

# MŰHELY

Horváth Anna:

## Ki? Mikor? Hol?

*„... a Divat-jel, mint minden olyan jel, amely az úgynevezett tömegkultúra belső terméke, ... egy egyedi fogalom és egy közös képzet találkozásánál helyezkedik el, egyszerre kényszerként és igényként.”*

Roland Barthes, 1999, 162. old.

### 1. Előszó

Sok mindent lehetne kiemelni Roland Barthes A Divat mint rendszer című munkájából. Ez a dolgozat, mely a divat kérdését boncolgatja, a „jelölt retorikáját” szeretné vezérfonalul választani, a „ki? mikor? hol?” kérdéseket, hogy ezen kérdésfeltevés segítségével nyújthasson ahhoz, hogy a divat természetének egy szeletét áttekintsük. Ehhez azonban egy rövid betekintés szükséges Barthes elméletébe.

Barthes szerint ezekre a „ki? mikor? hol?” kérdésekre találjuk meg a választ az írott Divatban, vagyis inkább találja meg ezeket a válaszokat a Nő a különböző magazinokban, ezeken keresztül teremtve identitást és követendő álolmlét-példát önmaga számára. Barthes-nál a ruházat jel, a Divat és a világ jelölt, „retoriká”-ja helyezi ezt a ruházatot, mint jelet, a „világ”-ba, megalkotva ezzel egy romantikus „víziót”, jó néhány sztereotípiával. A retorika teremti meg a Divat legitimitását az identitás befolyásolására, mindenhatóságának képzetét. Ez olyan mondatokban lát napvilágot, mint: „ezt a blézert, amelyért talán még Proust is rajongana, olyan angломán fiatal lányoknak szánjuk, akik vakációjukat a tengerparton töltik.” E vízió keresztül sugallhat a Divat személyiségeket (lenni [*être*]), élethelyzeteket (tenni [*faire*]), illetve ezek kölcsönhatásait. A Divat tehát „elbeszéléssé vált”, és ezt írott formájának elterjedése hozhatta létre.

A „ki? mikor? hol?” kérdésekre adható válaszok elemzését többek között Marshall Sahlins (1976) gondolta tovább. Szerinte azáltal, hogy ezekre a kérdésekre az öltözkö-

## MŰHELY

dés választ ad, újrateremti, reprezentálja a társadalmi csoportok közötti különbségeket, méghozzá éppen azért, mert ezeket a különbségeket világosan elkülönítve láthatóvá teszi.

Fontos szerepe van Sahlinsnál a divatnak a „férfias”- „nőies” dichotómia újrateremtésében. Ezt a kérdést Barthes meglehetősen leegyszerűsíti: szerinte a Divat már eleve csak nőknek (a Nőnek) szól, ezért lehet teljesen más értelme a „nőies” és a „férfias” jelzőnek. A magazinok retorikai diskurzusa ismeri a társadalomban meglévő nemi különbségeket: egy nő hordhat „férfias” ruhákat (pl. nadrág), de egy férfi nem hordhat „nőieseket” (pl. szoknya). Itt lép színre annak a jelentősége, hogy a divatmagazinok nőknek szólnak: ezáltal egy „nőies” ruhadarab utalhat konkrétan a nemi eszményre, a „fiús” inkább a fiatal kor kifejezésében játszik szerepet.

Sahlins szerint a divat megteremti a nőiesség és a férfiasság sztereotípiáit: a nőiességet jelölik a pasztell színek, az ívek, a lágy anyagok, a férfiasságot a sötét, a szögletes, a durva. A divat által ezek a különbségek objektivizálódnak, tárgyiasulnak, ezért sokkal könnyebb elfogadni, és nehezebb leküzdeni őket.

Dolgozatom első része az identitás és a divat fogalmát a „gender” fogalmával szeretné összekapcsolni. A mai értelemben vett divatot a tömegfogyasztás teremtette, aztán az önálló életre kelve a tömegfogyasztás identitáskialakító jellegének szimbólumává vált. Milyen következtetésekre juthatunk, ha Barthes homogén identitásfogalma helyett inkább a Sahlins által ebben a kontextusban felvetett gender-identitás fogalmat használjuk? Lehet, hogy a „Divat” nem csak a Nőnek szól?

