

Ízlés és divat – Berlin mint a populáris kultúra egyik európai központja az 1920-as években

Eged Alice
Debreceni Református Hittudományi Egyetem, Debrecen¹

Bevezetés

A történeti kutatások az 1970-es évektől kezdve használják forrásként az öltözetek és a divat történetét (Simonovics 2015). A magyar olvasók előtt elsősorban a történeti szemléletünket átforgató dolgozataival és a történetírás gyakorlatát alapvetően megújító műveivel ismertté vált Fernand Braudel megállapítja, hogy az öltözködés története semmiféleképpen sem „pletykaizú” történetek összefoglalása, hanem számtalan problémát felvető, társadalmi ellentéteket jelző jelenség (Braudel 1982: 93).

A divatosnak szánt viseletek bemutatására szolgáló divatbemutató a 19. század utolsó évtizedeitől, az ún. divatrevü pedig a 20. század kezdetétől domináns eszköze volt a divatcégek marketingstratégiájának (Szatmári 2015). A divatvállalkozások fiatal lányokat alkalmaztak, akik az eladásra szánt ruhákban vonultak az előkelő meghívottak előtt. A modellek neve még ismeretlen maradt, és kevés fizetést kaptak. A fényképezés elterjedésével megjelentek a divatfotók is, de ezeken a képeken jobbra már ismert nők, elsősorban színésznők szerepeltek. A nagyközönség a modellek iránt csak az 1920-as évektől kezdve érdeklődött, a cégtulajdonosok pedig a mai scouterekhez hasonlóan ekkor már nemcsak ruhákat terveztek és adtak el, hanem a modellek kiválasztásában is tevékenyen részt vettek.

1. A szépségversenyek eredete

A szépségversenyek eredetét az Amerikai Egyesült Államokban kell keresnünk, ugyanis ebben a fiatal országban rendeztek dokumentálhatóan először szépségversenyt 1854-ben, igaz, nem emberek részvételével, hanem állatok versenyeztek, a győztesek gazdái pedig jutalmakat nyertek (Didczuneit–Külow 1998). A dolog olyannyira bevált, mivel hamar megmutatkozott, mekkora szórakoztató erejük van a versenyeknek, hogy egyes vállalkozók szezonális jelleggel mindenféle furcsa és különös kategóriában szerveztek szépségversenyt. Megpróbálkoztak lányok versenyeztetésével is, de a puritán országban, ahol a saját test megpillantása is tilalmazott volt, ennek a kategóriának a sikerre vitele még erkölcsi akadályokba ütközött. Elsősorban az édesanyák voltak azok, akik nem engedték jelentkezni a lányukat olyan megmérettetésre, ahol a számukra ideális értékek, mint a jó, az igaz és a szép nem voltak kapcsolatba hozhatók a hasznos, a szükséges és a kellemes kategóriákkal. A nevelés során beléjük oltott szemérmesség és a „jó társaság” ítélkező közvéleményétől való félelem mind-mind az ellen hatott, hogy a tetőtől talpig felöltözött lányukat idegen emberek mustrálják. A női tisztesség ideája még a testüket teljesen eltakaró, nyilvánosan fürdőző nőket is kellő távolságban tartotta a férfi tekintetektől. Bizonyos amerikai körök a Philadelphiában található antik szobrokat bemutató galériát is olyan közönséges látványosságnak ítélték, hogy megtekintését csak külön-külön engedték meg a férfiaknak és nőknek (Fónagy 2014).

¹ Az írás megszületése idején a Debreceni Református Hittudományi Egyetem kutatásfinanszírozási támogatásában részesültem. (E. A.)

Néhány évtized elteltével azonban alapvetően megváltozott a helyzet. Az ipari forradalom találmányai, az elektromosság széles körű felhasználása új iparágak, új energiaforrások és új alapanyagok megjelenését hozták, és korábban nem tapasztalt, gyors gazdasági fejlődést eredményeztek. A transzkontinentális vasúti vonalak megépítése, a hidépítés forradalmasítása, az izzólámpa alkalmazása, a telefon és az új fényképezési technikák elterjedése társadalmi változásokhoz vezettek. A megnövekedett népesség, a gyorsuló urbanizáció és az új szakmák megjelenése alaposan átformálták a társadalom szerkezetét, az emberek életkörülményeit és életformáját. A gyarapodó anyagi lehetőségek, a javuló életszínvonal, a fogyasztás szerepének erősödése hatással voltak a gondolkodásra is. A mentalitásbeli változások, a korábbi értékek újakkal történő felváltása a puritán erkölcsök feloldódásához vezettek.

