

A fővárosi reklám egy évszázada

A közelmúltban páratlan szépségű, óriási ismeret- és illusztrációs anyagot tartalmazó város- és reklámtörténeti kiadvány jelent meg a Fővárosi Szabó Ervin Könyvtár és a Geomédia Kiadó közös gondozásában. A „*Reklámélet Pest-Budán és Budapesten 1845–1945*” című könyv *Csapó Katalin* muzeológus és *Karner Katalin* könyvtáros válogatásában és szerkesztésében látott napvilágot. A kötet alkotói nagy szakértelemmel és jó ízléssel válogattak a FSZEK Budapest Gyűjteménye és a Magyar Kereskedelmi és Vendéglátóipari Múzeum, valamint néhány más fővárosi múzeum fényképtárának anyagából.

Mint a könyv címe is jelzi, a kiindulópont reklámtörténeti indíttatású; a szerkesztők a rohamosan fejlődő főváros egy évszázadán keresztül követik nyomon a köztéri reklám fejlődését és változásait, a város arculatát alakító funkcióját, és éppen e megközelítés miatt tekinthető hézagpótló műnek. Bár az utóbbi évtizedekben a reklámmal, annak módszertani, pszichológiai, kereskedelmi és PR-vonatkozásaival kapcsolatban számos könyv látott napvilágot, csupán néhány kiadványban jelent meg a reklám várostörténeti aspektusa. Bizton állítható tehát, hogy ez a kiadvány, amely sok új információval és vélhetően még hasznosítható ötletekkel is szolgál, nemcsak a szakma művelői körében számíthat érdeklődésre, hanem helyet kaphat a reklám történetének oktatásában is.

Napjainkban sokan gondolják, hogy a reklám a közelmúlt modern életének kísérőjelensége. Az itt ismertetett könyv alapos áttanulmányozása után azonban rájöhetünk, hogy a mai reklámeszközök elődei már a mögöttünk hagyott évszázad(ok)ban is léteztek.

Részben a várostörténet régebbi korszakai iránti nosztalgiának, részben a reprodukációs technika fejlődésének köszönhetően, az utóbbi évtizedekben megnőtt a különlegesen szép kivitelű, a régi Budapestet vagy egy-egy városrészét bemutató fotó- és képes albumok száma. Az egykori városkép igazán reprezentatív album formájában történő visszaidézése a *Budapest anno* című könyv 1979-es megjelenésével kezdődött, és csaknem minden esztendőben gazdagodott egy-egy újabb kiadvánnyal. A *Reklámélet Pest-Budán* ezek sorát folytatja a város múltjának egy sajátos, új látószögből történő megjelenítésével. Az elmúlt korok városképének hely-, társadalom-, fotó- vagy művészettörténeti megközelítésű vizsgálata helyett (de ezeket sem mellőzve) a könyvben látható fényképek a reklám városképi megjelenésének számtalan változatát helyezik középpontba.

A városkép és a reklám összekapcsolása Budapest esetében új szempontú vizsgálódás; de adódik a kérdés, miként történt ez külföldön. Az internet adta lehetőséget felhasználva kíváncsian kutattam – elsősorban német és angol nyelvű kiadványokat – néhány olyan metropolisz (Berlin, Frankfurt, München, London, New York) városi és egyetemi könyvtáraiban, amelyek e könyv által bemutatott időszakban már szinte a reklám „fellegrárai” voltak. A hirdetésekkel és reklámmal általában foglalkozó nagy mennyiségű szakirodalom mellett az egyes részterüle-

tekkel, mint sajtó-, film-, színházi és médiareklámmal kapcsolatos tételeket találtam, illetve bőven akadtam egy-egy ország vagy korszak reklámcégeinek, közismert termékeinek, márkáinak történetét és reklámhordozóit (többnyire plakátokat) bemutató művekre, kiállítási katalógusokra is. Ugyanakkor szinte elvétve leltem rá a köztéri reklám egy-egy város példáján történő bemutatásáról szóló könyvre. (Rövid a felsorolás: londoni közlekedési reklám, a város promóciója Frankfurt am Mainban, az 1920-as évek reklámja Párizsban). Természetesen a szakirodalom alaposabb ismerete és a művek kézbevétele nélkül, csupán a címleírásra hagyatkozva nem állíthatjuk, hogy nem is létezett ilyen kutatás. A budapesti közterületi reklám ilyen skálájának évszázadnyi történetét bemutató kötet azonban minden valószínűség szerint európai léptékkal mérve is újszerű alkotásnak mondható.

