

Dicsőség a kószálónak. Megjegyzések a flâneur társadalomtörténetéhez

Absztrakt

A Charles Baudelaire által létrehozott városi kószáló figurája, vagyis a flâneur Walter Benjamin *Párizs, a XIX. század fővárosa* című esszéje után az urbánus szubkultúrák ikonikus figurája lett. Azóta a flâneur retorikai alakzata nemzeti, etnikai és társadalmi nemi határokon átívelő karriert futott be. Miközben a modernitásban kialakuló nagyvárosi identitásmodellekről számtalan kutatás született, kevés szó esett arról, hogy a flâneur alakváltozatainak mi köze van az őt kitermelő politikai és társadalmi kontextushoz vagy éppen a társadalmi nemekhez. Ebben a tanulmányban azt vizsgálom, hogyan jelennek meg társadalmi nemi szempontok a flâneur női derivátumaiban (flâneuse), és amellett is érvelek, hogy a modernista szépirodalom nemcsak az elbeszéléstechnikát újította meg, hanem mediális jellege miatt komoly szerepe volt a városi tömegkultúra és az urbánus identitásmodellek kialakulásában.

Szerző

Hermann Veronika (1986) az ELTE BTK-n végzett magyar, kommunikáció és összehasonlító irodalomtudomány szakokon, 2015-ben doktorált ugyanitt az Irodalomtudományi Doktori Iskolában. Az ELTE BTK Média és Kommunikáció Tanszék adjunktusa, a *Balkon* és a *Médiakutató* című folyóiratok szerkesztőségi tagja. Kortárs magyar irodalomkritikával, identitáselméletekkel, hidegháborús tömegkultúrával és ezek különféle kombinációival foglalkozik. 2020-ban jelent meg első könyve *Helyettem a nyelv. Identitáspolitikák az irodalomban* címmel.

<https://doi.org/10.31176/apertura.2019.15.4.4>

Dicsőség a kószálónak. Megjegyzések a *flâneur* társadalomtörténetéhez

Számos könyv, tanulmány és kritika foglalkozik azzal, hogyan alakult ki a divat rendszere a modernitásban, hogyan jelent meg a második ipari forradalom egyik eredményeként a tömegizlést nemcsak kiszolgáló, hanem instrumentalizáló középosztálybeli divat, ahogyan azzal is, mi köze van a társadalmi nyilvánosság polgárosodásának és a fogyasztás társadalmi rendjének egymáshoz. Ügyszintén komoly szakirodalma van a divat kortárs megnyilvánulásai és rendszerei mögött megtapasztalható társadalmi jelenségeknek, legyen szó akár a divatipar gazdasági visszasságairól, az antropológiai és etnológiai jegyeiről vagy éppen a divatban fellelhető hatalmi mechanizmusok természetéről.

Ebben a tanulmányban – mindezeket tiszteletben és figyelemben tartva – azonban arra teszek kísérletet, hogy a nyugati kultúra egyik fontos urbánus identitásmodelljén, a *flâneur* 19. században kialakult figuráján keresztül mutassam be azt a mentalitást, amely megteremtette a modern fogyasztói identitások alapját, és a nyugati típusú divatviselkedés egyik keretfogalmaként szolgál. A *flâneur*, a városi kószáló az első olyan, jellegzetes identitásmarkerekkel rendelkező figura, aki a 19. században korábban megszokott névtelenség és arctalanság után nemcsak az egyéniség, az individualizmus és a tömegből való kiemelkedés igényével jelentkezett be, hanem ráadásul fogyasztásának és kószálásának mindenkor ideje a jelen. A *flâneur* az első jól azonosítható figura, amely a *flâneur* fogyasztó paradoxonját, vagyis a tömegből való kiemelkedés vágyát és közben a fogyasztás révén való uniformizálódást saját gyakorlataiban egyesíti. A városi árufétes egyik lehetséges létrehozója, a jelent szemlélő, de abban egyúttal fogyasztóként részt vevő *flâneur* motivációit ugyanúgy a tömegtársadalom gesztusai és a város felülről szabályozott működési mechanizmusai hozzák létre, ahogyan a 20. század folyamán a divat mai értelemben vett fogyasztójának és interpretátorának cselekedeteit.

