

VÖRÖS BOLDIZSÁR

„A hirdetések és a munkássajtó”

Kereskedelmi reklámok magyarországi szociáldemokrata
kiadványokban 1870–1890 között*

„A hirdetések világában élünk” – állapította meg a *Magyar Újság* 1869. május 15-i számának egyik írása.¹ A különféle kereskedelmi hirdetések (iparcikkeké, szolgáltatásoké, továbbá álláshirdetések stb.) megjelentek a formálódó magyarországi szociáldemokrata párt lapjaiban² is: általában a négyoldalas újságok 3–4. oldalain, több ízben gondosan elkülönít-

* E munka korábbi változata elhangzott előadásként a Hajnal István Kör – Társadalomtörténeti Egyesület 2004. évi, Pápán megrendezett, A fogyasztás társadalomtörténete c. konferenciáján.

1 A hirdetések világában élünk. *Magyar Újság* 1869. máj. 15. 2. – A korabeli szövegeket a mai helyesírási szabályoknak megfelelően közlöm, a kurzívák az idézetekben az eredeti kiemeléseknek felelnek meg. Az idegen nyelvű idézeteket magyar fordításban adom közre. – A *Magyar Újság* idézett cikkét teljes terjedelmében közli: *Szabó Dániel: Hirdetési kultúra a századfordulón.* Budapesti Negyed 5(1997) 2–3. sz. 96. – A „reklám” korabeli meghatározása: „ajánló hirdetés, összekötte különösen a túlságos feldicsérés fogalmával; r.-cikkek, hírlapi cikkek, melyeknek céljuk az, hogy vmely dolognak »reklám«-ot csináljanak”. Reklám [címszó]. In: *Magyar lexikon.* Az egyetemes ismeretek enciklopédiája. XIV. Planetoidok–Sopor. Bp. 1884. 285. Ugyanakkor a lexikon „Hirdetés” címszavában nem foglalkozott az üzleti hirdetésekkel, ld. *Hirdetés [címszó]*. In: *Magyar lexikon.* Az egyetemes ismeretek enciklopédiája. IX. Hautgoût–Julianna. Bp. é. n. 150. Ld. még: *J. H. Wehle: Die Reklame. Ihre Theorie und Praxis.* Wien–Pest–Leipzig, 1880.; *Dr. Krejcsi Rezső: A reklámról.* Bp. 1889.; *Pusztai Ferenc: A hírlaphirdetésről.* In: *Magyar nyomdászok évkönyve.* Szerk. Ács Mihály. H. n., 1890. 25–37.; *Az 1871–78. Budapest élete a reklám tükrében.* In: *A Pesti Hírlap kincshéza 1927.* Bp. 1927. (A Pesti Hírlap Könyvtára 2.) 465–468.; *A magyar reklámirodalom bibliográfiája.* Összeáll. Galambos Ferenc. Kézirat, h. n., 1948. (Ld. Országos Széchényi Könyvtár, 404.121.); az újabb szakirodalomból: *Szabó Dániel: A nemzeti „Pátria” a hazafias „Franck” ellen. Pótlékharc a századforduló Magyarországon.* Világosság 31(1990) 231–240.; *Uő: Munkásság és munkásmozgalom a századfordulós magyarországi reklámokban.* Világosság 32(1991) 384–392.; *Uő: Reklám és politika 1906-ban.* História 14(1992) 2. sz. 27–29.; *Uő: Hirdetési kultúra i. m. 71–100.*; *Karner Katalin: Reklámhistoria. Szemelvények Budapest XVIII–XIX. századi hirdetéstörténetéből.* In: *A Fővárosi Szabó Ervin Könyvtár Évkönyve XXVII.* Szerk. Kiss Jenő. Bp. 2003. (A Fővárosi Könyvtár Évkönyve XXXIX.) 173–198. és ált. *David Welch: Advertising.* In: *Propaganda and Mass Persuasion. A Historical Encyclopedia, 1500 to the Present.* Eds. Nicholas J. Cull–David Culbert–David Welch. Santa Barbara, California–Denver, Colorado–Oxford, England, 2003. 5–7. – Tájékoztatómat a hirdetésügy irodalmában Szabó Dániel segítette; szívességéért ezúton mondok köszönetet.

