



Rasa Balsevičienė – humanitarinių mokslų doktorantė (etnologija). Klaipėdos universiteto Socialinių ir humanitarinių mokslų fakulteto Filologijos katedra
Moksliniai interesai: etninė kultūra, etnis ir kultūrinis tapatumas, kūno estetiškumas
El. paštas: rasa.balseviciene@edu.ku.lt

Rasa Balsevičienė – PhD candidate in humanities (ethnology). Klaipėda University, Faculty of Social and Humanities, Department of Philology
Research interests: ethnic culture, ethnic and cultural identity, body aesthetics
E-mail: rasa.balseviciene@edu.ku.lt

Rasa Balsevičienė

Klaipėdos universitetas

KOSMETIKOS PRIEMONIŲ GAMYBA LIETUVOJE: TENDENCIJOS IR POKYČIAI XX AMŽIUJE

Anotacija

Asmens higienos, gražinimosi, kvėpinimosi ritualai lydi žmones nuo pat civilizacijos ištakų, bet tik XX amžiuje kosmetika ėmė sparčiai tobulėti, produktai įgijo aiškias funkcijas, susirūpinta priemonių saugumu. Šio tyrimo objektas – XX a. Lietuvos kosmetikos pramonė ir jos produktai. Tyrimo tikslas: išanalizuoti Lietuvos kosmetikos pramonės vystymosi tendencijas ir pokyčius, gamintų kosmetikos priemonių asortimentą, aptariant pramonės įmonių veiklos ypatybes. Straipsnyje analizuojamos sąvokų *kosmetikos produktas*, *kosmetikos pramonė* sampratos. Tyrimo rezultatai atskleidė tai, kad XX amžius gali būti suskirstytas į keturis skirtingus grožio industrijos periodus, kurių kiekvienas pasižymėjo unikaliomis kosmetikos priemonių gamybos ir naudojimo tendencijomis. Grožio industrija, tarpukariu pradėjusi sparčiai augti, niekada nesustojo – XX a. pab. ji klesti, darydama įtaką ne tik moterims, bet ir daugumai gyvenimo sričių.

PAGRINDINIAI ŽODŽIAI: moters grožis, kosmetikos produktai, kosmetikos pramonė.

Abstract

Rituals of personal hygiene, beautification and perfume have accompanied people since the beginning of civilisation, but in the 20th century cosmetics began to develop rapidly, products acquired clear functions, and the safety of products was addressed. The object of this study is the 20th-century Lithuanian cosmetics industry and its products. The purpose of the research is to analyse trends and changes in the development of the Lithuanian cosmetics industry, and the variety of manufactured cosmetics, discussing the characteristics of the activities of industrial companies. The article analyses the concepts of the cosmetic product and the concepts of the cosmetic industry. The results of the study revealed that the 20th century can be divided into four different periods in the beauty industry, each of which was characterised by unique trends in the production

and use of cosmetics. The beauty industry, which began to grow rapidly between the wars, never stopped: in the 20th century it flourished, influencing not only women but also most spheres of life.

KEY WORDS: female beauty, cosmetic products, cosmetic industry.

DOI: <http://dx.doi.org/10.15181/rh.v32i0.2688>

Įvadas

Temos aktualumas, naujumas ir problema. „Noras būti gražiam atsirado turbūt kartu su žmonija“ (Lelis 1961, 3). Jau nuo bibliinių laikų kalbama apie moters grožį¹. Todėl grožio, puošybos, kūno standartų problematika aktuali per visus amžius iki šių dienų ir tyrinėjama įvairių mokslo šakų. Žmogaus kūnas užima svarbią vietą ir kultūros tyrinėjimuose, nes kūno bruožai, jų kaita atspindi kultūrinius, etninius ypatumus, jų pokyčius. Claudijos Liebelt tyrimas atskleidė, kad grožis yra siejamas su moteriškumu. Autorė teigia, kad vyrai pastaruoju metu į grožį investuoja vis daugiau, bet, nepaisant to, grožis ir toliau labiausiai siejamas su moterimis (Claudia Liebelt 2022, 206–213). Moters kūno grožis ir kosmetikos pramonė – tai du tarpusavyje sąveikaujantys elementai, nes būtent žmonių noras atrodyti gražiai ir aromatingai kvepėti sukūrė parfumerijos ir kosmetikos pramonę. Todėl, norint ištirti moters kūno grožio standartų ypatybes, pirmiausia reikia išanalizuoti kosmetikos pramonės ir jos produktų gamybos tendencijas, kad vėliau būtų galima ištirti moters ir kosmetikos pramonės sąveiką. Tyrimas buvo atliekamas 2021–2023 m. kaip įžanga į daug platesnį ir išsamesnį tyrimą, kuris apims moters grožio standartų ir naudotų priemonių kaitą XX–XXI a. lietuvių kultūroje. Todėl tyrime bus analizuojami moterų gražinimosi įpročiai ir naudotos priemonės.

Šio tyrimo objektas – XX a. Lietuvos kosmetikos pramonė ir jos produktai.

Tyrimo tikslas: išanalizuoti Lietuvos kosmetikos pramonės vystymosi tendencijas ir pokyčius, gamintų kosmetikos priemonių asortimentą, aptariant pramonės įmonių veiklos ypatybes. Tikslui pasiekti išsikelti uždaviniai:

1. Išanalizuoti sąvokų *kosmetikos produktas*, *kosmetikos pramonė* sampratos kaitą skirtingais XX a. tarpsniais.

2. Ištirti kosmetikos pramonės įmonių veiklos ypatybes XX a. Lietuvoje, surinkus ir susisteminus istorinę medžiagą apie kosmetikos įmones, veikusias Lietuvoje, aptariant jų gamintą produkciją.

¹ „Žavūs tavo skruostai, dabinti pintomis grandinėlėmis, tavo kaklas – karoliais. Iš aukso nukalsim tau grandinėles, išpuošime jas sidabru. <...> Kelkis, mano meile, mano gražioji, eikš! <...> leisk man pamatyti tavo veidą ir išgirsti tavo balsą, nes tavo balsas toks mielas ir tavo veidas gražus“ (Gg 1, 10–11; 2, 13–14).

Tyrimo objektas, tikslas ir uždaviniai nulėmė darbe taikomų *tyrimo metodų* pasirinkimą. Siekiant įgyvendinti iškeltus uždavinius, renkant ir analizuojant šaltinius ir literatūrą buvo taikomas istorinis ir analitinis aprašomasis metodai, mokslinės literatūros analizė, sisteminimas, surinktos medžiagos apibendrinimas. Analizuojant kosmetikos pramonę kaip konkretaus laikotarpio – XX a. – visuomenės sandaros, kultūrinio išsivystymo pasekmę, tyrime remtasi sociologine analize. Lyginamoji analizė pravertė lyginant įvairias įmones ir jų veiklą skirtingais XX a. laikotarpiais skirtinguose regionuose. Renkant informaciją apie kosmetikos įmones, remtasi reklaminių skelbimų turinio (naratyvine) analize.

Tyrimo šaltiniai: mokslinės publikacijos, kitų tyrėjų etnografinė lauko tyrimų medžiaga, XX a. leisti laikraščiai ir žurnalai moterims, grožio produktų reklaminiai skelbimai, muziejuose ir pas privačius kolekcininkus saugomi eksponatai. Kosmetikos produktų gamybos tendencijos Lietuvoje – labai mažai tyrinėta sritis. Moksliniai tyrimai, susiję su XX a. Lietuvos kosmetikos pramone ir jos įmonių gamintais produktais, yra fragmentiški ir negausūs. Vieni išsamiausių, daugiausia informacijos tyrimui suteikę darbai – tai Rasos Balsevičienės 2022 m. atliktas tyrimas, apimantis tarpukario Lietuvos kosmetikos pramonės įmones ir jų gamintą produkciją (Balsevičienė 2022) bei Jono Mardosos tyrimas apie kaimo buityje naudotas kosmetikos priemones XX a. Straipsnis „Kvapai lietuvių kaimo buityje ir kultūroje: XX a. 3-iasis dešimtmetis – XX a. pabaiga“ (Mardosa 2013) prisidėjo tiriant lietuvių, gyvenusių kaime, higienos įpročius, vartotas kosmetikos priemones.

Yra atlikta tyrimų apie įvairių produktų reklamą, taip pat ir aptariant kosmetikos produktų reklamas. Analizuojant reklaminius pranešimus ir jų kaitą, galima atsekti, kaip keitėsi grožio standartai ir visuomenės požiūris į kosmetiką. Šiame tyrime remiamasi keturiais tokio pobūdžio darbais: Živilės Intaitės magistro baigiamuoju darbu „Tarpukario Lietuvos reklama: vizualinis aspektas“ (Intaitė 2016), Ramūno Minkevičiaus knyga „Tarpukario Lietuvos reklama“ (Minkevičius 2015), Vilniaus universiteto Istorijos fakulteto doktorantės Giedrės Polkaitės straipsniu „Prekių ir paslaugų pasiūlos kaita Lietuvos periodinės spaudos reklamoje 1918–1940 metais“ (Polkaitė 2009) ir Jovitos Jankauskienės straipsniu „Lietuvos žemės ūkio ir pramonės parodos Kaune Pirmosios Lietuvos Respublikos laikotarpiu“ (Jankauskienė 2011).

Antrinių šaltinių ir literatūros, susijusių su XX a. Lietuvos kosmetikos pramone, taip pat nėra labai daug. Tyrime remiamasi muziejų, archyvų medžiaga. Ypač aiškų vaizdą, atspindintį kosmetikos produktų gamybos tendencijas Lietuvoje, leidžia susidaryti XX a. leisti periodiniai leidiniai: *Diena*, *Jūra*, *Lietuvis*, *Lietuvos aidas*, *Moteris*, *Tarybinė moteris*, Šeiminkė ir kiti leidiniai. Visu tiriamuoju laikotarpiu yra išleista lietuvių autorių parašytų ar iš užsienio kalbų išverstų tekstų

apie kūno estetikos priemones ir grožio standartus. Vienas iš jų – tarpukario pabaigoje Kaune, E. Norkienės spaustuvėje atspausdinta, Grožio instituto Parvyžiuje abiturientės Adolfinos Velingsonaitės parengta knyga „Modernioji grožio higiena“ (Velingsonaitė 1937). Autorė knygą parengė „naudodamasi med. dr. Urfoldo, med. dr. B. Šermano ir kitų grožio higienos žinovų receptais bei nurodymais ir surinktomis kino žvaigždžių grožio paslaptimis“ (Velingsonaitė 1937, 3). Knyga „Muilo gamyba“ (Ruzgis 1938) leido suprasti, kad žmonėms buvo leidžiama literatūra apie tai, kaip pasigaminti muilo, skatinant higienos įpročius, teikiant odos ir plaukų priežiūros patarimus. Ši knyga suteikė daug informacijos apie tarpukario muilo fabrikuose vykusius muilo gaminimo procesus. Sovietinės okupacijos laikotarpiu leistos įvairaus pobūdžio informacinės knygelės moterims, jose pateikiami odos, plaukų ir viso kūno priežiūros patarimai, taip pat patarimai, kokiomis liaudiškais ar pirktiniais priemonėmis naudotis. Tai padėjo suprasti to laikotarpio kosmetikos gamybos ir naudojimo tendencijas. J. Lelio knygoje „Odos priežiūra ir gydomoji kosmetika“ (Lelis 1961), R. Fridmano knygoje „Parfumerija ir kosmetika. Istorija, paskirtis, vartojimas“ (Fridmanas 1978) pateikta informacija atskleidė sovietinės okupacijos laikotarpiu moterims pateikiamos informacijos turinį. Petro Šalčiaus knygoje „Lietuvos pramonės istorija. III dalis. Atskirų pramonės šakų istorija (Degtukų, statybinių medžiagų, maisto, lengvoji pramonė ir smulkiosios pramonės šakos)“ pateikti duomenys apie tarpukariu Lietuvoje veikusias pramonės įmones suteikė tyrimui naudingos istorinės informacijos apie kosmetikos įmones. Istorinių dokumentų, spaudos leidinių ir reklamos analizė suteikė vertingos informacijos apie kosmetikos pramonės raidą, produktų asortimentą ir rinkos dinamiką. Apie XX a. gamintus kosmetikos produktus informacijos suteikia muziejuose ir privačiose kolekcijose išlikę įvairūs kosmetikos gaminiai, jų pakuotės. Kosmetikos produktų, pakuočių analizė muziejuose ir privačiose kolekcijose padėjo suprasti technologinius ir dizaino pokyčius. Muziejuose ir privačiose kolekcijose saugomi įvairūs įmonių veiklos dokumentai – tai nepaneigiami faktai, atskleidę įmonių veiklos istoriją. Nemaža dalis informacijos apie muziejuose saugomus eksponatus pateikta muziejų informacinėje sistemoje LIMIS.

Tyrime remiamasi įvairaus pobūdžio straipsniais. Vienas daugiausia istorinių faktų pateikęs straipsnis – tai Alvydo Surblio parengtas straipsnis „Kur tarpukariu galėjai nusipirkti Max Factor kosmetikos? Higienos prekių ir kosmetikos bei parfumerijos įmonių tarpukario Kaune apžvalga“ (Surblys 2017) ir pagal šį straipsnį sukurtas vaizdo įrašas *Youtube* (2019) kanale. Straipsnyje „Gėlių kvapas – tarpukario liudininkas?“ Š. Kutinskaitė-Būdaviienė (2018) pateikė naudingų faktų, papildančių surinktą informaciją.

