

Mészáros Zsolt

Eötvös Loránd Tudományegyetem

Férfidivat a magyar sajtóban (1914-1918)

„A világháború a közélet minden terén gyökeres mélyreható változásokat idéz elő; nem vonhatja ki magát hatása alól a férfitársadalom a ruházatkodás terén sem.”

(Szabó Ottthon 1915a, 4)

Tanulmányomban az I. világháború alatti magyar sajtóban (divatlap, szabászati közlöny, élclap) vizsgálom a városi, középosztálybeli úriember civil öltözködését a következő kérdések mentén: milyen új kulturális, társadalmi és politikai jelentések kapcsolódnak hozzá, a háborús propaganda milyen mértékben hatja át a ruhaleírásokat a divattanácsokat, és végül hogyan befolyásolják a háborús események magát a férfiviselet egészét és annak részleteit: anyag, szín, szabásvonal, ruhadarabok, kiegészítők (nyakkendő, kalap stb.).

Kimondottan férfidivatral foglalkozó orgánumban nem bővelkedett a dualizmus kori magyar sajtó, elsősorban a szűkebb szakmának szánt közlönyök léteztek. Az első, szélesebb polgári közönséget megcélzó, magazin jellegű férfidivatlap 1899-ben indult *Férfi divat* címmel, de 1908-ban meg is szűnt. Az úri ruházat újdonságairól még a női divatlapok, illetve a napilapok közöltek időnként híreket, képeket. A háború kitörésével azonban ezek eltűntek a hasábokról, vagy átadták a helyüket a katonák részére kötött sapkák, kesztyűk, sálak, érmelegítők ábráinak, készítési útmutatóinak. Felmerül a kérdés, ha 1914 és 1918 között nem működött speciálisan férfi divatlap, és a női társaik sem adtak már hírt a polgári ruházatkodás alakulásáról, hol lehet mégis ezzel kapcsolatban tájékozódni a sajtóban?

Információforrásul szolgálhatnak számunkra a színházi és társasági lapok (*Divat és Művészet, Színház és Divat, Színházi Élet, A Társaság*) elszótan, de továbbra is megjelenő férfidivat-tudósításai, eseménybeszámolóik, fényképei, valamint a szabászati lapok. Ez utóbbiakat általában egy-egy szabáscég, vagy posztókereskedő alapította, hogy azon keresztül toborozzon magának új vevőket, és tartsa a kapcsolatot a régiekkel. A célközönség a vidéki

szabóiparosság tagjaiból, szabómesterekből, iparosokból, kiskereskedőkből állt. Tartalmát tekintve ötvözetét nyújtotta a reklámnak, a szakmai közlönynek és az érdekvédelemnek. Ide sorolható a *Szabó Otthon* (Schwartz Lajos posztó- és béléssáru szétküldési üzlet) vagy a *Úri Szabók Divatlapja [La Toilette]* (Krausz Adolf posztó-, gyapjúáru, divat- és szabókellékek kiviteli háza).

Tanulmányomban a fenti laptípusok segítségével vizsgálom azokat a változásokat, amelyeket az I. világháború idézett elő az elegáns úriember alakjában, megítélésében, illetve a szélesebb értelemben vett polgári öltözködés szokásaiban, fazonjaiban, szín- és anyagtrendjeiben. A fővárosi közép- és felsőosztálybeli férfiviseletet a háborús propaganda, az ipar, az eszmény, és a ruhadarabok szintjén vizsgálom. Kutatásommal ahhoz az elméleti vonulathoz kívánok kapcsolódni, amely a 19. század során kialakult modern férfiasság-fogalom részeként elemzi az olyan korábban távolinak, frivolnak, „nőiesnek” tartott elemeket, mint a divat vagy a fogyasztás (Breward 1999; Shannon 2006; Ugolini 2007). F. Dózsa Katalin éles megfigyelése arra



Párisi Nagyruház, Budapest, Kerepesi út [ma Rákóczi út] 38-40. (1917) Fotó:

FORTEPAN

világít rá, hogy a komoly, sötét tónusú, állandóságot sugárzó polgári férfi öltözködés és külső alakulásának ritmusa valójában megegyezik a nőivel. Ha kevésbé szembetűnően, de 10-15 évenként változik a haj-, szakáll- és nyakkendőviselet, a kabátok, mellények, ingek szabása és színe is (F. Dózsa 212). Arra vagyok kíváncsi, hogy a polgári férfidivat hogyan működik tovább egy olyan rendkívüli, és ideológiailag terhelt történelmi helyzetben, mint a háború.

Háborús propaganda

*„Többet ér ma egy megszebesült katona, mint
tegnap egy épkezű láb gígerli.”*

(Magyar Figaró 1914a 1)

*„Dobjuk le polcainkról az angol posztót, vessük
a szemétre a francia divatot!”*

(Ullmann 1)

Az első mottóban szereplő sor eredetileg a satirikus lap címlapján található a következő felirat alatt: „A nők kedvence”. A szöveghez tartozó Bér Dezső-rajzon egy kerthelyiségben ülő, felkötött karú, nyalka huszárt étellel-itallal kínálnak szerelmes nők, míg a hátsó asztalnál világos öltönyű, csokornyakkendő, girardi-kalapos férfi bosszankodva figyeli őket, egyedül. Ugyanebben az újságban pár hónappal később azon élcelődött a névtelen tárcaíró, hogy sok úriember járt rosszul a bevonulással, mert az egyenruha megmutatta a valódi testalkatot, amit korábban a polgári szabók olyan fortélyai, mint a szabás, vattázás vagy bélelés, elfedtek (Magyar Figaró 1914b, 4).

A katonai zubbony testesítette meg tehát az „igazi férfiasságot”, ami háborús retorikában nem tűnik meglepő fordulatnak. Az sem váratlan, hogy ilyenkor a civil öltöny mennyisége a békeidőkhöz képest csökkent, az uniformis mellett jelentősége elhalványodott, sőt adott esetben rossz fény vetült rá. Ezekben az években az angol közvélemény számára a civil férfiruházat, amennyiben viselője hadköteles korú volt, férfiatlanságot, gyávaságot, hazafiatlanságot jelenített meg. Ez a hármas vád egy szélesebb fogyasztásellenes diskurzusba ágyazódott a szigetországban. A divat- vagy egyéb élvezeti, netalán luxuscikket vásárló egyént általános társadalmi megvetés sújtotta, mert a háborún nyereszkesedő vagy a hadkötelezettség alól kibújó alakja társult hozzá (Ugolini 71-98). Ugyanez megfigyelhető a korabeli francia sajtóban is. A *Carnet de la semaine* című párizsi élclap *La mode masculine*

(Férfidivat) címmel szatirikus kuplét közölt, amely a dandy párizsi uralkodásának végét hirdette (Bastia 1916, 3). A *Gaulois* című napilap pedig a következőképpen kommentálta azt a hírt, hogy néhány szabó új férfidivatot kísérletezik: „La vraie mode masculine, depuis deux ans, c'est le costume militaire”, azaz két éve az igazi férfidivat, a katonai egyenruha (1916, 3).