1. Bevezetés: a *flâneur* lehetséges kontextusai

A *flâneur*, a városi kószáló, az átmenetiségben létező, magányos megfigyelő a modernista nagyvárosban kialakuló tömegfogalommal együtt, annak melléktermékeként, de bizonyos értelemben ellenpontjaként jön létre. Dinamikus, mobilis figura, a modern árufétes megtestesítője, tekintet, amelyből kitörlődnek a személyes jellegzetességek: olyan allegória, amelyben a város egyszerre válik a nézés tárgyává és műveletévé. A *flâneur* Charles Baudelaire és a 19. század teremtménye, a 20. században Walter Benjamin tette meg az urbánus identitás ikonikus alakjává,

és ma is számtalan derivátumával találkozhatunk a nagyvárosok tereiben. A hipszteridentitás markerei meglepő hasonlóságot mutatnak a *flâneur* jellegzetességeivel: mobilis, urbánus konstrukció, amely először valódi kulturális és társadalmi téttel bíró ellenkulturális és szubkulturális színterek szereplője volt, később pedig a mainstream kultúrába olvadt. Hipsztereknek először azokat a jómódú, fehér fiatalokat nevezték, akik az 1920-as évek harlemi reneszánsza idején a fekete kultúra termékeit fogyasztották. Az 1940-es évek végén jelentkező beat-irodalom képviselői ugyancsak hipsztereknek nevezték magukat. A harmadik generációs hipszterek a 2000-es évek közepétől stílusközösségként határozzák meg magukat, melynek jegyeit a társadalmi nosztalgiára kereskedelmi stratégiát építő *vintage* termékek fogyasztása alakítja (ld. Hermann 2012). A két fogalom és a mögöttük lévő társadalmi rendszerek összehasonlító elemzése nemcsak a két identitáskategória, hanem a modernitás és a későmodernitás médiakultúrájának megértését is magával hozza. Egyelőre az is csak töredékekben tematizálódott, hogy a *flâneur* variációi hogyan válnak a 20. század első évtizedeiben társadalmi nemi értelemben univerzálissá bizonyos kulturális, szociokulturális vagy politikai kontextusok hatására.



„Városligeti” Lóversenytér a későbbi Népstadion helyén (1912).

Adományozó: Schmidt Albin. Forrás: fortepan.hu

E folyamatban a 19. századi női szerzők, vagy éppen a mikrotörténetírás módszertanával felfejtett, privát és közéleti határán lévő női történetek, ugyanúgy fontos szerepet játszanak, mint az 1920-as években, a hipszterek első generációjával párhuzamosan megjelenő amerikai „*flapper girl*” konstrukciója vagy ugyanekkor Európában Chanel modernitás-, divat- és nőkonceptiója és Virginia Woolf regényhősei. A mentalitástörténeti, a tömeg- és az elitkultúra dokumentumait egyaránt forrásértékűnek tekintő kutatás olyan interkulturális nézőpontból fogalmazhat meg állításokat a női kószálás, illetve a nők, a társadalmi elnyomás és a város viszonyáról, amely a kortárs feminista tendenciák megértését is árnyalhatja.

Az urbánus kószáló kialakulása, változatainak elterjedése evidensen veti fel a mediatizált tömegkultúra, a társadalmi nosztalgia és az identitás kapcsolatát is. Ezekről a sok szempontból vonzó figurákról, a kulturális színterekben betöltött szerepükről, illetve a társadalmi nosztalgiát metaforizáló természetükről számos kutatás született angol nyelven (ld. Gluck 2003; Shaya 2004).

Nincsen azonban olyan átfogó, egyszerre társadalomtörténeti és analitikus munka, amely azt a folyamatot vizsgálná, hogyan lesz egy 19. századi, nyugat-európai figura alakváltozataiból az egész 20. századon átívelő, végül nemcsak az alternatív kulturális identitásokhoz, hanem kifejezetten a fősodorbéli tömegkultúrához tartozó, retorikailag és antropológiailag egyaránt értelmezhető jelenség. A *flâneur* viszonya a tömegkultúrához egyfelől egyértelmű, hiszen elterjedését is ennek köszönheti: a városi terek, témák és identitások népszerűvé, a szabadidő eltöltésének új módozatai vagy éppen az ezekhez kapcsolódó privilégiumok rendszere pedig magától értetődő módon tette vonzóvá a *flâneur* és az abból kialakuló, annak jegyeit hordozó hipszter modelljeit. Ez a viszony, különösen, ami a 20. század második felét illeti, azonban nagyon bonyolult is, mert nemcsak a tömegkultúra és a tömegmédiák elsődleges szintjét kell vizsgálni, hanem azokat a reprezentációs láncolatokat is, amelyeket már a tömegkultúra önmagáról létrehozott képzetek alakítottak ki.