Visa ši medžiaga padėjo išanalizuoti XX a. Lietuvoje veikusias kosmetikos įmones ir jų produkcijos gamybos tendencijas, lyginant ir sisteminant skirtinguose šaltiniuose pateiktą informaciją.

Sąvokų kosmetikos produktas, kosmetikos pramonė sampratos kaita

Norint suprasti *kosmetikos produkto* apibūdinimą, reikia apžvelgti šio termino reikšmę skirtingais laikotarpiais. R. Fridmanas kosmetikos priemones, priklausomai nuo paskirties ir sudėties, skirsto į tris grupes: *higienines, gydomąsias (profilaktines) ir dekoratyvines*. Šią klasifikaciją jis įvedė 1935 m., ji paplito visame pasaulyje. Be to, pažymima, kad gydomoji kosmetika kartais vadinama *specialiąja*. Čia neįvardijamos konkrečios kosmetikos priemonės, bet pabrėžiama jų funkcija: *odai valyti, minkštinti, maitinti, dezinfekuoti, burnos ertmės, plaukų, nagų priežiūros, skutimosi ir kiti preparatai*. Gydomoji kosmetika įvardijama kaip *šalinanti kosmetikos defektus <...> nuo spuogų, odos jautrumo, pleiskany, plaukų slinkimo, prakaitavimo*. Dekoratyvinės kosmetikos funkcija: *padeda pagražinti arba pakeisti išvaizdą, paslepia defektus* (Fridmanas 1978, 78). R. Fridmanas dekoratyvinę kosmetiką dar skirsto į *buitinę* ir *teatrinę*. Čia įvardijami jau konkretūs kosmetikos produktai. „Buitinei kosmetikai priklauso pudra (milteliai, kompaktinė, skysta ir lapeliai), lūpų dažai, ružai, baltalai, tušas blakstienoms, pieštukas antakiams, dažai plaukams, antakiams ir blakstienoms, plaukų spalvos grąžintojas, „šešėliai“, nagų lakai ir skysčiai lakui nuimti, spalvotos pudros bei kremai ir t. t. Teatrinei kosmetikai priklauso grimas, gumozė, ružai (sausai, kompaktiniai, riebus, teatriniai), grimo lakas, preparatai grimui pašalinti, speciali pudra aktoriams ir pan.“ (Fridmanas 1978, 78). Savo knygoje „Parfumerija ir kosmetika. Istorija, paskirtis, vartojimas“ plačiai aprašo išvardytas kosmetikos priemones, jų paskirtį.

Sovietinės okupacijos laikotarpiu 1961 m. medicinos mokslų kandidatas J. Lelis knygoje „Odos priežiūra ir gydomoji kosmetika“, kosmetiką, graikiškai reiškiančią meną puošti, gražinti, apibūdina kaip *priemones, vartojamas odai priežiūrei ir žmogaus išvaizdai pagražinti*. Apibrėžimas trumpas, bet gana platus. Neįvardijama, kokie konkrečiai produktai priskirtini kosmetikos produktams. Tačiau išskiriamos dvi kosmetikos rūšys: *gydomoji ir dekoratyvinė*. *Gydomoji kosmetika*, kaip ir R. Fridmano apraše, *apima odos priežiūrą ir įvairių odos defektų – sausumo, raukšlių, pigmentacijos sutrikimų, apgamų ir kt. – profilaktiką bei gydymą*. Čia įvardijamos gydomosios procedūros, užsimenama apie medikamentus. *Dekoratyvinė kosmetika* taip pat aprašoma panašiai kaip R. Fridmano knygoje – *tai įvairių odos ir plaukų trūkumų maskavimas, vartojant pudras ir dažus* (Lelis 1961, 3).

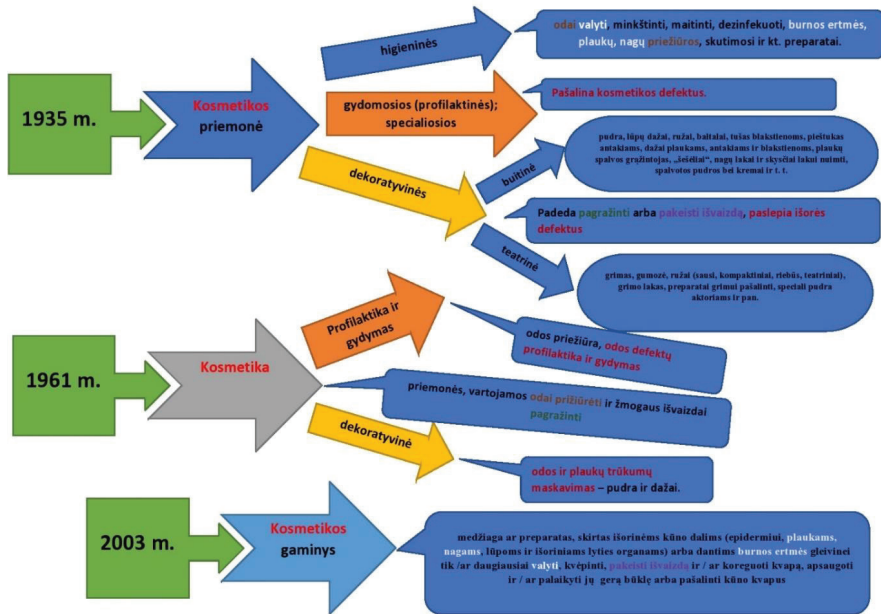
Taigi, dekoratyvinė kosmetika įvardijama kaip trūkumų maskavimo priemonė, išskiriant pudras ir dažus.

Vadovaujantis Lietuvos Respublikos nacionalinio visuomenės sveikatos centro prie Sveikatos apsaugos ministerijos 2003 m. apibrėžimu, *kosmetikos gaminy* – tai medžiaga ar preparatas, skirtas išorinėms kūno dalims (epidermiui, plaukams, nagams, lūpoms ir išoriniams lyties organams) arba dantims, burnos ertmės gleivinei tik / ar daugiausia valyti, kvėpinti, pakeisti išvaizdą ir / ar koreguoti kvapą, apsaugoti ir / ar palaikyti jų gerą būklę arba pašalinti kūno kvapus². Šiame apibrėžime visi aukščiau į atskiras grupes išskirstyti preparatai sudėti į vieną apibrėžimą, kuriame išskiriami konkretūs produktai, kurie gali būti vadinami kosmetikos priemonėmis. Tai išsamus kosmetikos gaminių apibrėžimas, apimantis tiek jų naudojimo sritis, tiek paskirtį. Dokumente kiekvienas produktas išskirstomas dar smulkiau.

Išanalizavus skirtingus *kosmetikos priemonės*, *kosmetikos* ir *kosmetikos gaminio* apibrėžimus, galima pasakyti, kad jau 1935 m. *kosmetikos priemonės* sąvokos samprata turi daug panašumų su 2003 m. *kosmetikos gaminio* apibrėžimu. Abiejuose nurodoma kosmetikos priemonių paskirtis, įvardijami konkretūs kosmetikos produktai. Tiek 1935 m., tiek 1961 m. apibrėžime kosmetika skirstoma į keletą rūšių. 1935 m. į higieninę, gydomąją (profilaktinę); specialiąją ir dekoratyvinę, ją dar išskaidant į buitinę ir teatrinę. 1961 m. lieka tik gydomoji ir dekoratyvinė. O 2003 m. apibrėžime skirstymo išvis nelieka (1 schema).

Apžvelgus *kosmetikos produkto* apibrėžimo sampratą, reikalinga išanalizuoti ir *kosmetikos pramonės* sampratą skirtingais laikotarpiais. Kosmetikos pramonė apima visas įmones ir verslus, kurie užsiima kosmetikos produktų kūrimu, gamyba ir prekyba. Tai plati pramonės šaka, apimanti įvairius segmentus, nuo žaliavų tiekimo ir gamybos iki rinkodaros ir mažmeninės prekybos. 1956 m. profesoriaus, ekonomikos mokslų daktaro Petro Šalčiaus knygoje „Lietuvos pramonės istorija. III dalis. Atskirų pramonės šakų istorija (Degtukų, statybinių medžiagų, maisto, lengvoji pramonė ir smulkiosios pramonės šakos)“ kosmetikos pramonė kaip tokia neišskiriama, bet, kaip viena iš lengvosios pramonės šakų, įvardijama *muilo ir žvakių pramonė*. Galima daryti prielaidą, kad tuo laikotarpiu muilas buvo pagrindinė kosmetikos priemonė, kuri, kartu su žvakėmis, priskiriama *lengvajai pramonei*. Muilai knygoje skirstomi į *kosmetinius*, *medicinos* ir *higienos* (Šalčius 1956, 995). Neįvardijamos jokios kitos kosmetikos priemonės – tik muilas, kuris, atsižvelgiant į rūšį, atliko kosmetinę, medicininę ir higienos funkcijas. Šį

² Lietuvos Respublikos sveikatos apsaugos ministro įsakymas „Dėl Lietuvos higienos normos HN 62:2003: Kosmetikos gaminiai: bendrieji reikalavimai, draudžiamos ir ribojamos medžiagos“ patvirtinimo. 2003 m. gruodžio 23 d. Nr. V-757. Vilnius. Paskelbta: Valstybės žinios, 2004-02-07, Nr. 21-647.



1 schema. Kosmetikos produkto apibrėžimo kaita skirtingais laikotarpiais (sudaryta autorės, 2024)

skirstymą galima sugretinti su 1935 m. R. Fridmano *kosmetikos priemonių* skirstymu į *higienines*, *gydomąsias* ir *dekoratyvines*. Galima daryti prielaidą, kad tiek muilas, tiek kitos kosmetikos priemonės buvo suvokiamos kaip atliekančios higienos, gydymo ir dekoratyvinę funkcijas.

Parfumerijos ir kosmetikos pramonė, anot Lietuvos ekonomisto, kraštotyrimininko Venanto Mačiekiaus, – tai *chemijos pramonės šaka, kurios įmonės gamina kvepalus ir kvapųjį vandenį, tualetinį muilą, dantų pastą, kremus, pudras, lūpų, plaukų, antakių ir blakstienų dažus, nagų ir plaukų laką, šampūnus, eterinius aliejus ir kitas kūno ir grožio priežiūros priemones* (Mačiekus vle.lt). Įvardijami konkretūs produktai, paliekant laisvę priskirti ir daugiau produktų.

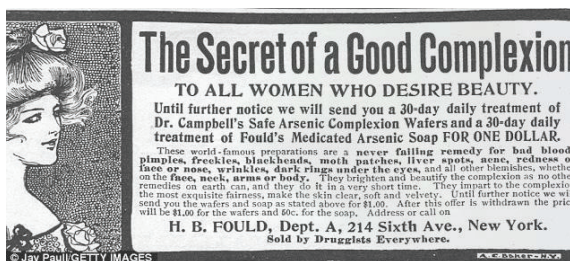
Apžvelgus *kosmetikos produkto* ir *kosmetikos pramonės* sąvokų sampratą skirtingais XX a. tarpniais, galima pastebėti slinktį nuo muilo pramonės, kaip vienos iš lengvosios pramonės šakų, sampratos iki kosmetikos pramonės, kaip vienos iš chemijos pramonės šakų, suvokimo, nuo vienintelio kosmetikos produkto – muilo, atliekančio tiek kosmetinę, tiek gydomąją, tiek higienos funkcijas, iki kosmetikos produktų, turinčių skirtingas funkcijas, įvairovės. Apibrėžimų kaita, performulavimas – tai tarsi nuoroda į kosmetikos pramonės tendencijų bei

gaminamų produktų kaitą, kuri leidžia suprasti, kad nuo besivystančios chemijos industrijos praėjusiam šimtmečiui stengėsi neatsilikti ir viena jos naujųjų šakų – kosmetikos pramonė.

Kosmetikos gaminių teisinis reglamentavimas

XX a. pr. kosmetikos pramonės produktų gamyba nebuvo reglamentuojama įstatymų, todėl dažnai asmens higienai naudojamos priemonės buvo ruošiamos abejotomis sąlygomis iš parankinių, kartais net pavojingų sveikatai priemonių. Tai patvirtina pasauliniu mastu plačiai pagarsėjęs atvejis, kai 1901 m. JAV gamintojas, žadėdamas pirkėjams stebuklingą poveikį, pagamino ir siūlė įsigyti muilą su arsenu, kas kėlė didžiulį pavojų gyvybei bei tapo nuplikimų, stiprių uždegiminių reakcijų priežastimi (1 pav.). Be to, šis pavyzdys patvirtina tai, kad arsenas buvo naudojamas kaip odą balinanti priemonė, nes įdegis reiškė valsietišką statusą. Lietuvoje jau daug vėliau galima aptikti panašių atvejų, pvz., radioaktyvią dantų pastą (2 pav.), kurią gamino viena garsiausių tarpukario kosmetikos pramonės įmonių – „Mesefa“.