2 Ld. ehhez: *Erényi Tibor–Kende János–Varga Lajos: Fél évszázad. A szociáldemokrácia története Magyarországon 1868–1919.* H. n., 1990. 56–96., 124.; *Kozáry Andrea: I. Az egylettől a párt megalakításáig (1868–1890).* In: *A magyar szociáldemokrácia kézikönyve.* Főszerk. Varga Lajos. Bp. 1999. 26–39.

ve az egyéb közleményektől.³ A hirdetőik pedig a legváltozatosabb eszközökkel törekedtek arra, hogy elérjék: megcélzott közönségük éppen az ő termékeiket, szolgáltatásaikat válassza.

Így pl. a *Munkás Heti Krónika* 1874-es évfolyamában jelent meg – a hatás érdekében ismételtlen újraközölve⁴ – a Lustig testvérek órákat, arany- és ezüsttárgyakat reklámozó hirdetése. A szöveg a „Fontos a tisztelt munkásosztályra” kijelentéssel kezdődött, a különböző termékek felsorolásában pedig egy áru nevét emelte ki vastag szedéssel a hirdető: „*munkásórák*, ezüst 14–30 frt”.⁵ E megoldásokkal a reklámozó igyekezett meggyőzni kiválasztott közönségét: termékei, köztük a „*munkásóra*” éppen az ő számára különösen hasznosak.

Az 1870-es évek végén, a magyarországi szociáldemokrata mozgalomban kibontakozó viszály idején, a Külföldi Viktor és hívei által kiadott *Volksstimme* hasábjain jelent meg a következő hirdetés: „*Bubendorfer* Ferenc bejelenti az elvtársaknak, hogy a Népszínház utca 6. szám alatt *vendéglőt* nyitott, amely különösen alkalmas társas estélyek rendezésére, továbbá gyűlési vagy egyleti helyiségnek is. Mindenkor jó italok és ételek. A »*Volksstimme*« és más munkáslapok rendelkezésre állnak.”⁶ Ugyanakkor Bubendorfer a Külföldi-féle csoporttal szemben álló irányzat lapjában, a *Munkás Heti Krónikában* is közzétette hirdetését: „Van szerencsém az elvtársaknak tudomásul adni, hogy a *Népszínház utca* 6. számú házban *vendéglőt* nyitottam meg, mely igen alkalmas társas estélyekre, gyűlések megtartására és megfelelő egyleti helyiségnek is. Elvárom a t. elvtársaimtól, hogy meglátogatásukkal minél gyakrabban megtisztelni fognak, s remélem egyszermind jó étkek és jó italok nyújtása által elvtársaim pártfogását magamnak kiérdemelni.

3 A *Munkás Heti Krónika* 1873. aug. 3-i számában már volt Hirdetmény c. rovat, amelyben egy álláskereső hirdetést vonallal különítettek el a kifejezetten mozgalmi felhívásoktól. Ld. Hirdetmény. *Munkás Heti Krónika* 1873. aug. 3. 4. A *Népszava* 1878. febr. 17-i számában, a Hirdetmények rovatcím alatt pedig ez áll: „(Az ezen rovat alatt közlöttek tartalmáért a szerkesztőség a közönség irányában nem felelős.)” Hirdetmények. *Népszava* 1878. febr. 17. 4. E megoldásokat a korabeli szociáldemokrata lapokban gyakran alkalmazták; egyedi eset volt az, amikor az Arbeiter Wochen Chronik szerkesztősége kénytelen volt utólag elhatárolni magát egy, az újság mellékleteként közzétett hirdetéstől. A lap 1887. dec. 4-i számának mellékleteként ugyanis megjelent „»A MÉH« nevű első budapesti takaré- előlegező és beszerzési szövetkezet” igazgatóságának német és magyar nyelvű felhívása, amellyel a szervezetbe való belépésre, ill. annak támogatására buzdítottak. „A MÉH”... Arbeiter Wochen Chronik 1887. dec. 4. Beilage. A hirdetésen szerepel a nyomda neve is: „Ihrlinger A. és társai”; az Arbeiter Wochen Chronik pedig, amint az az adott szám utolsó oldalán olvasható volt, szintén e nyomdában készült. Ezeket látva, többekben felvetődhetett a kérdés: mi köze van a lapnak és a pártnak a hirdető szervezethez? Így érthető, hogy az Arbeiter Wochen Chronik következő számának A szerkesztőség levelesládája c. rovatában az alábbi közlemény jelent meg: „*Többeknek, helyben. Az előző szám mellékletének semmi köze sincs pártügyünkhöz.*” Briefkasten der Redaktion. Arbeiter Wochen Chronik 1887. dec. 11. 3.