Mindennek tágra értett időbeli meghatározottsága az 1860-as és 1960-es évek között van, kulcsszavai pedig a *flâneur*, a *cool*, a hipszter, a populáris kultúra, a médiaesemény, a társadalmi nosztalgia és a kulturális appropriáció. Ezen fogalmak segítségével azt elemzem, hogy a populáris (vagy akként értett) kultúra termékei – mint fiktív, narratív struktúrák – hogyan válnak az identitás performatívumaivá, hogyan határozzák meg az egyéni és a közösségi önelbeszéléseket, milyen politikai fogalmakat hoznak létre vagy játékba, és végül: hogyan konceptualizálják a nosztalgia, a közösség, az egyén, a tapasztalat és az emlékezet fogalmait. A *flâneur* és a hipszter figurái újraírják a valódi és metaforikus mobilitás szabályait ugyanúgy, mint a tér és az idő társadalmi konvencióit. Jelen munka értelmezési keretében nemcsak a társadalmi és egyéni identitás kérdései kerülnek előtérbe, nemcsak az, hogyan határozza meg az egyén magát a saját múltjának vélt tapasztalatán keresztül, hanem a szerzőség és a láthatóság fogalmai ugyanúgy játékba kerülnek: Ki állítja elő a múltat? Ki birtokolja a múltból alkotott, mediatizált képzeteket, ha azok az egyéni és a társadalmi emlékezetbe szervesülnek? Hogyan hoznak létre a városi terek különböző történeti korszakokban is hasonló identitásmodelleket? Hogyan válik az egyéni nosztalgia a jelen, egyben pedig a személyes élettörténet narratív szervezőelemévé?



Erzsébet tér, Semmelweis Ignác szobra (Stróbl Alajos, 1906),

Ez a dolgozat egy hosszabb kutatás bevezetőjeként is olvasható munka, amely a fentebb kifejtett, átfogóan mindeddig nem exponált összefüggések feltárására tesz kísérletet. A bevezető – jellegénél fogva – a legfontosabb elméleti és módszertani irányok mellett nagy vonalakban bemutatja azt a folyamatot, amely a modern nagyváros kialakulásának feltételeit a kulturális termékeken keresztül utaztatta, tette láthatóvá, és emelte be egy olyan metadiskurzusba, amely ezeket az elsődleges vonatkozásokat nemcsak 20. századi identitásmodellek alakítójává, de a társadalomtudományok meghatározó témáivá tette. Ebben a dolgozatban elsősorban arra teszek kísérletet, hogy a *flâneur* kialakulásának és elterjedésének módozatait vegyem sorra, különös tekintettel Walter Benjamin koncepciójára, amely a 19. század után a 20. században is megalapozta a figura karrierjét, és – feltételezésem szerint – egy kontinenseken és évtizedeken átívelő jelentővé tette azt. Noha eredeti jelentése szerint a *flâneur* a tömegbe beolvadó, mégis azon kívül maradó, szemlélődő figura, én mégis amellet fogok érvelni, hogy egyben a nagyvárosi kulturális fogyasztás első jelentős allegóriája is. Amikor Charles Baudelaire először rögzíti a kószáló jellegzetességeit, kiemeli, hogy a divathoz hasonlóan a jelenbeli pillanat őrzője, ugyanakkor képes a jelenre való rácsodálkozás tanulságait egy komplexebb, kulturális emlékezeten és kulturális fogyasztáson alapuló rendszerbe illeszteni. Walter Benjamin, aki nyilván inkább saját, mintsem a 19. század idejének feltételrendszereiről értekezik a modernitás kapcsán, a *flâneur* alakját ugyancsak egy olyan sorba illeszti, amelynek elemei vagy kifejezetten a tárgyi kultúrához, vagy az azon keresztül létrejövő társadalmi tapasztalathoz kapcsolódnak. A nagyvárosban kialakuló társadalmi csoportok – amelyekre a német szociológia klasszikusai már a 19. században *tömegként* referálnak – a fogyasztáson keresztül határozták meg társadalmi státuszukat. A *flâneur* jellemzésében a kívülállás nem pusztán a tömegbe való beolvadás és kívülmaradás dinamikáját jelenti, hanem azt is, hogy a városi terekben, kávéházakban találta föl magát, amelyek a társadalmi nyilvánosság mellett a fogyasztás helyszínei is voltak. A modernista nagyváros és a második ipari forradalom újdonsága a fogyasztáson keresztül létrejövő tudatosság, amely a városi kószálónak is sajátja volt. A szemlélődés kontemplatív tevékenysége ugyanis egy finoman megtervezett identitáskonstrukció egyik részlete volt csupán.

2. A *flâneur* és a nagyvárosi tömegkultúra legendái

A 19. század második felében lezajló második ipari forradalom és az azzal járó modernizációs folyamatok nemcsak a mai értelemben vett nagyváros tereit, hanem új típusú mentalitásokat, ezeken keresztül pedig urbánus identitásmodelleket is létrehoztak. Walter Benjamin híres esszéjében (Benjamin 1969) a „19. század fővárosaként” értett Párizsban a vasút, a passzázs vagy a világkiállítás mellett a *flâneurt*, vagyis a városi kószálót is a modernitás keretfeltételei közé sorolja, amely az *ancien régime* utáni nyugati kultúra első, önmagát a városon keresztül meghatározó figurája. Az urbánus kószálónak szentelt kutatásokban azonban viszonylag kevés szó esett arról,

