

ben. A teljes elkülönültség életterében vergődő hősök magatartása, kívülállásuk kérdései mélyen beivódnak azokba a pszichológiai össze-

függésekbe, melyek a művész és korának társadalmá közt fennállnak.

Agoston Pribilla Valéria

ESZMÉNYI NŐ — SZABVÁNYRA

A női lapok mint sajátos sajtóforma és mint specifikus társadalmi fenomén megkülönböztetett figyelmet és sokoldalú, tüzetes elemzést érdemelnek. Írásunkban azokat a témákat és kidolgozásokat vesszük górcső alá, amelyekkel az említett lapok foglalkoznak. Ebből a szemszögből kérdőjelezzük meg szerkesztési politikájukat és társadalmi szerepüket. Kérdés továbbá, hogy kihez és miként szólnak, milyen értékrendszert és tudatot formálnak, s hogy milyen szerepet szánnak a nőnek a társadalomban és a családban.

I.

A női lapok vizsgálatát egy rövid történelmi és társadalmi visszapijlantással kezdjük. Mi a hatvanas években honosítottuk meg ezt a sajtóterméket. Ekkor tártuk ki kapuinkat a világ előtt, ekkor kezdett tért hódítani független és el nem kötelezett politikánk. Szemmel láthatólag emelkedett a dolgozók és polgárok életszínvonalá, de ugyanakkor a kiskapun már belopakodott a fogyasztói mentalitás és a szubkultúra is, amely az előbbinek szinte törvényszerű kísérője. Ez az új mentalitás azután több csatornán át jutott el a tömegekhez, többek között a giccs közvetítésével is. Az új öngazgatású társadalmi viszonyok és a szociokulturális átalakulás határvonalán az újnak és réginek, a korszerűnek és a patriarchálisnak, a haladóknak és a kispolgárinak számtalan

hibridje keveredett. Az új társadalmi és kulturális igények kielégítését szolgálta a nagyobb számú sajtótermék is. Ekkor kezdtek gyökeret ereszteni hazánkban az ún. szórakoztató lapok és kiadványok, amelyeket azonnal szakosítottak, illetve nemhez, életkorhoz stb. idomítottak. Nos, ekkor kapta kézhez olvasótáborunk a külföldi újságok és folyóiratok mintájára készült női lapokat is. Itt azonban azonnal megjegyezzük, hogy az elmúlt húsz esztendő alatt a példaként szolgáló lapok szinte kivétel nélkül jelentős változáson és fejlődésen mentek át, csak a miénken nem tapasztalható semmilyen minőségi változás vagy javulás. A mi lapjaink „gondolkodásmódja” és jellege állandóan a „régik”. Ezek — a piacén kívül — semmilyen külső hatás sem érezhető.

II.

Női lapjaink főként a férjezett nőkhöz szólnak, a munkaviszonyban levőkhöz és a háztartásbeliekhez egyaránt. Sokuknak ez az egyetlen és legfőbb olvasmánya. Ez a sajtó tehát jelentős szerepet játszik az értékítésben, az érdeklődési kör és az ízlés kialakításában. Kedvében jár az olvasónak, s amilyen tudatot és mentalitást kialakít, az híven tükrözdik magán a lapon is. Ez egyébként a szórakoztató kiadványok mind-egyikére érvényes. Az átlagolvasónak szánják őket, tiszteletben tartva, illetve meg nem bolygatva annak

megrögzött szokásait, érdeklődését és óhajait.

Hogyan néznek ki tehát a proklamált értékek, a valóságban? Miként befolyásolja a piac a szerkesztési politikát, és mennyiben tükrözik az említett lapok olvasóik tudatát?