Siekdamos pažaboti neatsakingus kosmetikos gamintojus, JAV pirmos pasaulyje 1938 m. pradėjo reguliuoti kosmetikos gamybą, kad ši būtų saugi vartotojų sveikatai. Įdomu tai, kad Lietuvos vidaus reikalų ministerija dar anksčiau – 1927 m. – išleido taisykles, reglamentuojančias muilo sudėtį. Buvo uždrausta naudoti kenksmingas medžiagas. Tačiau mažai kas jų paisė. Smulkieji gamintojai konkurencijos sumetimais su stambesniaisiais plačiai naudojo įvairias papildomas medžiagas. Taip nesąžiningi gamintojai galėjo muilą parduoti pigiau. Tada kainų tvarkytojas nustatė muilų standartus, buvo įvesta muilų standartizacija,



1 pav. 1901 m. muilo su arsenu reklama

2 pav. Klaipėdos „Mesefa“ fabriko radioaktyvios dantų pastos reklama (Jūra, 6(34), 1938 m. birželis, p. 205)



nustatyti muilo kokybės pažymiai, gamybos būdai, gabalų dydis ir pakuotės. Tokie muilai, atitinkantys standartus, turėjo būti gaminami nuo 1936 m. balandžio 1 d. Ši nauja sistema – standartizacijos įvedimas – ženkliai pakenkė mažiesiems gamintojams, jie buvo priversti užsidaryti (Šalčius 1956, 994–995). Taisyklių, reglamentuojančių muilo sudėtį, išleidimas vėlgi įrodo tai, kad muilas tuo laikotarpiu buvo jei ne vienintelė, tai bent dažniausiai naudojama kosmetikos priemonė, atliekanti tiek higienos, tiek gydomąją, tiek kosmetinę funkcijas.

Didėjant kosmetikos pramonės gaminamų produktų asortimentui, be abejo, ėmė daugėti ir pažeidimų, kas vedė prie griežtesnio kosmetikos gaminių reglamentavimo. Europos Sąjungoje kosmetikos direktyva buvo priimta 1976 m. liepos 27 d. Šiuo metu Lietuvoje ir visoje Europos Sąjungoje kosmetikos rinka reguliuojama Europos lygiu, ir vienas pagrindinių reguliavimo dokumentų yra 2009 m. lapkričio 30 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (EB) Nr. 1223/2009 dėl kosmetikos gaminių³. Lietuvos higienos norma HN 64:2003 – tai nacionalinis teisės aktas, reglamentuojantis kosmetikos gaminių saugą ir ženklinimą Lietuvoje⁴. Griežtėjant gamybos reikalavimams bei didėjant konkurencijai buvo siekiama, kad gamintojai užtikrintų kosmetikos priemonių saugą ir kokybę⁵.

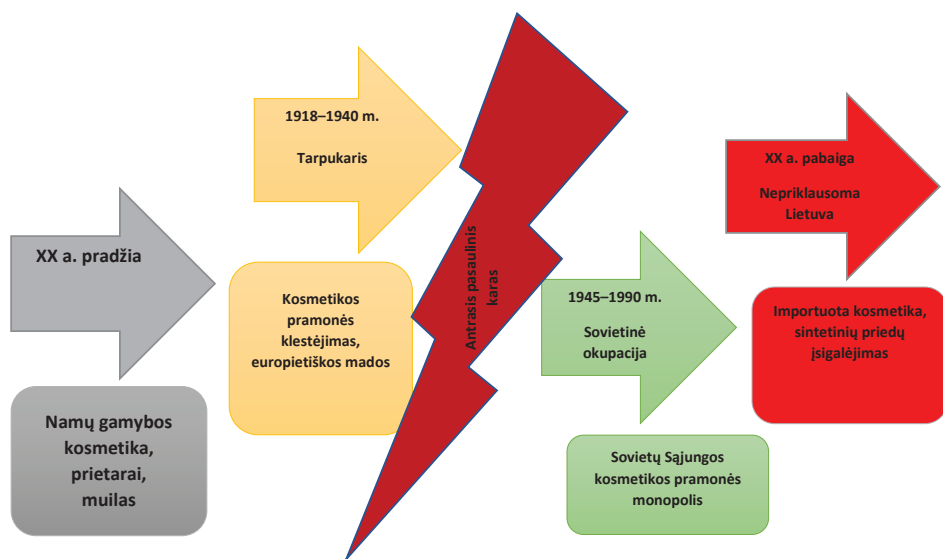
Kosmetikos pramonės vystymosi etapai Lietuvoje XX a.

Atlikus literatūros ir skirtingų šaltinių analizę, juos susisteminus, tyrimo rezultatai atskleidė tai, kad XX a. galima suskirstyti į keturis skirtingus Lietuvos grožio industrijos periodus, turinčius skirtingas kosmetikos priemonių gamybos ir naudojimo tendencijas. Svarbu pažymėti tai, kad šiame skirstyme būtų galima išskirti penktąjį periodą – Antrojo pasaulinio karo laikotarpį. Tačiau šis sunkus Lietuvai laikotarpis reikalauja atskiros analizės ir šiame tyrime neanalizuojamas. Visa pramonė, taip pat ir kosmetikos, pavaldi ir labai priklausoma nuo politinių,

³ Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (EB) Nr. 1223/2009. 2009 m. lapkričio 30 d. „Dėl kosmetikos gaminių“ (nauja redakcija) [žiūrėta 2024 05 23]. Prieiga internetu: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/LT/TXT/?uri=CELEX%3A32009R1223>. Paskelbta: Valstybės žinios, 2013-07-05, Nr. 72-3593.

⁴ Lietuvos Respublikos sveikatos apsaugos ministro įsakymas „Dėl Lietuvos higienos normos HN 62:2003: Kosmetikos gaminiai: bendrieji reikalavimai, draudžiamos ir ribojamos medžiagos“ patvirtinimo. 2003 m. gruodžio 23 d. Nr. V-757. Vilnius [žiūrėta 2024 05 23]. Prieiga internetu: <https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/TAIS.226657?jfwid>. Paskelbta: Valstybės žinios, 2004-02-07, Nr. 21-647.

⁵ Paulius Norkus magistro darbe „Vilniaus ir Klaipėdos miestų 5–8 klasių mokinių kosmetikos gaminių naudojimo ypatumai“ (2017) gana plačiai išanalizavo šiuo metu galiojančius kosmetikos gaminių teisinio reglamentavimo principus. Jis taip pat atliko kosmetikos gaminių naudojimo bei paplitimo Europoje ir pasaulyje analizę (Norkus 2017).



2 schema. Lietuvos grožio industrijos vystymosi etapai (sudaryta autorės, 2023)

istorinių, socialinių, kultūrinių aplinkybių. Todėl kiekvienas periodas turi savitas sociologines ir kultūrinės charakteristikas. Norint atskleisti kosmetikos produktų gamybos raidą, pokyčius, bus aptarti pagrindiniai vystymosi etapai, kurie pavaizduoti 2 schemeje.

Skirtingai nei Europoje, Lietuvos kosmetikos pramonės pradžia galima laikyti tik XIX a., kai susikūrė pirmieji muilo fabrikai Vilniuje (1816 m.) ir Kaune (1853 m.) (Ruzgis 1938, 9). Tačiau Lietuvoje XIX a. geros kokybės muilas dar buvo prabangos prekė, prastesnio ūkinio muilo lengvai galėjo pasigaminti kiekviena šeimininkė.

XX a. pradžioje situacija mažai pasikeitė. XX a. pirmaisiais dešimtmečiais Lietuva buvo carinės Rusijos imperijos dalis, tuo metu šalis išgyveno sunkius laikus dėl politinių ir socialinių apribojimų. Carinė valdžia griežtai kontroliavo įvairias gyvenimo sritis, įskaitant ir verslą bei prekybą, kas ribojė didžiosios dalies pramonės, taip pat ir kosmetikos, vystymąsi. Lietuvoje veikė vos keli muilo fabrikai, todėl plačiausiai buvo naudojama namų gamybos kosmetika. J. Mardosa (2013) pažymi, kad XX a. pirmaisiais dešimtmečiais kūno ir drabužių švarą palaikyti buvo sudėtinga dėl higienos priemonių stokos. Muilą naudojo tik turtingieji, kiti vietoj muilo naudodavo pelenų šarmą (Fridmanas 1978, 52). Pirtyse kūnui prausti, kaip ir plaukams trinkti, ilgą laiką taip pat naudotas medžio pelenų šarmas. Iš Živilės Paipulaitės (2006, 118–121) muilo virimo proceso aprašymo

ir Mardosos (2013) straipsnyje aprašyto tuometinio muilo gaminimo proceso⁶ galima suprasti, kad aptariamam laikotarpiu buvo populiarus namų gamybos muilas. Šią situaciją dar labiau apsunkino Pirmasis pasaulinis karas (1914–1918 m.), kurio metu siautė badas, ligos. Žmonės pirmiausia rūpinosi savo ir savo šeimos saugumu, išgyvenimu. Tai lėmė ir kosmetikos pramonės raidos sąstingį. Be to, kaip ir kitose šalyse, Lietuvoje pramonė, įskaitant kosmetikos gamybą, patyrė didelių trikdžių dėl karo veikslių, žaliavų trūkumo ir logistikos problemų. Nepaisant sunkumų, kai kurie amatininkai ir mažos aukščiau paminėtos įmonės tęsė savo veiklą, gamindami muilą vietiniam naudojimui. Šie produktai dažnai buvo gaminami rankomis ir mažais kiekiais, iš vietinių žaliavų. Karo pabaiga leido pramonei pamažu atsigausti ir toliau vystytis.

Antras kosmetikos pramonės vystymosi etapas – tarpukario Lietuvos laikotarpis (1918–1940 m.) – tai išskirtinis, unikalus Lietuvos istorijos tarpsnis. Tuo laikotarpiu keitėsi politinė situacija, kito ir socialinės aplinkybės. Tyrimas atskleidė, kad Lietuvoje skirtingais periodais visą tarpukarį veikė per 100 įvairaus pobūdžio kosmetiką ir parfumeriją gaminusių bei ją prekiausių įmonių (Balsevičienė 2022, 153–172), kas žymi didelį šuolį nuo vos kelių muilo fabrikų XX a. pr. iki 100 įmonių, gaminusių įvairių produkciją. Kaip minėta, Europoje taip pat įvyko staigus kosmetikos pramonės suklestėjimo šuolis, tik šiek tiek anksčiau – XIX a. pab. – XX a. pr. dėl ten susiklosčiusių palankių politinių, socialinių aplinkybių.

1919 m., Lenkijai okupavus Vilnių ir laikinąją Lietuvos sostinę paskelbus Kauną, šis miestas netruko tapti ir stambiausiu kosmetikos pramonės centru. Kaip minėta, kosmetikos pramonės istorija Lietuvoje prasidėjo nuo muilo, todėl ir laikinosios sostinės grožio ir kvapų industrijos pradžia siejama su savos gamybos švaros ir higienos prekių poreikiu, muilo pramonės išvystymu. Kauno parfumerijos istorija prasidėjo nuo kvapiojo muilo, bet pradžioje jis buvo priimtas atsargiai, mat po Pirmojo pasaulinio karo Kauno rajone rimtai diskutuota, ar kvepiantis muilas nėra nuodėmė. Į diskusijas buvo įsitraukusi net Bažnyčia. Lietuvos kraštotyros draugijos etnografinėje medžiagoje taip pat aptinkama informacijos apie tai, kad XX a. 3-iajame dešimtmetyje Kazlų Rūdos apylinkėse buvo kalbama apie muilo *nuodėmingumą*⁷. Šie pavyzdžiai leidžia suprasti, kad aptariamuoju laikotarpiu vis dar buvo gajūs tikėjimai, prietarai, sunkiai priimama tai,

⁶ „Žaliava tokio muilo gamybai buvo po skerstuvų likusios įvairiausių riebalų liekanos, naudoti ir kritusių gyvulių taukai. Virindami dėdavo muilo akmenį (mėlynos spalvos vario sulfatas – vario ir sieros rūgšties druska). Toks muilas naudotas skalbimui, bet kartais juo taip pat ir prausdavosi. Turtingesni į verdamą muilą įmesdavo kokybiškesnių riebalų, kartais pridėdavo kvapnių žolynų, ir toks muilas naudotas ir prausimuisi“ (Mardosa 2013, 220–221).

⁷ Jei muiluosi kojas – nuodėmė (LKD S f. 24–73, 1. 13: Marcelė Kazakevičienė, g. 1920 m. Marjampolės apskr. Kazlų Rūdos vls., Bundiškių k. Užr. I. Čepienė ir A. Razmislavičienė, 1996).



3 pav. S. Vislickio muilo fabriko apdovanojimas Paryžiaus tarptautinėje mugėje 1928 m. (*Lietuvos aidas*, 249, 6, 1928 m. gruodžio 1 d.)



