

Lapkiadás mint üzlet. II.

1. Róna Béla, a maga korában jól ismert publicista a méltatlanul elfeledett *Politikai Hetiszemle* 1895-ös évfolyamában nagy megértéssel és hevülettel ismertette Gyulai Pálnak a Kisfaludy-Társaság közgyűlésén elmondott megnyitó beszédét, amely haragos támadást intézett a kor hírlapirodalma ellen.¹ Támadta a színikritika felületességét, a riportok szenzációhajhászását, a tárcák komolytalanságát, amelyek fő célja immár csupán a szórakoztatás lett. „A komoly öntudatosság helyét — folytatja Gyulai gondolatait Róna — a közösség érdekeit szolgáló merkantilizmus foglalta el”, a hírlapokat, úgymond, nem a közösség, hanem az előfizetők érdekei és szeszélyei alakítják.²

Joggal és okkal szólhatott így a kommentátor, hiszen Cenzor álnéven minden bizonnyal ő fejtett ki *Zsurnalisztika és szépirodalom* címmel hasonló gondolatokat — néhány héttel korábban — ugyancsak a *Politikai Hetiszemle* oldalain.³ Ott körülményeskedés nélkül szól a magyar hírlapirodalom felpezsdüléséről, pontosabban: az azt kísérő tünetekről, „kinövésekről”, amelyek a verseny „merkantilis” jellegéből adódtak s a megnyerni kívánt „olvasóközönség” (értsd előfizetők) „honorálását” szolgálták: a szerkesztőségek által osztogatott sorsjegyekről, albumokról, regénymellékletekről, amelyek végülis elvonják az olvasók figyelmét a tartalmas szépirodalomtól. . .

Azoknál a jelenségeknél vagyunk, amelyekről már szóltunk tizennégy éve megjelent tanulmányunkban,⁴ s amelyek mind az üzletté vált hírlapkiadás kísérőjelenségei, s alapvetően azzal függnek össze, hogy a múlt század második felétől hírlapjaink jelentős része már nem egy-egy párt vagy egyház pusztá szócsöve kívánt lenni; tőkés vállalkozássá vált, amelynek elsődleges célja a minél magasabb haszon elérése volt. Mint már jeleztük, ezt két módon lehetett elérni: vagy úgy, hogy a vállalkozó a lapot a többenél olcsóbban állította elő, vagy

¹ Gyulai Pál elnöki megnyitó beszéde a Kisfaludy-Társaság XLVIII. 1895. ünnepélyes közülésén febr. 10-én = A Kisfaludy-Társaság Évlapjai. 1894–95. új folyam. 29. köt. 3–8.

² RÓNA Béla: *Gyulai Pál a magyar sajtóról* = *Politikai Hetiszemle* 1895. febr. 17. 12–13.

³ CENSOR: *Zsurnalisztika és szépirodalom* = *Politikai Hetiszemle* 1895. febr. 3. 11–12.

⁴ LAKATOS ÉVA: *Lapkiadás mint üzlet* = MKsz 1979. 140–163.

pedig úgy, hogy termékét megkísérelte drágábban értékesíteni. Mindkét módszernek megvoltak a határai. Az „olcsóság” bizonyos határon túl már csak a minőség rovására volt fokozható, az áremelést pedig a konkurenciaharc szabályozta. Versenyben csak minőségileg jó és viszonylag olcsó áruval lehetett maradni. Az egyetlen eredményre vezető tényezőnek a példányszám emelés maradt; hiszen minél magasabb példányszámot sikerült értékesíteni, annál magasabb lett a haszon is.

Előző tanulmányunkban hírlapjainknak azokat a címválasztásait és címváltoztatásait sorakoztattuk fel, amelyek végső soron a fenti üzleti megfontolásokra vezethetők vissza, s nagyon is tudatosan az üzleti vállalkozás eredményességét szolgálták.

Ezúttal az üzletté vált lapkiadásnak újabb vonatkozásaival kívánunk foglalkozni. Azokkal nevezetesen, amelyek közvetlenül arra irányultak, hogy a lap minél magasabb példányszámban jelenhessék meg, s ezáltal az üzleti haszon is célirányosan növekedjék.

Mint előzőleg, most is előre bocsátjuk, hogy a leírt jelenségek tanulmányozását nem előre elhatározott tudományos vizsgálódás keretében végeztük. Végző soron csupán egy bibliográfiai gyűjtőmunka „melléktermékei”.⁵ Azonban így is, ilyen „esetleges” állapotokban is érdemesnek láttuk közzétenni, hiszen sajtótudományunk nem igen fordított még figyelmet a lapkiadás e szociológiai és közgazdasági vonatkozásaira.

2. A Róna Béla által kifogásolt „kinövések” valóban nem voltak jelen még a reformkor sajtójában. A *Tudományos Gyűjtemény* vagy az *Életképek* is igyekezett kapcsolatot tartani olvasóival, s arra törekedett, hogy előfizetőik száma minél magasabb legyen. Ennek érdekében szerkesztőik kisebb-nagyobb mellékleteket, főleg táblákat adtak előfizetőiknek. A *Tudományos Gyűjtemény*nél azonban ezek — pl. a Várnai csata megjelenítése (1818. 3. köt.), a kérészek bemutatása (1819. 8. köt.) vagy Dévény várának romjai (1820. 10. köt.) — szervesen kapcsolódtak a lap tartalmához. S bizonyos mértékig ez mondható el az *Életképek* mellékleteiről is, bár azok egy része, elsősorban a divatképek, már önállósodtak, s a hölgyolvasók érdeklődésének „irodalmon kívüli” indítékok alapján való megnyerésére törekedtek.