A köztér, az utca mint társadalmi terep ma is különleges szereppel bír; új jelenségeivel, a modern nagyváros képi megnyilvánulásaival napjainkban több történeti vizsgálódás foglalkozik. Ezért (is) izgalmas és informatív a három fejezetre tagolt könyv első, *Reklám és városkép* című, a téma történeti ívét hitelesen és látványosan felrajzoló, terjedelmileg is hangsúlyos fejezete. Metszetek, fotók, valamint korabeli reklámhordozók, plakátok segítségével, a kereskedelem és a technika fejlődésének tükrében mutatja be a reklám városképi expanzióját, kiemelkedő megnyilatkozásait, intézményi történetének mérföldköveit, jó érzékkel választva ki száz év városképi anyagából a legmegfelelőbb, legérdekesebb dokumentumokat. A szerkesztők a képekhez a korabeli szakirodalomból, valamint folyóiratokból válogattak nemcsak a témában odaillő és a képekhez illeszkedő, hanem reklám- és várostörténeti szempontból egyaránt fontos eseményeket is rögzítő szövegeket.

A reformkori reklám legkorábbi városképi megnyilvánulásait e könyvben is természetesen az üzleti élet már akkor is legfrekvenciáltabb színterén, a belvárosi Váci utca kirakatain, díszes cégtábláin és az egykorú sajtóban, kalendáriumokban megjelenő hirdetéseiken szemlélhetjük. A gazdasági élet a kiegyezés után óriási fejlődésnek indult, a boldog békeidőkben a cégek számának ugrásszerű emelkedése, a növekvő konkurencia is hozzájárult ahhoz, hogy a hirdetések és reklámok mind nagyobb teret foglaltak el a városban, elborítva az épületeket, tűzfalakat, kerítéseket, a bontásra ítélt házakat.

A modern nagyvárosi embertípus a „baudelaire-i flaneur”, vagyis a kószáló, aki számára a passzázok, áruházak kirakatai és a terjeszkedő reklámok egyre több látnivalót jelentettek. Ebből vezethető le a ma már szinte definíciószerűen használt megállapítás: a nagyvárosi lét legfőbb velejárója a látás. És erre a tényre alapozták–alapozzák hatásmechanizmusukat a közterületi reklámok is. Innen eredeztethető a szakemberek máig tartó – szlogenként megfogalmazott – megoldáskeresése: „hogyan lesz a járókelőből vevő?”. Mindazt, hogy az elődök mit is tettek ennek érdekében, részletesen és látványosan mutatja be a könyv.

A Fővárosi Közmunkák Tanácsa már 1878-ban – a külföldi példát követendő – hirdetőoszlopok elhelyezésére és „üzemeltetésére” írt ki pályázatot, ezzel kívánta növelni a városképileg is elfogadható, legális reklámhelyek lehetőségét. Persze ez nem jelentette az egyéb falragaszok megszűnését, mert azt a rendelet a házak, épületek tulajdonosainak engedélyéhez kötötte. Az épületek után a közterületek újabb objektumai, a padok, favédőrácsok, villanypóznák, újságárusító bódék, pavilonok, telefonfülkék sem maradhattak üresen; a reklámtevékenység intézménye-

sülésével aztán jó haszonnal bérbe is adták ezeket a felületeket. Ezért írhatta 1928-ban a Reklámélet című szaklap a következőket: „Tréfásan hangzik, de igaz, hogy ma már az utca nem is a közlekedésért van, hanem a reklámért”. Új hirdetési lehetőséget, hasznosítható nagy felületeket jelentettek a tömegek által látogatott sportpályák és események, valamint a strandok is. Számtalan árucikk – a tisztítószerektől az italokon és a cigarettán keresztül a divatos ruháig – mind-mind megtalálta a maga köztéri megjelenésének legoptimálisabb helyét és módját. A gyártók és kereskedők természetesen mindig újabb, korszerűbb, hasznosabb termékeket akartak eladni, ehhez tetszetős, sokszor meghökkentő, de mindenképpen figyelemfelkeltő, színes reklámok szükségeltettek, mert csak így csábíthattak újabb és újabb vevőket a kínált portéka kipróbálására, megvásárlására. Ennek az azóta is tartó folyamatnak hihetetlenül sok eszközt vonultatja fel a könyv.

