

Sebestyén Attila

Advokáció saját újsággal

Egy 20. század eleji magyar kávé érdekképviseleti szaklap néhány tanulsága nyilvánosságelméleti megvilágításban

A 19. század végén és a 20. század elején a magyar vendéglátóiparban kifejezetten virágzott a (két)hetilap formátumú, advokációs célú (tehát egy adott fél vagy csoport érdekeit képviselő) szaklap. A széles kínálatból kutatásaimat egyelőre csak egy kiadványra, a Kávésok Lapjára fókuszáltam. Tanulmányomban e kisebb korpuszból is csak mutatványszerűen emelek ki egy-két cikket (és azok tanulságait). Célom az, hogy kibontsam és történeti anyagon szemléltessem a következő tételt: a saját tulajdonú érdekképviseleti lap megfelelő felület egy alapvető nyilvánosság-gondozási kötelesség megvalósítására. Egyfelől arra, hogy egy szervezet vagy szakmaterület egybefogó keretet teremtsen vele belső érdek-gazdái számára. Másfelől pedig arra, hogy az adott érdekcsoport szükség esetén fel tudja mutatni a külső közönség elé lépéshez, azaz egy saját téma közüggé tételéhez előfeltételként elvárt érvelési kulturáltságot és vitaképes nyitottságot. A tétel megalapozásához Walter Lippmann és John Dewey nyilvánosságelméleti munkáiból meríték szempontokat. Emellett kapcsolódom az *advocacy journalism* irodalmának néhány megfontolásához is.

Kulcsszavak: advokációs újságírás, Dewey, érdekképviseleti sajtó, Kávésok Lapja, Lippmann, nyilvánosság

1. Felvezetés: a szaklapok

Napjaink sokféle lehetőséget kínáló médiakörnyezetében a vendéglátó-ipari cégek, vállalkozók és szakmai szervezetek – és ez közel sem csak rájuk jellemző – az iparági önszerveződés és a kommunikációmenedzselés során nem használnak vagy csak nem tudnak oly kitüntetett szerepben kihasználni egy fontos eszközt: az érdekképviseleti szervezetek saját tulajdonú médiumaként működő, rendszeres és sűrű periodicitással megjelenő, szerkesztőségi sajtótermékeket imitáló szaklapot (vagy ennek online környezetre aktualizált változatát). Ezzel szemben a 19. század végén és a 20. század elején az épp akkor intézményesült vendéglátóiparban – más iparágak, társadalmi és kulturális területek mellett – kifejezetten virágzott a (két)hetilap formátumú, advokációs célú (tehát egy adott fél vagy csoport érdekeit képviselő) szaklap. Bő kínálat volt – az elsődlegesen persze csak a szűkebb szakmai közönségnek szóló – ipartestületi, szakmai szövetségi, egyesületi és szakszervezeti újságokból. Külön-külön kiadványok reprezentálták a szektoron belüli legkülönbözőbb részérdekcsoportokat: a szállodásokat, a vendéglősöket, a kávéháztulajdonosokat, a főpincéreket, a pincéreket, a kávésegédeket. S ha az egyes szakmacsoportokon belül is további tagozódás alakult ki az egymással versengő szakszervezetek vagy szak egyesületek párhuzamossága miatt, akkor persze e testületek is saját sajtóterméket hoztak létre saját céljaik és tagságuk szolgálatára.¹

A széles kínálatból figyelmemet egyelőre csak egy kiadványra, a Kávésok Lapjára fókuszáltam. Tanulmányomban – az újság általam most elérhető húsz évfolyamát (1925–1944) vizsgálva át – e kisebb korpuszból is csak mutat-

¹ E lapok bibliográfiai gyűjteményeként lásd Saly (1996). Az EPA-ban több szaklap is elérhető könnyedén – ha nem is minden esetben egészében – a kutatók vagy az érdeklődő olvasók számára (míg az Arcanum Digitális Tudománytárban nem) itt: https://epa.oszk.hu/html/vgi/kereses/top_eredmeny.phtml?tema=szolgo080&mezo=dc_subjectSubtopic_.

ványszerűen és elsődlegesen a lap első tíz évére fókuszálva emelek ki egy-két olyan cikket (és azok tanulságait), amelyek két igen aktív szerzőhöz köthetők: a lapot üzemeltető kávé ipartestület egyik elnökéhez (Mészáros Győzőhöz) és a kiadvány egyetlen kiemelt rovatának vezetőjéhez (Katona Istvánhoz).

