

TÓTH ESZTER ZSÓFIA

A CAMEA RÚZS, A FA SZAPPAN ÉS A LILA LIMARA TÜNDÖKLÉSE ÉS BUKÁSA

Szépségápolás a szocialista időszakban



A korszak egészében státusszimbólumnak számított a jó minőségű szappan, illatszer. Amelynek doboza, tégyeje használat után is presztízstárgy lehetett a háztartásban: kerülhetett a televízió tetejére vagy a ruhásszekrénybe illatosítónak.

„A fasizmus a nőt éppen úgy elnyomta, mint mindenkit, akinek a társadalom fejlődése, az emberiség haladása az érdekében állott. Vissza a főzőkanálhoz, adták ki a jelszót a hírhedt barna és fekete inges vezérek. A nőket az élet minden egyéb területén igyekeztek háttérbe szorítani. A demokratikus társadalom ezzel a retrográd törekvéssel szemben a nőnek teljes jogot ad az érvényesüléshez, a társadalom és a közélet minden vonatkozásában. A nő azonban nő, minden elsőrangú szellemi tulajdonsága ellenére a megjelenés kiválósága előnyére válik. Az érvényesüléshez viszont a kifogástalan megjelenés nagy előny, ennek pedig legfontosabb kelléke az arcbőr tisztasága. A PARCOL-AMERICAN Skinfood pompás bőrtápláló krémje a női arcbőrre utolérhetetlen hatást gyakorol és 10,90-es árban bármely szaküzletben kapható.” (Hirdetés a Szabad Népből¹)

■ Bár a Szabad Nép 1948. márciusi számában ilyen hirdetés még megjelenhetett, a pompás „bőrtápláló” krémek kora évtizedekre leáldozott. Sem szappanokból, sem szépítkezőszerekből nem volt nagy választék a szocialista időszak egésze alatt, az ápoltság, gondozott külső, a szolid, visszafogott smink azonban elvárásnak számított a jó feleségekkel, a szép leányokkal, asszonyokkal szemben, azonban a szocialista időszak egyes évtizedeiben ennek más volt a mértéke. Horváth Sándor idézi az 1950-es évek sztálinvárosi mindennapokról szóló könyvében a korabeli háztartási tanácsadók útmutatását, miszerint a sztahanovista háziasszony elég, ha két-három hetente mossa a haját, nem divatozik (nem visel tűsarkú cipőt), és a hajmosáson kívül a kezét ápolja. A hajfestést az útmutató szerzője indokolatlannak és értelmetlennek tartotta.²

Az 1970-es évekre ez a gondolkodásmód átalakult. Egy 1970-es *Nők Lapjában* lezajlott vita azt firtatta, milyen az ideális nő. A hozzászólók egyetértettek abban, hogy a modern nő csinos, ápolat és művelt. Úgy tűnik, az ideális külső formálásakor nagy szerepe volt a korabeli médiasztároknak, nemcsak a színésznők, hanem a tévébemondónők (Takács Mária, Kudlik Júlia) külső megjelenítését is próbálták utánozni az olvasók.

Gyeses szépségideál

■ A *Nők Lapja* egy másik cikkében külön is foglalkozott azzal, hogyan maradjanak szépek a gyesen lévő kismamák. Egy olyan manöken adott tanácsokat az olvasóknak, aki másfél éves kislányával, Tímeával volt otthon, és bár a kifutóra még nem tért vissza, kisebb munkákat elvállalt: subapárnat varrt, gépelt, néha divatbemutatón is volt. A cikk szerint otthon is csinos akart maradni, nem szeretett volna „gyereketető géppé válni”, mert akkor pár év múlva megnézhetné volna mind a házasságát, mind a munkahelyét. A hajfestést házilag intézte el. Bevásárláshoz a szemét kifestette, ha erre nem jutott ideje, napszemüvegben indult el otthonról. Ha este színházba mentek, kompletten kisminkelte magát. Ezt a folyamatot részletesen megismertette az olvasókkal, akárcsak a hajtupírozás műveletét. „Krémmel letisztított arcomra alapozó krémet teszek. A szemem alá még plusz fehér alapozó is jön. Akárcsak az alapozót, a púdert is nagyon jól kell elosztani. A nyakra és a fültre is... A felső szemhéjra fehérret és kéket teszek, aztán jön a fekete szemfesték. Ma nem ragasztok műszempillát, inkább kis ecsettel rajzolom ki a vonalakat. Az arcomra fekete szépségpont is kerül.”³ Számára az, hogy csinos, ápolat maradjon, persze sokkal könnyebb feladat volt, mint egy átlaganyukának, mert hivatásából adódóan profin tudott élni azokkal az eszközökkel, amelyek széppé tették.