A magyar nyilvánosság kezdetben szintén száműzte a polgári divat és életvitel attribútumait, de ez megváltozott, ahogy a hónapok múlásával egyre beláthatatlanabbá vált a béke időpontja. A gazdaságot, a közhangulatot élénkítő, a frontot morálisan megerősítő szerepkörbe kerülve, megítélésük pozitív irányba mozdult el. Az a *Magyar Figaró*, amely még 1914 augusztusának végén kifigurázta a civilt, ugyanannak az évnek novemberében már amellet érvelt, hogy mennyire helytelen felháborodni a vendéglőket, színházakat, mulatóhelyeket megtöltő emberek látványán:

Minden megtakarított vacsora, téli felöltő, kalaptoll, színházi jegy valakinek szegényedését jelenti és a túlságos takarékoság a háborútól amúgy is eléggé sújtott kereskedők, iparosok, színházak pusztulását vonná maga után. (...) Egy diadalmas ország fővárosa nem élhet úgy, mint egy ostromlott város.
(Magyar Figaró 1914c, 4)

A cikk arra figyelmeztette olvasóit, hogy a zsugoriság ugyanolyan bűn, mint a rémhírterjesztés, mivel mind a kettő anyagi és erkölcsi károkat okoz a hadban álló nemzetnek. Továbbá a frontról eltávozást kapott vagy leszerelt katonák pihenését, visszailleszkedését segíti, ha vidám és erős fővárosba érkeznek vissza. Ezt az álláspontot képviselte, mintegy két évre rá Bárczy István, Budapest főpolgármesterének vezércikke a *Színház és Divat* című lap első számában.¹ A politikus szerint az életnek és az üzletnek tovább kellett folytatódnia a hadiállapot ellenére, „különben a front itthonról sorvadt volna el” (1). Egyrészt az ipar szempontjából tartotta lényegesnek a fogyasztás megtartását, mivel „a sok ezernek és tízezernek, aki eddig abból élt, hogy mások mulatnak és öltözködnek, szintén élniök kell”, másrészt a hazatérő katonáknak „sem tetszett, hogy ők siralomvölgybe jöjjenek vissza üdülni...”

¹ Ebben az első számban nemcsak Bárczy nyilatkozott egyedüli közéleti emberként a színházi, és egyáltalán a mindennapi élet továbbfolytatásának szükségességéről. Szterényi József országgyűlési képviselő, Dr. Farkas Pál író és politikus, Márkus Miksa udvari tanácsos és a Budapesti Újságírók Egyesületének elnöke, valamint Holzer Sándor női divatkereskedő értekezett a főpolgármestert követően a színház és az öltözködés háborús hivatásáról. Mindnyájuk közös álláspontja, hogy bizonyos keretek között hatásuk pozitív, mert a közhangulatot erősíti, valamint a nemzeti erőt és bizalmat szilárdítja meg. Ez az első számot bevezető cikksorozat jól szemlélteti a „szórakozásra” épülő sajtóorgánum legitimációs szándékát, ahogy hivatalos „jótállásokkal” törekedett igazolni indulását, kivédeni a lehetséges támadásokat, illetve meggyőzni a közönséget arról, hogy az újság előfizetésével az ország katonai helytállásához járul hozzá.

(1). A fővárosban tapasztalható túlzó és mohó költsékezésben, szórakozásban nemcsak az otthon maradottak, hanem a szabadságolt katonák is részt vettek. Ezt természetes lélektani jelenségeknek könyvelte el, amelyek Angliában, Németországban egyaránt felbukkantak. Bárczy felszólította a közönséget, már csak a háborús áldozatok iránti kegyeletből, ezek visszaszorítására. Mindazonáltal nézete szerint a kereskedés, a szórakozás mértéktartó keretek között a hátország kötelessége, sőt hősiessége, amely a győzelmet segíti elő.

A ruhakészítők természetesen pártolták ezt a politika által hangoztatott véleményt, hiszen a megélhetésüket érintette. A *Szabó Hírlap*, több fővárosi szabó ipartestület hivatalos orgánuma 1914. november 1. száma felhívást intézett olvasóihoz *Ne takarékoskodjunk az ipar rovására* címmel. A szöveg rosszul értelmezett hazafiságként értékelte a fogyasztás drasztikus visszafogását, mivel az ország gazdaságát gyengíti. Egyetértett az észszerű határok megszabásával, de az költsön gardrójára, aki anyagilag megteheti (8). A közlöny tisztában volt a rendkívüli körülményekkel, amelyek miatt a férfiak többsége kevesebb ruhát tudott vásárolni, jobban kímélte a már meglévő darabokat, viszont ezzel együtt a későbbiekben is azt hangoztatta, hogy a külső gondozása mind közgazdasági, mind morális, mind pedig esztétikai szempontból nemzeti érdek. A fentiekben idézett vezércikke végén Bárczy azt tanácsolta a nőknek, hogy már csak a katonák iránti együttérzésből is kötelességük jól öltözködni, a *Szabó Hírlap* 1916 végén szintén a katonákra hivatkozva fordult a hátországban élő férfiakhoz:

Azt értjük és helyesljük, ha a mai nehéz napokban, különösen a nagycsaládú és kisfizetéses ember szűkebbre fogja a gardróját [!], viszont jólesik a szemnek látni, hogy a háborúra való hivatkozással nem hanyagolják el az öltözködést az itthonmaradt férfiak. Úgyis minden érzésünk, figyelmünk a harctéren levő katonáké, akiket becéző pillantás kísér akkor is, ha a harctér piszkos, kifakult mezében jönnek elénk, az itthoniaknak, a szürke bürókban dolgozóknak kétszeresen érdekük gondot fordítani a jól öltözködésre. (7)

Az ellenséges országokkal szemben nemcsak katonai, hanem kulturális hadviselés is folyt (Balázs 2010, Balázs 2012). Sokan már a háború első heteiben a divat, valamint a szépségipar francia, angol szakkifejezéseinek magyarosítását sürgették. Ilyen „nyelvtisztító” kezdeményezések nemcsak Magyarországon indultak. A *Gaulois* számolt be egy németországi tanácskozásról szakmabeliek, nyelvészek, írók, újságírók bevonásával, amely olyan a férfiszabászatban használt idegen (angol) szakkifejezések németre cseréléséről ülésezett, mint a sacco, smoking, raglan, breeches vagy a sweater. Az ülés több mint hat órát tartott (Le Gaulois 1915, 2). A hazai sajtóban a *Toilette* jelentette be 1914 őszén, hogy *Úri Szabók Divatlapja* címen folytatja tovább működését. A szerkesztőség így magyarázta döntését:

Az erőszakosan reánk kényszerített világháború folytán az egész országban általános undor kapott lábra minden ellen, ami orosz, japán, angol, szerb vagy francia. A jogérzetében megbántott magyar nemzetnek elemi kötelességévé vált, minden ily hangzású jelzõt lehetõleg mellõzni. Mi elsõnek léptünk sorompóba minden idegen nyelvû jelzõ ellen s így elsõsorban divatlapunk francia címe, valamint az összes mintagyûjteményekben használt idegen nyelvû elnevezés ellen. (Szerkesztõség 1914a, 2)



Magyar Figaró, 1914. aug. 30. (35. sz.), címlap.

A háború első heteiben egymást követték az ellenséges államok áruinak bojkottjára szólító sajtófelhívások. A *Szabó Hírlap* az angol posztó használata ellen emelte fel a szavát: „Ezek a véres napok megmutatták már is, hogy mi vagyunk kultúra, a jóízlés hivatott irányítói. (...) A becsületre valamit adó úriember úgyis irtózni fog az angol posztótól, amely az egészséges, ép érzékű társadalmat az erkölcsi fekély behurcolásával fenyegeti” (Ullmann 1). Érvelésük szerint az angolokat üzleti érdekek vezették a harcba, így a bojkott segítségével üzletileg kell őket tönkretenni. A cikk retorikája a „kultúra-barbár” háborús diskurzus (Demm 2008; Balázs 2012) szókészletéhez

illeszkedve, az ellenség, jelen esetben a londoni divatvilág immoralitását igyekezett bizonyítani. Megvonta tőle a jogot és az erkölcsi alapot, hogy előírja a magyar férfiak számára mi az elegáns. A mozgalom nem tudta célkitűzését maradéktalanul megvalósítani. A későbbi közlemények arról panaszkodtak, hogy míg Bécsben vagy Berlinben kitartanak, addig nálunk ellobbant a lelkesedés. Valóban, ha a különböző ruhaszalokok, kozmetikumok újsághirdetéseit, vagy olyan szabászati közlönyök, mint éppen az *Úri Szabók*

Divatlapja [La Toilette] cikkeit böngésszük, a francia, angol szavak és hivatkozások továbbra sem tűntek el, használatban maradtak.²

Divatipar

„Már a háborús idők kezdetén éreztük gazdasági életünk súlyosbodását és ma a háború kilencedik havában, amikor csaknem napról-napra megnehezül a megélhetés, szinte nem is panaszkodunk e miatt, mert fásultan beleszokunk.”

