

Trendi nő a történettudományban

Nagyító alatt a szocialista szépségápolás*

DOI: <https://doi.org/10.56944/multunk.2024.3.8>

Amikor az államszocializmus éveinek divattörténetével foglalkozó kutató meglátja a *Trendi nő a szocializmusban* címet a könyvespolcon arra bizony felkapja a fejét. S ha már kiemelte a sorból a fekete-neonsárga könyvgerincet, akkor fel is üti a Jaffa Kiadó Modern Magyar Történelem sorozatába tartozó kötetet, hogy közelebből megismerkedhessen vele. Az első olvasás alkalmával a némiképp elfogódott kétely és az örömmel vegyes kíváncsiság az útitárs. Mindenképpen örvendetes, hogy akad egy újabb ember, akivel párbeszédet lehet folytatni a „történettudomány zsebében”, és várakozással tölti el az olvasót, hogy milyen új nézőpontokkal gazdagítja a divattörténet – és voltaképp a nőtörténet – nagyon is szép mezsgyéjét. A múltat e perspektívából aktívan fürkésző tekintet számára azonban az ismertedett eredményekre való újbóli rákérdezés sem maradhat el, és az újdonság varázsa mellett rögvest felszínre tör a kritikai attitűd. A sorok között megbúvó gondolatokra felelve, ezzel a hozzáállással vettem kezembe Magyarai Hajnalka: *Trendi nő a szocializmusban. Nőideálok, szépségápolás és szépségipar* című könyvét.

Maga a kötet – melynek vázát az egi Eszterházy Károly Katolikus Egyetemen készült doktori disszertáció képezi – valójában nem hagyományos értelmében vett divattörténeti munka.

* MAGYARI Hajnalka: *Trendi nő a szocializmusban. Nőideálok, szépségápolás és szépségipar*. Jaffa Kiadó, Budapest, 2024. 208 p.

Az öltözködés története helyett ugyanis egy sajátos részterület, a kozmetikai ipar és a szépségápolás felől közelít a szorosan vett tárgyhoz, jelen esetben a nőkép és a nőideálok változásához. A tíz fejezetre bomló, megfelelően tagolt írásmű végigkíséri az államszocializmus négy évtizedét, bemutatva, hogyan lett „a traktoroslányból jól öltözött dolgozó hölgy, majd menő csaj”, miközben oral history interjúkra és korabeli sajtóforrásokra alapozva feltárja, miként változott meg a kozmetikumokhoz való hozzáállás a társadalom és a hatalom berkein belül egyaránt, s lett mind elfogadottabb, majd népszerűbb a szépségápolás a kádári Magyarországon. Kuriózum továbbá, hogy a szerző – az általa vezetett kozmetikai szalon révén – személyes érintettséggel is rendelkezik a kutatott témát illetően, amely megnyilvánult a technikatörténeti, illetve fejlődéstörténeti aspektusokat felvonultatott fejezetek jövöltából.

A gondolati ív az 1948–1989 közötti nőképek felvázolásával veszi kezdetét, amelynek során szakaszolja is a bejárt négy évtizedet: az „ínségesnek” nevezett ötvenes évek, a „konszolidált” hatvanas évek, a „fogyasztásorientált” hetvenes évek, majd a szocializmus kereteiből kitörő nyolcvanas évek. A kulcsfogalom a második világháború utáni években helyzetbe került, majd a „fordulat évét” (1948–1949) követően kizárólagossá tenni kívánt „dolgozó nő” ideája, aki kezdetben az „egyszerűség és célszerűség” jegyében, a szocializmus építésével szinkronban próbálta meg levetkőzni az elmúlt korok és kurzusok különböző képzeteit, úgymint a „burzsoá dísznő” és a „kispolgári mentalitás” világát. A nehézipari fejlesztések, valamint a radikális – és lehetőleg minél hamarabbi – társadalomátalakító projektek a Rákosi-korban háttérbe szorították a szépítkezés és szépségápolás igényét, mind a megjelenés, mind a gazdasági háttér szintjén. Érdemi változást csak az 1956-os forradalom és szabadságharc utáni (részleges) újratervezés hozott, amely az igényességet és a szép, rendezett megjelenést amolyan társadalmi szelep gyanánt újfent legitimé tette a hazai lakosság körében. A hatvanas évek kezdeti felfutását, a bővülő nemzetközi kapcsolatokat és hatásokat aztán fokozatosan követte az egyre inkább fogyasztásorientált viselkedésmód a hetvenes években, amely egyrészt a