Fontosnak tartom leszögezni azt, hogy jelen fázisban még csak kutatásaim elején járok. De ezzel együtt is célom most az, hogy kibontsam és történeti anyagon szemléltessem a következő tételt. A saját fenntartású érdekképviseleti/szakmai írott sajtó kétségtelenül magas költségterhekkel jár, továbbá csak szűk és iparági közönségnek szól elsődlegesen. Ám a nyilvánosság-szervezési munkamegosztásban ez a médiumtípus mégis megfelelő felület lehet egy kétszintű feladat megvalósítására. Egyfelől arra, hogy egy szervezet vagy szakmaterület belső érdekgazdái számára egybefogó keretet teremtsen a saját újsággal. Másfelől pedig arra is, hogy az adott érdekcsoport szükség esetén fel tudja mutatni a külső közönség elé lépéshez, azaz a saját témák közügyggyé tételéhez előfeltételként elvárt érvelési kulturáltságot és vitaképes nyitottságot. A szaklap tehát abban segíthet, hogy egy szűkebb körű szakmai probléma vagy vita átláthatóan strukturálttá, ezért racionálisan átgondolhatóvá és legalább csak érthetővé váljon a külső és a belső közönségeknek egyaránt. Az advokációs funkciójú újság ugyan tartalmában specializált, mégis nyilvánosan hozzáférhető (előfizethető) formátumban jelenik meg, és nem csupán zárt szervezeti keretek közt disztributálódik, mint például a szervezeti belső hírlevél. Ezért a szak-sajtó kiinduló szintű publikus platformként – de mivel saját tulajdonú, egyben biztonságos kísérleti terepként is – szolgálhat arra, hogy még kibontakozó fázisú ügyekben az adott szakmai közösség képviselői teszteljék és kicsiszolják érveiket, a saját köreiken belül szétartó véleményeket integrálják, álláspontjaikat megerősítsék (már az előtt is, hogy az ügyek esetleg a szélesebb nyilvánosság szintjeire kerülnének).²

A tétel megalapozása során az érdekképviseleti kommunikáció kontextualizálásához szempontokat merítetek Walter Lippmann és John Dewey nyilvánosságelméleti köteteiből, amelyek a vizsgált forrásanyagomhoz hasonlóan a 20. század első harmadában jelentek meg (még ha kettejük munkásságának tudtommal nem is volt recepciója a korabeli Magyarországon). De kiindulásként előbb az elemzés tárgyául kijelölt szaklap rövid bemutatását végzem el, az *advocacy journalism* irodalmának néhány megfontolásához kapcsolódva.

2. Kontextus-kijelölés: a Kávésok Lapja és az érdekképviseleti újságírás

A Kávésok Lapja mostani tudomásom szerint 1925 és 1944 közt jelent meg, több más korabeli vagy még régebbi vendéglátó-ipari szaklaphoz hasonlóan kétheti rendszerességgel. Az első tíz évben berlini (háromhasábos) formátumban, váltakozva hat vagy nyolc oldallal; majd a jubileumi évfolyamot követően, azaz 1935-től már kéthasábos formában, de bővebb tartalommal (12 oldalon) jelentkezett (lásd: Tíz év után. *Kávésok Lapja*, 11. évf. 1. sz. 1–2. o. [1935]). Története során a Kávésok Lapja nagyrészt mindvégig a következő tartalomkínálattal és -struktúrával szolgált: kiemelt helyen az érdekképviseleti vezetők vagy iparági szereplők aktuális trendekről és problémákról szóló vezércikkei, elemzései, kommentárjai; kötelezően visszatérő elemként az érdekképviseleti szervezet eseményeinek előkészítése és utólagos, részletekbe menő dokumentálása; a lapszámok végén pedig iparági, gazdaságpolitikai és közigazgatási rövidhírek; rendszeresen ismétlődő hirdetésekkel kiegészítve.

