

ÖTVEN ÉVE

Gedeon néni, a nők bálványa

Elek Lenke

Talán már mióta a homo sapiens megjelent a Földön, hajunkat és az arcunkat szeretjük szebbé tenni. Az újabb korokban pedig megkülönböztetni másokétól, vagy éppen másolni a mindenkori trenddiktáló nőtársak kunsztjait. A középkorban és az újkor hajnalán ezt is a cselédségre bízta a tehetősebbek, Jane Austen regényeiben fél délelőttöket azzal töltöttek a szolgálók, hogy csigássá varázsolják Elisabeth Bennet és testvérei fűrtjeit, rózsaszirmokkal dörzsöljék hamvassá és illatosá az arcbőrt, a sipákoló mamának pedig papírszalagocskára tekerik éjjelre a haját.



Amióta a fránya elektromosság – no meg a vegyszerek – határozzák meg az életünket, megváltoztak a szépítkezési szokások és kellékek is. Köztudomású, hogy a nők a külsínért minden szenvedést kibírnak. A harmincas-negyvenes évek amerikai és európai szépségiparában a gépek bizony csíptek, égettek, ráztak és gyötörtek. Mert igaz, hogy a kémiai anyagokkal kombinált, elektromos vezetékbe kötött meleg dauer jó sokáig birkaöndörré változtatta a nők haját, de meg kellett szenvedni érte. Sőt, ha nem találták el a vegyszer mennyiségét vagy az áram erősségét, oda lett az egész hajkorona.

Magyarok mindenütt

Szólíts csak nyugodtan Esztinek – mondta kedvesen a csodálatos Chanel-kosztümben és Cartier-ékszerekben pompázó törékeny,

porcelán bőrű hölgy, *Estée Lauder*, amikor elfogódottan bemutatkoztam. Sok évtizede már annak, hogy a világ egyik legbefolyásosabb és leggazdagabb üzletasszonya – és egyik leghíresebb kozmetikai márkája – megérkezett a Váci utca 12-be.

Sokan akkor ébredtünk rá, honnan is a furcsa keresztnév – Estée – ami kimondva, amúgy magyarosan, Esztinek hangzik. 1908-ban *Josephine Esther Mentzer*ként látta meg a napvilágot New Yorkban, Queensben. Anyja, *Rose Schotz Rosenthal* francia katolikus családból származott, magyar zsidó felmenőkkel. Édesanyját igazi magyar szépségnek írja le a *Success Story* című életrajzi könyvében.

Csoda, hogy nem csaptak le eddig soha a forгатatókönyvírók *László Ernő* életrajzára, akinek a szappanjai talán ma is a legnépszerűbbek az észak-amerikai kontinensen. A

jóképű erdélyi fiatalember Budapesten lett bőrgyógyász. Arra törekedett, hogy a bőrhibákat eltüntesse, ne csak elfedje. Karrierjét két híresség sikeres kezelésével alapozta meg. A Habsburg-dinasztia tagja, *Stefánia* hercegnő, gyulladt, pattanásos arcbőre miatt már-már depresszióval küzdött. Másik híres betege korának ismert színésznője, *Gombaszögi Frida* volt, akinek arcán lövedék okozta seb éktelenkedett. A bőrgyógyász őt is sikeresen tudta kezelni, így visszatérhetett a színpadra. Az orvos pedig feleségül vette Frida testvérét, *Irént*, aki a világot jelentő deszkák helyett férje jobbkeze lett.

A budapesti Szervita téren nyílt meg az első hazai Tudományos Kozmetológiai Intézet, amelyben Európa elit köréből származó hölgyek fordultak meg. Dr. László Ernő mindig részletes leírást kért a hozzá fordulóktól bőrük állapotát illetően. Ez lett később a híres *Invisible Consultation* kérdőív alapja, amely kategóriákba sorolta a bőrtípusokat. Az idő tájt ez óriási újdonság volt. 1939-ben, még idejében emigrált és hamarosan megnyitotta intézetét Manhattanben. A negyvenes évek elején *Helena Rubinstein*, az amerikai kozmetikai birodalom másik legnagyobb, zsidó-lengyel származású alakja kereste fel, hogy megvásárolja cégét, de László őt is visszautasította, mert nem kívánta termékeit boltokban árusítani.