hogyan a *flâneur*, a *dandy* és a hipszter urbánus identitáskategóriái hogyan alakították a *cool* fogalmát, és hogyan hozták létre a fehér popkultúrát felforgató szubkulturális csoportokat, majd az 1950-es évek végétől kezdve – a *beat*, a *rockabilly* és a pop art közreműködésével – azt, amit ma egyszerűen szólva globális popkultúrának nevezünk. Az eredetileg „hűvös” jelentésű *cool* szlengbeli változata az 1940-es évek végétől a cool jazz és a beat-irodalom körül megjelenő szubkulturális csoportok jelzője lett, és rövid időn belül a kulturális ellenálláshoz kapcsolódó viselkedésformák ernyőkifejezésévé vált. A cool egyszerre nyilvánult meg az öltözködés szimbolikusságában és részletgazdagságában és a viselkedésmódban is, amely általában a fekete kultúrához való tartozás kifejezését és a mainstream, középosztálybeli kultúra elutasítását jelentette. Joel Dinerstein amellett érvel *The Origins of Cool in Postwar America* című monográfiájában, hogy a *cool* mozgalomban kialakult identitásformák előzményei a fekete kulturális ellenállás, a fehér munkásosztály attitűdje és a felsőosztálybeli dandy fogyasztáson keresztül kifejezett kívülállóság. (Dinerstein 2017: 7-37.) A *flâneur* egyfajta angol felsőosztálybeli derivátuma a *dandy*, amely figura az öltözködésen, az aprólékosan megtervezett külsőn keresztül közvetít társadalmi üzeneteket. Roland Barthes francia irodalomtörténész a *dandy* jelenségéről írt híres esszéjében kifejti, hogy a 19. század végére megszűnik a megjelenés „természetesként” vagy istentől kapottként való tételezése: a részletek kidolgozása tudatos esztétikai koncepció részévé, egyben a társadalmi identitás hordozójává válik (Barthes 2005: 60–65.). A *flâneur* viszonya a tömegkultúrához egyfelől egyértelmű, hiszen elterjedését is ennek köszönheti: a szabadidő eltöltésének új módozatai vagy éppen az ezekhez kapcsolódó privilégiumok rendszere magától értetődő módon tette vonzóvá a *flâneur*, angolszász változata, a *dandy* és az Atlanti-óceán másik partjára az irodalmi szövegeken keresztül átszivárgó, a jazzkultúrához kapcsolódó hipszter modelljeit.

Charles Baudelaire a *flâneur* figuráját tulajdonképpen tematizáló, elhíresült esszéjében arról ír, hogy a divat nemcsak az öltözködés története vagy az aktuális divatirányzatok összessége, hanem rendszer, amely képes a mindenkori szépségideálok és kortárs kulturális műveletek beíródási felületeként (is) működni. „A szépnek van egy örök, változatlan része, amelynek a kiterjedését igen nehéz megállapítani, és egy viszonylagos, a körülményektől meghatározott része, melyet külön-külön, vagy ha úgy tetszik együttesen, a kor, a divat, az ízlés, a vonzalmak alakítanak” (Baudelaire 1964: 131). Ugyanezen írás második, *A korrajz* és harmadik, *A művész, a világfi, a tömegek embere és a gyermek* című alfejezeteiben Baudelaire a költészetében is megjelenő retorikai alakzat, a *flâneur*, vagyis az urbánus kószáló alakjáról értekezik, akit éppen a mindenkori jelent felfedő kortárs művészeti ágakhoz, többek között a divat bizonyos reprezentációihoz kapcsol. „Megfigyelő, csavargó, filozófus, nevezzék ahogy tetszik, ám ha jellemezni akarják az efféle művészeket, bizonyára észreveszik, hogy olyan jelző illeti meg őket, amely az örök dolgok, vagy legalábbis tartósabb dolgok festőjére, heroikus vagy vallásos művek alkotóira nem alkalmazható” (Baudelaire 1964: 132). Sok évtizeddel később Walter Benjamin dolgozata előveszi Baudelaire modernitás-meghatározását és saját korára vetíti, amikor már evidenssé válik a tömeg és az egyén között lévő feszültség: ahogyan Baudelaire sem véletlenül hivatkozza már 1863-ban Poe lábadozó elbeszélőjét *A tömegek embere* című novellából. A modernitás feltételrendszereinek megvalósulása, a fogyasztás tereinek és műveleteinek sokasága, a kortárs élmények és a kortárs művészet közötti kapcsolat

relativizálása, a *flâneur* városi terek és kulturális formák közötti csapongása, a társadalmi normák fogyasztáson keresztül történő átalakítása rajzolja ki a nagyvárosi identitásmodellek és mediatizált terjedésük modernista hagyományát.