Az 1980-as évek elején, az Unalom összkomfortban vita egyik gyesen lévő kismama hozzászólója épp azt nehezményezte, hogy amióta a baba megszületett, nem tudott eleget foglalkozni a külsejével, megöregedett. Ő a „gyes előtt fiatalos, lendületes, minden percében elfoglalt nő” volt, fodrászhoz, kozmetikushoz járt, huszonhat évesen szült. Az otthonlét ideje alatt „elmaradtak a szép ruhák, a derékig érő haját felváltotta a csapzott, rendszertelenül ápolat rövid frizura”. A lakótelepi környezetben az jelentett számára örömet, ha az idős sofőr köszönt neki a buszon, a közértben Margóka volt éppen, és kedvesen szólt a gyerekhez. Akárcsak a „maszek zöldséges”, aki mindig megkérdezte a kisfiát, hogy van. Amikor „teljesen megváltozva, súlyra erősen meggyarapodva, elbizonytalanodva” munkába állt egy új munkahelyen, a fiatal emberek már „Erzsi néni”-ként köszöntek neki. Harminckét évesen a saját nagyjának érezte magát.⁴

Az *Ifjúsági Magazin* 1978. augusztusi számában fiatal lányoknak adtak szépségápolási tanácsokat az újságírók. A cikkben szereplő lány, Éva aznap nagyon szép akart lenni, ezért Levis farmert és „jól feszülő kis trikót” húzott. Sminkje „egy kis alapozó, szemhéjfesték, enyhe rúzs, egy vonal a szemhéjhoz” volt.⁵ Ugyancsak 1978-ban jelent meg egy másik cikk a házi szépségápolási trükkökről a magazinban: este-re 46 Ft-ba kerülő Fabulon arctisztító tejet ajánlott a szerző a fiatal lányoknak, zsíros bőrűeknek arcszeszt is. Mosakodáshoz – annak ellenére, hogy a külföldi szappanmárkák csábítóak – babaszappant, testápolónak pedig Niveát javasolt a szerző. Havonta egyszer javasolta a miteszerek kinyomkodását babapelenkával, majd a bőr fertőtlenítését tiszta alkohollal.⁶

A hangsúly az egész korszakon átívelően egyértelműen a szoliditáson volt: a szocialista erkölcs elvárásainak megfelelni vágyó lányok, asszonyok nem festhették magukat „kihívóan”. E cikk írásakor kis közvéleménykutatást tartottam elsősorban

édesanyám generációja (1944-es születésű) körében. Megkérdeztem őket kedvenc korabeli illatszermárkájukról és szépítkezési praktikáikról is. A válaszadók között szerepelnek tanárnők, tanítónők, kutató vegyész és történész kolléga is. A cikk második részében az ő visszaemlékezéseiket mutatom be.

Az isteni Brigitte Bardot – a szépségideál

■ Az 1960-as évek elején gimnazista visszaemlékezőim számára Brigitte Bardot testesítette meg a női szépségideált. Filmjeiből ellesett tupírfrizuráját és sminkjét próbálták leutánozni. Visszaemlékezőim számára alapnak számított a szemhéj kihúzósa fekete ceruzával, volt, aki anélkül hogy vonalat húzott volna a szeme fölé, ki sem tette a lábát az utcára. Panaszkodtak azonban a termékek minőségére: a szemceruza szemgyulladászt okozott, az alapozótól kipattogzott a bőr. Másnak a budai elitgimnáziumban az a tanárnő okozott kellemetlen perceket, aki a lányok sminkjét ellenőrizte. Akit szemfestésen, netalán ajakrúszozáson értek, azonnal, megalázó körülmények között a mosdóba küldték, és le kellett mosnia. Tehát itt az iskola a lányok testét is felügyelő intézmény volt, amely a hivatalos szépségelvárásoknak megfelelően megmondhatta a nőknek, mi az erkölcsös és mi az erkölcstelen. Ugyanez a visszaemlékezőm mesélte, hogy amikor csomagból piros nadrágot kapott, és szülőfalujában végigment a nadrágban a főutcán, megszólták érte az idősebb asszonyok. Míg a falu erkölcsi elvárásait ők testesítették meg számára, a fővárosban ugyanezt a funkciót a tanárnő töltötte be életében.