A leggazdagabb amerikaiak jártak hozzá. A windsori herceg és hercegnő, *Gloria Vanderbilt*, *Greta Garbo*, *Truman Capote*, *Jacqueline Kennedy Onassis*. Ajánló kellett ahhoz, hogy valaki vásárolhasson nála, de csak bőranalízis és konzultáció után. Példa nélkül álló módon korlátozta vevői számát, 1954-ben például 25 ezerben.

A német *Rosa Graf* kozmetikumok 1926-ban indultak világhódító útjukra, de termékeik csak a szalonban voltak kaphatók. Rosa 1971-ig önállóan vezette a céget, majd idős



kora miatt a magyar származású *Petre László*-nak és barátjának, *Volker Heitland*-nak adta el laboratóriumát, később az iskolát is. Hasonló elven működik a *Gigi*, Izrael legnagyobb kozmetikai vállalata, amelyet 1957-ben alapított a Magyarországon született *M. E. Landau*.

A *Helia-D* (tudták, hogy a D betű a *Debrece*ni eredetre utal?) igazi világmárka lehetett volna. Egyesek szerint, ha a napraforgó szárában lévő anyagok gyógyhatását Amerikában fedezik fel, dollármilliárdos vállalatot alapíthattak volna rá. A közelmúltban

elhunyt magyar származású híresség, *Gábor Zsazsa* több helyütt azt nyilatkozta, hogy bőre szépségét ennek a csodának köszönheti...

Mostanában is születnek egyébként magyar vonatkozású sikeres kencék. A hazai gyógyvízkinszere épül az *Omorowicza* termékcsalád, akárcsak *Kaviczky Ágnes* készítményei. Ő a hatóanyagot a *Hévízi-tó* gyógyító iszapjában és vizében találta meg. Az utóbbi évtizedek egyik leghíresebb magyar kozmetikusa, *Ilcsi néni*, natúrkozmetikumaival megelőzte korát. Profi volt, de

mindenekelőtt öko és bio, a szó legigazibb értelmében. Amikor kedvesen utánam szólt – a paradicsomos napozó krémet használd fel egy hónap alatt! – megnyugodtam: a készítmény semmiféle hozzáadott vegyszert, tartósítót nem tartalmaz.

Osztályidegenek

A II. világháború után sokáig nem volt szerencsés fodrászszalon dolgozójának lenni, kedvenc példaként, mint *BUDAPEST*-cikkeimben sokadszorra, a nem sokkal több mint ötven éve forgalmazott *Két emelet boldogság* című filmet hozom fel, amelyben *Garas Dezső* zseniálisan adja a díjnyertes mestert – ahogy forgatja a sütővasat! –, *Krencsey Mariann* meg nem kevésbé kitűnően a modelljét. Bizony 1960-ban még osztályidegen jelenségnek tűnt a szépség mint fogalom. Még szerencse, hogy éppen akkor tájt ránk köszöntött a szövetkezeti korszak. 1961-ben, a *Házasságból* elégséges című filmben a hamvas *Törőcsik Mari* játssza *Szöszit*, a tehetséges fodrászlányt, aki még az undok főnök (*Szakács Miklós*) sztárvendégét is elcsábítja.

A hatvanas-hetvenes években alakult ki az a tipikus magyar attitűd – mint általában a szocialista rendszer szolgáltatási szektorában –, hogy nem a vendég a fontos, nem őt kell ajnározni, hanem éppen fordítva. A vendégek kényeztetik a kozmetikust és a fodrászt!

