17th International Scientific Conference 2025

Sessions of the Faculty of Education

https://doi.org/10.36007/5390.2026.115

DIVAT-METAFORÁK
FASHION METAPHORS

Zsuzsanna ARANYOSI[19]

ABSTRACT

Our thinking is both verbal and pictorial; narrative and visual. There is a continuous transition between these in all areas of culture, including fashion. In the relationship between body and clothing, fashion is the possibility of constant reinterpretation - the surface of changes in the person and the world. The body, the corporeality of man, is the source of our metaphorical thinking. The human body (and thus the dressed human body) is a visual phenomenon, its communication is metaphor communication, that is, a visual image conveyed by linguistic communication. Metaphor connects images through concrete images and metaphors in the world of fashion as well.

KEYWORDS

Fashion, metaphor, communication

BEVEZETŐ

Gondolkodásunk egyszerre szóbeli és képi; narratív és vizuális. Ezek között folyamatos az átjárás a kultúra minden területén, így a divatban is. Test és ruha kapcsolatában a divat a mindenkori újraértelmezés lehetősége: a személy és a világ változásainak felülete. A test - az ember korporalitása - metaforikus gondolkodásunk alapvető forrása. Az emberi test (így a felöltözött emberi test is) vizuális jelenség, kommunikációja metafora-kommunikáció, azaz a nyelvi kommunikáció által közvetített vizuális képzet. A metafora konkrét képeken és áttételeken keresztül köt össze képzeteket a divat világában is. Ennek alapvető példáit tárgyalja a kutatásom, melyhez a metafora elméletek - különösen a vizuális metaforák - módszertanát kísérlem meg alkalmazni.

A METAFORÁKRÓL ÁLTALÁBAN

„Meglehet, hogy az emberi elme hajlamos a kijelentések tagadására. Az érvek senkit sem győznek meg. Azért nem győznek meg senkit, mert érvként adják őket elő. Akkor ugyanis vizsgáljuk, mérlegeljük, forgatjuk őket, és ellenük szegülünk. Ám ha valamit csak úgy megemlítenek, vagy - még inkább - valamire csupán céloznak, azt szívesen fogadja a képzeletünk. Készek vagyunk elfogadni.” JORGE LUIS BORGES: A metafora (Borges, 2001)

[19] Dr. Aranyosi Zsuzsanna DLA, Budapesti Metropolitan Egyetem, Művészeti és Kreatívipari Kar, Divat és Textil Tanszék, zaranyosi@metropolitan.hu



1. Kép Lorenzo Lippi: A szimuláció allegóriája
Forrás:
https://it.m.wikipedia.org/wiki/File:L%27all%C3%A9gorie_de_la_Simulation_%28mus%C3%A9e_des_beaux-arts,_Angers%29_%2814932303058%29.jpg

A színlelés allegóriája című festmény jól kifejezi témánkat: egy fiatal nő, egyik kezében maszkkal, másikban gránátalmával, kihívó arckifejezéssel tekint ránk, nézőkre. A sötét háttérből hangsúlyozottan kiemelkedik alakja, megkerülhetetlen, megfejtésre váró jelenség. A hagyományos értelmezés számára a színházi maszk is és a gránátalma is konkrét jelentéssel bír. A szerepjátszás és a termékenység szimbólumai. A képet nézve mégis több kérdés vetődik fel, érzékenyebb válaszokat igénylünk: rejtőzik vagy feltárja magát? Színlel, utánoz, megtéveszt, csábít? Ki ő? A valódi vagy a felvett az identitása? Az értelmezés rétegei olyan többszörözöttek, mint a gránátalma belseje. A mű összhatásában ötvözi a nőiességet és a megtévesztést, a vizuális összhatás egy metaforikus összhatással párosul.

A metafora (ógörögül μεταφορά, jelentése átvitel) voltaképpen költői kép, szókép, amely utalásokkal, áthidalásokkal kapcsol össze akár távoli dolgokat. Képes beszéd, amely lehetővé teszi a jelentésrétegek többszörözését. A metaforák érzetkomplexumot kapcsolnak össze mentális képpel. Főképp irodalmi és nyelvészeti jelenségnek tekintik, amely gondolataink kifejezését és világlátásunkat is befolyásolja (Bańczerowski, 1999).

