

## A magyar (kelet-európai) médiakultúra első szakasza (1840-1920)

Kálai Sándor, Debreceni Egyetem

Az itt következő fejtegetések tárgya, a médiakultúraként értett tömegkultúra fogalma és jelensége többféle nehézséggel szembesíti a kutatókat. Egyfelől addig, amíg Nyugat-Európában már több évtizedes hagyománya van e kulturális logika kutatásának, addig Kelet-Európában (az egykori Osztrák-Magyar Monarchia bizonyos országaiban) a kutatók gyakran még mindig a kutatás tárgyának illegitim mivoltával szembesülnek. Olyan kutatások jelenthetnek új impulzusokat, amelyek az ún. kulturális fordulat jegyében másképp közelítik meg a kulturális jelenségeket, illetve amelyeket olyan fiatal kutatói generációk tagjai végeznek, akik számára mind a (tömeg)kulturális gyakorlatok, mind pedig azok tudományos megközelítése magától értetődő.

Másfelől, ha a médiakultúra (perspektívától függően rövid, vagy hosszú) történetét akarjuk tanulmányozni, akkor kérdések sorára kell válaszolnunk: mit érthetünk egyáltalán e fogalom alatt? Milyen (magyar, kelet-európai) értelmezései vannak e terminusnak? Mikorra tehetőek e kulturális logika kezdeti fázisai, s mi a szerepe e folyamatban a tömegművelésnek, a populáris irodalomnak, vagy a látványiparnak? Melyek e kulturális rendszer legfontosabb gazdasági és társadalmi jellemzői, gondolva itt például arra, hogy Kelet-Európában késésben van az iparosodás, illetve a polgári osztály kialakulása és megszilárdulása, s főleg milyen konzekvenciái vannak a monarchiabeli többnyelvűségnek, többnemzetiségűségnek, felekezeti sokszínűségnek?

Az alább következő áttekintés, amely e kulturális logika meggyökeresedésének első fázisát teszi elemzés tárgyává, nem tud válaszolni minden, itt feltett kérdésre, inkább csak rá akar mutatni olyan kelet-európai (elsősorban magyar) jellegzetességekre, amelyeket a későbbi kutatások megfontolhatnak.<sup>1</sup>

A kiváló francia olvasástörténész, Jean-Yves Mollier szerint (Mollier 2006: 65-80) három területen (Franciaország, Nagy-Britannia és az Egyesült Államok) nagyjából egy időben – a 19. század második felében – alakul ki, stabilizálódik a tömegkultúra rendszere, de más országokban (Németország, Svájc, Belgium) is azonosíthatók különféle kezdemények. Az

---

<sup>1</sup> Mint ahogyan az az alábbiakból ki fog derülni, a médiakultúra terminust egy olyan, alapvető kulturális elrendezés megnevezésére használjuk, amely a kulturális produktumok alapvető mediális meghatározottságára utal (ld. az alábbiakban Vaillant 2006). Megközelítésünk szerint e médiakulturális paradigmában kell értelmeznünk a kulturális jelenségeket, függetlenül attól, hogy az elitkultúra vagy a tömegkultúra területére utaljuk azokat.

első szükséges feltétel – a francia történész szerint – az oktatási reformok megléte vagy hiánya. Ezek hiánya kizárja Dél- és Kelet-Európa országait, kivéve az Osztrák-Magyar Monarchiát. Ez utóbbi esetben azonban a többnyelvűség hátráltató tényező.<sup>2</sup> A második feltétel a szabad, változatos, egyre inkább specializált tömegsajtó működése, amely egyre szélesebb és specifikusabb közönséghez (nők, gyerekek) érhet el. A harmadik feltétel a látványipar kialakulása, ide Mollier a színházat, a zenés kávéházakat, a music-hallt, vagy a cirkuszt sorolja. A negyedik feltétel pedig a széles körben terjedő, populáris irodalom, amely egyszerre lehet jelen különféle mediális változatokban: folytatásos regényként a sajtóban, színpadi adaptációk formájában vagy később a mozivásznon, de akár olyan mindennapi tárgyokban is, mint például a játékok. A *Tamás bátya kunyhója* vagy a *Monte-Cristo grófja* jól illusztrálhatják ezt a jelenséget. Ez utóbbi például azért lesz egy kubai cigarettamárka neve, mert munka közben az egyik munkás ezt a nagy tetszést arató regényt olvasta fel a többieknek.