Kádár János nevéhez köthető rendszer életszínvonal-politikájának tartópillére volt, másrészt a merev gazdasági (és képletesen az ideológiai) szisztéma szétfeszítőjévé is vált. Ennek fényében a nyolcvanas évek már a teljesen átalakult, a nyugati trendeket egyre szabadabban, egyre merészebben követő nőalakjairól szóltak, akik a különböző médiumok segítségével szavak nélkül szóltak lányok és asszonyok (no meg a férfiak) ezreihez.

A kronológiai áttekintést a sajtóforrások szisztematikus bemutatása követi. Négy változatos, eltérő szellemiséggel rendelkező lap szolgáltatta a kiindulási alapot a kutatáshoz, amelyek közül a korszakban a női lapok között etalonnak számító *Nők Lapja*, valamint az ifjúság ízlése felé nyitás jegyében 1965-től kiadott *Ifjúsági Magazin* megkerülhetetlen a téma szempontjából. A *Ludas Matyi*, mint karikatúra- és vicclap ugyancsak színes, de mélységét tekintve hasonló fontos elemzési lehetőségeket kínál mind a vizuális nyelv, mind a láttatni és látni kívánt információ vonatkozásában. S jöllehet, bővebb nemzetközi kitekintés nélkül, de terítékre kerül még a *Lányok, Asszonyok* (1960–1972 között csak *Asszonyok*; mely nem összetévesztendő a *Nők Lapja* elődjének számító, 1945 és 1949 között megjelent *Asszonyokkal*), s amely a Szovjetunióban 1945-től napvilágot látott *Szovjetszkaja Zsenscsina* magyar változatának számított. A későbbi kutatások szempontjából egy diskurzuselemzés keretében érdemes lehet összevetni a szovjet és magyar kiadás között a nyelvben, továbbá a szóhasználatban megmutatkozó eltéréseket, amelyek divattörténeti vonalon bizonyíthatóan takarnak szemléletbeli különbségeket. Eklatáns példája ennek az eltérésnek az 1957-ben szovjet kezdeményezésre átszervezett KGST Divatkongresszus szélesebb nyilvánosságnak szánt interpretációja, mely a korábbi Nemzetközi Ruházati Versenyt (NRV) váltotta fel.¹ (A vizsgálni kívánt évtizedekre vonatkozó szovjet sajtóanyag a Blinken OSA Archívum jóvoltából Budapesten is kutatható.)

A könyv egyik legfőbb erejét és újdonságát a harmadik és negyedik fejezet adja, ahol a kozmetikai szféra ipari és gazda-

¹ L. DANYILINA: A VIII. Nemzetközi Divatkongresszus. *Szovjetszkaja Zsenscsina*, 1957/9. 42–44.

ságtörténeti áttekintésére kerül sor. A szakmai alapossággal kifejtett folyamatok a jelen recenzió írójában egyrészt felidéztek a BTM Kiscelli Múzeumban 2023 késő őszen látott *A jólfésültség története – Fodrászipari forradalom Budapesten* című tárlatát, másrészt fontos kiegészítésül szolgálnak e terület gazdasági és szervezeti háttéréhez. Ezzel párhuzamosan a leírás azt is érzékletesen adja vissza, hogyan lett a fodrászat vagy a kozmetikai szalon a női mindennapok részévé, egyszerre válva a trendek közvetítőjévé és az emberek találkozási helyévé. Munka előtt, munka közben, s olykor, mint az egyes történetekben megnyilvánul, akár munka alatt is. Az ezt követő, a frizuradivat alakulásáról, az 1960–1980-as években használt kozmetikai szerekről vagy az olyan, korábban tabunak számító témákról, mint az intimhygiéniai ápolásról szóló, gördülékeny stílusban megírt fejezetek legnagyobb előnye, hogy egyszerre szólnak olvasmányos nyelven a „létező szocializmus” éveit iránt mai fejjel érdeklődő, vagy azt még tapasztalati szinten megélt olvasóhoz, miközben a közérthetőség kedvéért egy pillanatra sem veszíti szem elől a történettudomány követelményeit, komolyan beszélve egy felületesen akár „kis színesnek” titulálható kutatási irányról. Az utolsó fejezet (*Az ismerkedés és a társkeresés színterei a szocializmusban*) adja meg a kötet lezárását, kilépve ezzel az „utcára” a kozmetikai termékek és tükrök világából.