Dolgozatom második része az elmélet után egy kutatási összefoglaló. Egy szűk csoport (a Budapesti Közgazdaságtudományi és Államigazgatási Egyetem hallgatói) közül egy 50 fős mintán vizsgáltam a fiatal férfiak és nők divathoz való viszonyát, hogy valóban kötődnek-e a különböző öltözködési mintákhoz meghatározható sztereotípiák; ezek a sztereotípiák függetlenek-e a nemtől, és hogy az öltözködés, ha kifejez is valamit, szándékosan teszi-e ezt már, bekerülve ezzel egy ördögi körbe.

## MŰHELY

### 2. A jelölt: nőiesség és férfiasság, mint a nemi különbségek reprezentációja

Ha azt mondjuk: „férfias”, vagy „nőies”, jó eséllyel a legtöbb embernek hasonló kép jelenik meg a szeme előtt. Az öltözködésbeli különbség a nemi szocializáció meghatározó jelensége a kislányok rózsaszín, a kisfiúk kék rugdalódzójától kezdve. Egy bevásárlóközpontban külön találjuk a férfi és női divatüzleteket, mára a női divatmagazinok mellett megjelentek férfiakkal szólók is. Ilyenformán gondolhatnánk Barthes nyomán: a divat úgy szól a Nőnek, mint a Férfinak is, mindkét nem számára adottak az öltözködésen keresztüli identitásteremtés lehetőségei és korlátai. Van azonban egy jelentős különbség, amit már Barthes is megemlített: míg a nő „elférfiasítása” megengedett, addig a férfi „elnőiesítése” „társadalmi tabu”. Ezért lehet más színezete a „nőies” jelzőnek.

A divat által sugallt „nőiesség”-nek többféle, különböző feltételezésekből kiinduló feminista kritikája létezik, ezek közül két markánsan különbözőt szeretnék bemutatni Llewellyn Negrin (1996) tanulmánya alapján.

#### *A „funktionalista” kritika*

Ennek a kritikának, mely a tizenkilencedik század végi feminista mozgalmakat jellemzi, egyik elvi kiindulópontja lehet Veblen tanulmánya, A dologtalan osztály elmélete. Szerinte az uralkodó osztály tizenkilencedik századi divatját a „hivalkodó fogyasztás” határozta meg: az a fogyasztás, ami a „pénzügyi erő bizonyítéka”. Ahogy Veblen írja:

*„Az öltözködésben különösen a javak feltűnő pazarlásának szabálya fejeződik ki, bár ugyanez példázza a pénzügyi jó hírnév egyéb, ezzel kapcsolatos elveit is. (...) az öltözködéssel kapcsolatos kiadásoknak ... megvan az az előnyük a legtöbb más módszerrel szemben, hogy öltözékünk mindig bizonyíték, s első pillantásra jelzi minden megfigyelőnek pénzügyi helyzetünket.” (Veblen, 1975, 196. old.)*

A női ruházatnak itt kitüntetett szerepe van, a férj tehetőségének bizonyítéka: annyira lehetetlenné tesz minden komolyabb fizikai cselekvést, hogy lerí róla: a feleség megteheti, hogy ne dolgozzon: „... a gazdasági fejlődés azon szintjein, amelyeken a feltűnő dologtalanságot nagymértékben a jó hírnév eszközének tekintették, a szépség-

## MŰHELY

eszmény finom és kicsiny kezeket, lábakat és karcsú derekat követelt.” (Veblen, 1975, 148. old.).

Eszerint a „hivalkodó fogyasztás normája” gyakorol nagy hatást az esztétikumra, annak megítélésére, hogy egy nő mikor szép. A különböző divatirányzatok igyekeznek kihangsúlyozni a női test egy-egy részletét, általában ez a kihangsúlyozás járul hozzá a fizikai munka lehetetlenségének bizonyításához. Ilyen például a fűző, amely által a női szépségeszmény meghatározó elemévé válhatott a karcsú derék. Egy nőnek tehát egy feladata van: reprezentálja férje helyzetét öltözködésével, és a megfelelő öltözködésen keresztül szépségével. A szépséget az aktuális divat határozza meg, a divatot pedig a hivalkodó fogyasztás normája. Ilyenformán a feleségnek hasonló szerep jut, mint egy dísz tárgynak.