Delaware az Amerikai Egyesült Államok 13 alapító államának egyike. A Hajdú-Bihar megyénél kisebb területen fekvő, az Egyesült Államok második legkisebb államában található Rehoboth Beach városkában rendezték meg 1880-ban az első, fiatal lányok részvételével szervezett szépségversenyt. A jelentkezők a Miss United States címért versengtek. Az ítések között volt Thomas Edison, a sikeres feltaláló és Samuel Harrington, a törvényszék elnöke. A lányok a testet szinte teljesen eltakaró fürdőruhában mutathatták meg magukat a zsűri és a közönség előtt. A testi adottságok szemrevételezése kimerült a testtartás, a kézfej és a lábfej vizsgálatában, és inkább a bájos arc volt a döntő szempont (Morgan 2014).

A női fizikum előtérbe kerülése helyett tehát a test eltakarása dominált, a verseny megrendezése mégis egy új korszak kezdetét jelölte. Az első Rehoboth Beach-i verseny után a keleti parton egymást érték a hasonló rendezvények. Minden magára valamit adó strand a főszezonban szervezett szépségversenyt, és igyekeztek mindig valami újdonsággal előrukkolni. A fürdőtulajdonosok a látogatók számának növekedését várták az új látványosságtól, és nem is kellett csalódnuk. Az újságok rendszeresen tudósítottak az eseményekről, hovatovább maga a sajtó is bekapcsolódott a versenyek szervezésébe. A megmérettetések olyannyira népszerűvé váltak, hogy rövidesen válogatókat kellett tartani. A versenyek szervezői előírták, hogy a jelentkezőknek fényképet kell magukról a megjelölt szerkesztőségekbe küldeniük, és az élő felvonulások versenyen már csak az előválogatón túljutottak vehettek részt. A fényképezés már nem számított ritkaságnak, sokak számára mégis drágának bizonyult. A fiatal lányok a győztesek népszerűségét irigyelték, a versenyek szervezői pedig a győztesek reklámértékét igyekeztek kihasználni.

2. A szépségverseny meghódítja Európát

Európában nagy diszkréciótól övezve először 1888-ban a belgiumi Spában szerveztek szépségversenyt, melyre 350 hajadon küldte be a fényképes jelentkezését, de közülük csupán 21-en lehettek az élő verseny résztvevői a fürdővároska kaszinójában megrendezett megmérettetésen. A szervezők bizalmatlanságát jelezte, hogy a versenyzők a programok ideje alatt egy mindentől elzárt épületben laktak, kizárólag lefüggönyözött autókban közlekedhettek, és nem találkozhattak a városlakókkal. A 23 fős zsűri a Párizsban élő, Guadeloupe szigetéről származó, kreol bőrű Marthe Soucarèt-ét hirdette ki győztesnek, akinek a jutalma 5000 frank lett.

A szépségversenyeknek kezdettől fogva velejárája lett a botrány. Az eredmény kihirdetése után a további helyezettek mély csalódást éreztek, és dühükben tettelegességre ragadtatták magukat, még a virágcsokrot is kitépték Miss Europa kezéből (Didczuneit–Külow 1998). A tehetős közönséget azonban sem akkor, sem később nem zavarta a hasonló csetepaté, és a későbbiekben is szívesen váltottak belépőjegyet a hasonló rendezvényekre. A szépségversenyek adta lehetőségeket a divatipar és az idegenforgalomhoz kötődő ágazatok szereplői is igyekeztek kiaknázni. A szépségkirálynők pedig, akik a boldog mámor pillanatait

minél hosszabb ideig akarták élvezni, és saját életük jobbrafordulását remélték, sok esetben nemzeti ikonná és a kollektív identitás megtestesítőivé váltak.

Németországban első alkalommal Hamburgban rendeztek szépségversenyt 1909-ben. A szervezésre nem sok gondot fordítottak, mert a verseny kiírását követő negyedik héten már eredményt is hirdettek. A győztes cigarettaárus lányról azonban a verseny ideje alatt kiderült, hogy a szervező berlini kabaré igazgatójának a barátnője, így a versenytársak a legkülönbébb praktikákkal törtek borsot az orra alá. Egyik alkalommal például borszeszt csempészték a sminkjébe, máskor eldugták a ruháját, és az is előfordult, hogy becsmérő kifejezésekkel illették. Mindezen trükkök azonban hiábavalónak bizonyultak, mert a versenyt végül mégis csak a barátnő nyerte meg. A győzelem Gertrud Dopieralski számára egy szerény karrier elindulását jelentette. Gerda Sieg művésznéven kisebb színházi szerepekben tűnt fel, és képeslapokon szerepelt, amelyeket lelki vigaszként az első világháborúban harcoló és hazavágyó német katonák között osztogattak (Kühl 2015).