A 19. század második felében ez az „önállósodás” sajátos burjánzássá fokozódott. A lapok valóban minden lehető alkalmat megragadtak, hogy különféle ajándékokkal „kedveskedjenek” az előfizetőknek, s így azokat minél több szállal a laphoz kössék. A Bulyovszky Gyula és Friebeisz Ferenc szerkesztette *Nefelejts*, a kor egyik legdivatosabb és legnagyobb példányszámban megjelenő „szépirodalmi és képes hölgydivatlapja”, például a következőket ígéri 1865-ös

⁵ LAKATOS Éva: *Magyar irodalmi folyóiratok* 1— füzet. 1972.— (Petőfi Irodalmi Múzeum Bibliográfiai füzetei.)

előfizetőinek.⁶ Képes regénytár, amelyben ilyen művek szerepelnek: Schmidt J. F.: *A szép cigányleány*, Ponson du Terrail: *Egy párizsi vendéglő különszobájából*, Saintine B.: *Picciola*, Enault István: *II. Napóleon, a reichstadti herceg*. Ezenkívül a szerkesztőség minden számhoz ígér műmellékletet: minden hónapban egy színezett divatképet, egy szabásmintát, egy női divatlapot és két regényillusztrációt. S végezetül — igazán „figyelemreméltó kedveskedés”-ként — még egy sorsjegyet is, amelynek boldog nyertesei természetesen csakis a hű előfizetők soraiból kerülhettek ki.

S hogy 1865-ben, a „merkantikus” tényezők eluralkodásának kezdetén ez a szerkesztői-kiadói ügyeskedés felelt meg az új létkövetelményeknek, mi sem bizonyítja beszédesebben, mint a kor legszínvonalasabb és legjobban szerkesztett folyóiratainak szomorú sorsa: Arany János *Koszorú* című lapja épp akkor szűnik meg előfizetőinek „érdektelensége”, pontosabban alacsony száma miatt. Illetve mert terjesztése, előfizető toborzása, óhatatlanul ódivatúnak bizonyult. A divatképek és egyéb mellékletek helyett „csupán” a magyar írók arcképcsarnokát kínálta.⁷

A szerkesztői-kiadói ügyeskedés tekintetében a *Nefejejs* távolról sem állt egyedül. S számos jel arra mutat, hogy akadtak az előfizetők fogása terén még nála is rafináltabb konkurensok ezidőtájt. Az ugyancsak az irodalom, a társasélet a művészet és a divat körében jeleskedő *Hölgyfutár*, Nagy Ignác és Kozma Vazul lapja, például már 1853-ban olyan „játékba” kezd olvasóival, amelynek jutalmak között nem csupán papírtermékek, hanem csillogóbb és szemet kápráztatóbb tárgyak is szerepelnek. (S legjobb tudomásunk szerint ez az első alkalom a magyar hírlapkiadás történetében, amikor a szerkesztőség ilyen direkt módon tért át az előfizető toborzásra.) Arról van ugyanis szó, hogy a lap 1853. augusztus 25-i száma bejelenti, hogy ezentúl a „vidéki élet” rovatában különféle „rébusokat”, magyarán képtalányokat közöl, s az elsőként beérkező helyes megfejtőnek illő jutalommal fognak kedveskedni.⁸ Csupán ízelítőül néhány ilyen ajándék: „csinos karperec” (aug. 27.), „egy aranygyűrű” (szept. 26.), „egy díszes kötőkosár” (okt. 8.), „magyaros díszfejkötő” (okt. 29.), „arany füllengő” (dec. 10.), de szerepel még a jutalmak között „ezüst kulcstartó”, „díszes varróka”, „zománcozott legyező”, „üvegből font karperec” is — a hölgy-előfizetők nagy örömeire. S hogy eme ezüst kulcstartók és aranyrámba foglalt arcképek mögött mennyire az üzleti érdekek, azaz az előfizetők minél magasabb számának az elérése állt, arra a *Politikai Újdonságok* egy húsz évvel későbbi tudósítása illetve vitacikke is rávilágít. Ez ugyanis arról szól, hogy az Athenaeum és a Franklin Társulat bizony csúnyán összekapott az előbbi által kiadott *Hon*

⁶ *Nefejejs* (Pest) 1864. dec. 25. (borítólap)

⁷ „Magyar költők arcképei a Koszorú mellé.” (1863–1865)

⁸ A „Hölgyfutár” első hirdetési adatai: 1853. aug. 27. — dec. 10. között.

és *Pesti Napló*, illetve az utóbbi politikai napilapja, a *Nemzeti Hírlap* terjesztése ügyében.⁹ Ennek során a konkurensok mindegyike a maga javára igyekezett megnyerni a lapok vidéki terjesztését végző postamesterek „jóindulatát”. S közben nem volt rest rálicitálni az „ellenfél” terjesztési jutalékára. A vita végülis akörül folyt, hogy a kölcsönös licitálást abbahagyva a jutalék mértékét valamiképpen visszaszorítsák a már kialakult „normára”, ami azidőtájt tíz példány után egy tiszteletpéldányban vagy az annak megfelelő összegben volt meghatározva.