Minden jelentős dokumentumunk és törvényünk fundamentális elvként emlegeti az emberi (női és férfi) szabadságot, az egyenjogúságot, a döntéshozatali jogot — s mindennek egyetlen előfeltételként a gazdasági függőség megszüntetését. Ez deklaratív módon valamennyi női lap első oldalán is megtalálható. Gyakorlatilag azonban ezek a lapok is azt az elavult, de továbbra is domináló nézetet és felfogást sugallják, hogy a család, az otthon, a ház kizárólag a nő gondja. Sajnos, ezt a „hagyományt” nemcsak a női lapok, de valamennyi napilap is következetesen ápolja, mert az ún. „Lányok, asszonyok” rovatok rendszerint mindenütt egyformák: divat, szépségápolás, egészség, receptek, hasznos tudnivalók, gyermeknevelés stb. Ezzel szemben egyetlen „férfilap” sem foglalkozik háztartással és gyermekneveléssel! Hibridkultúránk ékes bizonyítékai tehát éppen a női lapok. Első oldalukon a női emancipációt, az egyenlőséget, a munkára való jogot, a nőnek a szocialista társadalomban elfoglalt új helyét és szerepét hangoztatják, a kongresszusokra, a törvényekre és egyéb dokumentumokra hivatkozva, a többi oldalukon viszont szinte kizárólag a „nőiesség” kultuszát hirdetik. Ez a kultusz pedig annak a tömegkultúrának a része, amelynek legfőbb célja hagyományos szerepébe kényszeríteni és egy olyan térbe zárni a nőt, amelyből csak a szerelmes regények valótlanságába vezető kiút marad számára. Objektíve ez a szerkesztési politika a nőt továbbra is a „kedves, meleg otthonba” barikádozza el, émelgős és felületes romantikával

traktálja, és eközben egy percre sem engedi megfélemlíteni az évezredek óta rákényszerített szerepéről: szépitkezzen, hogy tessék; gondos háziasszony és anya legyen; főzzön és horgoljon — és mindezek után ábrándozzon a szerelemről!

A szociológiai kutatómunkához és a politikai elemzéshez kiváló anyagot szolgáltatnak azok a női lapokban meghirdetett pályázatok, amelyek az év asszonya, illetve az eszményi nő után kutatnak. Az eszményi jugoszláv nő pályázati feltételei, hogy férjezett legyen; hogy szépségben a legújabb fotómodelllel, házi munkában és ügyességben pedig az öreganyjával vetekedjen. Ugyancsak az említett részvételi feltételek közé tartozik még az általános műveltség, a nőnek a társult munkában betöltött szerepe, az általános honvédelmi ismeretek elsajátítása, az ételkészítés, a kötés és hímzés, valamint a virágrendezés.

Az eszményi nő elő- és közép-döntői területi, majd köztársasági szinten zajlanak le, s ezekben minden benevezett részt vesz. A szervező egy bizonyos lap, a védnök egy jól gazdálkodó vállalat, amely a versenyt is termékei vagy gyártmányai hírverésének tekinti, a házigazda pedig egy ismert üdülőhely hangzatos nevű szállodája. Mi ezúttal eltekintünk a pályázat és a verseny üzleti részétől, s inkább a társadalmi vetületével foglalkozunk. A versenyszámok ugyanis főként a patriarchális társadalom hagyományait hivatottak ápolni és szorgalmazni. Igaz, hogy van egy kis öngazgatási mellékzük is, de ezzel nemhogy jobb és kedvezőbb társadalmi helyzetbe kerültek volna a nők — amelyben az új emberek nemcsak önmagukat, de az életmódjukat is változtatják —, hanem a társadalmi feladatokkal és szereppel még nagyobb terhet róttunk rájuk. Tipikus példája ez annak, ahogyan hazánkban elképzel-

tük a nőnek a társadalmi életbe való felzárkózását, anélkül, hogy bármit is változtattunk volna a divattól a konyháig relációján. Ezt mutatja a női lapok szerkesztési politikája, és ez igazolja azt is, hogy a kérdés sohasem kerül társadalmi-politikai témáink homlokterébe.

III.