A *tömegek embere* című novella főhőse betegségéből való lábadozás közben, egy kávéházi ablak mögül szemléli az épület előtt hömpölygő embereket. Baudelaire érvelése szerint a *flâneur* annyiban más, mint a *dandy*, hogy megvan benne a gyerekekre és a lábadozókra jellemző szenvedély, lelkesedés és kíváncsiság, ami a *dandy* szenvtelenségéből hiányzik. Az üveg mögül az embereket figyelő, betegség és egészség, gyermeki rácsodálkozás és felnőtt zsenialitás, kíváncsiság és tudatosság határain billegő *flâneur* nemcsak ezektől a kettősségektől, vagy éppen az állandó otthontalanság és kóborlás állapotától, lesz a modernitás egyik legfontosabb alakja, hanem attól a képességétől, hogy megérti az egyes történeti korszakok és a mindenkori jelenidejűség kapcsolatát, átfogalmazza a kortársiasság tapasztalatainak hálózatát, egyszerűbben fogalmazva: a modern nagyváros és a médiarendszerek interpretátora lesz, ahogyan azóta ez megszokottá vált a nagyvárosok és a konvergens médiarendszerek kontextusában. Igen hangzatosak Baudelaire szépen megírt esszéjének a *flâneur*re vonatkozó állításai – például „az élet szerelmese a nagyvilágból szedi össze házanépét” (Baudelaire 1964: 136) –, az esszé valódi tétje mégis az esztétikai kategóriák történeti vonatkozásának új modellje. Amikor a kanonikus múzeumi terek vagy irodalomtörténeti korpuszok megismerhetőségének lehetetlenségéről van szó, vagyis arról, hiába ismeri valaki a legfontosabb szerzőket, ha közben elszalad a kismesterek, a korrajzok, a mindenkori jelen kontextusát megrajzolók előtt, akkor az idő társadalmi tapasztalatának mediális és ipariális átalakulásáról beszélünk. Baudelaire a saját idejében rögzíti azt, amit a média- és kultúratudomány a globális mediális rendszerek létrejöttének nevez. A nagyváros jellegzetes részleteinek kialakulása, a vasút, később pedig a városi tömegközlekedés elterjedése, a telegráf és a távíró megjelenése nemcsak az időtapasztalatot írta át, közelebb hozva a mindenkori jelenidejűséget az idő múlásához, hanem a tér és a távolság fogalmait is átrendezte. Az ezzel egy időben népszerűvé váló, a jelen rögzítésére koncentráló magas- és tömegkulturális formák és társadalmi mentalitások erre a felgyorsult, urbanizálódó és középosztályosodó társadalmi nyilvánosságra adott reakciók, egyben reflexiók voltak.

A *flâneur* nemcsak a nagyvárosi terek vonzó csavargója, hanem a kialakuló tömegkultúra, a tömegmédiák rendszerbe szerveződő mátrixának metonímiája. Ugyancsak a modernitás eszmerendszerének fontos megállapítása, hogy a múltbéli alkotások értékét sokszor pontosan a múlthoz kötöttségük jelenti, és a megismerhetőségnek ez a történeti struktúrája a jelenre is vonatkoztatható. Aligha véletlen, hogy Baudelaire kortársa, a *flâneur* alakját – kevésbé rendszerszerűen, de – ugyancsak felrajzoló Victor Fournel a *flânerie* lényegét megfigyelés és emlékezet dinamikus feszültségében látja. A *flâneur* kószáló alakja azért válik alkalmassá a terjedésre, mert ebben az alakzatban egyesül a mediális, az ipariális és a kulturális változások modernista sorozata. A tömegtársadalom szemlélője úgy vizsgálja a kortárs társadalmi nyilvánosság alakulását és működését, hogy közben rendszerszerű modelleket alkot belőle.

Az elidegenedés nemcsak a nagyvárosi formulák, a gázvilágítás és az elektromosság terjedésének,

hanem a fogyasztás és a vásárlás új tereinek is köszönhető. Émile Zola *Hölgyek öröme* című, a párizsi *Le Bon Marché* áruház mintájára bemutatott fiktív áruház kialakulását feldolgozó regénye arról szól, hogy a vásárlás immáron nem a praktikum, hanem az esztétikum hatókörébe kerül: az ízlés leválasztódik a természetesség kategóriájáról, a tömeg és a tömeget szemlélő idegen feszültsége pedig létrehozza a nézés/megnézés fétisét. Elizabeth Wilson a divatelmélet egyik alpművének tekintett, *Adorned in Dreams – Fashion and Modernity* című monográfiájában nemcsak amellett érvel, hogy mindezen jelenségek nyomai a 19–20. századi (francia) irodalomban is fellelhetők, hanem adottnak feltételezi azt, hogy – ahogyan az utca mindenki terepévé válik – a kívülálló, az idegen megfigyelő alakjai kiemelt szerephez jutnak az új társadalmi rendszerekben (Wilson 2003: 134–155.). Az új társadalmi rendszer pedig új gazdasági folyamatokat hozott: a kötött piaci ár megszüntette az alkudozást, a piaci folyamatok racionalizálása pedig a munkaerő és a szabadidő koncepcióinak megváltozását is magával hozta. Nem véletlenül érvel Benjamin amellett a *flâneur* igazi karrierjét (és új apoteózisát) megalapozó esszéiben, hogy a kószáló és a város tereinek legfontosabb viszonyrendszere a tekintet. A dolgozat következő alfejezetében arra is ki fogok térni, hogy a női *flâneur*, vagyis a *flâneuse* megjelenő alakja hogyan teszi éppen ezt a tekintetet, a nézés és a látvány kulturális koncepcióit saját politikusságának alapjává.