4 Vö. ehhez: *J. H. Wehle*: i. m. 98–99. Ld. még e munkám 5. jegyzetét!

5 Fontos a tisztelt munkásosztályra. *Munkás Heti Krónika* 1874. máj. 31. 4. A hirdetés így jelent meg a lap jún. 14-i, júl. 5-i, 26-i, aug. 9-i, 23-i, szept. 6-i és 20-i számaiban.

6 Franz *Bubendorfer*... *Volksstimme* 1877. júl. 10. 4.

Pártközlönyünket: úm. »Munkás Heti Krónikát«, »Arbeiter Wochen Chronik«-ot és a »Vorwärts«-t járatom.”⁷

Hirdetéseiben a reklámozó a „politikai összetartozás” motívumának hangsúlyozásával is igyekezett megnyerni célközönségét: az „elvtárs”, sőt az „elvtársaim” szavak használatával,⁸ a „pártközlönyünk” kifejezés alkalmazásával és azáltal is, hogy tudatta a hirdetés olvasóival: a mozgalom lapjai megtalálhatóak a vendéglőben. (Ez utóbbi reklámfogást azért is célszerűnek tarthatta, mivel a *Munkás Heti Krónika* 1876 végén így buzdította az elvtársakat: „Minden vendéglőben, hol munkások fordulnak meg, a vendéglőst indítsák arra, hogy a lapot járassa”.⁹) Bubendorfer gondot fordított arra is, hogy mindkét szociáldemokrata irányzat tagjai látogassák vendéglőjét: a *Volksstimme* hasábjain közzétett hirdetésében azt hangsúlyozta, hogy e csoport lapja olvasható nála, a *Munkás Heti Krónikában* megjelentetett reklámjában viszont azt, hogy a *Volksstimme*vel szemben működő *Munkás Heti Krónikát* és *Arbeiter Wochen Chronikot* járattja. A hirdető tehát a politikai hatáselemek rendkívül körültekintő összeállításával is igyekezett az üzletfelek számát gyarapítani.

Szintén politikai jellegű reklámfogást alkalmazott 1880-as, az *Arbeiter Wochen Chronik* hasábjain közzétett hirdetésében Bokros József cipész, amikor azt ígérte reménybeli üzletfeleinek: a szociáldemokrata párttagoktól kapott munkadíjak 5%-át a pártlapok támogatására fordítja.¹⁰ (Ám e reklámfogás hatását leronthatta az, hogy a hirdetés olvasóiban felvetődhetett: a cipész esetleg úgy akarja biztosítani a saját hasznát és befizetni a támogatást, hogy a párttagoknak eleve 5%-kal drágábban nyújtja szolgáltatásait, mint azt általában teszi.)¹¹

A különböző reklámelemek fokozatos összeválogatásával törekedett munkásközönsége megnyerésére egy gyógytea hirdetője. A *Népszava* 1886. február 21-i számának *Családi Melléklapjában* hirdettetett „Dr. Weber Gusztáv hollandi három király teája, mely Dr. Müller T. udvari és orvostanácsos úrnak Amszterdamban rendszabálya szerint lelkiismeretesen” készült.¹² A két doktori és az udvari, orvostanácsosi címek szerepeltetése a reklámszövegben a „tekintéllyel érvelés” eszköze volt a reménybeli vásárlók bizalmának megszerzéséhez.¹³ Ám a

7 Van szerencsém... Munkás Heti Krónika 1877. júl. 15. 4. A hirdetés német nyelvű változata: Franz Bubendorfer...Arbeiter Wochen Chronik 1877. júl. 1. 3.

8 Ugyanakkor e vendéglős minden bizonnyal azonos azzal a Bubendorferrel, ill. Bubendorfer Ferencsel, aki a Munkás Heti Krónika 1874-es évfolyamának közleményei szerint a Munkás Heti Krónikát és az Arbeiter Wochen Chronikot több ízben anyagilag támogatta – ez pedig indokolhatja e kifejezés-használatot. Ld. ehhez: A „Munkás Heti Krónika”... Munkás Heti Krónika 1874. ápr. 12. 3.; A „Munkás Heti Krónika”... Munkás Heti Krónika 1874. júl. 12. 3.; A „Munkás Heti Krónika”... Munkás Heti Krónika 1874. nov. 1. 4.

