küzdelmeit láthatjuk, ahogy súlyozni próbál magánélete és a munka világa között. A történetben kezdettől az egyes szám, harmadik személy érvényesül, az utolsó jelenetben viszont ezen belül is változik a fókusz: egy teljesen külső narrátori pozícióból láthatjuk a főszereplőt, mint aki teljesen idegen az olvasó számára. Narrátori pozíciók tekintetében Bereczky Veress Rebeka novelláskötete általában is változatos: nemek szerinti megoszlásban női és férfi főszereplőkkel például egyaránt találkozunk. Sok esetben azt láthatjuk, hogy háttérbe szorulnak a szereplők, és a történet önmagában válik fontossá, ilyenkor előfordul, hogy a szereplőknek a nevét sem tudjuk meg. Ezekben a novellákban a történet rendre egyszerű mozdulatokból, hangokból, benyomásokból bontakozik ki. Különböző érzékszerveinkre apellálva olyan emlékeket hoz fel elménkben az író, mint egy kórház várótermének hangjai – ezekből bontakozik ki egy implan-

tátumra várakozó férfi története: „Valahányszor egy orvos, nővér vagy látogató elhalad a folyosó közepén levő, falra erősített flakon mellett, az illető megáll, egyik tenyerét a gélt kibocsátó szivattyú alá tartja, majd a másik kezével, két nyikorgó pumpálással előcsalja a fertőtlenítő folyadékot. Két gyors pumpálás, sebes egymásutánban, akárcsak a szívverés.” (128.) A szereplőkről elfordított fókusz és a narrátori pozíciók kapcsán megfigyelhető, hogy az egyes szám, első személyű karakterek mind női főszereplőkhöz tartoznak. Ez olyankor is tapasztalható, ha adott esetben nem tudjuk meg a szereplő nevét, így felvetődik a kérdés, hogy mennyire látunk, érzékelünk különbségeket a női narrátori hangok között. Jó kiindulópont lehet erre a *Megcoronázva* esetében a hétköznapi életből kirántott trónörökös esete, aki miközben felveszi a ráosztott szerepet, az interjúk és a teljes felé irányuló figyelem célkeresztjében egy távolságtartó attitűdöt ölt magára, amely szöveg szintjén is jól érzékelhető, hisz megszólalásaiban ettől kezdve bölcs tanácsokkal látja el az olvasót, már-már szállóigészerű kijelentésekkel: „Nem tudom, hogy egyáltalán létezik-e jó lezárása egy korszaknak az életemből, hisz maga a fogalom sem más, mint egy paradoxon.” (154.)

A női karakterek bensőségebb narrációjához képest a férfi karakterek főszerepbe kerülésekor mindannyiszor egy távolabbi, egyes szám harmadik személyű nézőpontot láthatunk érvényesülni. Ezzel a narrációval találkozhatunk a *Karácsonyfatemető* című novella esetében is, ahol olyan dolgokra irányítja az olvasó tekintetét a szöveg, melyeket a hétköznapiakban könnyen figyelmen kívül hagyunk: „Fakó árnyalatokba öltözködött e napon a kora tavaszi környezet, csupán a városban áthatoló folyó kavargó vize rendelkezik gazdagabb színvilággal – becsvágyó céltudatossággal sodorják magukkal a

hullámok az olvadás küszöbén lévő jégdarabokat, elszáradt faágakat.” (37.) Az aprólékos mozzanatokban rejlik a történet magja, így a címadó novellában, a *Fellegvárban* is egy apró történetelemből derül ki a Fellegvár börtönében elítélt kiléte is. A novellákban nem egy lekerekített történet megismérlése a cél, hanem hogy az olvasó beleérezzen a történetek mélységébe.