A *flâneur* ugyanis – legalábbis, ami a 19. század végi konstrukciót illeti – kevésbé politikai, mintsem esztétikai és poétikai alakzat. Éppen emiatt alkalmas arra, hogy mediális közegeken keresztül (ideértve természetesen a szépirodalmat is) terjedjen nyelvek és kultúrák között, mint a kulturális fordítás afféle megtestesült gyakorlata. Jürgen Habermas ismert korai elmélete szerint a 19. század közepén kialakuló polgári nyilvánosság a század végére – a tömegmédiák, elsősorban a folyóiratok és napilapok elterjedése és bulvárosodása miatt – hanyatlásnak indult, és a századvég társadalmi szerkezetének modellje a bűnügyekre, szenzációkra kíváncsi tömeg lett. A felgyorsulás azonban nemcsak a tömegnek és a vele szemben álló idegennak kedvezett, hanem a fogyasztásnak és a terjesztésnek is. A 19–20. század fordulóján az ezen társadalmi jelenségek hatására átalakuló társadalomtudomány (ld. Georg Simmel mikroszociológiai megfigyelései a nagyvárosi élet elidegenítő képződményeiről ^[1]) és a modernista szépirodalom is elemzés és leírás tárgyává tette a nagyvárosi élet és a fogyasztás társadalmi gyakorlatait. Marcel Proust, Henry James vagy később Virginia Woolf és Edith Wharton szövegeiben a tárgyak leírásai és kontextusai képesek teljes társadalmi struktúrákat bemutatni. *Az eltűnt idő nyomában*, a *Mrs. Dalloway*, a *The Bostonians*, a *The Picture of Dorian Gray* elbeszélői és hősei, vagy éppen a T.S. Eliot által megírt J. Alfred Prufrock figurája, kisajátították a *flâneur* eredeti jellegzetességeit, és saját szépirodalmi kódjaikon keresztül elkezdtek deriválni a figurát. Az irodalmi szövegek alakjai így váltak egyszerre a társadalmi változás, az esztétikai szabályok újraíródása és a megváltozott fogyasztási szokások emlékhelyévé. Irodalomtörténeti közhely például, hogy T.S. Eliot munkásságának első és legfontosabb modernista opusza, a magyarul Kálnoky László fordításában *J. Alfred Prufrock szerelmes éneke* (*The Love Song of J. Alfred Prufrock*, 1915) címmel olvasható hosszúvers az autentikusság lehetőségességéről, a bolyongáson keresztül megtalált egyediségről szól: a tömegből való elmenekülés logikusan egyetlen módja az egyediség hajszolása, a világból való kiemelkedés vágya.

Ez már nemcsak a tudományos, hanem a publicisztikai-kulturális diskurzusban is alapvetésnek tűnik (Swallow Prior 2015). Az 1920-as években kialakuló jazz-kultúra, a fekete kulturális mozgalmak és az azokkal szimpatizáló fehér fiatalok, vagyis a hiphop első generációja éppen ezeket a tulajdonságokat emelik majd saját ellenkulturális törekvéseik középpontjába. Az európai társadalmi nyilvánosság megváltozott tömegfogalma, az új társadalomtudományos elméletek, a történetiség és esztétika koncepcióinak a társadalmi időtapasztalatra tett hatásai, a tömegmédia rendszerszerűsége és a tömegmédiium működési modelljét lemásoló szépirodalom (például az egyre népszerűbb, az irodalmi kánonra is befolyással bíró folytatásos történetek) tehát *egyszerre* kellett ahhoz, hogy a *flâneur* figurája megszilárduljon, alakzattá váljon és elterjedjen egymástól különböző kulturális közegekben.