Mindezek alapján Mollier elemzése arra jut, hogy e kulturális logika nyugati, iparosodott és városiasodott társadalmakban alakul ki, ott, ahol a különféle hálózatok (vasút, posta, iskola) stratégiai szerepet játszanak. Ily módon a tömegkultúra termékei az adott ország elvileg minden lakosához eljuthatnak, s közreműködnek abban, hogy egy homogén nemzeti tér alakulhasson ki. Annak ellenére, hogy ekkor még döntően nemzeti alapokon nyugvó (tömeg)kultúráról beszélhetünk, vannak olyan jelenségek, amelyek elhagyják ezeket a kereteket, ilyen például Buffalo Bill *Wild West Show*-ja. További fontos jellegzetessége ennek a kulturális rendszernek, hogy feltételezi az olvasáson alapuló egyéni elsajátítási folyamatot, s ez megkülönbözteti a későbbi fázisoktól, amikor a rádió, a televízió a kevésbé iskolázottakhoz is eljuttathatja a kulturális termékeket.

E kulturális logika kiterjedésének egyik fontos hatása, többek között, az egyéni emancipáció lehetősége mellett a közös nemzethez való tartozás érzésének közvetítése, s ez közös nemzeti nyelvet implicál. E tekintetben az Amerikai Egyesült Államok fontos kivétel, hiszen itt a közös értékrendszer közvetítése több nyelven történik.

Ami a francia kultúrát illeti: Jean-Yves Mollier egy 1880 és 1900 között lezajló csendes forradalomról beszél (Mollier 2000), amely mindenekelőtt az olvasás tevékenységének megváltozásában ragadható meg. A tömegkultúraként értett médiakultúra ekkorra szilárdul meg, s ez nemzeti egységet jelent. Az értelmező azt a folyamatot követi végig, amely oda vezet, hogy a médiarendszer sikeres és hatékony működésének következtében az első

---

<sup>2</sup> Mollier elemzése e megjegyzésen túl nem foglalkozik a kelet-európai tömegkultúrával.

világháború idejére a különféle (politikai, vallási, társadalmi) különbségeken túllendülő egységes francia tudat néz szembe a német veszéllyel, s hozza létre kollektív reprezentációit. 1870 és 1914 között tehát kontinuitás van, az egységesedés garanciája pedig a nemzeti tudat közvetíthetőségében van. A sikeresen működő médiarendszer alapvetően három összetevő korrelációjának köszönhető. Egyfelől meghatározók az oktatásban bekövetkező változások: a tankönyvek hatalmas példányszámban jelennek meg (például az Armand Colin kiadó 1872 és 1889 között 50 millió példányt ad el belőlük); a könyvek megvásárlása kötelező, így ezek a kötetek képezik a családi könyvtárak alapját. Az olvasókönyvek, nyelv- és történelemkönyvek egységes nemzeti-republikánus teret hoznak létre, az akkulturáció alappillérei pedig olyan alapvető értékek lesznek, mint a haza, a haladás, az egyéni erőfeszítés, az érdem. Másodsorban a napisajtó, az olcsó, számonként árusított sajtótermék rendszeres olvasása is oda vezet, hogy a század végére, a huszadik század elejére a sajtótermékek az ország periferiáit is lefedik. A közös nyelv, a közös képzeletvilágra, referenciákra való utalás a közösséghez tartozás érzését táplálja és erősíti meg. Harmadik tényezőként pedig a populáris regényeket kell említeni, amelyek különböző hordozókon keresztül jutnak el a nagyközönséghez, például a folytatásos regény (amely azonban 1914-re elveszti régi jelentőségét), az olcsó, kis formátumú könyv, vagy a *dime novel* mintájára létrehozott, általában 32 oldalas füzet sorozat formájában. Az így kialakuló és megszilárduló rendszer tehát – Mollier szerint – oda vezet, hogy a francia nép sikeresen magáévá teszi a különféle médiumok által, fikcionális vagy informatív formában közvetített leckét. Jean Jaurès 1914 júliusában bekövetkezett halálával pedig az utolsó disszonáns hang, Jaurès napilapja, a *L'Humanité* is elhalkul, mi több ez az újság is hozzájárul a háborús reprezentációk termeléséhez/terjesztéséhez. Érdekes ellenpélda, hogy Németországban a második világháború alatt betiltják a populáris irodalmat közvetítő füzetek terjesztését: a német elit károsnak ítéli ezt az irodalmat, amelyet egyébként *Schundliteratur*ként emleget (Maase 2015).

