

*Fruzsina Müller: Jeanssozialismus. Konsum und Mode im staatssozialistischen Ungarn.*

(Moderne europäische Geschichte 15.) Wallstein Verlag, Göttingen, 2017. 277 oldal.

Az államszocializmus életmódtörténetének kutatása immár bevett történeti irányzatnak mondható Magyarországon, hiszen az utóbbi évtizedekben kiváló munkák láttak napvilágot Horváth Sándor, Tomka Béla, Tóth Eszter Zsófia, Valuch Tibor és mások tollából. Ezt a gazdag irodalmat gyarapítja Müller Fruzsina 2017-ben Németországban megjelent könyve, amely a magyar farmer projektjére fókuszál. A kötet átfogó képet ad a hazai divat és fogyasztás körüli vitákról, valamint az ezeket övező politikai-gazdasági-társadalmi álláspontok változásairól. Müller Fruzsina könyve segíti annak a folyamatnak a megértését, hogyan jut el a politikai elit és maga a divatipar a keményvonalas, a konzumerizmus és a nyugati divatot tagadó sztálinista elvektől a nyugati licencszek, mint például a Levi's farmerek gyártási szerződéséig, valamint a hazai gyártású Trapper farmer projektjéig.

Müller Fruzsina kommunikáció és német szakos hallgató volt az ELTE-n, majd a Lipcsei Egyetemen kultúrtörténet szakirányon végezte doktori tanulmányait; az ott megvédett disszertációjára épül a jelen kötet. A monográfia címe találó, mert Müller épp a farmer-nadrág szimbolikáján keresztül mutatja be, mennyire komoly ellentmondások feszültek a kommunista ideológia, a gazdasági realitások és a mindennapi életmód között néhány évvel a kádári reformok beindulása után. A *Jeanssozi-*

*alismus* két logikai egységre tagolódik: az első részben a szerző a fogyasztási- és divatviták történetét tekinti át a sztálinista korszaktól a 70-es évek végéig; a második részben pedig a ruházati kereskedelem aktorainak a tevékenységét elemzi, azok vitáit és együttműködéseit analizálja. A kötet végén részletes irodalomjegyzék található, név- és tárgymutatót, illetve illusztrációkat azonban nem tartalmaz.

Rövid tartalmi-tematikai bevezető után a kötet első fejezetében Müller Fruzsina a divat és a fogyasztás politikai legitimációban betöltött szerepét járja körül. Megállapítja, hogy a Rákosi-diktatúra igen kemény nyugatellenes propagandája a Kádár-korszakban néhány évtized alatt nem csupán megengedőbbé vált, hanem a divat funkciója és annak hatalmi megközelítése is teljesen átalakult. Ez a folyamat azonban olyan súlyos ideológiai vitákkal volt terhelt, mint a kommunista ideológia és értékrendszer szembenállása az újonnan kialakuló fogyasztási kultúrával és az ebből fakadó divattrendekkel, amelyek aztán a farmernadrág viselése kapcsán hágtak tetőpontjukra.

A divat körül kialakult vitákat a szerző a második fejezetben a kispolgári mentalitás, a fogyasztás, valamint a kommunizmus közötti ideológiai szembenállás alapján tárgyalja. Müller kifejti, hogy az egyéni fogyasztásra és az olyan szimbolikus tárgyak, mint a háztartási gépek, autó, naprakész

divatos öltözetek és divatkellékek birtoklására épülő kapitalista értékrend fejtörést okozott a kommunista Magyarország politikai elitjének, főképp az 1950–60-as években, amikor még komoly problémát jelentett nyíltan felvállalni az egyéni fogyasztásra épülő, a nyugati kapitalizmust követő magatartásformákat.

A harmadik fejezetben Müller a fiatalokkal kapcsolatos ideológiai nevelés különböző álláspontjait ütközteti, főként a divattal és fogyasztással összefüggő kérdéseket érintve. Ezen a ponton a szerző megállapítja, hogy a '70-es évek magyar ifjúságát nem igazán érdekelték a politikai és a társadalmi kérdések, ellenben a fogyasztás korlátozott lehetőségei annál inkább felkeltették a figyelmüket. A hazai tendenciák nem csupán a mainstream fogyasztási kultúra iránti érdeklődésben, de ennek a fiatalok által képviselt kritikájában sem tértek el a nyugat-európai tendenciáktól. A fiatalokra jellemző attitűdök a Vasfüggöny mindkét oldalán különböztek a háborút átélők mentalitásától. A farmernadrág, talán a kóla mellett, a nyugati fogyasztói kultúra egyik legelterjedtebb szimbólumává vált, amit a Rákosi-időszakban még teljesen elutasított az állampárt. Ez a merev ellenállás lassan ellentétbe került a fiatalok által képviselt értékrenddel, ami fokozatosan elősegítette a hivatalos álláspont megváltoztatását is, ezáltal a farmernadrág lépésről lépésre bekerült az állampárt legitimációs eszköztárába.