A novellák által nemcsak távoli országokat járhatunk be, hanem idősíkok tekintetében is nagy utakat tehetünk meg. Több novellában is olyan dolgok történnek a szereplőkkel, melyeket csak a távoli jövőben tudnánk elképzelni, vagy még attól is inkább tartózkodunk. Az elkecseregetett ember képe, aki már inkább a szimulációban él, mint a valóságban (*Drónszimulátor*), vagy a mesterséges intelligencia személyként való megtestesülése (*Elemcsere*) mind lehetőségeket kínál az emberi gyarlóság megmutatására. Több novella esetében az emberi önzőség, mások kiszolgáltatottsága, vagy a saját hatalmi pozíció kihasználása válik a fő témává. A már-már science fiction világhoz kapcsolódó történetek olyan filmeket/sorozatokat juttathatnak eszünkbe, mint a *Nincs baj, drágám* (Don't Worry Darling) tökéletes, nyomasztó világa, vagy a *Fekete tükör* (Black Mirror) háttorzongató epizódjai.

Látszólag demokratikus hangnem dominál a novelláskötetben, a már fentebb említett narrációs eljárások, illetve helyszínek sokszínűségében. A változatosság sok esetben mégsem látszik megvalósulni, hiszen például a női karakterek esetében, bár vannak apróbb eltérések, (mint a *polgármester házában* megjelenő felszabadult író erős személyisége), a szövegek többségében mintha ugyanarról a szereplőről olvasnánk. Erre ráerősítenek a kevésbé megismerhető karakterek, akikről sok esetben semmit nem tudunk, mint az *Olajbogyószüret? avagy érési folya-*

mat c. novellában. A szereplőknek itt szinte csak olyan szempontból van jelentőségük, hogy a természet és leartás folyamatát bemutassák.

A szerző a szövegekben a narrációs technikák funkcionális alkalmazásával próbál rámutatni a gazdasági helyzet árnyoldalaira, a hangsúlyok azonban eltolódnak, a kritikai hangnem elvesz a sorok között. Hiába drágább a polgármester partiján a koktélok összetevője, mint az eseményhez odavezető taxis fizetése, a tehetősebb emberek sem tudnak változtatni az időjárás körülményein, a medencés rendezvényt

mégis meg tudják engedni maguknak a szárazság idején. A szövegekben a szolidaritásról néhol elcsúszik a fókusz, így többet tudhat meg az olvasó a gazdagok dőzsöléséről, mint a tényleges problémákról. Az író több kultúra hagyományába is bepillantást enged, viszont ezek megismerését szűri a világgal szembeni kritika. Az olvasó a kritikai hangnemek, a benyomások sűrűjében elvesztődhet, keresve a kiutat az emberiségből való kiábrándultság útvesztőjéből.

Kincses Edina



ABSTRACTS

Márton Bagyura – Luca Jäger

■ ***Fashion and Later Life in Digital Spaces***

Keywords: *ageism, digital representation, social media, granfluencer, silver hair model*

The study examines the issues of ageing and ageism in the context of the fashion industry and social media. Historically, fashion has been tied to the valorisation of youth, structurally limiting the representation of older generations. Although social media platforms have promised a more democratic space, the study argues that the digital sphere has not dismantled ageist hierarchies but has merely provided a new arena for exclusionary mechanisms. This dynamic is particularly pronounced in the case of older female content creators, where ageism and sexism intersect and reinforce one another. The study illustrates these mechanisms through the case of a Hungarian influencer.

Antal Bókay

■ ***Gaze – Fetish – Abject Mother: Psychoanalytic Interpretation of Alexander McQueen's Fashion Performance***

Keywords: *fashion, psychoanalysis, gaze, fetish, abject*

This study interprets Alexander McQueen's *Voss* fashion performance through a psychoanalytic lens. It argues that fashion is not merely aesthetic or commercial but expresses deep psychic structures of the self, the body, and desire. McQueen's performance follows a regressive trajectory from an adult perspective to Oedipal and pre-Oedipal, abject maternal states. Structured by the logics of the gaze (Jacques Lacan), the fetish (Sigmund Freud), and the abject (Julia Kristeva), *Voss* can be read as McQueen's self-analysis, in which the abject maternal body in the final scene signals the dominance of the death drive, foreshadowing the designer's later suicide.