3. Az „arany” húszas évek

Az első világháború befejezése után, 1920-ban Európában először a franciák hirdettek versenyt a szép lányok számára. Néhány év múlva az olaszok, az angolok, az osztrákok, a spanyolok és a hollandok is büszkélkedhettek szépségkirálynővel. Magyarországon 1929-ben koronázták meg első alkalommal az ország legszebb lányát. A nyúlánk, őzike tekintetű Simon Böske, a keszthelyi járási tisztifőorvos lánya még ugyanabban az évben elnyerte a Miss Europa címet is. A versenyek minden országban hasonló forgatókönyv szerint zajlottak: a beküldött fényképek alapján előválogattak a jelentkezők közül, a nagy napon pedig az izgatott lányok fürdőruhában vagy utcai viseletben elvonultak a tekintélyes, jobbára férfiakkól álló zsűri előtt, majd a győztest népes koszorú ünnepelte, aki ismert emberekkel, köztük politikusokkal pózolt és fényképezkedett, s alig győzte fogadni a gratulációkat. A győztest övező kezdeti népszerűséget azonban a többségük nem tudta sokáig megőrizni és kamatoztatni. Sztárkultúra kialakulásáról, mint ahogyan az 1920-as években a filmiparban a színészek esetében már tapasztalható volt, még nem beszélhetünk. A szépségkirálynő személyisége még nem tűnt elő, s még nem teremtett kapcsolatot a közönséggel. A szépségkirálynő Európában az 1920-as évek elején még nem vált árucikké, amelyet népszerűsíteni és eladni lehetett. A versenyek szervezői óvatosak voltak, hiszen filmproducer kollégáik már megtapasztalhatták, milyen nagy piaci erőt ad a színészek kezébe a nyilvánosság.

Az 1909-es botrány után majd két évtizedig nem szerveztek szépségversenyt Németországban. A vesztes világháború politikai karanténba zárta Németországot, és a megaláztatás okozta sebek lassan gyógyultak. A weimari köztársaság belpolitikai stabilizálódása, külpolitikai helyzetének normalizálása és gazdasági konszolidációja azonban viszonylagos társadalmi békét hozott. Az állam gondoskodó szerepe markánsabbá vált, hiszen törvényben fogalmazták meg, hogy az állam feladata a piacgazdaság következményeinek kiegyenlítése (Schmidt 2005). A lendületes gazdasági fejlődés a bérek növekedését, így az életszínvonal emelkedését hozta. Berlin, a birodalom fővárosa az 1920-as évek közepére az irodalom, a zene, a film- és képzőművészet európai központja lett.

Művészek hada vágyakozott Berlinbe, sokuk rövidebb-hosszabb időt töltött el itt, hiszen „Berlin városiasodott, modorosodott, a nők megtanultak öltözködni, a város léghőmérséklete sűrítve volt ötletekkel, a város élt [...] Szép volt Berlin [...], titokzatos, kiismerhetetlen. A séta délelőtt a Tiergartenben, az 'Unter den Linden' benzinpáros nyugtalansága, az átmenet egy délvidéki kikötőváros gyanúsága s egy porosz nagyváros fegyelmezettsége között, az a kegyetlen lendület és éhség, mellyel a város az egyensúlyt s a kielégülést kereste, a szokimondás és a gondolkodás feltétlen szabadsága, az áhítat és a jóindulat, mellyel a város

„Kizökkent világ” – Szokatlan és különleges élethelyzetek: a nem-konvencionális, nem “normális”, nem kiszámítható jelenségek korszaka?

XXIV. Apáczai-napok Tudományos Konferencia tanulmánykötete

minden új művészi kísérletet fogadott, mindez együtt Berlint, rövid időre, a háború utáni Európa legérdekesebb s talán legreményteljesebb városának mutatta” (Márai 1997: 257).

A külföldi szépségversenyekről szóló képes beszámolók egyre gyakrabban tűntek fel a német újságok oldalain. A képeken látható bájos, fiatal lányok vidámságot sugároztak, és a magazinok olvasói egyre csak várták az újabb részleteket. Vállalkozók, akik felismerték a rendezvények várható bevételeinek nagyságát és reklámértékét, egyre több helyi versenyt rendeztek. Az ország választási lázban égett, és a reggelig tartó mulatságokon jelentős mennyiségű étel és ital fogyott, a legszebb lány megválasztása pedig csak egy showelemmé vált a vígasság közepette. A közönség azt sem nehezményezte, ha belépődíjat kellett fizetnie.