A szépségápolás és a trendek felől bekapcsolódva a kortárs divatról szóló közbeszédbe a szerző ráértett a „természetesen jól ismert, de soha senki által nem definiált szocialista jó izlés” jelenségére, amely, mint a szocialista divatirányítás egyedi „terméke”, megkerülhetetlen tényező a szocialista divatról szóló diskurzus elemzésében. A szocialista jelző használata mindkét esetben indokolt. A divatirányítás ugyanis mint módszer a nyugat-európai divatban jóformán teljességgel ismeretlen, ellenben a keleti blokk államai számára elérhető szocialista öltözködéskultúrában – mely kifejezés gyakorta épp a divat szót helyettesítette – kézzelfogható és sajátos valóságot jelentett. Elsődlegesen az 1950–1960-as évek fordulóján érhető ez tetten, amikor a közös „elvi alap” megteremtésén munkálkodó KGST Divatkongresszustól kezdve az 1960-ban létrehozott Öltözködési Tanácson át egé-

szen a divatlapok hasábjaiig megjelent ennek az igénye. Noha a szocialista sajtónyilvánosságra jellemző módon ez is az irányított diskurzus keretében belül fejeződött ki (avagy fejezhette ki önmagát), egyértelműen mégsem definiálták. Még az olyan, Magyarországon programadónak szánt írásokban sem, mint amilyen az Iparművészeti Tanács vezetőjének, Juhász Lászlónak a cikke volt a belsős szaklapnak számító *Ruhaiparban*,² vagy M. Nádor Verának, az évtizedforduló egyik vezető tervezőjének néhány elvi megállapítása ugyancsak e folyóiratban.³ A szocialista igényesség és az öltözködés helyes mivolta a fogyasztói szocializmussal vagy a hatvanas évek végi népesedéspolitikával ellentétben soha nem kapott önálló vitát a Kádár-kori sajtóban, azonban elemkészlete révén – úgymint az „egyszerűség”; a „célszerűség”; a „variálhatóság”; a „jól hordhatóság” és a számos különböző alakban felbukkanó „mértéktartó elegancia” – természetesen ismert volt a divatlapok, háztartási tanácsadók és női rovatok olvasói előtt.

Visszakalandozva a kozmetikai termékek világába, az is összefüggést mutat a korszak divat-közbeszédével, hogy Magyarai Hajnalka az 1956-os, illetve kisebb részt az 1957-es esztendőhöz köti a szemléletváltás éveit. Az azt megelőző időkben ugyanis „a szépségápolás fő kellékeit [...] a mosószappan és az esővíz jelentette” ám az 1956-os rendszerváltságot követő átrendezés nyomán a hatalom által (is) generált nyilvános diskurzus igyekezett másképp közelíteni a kérdéshez. A semlegesnek ható bőrápolási tanácsadókból újra szépségápolási tanácsadók lettek, 1958-tól pedig újfent nagyobb mennyiségben árulhattak a hazai drogériák rúzszt és púdert. Mindez pedig időben is egybevág a divat magyarországi legitimálásával, valamint – tágabb horizont felé kacsintva – a nemzetközi változásokkal. Noha a Rákosi-korszak puritánsága és öltözködéskultúrája már 1954-ben megbomlott, ez azonban még igencsak lassú és óvatosan oldalazó lépést jelentett. Valódi szemléletváltás csak 1957 januárjával vette kezdetét, amikor felfejlesztették mind az akkortájt a

² JUHÁSZ László: A szocialista öltözködéskultúráról. *Ruhaipar*, 1957/3. 9–11.