Petra Egri

■ ***From Budapest to Mykonos: Polygamy of Place, Cosmopolitan Identity, and Fashion – Anna Amélie***

Keywords: *Ulrich Beck, Anna Amélie, case study, polygamy of place*

Globalisation constitutes one of the defining structural processes of late modernity, profoundly transforming not only economic systems of production but also the symbolic economies through which cultural meanings are produced, circulated, and consumed. In *What Is Globalization?*, Beck conceptualises globalisation not as a purely economic phenomenon but as a multidimensional social process that reconfigures everyday life, social relations, and systems of meaning. Fashion operates as a culturally embedded practice and semiotic system through which these global transformations are articulated and negotiated. As such, it functions as a form of symbolic mediation that renders visible the tensions, contradictions, and interdependencies between global flows and localised cultural contexts. Drawing on Beck's theoretical framework, this paper examines how the brand identity of Anna Amélie, situated across the geographically and culturally distinct contexts of Budapest and Mykonos, may be interpreted as a manifestation of global-local entanglement.

Judit Esküdt

■ ***From Aesthetic Capital to Brand Equity: The Meaning and Function of Artification in Fashion Communication***

Keywords: *artification, fashion, fashion communication, symbolic value, design communication*

In contemporary luxury and fashion, brand value is no longer given but must be continually reaffirmed as cultural status. In a saturated media environment, traditional sources of legitimacy – rarity, quality, craftsmanship – remain vital but no longer fully account for value creation, as consumers increasingly seek meaning and

identity. This paper examines artification as a mechanism of cultural positioning, outlines its key practices in fashion and design communication, addresses the risk of de-artification, and argues that artification functions as a liminal, identity-shaping ritual rather than merely a branding tactic.

Klára Gulyás

■ ***Identity Imprints: Roma/Gypsy Graduates' Consumer Patterns and Clothing Styles***

Keywords: *ethnicised consumption, identity construction, cultural representation, clothing preferences*

This study examines the ethnicised consumption practices of Roma graduates in the context of identity construction and cultural representation. The central research question is how the development of a positive Roma identity influences the consumption of cultural products and clothing preferences. Empirical analysis based on interviews and questionnaire data indicates that ethnicised consumption is not merely an aesthetic or cultural choice but also a means of expressing identity, challenging prejudice, and facilitating social mobility.

Anna Keszeg

■ ***The Temporal Paradox of Contemporary Fashion***

Keywords: *temporal paradox, time regimes, fast, slow*

The paper examines the temporal paradox of contemporary fashion by approaching dress as a material practice of time-making. Drawing on theoretical frameworks developed by Heike Jenss, Caroline Evans, and Alessandra Vaccari, fashion is understood not merely as operating within time but as actively producing and mediating temporal experience through material form and embodied wear. The analysis unfolds across three interrelated layers: “objective” time, understood through the instability of the contemporary present; temporal regimes structuring fashion production; and

lived temporal experience articulated through wearing. These concepts are explored through an analysis of Jenna Ortega’s Balmain dress worn at the 2025 Met Gala, whose metaphorical tailoring structure evokes both historical craftsmanship and futuristic abstraction. The garment exemplifies a uchronic temporality that transcends the fast/slow fashion dichotomy, positioning fashion as a critical site for negotiating multiple, coexisting temporalities in contemporary culture.

Csilla Kollár

■ ***Recycling at the Turn of the Century: A Special Gala Dress at the Hungarian National Museum***

Keywords: *recycling, ceremonial dress, wedding dress, Empire fashion, eighteenth-century silk*

In the 1890s, Ilona Diósgyőri Simon wore a distinctive gala dress as formal evening attire. A white silk dress from the 1820s was modified with decorative elements from different periods and executed in various techniques in order to conform to the style of the Hungarian gala dress. The eighteenth-century silk fabric, reminiscent of an apron, and the laced bodice may have been family heirlooms, as were the trimmings and the Biedermeier embroidery on the lower band of the skirt. In the 1980s, the great-grandchildren wore these turn-of-the-century ball gowns as wedding dresses, thereby conferring new meaning on family garments that had been worn and reused repeatedly over the centuries.