3. A hírlapkiadás üzletté válásának talán legjobb példája a századforduló egyik legnagyobb példányban megjelenő vállalkozása, a *Tolnai Világlapja*. A lapalapító Tolnai Simon kicsiben, ám okosan kezdte. Volt neki saját „egyszobás” szerkesztősége s egy kis nyomdácskája is, és jó érzékkel felismerte, hogy az eredményes lapcsinálás kulcskérdése a példányszám.¹⁰ Azért első lépésként megvásárolta Erdélyi Gyulától a csódbement *Családi Lapok* előfizetőinek címét és névsorát, majd országos körútra indult, hogy további előfizetőkkel gyarapítsa azt.¹¹ Az 1898-as indulás idején — és a későbbiekben is — Tolnai Simon tartotta magát ahhoz az elvhez, hogy a lapot minél olcsóbban kell előállítani. Ezért mindvégig saját maga állította össze az egyes számok tartalmát, s ugyanekkor saját nyomdájában gondoskodott a lap előállításáról is. Ezen túlmenően azt is felismerte, hogy a legfontosabb kérdés — a példányszám növelése. Ez irányba tett lépései, módszerei akár a modern lapkiadás példatáraként is tanulmányozhatók. Kezdetben ő is az előfizető-toborzás ösztönzésének régi fogásait alkalmazta. Előfizető-gyűjtői számára egy tíz tételből álló jutalomválasztékot állított össze, amely a következőkből állt: A díszbandérium felvonulása Ő Felsége a király előtt (díszmű), 2. A magyarok bejövetele, Feszty Árpád négy méteres kihúzható körképe, 3. Egy kitűnő utazási mű, 4. Irodalmi almanach 1903. és 1904. évre, díszkötésben, 5. A Tolnai Világlapja egy korábbi félévének bekötött kötete, 6. Séta a világ körül (képes útleírás), 7. „Férfifelszerelés” (szivarszipka, erszény, tollkés, selyem harisnyakötő), 8. Ő Fensége József főherceg (díszalbum), 9. Háztartás, gyakorlati tudnivalók, 10. A Szalon című folyóirat egy évfolyama. A sikeres előfizető-gyűjtők a felsorolt jutalmak közül választhattak. Aki két új előfizetőt szerzett, az egyet. Aki négyet hozott, az már kettőt, a nyolcat hozó négyet, s a tizenkettőt biztosító már nem kevesebb, mint nyolc jutalomtételt mondhatott magáénak.¹² A Tolnai-féle

⁹ *Politikai Újdonságok*. (Bp.) 1874. dec. 16. 50. sz. 577. (Válasz a *Honnak* és a *Pesti Naplónak*.)

¹⁰ *A Tolnai Világlapja jubileuma* = Otthonunk (Bp.) 1928. ápr. 1. sz. 26–27.

¹¹ SAS Ede: *Harminc esztendő*. A Tolnai Világlapjának jubileuma. Tolnai Világlapja 1928. ápr. 4. 4–5.

¹² *Tolnai Világlapja* 1905. 1861–1862. 1906. 462.

olvasótoborzás egy további láncszeme volt az a rejtvénypályázat, amelyet 1910-ben indított. Megbízottjai — mert ekkorra már széles terjesztői hálózatot is kialakított — a fővárosban kétszázezer rejtvény-levelezőlapot osztottak ki — azzal az ígérettel, hogy a sikeres megfejtők között a szerkesztőség háromezer korona értékű könyvjutalmat oszt majd ki. A vállalkozás sikerét mi sem jelzi jobban, mint hogy nem kevesebben mint hatvankettőezren küldték be a megfejtést, akik közül minden bizonnyal utóbb számosan a lap híveivé váltak.¹³

Tolnai Simon újszerű módszereihez tartozott a három évvel később elindított villamosjegy-akció. A szerkesztő az április 27-i dátummal megjelenő és Budapesten terjesztésre kerülő számaiban — ajándékként — harmincezer villamosjegyet helyezett el. Így gyakorlatilag minden második-harmadik olvasója meglepetéssel nyithatta ki lapját — s várhatta a következő „akciót”.¹⁴ Hogy azonban Tolnai a lapcsinálást nemcsak üzletnek tekintette, hogy az olvasás megkedveltetésében egyfajta kulturális missziót is látott, azt az előfizetői számára — illetménykönyvekként biztosított ún. *Tolnai Világtörténelme* című, 1912 elején megindított tízkötetes sorozata is bizonyítja. Erről és a később megjelent huszonöt kötetes *Tolnai Világlexikon*ról túlzás nélkül állíthatjuk, hogy a maguk idejében művelődéstörténeti szerepet tölthettek be. Ám a már-már jótékonykodásnak tűnő tett mögött is a lapok példányszámával összefüggő szigorú gazdasági törvények állnak. Hogy ezeket Tolnai milyen kitűnően ismerte és milyen mesterien alkalmazta, az világosan kiderül abból az interjúból, amit Kóbor Tamásnak adott, s amely a következő meghökkentő állítással indul: „Az én hasznom abból áll, hogy sokkal többet adok, mint azon a pénzen adni lehet, és mégis megélek...” Kóbor csodálkozó kérdésére, hogy ez hogyan lehetséges — Tolnai nem titkolózik, világosan megmondja: „... a tömeggel. Én, úgymond húszkoronás köteteket adok három koronáért [ti. az előfizetőknek]. Öt-hatezer példányban ezt nem tehetném, de nyolcvanezer példányban — már igen.”¹⁵ Egy további ecsetvonás Tolnai Simon józan vállalkozáspolitikájához és önmérsékletéhez. Egy hat évvel későbbi újsághír arról tudósít, hogy a már akkor dúsgazdag lapkiadó a főváros szomszédságában lévő máriabesnyői nyaralójának a felét nagylelkűen a könyvnyomdászok segélyegyletének adományozta.¹⁶

Tanulmányunknak nem lehet célja a *Tolnai Világlapja* valamennyi előfizető-toborzó akciójának az ismertetése. Ezért ehelyütt beérjük azzal, hogy utalunk azokra az előfizetőknek juttatott további könyvsorozatokra, amelyeknek részletes leírását már megadtuk a *Magyar irodalmi folyóiratok bibliográfiája* című sorozat 3967. tételeként, illetve arra az igen jelentős életbiztosítási akcióra,

¹³ Tolnai Világlapja rejtvénypályázata. 1910. júl. 17. 1625.

¹⁴ *Harmincezer villamosjegy* = Tolnai Világlapja 1913. ápr. 27. 1.