Szó és kép, azaz fogalmiság és vizualitás az ember domináns lét-érzékelését és lét-értelmezését meghatározó folyamatok, a jobb és bal agyféltekéhez köthető működések. Az utóbbi évtizedekben a kommunikációelmélet területén – különösen a vizuális műfajok térhódításával– egyre többen foglalkoznak a vizualitás és a metaforák kapcsolatával. A vizuális metaforák szerepet játszanak a figyelem, az emlékezet, az érvelés folyamataiban is. A vizuális metaforákat a verbális metaforákhoz hasonlóan általában nem tudatosan értelmezzük, de meghatározó a szerepük

önmagunk és környezetünk definiálásában. Az újabb kutatások pszicholingvisztikai, pszichológiai és a neurobiológiai megközelítést is alkalmaznak (Fehér, 2005).
Ernst Gombrich már 1960–63 táján megállapította, hogy minden vizuális művészet percepciója metaforikus, és az elsők között terjesztette ki a metaforavitát tárgyakra és képekre. (Gal)
Arnheim A vizuális élmény című könyvében azt fejti ki, hogy a fogalmi gondolkodás elsődleges közege: a mentális képek. A folyamat eredményeként az ember memóriájában kialakul egy belső mentális valóság (Arnheim, 1979).
Ezt a gondolatmenetet folytatta többek között Arthur C. Danto A közhely színeváltozása című könyvében (1981), ahol a metaforákat az átlényegülés eszközeként jellemzi (Danto, 2003).

A metaforikus átvitel, egy dolog meglátása egy másikban, vizuális képesség. A vizuális metaforák szinte minden vizuális művészetben megtalálhatók, jellemző vizuális jegyekkel rendelkező műfajok termékei, mint a reklám, a design, ezek közé tartozik az öltözködés is.
A divat, a bevezetőben említett festményhez hasonlóan mindig valamilyennek mutat, elrejt vagy kiemel, kihívó vagy titokzatos, feltár vagy leplez valamit. A divatjelenségek az identitás játékai, szereppróbák, amelyek összetett metaforikus képzeteket keltenek. A divatkép utalások, célzások halmaza. Külső képként a látható világ aktuális részlete, belső képként az érzékelés folyamán keletkező mentális kép. Egy-egy outfit kívülről nézve megjelenés, reprezentáció, belülről kifejezés. Vizuális metafora, amely asszociációkat, jelentéseket kapcsol össze és vizuális hangsúly, amelynek hangulati ereje van.
De mi a kép valójában?
A kép, *image,* a latin *imago* = képmás, illetve az *imitari* = utánozni szóból származik. A kép az objektív valóság egy létező darabja képmás-ként, tehát a látható világ egy részlete, ugyanakkor egy belső, mentális kép is, amely a vizuális érzékelés folyamán, a megismerés eredményeként jön létre (Tószegi, 1994).
A sokféle kép számos megközelítés szerint csoportosítható pl. az előállítás módja, a technika, az alapanyag, a kommunikációs szándék stb. alapján. Ezek alapján képként tekinthetünk a divatképekre is: mint divatlátvány, ruhába öltöztetett emberi test, outfit. Mind a valóságos megjelenésére, mind a róla készült képmásokra, mint vizuális metaforákra.

A VIZUÁLIS METAFORÁK JELLEMZŐI (Kaplan, 2023)

1. Furcsa vagy oda nem illő képek vagy képelemek
A látvány különböző elemei közötti közvetlen kapcsolódás hiánya feszültséget kelt, ellenkezik a fizikai valóságról alkotott elképzelésünkkel és keressük az értelmét. A valóság és képe sérül azzal, hogy furcsának vagy oda nem illőnek tűnnek a képek. Ilyen volt Victor & Rolf 2015-ös FW kollekciója, melyben a képeket, a vásznat és keretet szó szerint ruhaként alkalmazta. (dezeen.com, 2015)
2. Fizikai tulajdonságok módosítása:

- torzítás, deformálás
- átfedés
- más részlet vonásaival való keveredés
- vagy a méretarány változása

Kawakubo 97-es SS kollekciója (amelynek címe „Test találkozik ruhával, ruha találkozik testtel”, avagy „Dudorok és kidudorodások”) egyszerre groteszk és ismerős sziluetteket alkotott azzal,

hogy párnákat illesztett az egyes darabok bélésébe. A szexualizált testrészek torzításával, deformálásával megkérdőjelezte a női test kívánatosságának határait. (wordpress.com, 2017)
3. Nem megfelelő környezet vagy funkció:

- az össze nem illés érzete
- valamely lényeges képelem váratlan vagy nem megfelelő helyen jelenik meg
- kétértelműség

A váratlanság élménye teszi hatásossá Edda Gimnes 2017-es kollekcióját, amelyben szabad balkezes rajzokat készített és ültetett át textil lapokra. Az így létrejött kollekció kérdéseket vet fel a ruha és képe, rajza vonatkozásában. (https://lamodachannel.eu/, 2016)
4. Összeolvadás, többletelem, helyettesítés. A tervező egymás mellé helyez két képelemet, amely megváltoztatja, új kontextusba helyezi őket, mint Alexander McQueen 2009-es őszi "Bőségszaru" kollekciója. (Mower, 2009)
5. Törlés, hiány eszközét a holland Victor & Rolf tervezőpáros szó szerint vette és couture kollekcióját láncfűrésszel faragta, ezzel többértelmű utalásokat tettek (Phelps, 2010).

METAFORIKUS ÉRTELMEZÉS A DIVATBAN

„A kínaiak, ha nem tévedek, "tízezer dolognak" hívják a világot…" Borges (Katona, 2017)

Mivel gondolkodásunk térbeli, testhez kötődő tapasztalatainkon alapul, a világ értelmezése is a testhez kötődik számunkra. Testrészeink, érzékszerveink működése, mozgásunk révén gondolkodásunkban jelen van egy metaforikus jelleg. A divat-metaforák is ebből születnek és mintázatukban - a nyelvi metaforákhoz hasonlóan - bizonyos univerzalitás is érvényesül. A divat-metaforák olyan kifejezések, amelyek a divatot, az öltözködést vagy divatjelenséget írják le átvitt értelemben. Metaforikusan így jellemzik a ruhákat, mint pl. magabiztosság vagy csendes elegancia.
Maria Grazia Chiuri a Dior 2024-es őszi-téli Haute Couture kollekciójában összekapcsolja az haute couture-t és a sportruházatot, a klasszikus vonalvezetést a virtuozitással, a női identitás vonzerejét dinamikus, erőteljes oldalával. A 2024-es olimpiai játékok hatására a sport etikáját, esélyegyenlőségét emeli ki és tisztelettel adózik minden sportoló előtt, aki az ókortól napjainkig legyőzte az előítéleteket és az akadályokat. Kollekciójának üzenete: egy nő ugyanolyan jól teljesít, mint egy férfi. Ez a sokszínű gondolatkör átlengi a kollekciót, amelyhez olyan anyagot használ, amely nem tartozik a haute couture világába: jersey-t; sport szabásvonalakat és konfekcionálást alkalmaz estélyi ruhákon; visszanyúl a görög peplosz alapformájához és a görög istenvilág elemeihez. Színes és kísérletező darabjai szabadon ötnek össze gondolatokat, képzeteket. (dior.com, dátum nélk.)
Legutolsó kollekciója az átalakulás köré fonódik. A Dior örökségéhez tartozó emlékeket és gesztusokat idézi fel, pl. Galliano J'adore Dior pólóját. Az ihletet Virginia Woolf Orlando című regénye adja, amely az időt folyékony szubsztanciaként, az identitást pedig folyamatosan változó területként ábrázolja. Főszereplője átszeli az évszázadokat, nemet vált, változtatja a megjelenését, mégis mindig önmaga marad. A kollekció témája a nőiesség és átírásai, melyhez klasszikus fehér inget, szabászati megoldásokat, anyaghasználatot, különböző tulajdonságok ötvözését alkalmazza. (dior.com, dátum nélk.)
Hasonló rétegzettségű témákat figyelhetünk meg más tervezőknél, divatházaknál is.