Emese M. Nagy

■ ***Costumes and Trends on the Folk Dance Stage***

Keywords: *art of folk dance, dance theatre, folk costume, theatrical costume*
With the emergence of folk dance on the stage, questions of costume and traditional dress arose alongside choreographic and aesthetic concerns. From the outset, stage folk dance attire has mediated between authenticity, visual expressiveness, and the prac-

tical demands of performance. Over time, original village garments, stylised adaptations, and newly conceived designs have appeared on stage in shifting proportions, reflecting changing attitudes towards tradition, regional identity, uniformity, and individuality. From the Gyöngyösbokréta movement through the Táncház movement to contemporary dance-theatre productions and collaborations with fashion designers, stage folk dance costume has remained a dynamic and evolving field at the intersection of cultural heritage and artistic innovation.

Gyula Maksa

■ ***Deconstructed Leopard Print: Fashion in Contemporary Afropolitan Comics***

Keywords: *afropolitanism, Aya of Yop City, fashion, comics, leopard print*

This study examines afropolitanism as a postcolonial worldview that reconceptualises African identity through mobility, transnational connections, and the dynamic interplay of the local and the global. Drawing on the theory of Achille Mbembe, it analyses afropolitan experience in contemporary fashion and francophone comics, with particular focus on *Aya of Yop City*. The paper demonstrates how fashion functions as a key semiotic system through which characters negotiate global media influences and local traditions. Special attention is given to the deconstruction of colonial stereotypes, notably through the re-signification of leopard print, which shifts from a colonial trope to an afropolitan aesthetic of self-representation and agency.

Jolán Orbán

■ ***Conceptual Fashion: Viktor & Rolf's Deconstructive Fashion Statements***

Keywords: *conceptual fashion, fashion artist, performativity, social criticism, sustainability*

"Is it fashion or is it art?" – this is the question posed by Roger Diederer in relation to the *Viktor & Rolf Fashion*

Statements Exhibition (2024). The designers respond, "Why can't it be both?", emphasising that they feel at home in exhibition halls, having organised thirty fashion exhibitions between 1994 and 2024. Avant-garde luxury fashion, conceptual fashion art, "fashion artists", "art culture" – these are among the concepts critics use to describe the distinctiveness of Viktor & Rolf. This paper examines how the designers interrogate the boundary between fashion and art by deconstructing the institutions and language of fashion, art, and society.

Kata Zsófia Prém

■ ***From Tradition to Trends: Copyright Challenges in Folklore-Inspired Fashion***

Keywords: *fashion law, folklore, copyright, traditional costume, folk-inspired contemporary fashion, intellectual property protection*

This paper examines the use of folklore in contemporary fashion, highlighting both the potential and the limitations of copyright protection. While elements of folklore serve as inspiration for major brands' collections, concerns regarding cultural appropriation have generated significant debate. Specific examples illustrate the distinction between respectful inspiration and offensive appropriation. The study analyses how creative freedom may be combined with respect for the dignity of cultural communities and demonstrates that protection can be achieved not only through legal regulation but also through recognition, transparency, and fairness.

Enikő Rűsz-Fogarasi

■ ***Early modern wells in Kolozsvár***

Keywords: *wells, bakeries, Kolozsvár, early modern time*

In early modern Kolozsvár, the drinking water supply was primarily ensured through a complex system of public, institutional, and private wells, the study of which requires a multidisciplinary approach connecting ar-

chaeology and written historical sources. Historical accounts mention public wells in several place of the city. Essential institutions, such as the city school and the bathhouse, maintained their own wells under city administration. The city's bakeries were particularly dependent on water; while some had private wells, others shared public ones and contributed to their maintenance. Private wells were indicators of social status, generally found in estates valued above 300 florins. Inheritance records frequently specified that heirs must share the use and upkeep of the yard's well, including its accessories like iron buckets and chains. Archaeologists have uncovered various structures, including a well-preserved stone-lined in the city. Our sources distinguish three main types: simple log wells (*bodonkút*), pulley wells (*csigás kút*), and sweep wells (*gémes kút*).