¹⁵ KÓBOR Tamás: *Tolnai a moziban.* = Szamos (Szatmárnémeti) 1912. ápr. 21. 9–10.

¹⁶ *Tolnai Simon üdülőtelepe* = Typographia (Bp.) 1918. nov. 1. 3.

amelyet eredetileg 1929-ben a *Friss Újság* kezdeményezett,¹⁷ de szélesebb formában és nagyobb biztonsággal Tolnai Simon fejlesztett ki a harmincas években.¹⁸

4. A *Tolnai Világlapja* reklámfogásai és látványos előfizető-toborzásai egyáltalán nem álltak egyedül. Különösen felerősödött a lapok ezirányú tevékenysége a trianoni békeszerződés után, amikor az elcsatolt területek miatt érezhetően csökkent a fővárosi sajtó előfizetői köre.

E lapok közé tartozott az 1912-ben indult *Színházi Élet* is, amely címével ellentétben nemcsak a színházról, hanem a szélesebb értelemben vett társasági és művészeti életről is szólt, s az ország egyik legolvasottabb hetilapja volt. Kiadója és szerkesztője, Incze Sándor a húszas évek közepén széles kampányra kényszerült a lap példányszámának a növelése érdekében. S bár későbbi megnyilatkozásaiban Incze — Tolnaihoz hasonlóan — maga is az olvasás megszerettetését húzta alá programjában, kampányában bizonyos értelemben „modernebb” és mozgékonyabb volt, mint a *Tolnai Világlapja*. Az 1925 őszén megkezdett — és tömény amerikai gyakorlatiassággal átítatott — akció mindenkélett az anyagi vonatkozású kedvezményeket helyezte előtérbe. A lap előfizetői ugyanis arcképes igazolványokat válthattak ki, s a kampány azt ígérte, hogy ezek ellenében birtokosaik Budapesten és vidéken is 5–10 százalékos kedvezményeket kapnak a *Színházi Élet* „baráti körébe” tartozó vendéglőkben, kereskedésekben, színházakban és mozikban.¹⁹ A propaganda-hadjárat jól indult, hiszen a kampány nyújtotta nyilvánosság kölcsönös előnyöket ígért — mind a fényképészeknek, akik az igazolványhoz szükséges képeket vállalták, mind pedig a kereskedelemnek és vendéglátásnak, amelynek az akciót támogató egyiségi ilyenformán kitűnő ingyen reklámhoz jutottak. A már a public relations fogalmát kimerítő tevékenység azonban kissé korainak bizonyult. S a húszas évek olvasóközönsége, de maga a kiadóhivatal sem volt felkészülve erre a sok adminisztrációt és szervezést megkívánó tevékenységre. Ezért végső soron csak a fővárosi szórakozóhelyek és színházak adta kedvezmények megvalósítása sikerült.

Hogy az eredménnyel maga a szerkesztő sem volt megelégedve, mutatja, hogy néhány hónap múltán a lap egy újabb előfizető-csalogató akcióba kezd,

¹⁷ *A Friss Újság baleset esetére 1000 pengőre ingyen biztosítja minden olvasóját!* = *Tolnai Világlapja* 1929. febr. 20. 31.

¹⁸ Míg a *Friss Újság* csak baleset ellen biztosított, addig a *Tolnai Világlapja* az előfizetési díjhoz hozzáadott csekély biztosítási hozzájárulással együtt általános biztosítást nyújtott, amit évjáradék és temetkezési segély is kiegészített. Vö. *Tolnai Világlapja* 1933. márc. 8. 29. Utóbb a biztosítási kötvény helyett a lap számaihoz mellékelt biztosítási bélyegek formájára tért át. Vö. *Tolnai Világlapja* 1937. aug. 11. 20.

¹⁹ *Tíz százalékkal olcsóbban él, aki a „Színházi Élet” előfizetője.* = *Színházi Élet* 1925. szept. 13. – szept. 19. 41.

ezúttal sorsjegyekkel próbálkozva. A *Színházi Élet* 1926-tól saját szervezésű sorsjegyeket²⁰ nyomtatású füzeteknek hátsó borítólapjaira. E sorsjegyekként felforgott számjegyeket hetente, illetve a vigaszdíjat havonta sorsolják, s a szerencsés nyertesek női szőrmebundát, textilcipőt, kalapot, ródlit, korcsolyát, pulóvert, rádiót stb. kapnak.²¹

5. Az előfizetőkért, olvasókért folyó konkurenciaharc elől a nagymúltú és a középosztály szolid ízlését képviselő *Új Idők* sem tudott kitérni. Ha nem is az előbbiekkal azonos, de szintén eléggé „rámenős” módon harcolt a minél magasabb példányszámért, amit két igen jelentős akciója is szemléltetően bizonyított. Első ízben 1925-ben, a hetilap fennállásának harmincadik évfordulóját használta fel egy nagyvonalú előfizető-toborzásra. Ez alkalommal az *Új Idők* kiadóhivatala is széleskörű sorsolásokat szervezett a régi és az újonnan belépő előfizetők részére. A „díjak” egyébként kitűnően jellemzik mind a lap, mind pedig olvasóinak szociológiai helyzetét. Az első díjak között ugyanis egy Lingel-féle ebédlőberendezés, egy 12 személyes komplett ezüst evőeszközkészlet, és egy 7 1/4 oktávás zongora szerepel.²² De bőven hullottak a szerencséseknél ennél szerényebb nyeremények is: Herczeg Ferenc *Fenn és lenn*, Tutsek Anna *Édes otthon*, Sas Ede *Rabkirály szabadon*, Csathó Kálmán *Mikor az öregek* című regényei, egy-egy ezüst bonbonnier, tükör, sőt helyenként készpénz is.²³