Ami a magyar médiakultúra hosszú történetét illeti, a következő megállapításokat tehetjük. Csakúgy, mint Európa többi részén, Magyarországon is azonosítható egy fontos paradigmaváltás, nagyjából az 1840-es évektől: ez a váltás az irodalom és – mindennek előtt – a sajtó területén figyelhető meg. E változás Alain Vaillant szerint (Vaillant 2006) 1820-as évek második felétől érzékelhető. Addig a sajtó a vita, a polémia helyének számított: megvizsgálta és kritikával illette a különféle elveket, nézeteket, s elsősorban annak a csoportnak a véleményét hangsúlyozta, amelynek orgánusaként megjelent. Azonban színre

lép egy új típusú sajtótermék, amely a korabeli valóság szatirikus megfigyelőjének szerepét tölti be. Már a címek is sokatmondóak: *Le Figaro*, *Le Voleur*, *La Caricature*. Nem az érvelés, hanem a valóság legapróbb, látszólag legjelentéktelenebb részleteinek rögzítése válik feladattá. Ez a sajtótípus érintkezést mutat azokkal az irodalmi műfajokkal, amelyeket Walter Benjamin a panoramikus irodalom kategóriájába sorol, ide tartozik például az (irodalmi műfajként értett) fiziológia. Tehát 19. század elejéig a nyugati írott kultúrát a retorikai-argumentatív modell határozta meg, a diskurzus elsődleges feladata a meggyőzés kifejtése, az erről való meggyőzés, tehát az egyéni gondolat kifejezése volt. Ebből a nyelvfelfogásból erkölcsi és filozófiai következmények is adódtak, amelyek a diskurzust annak szubjektív eredetéhez kötötték. Az új paradigma a reprezentatív, narratív modell eljövételét jelenti: a diskurzus a valóság narratív reprezentációja, az író nem véleményt nyilvánít, hanem közvetít, olyan mediátor, aki a valóság és a befogadók között található, aki el képes *mesélni* a világot. Természetesen a pragmatikai aspektus nem tűnik el, hanem másodlagossá, indirektté válik. Ebben a változásban ragadható meg a médiakultúra alapvető logikája: a mediáció folyamatához képest másodlagossá válik a szerzői instancia, a kulturális termékek alapvető feladata a közvetítés.

A magyar sajtó és az irodalom tendenciái azt mutatják, hogy Magyarországon is azonosítható ez a paradigmaváltás. 1841-től Kossuth Lajos a *Pesti Hírlap* főszerkesztője lesz, amelynek 1844-ben már 5200 előfizetője volt, ez ebben a korban igen kiemelkedőnek számít. Kossuth politikai napilapja a korabeli nyilvánosság egyik fontos orgánuma és alakítója lett, mindennek előtt a megyei levelezők által írt krónikáknak, illetve a főszerkesztő vezércikkeinek köszönhetően. Ebben az újságban a tárca rovata is politikai szerepet játszott. Erre való reakcióként a konzervatív *Budapesti Híradó* főszerkesztője 1846-ban megjelentette az első magyar folytatásos regényt (Jósika *Akarat és hajlam* című regényét), amely műfaj az olvasók fidelizására is alkalmas. Nagy Ignác, a kor kiváló újságírója 1844 és 1848 között ennél a lapnál dolgozott.

Magyarországot bonyolult nyelvi helyzet jellemzi, s ezt jól le lehet írni Henri Gobard azon nyelvi modelljével, amelyre később Deleuze és Guattari is támaszkodtak a *Kafkáról* írott könyvükben (Deleuze–Guattari 2009). A vernakuláris nyelv a nép esetében a magyar, az európai orientációval bíró arisztokrácia esetében pedig elsősorban a német (gyermekkorában Széchenyi is jobban beszélt németül, mint magyarul). A közvetítő, városi, állami nyelv a német mellett a magyar lesz; s az egyik nagy tét, hogy a némettel és a franciával együtt a magyar referenciális nyelv, vagyis „a kultúrának, az értelemnek a nyelve, azaz a kulturális reterritorializáció nyelve” (Deleuze – Guattari 2009: 49) is tudjon lenni. A 19. századi magyar

kultúra alakulása azt mutatja, hogy a magyar egy autonóm kultúra nyelvéné válik, ám nem feledhetjük el azt sem, hogy a német nyelv is megőrzi pozícióját a 20. század elejéig. A magyar polgárság részben német eredetű, s e közönség számára jelenik meg például a *Pester Lloyd*, az egyik legszínvonalasabb korabeli napilap, amely a magyar kultúrát közvetíti számára, illetve a magyar könyvkiadók német nyelvű könyveket is nyomtatnak.