A tizenkilencedik század végén, a feminista kritika a nő erotikus tárggyá való alacsonyítását támadja. Simone de Beauvoir írja:

*„A férfi ruhájának éppúgy, mint testének a transzcendenciájára kell utalnia, nem pedig a figyelmet felkeltenie; nála az elegancia és a szépség nem abban nyilvánul meg, hogy tárggyá teszi magát; általában nem is tekinti külsejét lénye kivetítődésének. A nőtől viszont maga a társadalom követeli meg, hogy erotikus tárggyá váljék. A divatoknak, melyeknek ki van szolgáltatva, nem az a céljuk, hogy autonóm egyéniségként mutassák be, hanem épp ellenkezőleg: különválasszák transzcendenciájától, és prédájául vessék a férfivágnak: terveikhez nem kap támogatást, épp ellenkezőleg, igyekeznek útját állni. (...) mindig a legkevésbé hasznavehető ruhák ... a legdivatosabbak.” (Beauvoir, 1969, 411. old.)*

A nő feladata, hogy tetsszen férjének, akitől cserébe szociális biztonságot kap.<sup>1</sup>

Annak érdekében, hogy elkerüljék azt, hogy a nő pusztán a „férfitekintet [*male gaze*] tárgya” legyen, a feminista mozgalmak a funkcionális ruházatot javasolták, a visszatérést az öltözködés „természetes”, kényelmes formájához. E törekvésnek a huszadik században is akadtak követői.

## MŰHELY

### *A „posztmodern” kritika*

Ezen kritika képviselői, például Anne Hollander, tagadják, hogy lenne pusztán funkcionális, „természetes” ruházat<sup>2</sup>, ugyanis már maga a funkcionalitás, a természetesség is kulturálisan determinált. Mindenfajta öltözködési stílus egyformán „mesterséges”, a test maga társadalmi konstrukció. „A ruha a test kulturális metaforája” (Wilson, 1992), a ruha teremti meg az embert, mint társadalmi lényt: egyrészt a közösséghez való alkalmazkodás, másrészt az egyéniség kifejezésének egyik eszköze.<sup>3</sup>

Elizabeth Wilson szerint a „nagy narratívák” megszűnésével a divat fragmentációja is bekövetkezett. Nem beszélhetünk „a” divatról, hanem csak különböző divatokról, melyek a különböző csoportok egymástól való megkülönböztetésének eszközei. Leegyszerűsítésnek tartja továbbá azt a megközelítést, hogy a nő pusztán áldozata a divatnak, mert ez nem veszi figyelembe a ruha által okozott esztétikai örömeket. Ha a divat és az öltözködés minden formája egyformán kulturálisan determinált, nem az a cél, hogy kilépjünk a divat világából, hanem az, hogy a divat keretein belül módosítsuk a játékszabályokat:

*„... a mai divatok ... a felszabadítás potenciáljával rendelkeznek ... A mai korban a divat denaturalizálja a testet, ilyenformán vetkőzve le magáról minden esszencializmust. Ez jó hír a nőknek, mivel az esszencialista ideológia elnyomó volt velük szemben. A divat játszik, játékosan áthágja a nemi határokat, felforgatja a sztereotípiákat, és képessé tesz minket arra, hogy felismerjük a nőiesség álcáját.” (idézi: Negrin, 1996)*

Ezzel szemben Hanson elismeri, hogy a divat szexuális tárggyá degradálja a nőt. Szerinte azonban nem ez a fő probléma, hanem az, hogy a férfi nem válik szexuális

---

<sup>1</sup> Azzal együtt, hogy a női ruházat a divat középpontjába került, a férfiruházat kikerült a divat hatásköréből. Ezt nevezi Flugel a „nagy férfias lemondás”-nak [*great masculine renunciation*].

<sup>2</sup> Barthes is ír a „funkcionális ruházat lehetetlenségéről”. Azáltal ugyanis, hogy egy öltözék nevet kap, gyártani kezdik, azonnal szimbólummá válik, az esőkabát már nem csak valami, ami véd az eső ellen, hanem az eső szimbóluma.

<sup>3</sup> Ennek az állításnak a kifejtése egy önálló dolgozat tárgya lehetne. A divattal kapcsolatban rengeteg kérdés felvethető, ez az írás azonban csak néhány részlet kiragadását tűzte ki célul.