A világvárossá váló Budapesten különleges építmények, városképi „díszítmények” is megjelentek; így az 1906-ban épült Török Bankház tetején világító földgömb reklámozta a pénzügyi céget, 1926-ban díszes reklámtornyot emeltek a Berlin téren. A korábban gázlámpákkal megvilágított város a villanyvilágítás elterjedésével egyre fényesebb, ragyogóbb lett, a reklám pedig minden eddiginél hatásosabb „fegyverrel” gazdagodott: a háztetőkön óriási betűkkel hirdetett cégnevek világítottak, majd 1925-től már technikai trükkök egész sorát felvonultató mozgó fényreklámok kápráztatták el a város lakóit és az ideutazó turistákat.

A statikus reklámozási lehetőségek után újabb színfoltot jelentett a város életében a mozgó – ma mobilnak mondott – reklám. Hirdetések jelentek meg már a lovas kocsik, omnibuszok oldalain is. Ez a „trend” a motorizáció elterjedésével a sokak által igénybe vett tömegközlekedési eszközökön is folytatódott. A külső és belső felületeket, sőt még a villamosok peronlezáróját is felhasználták e célra. A tömegközlekedési reklámban rejlő lehetőséget felfedezve hozott létre saját hirdetési irodát a BSZKRT. Egyes vállalatok makettekkel felszerelt automobillal, illetve ötletesen kialakított autóbusszokkal, mintegy mozgó „bemutatóteremként” mentek a vásárlóközönség elé termékeikkel (Braun likörgyár, Weiss Manfréd gyár Csepel-varrógépe, Del-Ka cipő). A korabeli sajtó szerint meghökkentő amerikai módszerekkel csábították megállásra a járókelőket. 1925-től a Rádió Hirdető különleges autója járta a várost, és nem csupán a rádió műsorait sugározta hangsrójából, de a szünetekben fizetett reklámokat is közvetített. Egyéb mobil újdonságok pedig a „fellegekben” jártak: 1928-tól a Schmoll és Kallós cipőpasztyagár repülőgép szárnyára írt világító felirattal reklámozta esténként a termékét, míg a Frank kávé nevét száguldó sportrepülőgép segítségével rajzolták a pesti égboltra.

A könyv második fejezete – az anyag gazdagságát megillető terjedelemben – a reklámnymotatványokat mutatja be. A fantasztikus bőséggel sorakozó díszes szám-lák, cégismertető, számológéplámpák, árjegyzékek, étlapok, képeslapok mellett reklámbélyegek, koffercédulák, kirakati reklámtáblák, csomagolóanyagok, reklámtasakok láthatók. Ezeknek a dokumentumoknak is a város az „élettere”, üzleteivel, vendéglőivel, szállodáival. Az albumnak ez a része csaknem teljes egészében színes anyagot tartalmaz, a régi korok vizuális kultúrájának gazdag tárházát vetíti elénk. Az sem meglepő, hogy az 1800-as évek közepéről származó hirdetési anyagok a pest-budai népesség nemzetiségi összetételéből adódóan magyar és német nyelven íródtak, az viszont igen, hogy a mindennapi használatra szánt nyomtatványok nagy

részét milyen műves, gazdag díszítéssel látták el. A cégismertetőkön, számlák fejlécein az egykori vállalkozások, szállodák, üzletek díszes külső és belső ábrázolásait láthatjuk, s ezek gyakran egészen egyedül képi információval szolgálnak a régi főváros egy-egy épületéről.

Az előzőekben felsorolt – külön blokkokba rendezett – sok-sok nyomtatványfajta közül azért kívánkozik kiemelésre a közel száz színes számolócédula, mert a közölt tényeken túl még hangulatosabban „mesélnek” is a korszak kereskedelmi életéről, amelynek „hétköznapi eszközei” voltak ezek az egyik oldalán figyelemfelkeltő reklámképpel díszített, az üres oldalán pincéreknek és kereskedőknek számolásra felkínált nyomtatványok. Bár a könyvben olvasható korabeli írás szerint „az üzleti grafika proletárgyermekének” nevezték őket, alkotóik között neves grafikusok is szerepeltek.

A könyv lapjairól képet alkothatunk a fővárosi hirdetőcégek történetéről is. Többek között arról, hogy a főváros 1911-ben alapított saját, „hivatalos” vállalatot Budapest Székesfőváros Hirdető Vállalata néven, Blockner Isidor vállalkozása pedig az egyik legsikeresebb magánvállalkozás volt, mely 1891-től, az államosítást is túlélve, 1952-ig működött.