4 pav. „Marsel“ muilo fabriko reklama (*Lietuvis*, 21, 5, 1927 m. spalio 1 d.)

kas nepažįstama. Galima išvelgti etnocentrizmo⁸ požymių. Tačiau, nepaisant to, Kaunas sparčiai vijosi kitas Europos sostines. Higienos įpročius galimai pakoregavo ir tai, kad mieste 1929 m. buvo nutiestas vandentiekis, įrengta kanalizacija (Eleonora Violeta Marganavičienė 2019, 142). Kaunas dar iš carinės Rusijos laikų buvo paveldėjęs 1853 m. įkurtą S. Vislickio akcinės bendrovės muilo fabriką (3 pav.) ir 1899 m. pradėjusį veikti Z. Chvoleso muilo fabriką „Marsel“ (4 pav.) (Surblys 2017) (Stop juosta 2019).

Pirmaisiais Nepriklausomos Lietuvos metais veikiant keletui senesnių fabrikų bei nedidelėms muilo dirbtuvėms ir įsteigus keletą naujų, Kaunas tapo Lietuvos muilo pramonės centru, kurį vėliau pakeitė Klaipėda. Lietuvai Klaipėdos netekus, didžiausias muilo fabrikas buvo Panevėžyje veikęs „Lietuvos muilas“. Pirmosios įmonės gamino tik muilą, pamažu plėsdamos asortimentą. Kosmetikos pramonės klestėjimą tarpukariu rodo sparčiai didėjęs kosmetikos prekių reklaminių skelbimų skaičius. Šios prekių grupės reklama skatino naujus poreikius ir vartojimo įpročius. XX a. 3-iajame dešimtmetyje higienos priemonių poreikio augimas paskatino kurti naujas – universalias – įmones, kurios gamino jau ne vien muilą, bet ir kitas higienos priemones. Vien muilo nusiprausti ir nusiskusti nebepakako. Sparčiai didėjo siūlomų prekių ir paslaugų asortimentas, nes Kaunui tapus sostine, miestui augant ir vystantis įvairiose srityse, išaugo ir poreikis puoštis. Vienas iš tokių universalių gamintojų buvo įmonė „Berar ir Ko“, gaminusi muilą „Kipras Petrauskas“, reklamai naudojusi ir jo atvaizdą (5 pav.).

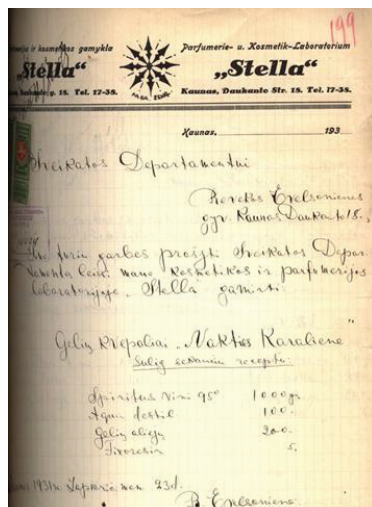
⁸ Anot W. G. Sumnerio, etnocentrizmas yra universali žmogaus savybė visus aplinkinio pasaulio reiškinius vertinti remiantis grupės, kuriai priklausoma, vertybėmis.



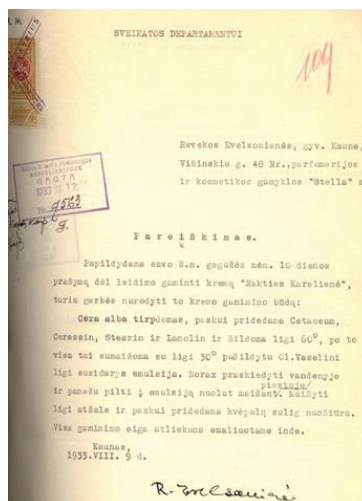
5 pav. „Berrar ir Ko“ muilo „Kipras Petrauskas“ reklama
(*Lietuvos aidas*, 290, 8, 1938 m. liepos 2 d.)

Švaros ir higienos prekių gamyba Kaune, sustiprėjus universaliems kosmetikos ir parfumerijos gamintojams, mažėjo ir vis labiau išsigalėjo grožio bei kvapų industrija. Tačiau „kvepalus sau galėjo leisti tik pasiturinčios damos. Kitos gi kvepėjo muilu. Žinoma, ir ši prekė nebuvo visiems įkandama“ (Kutinskaitė-Būdaviėnė 2018). XX a. 3-iajame dešimtmetyje muilų ir kremų reklaminiuose skelbimuose kreiptasi į moterį, jai žadėta, kad, vartodama muilą, išsaugos švarą, grožį, švelnumą, jaunystę, pasisekimą. Kosmetikos reklamose tiek moterys, tiek vyrai, tiek vaikai raginti naudoti kremą, muilą (Polkaitė 2009, 103–104). Analizuojant tarpukario periodiką ir istorinę medžiagą, galima aptikti gausybę skverbimosi pavyzdžių, tokių kaip Europos šalių madų atkeliavimas į Lietuvą. Tarpukario spaudoje gausu kosmetikos priemonių reklamų, siekiančių paveikti moterų nuomonę, priversti jas atrodyti taip, kaip atrodo europietės (Lotužytė 2003). Lietuvos kosmetikos gamintojai, kurdami receptus, netgi pasikviesdavo užsienio parfumerių, taip pat buvo atvejų, kai, pvz., Kauno kosmetikos ir parfumerijos fabrikas „Stella“ laboratorijoje gaminamo kremo reklamai pasikvietė artistę iš Berlyno Kathe Harrison su šūkiu: „Kvepalai, kurie lydi gražią moterį“. O M. Nikolskienės kosmetikos kabinete buvo prekiaujama Holivudo žvaigždžių kosmetika „Max Factor“ (Balsevičienė 2022, 36–37). Tokių pavyzdžių tarpukariu aptinkama labai daug. Tarpukariu, atgavus nepriklausomybę, stiprėjant ekonomikai, ypač Kaunui tapus sostine, atsirado poreikis gražintis, pritapti prie kitų Europos šalių. Inteligentija keliaudavo po užsienį, iš ten parsiveždavo Europos madų tendencijas. Taip vyko kultūriniai kontaktai, tradicijų, madų perimamumas. Mados iš Europos paplisdavo plačiu mastu, tad šį paplitimą galima vadinti

divergentinių⁹. Bet tai gali būti ir supanašėjimas konvergencijos¹⁰ būdu dėl naujų (modernizacijos).



6 pav. „Stellos“ savininkės Revekos Evelsonienės prašymas Sveikatos departamentui leisti gaminti kvepalus „Nakties karalienė“¹¹



7 pav. „Stellos“ savininkės Revekos Evelsonienės pareiškimas Sveikatos departamentui dėl leidimo gaminti kremą „Nakties karalienė“¹²

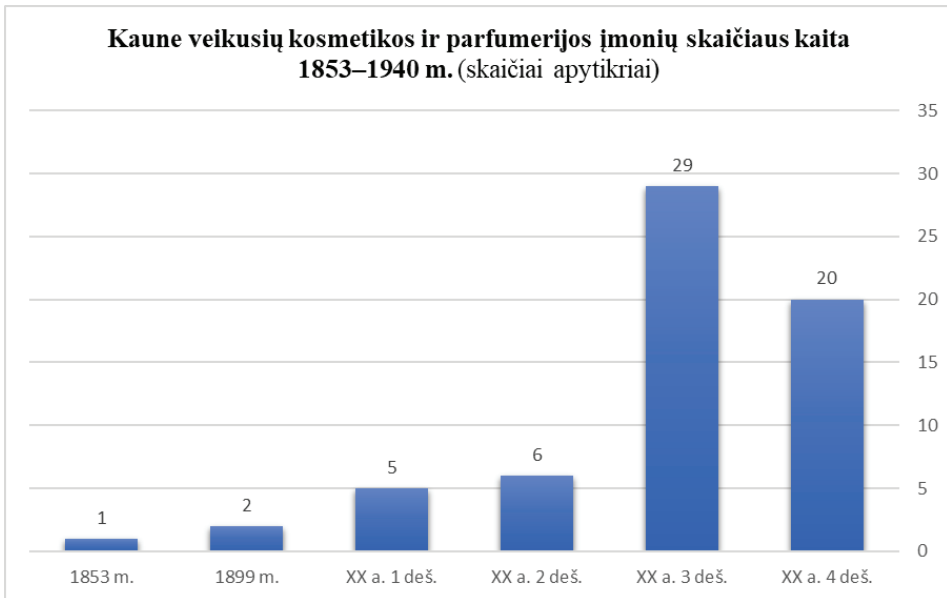
Prie universalių gamintojų priskirtinos ir farmacijos įmonės, kurios taip pat gamino kosmetikos priemones. Viena žymiausių – *Sanitas*, kuri veikia iki šiol, tik dabar specializuojasi gaminti kai kuriuos vaistus. Ryškiausi kosmetikos ir parfumerijos atstovai, anot Surblio (2017), buvo „Florange“. Įmonė pradėjo nuo muilo, iš pradžių pagal licenciją gamino garsiuosius vokiečių „Bergman“ firmos muilą „Arkliukas“. Įmonė galėjo pasigirti didele kosmetikos ir parfumerijos įvairove. „Florange“ iš kitų gamintojų išsiskyrė ne tik gaminamais muilais ar kita kosmetikos produkcija, bet ir parfumerija. Su šia įmone galima sieti Kauno

⁹ Divergencija – išsiskleidimas iš vieno taško, srauto šakojimasis; sociokultūrinių reiškinių išplatinimas, išsisklaidymas po pasaulį (pvz., bulvių agrikultūros paplitimas iš Centrinės Amerikos, šachmatų žaidimo – iš Kinijos, vienos kalbos suskilimas į kelias giminiškas kalbas) (Čiubrinskas 2007, 35).

¹⁰ Konvergencija – sociokultūrinių reiškinių supanašėjimas dėl vienodų geografinių sąlygų arba tiesiog suplaukus toms pačioms ar panašioms naujovėms (pvz., modernizacija) (Čiubrinskas 2007, 35).

¹¹ Prašymas Lietuvos sveikatos departamentui leisti gaminti kvepalus „Nakties karalienė“. Lietuvoje gaminamų patentuotų preparatų byla 1, 1921–1928 m. Lietuvos sveikatos mokslų universiteto Lietuvos medicinos ir farmacijos istorijos muziejaus archyvinis fondas, l. 199.

¹² Prašymas Lietuvos sveikatos departamentui leisti gaminti kremą „Nakties karalienė“. Lietuvoje gaminamų patentuotų preparatų byla, 1933–1935 m. Lietuvos sveikatos mokslų universiteto Lietuvos medicinos ir farmacijos istorijos muziejaus archyvinis fondas, l. 109.



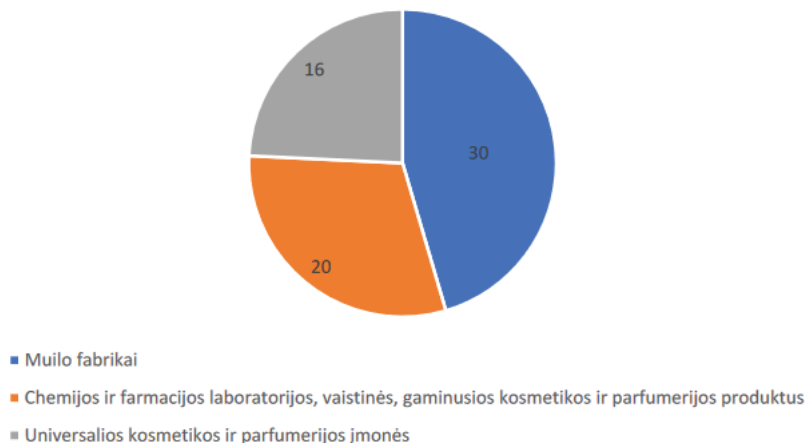
3 schema. Kaune veikusių kosmetikos ir parfumerijos įmonių skaičiaus kaita 1853–1940 m. (Balsevičienė 2022, 164)

parfumerijos pramonės pradžia. „Florance“, kaip ir kiti vėliau įsteigti parfumerijos gamintojai, naudojo atsivežtines kvėpalų esencijas. Šis faktas liudija, kad jau tarpukariu buvo naudojamos sintetinės medžiagos, tačiau galima spėti, kad parfumerijos gamintojai kūrė ir savo originalius kvėpalus bei odekolonus. Lietuvos medicinos ir farmacijos istorijos muziejus Kaune išsaugojo senovines parfumerijos gaminimo knygas rusų ir vokiečių kalbomis bei išlikusius prašymus Lietuvos sveikatos departamentui leisti gaminti, pvz., kvėpalus „Nakties karalienė“ (6 pav.), kremą „Nakties karalienė“ (7 pav.), kvėpalus „Ideal“ ir kitus, kuriuose nurodyti šių kosmetikos produktų gaminimo receptai.

Kauno miesto muziejuje, Šiaulių „Aušros“ muziejuje, pas privačius kolekcininkus taip pat saugomi muilai, kvėpalai iš šio laikmečio. To meto reklamose labai išradingai ir įtikinamai pristatomi kosmetikos ir parfumerijos produktai¹³. Tuo laikotarpiu buvo didžiulė konkurencija, kuri atsispindėjo ir reklamose: „Saugokitės padirbimų!“ Buvo steigiami prizai, pasitelkiama reklama ant automobilių ir panašūs reklaminiai triukai. Ir pagaliau Kauno kosmetikos ir parfumerijos pramonė taip išsiplėtė, kad jau nenusileido ir užsienio gamintojams. XX a. 3-iasis

¹³ „Originalūs gaminiai yra brangumynas! Padirbimai niekad negali pasiekti originalų vertės, todėl LILAS DE LITHUANIE originalus alyvos odekolonas originaliame „Florance“ butelyje yra ponios mėgstamiausias palydovas“ (Diena, 1937).