Az első Miss Germany versenyt 1927-ben Berlinben rendezték meg. A válogatás a rossz szervezés miatt nem volt országos méretű, ezért alapos túlzásnak tekinthetjük a verseny elnevezését. Két rostán kellett túljutnia annak a tizenöt lánynak, akik a gomolygó cigarettafüstben pezsgővel koccintó, vidám publikum előtt éjfélkor végiglejtettek az óriási báltermen.² A 21 éves győztes, Hildegard Quandt egy évig viselhette a Miss Germany címet. A sajtó Quandt kisasszonynak a Fräulein Deutschland nevet adta. Szépségkirálynőként keresztül-kasul utazta az országot, és óriási népszerűsége tett szert. Modellszerződést kötöttek vele, újságok címlapjain jelent meg, a legkülönbébb rendezvényekre és közönségtalálkozókra hívták. Eljutott Amerikába is, ahol számos fotó jelent meg róla. Karrierje azért is számított álomszerűnek, mert az első világháború után a keleti porosz területekről öt testvérével menekültként érkezett Berlinbe, ahol nagy szegénységben éltek. A hirtelen rivaldafénybe kerülő lány néhány év után azonban hátat fordított új életének. Férjhez ment egy cukrászmesterhez, háziasszony és édesanya lett (Wiehler 2001).

1927-től kezdve a helyi fordulokat követően minden évben megrendezték a Miss Germany versenyt, sőt konkurens szépségversenyek is szerveződtek. Rögzültek és finomodtak a szabályok: a jelentkezőnek 17 és 25 év közötti, gyermektelen hajadonnak kellett lennie, és a születési anyakönyvi kivonatával kellett igazolnia életkorát, valamint német állampolgárságát. Lefüleltek és kizártak versenyzőket, mert kiderült róluk, hogy letagadtak pár évet a korukból, vagy téves információt adtak a családi állapotukról, sőt az is előfordult, hogy a győztest megfosztották a címétől.

A szépségkirálynő megválasztása minden társadalmi réteget megmozgató eseménnyé vált. A tehetősebb családok lányai előnyben voltak, mert a versenyzőknek kellett állniuk a költségeket. Ezek a költségek pedig igen magasnak bizonyultak, hiszen az utazás, a ruhák és az egyéb kellékek mind-mind sokba kerültek. A jelentkezők között mégis mindig akadtak szerényebb körülmények közül származók, akiknek sok esetben életcéljukká vált a versenyen való indulás. Számukra a részvétel és főképpen a jó helyezés azzal az eséllyel kecsegtetett, hogy híres színésznővé vagy modellé válhatnak, és nem melleleg gazdag férjet találnak. A szervezők egyre több ismert embert nyertek meg zsűritagnak.

Az 1920-as évek végén a zsűri munkájában szerepet vállaltak olyan hírességek, mint például Heinrich Mann, Fritz Lang, Max Reinhard, Marlene Dietrich vagy a bokszlegenda, Max Schmeling. A menetrendszerű botrányok sem csökkentették a versenyek közkedveltségét, sőt éppen ellenkező hatást váltottak ki. Ha a közönségnek nem tetszett a zsűri döntése, képesek voltak akár az utcai demonstrációra is. A versenyzők sokat civakodtak egymással, és – elsősorban a vesztesek – készek voltak patáliát csapni, de a tettlegesség sem számított ritkaságnak. A megmérettetésekről tudósító lapok némelyike követelte a botrányt okozó versenyzők szigorú megbüntetését, így aztán a lányok felkészítéséhez – szükség esetén – a helyes etikett elsajátíttatása is hozzátartozott.³

² Berliner Lokal-Anzeiger, Abendausgabe, Meckerdiele und Schönheitspräsidentin, 1927. március 6.

³ Berliner Lokal-Anzeiger, Abendausgabe, Meckerdiele und Schönheitspräsidentin, 1927. március 6.

A győztes magánéletét komoly érdeklődés övezte. Az emberek kíváncsiak voltak, vajon mivel telnek a szépségkirálynő napjai, hol lakik, mit eszik, kivel találkozik. Különös érdeklődésre tartott számot az öltözködése. Fürkésző tekintetek kísérték az outfitet, és sokak számára követendő mintaként szolgált. Az új ruhadarabok szimbolikus tárgyakká és eszközökké váltak, amelyeken keresztül azok birtokosai önmagukról informálták a társadalom többi tagját. Az új külső és az öltözködés kulturális jelként nyelvi üzenetet közvetített, és egy új magatartásmódot is kifejezésre juttatott.