A kötet második részében Müller Fruzsina részletesen ismerteti a téma kapcsán a könnyűipar és a kereskedelem aktorainak a szerepét. E rész első

fejezetében a szerző vázolja a könnyűipari termékek változó szerepét, és részletesen ábrázolja, hogyan vált a könnyűipar a Rákosi-korszak mostohagyerekéből a Kádár-korszak egyik központi elemévé, mennyire fontossá vált a divatcikkek és a divatos ruházat gyártásának a fejlesztése. Ez a fokozatos váltás azonban nem sikerült maradéktalanul a divatruházat esetében, mivel a központilag irányított tervezdaság a szezonális trendeket nem volt képes rugalmasan követni, még annak ellenére sem, hogy a gyártók fokozatosan egyre nagyobb szabadságot kaptak döntéseiket illetően.

Különösen a „magyar farmernadrág projekt” esetében váltak nyilvánvalóvá ennek a hibrid rendszernek a sajátosságai, ahol a piachoz való alkalmazkodás és az új ötletek rugalmassága egyszerre volt jelen a tervezdasági kötött módszerekkel. Habár a Magyarországon készített farmernadrág létrejött egyfajta kreatív folyamatként is értelmezhető, ennek ellenére, vagy talán éppen ezért, a gyártáshoz szükséges alapanyagokat és gépeket a magyar szervek a tervezdaságban megszokott, agyonburokratizált módon szereztek be.

A magyar modell ellentmondásai ellenére mégis sikeresnek volt mondható, ahogyan azt Müller a második rész negyedik és ötödik fejezetében ábrázolja. Ennek oka, hogy a Kádár-rezsim képes volt szoros együttműködések kialakítására nyugati cégekkel, mint például a legendás Levi's kaliforniai farmergyártó céggel. Ez az együttműködés nem ragadt meg a bedolgozás szintjén, hanem hatott, illetve át is alakította egyes hazai vállalatok menedzsmentjének gondolkodását. Jó

példa erre a Tisza Cipő, amely már az államszocializmus évtizedeiben is gondosan építette fel „brand”-jét.

Mindezek a folyamatok összességében a hidegháború végére a könnyűipar fontosabb szereplőinek egy részét gyakorlatilag szembeállították a kommunista diktatúra évtizedekkel korábbi hitvallásával, és bár a Kádár-rezsim sok mindent megtett a nyugati menedzsment módszerek átvételére és az államszocialista rendszerbe való integrálására, ezek az elemek valójában idegenek voltak a szocialista társadalom alapvető értékeitől, és lényegében a szocializmus lerombolását segítették elő annak építése helyett.

Összegzésképpen megállapítható, hogy Müller Fruzsina könyve több szempontból is kiváló és hiánypótló. A *Jeanszocialismus*ban, bár jelen vannak a nyugati, főleg német nyelvű szakirodalomra tett utalások, de alapvetően nem a tágabb téma gazdag angolszász diskurzusához való hozzájárulás vezette a szerzőt. Müller

a Kádár-korszak magyar nyelvű szakirodalmához csatlakozik organikusan, és az államszocializmus történetének gazdasági, társadalmi és kulturális rétegeinek olyan új, korábban nem kutatott aspektusaira világít rá, amelyek hiánypótlóvá emelik munkáját. Müller remekül köti össze a politikai eliten belüli divat- és fogyasztáspolitikai csatározásokat azok gazdaságpolitikai-külgazdasági vonatkozásaival. Ezeket az alapvetően gazdasági-iparfejlesztési kérdéseket organikusan fűzi egybe azokkal a társadalmi-kulturális változásokkal, amelyek oda-vissza hatottak a magyar divat változásaira. A könyv eddig csak német nyelven jelent meg, ami azért sajnálatos, mert véleményem szerint számos hazai és külföldi olvasó – laikus és történész egyaránt – forgatná örömmel ezt a jól megírt, remek munkát. Őszintén remélem, hogy Müller Fruzsina műve hamarosan angol és magyar nyelven is olvasható lesz.

*Pál Viktor*