Tartalmas és szép könyvet kézbe venni mindig örömteli érzés. Az említett értékeken túl még azért is, mert általuk közkinccsé válhatnak mindazok a múltunkat őrző, ritka dokumentumok, amelyeket az archívumok – ez esetben a Fővárosi Szabó Ervin Könyvtár Budapest Gyűjteménye és a Magyar Kereskedelmi és Vendéglátóipari Múzeum – őriznek az utókor számára.

(Reklámélet Pest-Budán és Budapesten 1845–1945. Szerk. Csapó Katalin és Karner Katalin. Bp. 2003. FSZEK–Geomédia Szakkönyvek, 272 p.)

Sántháné Antal Sára

Figyelmeztető tények könyve

Boldogult úrfi koromban – a hatvanas évek elején, közvetlenül az érettségi után –, amikor a FSZEK pesterzsébeti kerületi könyvtárában jobb híján, mint afféle könyvtári gyakornok, kölcsönző (tájékoztató) munkát végezhettem, rájöttem, hogy a könyvajánlás a felvilágosítás nélkülözhetetlen velejárója, érdemes tehát legalább a könyvek olykor rejtélyes címének magyarázatával kezdeni a mondanómat. Természetesen le is írtam a „megfejtéseket”, emlékszem, a betűrendbe sorolt (és a kollégák által is lelkesen kiegészített adattár) első tétele *Andersen-Nexö Szürke fény* című, akkor népszerű regényéről szól.

Nos, *Nagy Attila* legújabb opusának címe *Kierkegaard* egyik esszéjére utal, amelyben a jeles filozófus az egész emberiség időszemléletét a csónakban ülő személy helyzetéhez hasonlítja: húzzuk az evezőket, és pontosan látjuk a már elhagyott, elsuhanó tájat, a múltat, de hátunk mögött van a cél, a jövő, amelyről alig sejtünk valamit. – „Most éppen merre tartunk?” – teszi fel a kérdést Nagy Attila,

ezúttal a középiskolások olvasási, művelődési szokásairól, értékeik világáról, változásainak tendenciáiról, nemzeti identitástudatuk jellemzőiről, kulturális tényekről és sok minden egyébről szóló kutatásáról beszámolva. Mindenesetre már itt, a bevezetőben hangsúlyoznom kell, hogy a szerző nem kíván egyértelműen válaszolni az előbbieken idézett kérdésre, szigorúan ragaszkodik az általa végzett szociológiai vizsgálat tényszerű elemzéséhez, értékeléséhez. „Írásunk kerüli a jövőre vonatkozó állásfoglalásokat” – írja, majd hangsúlyozza, hogy a „korrekt helyzetelemzés műfaját” műveli, feladata csupán a „tükör felmutatása” lehet. Mindez így is van, ám szerencsére, szerencsénkre ez a tudósi aggályoskodás – nem tudok más kifejezést találni rá – nem gátolja meg abban, hogy a kutatási eredmények, részeredmények kommentálásakor ne csak a jelennel és a múlttal szembesítse olvasóit.

A szerző hét kisváros gimnáziumának, szakközépiskolájának és szakképző intézetének 9. és 11. osztályos tanulói körében végzett kérdőíves felmérést elemzi, értékeli. A települések a következők voltak: Kőszeg, Sopron (Nyugat-Magyarország), Tapolca, Hatvan, Kiskunhalas (Közép-Magyarország), Biharkeresztes, Vásárosnamény (Kelet-Magyarország). A vizsgálati minta több mint 1100 fő volt, iskolatípusonként nagyjából egyenlő megoszlásban. Kontrollcsoportként a pannonhalmi bencés és a debreceni Dóczy Gedeon református gimnázium 50-50 diákja szerepelt. A kérdőív 41 kérdést és mintegy 240, esetenként megadott válaszlehetőséget tartalmazott. A kérdések jelentős része megegyezett a Nagy Attila, *Geriben Ferenc* és mások – köztük külföldi kutatók – korábbi vizsgálataiban feltett kérdésekkel, így a szerzőnek lehetősége volt a különböző időpontban végzett kutatások eredményeinek összehasonlítására.