## MŰHELY

tárggyá, azaz ez az esztétikai öröm nem nyitott a nők számára. A nők szerepe a passzivitás, holott a kölcsönös aktivitásra lenne szükség:

*„A feministák talán helyesen adnak tanácsot a passzivitás elhanyagolt jelensége ellen anélkül, hogy ezáltal megerősítenék azt a gondolatot, hogy egyedül a nők sorsa ez a szenvedés, egyedül a nők a tekintet természetes tárgyai. Noha a feminizmusnak talán lehetnek a férfitekintettel szemben őszinte panaszaik, egy pillantás engedésének dühös visszautasítása talán kevés ahhoz, hogy felülkerekedjünk egy szűklátókörű világon. Sőt, ott a kétségbeejtő lehetőség, hogy a férfitekintet feminista visszautasítása nem megreformálja, hanem megerősíti a filozófia rettegését a passzivitástól és a testnek azáltal való leértékelődésétől.”* (idézi: Negrin, 1996)

„Ki? Mikor? Hol?”

Hogyan lehetne ezen kritikák alapján újraértelmezni a barthes-i kérdésfeltevést? Egyáltalán, újra kell-e értelmezni? Azok a momentumok, amelyeket a feminista mozgalmak kihangsúlyoznak, azt sugallják, igen. A „ki? mikor? hol?” kérdések úgy tűnhet, „nemsemlegesek”: az öltözködés és a divat azon sajátosságaira nem világítanak rá, amelyeket „aktív”, illetve „passzív” szerepként ismertünk meg e kritikák alapján. Természetesen ezeknek a kérdéseknek a megválaszolásával is felfedezhetünk nemi különbségeket (amikkel Barthes ilyenformán nem foglalkozott), azonban ezek a válaszok inkább utalhatnak a nők és a férfiak öltözködéshez való, mintsem egymáshoz való viszonyára. A megismert kritikák nem azt az állítást tagadják, miszerint a két nemnek különböző a divathoz való viszonya, hanem arra próbálnak rámutatni, hogy ez a viszony hogy határozza meg egymáshoz való hozzáállásukat. Ahhoz tehát, hogy ezt is be tudjuk építeni Barthes rendszerébe, egy új kérdést kell feltenni. Ez lehet a ‘kinek?’ kérdése, amely a nemek közötti relációkra, kapcsolatokra deríthet fényt. Ezen kapcsolatok jellegének, a relációk intenzitásának elemzésekor pedig nem máshoz juthatunk el, mint ahhoz, hogy megfejtsük az aktivitás-passzivitás jelenségét.

Ezáltal tehát már nem csupán arról van szó, hogy női divatmagazinok életmintái alapján, az öltözködésen keresztül a nők identitást teremtenek önmaguknak. Hanem egyrészt arról is, hogy a divat a férfiak számára is jelentős lehet (hiszen már vannak

## MŰHELY

férfimagazinok is: Neil Spencer (1992) szerint a nyolcvanas években a férfidivat (menswear) újjáéledt, egy évszázaddal a „nagy férfias lemondás” [*great masculine renunciation*] után, másrészt arról, hogy az öltözködésen keresztül a nők a férfitekintet passzív tárgyaivá válhatnak; sőt, miért ne feltételezhetnénk, hogy ez a passzivitás-aktivitás kölcsönössé válhat. Természetesen elvethetjük a divat merev kategóriáit, annak felszabadító jellegét sugallva, de ebben az esetben is figyelniünk kell az aktív-passzív momentumra, éppen a felszabadítás bizonyítása érdekében.

A „jelölt retorikáját” ma sokszor olyan mondatokban látjuk-halljuk megnyilvánulni, ahol a ‘kinek?’ kapja a főszerepet, férfiak és nők öltözködésével kapcsolatban egyaránt. Éppen ezért érdekes megnézni, hogy ez valóban jelentős változásokat hozott-e a „felszabadulás” terén. Kutatásomban ezért többek között azokra a kérdésekre kerestem a választ, hogy nemek szerint hogyan értelmezhető a „ki? mikor? hol?” kérdésfeltevés, vannak-e meghatározó különbségek ezek alapján, milyen szerepe lehet a ‘kinek?’ kérdőszónak, és nemek szerint arányosan bővíthető-e ezzel a barthes-i kérdéshármas.