4. Berlin az európai divat meghatározó színterévé lép elő

A háború után újjászerveződő nemzeti közösség önképének szerves része lett „a német ember legyen ’németül’ felöltözve” érzése. Az 1920-as évekre Berlin a divat városa lett, és már nem volt igaz az a korábban szinte kőbe vésett alapszabály, hogy a női divat Párizsból jön, a férfi pedig Angliából. A technikai apparátusát modernizáló német textilipar megfelelő háttérrel biztosított az egyre szaporodó divatvállalkozások számára. A textíliák és az öltözetek előállítói a társadalom alakítóivá váltak: megszületett a modern német textil- és divatipar. A német divatipar a nő társadalmi helyzetének megváltozására, tömeges munkába állására hamarosan reagált, és jelentős gazdasági faktorrá vált. A háború utáni Berlinben a gépgyártás és a villamosipar után a konfekcióipar foglalkoztatta a legtöbb embert, mintegy 180 000 fő megélhetését biztosítva.

Kialakult a modern városi nő típusa, és az új, emancipált nő szabadságra és önállóságra törekedett az élet szinte minden területén: gyakorolta választójogát, munkát vállalt, férfi kísérő nélkül járt szórakozni, élénk színű rúzzsal festette az ajkait, a bárban cigarettázott és koktélt fogyasztott, a zenés-táncos rendezvényeken pedig charlestont táncolt, valamint jazzt és bluest hallgatott. Az öltözködés az emancipációs folyamat egyik sarkalatos pontjává vált. Ez részben kényszerből történt, mert a háború éveiben kenyérkeresővé kellett előlépniük, vagy az önkiteljesedés részeként munkát vállaló nő nem akart a szabad mozgást korlátozó ruhadarabokat – mint fűzőt, acélabroncsot, nehéz anyagokból készült ruhákat és lábat nyomorító cipőt – viselni. A fűzőviselés egészségtelen következményeit módszeresen taglaló orvosi vélemények és még inkább a feminista mozgalmak fokozatos térnyerése segítették a reformruha-mozgalom élharcosait (Czingel 2020). Az életmódbeli és a társadalmi változások átalakították az eszményi nő képét is. Az új szépségideál a bubifrizurás, fiús testalkatú, rövid szoknyát viselő, hímzett vagy gyöngyökkel kirakott, hegyes orrú, már-már műalkotásnak is beillő cipőt viselő nő, a *garçonne* lett. Az új megnevezést Victor Margueritte 1922-ben megjelent *La Garçonne* (magyarul *Lerhier kisasszony legényélete*, 1923) című regényének címéből kölcsönözték, és a szó a köznyelvben az emancipált fiatal nő szinonimájává vált.

Berlin nemcsak a német, hanem az európai divat fővárosává is vált, és a tervezésre művészeket is alkalmazó német divatházak immár méltó választ adtak a párizsi és londoni kihívásokra. A divatházak, amelyeket Berlin nevezetességeiként tartottak számon, kirakataikkal és belső berendezéseikkel szinte elkápráztatták a báméskodókat és a betérőket. Manheimer, Gerson és Hertzog gyönyörűségei mellett feltűntek az újak, mint például Gehringer és Glupp vállalkozása, és a régiek az újakkal versengve a Hausvogteiplatzen és környékén, butikok százaiban kínálták a sokak által vágyott termékeiket. Az extravagancia hódolóit Regina Friedländer, Johanna König, Marie Latz és Johanna Marbach szalonjai várták. A Kurfürstendamm, az Unter den Linden és a Friedrichstraße pompás divatüzleteiben mindenki úgy érezhette magát, mintha csak rá vártak volna. A butikokba belépők többsége rövid haját viselt, mert a nő egyik legfontosabb természetes ékessége, a dús, hosszú haj az olló áldozatává vált. A modern német nagyvárosi nő bubifrizurát akart. A „párizsi sikk” után a „berlini sikk” is szállóigévé vált. A francia elegancia kacérságot sugalló szenvedélyességével szemben a német sokkal inkább az újszerűséget és a praktikusságot sugározta. A nőiességet modern elemekkel hangsúlyozták, aminek eredményeként a női ruha vonalvezetésében

feltűntek a korábban a férfidivatra jellemző jegyek. A figyelem a derékról a csípőre került és rövidülni kezdtek a szoknyák. A rövid szoknya kiemelte a harisnyába bújtatott lábakat, és ekkor indult el hódító útjára a nadrág (Koch-Mertens 2000). A nők korábban ugyanis csak sportoláskor, esetleg pizsamaként hordhattak nadrágot. A legendává vált Marlene-nadrágot azonban Marlene Dietrich képes volt oly nőiesen viselni, hogy a közgondolkodásban ízléstelennek minősített ruhadarab először a harsány és túlzóan feltűnő szetteket kedvelők nélkülözhetetlen alapdarabjává vált, majd a közízlés is elfogadta. A német filmipar is besegített persze a népszerűsítésébe, hiszen a rendezők egyre több színésznőt bújtattak nadrágba.