(Szabó Otthon 1915b, 3)

A szaksajtó a hazafias szólások mellett visszatérően foglalkozott a háború szabóiparra gyakorolt negatív hatásaival: a kisiparosok addigi hitelei megszűntek, a hadsereg ellenőrzése alá vonta a textilgyártás jelentős részét, a munkatársak, dolgozók és megrendelők többsége bevonult katonának. Az egyszemélyes vállalkozások, kisebb üzemek bedőlése, a hadi monopólium, a munkaerőhiány és az erősen megcsappant civil kereslet mellett további problémák jelentkeztek. Korlátozódott a polgári vasúti szállítás, a postaforgalom, mivel a közlekedési infrastruktúrát a hadműveleteknek, csapattest-, élelmezés-, muníciómozgatásoknak sajátították ki. Gyakorivá váltak a csomagok, küldemények torlódásai, késedelmek. Ez a szövetek mintakollekcióinak kiküldését, a különféle megrendelések pontos teljesítését, tehát a vidéki szabóságok üzletmenetét érintette érzékenyen.

A korábbi import hiányában, a hazai piac a belföldi gyapjútermésre volt utalva. Annak csaknem teljes egészét azonban a katonapoztó előállítására emésztette fel. A szövőgyárak többségét a gazdaság militarizálásának részeként a hadvezetés foglalta le saját szükségleteinek kielégítésére, így azok kismértékben tudtak civil szöveteket készíteni. Megnőtt a kereslet, de a nyers gyapjú mennyisége nem tudott ennek megfelelni. A posztó és más nyersanyagok (pl. szőrme) ára megugrott, beszerzésük egyre nehezebbé vált.³ A korabeli sajtó „szövetnyomor”-t, „szövetuzsorá”-t kezdett emlegetni. Kialakult az áruínség.

²A következő idézetben például ügyes retorikai húzással oldotta meg a szerző, hogy hogyan beszéljen arról, amiről nem szabad: „Ámbár a háború folytán remélhetően végérvényesen végeztünk a párizsi divat zsarnoki egyeduralmával, mégsem egészen érdektelen, ha megtudjuk, hogy mit hordanak most a párizsi nők” (Színház és Divat 1917a, 33).

³1 kg nyers (zsíros) posztógyapjú békeidőben 1,50–1,80 koronába, 1915-ben minimum 5–6 koronába került, azaz megkétszereződött-megháromszorozódott az ára (Szabó Otthon 1915b, 3).

Bár a szabászati lapok kezdetben lelkesen hirdették a bojkottot, hamar szembesülniük kellett a fentiekben vázolt súlyos következményekkel. Az *Úri Szabók Divatlapja* [*La Toilette*] 1914 novemberében azon csodálkozott, hogy a hideg ellen védő szöveteket (boy, double, flannel, dupla barchet) miért vásárolja fel nagy tételben a hadsereg: „A szakember egy rejtély előtt áll, ugyanis eddig azt hitte az ember, hogy a hadsereg csakis csukaszürke szövetet használhat” (Szerkesztőség 1914b, 2). Ehelyett az tapasztalták, hogy az úgynevezett civil-szövetekből (melton, loden, cheviot, double präsidant stb.) sok százezer métert dolgoztak fel fogolyruhák, táborig és kórházi takarók részére. Az áruínség következtében több szövetfajta eltűnt a cégek mintagyűjteményeiből. Ezért a nagykereskedők azt javasolták szabóklienseiknek, hogy rendelésnél legalább két szövetet válasszanak, ha az egyik éppen elfogyna, a másikkal lehessen helyettesíteni (Szerkesztőség 1914b, 2). A bőrrel és a szőrmével is hasonló történt. A nagyarányú hadi felhasználás miatt megdrágultak, és hiánycikké váltak. Így arra figyelmeztették a szaktársakat, hogy ne vállaljanak el báránybélésű kabátot, hanem azt szövettel vagy plüssel pótolják (*Úri Szabók Divatlapja* 1914, 2). A textilkereskedők új nyersanyagkészletek után kutattak. Szabász lapjaik hasábjain közzétett felhívásokban arra kérték a vidéki szabókat, hogy keressenek környezetükben gyapjú tulajdonosokat, és kössék őket össze velük. A sikeresen nyélbe ütött üzletért jutalékot ígértek a közvetítőknél (Krausz 1914, 2; *Szabó Ottbon* 1914, 3-4).



Abbázia Kávéház, Budapest (1917). Fotó: FORTEPAN / Magyar Bálint.

Szintén az áruínség következményeként rossz minőségű anyagok (pl. rongyposztó) kerültek forgalomba, vagy olyan új textilpótló anyagokkal kísérleteztek, mint a papír. Elsősorban a hadvezetés volt érdekelt a kifejlesztésében, de a civil ruházati ágazatban is próbálkoztak vele. 1917 elején Vikár Béla tollából jelent meg értekezés a papírból készült férfiruhák gyártásáról (4-5). Bemutatta az addigi bécsi, berlini eredményeket, majd a magyar helyzetre tért rá részletesebben. Szakértők bevonását sürgette, hogy itthon is új iparágga tudjon fejlődni a papírszövet konfekciógyártása. A *Budapesti Bazár* című női divatlapban az év végén már megjelent a papírmellény szabásmintája (1917, 340).

Divatsajtó

„A B. B. a galád franciáké és perfid angoloké divatját megveti. Es csodálatos, hogy dacára ennek, minden fűzetünk szebbnél-szebb és praktikus modelleket közöl!”

(Budapesti Bazár 1914, 65)

„...mindig a vezető nemzet feladata a férfítípus ideálját megjelölő szónak megteremtése, azt reméljük, hogy most a németek és azok szövetségesei fogják azt megoldani.”

(Szende-Dárday 2)

A háború kitörésével a hazai divatszцена nemcsak az angol és francia termékektől lett elzárva, hanem az onnét érkező trendektől is. Míg a női öltözködésnek Párizs, addig a férfiénak London útmutatásai nélkül kellett boldogulnia. Kiterjedt nemzetközi üzleti kapcsolatrendszerének köszönhetően a magyar szakmai közönség odáig naprakészen követte a legújabb divathíreket, kollekciókat, szabásmintákat, de ez egyik pillanatról a másikra megszakadt. A divatlapok tehát anyag és tartalom nélkül maradtak. Jól szemlélteti a hirtelen támadt vákuumot a *Divat és Művészet* olvasóinak adott indoklása, hogy az 1914 augusztusi szám azért csúszott három hónapot, mert a „háború kitörésekor még nem volt divat” (14). Az őszi-téli női divatképeket a beálló hadiállapot miatt nem tudták Párizsból meghozatni. Ugyanakkor a hazai cégek sem rukkoltak elő semmivel, hiszen ők is elszakadtak külföldi forrásaiktól. A szerkesztőségnek azonban sikerült az Egyesült Államokból megszerezni az utolsó francia divatképeket, amelyeket kiegészítettek az időközben pesti divatszalonokban készült modellekkel. A hazai prêt-à-porter és az haute couture hivatkozási pontjai kicserélődtek, és a képes oldalakra

bécsi, berlini, budapesti, lipcsei, valamint már az utolsó békeévekben is kedvelt amerikai kreációk kerültek. A saját tervezés önállósodása, fejlődése mellett közvetett módon továbbra is lehetett tájékozódni a brit és a francia kollekciókról a semleges országokon, például Svájcön keresztül.