9 Elvtársak! Munkás Heti Krónika 1876. dec. 31. 1.

10 Josef Bokros,... Arbeiter Wochen Chronik 1880. aug. 8. 3.

11 Vö. ehhez: Kozma Béla: Hírverés a század elején. Budapest 13(1975) 11. sz. 40–41.

12 Mindazok,... Családi Melléklap a „Népszava” 8. számához 1886. febr. 21. 60.

13 J. H. Wehlének a reklámokkal foglalkozó 1880-as könyve szerint „Ha orvosságokról van szó, vagy egyéb olyan árukról, amelyeknél egészségügyi szempontok jönnek tekintetbe, akkor értékesek a professzorok és doktorok bizonyítványai.” J. H. Wehle: i. m. 31. Ld. még: i. m. 42–43.

hirdető hamarosan arra a következtetésre jutott, hogy a *Népszava* olvasóinak esetében az udvari tanácsosra mint fő tekintélyre történő hivatkozásnál hatásosabb, ha teareklámjában fő tekintélyként az *Általános Munkás Betegségélyező és Rokkant Pénztár* orvosát, egyben a *Magyarországi Általános Munkáspárt* egyik irányítóját, Dr. Csillag Zsigmondot¹⁴ szerepelteti. Így a *Népszava Családi Melléklapjának* következő számában már ezzel a kezdéssel jelent meg a reklám: „*Dr. Csillag Zsigmond úr megvizsgálta és használatra ajánlotta*” a gyógyteát. Itt már csak ez után következett a termék gyártójának, majd a teának és az orvostanácsosnak a neve.¹⁵ A hirdető később a hatás érdekében még tovább fejlesztette reklámját, amely a *Népszava* 1887. május 29-i számában már a következő indítással jelent meg: „*Nélkülözhetlen minden munkáscsaládnak a dr. Csillag által ajánlott dr. Weber Gusztáv-féle Hollandi három király tea.*”

Ezen vértisztító teának hírnevét már mintegy 80 éve ismerik Hollandiában, Német- és Franciaországban és a legfinomabb növények vegyületeiből áll, melyek a leghíresebb orvosi szaktekintélyek nyilatkozatai szerint kétségtelenül gyógyhatással bírnak.”¹⁶ A munkásolvasók bizalmának megnyerése érdekében tekintélyekként említett személyek közül e hirdetésben leginkább Csillag Zsigmond neve szerepelt kiemelten – ám a *Magyar munkásnaptár* 1888-as kötetében közzétett teareklámjánál a hirdető már jónak látta Dr. Weber Gusztáv nevét is Csillagéhoz hasonlóan kiemelni a szövegben.¹⁷

Mindemellett feltűnő az is, hogy e szociáldemokrata lapokban olykor egymás után több számban sem jelentek meg kereskedelmi hirdetések – a mozgalom újságjainak a sajtóval foglalkozó cikkei pedig ismételten elítélték a „burzsoázia” lapjait reklámjaikért. E bíráló legfőbb gondolati elemeit már a korabeli magyarországi szociáldemokrácia eszmevilágára meghatározó befolyást gyakoroló Ferdinand Lassalle megfogalmazta¹⁸ egy 1863-as munkájában, amely szerint

14 Ld. *Kozáry Andrea*: Csillag Zsigmond. Abony, 1844–Budapest, 1910. február 3. In: A magyar szociáldemokrácia kézikönyve i. m. 364–365.; *Aranyossi Magda*: Dr. Csillag Zsigmond (1844–1910). Párttörténeti Közlemények 9(1963) 3. sz. 182–186.

15 Dr. Csillag Zsigmond... Családi Melléklap a „Népszava” 14. számához 1886. ápr. 4. sztl.

16 Nélkülözhetlen... Népszava 1887. máj. 29. 3.

17 Nélkülözhetlen... In: Magyar munkásnaptár az 1888. évre. Bp. [1887.] sztl. – A naptári hirdetés különösen gondos elkészítésében a közlétevéőt minden bizonnyal motiválta az a szempont is, amit az 1887-es kalendáriumkötet kiadói ekként fogalmaztak meg: „Eltvársak, Munkások! [...] Vegyéktek figyelembe, hogy a naptár egész éven keresztül közkezen forog és hogy leginkább ebben rejlik agitációs hatása.” Eltvársak, Munkások! Népszava 1887. febr. 6. 3. – A tea reklámjai megjelentek az Arbeiter Wochen Chronik 1887-es és 1889-es évfolyamaiban is.