3. *Flâneuse*: a női kószáló mint politikai képződmény

A kutatás utolsó, hosszabb, következésképpen ezen bevezető utolsó, rövidebb része a női *flâneur*, vagyis a *flâneuse* alakjáról szól. A *flâneur* nemcsak a francia hímnemű főnév miatt maszkulin képződmény, hanem mert a 19. század második felében egyértelmű volt, hogy a városi tereket, utcákat, kávéházakat használatba vevő, igénylő, a köztér interpretálásának jogát magának vindikáló figura csakis férfi lehet. Nyilvánosságtörténeti közhely – s számos mikrotörténeti kutatás tárgya –, hogy a korszakban a nők hogyan próbáltak meg a privát terekből kiszabadulni, hogy az identitás kifejezésének milyen, látszólag az elfogadott gyakorlatok sorába illeszkedő, valójában azonban a saját, a családtól és a férfiaktól független stratégiái voltak (ld. pl. Lanser 1986, Mátay 2003). Hiába alakulnak ki a fogyasztás új módozatai az európai polgárság körében, ha a nők jelentős része nem veheti igénybe a nyilvános terek adta lehetőségeket. A pénzkereső nő, például éppen az áruházban dolgozva, egyrészt nem rendelkezett a *flânerie* gyakorlataihoz szükséges anyagi függetlenséggel, másrészt számtalan hierarchikus rendszer lenézett tagja volt. Ezzel szemben az anyagilag független, a nagypolgárság vagy az arisztokrácia osztályaiba tartozó nők nem élhettek a munkához való joggal. A politikai változások miatt azonban a 19. század végétől egyre több nő vett részt az oktatásban, így a felsőoktatásban és a művészeti képzésekben is, és egyre többen követelték a közülethez, például a szavazati joghoz való hozzáférést. A feminizmus első hullámaként emlegetett nőjogi mozgalom, amely a 19–20. század fordulójától az 1920-as évekig tartott, a nyilvános és társadalmi terek használatában is hatalmas változást hozott.

Árulkodó ugyanakkor, hogy míg a *flâneur*ről és az ahhoz tartozó esztétikáról számos könyv és tanulmány szól, a *flâneuse* alakja a mai napig meglehetősen alulértékelt a társadalomtudományos diskurzusban. A kevés elemzés egyike Lauren Elkin részben önéletrajzi ihletettségű esszégyűjteménye, amely a *flâneuse* és általában a városi kószálás női módozatait vizsgálja Párizs, New York, Tokió, Velence és London városi tereiben. Sokatmondó, hogy 2016-ig kellett várni arra, hogy egy teljes monográfia szóljon a *flâneuse*-ről. Elkin fő állítása, hogy míg a *flâneur* egy fluid, a maszkulin identitás szabadságához köthető, alapvetően mentalitásbeli és esztétikai problémákat felvető konstrukció, a *flâneuse* lényegénél fogva politikai képződmény. Mivel a nőknek nemcsak a

19. század végén, de még manapság is indokolni kell a saját térhez, a kószáláshoz és a művészethez való jogot, nem nehéz belátni ezen állítás igazságát. Ahogyan a viktoriánus női identitásokra (pl. kódnyelv kialakítása, fűzőviselési szokások, női szalonok belső működése) vonatkozó mikrotörténeti kutatások is kiemelik, nem a jelenlét, hanem a láthatóság, a nyilvános megszólalások és megnyilvánulások hiányával lehet leírni a nők helyzetét, ami így tehát üres jelként olvasható. Noha Baudelaire – nemcsak esszéiben, hanem még lírai életművében is – a *flâneuse*-t legfeljebb a prostituált társadalmilag stigmatizált szerepével azonosítja, a korabeli társadalomban számos olyan nő is felbukkant már, akik saját jogukon próbáltak meg a városi terek és a tekintet interpretátorai lenni. „De valójában mindig sok nő volt a városokban, és sok nő írt is a városokról: rögzítették az életet, történeteket meséltek, képeket készítettek, filmeket vettek fel, a város részeivé váltak, ahogyan csak tudtak. ... Ha visszamegyünk az időben, mindig találunk egy *flâneuse*-t, aki Baudelaire mellett megy az utcán.” [2] (Elkin 2016: 23, saját fordításom – H.V.)

Walter Benjamin több helyen kifejti, hogy a litográfia, illetve a fényképezés feltalálása azért volt kiemelten fontos, mert olyan protézis került az emberi szem és a világ közé, amely korábban nem ismert látványok létrehozására volt képes. A *flâneur* figurája hasonlóképpen tudott médiumként, ha úgy tetszik, protézisként funkcionálni a város és a városi tömeg, illetve városi jelenségek között. Aligha meglepő, hogy a Lauren Elkin által hozott példák jelentős része olyan *flâneuse*, aki valamely módon a vizualitáshoz kapcsolódott, vagy legalábbis valamilyen médiatechnológián keresztül tudta megalkotni és láthatóvá tenni saját, női kószáló identitását. Az ezért folyó harc tétje persze nemcsak a kószálás vagy az anyagi függetlenség elérése volt, hanem a kreativitáshoz, a szabadidő eltöltéséhez és úgy általában, a szabad élethez való jog sajátta tétele is. A városi terek birtokba vételének patriarchális gyakorlatát a *flâneuse* figura felforgatta, mert újraírta a női szerepekhez kapcsolódó sztereotípiákat. Virginia Woolf magyarul *Saját szoba* címen olvasható (*A Room of One's Own*, 1929) esszéjében a női alkotómunka képzetét a saját szoba, azon keresztül pedig a saját élethez való jog allegóriájával teresítette, amivel egy létező, figuratív gyakorlatot helyezett új kontextusba. Elkin az általa felhozott példákon keresztül – közöttük George Sand, Marianne Breslauer, Gertrude Stein, Virginia Woolf, Simone de Beauvoir, Martha Gellhorn munkássága – azt az elnyomó gyakorlatot leplezi le, amelynek során a patriarchális társadalmi berendezkedés az „otthon” és a „valahova tartozás” látszólag biztonságot adó fogalmait a nők ellen használja fel, a privát terek fogságába kényszerítve őket ezzel.