Raoul Auernheimertől idézve jelentette be Szende-Dárday Olga *A Társaság* olvasóinak, hogy a háború kitörésével a gentleman elhunyt (Szende-Dárday 2).⁴ Nem az elegáns férfi létjogosultságát tagadta háború idején, mint ahogy azt a *Carnet de la semaine* kuplészerzője tette a dandyvel, hanem egyetértve a bécsi íróval, más fogalmat javasolt helyette. A békeidők polgári férfieszménye a gentleman, ugyanis ellenséges oldalra került. Szende-Dárday a *Neue Freie Presse* hasábjain megjelent cikkéből kiindulva gondolkodott el lehetséges utódjáról. Az Auernheimer által sugallt, szintén úriembert jelentő „Ehrenmann”-t elvetette annak nehézkessége és szűkebb, bensőségebb értelme miatt. Úgy vélte, felismeréséhez közelebbi és hosszabb viszonyban kell állni az illetővel, míg az igazi gentlemant modora és megjelenése egyből elárulja. Továbbá a német kifejezés nem függ össze olyan szorosán a gondos és makulátlan külsővel. Helyette Szende-Dárday a kultúrember elnevezést ajánlotta:

Eddig még nem jutott polgárjoghoz az emberiség köztudatában. Egyelőre még csak egy egyéniség nélkül lappangó fogalom, mivel elődje a kényelmes, praktikus használatú gentleman, nem hagyta őt felszínre kerülni. De most, hogy a gentleman meghalt, nemsokára érvényre fog jutni. Az új jelölt még nemzetközibb lesz, mint a gentleman, műveltsége mélyebb, látóköre szélesebb, nézetei liberálisabbak. (2)

Merre haladjon tovább a magyar férfidivat, miután angol mintákat hivatalosan már nem követhetett? A kérdés vissza-visszatért a szabászati szaksajtóban. A *Szabó Otthon* szerint, ahogy az ellenséges államok importja alól függetlenedett a hazai piac, úgy „a férfidivat terén is emancipálnunk kell magunkat az idegen befolyásoktól” (1915a, 4). Az ebből következő változást az egyéni ízlés felszabadulásában látta: a ruhák szabásában a megrendelő és a szabó ízlése érvényesül. Részletekbe azonban nem bocsátkozott. A *Szabó Hírlap* szerkesztősége az úgynevezett magyar úri divattal rokonszenvezett, de közölte Mangold Béla Kolos ettől eltérő nézeteit. A *Férfi Divat* egykori főszerkesztője és a múlt századelő elsőszámú magyar divatszaktekintélye bár szintén megkérdőjelezte a háború fényében az angol kultúra erkölcsét, és az azt megtestesítő gentleman tisztességét, mégis bizonyos engedményeket tett:

⁴ Szende-Dárday Olga cikkének módosított német változata a bécsi *Sport & Salon* című képes hetilap hasábjain jelent meg rá egy hétre, jan. 23-án. Próbáltam felkutatni a hivatkozott Auernheim-írást, azonban a *Neue Freie Presse* 1914 végi és 1915 eleji számaiban nem találtam.

azoktól a szabályoktól és azoktól a törvényektől, melyeket a külső megjelenésre súlyt helyező, művelt társadalmi osztály érintkezésében elfogadott és megszokott, nem szabad megválnunk, mert azok vérünkkel váltak és tulajdonunkká lettek. Nem várhatja senki sem, hogy azért, mert mi most Angolországgal hadilábon állunk, az angol alapeszmén felépült öltözködési módunk egyszerre megváltozzék, vagy megszűnjön, épp oly kevésbé várhatjuk, hogy a magyar szabású férfiruhák rögtön divatba jöjjenek. (1915a, 6)

Mangold vállalta, hogy mindig is az angol divat szószólója volt, de – mint kiemelte – emiatt senki sem vonhatja kétségbe hazafiságát. Magával a férfi öltözködés új irányával kapcsolatban szkeptikusan nyilatkozott. Úgy gondolta, hogy a nagy háborúban a divat stagnál, mert az ifjúság bevonul, az itthon maradottak pedig „oly feladatok teljesítésével vannak elfoglalva, melyek a divattól való kacérkodást kizárják” (1915a, 7). Majd hozzátette, hogy a háború után a testi-lelki fáradtság miatt nem fognak az emberek a divattal törődni, és beérik régi formájú, színű ruháikkal. Mangold ugyanezen év végén *A Társaság* című lapban szintén leszögezte, hogy az angol divat alap gondolata a hazai öltözködés szabásában, színében, összeállításában változatlan. Nem várhatja senki, hogy a háború miatt „a férfiak szakítani fognak a beljük nevelt öltözködési formákkal, hogy azokat a csizma-nadrág, a pitykés mellény és a sujtásos dolmány viseletével cseréljék fel” (1915b, 15). A magyar férfidivat jövőjéről tehát megoszlottak a vélemények. Megoldás, lehetséges alternatíva nem született, bár történtek próbálkozások az önálló „magyar úri divat” megteremtésére. Mit is jelentett ez a gyakorlatban?

Hegedűs Gyula, a Vígszínház tagjának fellépő ruhája nagy feltűnést keltett az 1. honvédegyalozrednek a Népoperában rendezett hangversenyén. *A Színházi Élet* beszámolója szerint a toalett mindenki tetszését elnyerte, de senki sem tudta mit visel, mivel nem hasonlított sem frakkhoz, sem szmokinghoz. A megoldás: finoman stilizált magyar ruha. A színészt régóta foglalkoztatta a férfidivat megreformálása: „Ugyan miféle stílustalanság például egy olyan gyönyörű, izmos magyarságú prologust, mint Molnár Ferencé, frakkban, fehér nyakkendővel, a bálók és pincérek elkoptatott kozmopolita köntösében elszavalni” (*Színházi Élet* 1917a, 45). A ruhát a Weiner és Grünbaum céggel, a Vígszínház szállítójával találták ki közösen. Vécsey Hugó, a divatház vezetője abban bízott, hogy többen követik ezt a módot, különösen a háború után, amikor az anyag hozzáférhetőbbé válik, és több lesz a civil. *A Színház és Divat* szintén tudósított Hegedűs Gyula öltözködéséről, sőt fényképet is közölt róla. Az írásból már több konkrétum megtudható a ruhára vonatkozóan: fekete színű magyar atilla típus, amelyhez a színész fehér mellényt vett fel. Nemcsak ő viselt egyedül azon az előadáson magyar ruhát, hanem fellépő társa Fedák Sári is. Az ő fekete, krinolin szabású

öltözékét fehér kötény, és arannyal hímzett fekete vállkendő díszítette. Hegedűs saját tervezésű öltönyét kollegáinak is ajánlotta, mert olcsóbb, mint a frakk, és nincs kitéve a divat változásainak (*Színház és Divat* 1917b, 70-72).

Hegedűs Gyula toalettje egyrészt egyedi esetnek tűnik, másrészt továbbra sem ad arra választ, hogy mit értettek pontosan a korabeli szabászati lapok a „magyar úri divat”-on. Goreczky István szerint létezését és jellegét az utca képe mutatja meg. A járókelők ruházata már csak alapvonalaiiban őrzi az angol divat elveit, mégis formás és csinos benyomást tesz. Ő sem határozta meg sajátosságait, csupán annyit árult el róla, hogy nem szolgai másolást, hanem európai és egyéni stílust tükröz. A brit ízléssel szemben azt fogalmazta meg kritikaként, hogy elfedve az alkati különbözőségeket, „a maga nehézkességével, egyes vonalaival valóságos torzalakokat teremt” (Goreczky 4). A háború szerinte bebizonyította a budapesti szabók erejét, kreativitását, bár afelől sem volt kétsége, hogy a béke után mindenki visszatér a londoni modellekhez.



(1917). Fotó: FORTEPAN.

Divat az utcán

„Ha végigmegyünk valamelyik korzón a divatos sétaidőben, jóleső meglepéssel láthatjuk, hogy milyen sok izléses öltözködő férfi van Budapesten.”