A női lapoknak, mint a tömegkultúra alkotórészeként tanulmányozásakor szólnunk kell azokról a kispolgári és fogyasztói jegyeiről, amelyeket a művelődés egyéb területén rendszerint célba vesz vagy kipellengérez a kritika. Eszmei-politikai szempontból mi sem volna egyszerűbb, mint lebecsülni társadalmi, művelődési jelentőségüket. Csakhogy a probléma sokkal bonyolultabb. Először is pontosan meg kell határozni, hogy milyen pozícióból vizsgáljuk a témát. Kritikánk célja nem a nőiség háttérbe szorítása vagy mellőzése, amire már a saját történelmünkben, de még inkább az adminisztratív szocializmusban bőven van példa, s nem is a női és férfi funkciókat akarjuk felcserélni a társadalomban és a családban. Semmi kifogásunk tehát a nőiség, a divat, a szépségápolás, a család s az anyaság ellen. Mi az ellen lázadunk *ahogyan* ezt teszik, s azon viszonyok ellen, amelyek az ilyen hozzáállásból származnak.

A probléma orvoslása ugyanis olyan társadalmi és művelődési kérdések felszínre vetését sürgeti, amelyek nemcsak a női lapokat, de mindennapjainkat, értékrendszerünket és személyes életszínvonalunkat is érzékenyen érintik. Szocializmusunkban és öngazgatásunkban ugyancsak fontos szerepet játszanak, de nem hanyagolhatók el társadalmi-gazda-

sági életünkben sem, mert ezekhez kötődnek mind a termelési, mind pedig az emberek (s ezzel a férfi és nő) közötti új viszonyok is.

Hazánk a háborút követő nyomor és nincstelenség után olyan álláspontot képviselt, hogy a szocializmus nem párosul kötelezően a szegénységgel és lemondással. A boldogabb jövő építését tűztük ki célul, de arra törekedvén, hogy a munkás se rekedjen kívül az életörömkön. Sajnos, ebben az igyekezetünkben nyomon követett bennünket a fogyasztói és kispolgári mentalitás is. Ezek bírálatok pedig gyakran vakvágyányra futunk és az árubőségben meg a piacra termelésben keressük a bűnbakot. Holott a szocializmusnak nem az árutermelés, hanem az áru-fetizmus ellen lehet csak kifogása. A fogyasztói mentalitás elítélésekor nem az áru ellen emelünk szót, hanem a hozzá való viszonyulást, illetve a tőle való függőséget tesszük kérdésessé. Ez az, ami idegen öngazgatású rendszerünkötől. Így válik a kritika tárgyává a divat, a kozmetika, a női szépség stb. Mert ahelyett, hogy mindezek a nő szolgáltatába állnának, a fordítottja történik, a nő válik rabjukká. A kispolgári és patriarchális mentalitásban sem az anyaságot és a családi közösséget éri bírálat, hanem a nőkhöz és az anyához való elévült viszonyulást. A dogmatikus recepteket azonban úgyszintén el kell utasítanunk, mivel ezek egyáltalán nem veszik tekintetbe a nő és a férfi fizikumából eredő különbségeket, s minden tekintetben kiegyenlítik őket.

Építő jellegű vitát csak úgy kezdetünk erről a témáról, ha előrebocsátjuk, hogy öngazgatásunk nem az ismert társadalmi-politikai rendszerek keresztezése (hibridje), hanem történelmileg egy új és autentikus társadalmi folyamat. Ennél fog-

va szokványos és bejáródott megoldásai sem lehetnek, nemhogy a női lapok esetében, de egyéb téren és kérdésekben sem. Ennek tudatában, és ennek szem előtt tartásával pedig talán nem is lesz olyan nehéz új utat

törnünk és a sajtóságainknak megfelelő értékrendet kialakítanunk.

Dunja Blažević

(Književne novine, 1980.

március 29.)

Fordította *Tumbász Erzsébet*