Elsőként a vizsgálati minta jellemzőit mutatja be iskolatípusonként: fiúk–lányok megoszlása, a családi körülmények, a szülők szociális háttere (iskolai végzettség, foglalkozás), aminek eredményeként kiderül, hogy a nyugati régióban és az egyházi iskolákban kedvezőbbek ezek az adatok, a regionális eltérések tendenciaszerűek. Ezt követően a szerző hat fejezetben, azon belül tizenhat alfejezetben dolgozza fel az interjúk során kapott információkat. Sajnos nincs terünk részletesen foglalkozni – bármennyire is megérdemelnék – a kutatás eredményeinek szisztematikus bemutatásával, ezért csak a legfontosabbak között tallózunk. A középiskolások szabadidős tevékenységének sorában egy 1983-ban végzett felméréshez képest a szépirodalom (regények, novellák, versek) olvasása a 9. helyről a 20. helyre esett vissza, holott 1991-ben már a 7. helyet foglalta el. A televíziózás (amely a rangsorban átvette a 9. helyet) meghatározó szerepet tölt be a szabadidő eltöltésében. Csak egyetlen részadat: naponta 2-3 órát tölt a tévé előtt a szakképző intézetek hallgatóinak 27, a szakközépiskolások 25, a gimnazisták 21 százaléka. A kedvelt filmek között az első helyet foglalják el a kommersz alkotások – az iskolák előbb említett sorrendjében – 82, 72, 55 százalékos arányban. Több grafikon, táblázat az internethasználat sajátosságait mutatja be, és ennek során egy kedvező tényről is értesülhetünk. A hagyományos értelemben vett kulturális tőke (otthoni könyvek száma, könyvtárhasználat) és a világháló igényesebb jellegű használata összefügg egymással. „Egyelőre tehát minden okunk megvan a jövőt illető derűlátásra” – írja a szerző az egyébként derűlátásra nem nagyon okot adó tények elemzésekor. Mint ahogy nemzetközi összehasonlításban is jelentősen romlott a diákok körében a szövegértés, ami összefügg a periodikák olvasásával. A középiskolások 14 százaléka egyáltalában nem, 20 százaléka nagyon ritkán, 35

százaléka időnként él ezzel a lehetőséggel. A szépirodalom olvasása csak 14 százalékuk számára jelent „gyönyörködtető, maradandó” élményt. A továbbiakban részletes elemzéseket olvashatunk a könyvtárhasználati szokásokról, többek között arról, hogy a középiskolások kikkel beszélnek meg az olvasmányaikat. („A könyvtárossal történő élménymegosztás mozzanata egyetlen válaszban sem fogalmazódott meg félreérthetetlenül”). Terjedelmes fejezet szól az olvasási szokásokról, a könyvolvasás (és az internethasználat) gyakoriságáról, a legutóbbi olvasmányokról (továbbra is a kötelező olvasmányok vezetnek), a kedvenc szerzőkről, emlékezetes olvasmányokról.