Az *Új Idők* leglátványosabb ez irányú vállalkozása a 30-as évek elején elindított ajándékház-akció volt. Föltehetően a kolozsvári *Újság* 1925-beli kezdeményezése nyomán²⁴ a lap szerkesztősége úgy döntött, hogy a Rózsadombon lévő Eszter utca végén minden évben felépíttet egy-egy családi házat, s a vezetőség által kijelölt bizottság a hetilap egy-egy arra rászoruló előfizetőjének ítéli oda. Az építkezés megkezdése előtt nyilvános tervpályázatot hirdettek, s a beérkező és nyertes munkákat a lapban is közzétették.²⁵ Első ízben 1931-ben került sor a Bálint Károly és Sándor Pál tervei alapján felépült és „Jókai-háznak” elnevezett villa odaítélésére. Nyertese Vass Eszter, szentesi tanítónő lett.²⁶

1932-ben felépült a lap második rózsadombi villája, amelyet „Herczeg Ferenc háznak” neveztek el. Boldog nyertese a budapesti illetőségű Kovács

²⁰ $1 \times 1 = 2$ mióta a *Színházi Élet* minden száma sorsjegy is. = *Színházi Élet*. 1925. dec. 27. 36.

²¹ *Arany cigarettatárca...* = *Színházi Élet* 1926. dec. 20. – dec. 27. 37.

²² L. = *Új Idők* (Bp.) 1924. dec. 14. 527., 1925. jan. 25. 97., 1925. febr. 1. 117., 1925. nov. 8. 490.

²³ L. például: *Új Idők* (Bp.) 1925. jún. 21. 617.

²⁴ Tudomásunk szerint először a kolozsvári *Újság* szervezett olyan előfizető-toborzást, amelynek nyertese házat kapott. Vö. *Újság* (Kolozsvár) 1925. júl. 31. 4.

²⁵ *Az Új Idők rózsadombi villákat ajándékoz előfizetőinek* (a beérkezett tervpályázatok rajzai-val) = *Új Idők* 1930. december.

²⁶ Vö. *Új Idők* 1931. nov. 8. címlap.

György, MÁV-tiszt lett.²⁷ Meg kell azonban említenünk, hogy e látványos akciók mellett a kiadóhivatal ezután is tovább folytatta az előfizető-szerzést szolgáló korábbi, „hagyományos” módszereit. 1933-ban például ismét sorsolásokat rendezett, részben a „hű” előfizetők és az újakat szerzők körében. Ezúttal női kelengyét, étkezőkészletet, kerti garnitúrát, olajfestményeket juttatva azoknak. (Újdonságként érdemes felfigyelnünk az ajándéklistában arra a százötven négyszögöles telekre, amely Balaton-Lidón várta új tulajdonosát.²⁸ Végül a teljesség kedvéért röviden szólunk kell a lapnak még egy figyelemreméltó akciójáról. Ennek keretében a 40-ik évforduló alkalmával, 1935-ben a szerkesztők megindították az előfizetők részére az *Új Idők*nek azt a húsz kötetes lexikonát, amely — a *Tolnai Világlexikon*hoz hasonlóan — kiemelkedő művelődéstörténeti szerepet töltött be.

6. Körképünk teljessége érdekében érdemes pillantást vetnünk azoknak a lapoknak az előfizetői kapcsolataira is, amelyek eleve bizonyos szociológiai célzottsággal keresték olvasóikat. A *Tündérujjak* például, amely kifejezetten a középosztály háziasszonyaihoz szólt, s tartalmában kötésmintákat, szabásmintákat is közölt, profiljának megfelelően a családi otthonokat gazdagító ajándéktárgyakkal igyekezett magához kötni előfizetőit. Az 1929-re szóló előfizetés mellé ajándékként egy gobelin-kép járt.²⁹ Az 1930-as előfizetők négy párnát kaptak.³⁰ 1931-ben a párnát egy díszes abrosz váltotta fel,³¹ majd ezt egy szőnyeg, illetve uzonnaabrosz a hozzávaló csészekkel. A lap fennállásának 10 éves jubileumát a szerkesztőség díszes függöny ajándékkal ünnepli előfizetőivel.³² Mindezek az akciók bizonyára a magyar kézműiparnak is jól jövedelmeztek, hiszen néhány ezer azonos minőségű abrosz vagy függöny elkészítése szintén tisztességgel járt — nem beszélve arról, hogy a szerkesztőség ilyen módon minden bizonnyal jelentős kedvezményhez is jutott ajándékai beszerzése során.

Nem is a jutalmak, hanem a jutalmak megszerzésének a módja miatt érdemes felidézni az *Örömhír* című ifjúsági lap jól átgondolt módszerét. A szerkesztőség ugyanis bélyegeket készíttetett, a lap munkatársairól és a lap által támogatott két árvagyerekről. Ezeket a bélyegeket, számszerint tízet csak azok kaphatták meg, akik a teljes évfolyamra fizettek elő. Negyedévenként három,

²⁷ *Elkészült az Új Idők Herczeg Ferenc háza* = *Új Idők* 1932. szept. 11. 332., *Az Új Idők Herczeg Ferenc házának nyertese...* = *Új Idők* 1932. nov. 13. 600–602.

²⁸ 1933-ban négy sorsolást rendez az *Új Idők* = *Új Idők* 1932. nov. 13. 611.

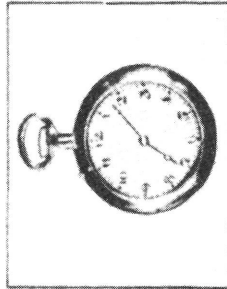
²⁹ *Tündérujjak* (Bp.) 1928. nov. címlap.

³⁰ *Reklámélet* (Bp.) 1930. febr. 11.

³¹ *Magyarság* (Bp.) 1930. nov. 30. 9., *Magyarság* (Bp.) 1930. dec. 28. 7.