A nyelvek közötti váltásra, illetve arra, hogy a nyelvújítás túlzásaitól megszabaduló magyar nyelv milyen esztétika hordozója tud lenni, jó példa Nagy Ignác újságírói, illetve irodalmi munkássága. Nagy egy magyar, de német kultúrával rendelkező nemesi család sarja volt, német gimnáziumba járt és németül írta első költeményeit is. Részben későbbi felesége hatására tanult meg magyarul, és kezdett magyar nyelven írni (Szalai 2011). Értelmeznünk kell e nyelvi deterritorializáció/reterritorializáció (Deleuze – Guattari 2009) jelenségét, mert hozzásegíthet az életmű megértéséhez. Nagy Ignác elhagyja a vernakuláris/helyi nyelvet, ebben az esetben a németet, a magyarért, amely az ország egyik közvetítő nyelve. A városi, állami magyar nyelvvel kettős deterritorializáció történik – Nagy kikerül a helyi nyelvből és az eredeti közösségből: az apja sohasem bocsátja meg, hogy egy pesti, elszegényedett nemesi családból származó lányt vett feleségül. Ugyanakkor a magyar nyelv választása lehetővé tette számára, hogy az újság- és regényíráson keresztül rácsatlakozzon a magyar kultúrára: Nagy az egyik első képviselője lesz a magyar városi irodalomnak. A magyar nyelv szerepe tehát kettős: lehetővé teszi egyfelől a deterritorializációt és a kultúrán keresztüli reterritorializációt: a magyar nyelv egy új esztétika, a reprezentáció esztétikájának médiuma lesz, melynek mechanizmusa így írható le: látni, osztályozni, elmesélni, nyilvánossá tenni. A kisebbségi pozícióban levő újság- és regényíró ösvényt vág abban a nyelvben, amelyet választ, ez az ösvény pedig a közvetítő ösvénye – így alapozva meg egy, a mai napig fontos kulturális hagyományt, amelynek jelentőségét talán még mindig nem látjuk pontosan.

Nagy és Kuthy Lajos regényei az akkortájt egyik legaktuálisabb regényműfajt, az Eugène Sue-féle nagyvárosi rejtelmek műfaját adaptálják, átalakítva és beleillesztve a francia műfajt saját munkásságukba. A regények folytatásokban, füzetekben látnak napvilágot (Nagy Ignác regénye ráadásul illusztrált kiadásban), s széles közönséget céloznak meg (Nagy regénye egyszerre próbálja megszólítani a városlakókat, illetve a népi réteget is, azt a megoldást választva, hogy a gonosztevőnek nem más, mint a korabeli népi ponyvák hőjét, Sobrit választja). 1873 és 1874 folyamán Kiss József Szentesi Rudolf álnéven publikálja a *Budapesti rejtelmek* című regényfolyamát<sup>3</sup> – megszabadulva bizonyos, az 1840-es évek szövegeire

---

<sup>3</sup> 1872-ben jelenik meg Sue regénye magyarul könyv formában, egyszerre három kiadónál is.

jellemző funkciótól (mint például egy olyan társadalmi program közvetítése, amely Nagy és Kuthy regényében is fontos összetevője a történetmesélésnek) a műfaj továbbra is népszerű, még az 1920-as években is jelennek meg ebbe a műfajba tartozó szövegek, pl. *A Rókus kórház rejtelméi* című, szerzői név nélküli regény.