Lívía Szélpál

■ **Contemporary Representation of Women's Fashion in British Neo-Victorian Historical Novels: A Comparative Reading of Zadie Smith and John Fowles**

Keywords: *John Fowles, Zadie Smith, Neo-Victorian historical novel, women's fashion, New Woman*

This study compares *The French Lieutenant's Woman* (1969) and *The Fraud* (2023) in order to trace the representation of women's fashion in Neo-Victorian English historical novels. The paper analyses the role and appearance of the modern "New Woman". It highlights the influence of Victorian fashion, including Perkin's mauve. An enigmatic scene in *The French Lieutenant's Woman* (dir. Karel Reisz, 1981) is examined to contrast Ernestina's choker necklace with Sarah's bare neck, symbolising agency and historical memory. These novels use fashion to construct contemporary interpretations of history and to engage in socio-critical reflection.

Ildikó Tamás

■ **Fashion/Community: A Brand-Based Network and Community in Hungary**

Keywords: *fashion, anthropology, community, participation, rituals, ageism, social media*

In this study, I examine the culture-shaping and social roles of fashion through the case of the Hungarian clothing brand Süel. I analyse contemporary practices of dress and the fashion world from the position of a participant observer, within an anthropological theoretical and methodological framework. In the present era, attachment to particular fashion brands can generate new trends and cultural phenomena. These developments are driven not only by fan-based communities but also by designers themselves, who devote considerable attention to interaction with their customers and with wider audiences interested in their work. In certain cases, the designer's personality and creative practice become significant forces of community formation. As a result, the designer cultivates not merely an audience – potentially definable as a group – but a community in which continuous participation plays a central and constitutive role.

Ákos Tömő

■ **Travelled Roads and Untravelled Paths in the Fashion Street: New Opportunities in Researching and Interpreting Socialist Fashion**

Keywords: *socialist fashion, fashion theory, fashion discourse, Comecon Fashion Congress, Eastern Bloc*

What exactly was socialist fashion? Was it a fashion trend manifested in clothing, or primarily a discursive construct articulated in professional and institutional texts? By the mid-2020s, newly discovered archival sources and developments in fashion theory had opened up a range of new perspectives in the study of Central and Eastern European and Soviet fashion history. A key point of departure for these approaches is the

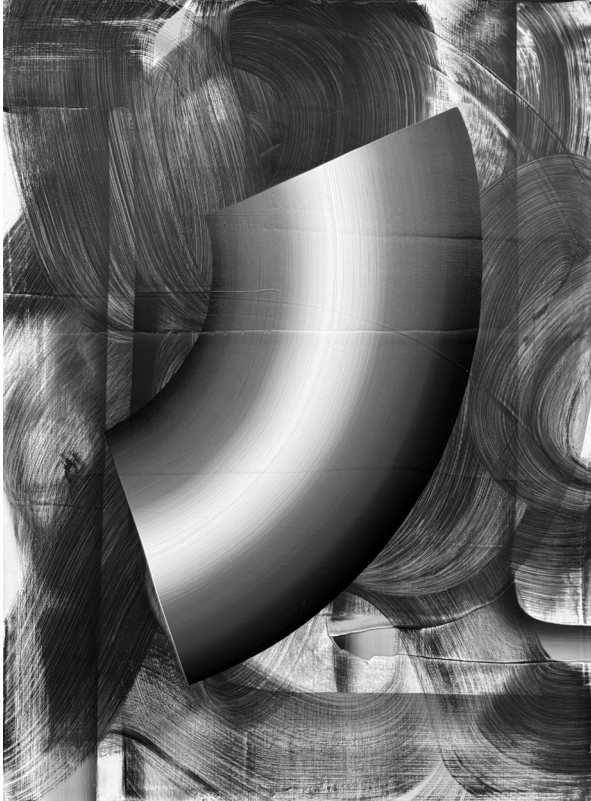
demand for a unified theoretical framework articulated at the Comecon Fashion Congress and the phenomenon of centralised socialist fashion management, which emerged as a conceptual approach at the turn of the 1950s and 1960s, lending socialist clothing culture a distinctive character. This study seeks to advance new perspectives in fashion research along these lines, incorporating and re-evaluating the professional achievements of the past two decades.