Ezt a karcos eleganciát a divat „demokratizálódása” ellenére sem mindenki engedhette meg magának. A népszerű divatmagazinok azonban gondoltak a szűkösebb életkörülmények között élőkre is. A nők számára szerkesztett újságok egyre nagyobb jelentőségre tettek szert, hiszen a lányok nevelése és oktatása, illetve társadalmi szerepük mind hangsúlyosabbá vált (Balog 2017). A szerkesztők törekvése, hogy a magazinok minél több emberhez eljussanak, a témakörök fokozatos bővítésével volt elérhető. Aki nem tudta megvásárolni vagy megcsináltatni a vágyott ruhát, kalapot és kiegészítőket, a divatlapok fotói és szabásmintái alapján készíthetett magának hasonlót. A szociális különbségek tehát nem tűntek el, a berlini nők mégis hasonló ruhákban jártak. Ha azonban a hasonló ruhadarabokat közelebből is meg lehetett volna figyelni, tapasztalhattuk volna a minőségi különbséget: kevesebb rafinéria, kissé ügyetlenebb kézi munka, silányabb anyag, fakóbb szín jellemezte a házilag gyártott ruhákat, de Berlinben szinte minden lehetségesnek tűnt. A női divat kulturális kincsé és a nagyvárosi modernség allegóriájává vált, amelyben a már választójoggal rendelkező, munkát vállaló, emancipált nő ellentmondásos elképzelései és lehetőségei tükröződtek (Bertschik 2005).

A háború előtti állapotokhoz való visszarendeződés igénye azonban a közgondolkodás része maradt. A frontról hazatért katonák vissza akartak találni a munka világába, és a családban korábban betöltött vezető szerepüket is visszakövetelték. A vidéki Németországban a tradicionális társadalmi szerepek ismét meghatározóvá váltak, és a férjek a feleségeket is legszívesebben visszaküldték volna a konyhába. A több mint félmillió özvegyen maradt nőt azonban, akik hirtelen családfenntartóvá váltak, valamint a nagyvárosokban élő, öntudatos és felszabadult társaikat már nem lehetett visszaváltoztatni.

5. A berlini divatipar társadalomtörténeti előzményei

Az a tény, hogy Berlin az európai divat meghatározó városává nőtte ki magát, nem a véletlennek volt köszönhető, és nem volt előzmény nélküli. A 19. század közepére a berlini szabómesterek egyik legfontosabb bevételi forrása a szériában méretre varrt ruhadarabok készítése lett. Az előre kialakított áron és mennyiségben legyártott darabok a mestereknek biztos megélhetést nyújtottak, a termékek átvevői pedig mentesültek a gyártási folyamat szervezésének költségei és nehézségei alól. A megrendelők gyár nélküli gyárosok lettek, hiszen nem kellett varrodákat fenntartaniuk, mert a szabómesterek és a varrónők otthon dolgoztak. A több mint hatszáz szabómester százezernél is több varrónőt dolgoztatott. A textíliát a „gyárosok” szállították a mestereknek, akik kipurciózták azt a varrónőknek. Saját varrógéppel a varrónők nem rendelkeztek, mert a még Németországban is újdonságnak számító Singer-varrógép nagyon drága volt. A kiváló minőségű és szériagyártásra alkalmas Singer-varrógép ára ekkoriban száz márka körül mozgott, a varrónők heti bére pedig ennek az összegnek csupán a töredéke volt.

Tehetséges, szorgalmas és vállalkozókedvű fiatalok meglátták az egyenruhakészítés porosz hagyománya, az üldöztetés elől németföldre menekült hugenották utódai által fenntartott tradíciók, valamint a zsidó kézművesek szaktudása kínálta lehetőséget, és mindezek szerencsés eleggyé alakítása alapozta meg vállalkozásuk sikerét. A porosz hadsereg

„Kizökkent világ” – Szokatlan és különleges élethelyzetek: a nem-konvencionális, nem “normális”, nem kiszámítható jelenségek korszaka?