Kauno kosmetikos ir parfumerijos pramonės įmonių pasiskirstymas pagal specifiką tarpukariu (skaičiai apytikriai)



4 schema. Kauno kosmetikos ir parfumerijos pramonės įmonių pasiskirstymas pagal specifiką tarpukariu (Balsevičienė 2022, 165)

dešimtmetis buvo Kauno kosmetikos pramonės išgalėjimo laikotarpis, pasiekęs savo gyvavimo aukštumą (3 schema). Čia, galima sakyti, gimė muilo pramonė, tapusi Lietuvos kosmetikos ir parfumerijos pramonės ištakomis.

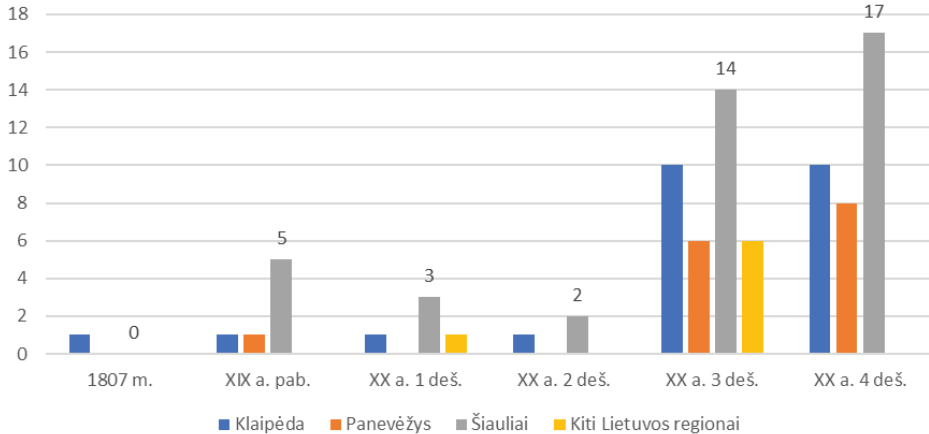
1918–1940 m. Kaune skirtingais laikotarpiais tarpukariu veikė iš viso apie 70 įvairių skirtingo profilio įmonių: muilo fabrikų, grožio kabinetų, kosmetikos laboratorijų, muilo krautuvėlių, gaminti įvairūs kremai, pudros, muilai, plaukų bei lūpų dažai ir kt. (4 schema).

Ši pramonės šaka buvo gana populiari visoje Lietuvoje, net ir mažesniuose miesteliuose, nes, augant šalies ekonomikai bei gerėjant gyvenimo lygiui, keitėsi ir žmonių higienos įpročiai. Kosmetikos ir parfumerijos pramonėje, be Kauno, labiausiai pasižymėjo Klaipėda, Panevėžys ir Šiauliai (5 schema).

Dėl susiklosčiusios itin nepalankios geopolitinės padėties bei kaimyninių Baltijos uostamiesčių konkurencijos Klaipėdos verslas ir pramonė šimtmečiais negalėjo normaliai vystytis (Žukas 2012, 65). Tačiau Klaipėdos prijungimas prie Lietuvos turėjo didžiulę įtaką ne tik regiono, bet ir viso krašto ekonomikai¹⁴. Augant miesto pramonei, XX a. 4-ajame dešimtmetyje Klaipėda tapo muilo pramonės centru, kurio įmonės 1934 m. pagamindavo 50 proc. visoje Lietuvoje pagamina-

¹⁴ Maištas prieš lietuvišką sistemą, Kudirkos šuolis, svastikos ir medaliais apdovanota tekstilė (2020 m.). LRT PLUS laida „Stop juosta“, LRT.lt [interaktyvus]. Prieiga internetu: <https://www.lrt.lt/naujienos/kultura/12/1266465/tarpukario-klaipeda-maistas-prieslietuviska-sistema-kudirkos-suolis-svastikos-ir-medaliais-apdovanota-tekstile>

Lietuvos regionuose veikusių kosmetikos ir parfumerijos įmonių skaičiaus kaita 1807–1940 m. (skaičiai apytikriai)



5 schema. Lietuvos regionuose veikusių kosmetikos ir parfumerijos įmonių skaičiaus kaita 1807–1940 m. (Balsevičienė 2022, 173)

mo muilo ir pagal pagaminamo muilo kiekį lenkė kitus miestus – Kaunui teko 20 proc., Panevėžiui – 13 proc., Vilkaviškiui – 7 proc., Šiauliams – 4 proc. viso Lietuvoje pagaminamo muilo kiekio (Šalčius 1956, 994). Kosmetiką ir parfumeriją gamino penkios kvėpalų gamybos įmonės. Viena žymiausių – muilo fabrikas „Žuvelė“, kuris konkuravo su Kauno „Marsel“ muilo fabriku. Fabrikas „Žuvelė“ jau tada naudojo reklaminį automobilį, kuris buvo žuvies formos (8 pav.). „Marsel“ ir minėtasis „Florance“ taip pat turėjo savo reklamines automobilius. Taip pat matome reklamas ant autobuso (9 pav.).

Kaip atskira pramonės šaka išskiriamos cheminės dirbtuvės, kurios gamino labai įvairią produkciją – nuo vaistų, kosmetikos iki trąšų bei batų ar ratų tepalo. Akivaizdu, kad gerėjančios ekonominės, politinės sąlygos ir šiuo atveju paspartino kosmetikos pramonės vystymąsi.

Lietuvai netekus Klaipėdos krašto 1939 m., muilo gamybai buvo suduotas didelis smūgis (Šalčius 1956, 996).

Tarpukario pabaigoje pirmaujančias higienos produktų gamybos pozicijas užėmė Panevėžys. Tačiau, remiantis šaltiniais ir literatūra, miestas išsiskyrė tuo, kad jame neveikė nė vienas universalus kosmetikos ar parfumerijos fabrikas, gaminęs įvairius kosmetikos gaminius – čia veikusiose įmonėse buvo gaminamas tik muilas.

Bet, nepaisant to, ir su vos keliomis higienos įmonėmis, Lietuvai netekus Klaipėdos, Panevėžys tapo muilo pramonės lyderiu. Garsiausia Panevėžio kos-



8 pav. Muilo fabriko „Žuvelė“ nuotrauka su reklaminiu automobiliu, 1933 m.
(nuotr. privataus kolekcininko Manto Vaitiekūno, Marijampolė, 2021 balandžio 3 d.)



9 pav. Fabriko „Žuvelė“ reklama ant autobuso,
XX a. 4-asis dešimtmetis. Nuotrauka saugoma Kretingos muziejuje. Prieiga
internetu: <https://www.limis.lt/valuables/e/805661/6790525?searchId=99742695>

metikos įmonė, veikianti iki šiol, yra „Lietuvos muilas“¹⁵. Išlikę įvairūs įmonės veiklos dokumentai padėjo gana tiksliai atsekti įmonės veiklos istoriją¹⁶. 1935 m. šiai įmonei teko jau apie 40 proc. visos Lietuvos muilo rinkos, kas lėmė Panevėžio tapimą muilo gamybos centru (Juknevičius 2003, 330). Išanalizavus įvairius šaltinius, akivaizdu, kad tai vienas stipriausių ir ilgiausiai veikiančių Lietuvos muilo fabrikų.

Kosmetikos pramonė tarpukariu nepateko tarp pirmaujančių Šiaulių pramonės šakų – skirtingai nei prieš tai aptartuose miestuose. Bet, nepaisant mažo šios šakos įmonių populiarumo, grožio pramonė buvo gana populiari mieste, nes čia veikė net 37 gražinimosi įstaigos, įskaitant kirpyklas, grožio salonus. Viena garsiausių – jau minėta farmacijos įmonė, gaminusi kosmetikos priemones, – „Galen“, veikusi 80 metų. Šiauliuose veikė nemažai smulkių higienos bei kosmetikos priemones gaminusių įmonių ir kitų gražinimosi įstaigų (Balsevičienė 2022, 66–70).

Atliekant tyrimą, analizuojant reklaminius skelbimus, adresų knygas ir kitus šaltinius, nustatyta, kad įvairaus pobūdžio kosmetikos įmonės veikė ir kituose regionuose: Vilkaviškyje, Marijampolėje, Kėdainiuose, Jonavoje, Tauragėje (Šalčius 1956, 993). Kretingos mieste Levino kosmetikos laboratorijoje „Flora“ gaminti lūpų dažai (Balsevičienė 2022, 70). Įvertinus tai, kad vaistinės veikė kone kiekviename miestelyje, o jose tarpukariu buvo gaminama ir prekiaujama kosmetika, galima daryti prielaidą, kad kosmetikos pramonė buvo plačiai paplitusi visoje šalyje. Dažnai ji pažymima tarp stambiausių pramonės šakų, nes tarpukaris buvo tas metas, kai atsirado švaros, higienos, gražinimosi poreikis. Didėjant kosmetikos ir parfumerijos prekių poreikiui, didėjo ir gamybos apimtys.

Aptartos kosmetikos pramonės įmonės dažniausiai veikė miestuose ar miesteliuose, todėl pastebimas atotrūkis nuo kaime gyvenusių ir neturėjusių galimybes lankytis mieste moterų įpročių. Čia tik XX a. 4-ajame dešimtmetyje kūno švarai ir jo kvapui gerinti pradėtas naudoti kvapnus pirktinis muilas. Tačiau jis dėl nemažos kainos nebuvo visiems prieinamas. Iki pasirodant kaime dirbtiniams kvapams vienintelės prieinamos kaimo gyventojui priemonės buvo įvairūs malonų aromatų skleidžiantys žolynai. Tuo tarpu Kaune ir kituose didesniuose miestuose kosmetikos pramonės įmonės jau gamino įvairių kosmetikos priemonių, kurios

¹⁵ Dabar „Naujoji Ringuva“.

¹⁶ Panevėžio pramonės įmonių sąrašas 1929 m. Panevėžio kraštotyros muziejus. [Interaktyvus]. Prieiga internetu: http://www.paneveziomuziejus.lt/files/dokumentai_senieji/1929_Panevezio%20imonių_sarasas.pdf; Panevėžio turgaus vidutinės kainos. 1934 m. pirmasis pusmetis. Panevėžio kraštotyros muziejus. [Interaktyvus]. Prieiga internetu: http://www.paneveziomuziejus.lt/files/dokumentai_senieji/1934_turgaus_kainos_vidutines_1_pusmetis.pdf; Panevėžio apskrities archyvas, f. 17-R, ap. 1, b. 17, l. 16–16 at., 70–70 at., 121–121 at., 164–164 at., 303–303 at.

buvo prieinamos pasiturinčioms miestietėms. Kvapnus muilas, jau nekalbant apie kosmetiką, kaimo žmogui buvo ir brangus, ir neprieinamas. Mardosa (2013) rašo, jog praktiškai kvapnieji muilai Lietuvos kaime visuotinai paplito tik XX a. viduryje. Švaros palaikymo požiūriu tai buvo svarbus poslinkis į priekį.

Šioje vietoje reikėtų išskirti Antrojo pasaulinio karo periodą, kai šalis patyrė net dvi okupacijas. Tačiau šiame straipsnyje Antrasis pasaulinis karas, kaip ekstremalaus reiškinio laikotarpis, neanalizuojamas.