³ M. NÁDOR Vera: Néhány elvi megállapítás divatról és a divatirányításról. *Ruhaipar*, 1959/5. 12.

divat terén vezető sajtóorgánumnak számító *Ez a Divatot*, mind a *Nők Lapját*, amely az „Öltözködés Iskolája” (1957–1958), majd az „Öltözködés Középiskolája” (1959–1960) révén nevelő hatású divattanácsokkal lépett fel – a szocialista nő és a belső, valamint a külső rendszerimázs megújulásának jegyében. S való igaz, mindez még kevésbé kutatott téma, de egyszer talán érdemes lesz azt is tüzetesen megvizsgálni, miképp gyűrűzött be akár a képzőművészetek, akár a hétköznapiak (például lakberendezés, háztartás, szépségápolás, öltözködés, életmód) szintjén a Szovjetunióból 1954-ben kiindult „ízlésvita” a kelet- és közép-európai országokba, jelzőfényként és katalizátorként szolgálva ezzel a megújulás folyamatát.

Ha az időbeli kereteket vesszük górcső alá, a kötet még egy fontos aspektusra tapintott rá a diskurzussal kapcsolatban. Ez pedig nem más, mint a Szó és Kép viszonya e keretrendszerben. Akár az újságok címlapfotóiról, akár a reklámképekről, akár az illusztrációkról van szó, a könyv lapjain tárgyalt négy évtizedben jelentős eltolódás érzékelhető a megjelenítés kétféle módozata között. Hiszen amíg az ötvenes években a politikai felhanggal átítatott kiadványok javarészt figyelmen kívül hagyták, mit kívánnak ténylegesen magukról látni a nők, addig a hatvanas évekre elkezdődött egy óvatos tapogatózás a politikai-társadalmi célkitűzések és az emberi vágyak között. Így fordulhatott elő, hogy a propagandaképbe beillő, bár az összkép szempontjából mégis atipikusnak mondható traktorista lányokat felváltották a következő évtized elejére a tükörben szépítkező, látszólag elégedett és „sikeres” nők. Hogy aztán a Kép a nyolcvanas évekre a szocialista reklámkultúra és a tömegkommunikációs eszközök korlátlan(abb) elterjedése folytán immáron szabaddá tegye az utat a rendszer adta keretből mindinkább kilépni kész emberek és a bennük élő vágyak között. Hasonló pályát jártak be a háztartási tanácsadók és a divatrovatok is. Hiszen amíg a képi ábrázolásokat az ötvenes években még túlnyomó többségben a grafikai illusztrációk tették ki, megspékelve a Szóval kifejezett szöveges tartalommal, addig a hatvanas évektől egyre erőteljesebben jelent meg a Kép világa e kiadványokban, mely részben magyarázható az üzenetközvetítés egyszerűbb és ideológiásamelegesebb módjával,

részben a divatszakma professzionizálódásával. (Utóbbira például a manökenek és a koreografált divatbemutatók visszatérése a hatvanas évek elején.) Sajátos húzd meg, ereszd meg játék volt ez a Szó és Kép között egy olyan, rendszer-legitimáló ideológia által meghatározott politikai-gazdasági-társadalmi rendszerben, ahol az „elvi alapok” szóbeli manifesztálása, de legalább valamilyen betű formában történő rögzítése magától értetődő követelmény volt. A „szocialista jó ízlés”, mint többéves kifutással számoló, berögzült, de elemeit tekintve felcserélhető divattrend is csak a Szó világában tudott érvényesülni (például a nyomtatott sajtó és a divatdiskurzus egyéb írott formái), s ez az oka, hogy az 1970-es és 1980-as évekre szinte teljesen kifulladt és eltűnt. Akkorra, amikor a nyugati reklámkultúra térhódítása miatt szinte hegemon szerepbe került a Kép, kifejezve immár mindazt, amit a Szó nem tudott többé megtenni.

„A divat rehabilitálódott, a nyugatról beszivárgó trendeket a nők szabadon követhették, természetesen a szocialista jó ízlés és a hiánygazdaság keretein belül.” (25–26.) Magyarai Hajnalka monográfiája révén a szépségápolás és a kozmetikatörténet témáiban új nézőpontokkal gazdagodott ezen amúgy is összetett aldiszciplína, amely az alapvető hétköznapi szokásoknak köszönhetően egyenesen profilból érinti a múltja után érdeklődő, kíváncsi embert.

Tömő Ákos