### **3. „Ki? mikor? hol?” kinek?**

A kutatás során 50 hallgatót kérdeztem meg öltözködési szokásairól a Budapesti Közgazdaságtudományi és Államigazgatási Egyetemről. Öt különböző öltözékről kellett mindenkinek elmondania, hogy számára mit fejez ki (előre megadott szempontok alapján), majd le kellett írniuk, hogy ők szeretnék-e valamit kifejezni az öltözködésükkel, és ha igen, mi az. (Mindkét esetben meg kellett jelölni, hogy a később kifejtett szempontok közül - életkor, iskolázottság, nőiesség, férfiasság, stb. - melyiket tartják a ruha által kifejezettnek, vagy általuk kifejezendőnek. Amikor az egyes ruházatokat kellett jellemezni, azt nem csak a szempontok megjelölésével, hanem konkrét jelző megadásával kellett tenni: tehát amennyiben valaki számára egy öltözködési stílus az életkort hivatott kifejezni, a „fiatal”, vagy „középkorú”, stb. jelzőket írta a kérdőívre.)

Az öt kép alapján, amelyek öt öltözködési mintát ábrázoltak, annyiban lehet érvényesnek tekinteni a „ki? mikor? hol?” kérdéseket, amennyiben fellelhetők sztereotípiák a különböző ruházatokkal kapcsolatban. Ezeket a sztereotípiákat lehet vizsgálni nemek

## MŰHELY

szerint: melyek azok a tulajdonságok, amelyeket inkább férfiak, és melyek azok, amelyeket inkább nők emelnek ki. A 'kinek?' kérdőszó pedig, ami a nemek közötti kapcsolatra utal, a nőiesség, illetve a férfiasság kifejeződésében vizsgálható.

Legelőször szeretném megemlíteni az öltözködési mintákhoz kapcsolódó sztereotípiákkal kapcsolatos eredményt. A kérdőívek azt mutatják, hogy léteznek ilyenek, tehát a „ki? mikor? hol?” kérdésfeltevés érvényesnek tekinthető és tovább vizsgálható. Az első három leggyakrabban előforduló jelző ugyanaz volt nőknél és férfiaknál minden kép esetében, tehát ezeket a sztereotípiákat lehet nemtől függetlennek tekinteni. Azonban különbségeket lehet felfedezni akkor, ha megfigyeljük, a nők és a férfiak leginkább az öltözék mely aspektusára helyezik a hangsúlyt, azaz az említett három jelzőnek mi a fontossági sorrendje. Erre mutat rá a „ki? mikor? hol?” kérdések részletesebb elemzése.

„Ki?”

Minden egyes kérdés vizsgálatakor figyelembe kell venni azokat a különbségeket, amelyek a *kifejezési szándék* (mit szeretnék kifejezni az öltözködésemmel?), és a *vélt kifejezés* (mit fejez ki ez az öltözék számomra?) között vannak. Az elemzés során ezek kapnak kulcsszerepet.

A „ki?” kérdésre adható válaszok sokfélék lehetnek. Ide tartozik (a kérdőívben megfogalmazott kategóriarendszer alapján) az életkor, az iskolázottság, a vagyoni helyzet, a foglalkozás, az ízlés, a jellem, az életszemlélet. Ezek közül az első négy az, ami az emberek egymás közötti *viszonyában, formális hierarchiában* értelmezhető: társadalmi csoportokat, osztályokat kijelölő kategóriák. Az utolsó három pedig inkább magára az egyes emberre utal, a „belső lényeg”-re, az emberre *önmagában*, amely jelenthet ugyan társadalmi viszonyt, de formális hierarchia nélkül. Az előbbiekre „külső viszony”-ként, az utóbbiakra „belső”-ként fogok utalni, anélkül, hogy bármelyik esetében kétségbe vonnám Sahlins azon kijelentését, miszerint a divat már meglévő társadalom alakította különbségeket teremt újra és hoz felszínre.

A vélt kifejezés tekintetében a nemi különbségek elhanyagolhatóak. Azonban minden kategóriánál megfigyelhető, hogy a nők néhány százalékkal többet említik: ez a

## MŰHELY

különbség onnan eredhet, hogy a nőknél mind az öt öltözék esetében megfigyelhető, hogy átlagosan több jelzővel írják le azt, amit számukra a ruha kifejez. Ez már önmagában több későbbi következtetés alapja és megerősítője lehet. A fentebb említett elméletek a divat fogalmát nagyrészt a nőiesség fogalmával kötötték össze, onnantól kezdve, hogy a tizenkilencedik században a divat szinte a nők „privilegiumává” vált (lásd: „nagy férfias lemondás”). Ehhez képest apró az itt tapasztalt eltérés, ami a divat felszabadító jellegének hipotézisét támasztja alá: a divat már korántsem csak a nők „kényszere és igénye”. Legalábbis a látszat ez. Az egyenlőtlenségek akkor válnak láthatóvá, ha elemezzük a szándékolt kifejezéseket is.