1945–1990 m. Sovietų Sąjungos okupacijos laikotarpis

Pirmieji Lietuvos kosmetikos gamintojai tarpukariu dažnai buvo nedideli šeimos verslai arba kooperatyvai. Sovietmečiu šie verslai buvo nacionalizuoti ir integruoti į valstybinę pramonę. Sovietų Sąjungos okupacijos metais Lietuvos kosmetikos pramonė buvo integruota į planinę ekonomikos sistemą. Buvo apribotas importas iš Vakarų. Planinės ekonomikos laikotarpiu pramonės plėtra buvo centralizuota ir griežtai reglamentuota. Kaip minėta, sovietų okupacijos metais parfumerijos ir kosmetikos pramonė buvo priskirta maisto pramonei. Kosmetikos ir higienos gaminius gamino gamybinis susivienijimas „Lietuvos buitinė chemija“ (Mačiekus vle.lt). Produkcija buvo skirta ne tik vietinei rinkai, bet ir eksportui į kitas sovietines respublikas. Didžiausi gamintojai buvo valstybinės įmonės, tokios kaip Vilniaus kosmetikos fabrikas, kuris gamino įvairius kosmetikos produktus, įskaitant kvepalus, kremus ir muilus. Bendrovė „Lietuvos muilas“ tęsė veiklą, o 1976 m. buvo pavadinta Panevėžio muilo fabriku. Kosmetikos ir higienos gaminius (lūpų dažus, nagų laką, plaukų spalvos gaiviklius, šampūnus, antakių ir blakstienų pieštukus ir kt.) gamino jau minėtas gamybinis susivienijimas „Lietuvos buitinė chemija“. 1985 m. Lietuvoje pagaminta apie 10 800 tonų skalbiamojo ir apie 4 700 tonų tualetinio muilo, dalis produkcijos eksportuota į kitas SSRS respublikas (Mačiekus vle.lt). Pokario laikotarpiu sintetinės medžiagos tapo pagrindiniu komponentu, leidusiu kurti ilgaamžiškesnius ir patrauklesnius produktus. Fridmanas (1978) rašė, kad, „išsivysčius sintetikos pramonei, padidėjo plaunančiųjų preparatų asortimentas“. Jis plačiai aprašė Sovietų Sąjungoje gamintų produktų asortimentą, ypač daug dėmesio skyrė parfumerijos produktams. Sovietmečio pradžioje tapo prieinami įvairūs odekolonai ir kvepalai. Ypač populiarūs buvo „Krasnaja Moskva“, „Landyš“, „Siren“ ir kiti kvepalai, odekolonai (Fridmanas 1978, 18–43). Sovietinė parfumerijos pramonė galėjo pasiūlyti didelę nebrangių kvapų įvairovę, tačiau bendra tendencija rodė perėjimą nuo drabužių prie kūno kvepinimo. Sovietinė parfumerijos pramonė, siekdama sukurti kokybišką prekę, naudojo daugybę natūralios prigimties ingre-

dientų. Turėdama galimybes pietiniuose šalies rajonuose auginti įvairias kvapniąsias žoleles bei augalus ir iš jų gaminti eterinį aliejų, naudoti gyvulinės kilmės ir įsiterpiančius į parfumerijos gamybą sintetinius kvapus, gebėjo sukurti gana gerai moterų vertinamus kvėpalus. Jie kvėpėdavo ilgai, tačiau neprilygo užsienio kvapų įvairovei. Kiekvienos sovietinės moters idealas buvo iš užsienio atvežami vokiški, lenkiški kvėpalai. Lengvai įsigijami sovietinės gamybos kvapai pamažu tapo ir kaimo moterų įvaizdžio dalimi. Fridmanas (1978, 5) pažymėjo, kad „dabar parfumerija tapo mokslu tikra to žodžio prasme todėl, kad jos neįmanoma įsivaizduoti be chemijos, biologijos, fiziologijos, estetikos. Šios sparčiai besivystančios mokslo sritys tarytum šaknys maitina šiuolaikinę parfumeriją. Parfumerija kaip mokslas dabar gyvena klestėjimo epochą“. Autorius rašė, kad kvapus parfumeriai kuria iš daugiau kaip penkių tūkstančių pavadinimų natūralių ir sintetinių medžiagų, kad natūraliais būdais išgaunami eteriniai aliejai, taip pat pažymėjo, kad vanilino susintetinimas laikomas kvapniųjų medžiagų pramoninės sintezės pradžia. Autorius rašė: „Šiuo metu parfumerijos bei kosmetikos, buitinės chemijos, maisto ir kitos pramonės šakos vartoja apie 80 % sintetinių kvapniųjų medžiagų. <...> Tarybiniai mokslininkai susintetino daugybę kvapniųjų medžiagų, tiek turinčių analogus gamtoje, tiek ir neturinčių“ (Fridmanas 1978, 23). Jis pažymėjo, jog „be sintetikos šiuolaikinė parfumerija, ko gero, tebebūtų viduramžių lygio“. Savo knygoje teigė, kad „smarkiai išsiplėtė puikios kokybės sintetinių kvapniųjų medžiagų gamyba, todėl jų nebereikia įsivežti iš užsienio“ (Fridmanas 1978, 24). Sovietmečiu, anot Fridmano, muilai buvo skirstomi į tris grupes pagal riebalinę sudėtį ir specialius priedus, pagerinančius putojimą bei suteikiančius putoms minkštumą, pagal kvapą ir įpakavimą. Patys brangiausi buvo pirmos grupės muilai, o pigiausi – trečios grupės. Fridmano (1978, 65) knygoje yra rašoma: „Reikia pažymėti muilų „Chvoinoje“ ir „Mindalnoje“ trūkumą: jų įkvėpinimas daugumai erzina odą, todėl vaikams jie nerekomenduojami.“ Tai reiškia, kad sintetiniai priedai šiame amžiuje visiškai okupavo rinką ir vartotoją. Grožio industrija tapo tarsi ideologija: „Jauni privalo pražysti ir žydėti, o vyresnieji – kuo ilgiau nenuvysti“ (Lelis 1961, 4). Šiam siekiui pajungiami ir medikai, ir kosmetologai, ir kosmetikos pramonė. Sovietų Sąjungos miestuose veikė gydymosi kosmetikos institutai arba kabinetai¹⁷ (Lelis 1961, 4). Akcentuojama, kad „išorinė žmogaus išvaizda yra glaudžiai susijusi su žmogaus sveikata. Tik sveikas žmogus

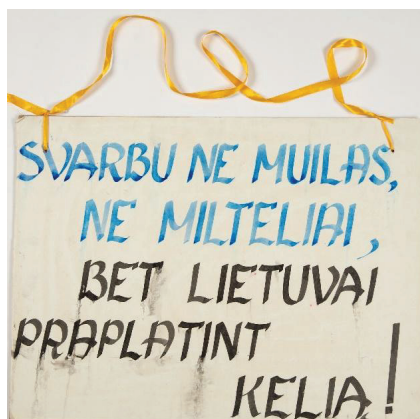
¹⁷ „Toks kabinetas buvo Vilniuje, Komjaunimo g. 22. Kabinete kvalifikuoti medicinos darbuotojai duodavo patarimus odos ir plaukų priežiūros, kosmetinių sutrikimų profilaktikos bei gydymo klausimais. Čia buvo atliekamos procedūros, apsaugančios nuo įvairių odos sutrikimų bei šalinančios juos, pavyzdžiui, masažuojamas ir valomas veidas, daromos įvairios kaukės veidui, gydomi šlakai, karpos, apgamai, taip pat šalinami nuo veido nereikalingi plaukai ir kt.“ (Lelis 1961, 4).

gali būti gražus. <...>. Reikia, kad kiekvienas žmogus žinotų, kaip prižiūrėti odą ir plaukus“ (Lelis 1961, 4).

XX a. pirmaisiais dešimtmečiais kūno ir drabužių švarą palaikyti buvo sudėtinga dėl higienos priemonių stokos, nes tuo metu kosmetikos pramonė tik pradėjo kurtis, o sovietinės okupacijos laikotarpiu paprastos higienos priemonės buvo visiems prieinamos, bet rasti geros kosmetikos taip pat būdavo sunku, ji kainavo brangiai ir greitai dingdavo iš lentynų. Merginos naudodavo lūpų dažus vietoj skaidalų ir atvirkščiai, plaukus dažydavo nepatikimais tirpalais, stovėdavo eilėse, norėdamos nusipirkti populiarių aromatą skleidžiančių kvėpalų, netikėtai pasirodžiusių parduotuvėje.

Išanalizavus sovietmečiu leistus periodinius leidinius, galima pastebėti, kad, skirtingai nei tarpukariu, sovietmečiu žurnaluose kosmetikos reklamos buvo labai retas reiškinys, o jų turinys ir pobūdis smarkiai skyrėsi nuo to, ką matome šiandien. Sovietų Sąjungoje reklama buvo skirta ne tiek skatinti vartojimą, kiek informuoti apie prekes. Komercinė reklama, kaip mes ją suprantame šiandien, nebuvo plačiai paplitusi, nes valstybė kontroliavo ekonomikos sektorius, įskaitant kosmetikos gamybą ir platinimą. Vietoje tradicinių reklamų žurnalai galėjo spausdinti informacinius straipsnius apie kosmetikos gaminius, jų naudojimą ir priežiūros patarimus. Dažniausiai tai buvo vietinių gamintojų produkcija. Tokie straipsniai dažniau buvo edukacinio pobūdžio ir siekė pateikti informaciją apie tai, kaip prižiūrėti odą ir plaukus, kokius produktus naudoti ir kaip juos tinkamai taikyti (*Tarybinė moteris* 1964)¹⁸. Kai kuriose publikacijose galėjo būti iliustracijų ir trumpų aprašymų, panašių į šiandienines reklamas, bet jų tikslas buvo ne skatinti konkurenciją, o suteikti vartotojams informaciją apie prieinamą produkciją. Be to, kadangi vartotojai neturėjo daug galimybių rinktis tarp įvairių prekes ženklų, reklamos poreikis buvo ribotas. Taigi, nors sovietmečiu žurnaluose galėjome rasti tam tikrą kosmetikos reklamą, jos forma ir funkcija labai skyrėsi nuo tarpukario ar šiuolaikinės reklamos, daugiau dėmesio buvo skiriama informaciniam turiniui nei rinkodaros strategijoms. Spaudoje ir kituose informaciniuose šaltiniuose buvo aukštinami pramonės įmonių gamybos pasiekimai, išskiriant gaminamus produktus, bet visa tai neatitiko realybės; geros kokybės, žmonių trokštami produktai retai pasiekdavo parduotuvių lentynas. „Tarybinės moters“ žurnale moters kūno priežiūrai dėmesio buvo skiriama mažai, ypač okupacijos pradžioje. XX a. 7-ajame dešimtmetyje moters kūno priežiūrai skirtas skyrius šiek tiek prasiplečia.

¹⁸ „Vasarą, kai saulė išdžiovina plaukus, jie nublunka, pasidaro trapūs. Todėl nepamirškite išplauti galvą išrūgomis arba liesu rūgusiu pienu. Perskalauti būtina“ (*Tarybinė moteris* 1964, 19).



10 pav. Transparentas „SVARBU NE MUILAS, NE MILTELIAI...“, savadarbis (Šiaulių „Aušros“ muziejus, ŠAM T-Pg5946. 1988 m.)

Okupacijos laikotarpiu po Antrojo pasaulinio karo, kaip ir tarpukariu, Lietuvos moterų grožio samprata buvo veikiamą difuzijos (per kultūrinę sklaidą)¹⁹. Moterims buvo primetamas sovietinės moters įvaizdis. „Tarybinės moters“ žurnale atspindi brukamas ideologinis mąstymas, nelieka europietišku madų – viskas įsprausta į sovietinės moters standartus. Tačiau šiuo atveju matome difuziją, susijusią su užkariavimu, kuri yra tarsi priverstinė. Kitokia difuzija nebuvo netgi prieinama. Moterys, pusę amžiaus veikiamos sovietinės difuzijos, neabejotinai perėmė tautos užkariautojos brukamas madas, požiūrį į moters grožį ir jo standartus.

Apžvelgus sovietinės okupacijos laikotarpio literatūrą ir šaltinius, matyti, kad kosmetikos pramonė šiuo laikotarpiu jau pasitelkia įvairias mokslo šakas, kuria naujus produktus. Bet kadangi visa pramonė buvo sutelkta vienose rankose, nebuvo konkurencijos, produktų buvo pagaminama nepakankamai. Prekių pasirinkimas buvo minimalus, o dažnai ir deficitas tapdavo kasdienybe. Dėl šių priežasčių moterys turėjo ribotas galimybes rūpintis savo išvaizda. Be to, vyraujanti ideologija skatino paprastumą ir nuosaikumą, todėl kosmetikos naudojimas buvo laikomas prabanga arba netgi buržuaziniu įpročiu, kuris nebuvo skatinamas. Tačiau nepaisant visų šių apribojimų, žmonės rado būdų išlaikyti savo asmeninę higieną ir estetiką, dažnai pasitelkdami namų gamybos kosmetikos produktus arba nelegaliai gautas prekes. Tai, kad kosmetikos ir švaros prekės tuo laikotarpiu buvo itin geidžiamos ir kad jų trūko, rodo transparentas, kuriame Lietuvos laisvė palyginama su muilu ir milteliais (10 pav.).

¹⁹ „Difuzija (lot. diffusio – sklidimas, išsiliejimas) – idėjų, priemonių ar ištisu socialinių institucijų plitimas iš vienos visuomenės į kitą“ (Vaštokas, VLE).

Atkūrus Lietuvos nepriklausomybę, šalies ekonomika nuo centralizuotos planinės ekonomikos perėjo prie rinkos ekonomikos. Šis laikotarpis buvo sudėtingas daugeliui pramonės šakų, įskaitant kosmetikos gamybą. Šalies kosmetikos pramonės produkcijos gamyba sumažėjo. Daugelis senų valstybinio sektoriaus įmonių buvo privatizuotos arba uždarytos dėl rinkos sąlygų pasikeitimo ir konkurencijos su užsienio produkcija. Tačiau po 1990 m. atsirado daug naujų kosmetikos įmonių, kurios pradėjo naudoti pažangesnes technologijas ir žaliavas. Taip pat ėmė daugėti vietinių prekės ženklų, kurie konkuravo su tarptautiniais. Nuo 1998 m. buvęs Panevėžio muilo fabrikas priklausė bendrovei „Naujoji Ringuva“²⁰, kuri XXI a. pr. buvo vienintelė skalbiamojo ir tualetinio muilo gamintoja Baltijos šalyse, šiuo metu taip pat gamina dušo želė, šampūnus, pramonei skirtus ploviklius ir valiklius. Bendrovė „BIOK laboratorija“²¹ gamina veido ir kūno kremus, kosmetinius pienelius, šampūnus, dušo želė, dezodorantus. Įmonė „Ineza“ gamina nagų laką, vykdo parfumerijos, kosmetikos ir higienos produktų didmeninę prekybą. Šalyje veikia Lietuvos kosmetikos ir buitinės chemijos gamintojų asociacija „Likochema“²².