Vizsgálati korpuszként azért a Kávésok Lapját jelöltem ki, mert viszonylag hosszabb (két évtizedes) története mellett rendelkezik egy különleges karakterjeggyel – legalábbis eddigi tudásom szerint, és legalábbis a vendéglátó-

2 Tételtemet most nincs tér és indok aktualizálva szemléltetni például épp a magyar vendéglátóipar jelenkori (2021 eleji) helyzetén is. De az kiegészítő megjegyzésként ideférhet még, hogy mivel nincs a szektorban a múltbélihez hasonló (kifejezetten érdekképviseleti szervezetek által üzemeltetett) szaksajtó-szcéna, nem is lehetett hasznosítani ezt az eszközt a korlátozások okozta krízis fokozatos elhúzódása során. Holott az érdekképviseleti lap (vagy ennek jelenkorunkra modernizált valamilyen online variánsa) gyors reagálású, de egyúttal a strukturáltabb és elmélyültebb társadalmi vita terepeként szolgálhatna, nem másra, mint például a szektor még intenzívebb önszerveződésének gondozására, illetve a különféle kármentő forgatókönyvek körüli társadalmi és kormányzati diskurzus aktívabb előkészítésére.

ipari szaklapok általam megismert körén belül. Ritka példává avatja az, hogy – több más hasonló újságtól³ eltérően – ennek fejlécében talákoztam olyan megjelöléssel, amely a felelős szerkesztő neve mellett külön utalt arra: a kiadványt az adott érdekképviseleti szervezet – jelen esetben A Budapesti Kávésok Ipartestületének – „sajtóbizottsága” szerkeszti.

De miért is lehet fontos ez a sajtóbizottsági keret? A válaszra a Kávésok Lapjának születéstörténete világíthat rá. A legelső lapszámban Steuer Marcell – az Abbazia Kávéház társtulajdonosa és a kávé szervezet alelnöke (lásd Schweitzer 1996) – érdekes módon már rögtön a lapinduláskor egy elbúcsúzó című cikkben afelett örvendezik, hogy az ipartestület sajtója végre felszabadult (Steuer Marcell: For ever! *Kávésok Lapja*, 1. évf. 1. sz. 6. o. [1925]). Magyarázata ennek az, hogy korábban (a századfordulón és az 1910-es években) a kávéháztulajdonosok csak a Magyar Vendéglős- és Kávés-ipar társbérloiként – és olykor épp a rokonszakkával érdekütközésben – juthattak hanghoz. Majd amikor 1920-ban látszólag sikerült önálló, független szaklaphoz jutniuk (ez volt a Barta Manó által tulajdonolt és szerkesztett Magyar Kávésipar), továbbra is csak „vendégnek” érezték magukat a kávé sok.⁴ Steuer panasza szerint ugyanis a Barta vállalkozásába kiszervezett – és így végső soron az ő üzleti magánérdekeit szolgáló – érdekképviseleti újság nem sok publikációs lehetőséget kínált az iparági szereplőknek, az ipartestület vezetése pedig sokszor nem tudta vállalni a felelősséget a lapban megjelent anyagokért. De a Kávésok Lapjának 1925-ös elindításával már valóban saját hatáskörbe vont médiafelületet, a nyilvánosságban közvetlen megszólalási lehetőséget nyert a kávé ipartestület (mint Steuer írta: „...kevésbé lesz szükségünk arra, hogy a napisajtó lapjait vegyük igénybe”). Ezt az iparági szaklapot nem beszállító lapkészítők menedzseltek, hanem az érdekképviseleti szervezeten belülről, annak munkatársai. A felelős szerkesztő Dr. Havas Nándor, az ipartestület főtítkára/főjegyzője lett. Igaz, őt később a zsidótörvények kényszerű hatására egy új felelős szerkesztő váltotta, akkor már egy hírlapíró, Gosztonyi Jenő, a Nemzeti Újság volt ipari rovatvezetőjének személyében (lásd: Előljárási ülés 1939. szeptember 22-én. *Kávésok Lapja*, 15. évf. 19. sz. 3. o. [1939]).