„DIVAT-METAFORÁK" – HAUTE COUTURE

A metafora a köznapi nyelv esztétikai rétege – szintaktikai sűrűsége adja kifejezőerejét. A tervezői konceptuális darabok értelmezhetők műalkotásként, egyszerre műtárgyak és reklámfelületek, művészi kommunikációs rétegek. Az ember önmeghatározásának, testi valójának, életének a konceptualizálása is testi tapasztalataink, környezetünk és az állatvilág révén történik. Az erre vonatkozó legismertebb metaforák: az ember = fa - növény - állat - gép. A megkerülhetetlen divat-metaforák eköré épülnek: az animált testek, bálványok, politizáló ruhák, a mozgás, a technika, a hordhatatlanság és a múlékonyság.

Animált testek

Femme fatale, kígyóistennő, párducnő, vadásznő, paradicsommadár - a divat kedvelt idézetei. A bőrök, szőrmék, tollak és állatminták jelentős szerepet játszottak a divat történetében. Az állatok és madarak iránti vonzódásnak spirituális, pszichoszexuális és társadalmi-gazdasági alapjai vannak (Katona, 2017).

Istenek és bálványok - Bálványok és sztárok

Az animált testek archaikus gesztusai párosítva az exkluzív csillogással és elegáns designnal a divatfétis csábító, sötét, titokzatos voltához vezetnek. A művészettörténet már ábrázolta ezeket: Leonardo, Holbein, Rubens, Reynolds képein a szőrme viselőjének gazdagságát és hatalmát fejezik ki. Kate Moss és más szupermodellek, filmsztárok, amikor pazar szőrméket viselnek, az a gazdasági exhibicionizmus feltűnő, mai megnyilvánulása, ami már az állatvédő aktivistákat és állatjogi szervezeteket mozgósítja. A fétisruhák erotikája a fétis klubok, domina stúdiók és koncerttermek csillogó világában az állatvilág fizikai és szexuális jellemzőit sajátítja ki a nőiesség vagy férfiasság felidézésére.

Politikai ruhák

Az állásfoglalás, véleményalakítás témája a politikai attitűd változása (moderátor állam, együttműködés) témaköre. Az alkalmazkodás normáját az önkifejezés igénye váltotta fel. A ruházatunkat, a tárgyainkat, közvetlen környezetünket olyan eszközöknek tartjuk, amelyekkel magunkról, értékrendünkről hírt adhatunk. Ilyen pl. Vivienne Westwood ’Világvége’ kollekciója a globális felmelegedéssel kapcsolatban. Christo esküvői ruhája a házasság intézményére reagál.

Ruhák mozgásban

A fizikai, szellemi mobilitás, a fejlődőképesség, az utazások, a globalitás, a távoli kultúrák, egzotikumok a mozgást fejezik ki. Ellentrendjük a stabilitásigény, a multifunkciós otthon, lokalitás, gyökerek keresése, retro, vintage. A 20. századtól a járműipar elterjedésével külön funkcionális ruházat is jellemzi ezt a témát.

Technikai ruhák

Célja a test határainak lebontása, hatóerő, képességmetafora. A technika (high-tech, intelligens funkciók, smart-technológia, nanotechnológia, robotika, bionika), ellentrendje a low-tech, a haszontalan, hobbi, vagy alig funkcionáló, közérzetjavító tárgyak gyűjtése, természetesség, öko-szemlélet. A számítógéppel segített tervezés és gyártás során a természet alapelveit utánzó algoritmus-mintázatokat használnak, hagyományos anyagokat modern technológiákkal vagy korszerű anyagokat hagyományos technológiákkal dolgoznak fel. Ebbe a hulladékesztétika, az efemer anyagok is beletartoznak. A kézművesség fogalma új jelentést kapott és a technológiai

fejlődés (akár a 3D print) egy új organikus formavilágot tett lehetővé. Jellemző példái Issey Miyake A-POC sorozata vagy Chalayan performanszai.