Mindez kiegészül még a történelmi és magyarságtudattal összefüggő fontos (ezúttal sem előzmények nélküli) kérdésekre kapott válaszok feldolgozásával. Az előbbiekből ismét csak néhány adat. A nagyra becsült történelmi személyekre vonatkozó kérdésre a szakképzősök 60, a szakközépiskolások 38 százaléka, míg a gimnazisták jó egynegyede nem tudott, nem akart válaszolni. A rangsorban az első (Széchenyi István, Mátyás király stb.) után egyébként a 6. Hitler, de még Sztálin, Lenin is megelőzi Radnóti Miklóst vagy Jézust. (Az utóbbi esetében meglehet közrejátszott – s erre a szerző is utal – a diákoknak az „unom már az ostoba kérdéseket” jellegű attitűdre adott reakciója, ám akkor is figyelemre méltó.) A magyarságtudat jó néhány összetevőjéről kapott válaszok után a nevelési értékek, majd a vallási kötődések és az olvasói ízlés összefüggéseiről olvashatunk tanulmányos megállapításokat. Végezetül az *Emberközelben* című záró fejezetben településeink két-három, az interjúalanyok közé tartozó diák, valamint a könyvtárosok és pedagógusok különböző kérdőívekre adott válaszait olvashatjuk, mintegy hitelesítve a korábbi helyzetelemzéseket. Mindenesetre ezekről és a szerző rövid összefoglaló kommentárjaiból (pl. a diákok jó harmada jelezte a „beszélgetés” folytatása, elmélyítése iránti igényét) ismét idézhetnénk érdekes megállapításokat, ám azok csak száraz tények lennének, holott Nagy Attila összegzése sokkal több ennél. Ő ugyanis – mint erre már utaltunk – a hazai és nemzetközi olvasás- és művelődéskutatás régebbi és újabb eredményeivel veti össze a legújabb tényeket. Ennek sokoldalúságát jelzi az is, hogy összesen 76 táblázattal, diagrammal szembesíti olvasóit anélkül, hogy egyetlen olyat is közölne, amely feleslegesnek hat. Ha pl. a nemek, korcsoportok szerinti viszonyítások jelentéktelen különbségeket mutatnak – nem közli az erre vonatkozó táblázatokat, csupán megemlíti a tényt. A mű, ha úgy tetszik, összefoglaló jellegére utal a felhasznált, köztük magyarul még nem publikált irodalom bősége: a kötet végén található jegyzék szerint 71 tétel, ám valójában jóval több, mert nem szerepel közöttük az Esterházy Pétertől, Max Webertől, Weöres Sándortól stb. idézett szövegek forrása, vagy pl. az Origo kedvenc frókról megjelent közleménye, amely az interneten olvasható, vagy a szintén idézett Infinit című hírlevél. Persze a felhasznált irodalom nagysága nem minden esetben jelenti azt, hogy a szerző él is a felhasználás lehetőségével. Ha jól számoltam (talán szokatlan e metodikai megközelítés) a szövegek közötti hivatkozások száma 90, ami ismételten azt jelzi, hogy a szerző rendkívül összetetten vizsgálja kutatási eredményeit. Azaz akár egy-egy táblázat – általában nem különösebben biztató jövőképet tükröző adatainak – értékelésekor is éppen a hivatkozások gyakoriságával bizonyítja tárgyilagosságát, ugyanakkor megteremti a lehetőséget saját véleményének kifejtésére, lelkiismeret-éberszótó töprengéseire, meditációira, kérdésfeltevéseire.

E kérdésekre – s itt szeretnénk utalni a bevezetőben említettekre, mely szerint csupán a „tükör felmutatására” törekedett – igenis a változtatni akarás konok következetességével keresi, s sürgeti a választ. (Ismeretlen szövegek olvastatása; a tankönyvek korrektív kiegészítése a folyóiratok olvastatásával; a magyar nyelvnek, az irodalomnak is, miként az idegen nyelveknek, osztott csoportokban való tanítása stb.)

Persze a „válaszkísérletek” megfogalmazása mindnyájunk feladata, közügy, társadalmi ügy. Ezért is kívánatos, hogy Nagy Attila könyve meghatározó, iránymutató olvasmánya legyen a könyvtárosoknak, pedagógusoknak egyaránt, de még inkább a művelődéspolitikusoknak, döntéshozóknak. Egy helyütt ezt írja: „A vizsgálati tények tömege felszólításként értelmezhető.” Figyeljünk hát oda eme felszólításra!

(Nagy Attila: Háttal a jövőnek? Középiszkolások olvasás- és művelődésszociológiai vizsgálata. 2003. Országos Széchényi Könyvtár–Gondolat Kiadó, Nemzeti Téka, 2003.)

Arató Antal

„Használd a jók benned vetett bizalmát”

A Deák-évforduló apropóján – 2004. januári megjelenéssel – a zalaegerszegi megyei könyvtár is kiadvánnyal tisztelgett névadója előtt. Bajza József 1845-ös verséből vett idézetet választottak a könyv címéül, s tényleges tárgyát az alcím fogalmazza meg: *Deák Ferenc tisztelete és emlékezete Zala megyében*.

Mondhatjuk tehát: helytörténeti kiadvány, s majdnem igazunk is van. Csakhogy Deák és szülőmegyéje kapcsolata lényegileg különbözik a jeles politikusok (s általában a „nagy emberek”) többségének hasonló kapcsolatától. A kötet szerkesztője, *Kiss Gábor* a könyv első egységét (egyharmadát) alkotó tanulmányának mindjárt az elején így fogalmaz: az 1832–36-os országgyűléstől egészen 1873-ig „Deák az országos politika élvonalában működött, többször is eljutva egyfajta vezéri szerepig. Ugyanakkor élete nagyobbik részében ezt Zala megyei lakosként, a vármegyét is képviselő politikusként tette, időnként arra kényszerítve vezető államférfiakat, hogy ide jöjjenek hozzá tanácsért, véleményének meghallgatásáért, fontos iratok, politikai programok megszerkesztéséért.” Mindebből az következik, hogy amikor a tanulmány első felében – és a csatolt 13 dokumentumban – összefoglaló áttekintést nyújt Deák életének és tevékenységének *zalai* vonatkozásairól, óhatatlanul ott van ebben a politikus országos pályájának íve is.