(Szabó Hírlap 1916, 7)

„Egy pompás szabású frakk a színpadon épp olyan mozgást, suttogást vált ki a nézőtérben, mint a legragyogóbb estélyi toalett”

(Színházi Élet 1917a, 45).

Több szakmabeli sorolta a külföldi összeköttetés, az anyagválaszték, a vásárló, a kedv hiányát, ami miatt a divat stagnál, és a szövetek, a ruhadarabok, a formák, a színek változatlanok maradtak. Krausz Adolf, az *Úri Szabóké Divatlapja* [*La Toilette*] kiadó-tulajdonosa, szerkesztője arra a következtetésre jutott lapja 1915 januári számában, hogy „időszerűtlen a háború tartama alatt a divatváltozás gondolatával foglalkozni” (2). Ránézve tényleg beigazolódt, mert ugyanazon év őszén megszűnt az újság.

Az áruínség kétségkívül egyre súlyosabb méreteket öltött, folyamatosan drágultak a szövetek, és egyre nehezebb lehetett hozzájuk jutni.⁵ A férfiak civil öltözékének a frontszolgálat és az infláció mellett a gyapjúhiány sem kedvezett, mivel az adta az alapját. A *Szabó Otthon* 1915 kora tavaszán kiküldött az évi őszi-téli mintagyűjtemény megőrzését kéri vevőitől: „Olyan időket élünk, hogy nem tudhatjuk, hogy jövő ősszel nem-e kell ismét elővonnunk, mert a mai szövőgyári állapotok nem sok reményt nyújtanak a jövő őszre új anyag gyártására” (1915c, 7). Ugyanakkor Bárczy a fentiekben idézett vezércikkében azt a következtetést vonta le, hogy háborús időkben a hátországi élet és üzlet nem áll(ha)t meg. Ennek fényében a férfiak polgári ruhatárának karbantartásánál, frissítésénél sem történhetett másként, minthogy folytatódott. Erről tanúskodnak a korabeli reklámhirdetések, és sajtóreflexiók. Ha a háború alatt érthető módon kevesebben, illetve kevesebbet is tudtak áldozni a külső megjelenésre, a férfidivat alkalmazkodva a körülményekhez, hol átalakítással, hol átfestéssel, vagy éppen vadonatújak rendelésével, de változott.

A katonákra való hivatkozás bekerül a divat szótárába. „Ezen háborús időben nagyon aktuális a Breeches-nadrág s alig van férfiszabó, akinél most

⁵ A nőknél selyemmel, bársonnyal, illetve több anyag kombinálásával igyekeztek a kieséseket pótolni. A *Színház és Divat* például felszólította női olvasóit, hogy a katonák javára mondjanak le „túlságosan terjedelmes” gyapjúsálaikról, és válasszanak helyette selyemanyagot (1917c, 38).

ilyen rendelés elő ne fordulna” — írta Wagner Henrik szabóiparos 1914 decemberében (6). Nyári újdonságként nyersselyem ingeket és alsónadrágokat hirdető reklám egyenesen a katonáknak címezte a szlogent: „Legbiztosabb védelem férgék és rovarok ellen, ragályos betegségek és a hőség elhárítására” (*Szabó Otthon*, 1915d, 5).

F. Dózsa Katalin kutatásai (215-218) és a korabeli divattudósítások iránymutatásai tükrében az 1914-1918 közötti időszak férfi öltözködésének általános jellemzői a következőképpen alakultak. Az öltönyök színe általában sötét: fekete, szürke, barna, kék, zöld és azok árnyalatai. Lehetnek egyszínűek, sávosak vagy aprómintájúak. A zseb- és nyakkendőnél megengedettek az erős, élénk tónusok. Az előbbinél este a fehér számít elegánsnak. Széles körben elterjedté válik a középben benyomott puha- más néven hódkalap, amely a ruhához illően színes vagy fekete, anyagát tekintve velúr vagy nemez. Mellette egyre gyakrabban tűnik fel a kockás mintázatú szövet sildes sapka. Divatba jönnek a sálak, a (fehér) betétes cipők, és a lábbelikhez való sárvédők (kamásli). Az anyaghiány közepette meglepő, de mindvégig előszeretettel használják a prémekeket, akár szegélyként, akár kabátként: „A szőrmés városi bunda minden világfi ideálja, mert különösen téli estéken igen jó érzést keltő ruhadarab” (Brachfeld 1916, 14).

Most pedig a divattudósítások segítségével nézzük meg, hogy az egyes ruhadaraboknál évről évre milyen elmozdulások és módosulások tapasztalhatók. 1915-től népszerű mindkét nemnél a raglán, azaz a vállrészrel egybeszabott ujjú, bő kabát. A vízhatlan gyapjú-, pamutszövetből készített könnyű, őszi felöltők: „raglán vállas formájuk lebbenő bőségű és dús redőkben aláhulló”. Ugyanígy készülnek a nehéz téli- vagy a double szövetű átmeneti kabátok. Új formaként jelentkezik a derékba szabott télikabát, amely az öv alatt harang alakban kiszélesedik. Az így kiadott sziluettben a kor neobiedermeier divathullámának hatása ismerhető fel, amely 1915-1916-ban a női öltözködést (pl. krinolin) is meghatározta. A nyakkendők változatosak a zsakethez illő fekete-fehér variációk mellett nagyvirágos és török minták kedveltek. Az őszi fekete kalap koronája magasabb, mint a tavaszié, teteje majdnem csúcsos (Mangold 1915b, 15).

1916-ban az egy-, illetve kétsoros zakók csukottabbak, a mellény magasabban záródik, a zsakett rövidebb. Az őszi átmeneti felöltő kétsoros, hátul továbbra is redős kialakítású. A télikabát finom, puha szürke vagy fekete szövetből készül, bársony vagy fekete perzsa szőrmegallérral, valamint perzsa ujjdíszítéssel. Délelőtt keskeny csíkos vagy aprómintás színes inget javasolnak, ugyanolyan színű gallérral és áthajtott kézelővel, délutánra és estére pedig hófehér kemény inget. Nyakkendőben a megszokott fekete-fehér párosítás háttérbe szorul az elmúlt évhez képest, mert már a zsakethez is viselnek diszkrét színeket. A kézzel horgolt, változatos színű, nehéz selyem

nyakkendőket zakóruhához ajánlják (Brachfeld 1916, 14). 1917-ben az öltönyök, valamint az őszi-téli kabátok szabása testhez simul, feszes és rövid, „mi talán az egyenruha befolyására vezethető vissza”.⁶ Az átmeneti-, illetve az utazóköpenyeknél marad csak a bő szabás. Motívumokkal díszített színes nyakkendők kerülnek a forgalomba, ugyanakkor a zsebkendők korábban élénk tónusa tompul (Brachfeld F. 1917, 16).