³² *Egy függöny története. Hogyan jubilál a tízéves Tündérujjak* = *Tata-Tóvárosi Híradó* 1934. nov. 3. 2.

GYŪJTSÖN ELŐFIZETŐKET! TESSÉK VÁLASZTANI!



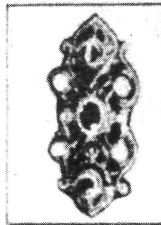
Svájc, terh. mikk. zsehora



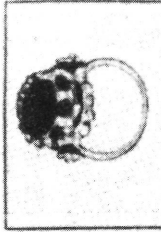
Eredeti párisi gyöngykarkötő



Svájc, terh. karkötőóra



Ezusbé foglalt brostu,
ötvoismunka



Ezusbé foglalt kovcs-
gyűrű, ötvoismunka

A gyűjtő saját előfizetése után gyűjtési kedvezményt nem kaphat.

Aki előfizet vagy már előfizetője a „Párisi Divat” című divatlapnak, mely havonta egyszer, 60 oldal terjedelemben és külön 8 oldal kézmunkameléklappal jelenik meg — $\frac{1}{4}$ évre 3 pengő 50 fillérrel és

1. egy új $\frac{1}{4}$ éves előfizetést gyűjt, az alant felsorolt egy művet adjuk:
Méray-Horváth Károly: *Ritka mesét* díszkötésben.

2. Ha két új előfizetést gyűjt, akkor ajándékba adunk vagy 10 kis regényt ízléses kötésben, neves íróktól, vagy
Csermely Gyula: *Három fekete felhold* és Székula Jenő: *Kobor rémek* című művét díszkötésben.

3. Ha öt új előfizetést gyűjt, és az előfizetési összeget az új előfizetők címeivel egyidejűleg be-


l küldi, a fenn bemutatott ékszerekből egy darabot tetszés szerint választhat.

Féltreértékek és a felesleges levelezés elkerülése végett megjegyeztük, hogy az itt ismertetett feltételektől eltérni nincs módunkban.

Ki az új előfizető!

Új előfizetőnek tekintjük mindazokat, akik az utolsó 6 hónapban nem voltak előfizetői a „Párisi Divat”-nak. A gyűjtött előfizetőkért járó összegeket kérjük egy postautalványon beküldeni és az utalványszelvényen az illető előfizető névét és pontos címét olvasható írással felsorolni. Az összegek beküldendők a „Párisi Divat” kiadóhivatalához, Budapest, VII. kerület, Dobány utca 12 szám

TÜNDÉRUJAK MAGYAR KÉZMUNKÁI SZÁG
INGYEN
 ADJA EZT A GOBELIN KÉPET MINDEN ELŐFIZETŐNEK



IV. évf.
 11. szám (43)
 1928 NOVEMBER
 Ára P. 120

11. évf. 11. szám (43) 1928 NOVEMBER Ára P. 120

Tündérujjak 1928. 5. sz.

**INGYEN KAPTAM
 4 PÁRNÁT
 MERT**



**ELŐFIZETTUNK 1440 PENGOERT
 AZ 1930-IK ÉVRE A
 TÜNDÉRUJJK**

KIADÓHIVATALBAN BUDAPEST SZERVITA TER 3.
 AZ ELŐRÁJZOLT PÁRNÁHÚZATOK ANYAGÁVAL ODIARANY ÉGYPT

Reklámélet 1930. febr., 2. sz. 11.

félévért hat bélyeg járt. S persze, hogy ez ösztönzött a „teljes” sorozat megszerzésére.³³

Hogy e lélektanilag jól átgondolt szándék nemcsak az ifjúsági lapokra, hanem más réteglapra is jellemző volt, azt a parasztsághoz szóló *Szabad Szó* példájával szeretnénk illusztrálni. A lap természetesen elsősorban a hazai vidék tájékoztatását és olvasási igényét igyekezett kielégíteni, de jelentős számú olvasótábora volt az Amerikába kivándorolt magyarok között is. A velük való kapcsolattartás már csak azért is fontos volt, mert előfizetések valutában folytak be. (Ez már az 1924-es infláció idején sem volt érdektelen szempont.)

Mint minden jelesebb hazai lap, a *Szabad Szó* is ingyen olvasmányokkal jutalmazta előfizetőit. A „honi” előfizetők 1924-ben pl. a következőket kapták ajándékkul: 1. Petőfi legszebb dalai, 2. Násznagyi és vőfélyi rigmusok könyve, 3. Ártatlanul elítélve, 4. Valódi egyiptomi álmoskönyv teljes csízióval, 5. Egy 16 oldalas feljegyzési könyvecske (notesz).³⁴ A nem „honi” azaz amerikai előfizetők viszont a következő ajándékok között dúskálhattak: 1. Az amerikai magyarok Kossuth naptára, 2. Petőfi: *A hóhér kötele*, 3. Csalhatatlan önszámító, 4. Szerelmes történetek, 5. Hevesi József: *Csodálatos történetek*, 6. Krúdy Gyula: *Mihály csizmája*, 7. Hevesi József: *A titkos gyűrű*, 8. Dózsa György a magyar nép vértanúja (képeskönyv), 9. Mesevilág ifjaknak és felnőtteknek, 10. Ártatlanul elítélve (regénykönyvecske), 11. Legújabb budapesti nóták gyűjteménye, 12. Valódi egyiptomi álmoskönyv teljes csízióval, 13. Násznagyi és vőfélyi rigmusok könyve, 14. Csonka Magyarország nagy falitérképe, 15. Kapisztrán János búcsúja (festmény hét színben), 16. Mátyás király szerelme (műnyomat), 17–18–19: Három darab litográfia, 20. Egy zacskó hamisítatlan, igazi szegedi paprika.³⁵

Érdeemes egy pillanatra megállni és újra áttekinteni, hogy mennyi ügyességgel van összeállítva az előfizető-toborzó. Van benne hagyományos naptár, szépirodalmi olvasmány — felnőtteknek és ifjaknak — van benne történelem, daloskönyv, ám a honvágy ébrentartása végett az újabb dalokból válogatva. Hasonló meg gondolással szerepel a listában csonka Magyarország falitérképe — s a magyar történelem hagyományosan tisztelt alakjainak ábrázolása mellett a zacskó paprika is, amely már az étkezés örömeit szolgálja.