Orsolya Zay

■ ***The Story of the Golden Hairnet: Women's Headwear from Archaeological Discovery to Historical Interpretation***

Keywords: *early modern women's headwear, hair net, netted cap, social status, identity*

This paper examines early modern women's headwear in the Carpathian Basin, with particular focus on the social meanings attached to hair covering and marital status. In early modern society, women's appearance was regulated by normative systems in which hair visibility functioned as a key visual marker of social identity. Through the combined analysis of archaeological finds, written sources, and visual representations, the study explores the role of the hair net (*hálós főkötő*) as part of married women's headwear. A sixteenth-century burial from Sztána serves as a case study, demonstrating how headwear functioned not merely as dress but as a socially embedded sign system expressing status, gender, and life stage.



Pártoló tagok

Dr. Barabási Albert László – fizikus, akadémikus, Budapest
Bencsik János – képzőművész, Budapest
Dr. Nicholas Bodor – vegyészprofesszor, Miami
Dr. Egyed Ákos – történész, akadémikus, Kolozsvár
Kelemen Hunor – író, politikus, az RMDSZ elnöke
Dr. Kovalszky Péter – orvos, az AMBK elnöke, Detroit
Lauer Edith – politikus, az AMBK volt elnöke, Cleveland
Markó Béla – költő, politikus, Marosvásárhely
Dr. Romsics Ignác – történész, akadémikus, Göd
Dr. Úry Előd – fogorvos, az Erdélyi Kör elnöke, Sopron
Dr. Varga István – ügyvéd, Orosháza

Támogató tagok

András István – teológiai professzor, Gyulafehérvár
Árkossy István – képzőművész, Budapest
Dr. Avornicului Mihály – egyetemi docens, Kolozsvár
Bartók Julianna – tanár, Kolozsvár
Dr. Bitay Enikő – akadémikus, Kolozsvár
ifj. Dr. Buchwald Péter és Dr. Buchwald Amy – tudományos kutatók, Miami
Dr. Csapody Miklós – irodalomtörténész, Budapest
Dr. Cseh Áron – jogász, diplomata, Budapest
Csőregi Csenge – rendezvényszervező, Budapest
Dr. Derék Pál – irodalomtörténész, Bács
Ferencz Éva – levéltáros, Marosvásárhely
Dr. Amedeo Di Francesco – egyetemi tanár, Nápoly
Füzi László – irodalomtörténész, főszerkesztő, Kecskemét
Dr. Geréb Zsolt – teológiai professzor, Kolozsvár
Judik Zoltán – építészmérnök, Budapest
Kálóczy Béla Tibor – nyugdíjas köztisztviselő, Halásztelek
Dr. Kiss András – orvos, Pócsmegyer
Kónya-Hamar Sándor – költő, közíró, Kolozsvár
Korniss Péter – fotóművész, Budapest
Dr. Kovács András – művészettörténész, akadémikus, Kolozsvár
Dr. Kovács Zoltán – egyetemi docens, Kolozsvár
Könczey Elemér – grafikus, Kolozsvár
Molnár Judit – szerkesztő, Nagyvárad
Nagy Éva – ny. tanár, Calgary
Dr. Nagy Mihály Zoltán – főlevéltáros, Nagyárad
Dr. Singer Júlia – biostatistikus, Budapest
Dr. Sipos Dávid – ideggyógyász, Kolozsvár
Dr. Szarka László – egyetemi tanár, Komárom
Dr. Szász István Tas – orvos, Leányfalu
Dr. Tamás Ernő és Sedlmayer Ella – Sopron
Dr. Tibori Szabó Zoltán – szerkesztő, egyetemi tanár, Kolozsvár

XK KORUNK

FÓRUM • KULTÚRA • TUDOMÁNY

alapítási év:

1926

A Kárpát-medence egyik legrégebbi alapítású magyar nyelvű folyóirata
értelmiségi fórum – kisebbségi szemle – nemzetiségi intézmény
az erdélyi és európai hagyományok ötvözete
híd az erdélyi és egyetemes magyar tudománypublikálás,
irodalom és művészet között