Az új, tömegkulturális logika meggyökeresedése 1867 és a századforduló között gyorsul fel, a helyzetet azonban több faktor is bonyolítja (Gyáni – Kövér 2006). Az egyik ilyen a többnyelvűség. Magyarország lényegében 1920-ban, a trianoni szerződések következtében lesz nyelvre homogén ország. 1910-ben 18,3 millióan laktak az országban, amely nyelvi megoszlás tekintetében igencsak heterogén képet mutat: a lakosok 54,56%-a magyar anyanyelvű (szemben az 1880-as 46,65%-kal), 10,44%-a német, 10,68%-a szlovák, 16,18%-a román anyanyelvű, míg 2,55%-a rutén, 2,53%-a szerb, 1%-a horvát anyanyelvű – tehát a lakosság 45,44%-a nem magyar anyanyelvű (ez az arány 53,35% volt 1880-ban). A nyelvi asszimiláció 1867-től válik elsőrendű kérdéssé, s annak kudarca részben eleve kódolva volt. Ebben a folyamatban az egyik legfontosabb faktornak a felekezeti hovatartozás számított – az asszimiláció részben ezen keresztül lehetett sikeres. A magyarországi zsidók többsége asszimilálódik, ez magyarázhatja azt, hogy a zsidó válik a harmadik legnagyobb magyar nyelvű felekezetté. Az ortodox vallásúak viszont nem ezt az utat választják. Az asszimiláció olyan egyéb tényezőktől is függött, mint a mobilitás, az iparosodás, a piacosodás – amennyiben ezek a folyamatok a városiasodáshoz (Budapest lakosságának 91%-a magyar nyelvű volt) és a foglalkozásszerkezethez is kötődtek (a kereskedelem például igényelte a magyar nyelv használatát).

Ha egyéb tényezőket is nézünk, akkor azt látjuk, hogy a változások ezek esetében is a 20. század elejére érnek be. Az iparosodás 1867-től kap lendületet, de a tőke jelentős része még a századfordulón is mezőgazdasági eredetű. A magyar polgári réteg, amely egyre szélesebb lesz, mint láttuk, döntően idegen (német, zsidó) származású, ennek tagjai aztán részben mind nyelvre, mind kulturálisan is asszimilálódnak. A magyar (tömeg)kultúra olyan nagy alakjai, mint Rákosi Jenő, Miklós Andor vagy Herczeg Ferenc az asszimilánsok jellegzetes típusai. A századvégtől figyelhető meg, hogy a középréteg kulturális gyakorlataihoz felülről és alulról is csatlakoznak egyéb társadalmi osztályok (nemesi réteg, városi munkásság).

A sajtó az 1880-as évektől válik üzletivé: a politikai aspektus egyre inkább háttérbe szorul, s egy egyre szélesebb nyilvánosság keretei között a sajtó információt szolgáltat – ebben a feladatban találja meg új identitását. Ez a folyamat egybeesik az első, kis formátumú, bulvárszerű lapok megjelenésével is (*Kis Újság*, 1887, *Esti Újság* 1896). Szintén ebben az időszakban azonosíthatók egyéb paradigmaváltások is: a nevelő célzatú családi lapok helyett

az orientációs funkcióval bíró társasági lapok veszik át a vezető szerepet (Lipták 1997). Az 1910-es évtized, *Az Est* diadalmenete e sajtótörténeti változások következő szakaszát jelzi: a lapot a falvakban is olvassák, ez tehát az első lap, amely elvileg az ország teljes, olvasó lakosságához eljuthat. Móricz Zsigmond ezt az egyszerre társadalmi, kulturális és mentális váltást így írja le:

a kalendáriumról *Az Est* olvasóivá emelkedett a magyar falu. És ez azt jelenti, hogy egyszerre csak a hivatalosan művelt népamítás helyett első kézből vett információkkal, az európai sajtóban is a legelső vonalú hírszolgáltatással, eszmei és politikai irányítással kötött benső kapcsolatot a tanyák népe... Népegyetem volt *Az Est*” (idézi Buzinkay).

Ugyanakkor kérdés, hogy e kulturális logika nyelv által közvetített értékrendszere kikhez ért el, mennyire járult hozzá az egyéni emancipáció folyamataihoz, hogyan viszonyultak mindehhez a nyelvi-kulturális kisebbségek, s milyen alternatív értékrendszerek jelentek meg ugyanabban a nemzeti térben, hiszen egymásnak feszült a modernitás homogenizáló tendenciája, illetve a felekezeti-etnikai meghatározottság.