Po nepriklausomybės atkūrimo, kaip ir pirmosios nepriklausomos Lietuvos valstybės laikotarpiu, Lietuvos kosmetikos pramonė pradėjo greitai vystytis. Nors pramonė susidūrė su privatizacijos iššūkiais ir rinkos ekonomikos sąlygomis, tačiau atsivėrė užsienio rinkos, atsirado galimybė importuoti žaliavas ir technologijas iš Vakarų, o tai leido kurti įvairesnius ir kokybiškesnius produktus. Dėl šių priežasčių atgimimo pradžioje ir atkūrus Lietuvoje nepriklausomybę atsivėrė galimybės naudoti įvairiausių kosmetikos produktų asortimentą ir rinktis kosmetiką pagal individualius poreikius bei pomėgius. Tačiau kartu rinkoje atsirado daugybė įvežtinių, sintetinių kosmetikos produktų. Pirmuosius žingsnius žengusi tarpukariu, Lietuvoje visiškai įsitvirtino chemijos era. Tuo metu Lietuvoje vyravo chemijos pramonė. Žmonės buvo tarsi apsvaigę nuo naujovių dar labiau nei sovietmečiu, nes viskas buvo nepažįstama ir nauja. Lietuva turėjo pereiti cheminės pramonės pažinimo etapą, prasidėjusį tarpukariu, pagreitį įgavusį sovietmečiu ir visiškai įsitvirtinusį XX a. pabaigoje. XX a. tarsi įvyksta cheminis sprogdymas. XX a. pabaigoje kosmetikos pramonė tapo pasauline. Sintetiniai priedai ir technologijos leido kurti aukštos kokybės produktus, kurie buvo plačiai naudojami tiek moterų, tiek vyrų. Kosmetika tapo neatsiejama kasdienio gyvenimo dalimi. Nepaisant to, XX a. pabaigoje pastebimi pokyčiai, kai žmogus pradėjo atsigręžti į gamtą, akcentuojant ne tik atsakingą vartojimą, bet ir darnų

²⁰ Įkurta 1920 m. kaip akcinė bendrovė „Ringuva“, SSRS okupacijos metais – Kauno muilo fabrikas, nuo 1998 m. dabartinis pavadinimas.

²¹ Įkurta 1988 m.

²² Įkurta 2000 m.

vystymąsi. Vis garsiau kalbama apie tvarumą, sveiką gyvenimo būdą, planetos išsaugojimą. Bet nepaisant to, grožio industrija, pradėjusi sparčiai augti tarpukariu, niekada nesustojo – XX a. pab. ji klesti, turėdama įtakos ne tik moterims, bet ir daugeliui gyvenimo sričių. Šių laikų aktualijos ir ateities tendencijos tik dar labiau įtvirtina kosmetikos gaminių poreikį ir kasdienį jų naudojimą.

Galima pasakyti, kad per pastaruosius šimtą metų moterys buvo veikiamos skirtingų kultūrų – *kultūros ratų*²³, susimaišiusių, uždengusių vienas kitą. Tarpukariu Lietuvos moteris pasiekė Europos mados ir grožio standartai, vėliau juos užklojo sovietinės mados – moterys buvo priverstos keisti požiūrį, buvo diegiamos naujos tradicijos. Tad vieną požiūrį ir tradicijas užklojo kitas, vėliau, atgavus nepriklausomybę, dar kitas. Šiandien taip pat galima pastebėti ir kitą kultūrinio rato sluoksnį – stipriai sklindančią difuziją – pasaulio papročių, tradicijų, madų ir kitų dalykų sklaidą, netgi sampyną. Požiūris į moteris ir besikeičiančius jų socialinius vaidmenis, grožio idealus šiandien taip pat sparčiai keičiasi ir sluoksniuojasi, pinasi – nebėra aiškių standartų.

Analizuojant Lietuvos kosmetikos pramonę XX amžiuje sociologinės analizės kontekste, reikia atsižvelgti į aspektus, kurie atspindi visuomenės struktūrą, kultūrinį išsivystymą ir ekonominius veiksnius. Kosmetikos pramonėje XX a. buvo esminių pokyčių laikotarpis, kuris nuo minimalių natūralių kosmetikos priemonių perėjo prie sintetinės kosmetikos su plačiomis naudojimo galimybėmis ir padidėjusiu prieinamumu. Surinkta ir išanalizuota medžiaga, atlikta jos analizė atskleidė tai, kad laisvos, nepriklausomos šalies laikotarpiais (1918–1940 m. ir nuo 1990 m.), šalyje įsitvirtinus rinkos ekonomikai, kosmetikos pramonės įmonių tikslas buvo gaminti ir tiekti visuomenei kuo daugiau skirtingų kosmetikos priemonių, įvairiais būdais siūlyti jas pirkti ir naudoti, skatinti vartojimą, kas turėjo stiprią įtaką žmonių įpročiams. Po nepriklausomybės atkūrimo Vakarų kultūros įtaka didėdavo, o tai paveikė ir kosmetikos produktų paklausą bei vartojimą. Tuo tarpu šaliai esant okupuotai kosmetikos pramonė susidurdavo su daugybe iššūkių. Okupacijos laikotarpiais, tiek carinės Rusijos, tiek Sovietų Sąjungos, kosmetikos pramonė buvo stipriai suvaržyta ir veikiamą okupavusios šalies kultūros. Svarbu nagrinėti, kaip skirtingais laikotarpiais kito vartotojų elgesys, jų prioritetai ir kosmetikos produktų pasirinkimo kriterijai. Kosmetikos produktų vartojimas atspindi platesnius kultūrinius ir socialinius simbolius, susijusius su grožiu, sveikata ir saviraiška. Atlikta analizė gali padėti kosmetikos pramonės dalyviams geriau suprasti savo rinką ir prisitaikyti prie skirtingų kultūrinių kontekstų. Šis tyrimas gali prisidėti analizuojant giluminius veiksnius, kurie formuoja kosmetikos vartojimą ir gamybą, leisdami pramonės dalyviams efektyviau

²³ F. Graebneris įvedė kultūros sluoksnio terminą, kuris reiškė tam tikroje geografinėje teritorijoje pasklidusių kultūros ratų susisluoksniavimą tam tikrame laike (Čiubrinškas 2007, 43).

tenkinti vartotojų poreikius įvairiose kultūrinėse aplinkose, nes, analizuojant Lietuvos kosmetikos pramonės raidą XX a., būtina atsižvelgti į aukščiau aptartą plačią socialinę ir kultūrinę aplinką, kuri turėjo įtakos šios pramonės raidai. Kiekvienas laikotarpis atnešė savitų iššūkių ir galimybių, kurios formavo šiuolaikinę kosmetikos pramonę Lietuvoje. Šis tyrimas taip pat prisidės analizuojant moterų grožio standartų kaitą Lietuvoje XX a., nes, kaip parodė tyrimas, kosmetikos pramonės gamybos tendencijų kaita atspindi ir moterų grožio standartų kaitą.

Išvados

1. Išanalizavus sąvokų *kosmetikos produktas* ir *kosmetikos pramonė* sampratas skirtingais XX a. tarpsniais, galima pastebėti slinktį nuo muilo pramonės, kaip vienos iš lengvosios pramonės šakų, prie kosmetikos pramonės – vienos iš chemijos pramonės šakų, nuo vienintelio kosmetikos produkto – muilo, atliekančio tiek kosmetinę, tiek gydomąją, tiek higienos funkcijas, iki gausybės kosmetikos produktų, turinčių skirtingas funkcijas. Apibrėžimų kaita, reformulavimas – tai tarsi nuoroda į kosmetikos pramonės tendencijų ir gaminamų produktų kaitą. XX a. pr. kosmetikos pramonės produktų gamyba nebuvo reglamentuojama įstatymų, todėl dažnai asmens higienai naudojamos priemonės buvo ruošiamos abejotinomomis sąlygomis iš parankinių, kartais net pavojingų sveikatai priemonių. Siekdamas pažaboti neatsakingus kosmetikos gamintojus, JAV pirmos pasaulyje 1938 m. pradėjo reguliuoti kosmetikos gamybą, kad ši būtų saugi vartotojų sveikatai. Lietuvos vidaus reikalų ministerija dar anksčiau – 1927 m. – išleido taisykles, reglamentuojančias muilo sudėtį. Šiuo metu Lietuvoje ir visoje Europos Sąjungoje kosmetikos rinka reguliuojama Europos lygiu.
2. Literatūros analizė atskleidė, kad XX a. galima suskirstyti į keturis skirtingus grožio industrijos periodus, turinčius skirtingas kosmetikos priemonių gamybos ir naudojimo tendencijas. Lietuvos kosmetikos pramonės pradžia galima laikyti XIX a. pr., kai įsteigiamos pirmosios muilo dirbtuvės Kaune ir Vilniuje. XX a. pr. Lietuvos teritorijoje veikė vos keli muilo fabrikai, kurių produkcija buvo prieinama nedaugeliui, nes tada muilas buvo prabangos prekė, nekalbant apie kitas kosmetikos priemones. Tuo metu plačiausiai buvo naudojamos namų gamybos kosmetikos priemonės, ypač kaime. Todėl XX a. pirmaisiais dešimtmečiais kūno ir drabužių švarą palaikyti buvo sudėtinga dėl higienos priemonių stokos. Kosmetikos naudojimas buvo ribotas ir dažniausiai susijęs su higiena ir minimalia estetinė priežiūra.

3. Tarpukariu formavosi pirmosios kosmetikos gamybos įmonės, kurios daugiausia orientavosi į vietinę rinką. Vakarų Europos įtaka buvo akivaizdi tiek gamybos metodų, tiek vartotojų skonių atžvilgiu. Todėl tarpukariu kosmetikos pramonė netruko išaugti nuo nedidelių muilo fabrikėlių iki didžiulių kosmetikos ir parfumerijos fabrikų, mažai nusileidžiančių Europos gamintojams. Atsirado naujų produktų, pradėtos naudoti pirmosios sintetinės medžiagos. Šis laikotarpis pasižymėjo inovacijomis ir kūrimu naujų gaminių, kurie tapo prieinamesni platesnei visuomenei. Tarpukario Lietuvos kosmetikos pramonė buvo įvairiapusė ir inovatyvi, prisidedanti prie miesto ekonomikos ir kultūrinio gyvenimo. Išanalizavus Lietuvoje veikusias kosmetikos pramonės įmones, galima teigti, kad ši pramonės šaka tarpukariu dažnai pažymima tarp stambiausių pramonės šakų, nes tarpukaris buvo metas, kai atsirado švaros, higienos, gražinimosi poreikis.
4. Sovietų okupacijos metais parfumerijos ir kosmetikos pramonė buvo priskirta maisto pramonei. Kosmetikos ir higienos gaminius gamino gamybinis susivienijimas „Lietuvos buitinė chemija“. Tuo laikotarpiu paprastos higienos priemonės buvo prieinamos visiems, bet rasti geros kosmetikos būdavo sunku, ji kainavo brangiai ir greitai dingdavo iš lentynų. Sovietų Sąjungos okupacijos metais Lietuvos kosmetikos pramonė buvo integruota į planinę ekonomikos sistemą. Buvo apribotas importas iš Vakarų, todėl vietinė gamyba turėjo tenkinti poreikius su ribotais ištekliais. Kosmetikos produktai dažnai buvo gaminami masiškai ir turėjo atitikti standartizuotus reikalavimus, o ne individualius vartotojų poreikius.
5. Atkūrus Lietuvos nepriklausomybę, šalies kosmetikos pramonės produkcijos gamyba sumažėjo, rinkoje atsirado daugybė įvežtinių, sintetinių kosmetikos produktų. Atgimimo pradžioje ir atkūrus Lietuvoje nepriklausomybę atsivėrė galimybės naudoti gausų kosmetikos produktų asortimentą ir rinktis kosmetiką pagal individualius poreikius ir pomėgius. Prasidėjusi sovietinės okupacijos laikotarpiu, Lietuvoje visiškai įsitvirtino chemijos era. Grožio industrija, tarpukariu pradėjusi sparčiai augti, niekada nesustojo – XX a. pab. ji klesti, darydama įtaką ne tik moterims, bet ir daugeliui gyvenimo sričių. Šių laikų aktualijos ir ateities tendencijos tik dar labiau įtvirtina kosmetikos gaminių poreikį ir kasdienį jų naudojimą. XX a. Lietuvoje įvyko ryškus pokytis nuo namų gamybos muilo ir kitų gražinimosi priemonių iki stambaus grožio industrijos verslo.