A „ki?” kérdés kapcsán tehát két fontos kategóriát különböztethetünk meg: a külső, formális viszonyra, „osztályokra” utaló, és a belső(bb), inkább egyénre utaló jelzőket. Az utóbbiak esetében, ha a szándékolt kifejezéseket vesszük alapul, a férfiak aránya a magasabb, annak ellenére, hogy a vélt kifejezések esetében minden kategóriára a nők helyezték a nagyobb hangsúlyt. A százalékbeli eltérésekből az tűnik ki tehát, hogy a férfiak a nőkhöz viszonyítva jelentősebbnek tartják a formális hierarchia nélküli, belsőbb, „lelki” tulajdonságok kifejeződését, erre helyezik a nagyobb hangsúlyt, míg a nők a férfiakhoz képest a formális viszonyokra.

Anthony Giddens (1997) írja le azt a jelenséget, amely egy interjúk sokaságát végző kutatás következtetése. Férfiakat és nőket kérdeztek meg legfontosabb értékeikről, és azt találták, hogy a férfiak sokkal inkább mondanak „egyetemes” értékeket, mint például igazságosság, a nők pedig a legfontosabb értékeket inkább az emberi kapcsolatokban látják megnyilvánulni (pl. a szegények segítése). Ezek a következtetések érezhetően összeesengnek a divat kapcsán előbb említettekkel.

„*Mikor?*” és „*Hol?*”

Amennyiben az alkalom kifejeződését vesszük alapul, ezek a kérdések nehezen elválaszthatóak. Az alkalom kivetítését a kutatás szerint nők tartják fontosabbnak, ez főleg a szándékolt kifejezés terén tűnik ki. Egy alkalom kifejezése egy *társadalmi* szituáció kifejezése, az emberek közötti megjelenésé. Ugyanazt a választ kaptuk tehát, mint a

## MŰHELY

„ki?” kérdésre: a nők azok, akik inkább ezeken a kapcsolatokon keresztül teremtik meg identitásuk.

„Kinek?”

A barthes-i kérdéshármas kiegészítéseként ez az a kérdés, ami leginkább szolgál a férfiak és a nők viszonyának feltérképezésére. Arra ad választ, hogy mennyire fontos a férfiasság, illetve a nőiesség kifejezése a különböző nemek számára. Azt, hogy ezek a fogalmak mit is takarnak, minden válaszadónak magának kellett eldöntenie.

A vélt kifejezés kapcsán itt is kisebbek a különbségek. Mindössze három százalékponttal kevesebb férfi látta férfiasnak az öt ruházat valamelyikét viselőt (9%), mint ahány nő látta nőiesnek a különböző ruházatokat (12%). A szándékolt kifejezés esetében azonban e kérdés kapcsán a legkiugróbb a különbség. A nők ugyanis kiemelkedően fontosnak tartják nőiességük kifejezését (az alkalom kifejezése után ezt említik a legtöbben, 50%), míg a férfiak kevésbé (szinte legkevésbé, 19%).

Különbségek eddig is felbukkantak, de korántsem ilyen jelentős mértékben. Úgy tűnik, a „kinek?” kérdés feltevése releváns, sőt, a férfiak és nők viszonyának feltérképezésében a legfontosabb. A nőiesség és a férfiasság kifejezése tehát főszerepet játszik a kutatás eredménye szerint. Miért ilyen fontos ez, és hogyan tudjuk mindezek alapján leírni a már említett aktivitás-passzivitás motívumot?

### *A nőiesség és a nemi sztereotípiák*

Barthesnál a nőiesség és a férfiasság, „fiússág” egyaránt a nőkre vonatkozik, mint általában a divat is. Ezért a nők azok, akit mindent viselhetnek, engedélyezett számukra a „boy-look”, a férfiak azonban mindezt nem tehetik meg, „elnőiesítésük” társadalmi tabu. Sahlins egészíti ki ezt a rendszert azzal, hogy kijelenti: a divat hatásai a férfiakra is kiterjednek, azonban a nőiesség és a férfiasság még emellett is más-más szerephez jut: a női nem jelenik meg az öltözködésen keresztül a „jelölt nem”-ként [*marked sex*] (Sahlins, 1976), míg a férfiasság ennek a jelölésnek a hiányaként.