És – természetesen – a tények és adatok sorából egyértelműen kirajzolódik az iránta már életében megnyilvánuló tisztelet. Más szóval sikerült „profétává válnia” saját – szűkebb – hazájában is. Azzal együtt és annak ellenére, hogy egyszer-két-

szer azért árnyék is vetült a jó viszonyra. Ennek legbrutálisabb megnyilvánulása 1843-ban volt, amikor a felheccelt kis- és középnemesek a háziadó ellen tiltakozva még kehidai házára is rátámadtak. Ám erre azonnal jött a szülőföld másik részének pozitív válasza: a ságodi erdőben a tiszteletére rendezett tarackdurrogásos és tűzijátékos májusi ünnep, amelyről a Honderű számolt be (olvasható a dokumentumok között). Deákot persze ez sem tántorította el időleges visszavonulási szándékától, de nem is változtatta meg szülőföldjéhez való pozitív viszonyát.

A tanulmány második része a politikus Zala megyei utóéletének, „emlékezetének” igen érdekes és nem tanulság nélkül való történetével foglalkozik. Ehhez már nemcsak a Kiss Gábor válogatta újabb 13 dokumentum, hanem a könyv további két egysége is remekül szolgáltatja – mondhatnánk: ontja – az adatokat. Előbb a *Gyenes Imre* által összeállított *Deák-emlékhelyek Zala megyében* című rész, amely az emléktáblák, domborművek, szobrok és múzeumok leírását nyújtja, majd pedig a *Fáter Bernadett* készítette 908 tételes sajtóbibliográfia (*Deák Ferenc a zalai sajtóban*), amely 1865-től 2003-ig tartalmazza a megyei orgánumban megjelent cikkek, riportok, hírek stb. adatait. (Az első helyi újság, a Zala–Somogyi Közlöny 1862-ben indult.) A könyvet betűrendes személy- és helynévmutató zárja.

Az nyilván magától értetődő dolog, hogy ez a sajtóbibliográfia igen hasznos segítség a történészeknek, nem csak a helyieknek, és nem csak a Deák-kutatóknak. Azt viszont hangsúlyoznunk kell, hogy a könyvnek az imént felvázolt struktúrája szigorú és tudatos szerkesztői koncepció eredménye. Nem véletlenül „egybehányt” különböző műfajú egységekről van szó, hanem a politikus utóéletének, különböző korok hozzá és eszméihez való viszonyának többoldalúan dokumentált megvilágításáról. Deákról lévén szó ez különösen érdekes lehet, mert sem emberi alkata, sem politikai mentalitása, sem pedig nagy kilengésektől mentes életsorsa nem kínál igazán hatásos, látványos muníciót a koronként változó ideológiák és tömegmozgató akciók megtámogatásához. Ennek ellenére a szülőföld dokumentumai is arról valának, hogy a félreértelmezés, kisajátítás vagy éppen az elhallgatás-elhallgattatás mechanizmusai az ő esetében is működtek, kisebb részben helyi, nagyobb részben országos tendenciák hatására. Születésének 100. évfordulóján, 1903-ban ezt olvasuk a 18. számú dokumentumként közölt Keszthelyi Hírlap-cikkben: „Ha már egyszer politikád fölött hosszú évek óta cibálja egymást a magyar, szellemülne át legalább polgári demokrata erényeiből. Lennél neki példa, hogy a királyhűséget ne tévessze össze a lakájszellemmel, hogy a kiegyezés és a lemondás között különbséget tudjon tenni, hogy a békés megállapodást ne tekintse a nemzeti törekvés sírjának, lássa benned, hogy a munka emel halhatatlanságba, nem az üres külsőség...” S erről óhatatlanul eszébe villan az embernek, hogy Arany János már 1867-ben ezt írta *Demokrata-nóta* című „mondacsában”: „Deák Ferenc! Megéltünk mi / Kend nélkül. / Kivánjuk a szabadságot / Rend nélkül.”