Ahogy *Szécsi Pál* (maga is volt fodrászmodell) női szíveket megdobogtató hangján a fülünkbe dúdolta: „*Gedeon bácsi a nők bálványja, őt minden hölgyvendég úgy imádják, minden asszony keresi a kegyét...*”

Aztán ahogy múltak az évek, ez a szokás megmaradt, csak *Gedeon bácsik* helyett néikkel. Elnőiesedett a szakma. Míg a versenyeken férfiak indultak és nyertek, addig a több ezer hazai fodrászüzlet 95 százalékában nők álldogáltak – és álldogálnak – egész nap, eleinte kismamacipőben, aztán *Scholl* papucsban. (Ez analóg helyzet a szakács szakmával: a külhoni séfversenyeken mindig férfiak tűndökölnek, ám a kisvendéglők, szállodai nagykonyhák, üzemi étkezdék, diákmenzák gőzpárás helyiségeiben nők végeznek nap mint nap unalmas, robotos munkát.)

Abban, hogy egyre kevesebb lett a férfiborbély, szerepet játszott a villanyborotva elterjedése is. Régen egyes urak nem indultak el úgy a kávéházba, szerkesztőségbe vagy a napi sétára, hogy előtte ne tértek volna be kedvenc üzletükbe. Aztán eljött az idő, amikor nő borotválta.

A fodrászok és a kozmetikusok mindig is válogattak a vendégekben – akit ki akartak utálni, azt kiűzték, akit szátroltak, akiknek kedveskedtek, azt megtartották. Annak el-



Jutka, a varázslónő

A hatvanas-hetvenes években is léteztek már fogyasztó szalonok, csak éppen kevesen tudtak róla. Drága is volt, az átlagfizetéshez képest. A Deák térhez közeli üzletben többnyire színésznők, énekesnők fogyasztották magukat, belepréslődve egy szaunaszerű készülékbe, amelyben fél óráig ülve kellett várni, hogy hasson a forró gőz. Utána Jutka mért, dokumentálta a súlyt egy fűzetbe – csalt persze kicsit – és megmasszírozta a karcúsodni vágyókat. Közben diétás tanácsokat adott, amit sokan megfogadtak, hiszen fizettek érte, és tudták, hogy ez része a több hetes szeánsznak.

Előretörték a férfiak

A klasszikus magyar fodrászüzletek a 21. századra konkurenciát kaptak. Annyit fejlődtek a drogériákban kapható hajfestékek, hogy sokan áttértek az otthoni szépítésre. A fodrász szolgáltatást pedig az idősebbek, a nyugdíjasok már nem nagyon tudták megfizetni. Sok szalon tehát bezárt – lett belőle mobiltelefon-butik vagy szolárium.

Közben megnyitlak a fiatal korosztálynak szóló, új stílusú, modern belső enteriőrrel bíró üzletek. Itt nem nagyon csavargatják be a tincseket, jószereivel bűrák sincsenek (amelyek elengedhetetlen kellékek voltak a kézi szárítás előtti korban), lakkot, ha használnak, nem látszik a hajon, előzetes bejelentés nélkül is be lehet ülni székbe. Külön fejmosónó nincs, és előre törnek a férfiak. Újra látnak fantáziát – legalábbis a pesti belvárosban – a fiatal urak abban, hogy szépítsék a klienseket. Jellemző a divatos munkaruha. Leginkább vágni szeretnek, ezt tekintik kreatív munkának, a többit – a festést, mosást szárítást – alantasabbnak tartják. Negyvenen túli vendégnek nem örülnek.

Ez az igazi hungarikum!

A manikűr és a pedikűr is átalakult, főleg az előbbi. A műkörmös időközben szakmává vált, sőt sokan képzőművésznek hiszik magukat, mindegyik köröm egy-egy műalkotás, a díszítésnek csak a fantázia szab határt. Aki csak sima manikűrt kér, ne várjon lelkesedést, vagy menjen máshová.

A leginkább intim szolgáltatás, a pedikűr lassan egészségügyi kezelésre hajaz. Inkább idősebbek veszik igénybe, akiknek a lába már deformálódott, és akik ide nem szépüléért igyekeznek, hanem egy kis enyhülésért, vagy hogy egyáltalán tudjanak járni. A jó pedikűrös nagy úr, tekintélyes szakember, hetekre foglal.