**KORUNK – KORUNK AKADEÉMIA
KOMP-PRESS – KORUNK STÚDIÓGALÉRIA**

**TÁMOGASSA A KORUNK FOLYÓÍRATOT
ÉS INTÉZMÉNYRENDSZERÉT**

Anyagi támogatása lehetséges módozatairól a korunk@gmail.com email címen,
a (0040) 264-375-035 és (0040) 742-061-613 telefonszámokon, konkrét felvilágosítást nyújtunk.

www.korunk.org
<http://epa.oszk.hu/00400/00458>

*Segítségével a KORUNK
és intézményrendszere
életben maradásához járul
hozzá. Köszönjük!*

SZÁMUNK SZERZŐI

A lapszámot szerkesztette:

Egri Petra és Tamás Ildikó

(vendégszerkesztők), **Győrfly Gábor**

Bagyura Márton (1990) – szociológus, PhD, tanársegéd, Pécsi Tudományegyetem, Pécs

Bókay Antal (1951) – irodalmár, ny. egyetemi tanár, az MTA doktora, Pécsi Tudományegyetem, Pécs

Egri Petra (1990) – egyetemi adjunktus, PhD, tanszékvezető, Pécsi Tudományegyetem, Pécs; tudományos munkatárs, Magyar Művészeti Akadémia Művészetelméleti és Módszertani Kutatóintézet, Budapest

Esküdt Judit (1981) – doktorandus, Corvinus Egyetem, Budapest

Gulyás Klára (1980) – egyetemi adjunktus, PhD, Sárospataki Református Hittudományi Egyetem, Sárospatak

Jáger Luca (2004) – egyetemi hallgató, Pécsi Tudományegyetem, Pécs

Keszeg Anna (1981) – kultúrakutató, PhD, BBTE-MOME, Kolozsvár – Budapest

Kollár Csilla (1985) – művészettörténész, MNM Újkori Textilgyűjtemény, Budapest

M. Nagy Emese (1974) – táncművész, MMA művészetelméleti ösztöndíjas, Budapest

Maksa Gyula (1975) – médiakutató, egyetemi docens, Pécsi Tudományegyetem, Pécs

Orbán Jolán (1962) – irodalmár, egyetemi tanár, Pécsi Tudományegyetem, Pécs

Prém Kata Zsófia (1998) – doktorandus, Miskolci Egyetem, Miskolc

Restás Attila (1968) – irodalomtörténész, PhD, Magyarországi Kutató Intézet, Budapest

Rüsz-Fogarasi Enikő (1966) – történész, egyetemi tanár, BBTE, Kolozsvár

Szélpál Livia (1978) – irodalmár, egyetemi adjunktus, Szegedi Tudományegyetem, Szeged

Tamás Ildikó (1974) – néprajzkutató, kulturális antropológus, tudományos főmunkatárs, ELTE HTK Néprajztudományi Kutatóintézet, Budapest

Tivadar Andrea (1991) – festőművész, Szatmárnémeti

Tórnó Ákos (2000) – doktorandus, ELTE, Budapest

Zay Orsolya (1987) – régész, viselet-történész, Magyar Művészeti Akadémia Művészetelméleti és Módszertani Kutatóintézet, Budapest

TÁMOGATÓK



Nemzeti
Kulturális
Alap



iskola
alapítvány

„A kortárs divat jelen ideje instabil, folyamatosan elcsúszó állapot, amelyben az időrezsimek egyaránt aktívan jelen vannak. A kortárs divat konstatálja a jelen időkrízisét, miközben annak kritikai terepe is: olyan médium, amely képes láthatóvá tenni a jelen paradox időlogikáit, és újragondolni az emberi test, az anyag és az idő egymáshoz való viszonyát. A paradoxon folyamatos fenntartása lehetőséget teremt arra, hogy a test felöltöztetése kilépjen a kortárs fogyasztási rendszer mókuskerekének logikájából.”

(Keszeg Anna)

ISSN 1222 8338



10 LEJ
950 FT

MODA
FASHION