A „békebeli” polgári öltözködés két fő kelléke, a cylinder és a frakk viszont kiszorult a mindennapokból. Harsányi Zsolt az *Úri divat* című Molnár Ferenc-darab premierje kapcsán sajnálkozott azon, hogy ez utóbbi ruhadarab helyére a „parvenü” szmoking került:

„Ez a neveletlen ruhadarab, amely Londonban dohányzókabát volt és otthonka, Pestre érve kiadta magát notabilitásnak és a hanyag, vidám, bohém városban még hölgyek közé is le mert ülni” (12). A bemutatón azonban örömmel konstataulta, hogy a nézőtér közönsége, még ha egy estére is, de visszahozta a frakkot:

Ha már őt aposztrofálják, - gondolta magában, - kijön megint a lámpák elé. És az Úri divat bemutatóján egész sor frakk sorakozott a páholyokban és a földszinten. Kedves, búfelejtő látvány a szemnek. A széles vállak és vékony derekak, a fekete és fehér két pompás, férfias színfoltjával jó francia képkompozíciókat juttattak a szemlélődő eszébe. (Harsányi 12)

1918-ban az általam vizsgált sajtótermékekből eltűnnek a férfióltözködés újdonságaira vonatkozó önálló útmutatók, és megsokasodnak a romló életminőségről, kifogyó tartalékokról szóló híradások. A *Szabó Hírlap*ban közölt az évi statisztika jól érzékeltette a férfidivat-cikkek árainak mozgását a háború éveiben: 1914-ben egy elsőrendű ruha termelési ára körülbelül 81 korona, ezt a szabó 100 koronáért adta el, így 25% nyeresége volt rajta. 1918-ban a termelési ár már 1332 korona, amelyet a mester csak 10% nyereséggel tudott értékesíteni, vagyis 1460, esetleg 1500 koronáért (*Szabó Hírlap* 1918, 4). A *Budapesti Bazár* című női divatlap férfingek, frakkok és Ferenc József-kabátok átalakítását ajánlotta olvasóinak, hogy maguk számára készítsenek belőlük ruhákat, kabátokat. A magyarázat szerint az urak különösen a két utóbbit ritkán viselik és egyébként is divatjukat múlták már, másrészt finom anyaguknál fogva női kabátok készítésére különösen alkalmasak (5). Vulpes név alatt Kálnoki Izidor írt fanyar iróniával ugyanezen év februárjában a civil utcai ruházat sanyarú állapotáról *Az Érdekes Újság* hasábjain: cylinder helyett mindenki puha kalapot hord, ami gyűrött, kopott, egyetlen előnye, hogy „a fejen is lehet hordani, de a zsebben is, s így nem kell

⁶ A női ruhával összehangban alakult, amelynek terjedelme és hossza ekkor szintén csökkent.

érte külön ruhatári díjat fizetni” (17). További kényszermegoldásokat mutatott be a lábbeliknél:

Cipőben a nagy óra való tekintettel a sárga félcipő a divatos. A sárgán tudniillik kevésbé látszik a lucok és a sár, mint a feketén. És az is nagy előny, hogy a sárgát tentával be lehet feketíteni, de a feketét nem lehet megsárgítani. A szemre egyenlően kellemesen hat egyébként a sárga is és a fekete is. Csak a kettő együtt hat némileg kellemetlenül. (Vulpes 17)

Kitért arra, hogy a férfiruhák baloldali kezelése átment jobboldaliba. Ennek következtében a gomblyukak a kabáton, mellényen, bal kézzel kezelendők, és ez lassítja a felöltözést. Kálnoki feltehetőleg arra utalt, hogy a fokozódó nélkülözések miatt az urak kifordítva hordják ruhadarabjaikat. Eszmefuttatását így zárta: „Amint elveiket és barátokat nem szabad változtatnia az igazi férfinak, azonképpen ruhát sem. Még a fordított ruhát is (ezek éppoly kedveltek, mint a fordított regények) addig kell viselni, míg vagy a ruha, vagy az ember szét nem múlik” (Vulpes 17).

1918 nyarán *A Társaság* szerkesztői üzeneteiben Babuci jeligéjű olvasójuknak válaszolva, vették sorra a vőlegénynél szóba jöhető ruházatot. Frakkot csak az esti esküvőn viseljen. A szalonkabát, más néven a Ferenc József-kabát már nem divatos, viszont a zsakett jó választás, csak ne vegyen fel hozzá fehér selyemmellényt. A nadrág legyen csíkos és sötétszürke, a nyakkendő pedig fehér mintájú fekete, esetleg galambszürke vagy pezsgőszínű. A kimerítő tanácsadás ezzel fejeződik be:

Egyébként a mai nehéz háborús időkben a divatszabályok is engednek a merevségükből, s épp a múltkor mondta egy nagyon komoly és kiváló államférfi, hogy ma nem az a gavallér, aki legújabb ruhában jár, hanem az, akinek ruhája a legkopottabb. Megszólni pedig ma az öltözködésért valakit, — legalább is ízléstelenség. (17)

Divat a színházban

„Budapestre nem hallatszik el az ágyúszó. Ami csendes estén itt megüti az ember fülét, nem hasonlít a fegyverropogáshoz. A lokálokban a divatos slágerek cigánymuzsikája keveredik a pohárkoccintással...”

(Színházi Élet 1915, 1)

A mottóban idézett cikk folytatásában arra figyelmeztetett a szerző, hogy a színészársadalom nemcsak a mulattatás és gondúzás feladatainak ellátásában

vette ki részét a háborúból. Hosszan sorolta azon kollégák neveit, akik bevonultak, akik ápoltak, akik megsebesültek, akik elestek. Mindezzel együtt a színház a háborús évek pezsgő társasági életének egyik kitüntetett helyszíne volt, mintegy bizonyítva a fentiekben már idézett *Magyar Figaró*-munkatárs egy másik kijelentését: „A jó, a víg élet egyik biztosítéka a végleges győzelemnek” (1914c, 4). Egymást érték a bemutatók, és a teltházas előadások. A színházak és a mozik konjunktúrájáról beszélt a sajtó.⁷

A *Színházi Élet* szerint a vígszínházi művészek diktáltak a férfidivat terén. Közülük Csontos Gyula kifogástalan megjelenését emlegették széles körben. Például a Rechnitz-divatház az ő nevével reklámozta magát, mint aki törzsvásárló cégüknél. Ha az ő szabókontóját nem is adta közre a *Színház és Divat*, de riportja betekintést enged egy bonviván éves költségvetésébe. A fehérnemű tisztítók legutóbbi áremelése kapcsán interjúvolták meg a fővárosi színházak néhány vezető színészét kiadásaikról. Az öltözködéssel kapcsolatos tételeknél fontos megjegyezni, hogy az I. világháború alatt sok volt az úgynevezett szalondarab, ami kortárs környezetben játszódtott. Általános gyakorlat szerint az azokban megjelenő utcai és polgári kosztümöket a színész maga fizette. A színház csak a jelmezeket, illetve olyan viseleteknek elkészíttetését állta, amelyeket a darab vagy a rendezés speciálisan előírt, például két szereplőnek ugyanolyan ruhában kellett megjelenni (Szenes 36). Azt is érdemes megjegyezni, hogy a privát és a színpadi öltözék elvált egymástól, vagyis a színészek személyes ruháikat nem viselték a színpadon, legalább is a háború első éveiben. Tehát két külön gardróbba kellett fenntartaniuk. A riport a több oldalról beszerzett nyilatkozatok átlagát ismertette az olvasókkal. A témákra vonatkozó lista: féltucat ing (180 K), két tucat gallér (48 K), egy tucat egyéb fehérnemű (100 K), három pár utcai cipő készen (240 K), három pár színpadi cipő csináltatva (450 K), három kalap (75 K), egy frakk vagy szmoking (600 K), egy zsakett vagy redingote (500 K), két színpadi öltözet (600 K), két nappali öltözet (600 K), egy felöltő vagy télikabát (400 K), négy nyakkendő (30 K), féltucat kesztyű (90 K), egyéb apróságok (gomb, tű, harisnyakötő, nadrágtartó stb.) (50 K), fodrászbérlet (150 K),

⁷ Csak érdekességképpen említem, hogy a vizsgált időszakunkban több színpadi és filmes művet ihletett meg a ruha. Az 1915-ös év egyik vígszínházi sikere volt az *Őnagysága ruhája*. A Vadász Miklós által készített plakáton a divatszalon tulajdonosát alakító Csontos Gyula finom kelmét lobogtat, miközben Fedák Sári prémgalléros kabátban lornyettezi a kicsomagolt toalettet. A szövetáruk tekintetében álomszerű képnek tűnhetett az egyszerű utcai járókelőnek. Herczeg Ferenc *Kék róka* (1917) című vígjáték központi eleme a címadó állatból készült luxus bundagarnitúra. Molnár Ferenc *Úri divat* (1917) című darabja divatüzletben játszódik. A Bajor Gizi főszereplésével leforgatott *A 100.000 koronás ruha* (1918) című film cselekménye pedig szintén a ruha körül forog.