A külföldön élő és hazalátogató magyarok soha nem hagyják ki a budapesti fodrász, kozmetikus, manikűrös, pedikűrös meglátogatását, ez ugyanis nálunk még mindig olcsó számukra. Amit nehezen viselnek el, az az állandó ricsaj, hangzavar, egymás előtt festékesen, bekennt arccal, dauercsavarókkal mászkálnak a kliensek, egyszerre telefonálnak vagy állnak ki az üzlet elé cigarettázni, ismerősök, ügynökök, rokonok kukkantanak be, tévé szól – míg külföldön egy fodrász vagy kozmetikus egyszerre csak egy vendéget fogad, akkor csak és kizárólag vele foglalkozik, és csend van.



lenére, hogy egy üzletben többnyire az volt a hangadó alkalmazott, annak volt tekintélye, akihez a legtöbben jártak. Azonban egy „rangos” vendégkör plusz renomét adott a fodrásznak is.

Érdekes, hogy éppen e szakma művelői nincsenek vele tisztában – és soha nem is voltak –, hogy a magyar fodrászüzlet és kozmetika hungarikum. Ilyen sehol a világon nincs. A vendég elkotyogja a legintimebb titkát, aki mindent tud róla, és viszont – de nemcsak ő, hanem az üzlet dolgozói és a többi törzsvennég is! Többet árul el magáról valaki a fején matató, félig-meddig mégiscsak idegen nőnek, mint a barátnőjének (aki alkalomadtán visszaélhet az információval) vagy mint az anyjának, a férjének. Évtizedeken keresztül.

A magyar nő ugyanis – főleg a középkorú – hűséges ahhoz, aki szépítgeti.

Minden eladó

Egy hagyományos magyar fodrászatban mindent lehet kapni, és mindent el lehet intézni. A hatvanas-hetvenes években autósorszám-megsürgtetést, nylonharisnyát és külföldi rúzsot – akkor kevesen jöttek rá rögtön, hogy nem francia, hanem lengyel az a kis piros rúd, akárcsak a kölni. Most meg bármit. Éberséges nőgyógyász címét, zugsüggyvéd mobilszámát, no meg lopott bizsut, összes krémet, varázserejű, gyanús külsejű aloe vera italt, házi, jó sárga eperlevél tészta Budaörsről, bodzamézet Kiskunhalasról. Hogy ez után senki nem fizet adót? Persze. Hiszen a szolgáltatásról sem kapunk számolat – keveseknek jut eszébe kérni –, bár a számlatömb ki van készítve feltűnő módon a sütővas mellé, biztos, ami biztos.

Ötven éve s akörül még gyakran előfordult, hogy a vendég maga hozta a festéket,

a sampont, a hajlakkot. Érthetően, hiszen nem voltak olyan jó minőségűek az itthon elérhető kellékek. Talán meglepő, de ez a furcsa szokás megmaradt: sok helyütt tábla figyelmeztet rá, hogy akkor is felszámolják az árát, ha mi hozzuk az alapanyagot, ugyanúgy mintha az üzlet adta volna.

Ez egy klub. Olyan nincs, hogy valaki csak úgy beessen. Ide bejelentésre jönnek a nők. És csak akkor érkeznek a dolgozók, amikor van vendég. Akad, aki a szombati és vasárnapi munkaszünetet megtoldja a hétfővel. Az előre telefonálás tehát elengedhetetlen.

Az üzletben mindig ott üldögél egy idősebb, szomorú szemű roma asszony. Állandóan árul valamit. Szinte már alkalmazott, ha nem megy az üzlet, felsöpör, kimegy a piacra, és bevásárol a fodrászoknak, hogy eltűrjék a jelenlétét. Aki egyszer vesz tőle egy bugyit, azt örökre megjegyzi, és újabb és újabb póló- és melltartó-ajánlatokkal bombázza. ●