A szivárvány minden színében

■ Az 1970-es évek elejére már mind a több színárnyalatban használatos rúzs, mind a színes szemfesték menőnek számított visszaemlékezőim közegeiben. „A Camea termékcsalád, volt benne minden, rúzsok, a szivárvány minden színében, szemhéjpúder meg egyebek. Erről készült az első szépítőszereklám is, amiben egy szőke szépség búgta, Camea rúzs, Camea púder... Mostani szemmel nézve igen vacakok voltak, mai nő undorral hajítaná a szemébe, de akkor nagy csoda volt, és megfizethető” – hangsúlyozta vegyész visszaemlékezőm.



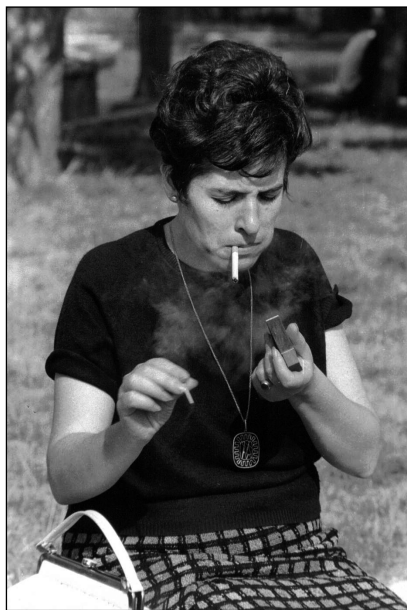
Levéltáros visszaemlékezőm különleges eseménynek írta le, amikor 1969-es NDK-utazása során színes szemfestékeket hozott haza, összesen 6 darabot, mert annyi volt a keret. Ezenkívül műszálból készült parókát is vett, amit beépített a kontyába. A színes szemceruzák nagy részét eladta, és olyan jól sikerült az üzlet, annyit keresett rajta, hogy visszajött belőle az utazás ára. Tanárnő visszaemlékezőm pedig Erdélyben ingyen szállást szerzett Caola szappanért.

Fa szappan: a szappanok koronázatlan királynője

■ A korszak egészében státusszimbólumnak számított a jó minőségű szappan, illatszert. Amelynek doboza, tégléje használat után is presztízstárgy lehetett a háztartásban: kerül-

hetett a televízió tetejére vagy a ruhásszekrénybe illatosítónak.⁷

A manapság a retrotermékek között is kellendőnek számító Fa szappan⁸ egy nyolcvanas évek elején játszódó regény hősnél a „menőség” szimbóluma, akárcsak a lányoknak vásárolt kölni: a nyomdaipari szakközép kollégiumát ábrázoló fejezetben egy másodéves fiú „nyugati cigarettákat, szépen csomagolt csokit és Fa szappant tartott a szekrényében... Egész nap bűvös kockát tekergetett, azt soha nem adta ki a kezéből, de a nyugati dolgait megmutatta néha nekünk. A szappan zöld volt, almaillatú és majdnem teljesen átlátszó, az NSZK-ból küldték neki a rokonok, ahogy a Dunhill cigarettát is. A Milde Sortét Ausztriából kapta, de évente egyszer ő is vetetett magának schillingért vagy márkáért egy-egy doboz Marlborot vagy Philip Morrist [...] a dollárboltban. Olyankor a lányoknak is vásárolt parfümöt vagy drága dezodort, ezért rengeteg barát-nője volt, kivétel nélkül szépen öltözöttek, ápoltak és többnyire néhány évvel idősebbek, mint ő.”⁹



Vegyész visszaemlékezöm is megerősítette, hogy a Fa szappan akkoriban jóformán elérhetetlen álom volt nyugati kapcsolatokkal nem rendelkezőknek: „Az akkoriban úri huncutságnak számított! Nyugati utazások kicsúcsosodása, álmok álma, gazdagok kincse.”