A feminista írók általában megkülönböztetik a biológiai nemet és a „gender”-t, mint a társadalom által konstruált nemet. A nőiesség és a férfiasság a genderhez kötődő fo-

## MŰHELY

galmak, mivel a gender értelmezhető a nemi különbségek jelölőjeként, a nemek közötti kapcsolatként. Judith Butler (1990) ír a nőiesség ilyen felfogásairól: Simone de Beauvoir, Monique Wittig és Luce Irigaray írásai alapján.

Beauvoir, Sahlinshez hasonlóan, a női nemet tartja a testével megjelölt nemnek. A női nem az, akit a szexuális jellegével lehet jellemezni, ezáltal a férfi felmagasztalódik, mint transzcendens személyiség (lélek). A nő a „Másik”, a második.

Wittig, mint Beauvoir, szintén a nőiességet tartja szexualizált kategóriának. A férfi az ember, az egyéniség [*person*], és csak egy gender van: a nőiesség. A férfiasság nem gender, az az általános, univerzális.

Irigaray szerint viszont a maszkulin diskurzusból a női nem „nem reprezentálható”, a nyelvi hiányosság és korlátoltság szimbóluma. Szerinte a „Másik” fogalma egy falloccentrikus jelölőstruktúra építőköve. Ezért új jelölő-jelölt rendszert kell alkotni. A nőiesség nem a megjelölt, ami negatívan definiálja a férfiasságot: Irigaray szerint a nőiesség nem értelmezhető relációban a férfiassággal a meglévő diskurzusból, ahol a férfiasság a jelölő és a jelölt is egyben.

Ha „a ruha a test kulturális metaforája”, ahogy Wilson írta, akkor a nőiesség megjelölt-jellegében a divatnak fontos szerep jut. Ezt támasztja alá mind Barthes, mind Sahlins értékelése. Ha az általuk használt diskurzuson belül maradunk (mint az egész dolgozat folyamán, úgy most is), akkor azt a megállapítást lehet tenni: a kutatás kimutatta, hogy a nőiesség divat által való kifejezése fontos, míg a férfiasságé nem az: a nőiesség egyenlő a „testi” hangsúlyozásával, ezzel szemben a férfiasság a testtől független, transzcendens fogalom. A nők a férfiak aktív élvezetének passzív tárgyai. Így kaptuk meg a választ a kérdésekre. Lehet mondani: érvényesek abban a diskurzusból, amit Irigaray szerint szét kell zúzni.

Azonban van egy jelentős különbség az eredeti kérdéshármas és a ‘kinek?’ kérdés között. Míg Barthes kérdései ugyanúgy hangozhatnak el nőnek és férfinak, csak a kapott feleletben lesz eltérés, addig a ‘kinek?’ kérdés feltevése úgy tűnik determinálva van az első három vélt válasza által, ezért is erősíthet fel vagy erősíthet meg minden különbséget.

# MŰHELY

## Irodalom

Barthes, Roland (1999): *A divat mint rendszer*; Helikon Kiadó, Budapest.

de Beauvoir, Simone (1969): *A második nem*, Gondolat, Budapest.

Butler, Judith (1990): *Gender Trouble*. Routledge, London.

Giddens, Anthony (1996): Szociológia, Osiris Kiadó, Budapest

Negrin, Llewellyn (1996): Feminism and Fashion: A Critical Appraisal in: *Arena Journal*, 1996/6

Sahlins, Marshall (1976): *La Pensée Bourgeoise - Western Society as Culture* in Culture and Practical Reason, University of Chicago Press, Chicago.

Spencer, Neil (1992): Menswear in the 1980s. in.: Juliet Ash - Elizabeth Wilson (szerk.): *Chic Thrills*, An Imprint of HarperCollinsPublishers.

Veblen, Thorstein (1975): *A dologtalan osztály elmélete*, Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, Budapest.

Wilson, Elizabeth (1992): Fashion and the Postmodern Body. in.: Juliet Ash - Elizabeth Wilson (szerk.): *Chic Thrills*, An Imprint of HarperCollinsPublishers.