A városiasodás folyamatainak vizsgálata további kérdésekhez vezethet. Magyarországon 1869-ben a népesség 13%-a lakik városokban, a dualizmus végén ez az arány 20%. A nagyvárosi kulturális gyakorlatok leginkább Budapesten lehettek elterjedtek (ahol nagy volt az aránya a magyarul beszélőknek). Vajon mennyire városiasak a vidéki városok? Gyáni Gábor erről a következőket írja: „A városiasság nélkülözhetetlen kellékének számít ugyanakkor a kereskedelem, a szolgáltatás és idővel az ipar (kivált a nagyipar), valamint a szellemi élet fajsúlyos jelenléte a városlakók megélhetési forrásai között... Ne feledjük végül, hogy az tesz igazán várossá egy adott helyet, ahogyan kinéz.” (Gyáni 2012: 29-30) Szerinte Győr és Miskolc is azt példázza, hogy egy városnak lehetnek hivatalai, gyárai, de a kultúra szelleme híján valami alapvető hiányzik (Győrnek például ekkor még nem volt színháza). Budapest után Szeged az első vidéki város, ahol az 1879-es árvíz után először építettek körútrendszert és azt övező bérházakat. Debrecen esetében csak a 20. század elején indultak építkezések és infrastrukturális beruházások – ez utóbbi esetben egy olyan városról beszélünk tehát, amelynek lakosai döntően az agglomerációban laknak. Ugyanakkor Pécs és Kolozsvár új kulturális centrumokként tesznek szert jelentőségre.

Mindez pedig meghatározza azt, hogy a látványosságokon alapuló tömegkulturális gyakorlatok kialakulnak-e, vagy pedig hiányoznak egy adott városban. A látványosság

legfontosabb tere és egyben szimbóluma ugyanis nem más, mint maga a nagyvárosi utca, a körút, amelynek paradigmikus példája a párizsi, öt kilométer hosszú, a Madeleine-től a Bastille-ig tartó körútrendszer. A körút az éttermek, áruházak, kávéházak, színházak területe, s mint látvány sokak (a baudelaire-i értelemben vett sétálók) számára elérhető. Ilyen kultúra Magyarországon jószerivel csak Budapesten alakulhatott ki, s csak lassan követték ebben a vidéki városok.

A látványkultúra néhány terének és műfajának rövid áttekintése a magyar médiakulturális gyakorlatok néhány jellegzetességét mutathatja meg.

A színház a látványkultúra egyik tradicionális intézménye, a 19. század új műfajai (vaudeville, melodráma) által új közönségrétegekhez tud eljutni. A francia eredetű színházi műfaj, az operett a Monarchiában sajátos karriert fut be. Hanák Péter elemzése arra mutat rá, hogy a műfaj tulajdonképpen véghezvitte a kiegyezést, a különféle hagyományok együttélésének lehetőségét:

Az operett rejtettebb érdekessége a zene, a tánc, a mese, a dalszöveg együttesében, az egész mű ambivalenciájában kereshető. Mert az operettben lehetett egy az egyben tündérmesét, csodát, valóságos karriertörténetet, gazdagságot, házasságot, boldogságot látni, és lehetett a fonákjáról nézve a mese, a csoda, a karriertörténet paródiájaként értelmezni. Lehetett azzal a hittel beülni a színházba, hogy ott egy mágikus erő felfüggeszti a társadalmi rend s a mindennapi élet törvényeit, de lehetett úgy is felfogni a színházat, hogy ott szabad mindaz, ami a mindennapi életben tilos vagy veszélyes: kritizálni, kigúnyolni a bürokráciát, a tábornokokat és a mágnásokat, az egész fennálló társadalmat. Az operett belső társadalmi és nemzetek közötti integratív ereje századunk háborúi alatt, közöttük és ellenükben is érvényesült. Ez a zenés műfaj a tömegkultúra integráns része lett, s ha színvonala, értéke erősen ingadozott is, két érdeme aligha tagadható. Az operett új közös nyelvet teremtett e megosztott földön, és nem zárta el, inkább megnyitotta az utat a magasabb zenei műveltség előtt.” (Hanák 1997)

Magyarországon csak nagyon kevés áruház épült a második világháborúig. Ennek oka Gyáni Gábor szerint részben abban keresendő, hogy nem volt elegendő tőke az alapításhoz (azok, akik áruházakat nyitottak, zsidó származású kereskedők voltak) (Gyáni 1997). Az egyetlen, amely a nyugat-európai áruházakra emlékeztetett, a nyugati tőkéből épült Corvin volt. Ily módon a magyar áruházi kultúra nem a polgárság, hanem a kispolgárság vásárlásainak



színhelye lett: a nyugat-európai áruházi kultúrával ellentétben a magyar áruház nem tudott a modern polgári fogyasztói kultúra színhelye lenni. A fogyasztói logikát ráadásul nemcsak a kiskereskedés, hanem az állam is igyekezett visszafogni, így nem meglepő, hogy a fizetőképes kereslettel rendelkezők Bécsbe mentek ruhát vásárolni.