A Fa szappant 1954-ben vezette be a Henkel cég a nyugatnémet piacra. Ez a termék még nem a manapság is ismert külsejű volt, azt 1968-tól lehetett kapni. Fő újtásnak a színjátós zöld termék és a citromillatú sárga bevezetése számított. A fogyasztói társadalmi jólétet is szimbolizáló termékek mára egyfajta kollektív identitást is jelentenek az egykori szocialista államok polgárainak. Hasonló retroblogokat olvashatunk az ex-NDK vagy ex-csehszlovák állampolgároktól. Az NDK-sok kívánságlistáján a nyugatnémet rokonoktól kapott csomagban szintén szerepelt a Fa szappan – a Knorr levespor, a Rama margarin és a Mon Chérie csokoládé mellett.¹⁰

Valuch Tibor szerint az 1970-es évektől terjedtek el Magyarországon a testápolószerek és a Fabulon, a Caola, a Lux és az Amo márkák számítottak népszerűnek, az Opera Lux szappan a legjobbnak.¹¹

A Caola már a két világháború között is népszerű középosztálybeli márka volt,¹² az 1918-ban alapított Baeder cég használta először. Vidéken a szocialista időszak egészében a Baba szappan maradt a legnépszerűbb.¹³ A Fabulon termékekhez kötődik a szocialista időszak első, nyugati típusú átfogó reklámkampánya 1975-ben, mely a köztudatban összeforrt Pataki Ági nevével.¹⁴

A Fa szappanok vásárlásában az áttörést az 1980-as években a kék útlevíl bevezetésével lehetővé váló bécsi kirándulások jelentették. Mivel korlátozott volt a valutakeret (a nyolcvanas évek második felében 50 USA dollár), így gyakran az egész család, nagyszülőstől útra kelt, hogy jól bevásárolhassanak: a kosárba az elmaradhatatlan Milka csoki és banán mellett Fa szappan vagy Limara desodor is került.

Összegezve: a szocialista időszakban is meg akartak felelni a nők a velük kapcsolatos szépségelvárásoknak: csinos, vonzó lányok, asszonyok, anyukák akartak lenni még akkor is, ha egyrészt elvárták tőlük, hogy – a szocialista erkölcsnek megfelelő-

en – szolidan sminkeljenek. Másrészt a hiánygazdaság sajátosságai erősen meghatározzák a visszaemlékezések elbeszélésmódját: több történet szólt a csinos külső eléréséhez szükségesnek tartott, jó minőségű fogyasztási javak beszerzéséről, és kevesebb a korabeli szépségideálokról. A nosztalgiahullám, a retroblogok ellenére a szépségápolás, testkultúra szocialista időszakbeli átalakulása, a fogyasztási javak és az ehhez kapcsolódó reklámok interpretatív feldolgozása viszonylag elhanyagolt területe a társadalom- és kultúratörténetnek, így e cikk is az első lépések egyike e jelenségek jobb megértéséhez.

■ JEGYZETEK

1. Szabad Nép 1948. 03.11. 3.
2. Horváth Sándor: A kapu és a határ. Mindennapi Sztálinváros. Történettudományi Intézet, Bp., 2004. 125.
3. Erdélyi Z. Ágnes (szerk.): Nők Lapja nosztalgia. A 70-es évek. Nők Lapja műhely, Sanoma, Bp., 2005. 164–165.
4. „Egy hirtelen megöregedett édesanya” jelisére. Unalom összkomfortban? Vita. Nők Lapja 1980. 09. 27. 9.
5. Éva vagyok. Ifjúsági Magazin 1978. augusztus. 25.
6. Kisfaludy Márta: Házi szépségápolás. Ifjúsági Magazin 1978 november.
7. Sári Zsolt: Szappantörténetek a Szabadtéri Néprajzi Múzeum Gyűjteményéből. In: Tiszta sorok. Tanulmányok a tisztaságról és a tisztálkodásról. Szerk. Juhász Katalin. L'Harmattan Kiadó, Bp., 2009. 252.
8. Valuch Tibor szerint sokan gyűjtötték a márkás szappanokat, és kiállítást rendeztek belőlük a fürdőszobában. Valuch Tibor: „Mosdunk, fürdünk, fogat mosunk.” A tisztálkodási és testápolási szokások változásainak néhány jellegzetessége 1945 után. In: Tiszta sorok. Tanulmányok a tisztaságról és a tisztálkodásról. Szerk. Juhász Katalin. L'Harmattan Kiadó, Bp., 2009. 234.
9. Kiss Ottó: A másik ország. Új Palatinus Könyvesház kft, Bp., 2011. 203.
10. Cristian Hartel: Das Westpaket. Geschenksendung: Keine Handelsware. Berlin, 2000. 11.
11. Valuch Tibor: i. m. 233.
12. Sári Zsolt: i. m. 249.
13. Uo. 250.
14. Uo. 252.