A női utazó, a női művész, a női tervező vagy a női haditudósító képei az 1920-as évektől kezdve egyre elterjedtebbek lesznek, egyrészt a fejlődő médiatechnológia, másrészt pedig az I. világháborút követő megváltozott társadalmi berendezkedés által életre hívott új kulturális rend miatt. A jazzkorszak női hipszter figuráiban, az amerikai ún. *flapper* lányokról szóló tudósításokban, a londoni Bloomsbury-kör értelmiségi asszonyainak életrajzában vagy éppen a párizsi Chanel-divatház felfutásában mind a *flânerie* férfias gyakorlatainak átpolitizált és nőivé tett változatát ismerhetjük fel. Az önkifejezés, a mozgás, a sétálás és az alkotás között metonimikus viszony jön létre, a fizikai mobilitás lehetősége ugyanis a szellemi mobilitást is elősegítette. A női kószálók emblemikus alakjai nemcsak a társadalmi nemi vagy osztályhoz kapcsolódó

sztereotípiákat forgatták fel, hanem szó szerint és szimbolikusan is megváltoztatták a társadalmi térben a nők számára korábban kijelölt út szerkezetét és minőségét.

Jegyzetek

1. Magyarul ld. Simmel, Georg (1973): *Válogatott társadalomelméleti tanulmányok*. Budapest, Gondolat Kiadó.
2. Eredetileg: „But surely there have always been plenty of women in cities, and plenty of women writing about cities, chronicling their lives, telling stories, taking pictures, making films, engaging with the city in any way they can ... If we tunnel back, we find there always was a flâneuse passing Baudelaire in the street.”

Irodalomjegyzék

- Baudelaire, Charles (1964): A modern élet festője [1863]. In *Charles Baudelaire válogatott művészeti írásai*. Szerk. Vayer Lajos. Budapest. Képzőművészeti Alap Kiadóvállalata, 129–164.
- Cockburn, Jon (2015): Olivetti and the Missing Third: Fashion, Working Women and Images of the Mechanical-flâneuse in the 1920s and 1930s. *Fashion Theory*, 19. 5. 637–686.
<https://doi.org/10.1080/1362704X.2015.1071069>
- Dinerstein, Joel (2017): *The Origins of Cool in Postwar America*. Chicago, The University of Chicago Press.
<https://doi.org/10.7208/chicago/9780226453439.001.0001>
- Elkin, Lauren (2016): *Flâneuse: Women Walk the City in Paris, New York, Tokyo, Venice and London*. London, Chatto & Windus.
- Gluck, Mary (2003): The Flâneur and the Aesthetic Appropriation of Urban Culture in Mid-19th-Century Paris. *Theory, Culture and Society*, 53–80.
<https://doi.org/10.1177/02632764030205003>
- Hermann, Veronika (2012): *Hípszterek és kószálók – A közösségi identitás elbeszélhetősége a fogyasztás és az ellenkultúra fogalmai mentén*. Symposium, 2012/12, 86–96.
- Lanser, Susan S. (1986): Toward a Feminist Narratology. *Narrative Poetics*, 20. 3. 341–363.
https://doi.org/10.1007/978-1-349-14428-0_39
- Larsson, Lisbeth (2017): *Walking Virginia Woolf's London: An Investigation in Literary Geography*. Cham. Springer International Publishing.
<https://doi.org/10.1007/978-3-319-55672-7>
- Shaya, Gregory (2004): The Flâneur, the Badaud and the Making of a Mass Public in France, circa 1860-1910. *The American Historical Review*, 109. 1. 41–77.
<https://doi.org/10.1086/530151>
- Mátay Mónika (2003): Egy prostituált lemészárlása: a Város, a Nő és a Bűnöző. *Médiakutató*, 2003. ősz URL: https://mediakutato.hu/cikk/2003_03_osz/01_egy_prostitualt/
- Swallow Prior, Karen (2015): When T.S. Eliot Invented the Hipster. *The Atlantic*, 2015. 01. 04. URL: <https://www.theatlantic.com/entertainment/archive/2015/01/how-ts-eliot-invented-the-hipsters/384175/>
- Wilson, Elizabeth (2003): *Adorned in Dreams – Fashion and Modernity* [1985]. London–New York, I.B. Tauris

© Apertúra, 2020. nyár | www.apertura.hu

webcím: <https://www.apertura.hu/2020/nyar/hermann-dicsoseg-a-koszalonak-megjegyzesek-a-flaneur-tarsadalomtortenetehez/>

<https://doi.org/10.31176/apertura.2019.15.4.4>