Az a nagy erénye a könyvnek – s ezt Kiss Gábor történészi kvalitású, „sine ira et studio” készült tanulmányára is értjük –, hogy mindeme folyamatot a pusztá tényekre támaszkodva láttatja, és a nem történész olvasót is hagyja (élvezettel? szomorkásan? bölcs tudomásulvétellel?) csemegézni az adatok között. Például a sajtóbibliográfiát böngészve nyomon követhetjük, hogy 1876-ban, az országos (budapesti) Deák-szobor bizottság megalakulásával egyidőben megindul a gyűjtés a zalaegerszegi szobor felállítására is, és 1879-ben avatják is a Vay Miklós készítette alkotást. A nemrég napvilágra került 22. számú dokumentumban, a Megyei Tanács Népműve-

lési Osztályának 1952-ben kelt levelében viszont arról olvashatunk, hogy az osztályvezető – a megyei és városi pártbizottság egyetértésével – e Deák-szobor eltávolításának engedélyezését kéri a népművelési minisztertől „annál is inkább, mert egyidejűleg a parkból kultúrparkot akarunk létesíteni”. (Szerencsére – s ezt már a tanulmányból tudjuk meg – a javaslatot a válaszoló miniszterhelyettes „nem tartotta időszerűnek”.) Beszédese az emlékhelyek jegyzékének az olyan adatai is, mint hogy a pusztaszentlászlói Oszterhueber kúria falára elhelyezett eredeti emléktábla *másolatát* 1993-ban helyezték vissza. Egy másik (nagykanizsai) emléktábla ’50-es évekbeli „ravasz” megmentésének és 1968-as visszacsempészésének történetét Kiss Gábor beszéli el. Eljátszogatathatunk azután a számmal is: Deák halálának évében 142 írás jelent meg a megyei sajtóban; születésének 100. évfordulóján 213; halálának 50. évében (1926) 21, a 100.-ban (1976) 4; s a 200. születésnapon, tavaly 103. Különösebb elmélyedés nélkül megkapja szemünket, hogy 1945-től 1968-ig egyetlen írás sem jelent meg a zalai sajtóban a megye „nagy fiáról”, mint ahogy az emlékművek jegyzékében meg az tűnik fel, hogy a megyei emlékművek felállításának új és kiemelkedő virágkora volt a rendszerváltozás utáni időszak 1991-től kezdődően. Ha a szövegeket is van kedvünk ízlelgetni, az értékelés (kisajátítás) finomságaival is ismerkedhetünk. Az 1926-os törvényhatósági bizottsági közgyűlésen elmondott főispáni beszédben a „*Nagymagyarország bölcse*” epitheton ornans jár ki neki (20. számú dokumentum); egy 1975-ös újságcikk címe: „A megítélés *nem egyértelmű*”; egy 2003-asé pedig: „*A tolerancia, elvhűség gyakorlója*”. (Az én kiemeléseim. Sz. N. L.)

Olvasói kedvcsinálásnak talán ennyi is elég.

Befejezésül azonban szólnunk kell még két fontos körülményről. Elsőként arról, hogy a kiadvány nemcsak a tartalmát tekintve nem tartozik a pusztaprotokolláris (évfordulós) könyvek sorába. Azért sem, mert része, darabja a megyében a ’80-as évek második felc óta megélelénkült és eredményes Deák-kutatásnak és az ehhez kapcsolódó kiadványsorozatnak (források, dokumentumok, tanulmányok). A könyvben többször hivatkozott Molnár András mellett a múzeum, a levéltár és persze a könyvtár munkatársainak céltudatos kis csapata dolgozott és dolgozik ezen – évfordulóktól függetlenül is. A másik dicsérendő tény, hogy a jelen kiadvány nemcsak történeti munka, hanem – adattárával, bibliográfiájával – eminensen könyvtárhoz illő produktum is. Vagyis a Deák Ferenc Megyei Könyvtár a hasznosságon túl *stílusosan* is emlékezett névadójára.

(„Használd a jók benned vetett bizalmát.” Deák Ferenc tisztelete és emlékezete Zala megyében. [Szerk. Kiss Gábor]. Zalaegerszeg, 2004, Deák Ferenc Megyei Könyvtár, 141 p.)

Sz. Nagy Lajos

A stylized black and white illustration. A large banner with the text 'BERLIANMELET' in bold, white, sans-serif capital letters is draped diagonally across the upper right portion of the image. Below the banner, a man in a dark suit, a light-colored shirt, and a dark hat is walking towards the left. He is carrying a bucket with a brush in his right hand and a rolled-up document or blueprint in his left arm. The background is dark and textured.

Reklámélet
Pest-Budán
és Budapesten

1845-1945

3K
3K
3K
3K
3K
3K
3K
3K
3K
3K