Literatūra ir šaltiniai

- Balsevičienė 2022 – Rasa Balsevičienė. *Tarpukario Lietuvos kosmetikos ir parfumerijos pramonė kaip kultūros paveldo reiškinys bei jo pritaikymas turizmui*. Magistro baigiamasis darbas. Kaunas: Vytauto Didžiojo universitetas.
- Čiubrinskas 2007 – Vytis Čiubrinskas. *Socialinės ir kultūrinės antropologijos teorijos*. Kaunas: Vytauto Didžiojo universitetas.
- Fridmanas 1978 – Rudolfas Fridmanas. *Parfumerija ir kosmetika: istorija, paskirtis ir vartojimas*. Vilnius: Mintis.
- Intaitė 2016 – Živilė Intaitė. *Tarpukario Lietuvos reklama: vizualinis aspektas*. Baigiamasis darbas menotyroos magistro laipsnui įgyti. Vilnius: Vilniaus dailės akademijos Dailės istorijos ir teorijos katedra.
- Jankauskienė 2011 – Jovita Jankauskienė. Lietuvos žemės ūkio ir pramonės parodos Kaune Pirmosios Lietuvos Respublikos laikotarpiu. *Kauno istorijos metraštis*, 11, 83–94.
- Juknevičius 2003 – Petras Juknevičius, Aldona Petruilienė ir kt. *Panevėžys nuo XVI a. iki 1990 m.* Panevėžys: Nevėžio spaustuvė.
- Kutinskaitė-Būdavienė 2018 – Šarūnė Kutinskaitė-Būdavienė. „Gėlių kvapas“ – tarpukario liudininkas? *Kauno diena* [interaktyvus]. Prieiga internetu: <https://m.kauno.diena.lt/naujienos/kaunas/miesto-pulsas/geliu-kvapas-tarpukario-liudininkas-877417>
- Lelis 1961 – Jonas Lelis. *Odos priežiūra ir gydomoji kosmetika*. Vilnius: Valstybinė politinės ir mokslinės literatūros leidykla.
- Liebelt 2022 – Claudia Liebelt. Beauty: What makes us dream, what haunts us. *Feminist Anthropology*, 3(2), 206–213.
- Lotužytė 2003 – Kristina Lotužytė. Kodėl moterys privalo būti gražios? Moteriškumo sampratos kaitos atspindžiai Lietuvos tarpukario spaudoje. *Menotyra*, 2(31), 61–66. Prieiga internetu: <http://mokslozurnalai.lmaleidykla.lt/publ/1392-1002/2003/2/M-61.pdf>
- Mačiekus vle.lt – Venantas Mačiekus. Parfumerijos ir kosmetikos pramonė. In *Visuotinė lietuvių enciklopedija*. Prieiga internetu: <https://www.vle.lt/straipsnis/parfumerijos-ir-kosmetikos-pramone/>
- Mardosa 2013 – Jonas Mardosa. Kvapai lietuvių kaimo butyje ir kultūroje: XX a. 3-iasis dešimtmetis – XX a. pabaiga. *Acta humanitarica universitatis Saulensis*, 17, 216–230. Prieiga internetu: <https://portalcris.vdu.lt/server/api/core/bitstreams/d5c70de4-5210-4a34-8389-024419d9188f/content>
- Marganavičienė 2019 – Eleonora Violeta Marganavičienė. *Slaptoji Kauno istorija*. Kaunas: Obuolys.
- Norkus 2017 – Paulius Norkus. *Vilniaus ir Klaipėdos miestų 5–8 klasių mokinių kosmetikos gaminių naudojimo ypatumai*. Magistro baigiamasis darbas. Vilnius: Vilniaus universiteto Medicinos fakulteto Visuomenės sveikatos institutas.
- Paipulaitė 2006 – Živilė Paipulaitė. Muilo virimas. *Etnografija*, 13–14(4), 118–121.
- Polkaitė 2009 – Giedrė Polkaitė. Prekių ir paslaugų pasiūlos kaita Lietuvos periodinės spaudos reklamoje 1918–1940 metais. *Lietuvos istorijos studijos*, 24, p. 98–117.
- Ruzgis 1938 – V. Ruzgis. *Muilo gamyba, arba kaip gali lengvai kiekvienas išmokti gaminti skalbiamąjį ir tualetinį muilą, o taip pat ir mašinoms bei ratams tepalą*. Kaunas.
- Sargautienė 1964 – G. Sargautienė. Gamtoje. Higiena ir kosmetika. *Tarybinė moteris*, 6, 19.
- Surblys ir kt. 2017 – Alvydas Surblys, Agnė Zakaravičiūtė, Edita Rudminaitė. Kur tarpukarį galėjai nusipirkti Max Factor kosmetikos? Higienos prekių ir kosmetikos bei parfumerijos įmonių tarpukarį Kaune apžvalga. *Kauno apskrities viešoji biblioteka, Senieji ir reti spaudiniai*.
- Šalčius 1956 – Petras Šalčius. *Lietuvos pramonės istorija*. III dalis. *Atskirų pramonės šakų istorija (Degtukų, stovybinių medžagų, maisto, lengvoji pramonė ir smulkiosios pramonės šakos)*. Vilnius.
- Vaštokas vle.lt – Romualdas Vaštokas. Difuzija. In *Visuotinė lietuvių enciklopedija*. Prieiga internetu: <https://www.vle.lt/straipsnis/difuzija-1/>
- Velingsonaitė 1937 – Adolfiną Velingsonaitė. *Modernioji grožio higiena*. Kaunas: Studija.

- Žukas ir kt. 2012 – Julius Žukas, Vasilijus Safronovas, Rolandas Lukoševičius. *Klaipėdos pramonės ir verslo istorija*. Klaipėda: S. Jokužio leidykla-spaustuvė.
- Europos parlamento ir tarybos reglamentas (EB) Nr. 1223/2009. 2009 m. lapkričio 30 d. Dėl kosmetikos gaminių (nauja redakcija) [žiūrėta 2024 05 23]. Prieiga internetu: <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/LT/TXT/?uri=CELEX%3A32009R1223>. *Valstybės žinios*, 2013-07-05, Nr. 72-3593.
- Lietuvos Respublikos sveikatos apsaugos ministro įsakymas „Dėl Lietuvos higienos normos HN 62:2003 Kosmetikos gaminiai: bendrieji reikalavimai, draudžiamos ir ribojamos medžiagos patvirtinimo“, 2003 m. gruodžio 23 d. Nr. V-757. Vilnius. *Valstybės žinios*, 2004-02-07, Nr. 21-647.
- Marcelės Kazakevičienės prisiminimai. 1996. Užr. I. Čepienė ir A. Razmislavičienė. *LTA* 1545/224. „Berrar ir Ko“ muilo „Kipras Petrauskas“ reklama. *Lietuvos aidas*, 290(8), 1938, liep. 2.
- „Florance“ reklaminius skelbimas. *Diena*, 36, 6, 1937, rugs. 5.
- Klaipėdos „Mesefa“ fabriko radioaktyvios dantų pastos reklama. *Jūra*, 6(34), 205, 1938, birželis.
- „Marsel“ muilo fabriko reklama. *Lietuvis*, 21, 3, 1927, spalio 1.
- S. Vislickio muilo fabriko apdovanojimo Paryžiaus tarptautinėje mugėje 1928 m. reklama. *Lietuvos aidas*, 249, 6, 1928, gruodž. 1.
- Maištas prieš lietuvišką sistemą, Kudirkos šuolis, svastikos ir medaliais apdovanota tekstilė. LRT PLUS laida „Stop juosta“, LRT.lt [interaktyvus]. Prieiga internetu: <https://www.lrt.lt/naujienos/kultura/12/1266465/tarpukario-klaipeda-maistas-prieslietuviska-sistema-kudirkos-suolis-svastikos-ir-medaliais-apdovanota-tekstile>
- Stop juosta. Maršrutas Nr. 19 – Kosmetikos ir parfumerijos pramonė 2019. *Youtube* [interaktyvus]. Prieiga internetu: <https://www.youtube.com/watch?v=JIDpf0oPjak>
- Panevėžio pramonės įmonių sąrašas 1929 m. *Panevėžio kraštotyros muziejus*. [Interaktyvus]. Prieiga internetu: http://www.paneveziomuziejus.lt/files/dokumentai_seniej/1929_Panevezio%20imoniu_sarasas.pdf
- Panevėžio turgaus vidutinės kainos. 1934 m. pirmasis pusmetis. *Panevėžio kraštotyros muziejus*. *Panevėžio apskrities archyvas*, f. 17-R, ap. 1, b. 17, l. 16–16 at., 70–70 at., 121–121 at., 164–164 at., 303–303 at. [Interaktyvus]. Prieiga internetu: http://www.paneveziomuziejus.lt/files/dokumentai_seniej/1934_turgaus_kainos_vidutines_1_pusmetis.pdf
- Prašymas Lietuvos sveikatos departamentui leisti gaminti kvepalus „Nakties karalienė“. Lietuvoje gaminamų patentuotų preparatų byla 1, 1921–1928 m. *Lietuvos sveikatos mokslų universiteto Lietuvos medicinos ir farmacijos istorijos muziejaus archyvinis fondas*, l. 199.
- Prašymas Lietuvos sveikatos departamentui leisti gaminti kremą „Nakties karalienė“. Lietuvoje gaminamų patentuotų preparatų byla, 1933–1935 m. *Lietuvos sveikatos mokslų universiteto Lietuvos medicinos ir farmacijos istorijos muziejaus archyvinis fondas*, l. 109.
- Virtualios parodos. 95-eri metai, kai įsteigta vaistų laboratorija „Galen“. Kultūros paveldo skaitmeninimas. [Interaktyvus]. Prieiga internetu: <http://www.ekultura.lt/virtuali-parod-95-eri-metai-kai-isteigta-vaistu-laboratorija-galen/>

Rasa Balsevičienė

THE PRODUCTION OF COSMETICS IN LITHUANIA: TRENDS AND CHANGES IN THE 20TH CENTURY

Summary

The issue of beauty, adornment and body standards has been relevant throughout the ages until today, and is studied by various branches of science. The beauty of a woman's body and the cosmetics industry are two mutually interacting elements, because it was the desire of people to look beautiful and smell aromatic that created the perfumery and cosmetics industries. Therefore, in order to study the characteristics of the beauty standards of a woman's body, it is first necessary to analyse the trends in the production of the cosmetics industry and its products, so that later the interaction between the woman and the cosmetics industry can be studied. The study was conducted between 2021 and 2023, as a prelude to a much broader and deeper study, which will cover the change in the standards of female beauty and the tools used in the 20th and 21st centuries in Lithuanian culture. The object of this study is the 20th-century Lithuanian cosmetics industry and its products. The purpose of the research: to analyse trends and changes in the development of the Lithuanian cosmetics industry, and the variety of manufactured cosmetics, discussing characteristics of the activities of industrial companies. Research sources: scientific publications, ethnographic field research material of other researchers, newspapers and magazines for women, advertisements for beauty products, and exhibits kept in museums and private collections.

Before starting to analyse the production trends in the cosmetics industry, the definitions of *cosmetic product* and *cosmetic industry* are discussed first. The meanings of these terms in different periods are reviewed, as the description of the cosmetic product changed over time, reflecting changes in society and science. Analysing different definitions, it was noticed that in 1935 the definition of cosmetics has many similarities with the definition from the year 2003. Both indicate the purpose of cosmetics and specific products. In analysing the definition of the cosmetics industry in the 20th century, it was noticed that the concept of the soap industry as a light industry moved to the cosmetics industry as a chemical industry. This change reflects the development of the cosmetics industry and its products, from soaps with cosmetic, therapeutic and hygienic functions, to various cosmetic products with different functions.

The analysis of literature and sources has revealed that the 20th century can be divided into four different periods in the beauty industry, with different trends in the production and use of cosmetics. It was found that the beginning of the Lithuanian cosmetics industry can be traced back to the beginning of the 19th century, when the first soap workshops were established in Kaunas and Vilnius. At the beginning of the 20th century, only a few soap factories operated in Lithuania, the products of which were available to a few. At that time, home-made cosmetics were the most widely used, especially in the countryside. The first cosmetics manufacturing companies were formed during the interwar period. The West European influence was evident both in terms of production methods and consumer tastes. Therefore, between the wars, the cosmetics industry grew quickly from small soap factories to huge cosmetics and perfumery factories that were not inferior to European manufacturers. New products appeared, and the first synthetic materials were used. During the Soviet occupation, the perfumery and cosmetics industry was classified as a food industry. Cosmetics and hygiene products were produced by the Lithuanian Household Chemicals Manufacturing Association. During the occupation by the Soviet Union, the Lithuanian cosmetics industry was integrated into the command economy system. Imports from the West were restricted, so local production had to meet demand with limited resources. Cosmetics products were often mass-produced and had to meet standard requirements, rather than the individual needs of consumers. After the restoration of Lithuania's independence, the production of the country's cosmetics industry declined, and many imported synthetic cosmetic products appeared on the market. At the beginning of the national revival and after the restoration of independence in Lithuania, opportunities opened up to use a wide range of cosmetics products, and to choose cosmetics according to individual needs and interests. Beginning during the period of Soviet occupation, the era of chemistry was fully established in Lithuania. The beauty industry, which began to grow rapidly between the wars, never stopped: in the 20th century it flourished, influencing not only women but also most spheres of life.

The study revealed that in the 20th century in Lithuania there was a marked change from home-made soaps and other beautifying products to the big business of the beauty industry. The article concludes with suggestions for how this analysis can contribute to further research.