mosás (300 K), pucéráj (ing 120 K + gallér 20 K per darab, 400 K per év). A végösszeg: 4813 korona/év (*Színház és Divat* 1917d, 28).⁸

A színpadi szerzők személyes reprezentációjához hozzátartozott a külső megjelenés megtervezése a bemutatókhoz. Szász Zoltán új frakkban köszönte meg a premierjén összegyűlt közönség ünneplését, amit egyből kiszúrta a kiküldött tudósító. „Manapság új frakkot csináltatni határos Szizifusz [!] vagy Tántalusz [!], ismert mitológiai művészek, bármely vállalkozásával”-jegyezte meg. Különösen, hogy a szerző már rendelkezett két frakk-kal. Saját bevallása szerint azért döntött mégis egy új mellett, mivel eszébe jutott, hogy az első felvonás estélyen játszódik, és megjelenésében nem akart „a színészei mögött maradni”. A ruháért 490 koronát fizetett, ami pontosan lefedte az aznapi bevétel ráeső, azaz 10% részét (*Színházi Élet* 1917b, 48).⁹

Szenes Andor 1918-as cikkében cáfolta azt a közhitet, hogy a színészek a háború előtti ruhatárukat használnák, mert az négy év alatt elhasználódott. Az évadok erősen igénybe vették a színészek öltözködését. Egy szezonban három-négy újdonságban léptek fel, és minden darabhoz legalább két ruha volt szükséges. Bármennyire is kímélték a kosztümöket, az előadások során koptak, rongálódtak. A táncos előadásokban megduplázódott a ruha- és cipőfogyasztás az igénybevétel miatt. Minimum hat-nyolc öltözet kellett, amely 15.000 koronába került, és ehhez még hozzájárultak a fehérneműk, cipők költségei. Számításai alapján egy közepesen foglalkoztatott férfiszínésznek évente 20.000 – 25.000 koronába került gardrójának karbantartása, bővítése (Szenes 36-37).

Bede Jób szintén a férfiszínészek ruhatárát vette szemügyre 1918 őszén. Úgy vélte, hogy a nőknél egyelőre még nincs probléma, bírják a körülmények által generált hajszát, és a háború első két-három évében még a férfiak is tudták tartani a lépést a divat terén:

A hercegek, grófok, világfiak, kártyások, márkik tündöklően jelentek meg a színen és a páholyokból előrehajolt az új milliomos ifjúság és hirdette:

⁸ Felmerül a kérdés, mennyiből éltek a színészek? A *Színház és Divat* egyik cikkében összeszedte a magyar művészvilág prominenseinek fizetéseit, amelyek valahol a bértábla felső kategóriáiban helyezkedtek el. A lap információi alapján a színésznők közül Fedák Sári rendelkezett a legnagyobb gázsival, legalább évi 100.000 koronával (esténként 500-600 K). Hegedűs Gyula keresett a legtöbbet a Vígszínházban, évi 50.000 koronát. Az összeg magában foglalta a vendégszereplésekből, filmezésből, tanításból és könyvírásból befolyó jövedelmeket is. A szintén Vígszínház-tag Csontos Gyula éves bevétele pedig erős középmezőnyben évi huszonhétezer-harmincezer korona között mozgott (1916, 49–54).

⁹ Molnár Ferenc vele szemben *Az ördög* (1907) premierjétől kezdve ugyanazt a frakkot viselte kabalából minden új bemutatóján (Harsányi 12). Ennek a bemutatónak egy másik frakk-vonatkozásáról ld. Molnár Ferenc: „Az ördög” frakkja. Levél a szerkesztőhöz. *Férfi divat*, 1908. márc. 15. 1. – a főszereplő, Hegedűs Gyula különleges frakkját a Várady-cég készítette.

- Egy hét múlva nekem is pont ilyen zsakettem lesz. Elvégre, amit egy színész megengedhet magának az ő fixfizetéséből, azt én is megtehetem napi négyötezer korona biztos jövedelemből. Ilyen zsakett, olyan frakk, ilyen zakó, olyan ing, ilyen cipő, olyan kesztyű, ilyen nyakkendő, olyan kalap és ilyen-olyan harisnya. (8)

A békében is színészek irányították a férfidivatot, ahogy Bede fogalmaz: „Az igazi felkapott művésznek mindig is sok ruhája, sok adóssága, sok előlege és minél kevesebb pénze volt” (8). Majd a háború előrehaladtával a nagy ruhatárakon látszódni kezdett a növekedő ínség, a drágaság és a régi hitelek megszűnése. A redingote (szalonkabát) és a frakk egyre többször jelent meg a színpadokon, azaz a mindennapi, privát öltözék bevonódott a színjátszásba. A varrásnál fényes sáv húzódott, az ing nem volt mindennap új, a szalonicipő nem különbözött a sétacipőtől, ugyanaz a nyakkendő többször szerepelt. A művészek előbb az utcai ruháikat hanyagolták el, mivel elsősorban az előadásokon kellett érvényesülniük, aztán sor került a színpadra is. Különböző praktikákra kényszerültek a látszat fenntartására. A mandzsettát például nem varrták az inghez, így előfordult, ha a színész hevesebben lendítette a karját, azok előreugrottak. Bede a cikk végén egy másik megoldásról is megemlékezett, amikor a színész előadás közben kabátot váltott a színpadon, és láthatóvá vált a két mandzsettáját rögzítő vállán áthúzott spárga. „Szomorú példázatok, szomorú humor” – summázta a szerző (10).

Epilógus

A 19. századi férfidivatról szóló szakirodalom egyik visszatérő fogalma az elkülönült társadalmi szférák-elképzelés (separate spheres), amely a férfiakat termelőként, a nőket fogyasztóként állítja be (Shannon 4), a másik pedig a „nagy férfi lemondás” (Great Male Renunciation), ami az angol pszichoanalitikus John Carl Flügel (1884-1955) nevéhez fűződik. Flügel szerint a 18. és 19. század fordulóján a férfidivatban cezúra következett be, amikor a színpompás, látványos arisztokrata kosztümöket felváltotta a praktikumot és komoly megfontoltságot sugárzó, egyhangú polgári ruházat. A *The Psychology of Clothes* (1930) című könyvében ezt a jelenséget nevezte „nagy férfi lemondás”-nak, mivel értelmezésében a férfiak ettől kezdve átengedték a divatot a nőknek. Velük szemben, a tanulmányom elején hivatkozott három szerző, Breward, Shannon és Ugolini a brit (fő)városi, közép- és felsőosztálybeli férfiak 19. század második felétől a 20. század közepéig terjedő korszakban tapasztalható fogyasztói szokásait, szerepét vizsgálva csöppet sem a visszavonulásra, hanem eme férfi csoport öltözködésben tetten

érhető aktivitására mutatott rá. A fogyasztás korabeli nem alapú reprezentációjára figyelmeztettek, amely főleg a középosztálybeli nők alakjához igyekezett kapcsolni ezeket a tevékenységeket. Ezzel szemben bő és változatos adatulással érvelnek amellett, hogy a maszkulin szubjektumok és a divat/vásárlás viszonya sokrétűbb, dinamikusabb volt, mint ahogy azt korábban általánosságban gondolták.