18 *Ferdinand Lassalle*: Az ünnepek, a sajtó és a frankfurti képviselőház. A közszellem három tünete. In: *Uő*: Beszédek és írások. Vál., bev., a fordítást az eredetivel egybevetette: Balázs György. Bp. 1982. 320–335. Ld. ehhez: *Shlomo Na’aman*: Lassalle. Hannover, 1971. (Veröffentlichungen des Instituts für Sozialgeschichte Braunschweig) 659–663., 849., továbbá: *Erényi T.–Kende J.–Varga L.*: i. m. 20–21., 27., 78.; *Vörös Boldizsár*: „A múltat végképp eltörölni”? Történelmi szemlélyiségek a magyarországi szociáldemokrata és kommunista propagandában 1890–1919. Bp. 2004. (Társadalom- és művelődéstörténeti tanulmányok 33.) 42., valamint: Die sogenannte „öffentliche Meinung”. (Schluss). Arbeiter Wochen Chronik 1881. ápr. 10. 2.

az európai sajtó „egykor valóban előharcosa volt a szellemi érdekeknek politikában, művészetben és tudományban, formálója, tanítója és szellemi nevelője volt a nagyközönségnek. [...] Ám divatba jöttek a fizetett közlemények, az úgynevezett értesítések vagy hirdetések, amelyek azelőtt sokáig semmiféle helyet nem kaptak, majd pedig igen korlátozottan az újságok utolsó oldalán, s ez a szokás lassanként mélyreható változást idézett elő az újságok természetében. Kiderült, hogy ezek a hirdetések igen alkalmas eszközök vagyont gyűjtésére, arra, hogy az újságok óriási évi jövedelmeket hozzanak. *Ettől az órától kezdve* az újság igen jövedelmező spekulációvá lett egy nagy tőkével rendelkező vagy akár csak tőkére éhes kiadó számára. Ám ahhoz, hogy egy lap sok hirdetést kapjon, először *lehetőleg sok előfizetőt* kellett gyűjtenie, mert a hirdetések természetesen csak az olyan lapokhoz özőnlenek, amelyeknek nagyszámú előfizetőjük van. *Ettől az órától kezdve* tehát nem az volt már a cél, hogy egy nagy eszméért harcoljanak, és lassan, fokozatosan felemeljék hozzá a közönséget, hanem megfordítva, az, hogy *olyan* nézeteket hirdessenek, amelyek – bármilyenek is – az *újságvásárlók* (előfizetők) *legnagyobb számának* vannak ínyére. *Ettől az órától kezdve* tehát az újságok, mindenkor megóvva azt a látszatot, hogy szellemi érdekek előharcosai, a nép formálóiból és tanítóiból a pénzes és ennél fogva *előfizető* burzsoáziának és ízlésének hitvány kiszolgálóivá lettek, egyes újságok már meglévő előfizetőik köre által megkötve, más újságok azon előfizetők által, akiknek megszerzésében reménykedtek, ezek is, amazok is mindig a vállalkozás voltaképpeni aranybányájára, a hirdetésekre szegezve tekintetüket.” Lassalle szerint egy majdani „szociáldemokrata államban” „ki kell adni egy törvényt, mely minden újságnak megtiltja, hogy *bármiféle hirdetést közöljön*, és a hirdetéseket *egyedül és kizárólag az állam vagy a törvényhatóságok által kiadott hivatalos lapokhoz utalja*”.¹⁹

Mindezeket figyelembe véve nem meglepő, hogy a *Munkás Heti Krónika* egy 1874-es cikke a kereskedelmi reklámok meglehetősen nagy részét hangsúlyozta: „a napi forgalomban [...] Dicsérgetések és lármázó hirdetések helyettesítik az áru jószágát”, majd így foglalt állást: „Munkásújságnak nincsenek hirdetési, legfeljebb csak olyanok, melyeket a nagyon kevés munkásegyletből kap és ezeket a legolcsóbban kell számítani. Egy munkásújságnak nem szabad, nem kell, hogy hirdetési legyenek, mivel minden társadalmi állapotot bíráló állást foglal el, így tehát a *hirdetési szédelés* ellen is kikel.”²⁰ Az efféle nézetek és a szociáldemokrata lapok gyakorlata közötti feszültséget jól érzékelve, az *Arbeiter Wochen Chronik* szerkesztőségének egy 1876-os felhívása azt hangsúlyozta, hogy mindig felhábo-