Hordhatatlan ruhák

A hordhatatlanság a ruha paradoxona, amely a mindennapi tárgyat műalkotássá avanzsálja. Ez is játék a határokkal, meddig ruha, mettől műtárgy egy öltözék? Radikális nézőpontot képvisel ez a metafora az elidegenedés és individualizálódás-közösségiség mentén, de felveti a kisajátítás-megvásárolhatatlanság gondolatát is.

Múlékony ruhák

Mint metafora, a test természetes végességéhez kapcsolódik. Ezek a ruhák nem éppen divattárgyak, hanem jóval többek, egy kulturális gyakorlat jellemzői, változékonyság és múlandóság. Felhívják a figyelmet arra a tényre, hogy az emberi test halandó. Sok megoldás tartozik ide az öko-, a retro, a dekonstrukció, trash és még a divatjamúlt kategória is. Régen voltak, ma vannak-e életen át tartó ruháink?

„*Amit mindig próbálok mondani a fogyasztóknak, az az, hogy vásároljanak kevesebbet, válasszanak jól, és hordják sokáig.* (https://www.brainyquote.com/authors/vivienne-westwood-quotes, dátum nélk.)

ÖSSZEGZÉS –ÚJ TERVEZŐI UTAK

A Budapesti Metropolitan Egyetem egyik fiatal divattervezőjének munkáján keresztül mutatom be az új tervezői látásmódot, amely ötvözi a történeti, a technológiai és a gondolati vonalvezetést. Pusztai Kornél: Baroque on the streets kollekciója a történeti barokk divat karakterjegyeinek átültetését mutatja be a kortárs streetwear stílusba. Inspirációját Christoph Büchel Monte di Pietá installációja adta, amelyben a popkultúra, a barokk jegyek, a provokatív alkotói szemléletmód találkoznak. A koncepciója a klasszikus barokk és provokatív divatmárkák eszközeinek egymásra gyakorolt hatására épült, miközben reflektál olyan tömegkulturális ikonokra, mint Kendrick Lamar.



2.kép Pusztai Kornél: Moodboard 2025
Forrás Pusztai Kornél

Az elkészült kollekció a múlt és jelen, valamint az eltérő stílusjegyek fúzióját tükrözi. Mindezt a klasszikus streetwear alapjait újraértelmezve, dekonstruktív módszerekkel és hangsúlyos grafikai hatásokkal valósította meg. Látványos metaforikus rétegzettség jellemzi a darabokat.

3.kép Pusztai Kornél digitális diplomaterv 2025.



Forrás Pusztai Kornél

BEFEJEZÉS

A gondolatmenet azt a gazdagon árnyalt és metaforikus jelentéshalmazt tekintette át, amely a divat világának is sajátossága. Lévén a divat vizuális jelenség, látvány, ezért a vizualitás minden ismérve is jellemzi. Azonban a tervezői inspirációk konceptualitása ezt az önmagában is figyelemfelkeltő látványosságot többletjelentéssel ruházza fel. A tervezői divat tudatos és ihletett koncepciói nyomán a divatjelenségek mint vizuális metaforák számos áttételre indítanak, amelyek érzékeny reflexiói a mindenkori alkotó ember világképének. Gondolatmenetünket a feltörekvő tervező generáció szemléletével zártuk, kimutatva, hogy a divat, mint metafora evolúciós természetű, amelyet mindig a pillanatnyi világlátás, technológia és társadalmi, természeti aktualitások határoznak meg. A divat tehát metaforikus természetével komplex képet rajzol az emberről.

A metaforák általános jellemzőinek vizsgálata után szűkítve a kört a vizuális metaforák tulajdonságait elemeztem. Ezeket a megállapított érvényes jellemzőket vetettem össze divatpéldákkal, kimutatva a megfigyelhető tipikus divat-metaforákat. A vizsgálatot a kortárs fiatal tervezőgeneráció módszereinek jellemzésével zártam.