Az úgynevezett „vidéki” sajtó propagandáját két példával szeretnénk érzéltetni, amelyek egyben két, egymástól mélységesen eltérő felfogást illetve koncepciót is képviselnek. Az *Orosházi Friss Újság* a hagyományos népművelői — néptanítói utat járja. Előfizetőinek falinaptárt, „közhaznú tudnivalókat” és szépirodalmi olvasmányokat ajándékozik. Az ajándékkönyvben Juhász Gyula,

³³ Örömhír (Bp.) 1934. szept. 16. 3.

³⁴ Szabad Szó (Bp.) 1924. dec. 25. (Amerikai előfizetők)

³⁵ Szabad Szó (Bp.) 1924. dec. 25. (Magyar honi előfizetők)

Karinthy Frigyes, Kosztolányi Dezső, Krúdy Gyula, Móra Ferenc, Móricz Zsigmond, Szenes Béla, Szomaházy István, Tonelli Sándor eredeti cikkeit, novelláit és verseit.³⁶

E puszta névsor is arra figyelmeztet, milyen fontos lenne egybegyűjteni és nyilvánartartani az ilyen típusú ajándékkiadványokat, amelyek a sajtótermékekhez hasonló sorsra jutottak: napi használatra szánták őket, s rendszerint elkalódtak.

A *Makói Friss Újság* a földön járt. Előfizetői között 1933. december 8-án egy szép hízott disznót, húshagyókeddjén egy teljes menyasszonyi kelengyét, nyár elején pedig egy szépen „beállított” gyümölcsöst kívánt kisorsolni.³⁷

7. Lassan példatárunk végéhez közeledünk, sorolhatnánk ugyan még, hogy a jónevű *Lantos Magazin* 1929-ben Kodak fényképezőgépet ajándékozott minden éves előfizetőjének,³⁸ hogy az ötvenéves évfordulóját ünneplő *Pesti Hírlap* egész sor kisebb kiadvánnyal kedveskedett rendszeres olvasóinak,³⁹ hogy maga is beállt az előfizetőiket díjmentesen biztosító szerkesztőségek sorába⁴⁰ s hogy hívei számára kedvezményes színházjegyeket ad,⁴¹ nem is szólva nyaralattási akciójáról.⁴²

A 30-as években az új előfizetők szerzőinek jól bevált és differenciált díjazása meglehetősen általános volt. Továbbélését az *Őserő* című művelődési lap felhívásával illusztrálhatnánk, amely egy értékes regénnyel, egy 50 × 50 cm nagyságú díszes filéterítővel, egy négyszemélyes zsúrabrosszal illetve egy két-rekeszes görpikolóval díjazta az egy-kettő-három illetve négy előfizetőt szerzőket.⁴³ S mint háziasságra és gyakorlatiasságra apelláló akciót megemlíthetnénk a romániai *Szamos* című politikai napilap 1935-beli felhívását, amely egy Singer varrógépet sorsolt ki az előfizetői között.⁴⁴

Mindez és az esetleg még tovább sorjázható példák azonban már tartalmilag nem sok újat adhatnának. Legfeljebb azt érzékeltethetnénk, hogy a példányszám és az előfizetők számának növelése érdekében indított „fogások” századunk 20-as, 30-as éveire szinte teljes egészében általánossá váltak.

³⁶ Orosházi Friss Újság 1925. nov. 15. 3.

³⁷ *Ezer pengős jutalom*... = Makói Friss Újság 1933. ápr. 29. 4., ápr. 30. 6.

³⁸ *A Lantos Magazin* = Szarvasi Hírlap, 1929. jan. 5. 7.

³⁹ Az ötven éves évforduló évében a *Pesti Hírlap* előfizetői a következő nyomtatványokat kapták ajándékképpen: naponként: Képes Pesti Hírlap, hetenként: Pesti Hírlap Vasárnapja, Pesti Hírlap könyvek, havonként: a Pesti Hírlap kiskönyvtára, kéthavonként: A Műveltség Útja egy-egy kötetét, évenként: A Pesti Hírlap Nagy Naptára.

⁴⁰ Tolnai Világlapja 1929. jan. 9. 56.

⁴¹ *A Pesti Hírlap színházi jegyakkciója*... = Tolnai Világlapja 1929. jún. 5. 47.

⁴² *A Pesti Hírlap nyaralattási akciója*... = Tolnai Világlapja 1929. júl. 10. 55.

⁴³ *Őserő* (Bp.) 1936. nov. 15. 30.

⁴⁴ *A Szamos legközelebbi ajándéka: egy 13 ezer lejes Singer-varrógép*... = Szamos (Szatmárnémeti) 1935. ápr. 6. 4.

Állításunk igazságát egy humorba mártott példatárral is szeretnénk aláhúzni. Mindkettő a 20-as évek fordulóján született s egyfajta „torzképe” kívánt lenni a gazdasági világválság kiváltotta konkurenciaharcnak, amelynek felületén látványosan folyt a harc az előfizetőkért — szép szóval, ajándékokkal, ígéretekkel.