A Monarchia kávéházi kultúrája egyfajta átmenet volt a nyugati és keleti kávéházi tradíciók között (Droste 1996). A kávéház városi és polgári intézmény:

A jelző, hogy egy intézmény polgári, egyszerre két dolgot jelent: jelenti elsőként használóinak, a vele élőknek határozott osztályösszetételét; s jelenti másodikként annak az image-nek a szociális tartalmát, melyet az adott intézmény működési módjával, az általa betöltött funkcióval fogva, s azáltal, ahogy e funkciót betölti, a használói számára reprezentál.” (Gyáni 1996)

Gyáni szerint a kávéház a legfontosabb terepe és szimbóluma annak a polgári műveltségeszménynek, amely a napi sajtó szüntelen olvasása általi jólétesültséget jelenti. Emellett, s a kávéházhoz kapcsolódó magyar mitológia ezt jól tanúsítja, demokratikusságánál és fél-nyilvános intézmény mivoltából köszönhetően egyfajta második otthonként is funkcionál: sokan nem csupán játszani, inni vagy tájékozódni, hanem dolgozni jártak ide.

A pesti Vurstli ideális látogatója nem a polgár, hanem a népi osztályhoz tartozó közönség volt. Az 1838-ban alapított városligeti látványosságkomplexum fénykorát a 19. század végén, a 20. század első évtizedeiben élte, közönségét a kispolgárság, a munkások, a cselédek és a katonák jelentették. Az itt működő mutatványosok igyekeztek követni a társadalmi és technikai aktualitásokat: a Plasztikon, vagyis a viaszbáb múzeum a korabeli bűnügyi eseteket is megpróbálta rekonstruálni, továbbá itt kezdte karrierjét a kezdetben látvány-kiegészítőként működő mozgókép is. A Vurstli azonban az első világháború után egyre kevésbé tudta felvenni a versenyt az új látványossági formákkal, s válságba jutott (Granasztói 1997).

A látványosságon alapuló gyakorlatok is integráló funkcióval bírtak, részben felfüggesztették a nyelvi-felekezeti különbségeket, s eljuttathatták a kultúrát olyanok számára is, akik még nem voltak családi viszonyban az olvasás gyakorlataival.

E rövid áttekintés is lehetővé teszi néhány következtetés levonását. Franciaországhoz, Nagy-Britanniához képest Magyarországon a tömegkultúra a 20. század elején teljesebben ki, s ebben a folyamatban kulcsfontosságú szerepe van a Monarchia bukásának. 1920 után nyílik lehetőség arra, hogy a közép-európai országok legtöbbszörében anyanyelvű médiakultúra

alakuljon. Ugyanakkor azt is láttuk, hogy ez a logika körülbelül az 1840-es évektől kezdődően fokozatosan meggyökeresedik a többnemzetiségű Monarchián belül – így azt mondhatjuk, hogy az 1840 és 1920 közötti szakasz egyfajta megelőző korszak. Az 1920 és 1945 közötti szakasz tekinthető e kulturális logika „aranykorának”, 1948/1949-től pedig, a kommunista-szocialista rendszer megszilárdulásával egy felülről, ideológiailag erősen meghatározott kulturális rendszer alakul ki, azonban az 1960-as évektől kezdve a Kádár-rendszer különféle engedményeinek egyik következménye a fogyasztói logika (újbóli és részleges) megszilárdulása lesz.

Az első korszakot a többnyelvűség jellemzi, s ennek sokféle következménye van. Egy olyan szerző, mint Dumas művei legalább három nyelven olvashatók: franciául, németül, magyarul, de akár további kisebbségi nyelveken is. A 20. század elejéig jelentős Magyarországon a német nyelvű sajtó is (ld. a *Pester Lloyd* jelentőségét), de a többnyelvűség kérdésének vizsgálata nem szűkíthető le csak erre a két nyelvre.