19 F. Lassalle: i. m. 327., 333.

20 A sajtó és a munkások. *Munkás Heti Krónika* 1874. jún. 28. 2. Németül ld. Die Presse und die Arbeiter. *Arbeiter Wochen Chronik* 1874. jún. 28. 2. A német cikk végén az „A. Ztg.” betűkapcsolat olvasható, amely feltehetőleg a szöveg forrására utal, ezt azonban nem tudtam megtalálni. Ld. még: A-g.: Sorakozva... *Munkás Heti Krónika* 1873. máj. 4. 2.; A sajtó jelentősége a munkásnépre. *Munkás Heti Krónika* 1876. dec. 17. 1.; Die sogenannte i. m.; A népgyűlésről. *Népszava* 1890. márc. 16. 2.; Die Volksversammlung. *Arbeiter Wochen Chronik* 1890. márc. 16. 2–3.

rodással utasították vissza a különböző csalók hirdetéseit²¹ – amiből viszont az következett: másfajta hirdetéseknek létjogosultságuk lehet a lapjukban. Az egymástól eltérő nézetek vitájának egyfajta összegzéseként 1890 legvégén – a londoni *Der Sozialdemokrat* egy írásának²² felhasználásával – a *Népszava* és az *Arbeiter Wochen Chronik* hosszú, *A hirdetések és a munkássajtó* című vezércikkekben²³ tárgyalta a kérdést, megállapítva: „Valamint nem képes az egyes vállalkozó legjobb akarata mellett sem a kapitalista kizsákmányolási rendszer mellett üzletét szocialista alapelvek szerint vezetni és kezelni, éppúgy nem vonhatja ki magát egy sajtóvállalat sem az életképességét befolyásoló gazdasági előfeltételek határozmányai alól. Tényleg azt látjuk, hogy a külföld majdnem összes munkáslapjai a viszonyok ezen nyomása alatt hirdetéseket vesznek fel.

A lapjaink szellemi tartására mérvadó személyek elvi álláspontja az, hogy egyáltalán ne véteessenek fel üzleti hirdetések, hanem csupán a pártirodalom, a munkásegyletek hirdetése, gyűlései stb. közöltessenek lapjainkban. Sajnos azonban, hogy lapjaink anyagi viszonya nem engedi meg mai napság ezen álláspontnak elfoglalását.” Majd a cikk írt arról, hogy milyen hirdetéseket *nem tesznek közzé* a szociáldemokrata lapok: „Előttünk a hírlapi bevétel legdúsabb forrásai teljesen el vannak zárva: a lap szövege közti hirdetések és reklámok, melyek a tájékozatlan olvasó előtt úgy tűnnek fel, mintha azok szerkesztőségi közleményeket képeznének és melyek drága pénzzel fizettetnek; éppúgy nem képezhet nálunk bevételt a megvesztegetés, az eltussolás díja stb., mely dolgok a polgári sajtónak évről évre sok ezer forintnyi bevételt biztosítanak. Másrészt nem teszünk közzé mindennemű hirdetést, melynek felvételével minket megkínálnak. Nem teszünk közzé lottó-sorsjegyeket, titkos szereket, erkölestelen irodalmi termékeket ajánló hirdetéseket stb. oly természetű ajánlatokat, melyeket, mint a sajtóügyet bővebben ismerőnek tudnia kell, kétszeres, sőt háromszoros hirdetési díjjal fizetnek.” Ám, másfajta hirdetéseket e lapok, éppen fennmaradásuk érdekében, kénytelenek közzétenni – ezekért a reklámokért azonban az illető újságok nem vállalnak felelősséget. A két vezércikk idézte a londoni *Der Sozialdemokrat* e kérdéssel foglalkozó írását, amely eljárás jól mutatja, hogy a magyarországi szociáldemokrácia irányítói érzékelték: e vitában benne rejlett a korabeli szociáldemokrácia – és, ezen túlmenően, általánosabb érvennyel, minden, a fennálló viszonyok radikális átalakítását hirdető, ám még csak kialakulófélben lévő mozgalom – egyik legfontosabb problémája: milyen mértékig szabad/kell alkalmazkodnia ahhoz a gazdasági-társadalmi-politikai rendszerhez, amely ellen e mozgalom küzd, de amelyben, ez idő szerint, mégiscsak kénytelen benne élni?!