Elsőként a *Bács megyei Napló* „Lim” szignót használó cikkírója írta le ezt a jelenséget, s adott maga is torz szövegeket az elképzelt előfizető-fogások számára. Érdeemes teljes terjedelmében idéznünk:⁴⁵

„I. Aki egy hónapra fizet elő lapunkra, annak ingyen ügyvédi képviselőt biztosítunk becsület-sértés és könnyű testi sértés esetére. Vagy ha úgy tetszik, megplombáltatjuk a szemfogát. Három hónapos előfizető válogathat a súlyos testi sértéssel járó védelem és a zápfog plombája között. Gyilkosokat csak egy évi előfizetés véd, levelezőlapon történt hívsra, házhoz, vagy a Markóba menő ügyvédünk.

II. Mi nem ígérünk hetet-havat, tiszta irodalmat adunk. Azonban megháláljuk azt a pártolást, amelyért nem lehetünk eléggé meghatottak, kötelezzük magunkat, hogy három hónapos előfizetőinket ingyen választjuk el a feleségtől; vagy páholybérletet nyitunk az Operában; vagy szabadon választott vendéglőben fizetjük ki hetes ebéd-vacsoráját étlap szerint. (A nem kívánt rész, a nem kívánt feleséggel együtt törlendő.)

III. Akar jól mulatni? Van önnek már tisztamúltú úri-nő barátnője? Ha igen, illetve nincs, siesen az előfizetéssel. Nagy választék szökében és feketében. Már egy hónapi előfizetésnél vasárnapi mellékletül molett elvált asszony jár. Negyedéveseknek irodalmi képzettségű színivendék saját lakással. Szilzkinbunda már megvan, ne törje a fejét esetleges beszerzésen. Ha azonban úgy fordulna a dolog, hogy mégis, — abban az esetben már fél éves előfizetőknek, illetve az általuk megjelölt személynek, rendelkezésére áll a bunda is. Egész éves előfizetők páratlan, a mai korban ritkán található, szenzációhoz jutnak. Bővebbet a kiadóhivatalban, vagy diskkrét magánlevélben. Külön, sőt különös, kedvezmények női előfizetőinknek.”

S egy további mosoly érdekében talán nem érdektelen megismerkednünk a „zsidóság és gojság öröme az Ojság” szlenget használó élclap egy reagálásával az *Új Idők* családi ház illetve villaakciójára. Savanyú a szőlő? Lehetséges, hogy ez is jelen van a viszonylag szerény anyagi háttérrel rendelkező lap reagálása mögött, ám szövege ettől függetlenül is tanulságos:⁴⁶

„Az Új Idők

tíz villát ad

Az Ojság

húsz villát ad

az előfizetőinek, sőt azonkívül azoknak, akik jól viselik magukat, ad még húsz kést

húsz leveseskanalat

húsz kávéskanalat és egy

húsz személyre szóló teaszűrőt.

Nem kétséges ezekután, hogy a mélyen tisztelt előfizetők hova tódulnak nagy csapatokban előfizetni. Mindenesetre oda, ahol többet kapnak.”

⁴⁵ Lim: *Ujságok versenye* = Bács megyei Napló (Szabadka) 1928. febr. 3. 4.

⁴⁶ Ojság (Bp.) 1930. szept. 28. 4.

8. Igaza volna végül is Gyulai Pálnak és Róna Bélának, amikor irodalmunkat a hírlapok merkantilizmusától, a hírlapirodalom felpeszsdülését kísérő aggasztó tünetektől, „kinövésektől” féltette? S attól a lázas igyekezettől, hogy a nagyobb haszon érdekében minden kiadó minél több előfizetést próbáljon megszerezni? Nehéz és felelősségteljes dolog lenne erre egyértelmű választ keresni. Mint az előfizető-szerzés általunk felvázolt példatára mutatja, voltak e szerkesztői törekvések között természetesen olyanok is, amelyek önző módon kizárólag csak a saját haszonra, a „kézzelfogható” eredményekre törekedtek. Példáink között azonban szép számmal voltak olyanok is, amelyek a közműveltség, az irodalomszeretet, az olvasás szeretetének a terjesztését is vállalták, s ennél fogva jelentős művelődéstörténeti tényezőként is számon kell őket tartani.

Befejezésként inkább erre: a sajtó és a sajtópropaganda művelődéstörténeti vonatkozásaira szeretnénk felhívni a figyelmet. Arra, hogy az előfizetői akciók során családok ezreinek a könyvespolcaira került fel *Tolnai Világtörténete*, vagy az *Új Idők* lexikonsorozata; hogy családok ezreinek a lakásában lehetett vizionálni a *Tündérújjak* függönyeit és egyéb ajándékait. Ez is, az is ízlést és magatartást formált, s mennyiségi vonatkozásainak felmérése, továbbá szociológiai jelentőségük pontosítása az esetleges további kutatások során sok fehér folt eltüntetését vonhatná maga után századunk még ma is csak nagy vonalakban megismerhető művelődéstörténeti térképén.

LAKATOS, ÉVA

L'édition des journaux en tant qu'une affaire, II.

L'auteur continue l'énumération des exemples d'histoire de presse hongroise de XIX^e et XX^e siècles, les antécédents desquels furent déjà publiés plus tôt (*Magyar Könyvszemle* 1979. 140–163. p.) Au cours de cette énumération, elle présente de nouveaux documents intéressants se rapportant au recrutement spectaculaire des abonnés qui caractérisaient la presse de la fin du siècle. Elle cherche à présenter surtout des ruses à l'aide desquelles les éditeurs tâchaient d'élever le numéro des exemplaires et par là d'augmenter le profit commercial. Elle énumère les divers „cadeaux” promis aux abonnés, parmi lesquels figuraient les objets les plus différents. De plus, au cours des années 20, un journal de province (*Bácsmegyei Napló*) promet aux abonnés une représentation d'avocat gratuite, un abonnement de loge, de plus l'assurance des partenaires gratuits.