FELHASZNÁLT IRODALOM

Arnheim, R. (1979). *A vizuális élmény. Az alkotó látás pszichológiája.* Budapest: Gondolat.
Bańczerowski, J. (1999. január). A kognitív nyelvészet alapelvei. *Magyar Nyelvőr, CXXIII*. Letöltés dátuma: 2025. 09 05, forrás: https://www.c3.hu/~nyelvor/period/1231/123107.htm
Borges, J. (2001. 12). A metafora. (A. FÁZSY, Szerk.) *Nagyvilág*. Letöltés dátuma: 2025. 09 05, forrás: http://www.inaplo.hu/nv/nvindex.html
Danto, A. (2003). *A közhely színeváltozása.* Budapest: Enciklopédia Kiadó.

Fehér, K. (2005. tél). *Médiakutató.* Forrás: https://mediakutato.hu/cikk/2005_04_tel/06_kep
Fukai, A., & Suoh, T. (2003). *A divat története a 18-20. században.* Budapest: Taschen-Vince Kiadó.
Gal, M. (dátum nélk.). VIZUÁLIS METAFORÁK ÉS KOGNÍCIÓ - A NEMFOGALMI ÚJRAGONDOLÁSA. *Magyar Tudomány 180(2019)7*. doi:10.1556/2065.180.2019.7.6
Kaplan, S. (2023. 04). VIZUÁLIS METAFORÁK A DIVATCIKKEK NYOMTATOTT REKLÁMKÉPEIN. *enigma-online.hu*. Letöltés dátuma: 2025. 09 01, forrás: https://enigma-online.hu/wp-content/uploads/2023/04/Vizualismetaforakadivatcikkeknyomtatottreklamkepein.pdf
Katona, E. (2017). *https://www.academia.edu.* Letöltés dátuma: 2025. 09 09, forrás: A „TESTESÜLTSÉG" ALAKZATAI A FOGALMI METAFORÁKBAN: https://www.academia.edu/110017110/A_Testes%C3%BClts%C3%A9g_Alakzatai_a_Fogalmi_Metafor%C3%A1kban
Tószegi, Z. (1994). A KÉPI INFORMÁCIÓ. *Az Országos Széchenyi Könyvtár füzetei*. (J. P. Vásárhelyi, Szerk.) Budapest, Magyarország. Letöltés dátuma: 2025. 09. 01., forrás: https://mek.oszk.hu/03100/03123/html/#10

Weboldal

dezeen.com. (2015). Forrás: Viktor & Rolf dresses models in wearable paintings during Paris couture show: https://www.dezeen.com/2015/07/09/viktor-rolf-haute-couture-autumn-winter-2015-wearable-art-dresses-paintings-fashion-show-paris/
dior.com. (dátum nélk.). Letöltés dátuma: 2025. 09 09, forrás: Autumn-Winter 2024-2025 Haute Couture Show: https://www.dior.com/en_hu/fashion/womens-fashion/haute-couture-shows/autumn-winter-2024-2025-haute-couture-show
dior.com. (dátum nélk.). Letöltés dátuma: 2025. 09 29, forrás: https://www.dior.com/en_hu/fashion/womens-fashion/ready-to-wear-shows/autumn-winter-2025-2026-ready-to-wear-show
https://lamodachannel.eu/. (2016). Letöltés dátuma: 2025. 09 02, forrás: https://lamodachannel.eu/designer-for-tomorrow/
https://www.brainyquote.com/authors/vivienne-westwood-quotes. (dátum nélk.). Letöltés dátuma: 2025. 09 01, forrás: https://www.brainyquote.com/authors/vivienne-westwood-quotes
Mower, S. (Szerk.). (2009). *https://www.vogue.com/*. Forrás: McQueen: https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2009-ready-to-wear/alexander-mcqueen
Phelps, N. (Szerk.). (2010). *https://www.vogue.com/*. Letöltés dátuma: 2025. 09 04, forrás: Viktor & Rolf: https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2010-ready-to-wear/viktor-rolf
wordpress.com. (2017). Letöltés dátuma: 2025. 09 11, forrás: A History Lesson on…Rei Kawakubo & How She Challenged Western Fashion: https://bythecreativedepartment.wordpress.com/2017/05/02/a-history-lesson-in-rei-kawakubo-how-she-challenged-western-fashion/