XXIV. Apáczai-napok Tudományos Konferencia tanulmánykötete

számára évszázadok óta készítettek egyenruhát. Az úgynevezett kék sablon alapján – kék cukropapírra rajzolták meg először a mintát – nagy mennyiségben és jó minőségben varrt uniformisokért az állam keveset fizetett, a rendszeres megrendelés azonban szerény, de kiszámítható megélhetést jelentett a mestereknek. Mivel a porosz katonáknak meghatározott fizikai adottságokkal kellett rendelkezniük, a szabásminták standardizálása nem okozott nehézséget. A néhány tízezer hugenotta bevándorló jelentősen hozzájárult a befogadó Poroszország gazdasági és kulturális életének fejlődéséhez (Gresch 2008). A hugenotta kézműipar jellemzője a kiváló minőség és a képzelőerő volt, és különösen textiliparuk luxustermékei vívtak ki nagy elismerést. A leszármazottak textilipari szaktudásuk révén nagy szolgálatot tettek új hazájuknak.

Poroszországban a francia forradalmat és a napóleoni háborúkat követően, de közvetlen francia beavatkozás nélkül született meg a zsidó emancipációs törvény 1812-ben. Elfogadása politikai mérlegelések eredménye volt, a társadalom nagy része komoly fenntartásokkal fogadta a zsidók egyenjogúsítását. Legfőbb eredménye a zsidóság gazdasági és politikai integrációja volt. A zsidók törvény előtti egyenlőségét kimondó jogszabály több mint harmincezer zsidót juttatott állampolgársághoz, és engedélyezte számukra a szabad letelepedést az ország teljes területén, valamint megszüntette a különleges adókat. A zsidók vezető állami hivatalt továbbra sem tölthettek be, a foglalkozási korlátok többsége azonban megszűnt. Katonai szolgálatot teljesíthettek, bár magas katonai rendfokozatot nem érhettek el, egyetemen tanulhattak, de akadémiai székek tulajdonosai nem lehettek, továbbá szabadon kereskedhettek.

Az emancipációs törvény eredményeképpen az 1820-as évektől erőteljes bevándorlás indult meg a keleti területekről Poroszországba. A bevándorló zsidók többsége kézműves volt, és különösen sok szabómester akadt köztük. A megnövekedett munkaerőt főképpen a berlini és a Berlin környéki kelmekészítők látták el nyersanyaggal. Rövid idő leforgása alatt az újonnan érkezettek többsége önálló kisműhellyel rendelkezett, és bekapcsolódtak az újdonságnak számító konfekciótermékek készítésébe. A növekvő igények folyamatos kielégítése csak úgy volt lehetséges, ha strapabíró és minőségi munkára alkalmas varrógépeken dolgoztak, illetve ha a munkafolyamatokat részműveletekre osztották, és a ruhakészítés meghatározott fázisait műhellyel nem rendelkező varrónőkkel végeztették el. A század közepére néhány szabómester már nemcsak műhellyel rendelkezett, hanem lerakattal és bolttal is. A zsidó iparosok szoros üzleti kapcsolatokat építettek ki külföldi partnereikkel, ami ösztönző hatással volt a gyártásra és az értékesítésre egyaránt. Az 1860-as évek végén Berlinben már közel hatvan nagykereskedést tartottak nyilván, amelyek többsége nemcsak európai országokba szállította a berlini szériatermékeket, hanem a tengerentúlra is. A nyüzsgő és vibráló Hausvogteiplatz és a környező utcák üzleteinek a száma a századfordulóra meghaladta a háromszázat.

A „három nagy”, Valentin Manheimer, Rudolph Hertzog és Hermann Gerson a 19. század harmincas éveiben költöztek Berlinbe. Manheimer szerény lottónyereményét befektetve indította el kabátkészítő vállalkozását, és a század közepén már alig győzte a Párizsból, Londonból és New Yorkból érkező megrendeléseket teljesíteni. Hertzog azzal igyekezett a női vásárlók kedvében járni, hogy szalonjaiban csak férfi kiszolgálókat alkalmazott, és ő volt – a császárt is megelőzve – az első büszke autótulajdonos Berlinben. Gerson a porosz királyi s majd a császári udvar beszállítója volt, ő készítette például 1861-ben Vilmos koronázási palástját is. Halála után a Freudenberg család vitte tovább a vállalkozást (Kessemeier 2016). A lemenők a világháború után is megőrizték vendégkörüket, és legtöbbjük számára éppen úgy készítettek selyemingeket, mint a fiatal köztársaság vezetőinek és családtagjaiknak. Friedrich Ebert, a weimari köztársaság 1919-ben megválasztott elnöke az elsők között jelentkezett be Gersonnál (Dähn 2019).