A fentiekben idézett különböző sajtóforrások elsősorban történeti, eszmetörténeti vizsgálata, illetve szoros olvasata érzékeltetheti, hogy az ilyen optikájú kutatások a magyar fővárosi, közép- és felsőosztálybeli, jelen esetben I. világháború alatti férfióltözködésnél szintén eredménnyel kecsegtetnek. Tanulmányomban a férfidivat intézményi rendszerének egyes elemeit, azaz a szektori kapcsolatait (média, ipar, technológia, gazdaság, kultúra), ágenseit (színészek), új vásárlóit („hadimilliomosok”), és ezek látszatot fenntartó praktikáit, fórumait, költségeit, stílusváltásait, valamint a propaganda nemzeti és nemi szempontból újrakódoló törekvéseit igyekeztem jellemző példákkal bemutatni. Ezek alapján megfigyelhető, hogy amilitarizált közegben felerősödő harcoló férfi eszményével (*Sexe, genre et guerre* 111–112) párhuzamosan a polgári öltözet továbbra is részt vett a hatalmi ideológiák és maszkulin identifikációs formák összjátékában (pl. gentleman utódjáról kialakult diskurzus, a „magyar úri divat” megteremtésére tett erőfeszítések, a gazdaságserkentő funkció társítása). Mindez hogyan és milyen módon működik a maszkulin osztályideálok és szubjektumkonstrukciók szintjein, annak vizsgálata reményeim, illetve terveim szerint, kutatásom következő szakaszát fogja jelenteni.

Felhasznált irodalom

- Balázs, Eszter. 2010. „Káprázattól az illúzióvesztésig: a háború jelentései a Nyugatban.” *Médiakutató* 1, 85–91.
- Balázs, Eszter. 2012. „'Nemcsak a nyers erők, hanem a szellemi és erkölcsi erők próbája is.' Irodalom és háború a Budapesti Hírlapban az első világháború kezdeti hónapjaiban.” *Acta Academiae Paedagogicae Agriensis Nova Series* Tom. XXXIX. Irodalom a sajtóban. Szerk. Buzinkay Géza. Eger: EKF Líceum, 37–45.
- Bárczy, István. 1916. „Színház, divat, háború” *Színház és Divat* 1, 1–2.
- Bastia, Jean. 1916. „La mode masculine.” *Le Carnet de la semaine* 75: 3.
- Bede, Jób. 1918. „A művész ruhái.” *Színház és Divat* 35, 8–10.
- Brachfeld, F. 1917. „Divat.” *A Társaság* 45, 16.

- Brachfeld, Sándor. 1916. „Uri divat.” *A Társaság* 44, 14.
- Beward, Christopher. 1999. *The Hidden Consumer: Masculinities, Fashion and City Life 1860–1914*. Manchester-New York: Manchester UP.
- Budapesti Bazár*. 1914. „A szerkesztő közlései (F. Károlyné, Antalfalva).” 5, 65.
- Budapesti Bazár*. 1917. „Újdonság. Meleg mellény papírosból.” 29, 340.
- Budapesti Bazár*. 1918. „Két női kabát egy Ferenc József-kabátból és egy frakkból!” 20, 5.
- Capdevila, L., Rouquet, F., Virgili, F., Voldman, D.. 2010 [2003]. *Sexe, genre et guerre (France, 1914–1945)*. Paris: Petite Bibliothèque Payot.
- Demm, Eberhard. 2008. „L’image de l’ennemi dans la propagande et alliée pendant la Première Guerre mondiale.” In Jean Schillinger et Philippe Alexandre (éds) *Le barbare. Images phobiques et réflexions sur l’altérité dans la culture européenne*. Berne: Peter Lang, 249–266.
- Divat és Művészet*. 1914. „Olvasóinkhoz!” 8, 14.
- F. Dózsa, Katalin. 1989. *Letűnt idők, eltűnt divatok 1867-1945*. Budapest: Gondolat.
- Galántai, József. 1974. „A hadigazdálkodás bevezetése.” *Magyarország az első világháborúban 1914–1918*. Budapest: Akadémiai, 154–159.
- Le Gaulois*. 1916. „Ça et la.” 14221, 3.
- Le Gaulois*. 1915. „Ça et la.” 13766, 2.
- Goreczky, István. 1918. „A háború hatása a divatra.” *Szabó Hírlap* 6, 2–5.
- Harsányi, Zsolt. 1917. „Uri divat és női divat a Molnár premieren.” *A Társaság* 48, 11–13.
- Krausz, Adolf. 1914. „Tisztelt szaktársak...” *Uri Szabók Divatlapja [La Toilette]* november, 2.
- Krausz, Adolf. 1915. „A divat.” *Uri Szabók Divatlapja [La Toilette]* január, 2.
- Magyar Figaró*. 1914a. „A nők kedvence.” 35, 1. (címlap)
- Magyar Figaró*. 1914b. „Új férfiak.” 44, 4.
- Magyar Figaró*. 1914c. „Szép, háborús élet.” 48, 4.
- Mangold Béla Kolos. 1915a. „Az új év férfidivatja.” *Szabó Hírlap* 1, 6–7.
- Mangold Béla Kolos. 1915b. „Férfidivat.” *A Társaság* 39, 15.

- Shannon, Brent. 2006. *The Cut of His Coat: Men, Dress, and Consumer Culture in Britain 1860-1914*. Athens-Ohio: Ohio UP.
- Szabó Hírlap*. 1914. „Ne takarékoskodjunk az ipar rovására.” 20-21, 8.
- Szabó Hírlap*. 1916. „Akik még öltözködnek.” 4, 7-8.
- Szabó Hírlap*. 1918. „Miért drága a férfiruha?” 7, 3-4.
- Szabó Ottthon*. 1914. „Jó mellékkereset.” 6, 3-4.
- Szabó Ottthon*. 1915a. „A jövő divatja.” 4-5, 4-5.
- Szabó Ottthon*. 1915b. „A posztóárakról.” 4-5, 3-4.
- Szabó Ottthon*. 1915c. [Felhívás] 3, 7.
- Szabó Ottthon*. 1915d. Reklámhirdetés. 6-7, 5.
- Szende-Dárday, Olga. 1915. „A gentleman utóda.” *A Társaság* 2, 2. (németül: 1915. „Gentlemans Nachfolger.” *Sport & Salon* 4, 10.)
- Szenes, Andor. 1918. „Miből öltözködjön a színész?” *Színházi Élet* 31, 36-37.
- Szerkesztőség. 1914a. „Divatlapunk címe.” *Úri Szabók Divatlapja [La Toilette]* szeptember-október, 2.
- Szerkesztőség. 1914b. „Áruínség. – Árudrágulás.” *Úri Szabók Divatlapja [La Toilette]* november, 2.
- Színházi Élet*. 1915. „A színházi világ a háborúban.” 1, 1-6.
- Színházi Élet*. 1917a. „Hegedűs Gyula magyar ruhája.” 15, 45.
- Színházi Élet*. 1917b. „Szász Zoltán frakkja.” 15, 48.
- Színház és Divat*. 1916. „Kis gázsik, nagy gázsik.” 19, 49-54.
- Színház és Divat*. 1917a. „Divathírek. Milyen most a párisi divat.” 35, 33.
- Színház és Divat*. 1917b. „Frakk helyett magyar ruha.” 14, 70-72.
- Színház és Divat*. 1917c. „Divathírek. Ne hordjunk nagy sálokat.” 8, 38.
- Színház és Divat*. 1917d. „A bonvivant ruhatára és költségvetése a háborúban.” 6, 27-28.
- A Társaság*. 1918. „Szerkesztői üzenetek (Babuci).” 22, 17.
- Ugolini, Laura. 2007. *Men and Menswear. Sartorial Consumption in Britain 1880-1939*. Aldershot: Ashgate.
- Ullmann, Jákó. 1914. „A mi hadizenetünk.” *Szabó Hírlap* 16-17, 1 (címlap).

- Úri Szabók Divatlapja [*La Toilette*]. 1914. „Szőrmeáruk. Figyelmeztetés!”
szeptember–október, 2.
- Vikár, Béla. 1917. „Papírosból készült férfiruhák.” *Szabó Hírlap* 2, 4–5.
- Vulpes [Kálnoki Izidor]. 1918. „Úri divat.” *Az Érdekes Újság* 6, 17.
- Wagner, Henrik. 1914. „A Breches-nadrág.” *Szabó Otthon* 6, 6–7.