Az etnikai és felekezeti meghatározottság, illetve az asszimiláció-modernizáció sajátos egymásra hatása miatt nem vehetjük át a nyugati polgárság és tömeg-/médiakultúra koncepciókat, hiszen tekintettel kell lennünk arra, hogy ez az imént említett egymásra hatás milyen ötvözeteket hoz létre: részletes vizsgálatokat igényelne annak megállapítása, hogyan alakítja a kulturális gyakorlatokat, az elsajátítás (illetve az ellenállás) folyamatait a nemzetiséghez, felekezethez, de akár a társadalmi osztályhoz, a nemhez, vagy a generációhoz tartozás.

A magyar médiakultúra, mint a Monarchián belüli egyik domináns alakzat tehát tanulmányozható ugyan önállóan, de tudatában kell lennünk annak, hogy egy bonyolult rendszerben foglal helyet. Ennek megfelelően nemzetközi kutatás mutathat rá arra, hogyan alakult ez a kulturális logika Kelet-Európában. S ennek részeként, amikor a tömegkulturális termékek produkcióját és terjedését tanulmányozzuk, olyan városokból álló hálózat jelentőségét kell megértenünk, mint Bécs, Budapest, Pozsony, Kolozsvár vagy Zágráb.

## Bibliográfia

Buzinkay Géza: *Kis magyar sajtótörténet*, <http://vmek.oszk.hu/03100/03157/03157.htm>.

Deleuze, Gilles – Guattari, Félix 2009: *Kafka. A kisebbségi irodalomért*. Budapest: Quadmon, 2009.

Droste, Wilhelm 1996: Kávéház az Ostrrák-Magyar Monarchiában. *Budapesti Negyed* 12-13, <http://www.epa.hu/00000/00003/00011/dros.htm>.

- Granasztói Péter 1997: Tömegszórakozás a Városligetben – a Vurstli. *Budapesti Negyed*, 16-17, <http://www.epa.hu/00000/00003/00014/granaszt.htm>.
- Gyáni Gábor 1996: A kávéházba járó polgár. *Budapesti Negyed*, 12-13, <http://www.epa.hu/00000/00003/00011/gyani.htm>
- Gyáni Gábor 1997: Középosztályi fogyasztási kultúra és az áruház. *Budapesti Negyed* 16-17, <http://www.epa.hu/00000/00003/00014/gyani.htm>.
- Gyáni Gábor – Kövér György 2006: *Magyarország társadalomtörténete: a reformkortól a második világháborúig*. Budapest: Osiris.
- Gyáni Gábor 2012: Vidéki urbanizáció. In: Uő: *Az urbanizáció társadalomtörténete*, Kolozsvár: Kom-press.
- Hanák Péter 1997: A bécsi és a budapesti operett kultúrtörténeti helye. *Budapesti Negyed* 16-17, <http://www.epa.hu/00000/00003/00014/hanak.htm>.
- Lipták Dorottya 1997: A családi lapoktól a társasági lapokig : újságok és újságolvasók a századvégen. *Budapesti Negyed* 16-17, <http://www.epa.hu/00000/00003/00014/liptak.htm>.
- Maase, Kaspar 2015: Le soldat populaire soulève la controverse. *Le Rocambole* 71-72, Amiens: Encrage, 39-44.
- Mollier, Jean-Yves 2000: Genèse et développement de la culture médiatique du XIXe au XXe siècle. In: Jacques Migozzi (szerk.): *De l'écrit à l'écran. Littératures populaires : mutations génériques, mutations médiatiques*. Limoges: PULIM, 27-38.
- Mollier, Jean-Yves 2006: L'Émergence de la culture de masse dans le monde. In: J.-Y. Mollier, J.-F. Sirinelli, F. Vallotton (szerk.): *Culture de masse et culture médiatique en Europe et dans les Amériques (1860-1930)*. Paris: PUF, 65-80.
- Szalai Anna 2011: „...Bűn hozatott föl ellenem: [...] »Ellensége vagyok a zsidóknak«” Zsidó szereplők Nagy Ignác műveiben. *ItK* 5-6, 573-599.
- Vaillant, Alain 2006: Invention littéraire et culture médiatique au 19<sup>e</sup> siècle. In: J.-Y. Mollier, J.-F. Sirinelli, F. Vallotton (szerk.): *Culture de masse et culture médiatique en Europe et dans les Amériques (1860-1930)*. Paris: PUF, 11-22.