Egy korszak vége

A nemzetiszocialisták hatalomra kerülése mindent megváltoztatott. Mivel a divatipari vállalkozások meghatározó része zsidó tulajdonban volt, 1933 után a divatipart „árjásították”, és a kurzusváltás véget vetett a zsidó-bolsevik dekadenciaként minősített szépségversenyeknek is. A rendszer által propagált új nőideál immár a vamp típust megvető édesanya, feleség és hazájához hű állampolgár lett.

A berlini nők hétköznapi viseletéből eltűntek a színek, a bizsuk, a gyöngyök és minden, ami extravaganciát kölcsönzött a megjelenésüknek. Frankfurtban ugyan megalakult a tehetséges osztrák ruhatervező, Margarethe Klimt vezetésével az úgynevezett Modeamt, amely merész és nagyon drága haute couture ruhaköltemények készítésével Németország határain kívül egyfajta kulturális küldetést igyekezett teljesíteni, a német divat azonban rövid időn belül elveszítette meghatározó szerepét.

Irodalom

- Balog B. 2017. Életreformelemek megjelenése az 1920–1930-as években a Magyar Lányok című folyóiratban. In: Németh A.–Vincze B. (szerk.): *Továbbélő utópiák – magyar életreform-törekvések és nemzetközi recepciós hatások. Neveléstudomány-történeti tanulmányok*. Budapest: Gondolat Kiadó, 58–80.
- Berliner Lokal-Anzeiger, Abendausgabe, Meckerdiele und Schönheitspräsidentin, 1927.03.06.
- Bertschik, J. 2005. *Mode und Moderne: Kleidung als Spiegel des Zeitgeistes in der deutschsprachigen Literatur (1770–1945)*. Köln: Böhlau Verlag.
- Braudel F. 1982. Az öltözködés és a divat. In: Klaniczay G.–S. Nagy K. (szerk.): *Divatszociológia I–II*. Budapest: Tömegkommunikációs Kutatóközpont, 93–113.
- Czingel Sz. 2020. *A női test alakváltozatai 1880–1945*. Budapest: Jaffa Kiadó.
- Dähn, B. 2019. *Berlin Hausvogteiplatz. Über 100 Jahre am Laufsteg der Mode*. Berlin: Textile Geschichten Verlag.
- Didczuneit, V.–Külow, D. 1998. *Miss Germany. Die deutsche Schönheitskönigin*. Hamburg: S & L Medien Contor.
- Fónagy Z. 2014. „A botrányt kerülni kellett”. *Szexualitás és prudéria a boldog békeidőkben*. https://mindennapoktortene.blog.hu/2014/05/25/erkolcs_pruderia_viktorianus (letöltve: 2020. 07.25.)
- Gresch, E. 2008. *A hugenották története, hite és hatása*. Budapest: Kálvin Kiadó.
- Kessemeier, G. 2016. *Herrmann Gerson: das erste Berliner Modekaufhaus*. Berlin: Hentrich und Hentrich Verlag–Centrum Judaicum.
- Koch-Mertens, W. 2000. *Der Mensch und seine Kleider. Die Kulturgeschichte der Mode im 20. Jahrhundert*. Düsseldorf/Zürich: Artemis-Winkler Verlag.
- Kühl, A. 2015. *Modenschauen. Die Behauptung des Neuen in der Mode*. Bielefeld: Transcript Verlag.
- Márai S. 2013. *Egy polgár vallomásai*. Budapest: Helikon Kiadó.
- Morgan, M. 2014. Myths of ‘Miss America’ in Reboth. <https://eu.delmarvanow.com/story/news/2014/03/16/michael-morgan-myths-of-miss-america-in-reboth/6509289/> (letöltve: 2020.07.26.)
- Schmidt, M. G. 2005. *Sozialpolitik in Deutschland. Historische Entwicklung und internationaler Vergleich*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Simonovics I. 2015. *Divat és szocializmus. Magyarország divattörténete 1945–1968*. Phd-disszertáció, Pécs: Pécsi Tudományegyetem.
- Szatmári J. A. 2015. Egy pesti divatrevü a 20. század első feléből. Revü vagy bemutató? In: Szvoboda Dománzky G. (szerk.): *Tanulmányok Budapest múltjából. XL*. Budapest: Budapesti Történeti Múzeum, 241–264.

„Kizökkent világ” – Szokatlan és különleges élethelyzetek: a nem-konvencionális, nem “normális”,
nem kiszámítható jelenségek korszaka?

XXIV. Apáczai-napok Tudományos Konferencia tanulmánykötete

http://epa.oszk.hu/02100/02120/00040/pdf/EPA02120_tbm_2015_40_241-264.pdf
(letöltve: 2020.12.20.)

Wiehler, S. 2001. Miss Germany: Das Fräulein-Wunder. *Der Tagesspiegel*, 2001.01.11.