21 *Das Herausgeber (Redaktions-)Komitee: An unsere Leser!* Arbeiter Wochen Chronik 1876. dec. 31. 1.

22 Die sozialistische Presse und das Inseratenwesen. Der Sozialdemokrat 1890. aug. 30. 1–2. (Az általam használt reprintkiadást ld. Der Sozialdemokrat 1887–1890. Berlin, 1969. sztl.)

23 A hirdetések és a munkássajtó. Népszava 1890. dec. 28. 1–2.; a német változat: S. A.: Das Inseratenwesen und die Arbeiterpresse. Arbeiter Wochen Chronik 1890. dec. 28. 1–2. E munkámban a magyar szöveget idézem.

A *Der Sozialdemokrat* cikkének idézett részlete ekként adta meg a választ: a mozgalom döntéshozói „felállították azt az elvet, hogy hirdetések kétfélék vannak, és ezek közül olyanok, melyek a közönség megkárosítását célozzák, a munkássajtóban egyáltalán nem találhatnak helyet. Ez ugyan egyezséget képez, de nem rosszabbat, mint amilyent a mindennapi életben százszorta kötünk azon öntudatban, hogy szocialista alapelvek szerint ma még nem lehet élni, de másrészt még ma céltalan is volna.”²⁴

BOLDIZSÁR VÖRÖS

“ADVERTISEMENTS AND THE WORKERS’ PRESS” COMMERCIAL ADVERTISEMENTS IN SOCIAL DEMOCRATIC PUBLICATIONS IN HUNGARY FROM 1870–1890

In the second half of the nineteenth century, various types of commercial advertisements (for industrial goods, services, jobs, etc.) appeared in the publications of Hungary’s nascent Social Democratic Party. Advertisers used a great variety of means to persuade target readerships to buy their goods and services. At the same time, the movement’s newspapers repeatedly condemned, in articles about the press, “bourgeois” publications and the advertisements they contained. The main conceptual elements of such criticism were formulated as early as 1863 in a work by Ferdinand Lassalle, who exerted strong influence on the ideals of Social Democracy in Hungary at the time. According to Lassalle, over time journalists had given up fighting for ideals and educating the people. Instead, for the sake of advertising revenue, they had become subservient to the “bourgeoisie”. Lassalle emphasised that in a future Social Democratic state, legislation should be passed prohibiting newspapers from publishing adverts. Advertisements would only be allowed in a few official publications. The tension between the principles advanced by Lassalle and the practice of the Social Democratic newspapers was perceived by the movement’s opinion makers. In 1890, lengthy leading articles appeared in the movement’s main newspapers, entitled *Advertisements and the Workers’ Press*. The authoritative position taken was that in order to survive in the capitalist economic system and to spread the movement’s ideas, Social Democratic newspapers had no choice but to publish certain types of adverts – but that they should not publish advertisements intended to harm readers. Meanwhile the newspapers were not liable for the content of adverts. Such arguments – and the compromise position they embodied – clearly indicate that Hungary’s Social Democratic leaders were aware that the issue concerned one of the most important problems faced by contemporary Social Democracy – and, in more general terms, by all the nascent movements that sought a radical transformation of society: To what extent could/should the movement accommodate the economic, social and political system against which it struggled but in which it had to exist?

24 A hirdetések i. m. 2. Ld. még ált. *Vörös Boldizsár: „Új mozgalom” – „régí eszközök”?* Vitatkozó vélemények a magyarországi szociáldemokraták propagandamódszereiről a 19–20. század fordulóján. In: Személyes idő – történelmi idő. A Hajnal István Kör – Társadalomtörténeti Egyesület konferenciája. Kőszeg, 2003. augusztus 29–30. Szerk. Mayer László–Tilcsik György. Szombathely, 2006. (Rendi társadalom – polgári társadalom 17.) 105–112. *Uő*: „A múltat végképp eltörölni”? i. m., különösen: 62–68.