Persze korábban is volt arra példa, hogy egy ipartársulat/ipartestület önmaga volt saját szaklapjának kiadója, és a szervezet titkára vagy a szakma kiemelt képviselői vezették az újságot;⁵ miközben az is közkeletű gyakorlattá vált, hogy nem a vendéglátóiparból, hanem az újságírói pályáról érkezett szerkesztők és lapkiadók (illetve ezek saját vállalkozásai) beszállításában készült az érdekképviseleti lap.⁶ Az azonban már ritka volt a vendéglátó-ipari újságok körében, hogy egy iparági szervezet testületileg oly átfogó ívű, tudatos és organizált formát adjon nyilvánosságpolitikájának, aminek végeredményeként – szakkiadványa fejlécén is jelezve – külön sajtóbizottságot szentel az ügynek. Kutatásaim jelen állása szerint egyedül a Kávésok Lapjánál talákoztam ezzel a megoldással

3 Az általam most elért kiadványok közül csak a több évtizedet megélt példaként kiemelve: A Budapesti Szállodások, Vendéglősök és Korcsmárosok Ipartársulatának Értesítője; Fogadó (fogadós-, vendéglős- és kávé-ipar, a borgazdaság, az idegenforgalom és a pincérek érdekeit képviselő szaklap, továbbá az Országos Vendéglős Egyesület hivatalos közlönye); Magyar Kávésipar (a Budapesti Kávésipartársulat és a Budapesti Kávésok Szövetsége hivatalos lapja); Magyar Szállodás és Vendéglős (a Budapesti Szállodások és Vendéglősök ipartestületének, a Magyar Szállodások, Vendéglősök és Korcsmárosok Országos Szövetségének hivatalos lapja); Magyar Vendéglős- és Kávésipar (a szállodás, vendéglős, kávé-ipar, a pincérek és kávésegédek érdekeit előmozdító szaklap); Vendéglősök Lapja (a hazai szállodások, vendéglősök, kávé sok, pincérek és kávéházi segédek érdekeit felkaroló szakközlöny).

4 1920. május 1-jétől a Magyar Vendéglős- és Kávés-ipar szétvált: az egyik szakmaterületet A vendéglős, a másikat a Magyar Kávésipar képviselte a továbbiakban. Az utóbbi lap elindítására a kávé ipartestület a Magyar Vendéglős- és Kávés-ipar akkori szerkesztőjét, Barta Manót kérte fel (ehhez lásd: Olvasóinkhoz! *Magyar Kávésipar*, 23. évf. 9. sz. 1. o. [1920]; illetve Közgyűlések. *Magyar Kávésipar*, 23. évf. 9. sz. 2. o. [1920]). Steuer cikkében ezért is pozícionálhatta külső, iparágon kívüli szereplőként Bartát, aki viszont saját lapjában így védekezett: „...az iparhoz tartozónak vallom magam ezentul is.” Am röviddel ezután mégis arra figyelmezteti önmagát, újból megerősítve ezzel a bedolgozó sajtómunkás és a megbízó szakmai érdekcsoport szétválasztottságát: „...nehogy azt kérdezzem magamtól, vajjon okosan és jól cselekedtem-e, hogy egész életemen át tehetségemet s tudásomat más érdekek védelmére használtam fel” (lásd Barta Manó: Az ipartestület új lapja. *Magyar Kávésipar*, 28. évf. 21. sz. 3. o. [1925]).

5 Erre példa A Budapesti Szállodások, Vendéglősök és Korcsmárosok Ipartársulatának Értesítője; illetve a Magyar Szállodás és Vendéglős.

6 Ilyen volt a Fogadó, a Magyar Kávésipar, a Magyar Vendéglős- és Kávésipar, valamint a Vendéglősök Lapja. Ezeknél Barta Manó, F. Kiss Lajos és Ihász György szerkesztők neveit lehet kiemelni. Az ő munkásságukhoz és sajtópiaci előéletükhöz gyors tájékozódásként lásd (az említési sorrendhez igazodva): Olvasóinkhoz! *Magyar Vendéglős- és Kávés-ipar*, 22. évf. 9–10. sz. 4. o. (1919); Gundel Károly: F. Kiss Lajos emlékének. *Magyar Vendéglős- és Kávés-ipar*, 22. évf. 7. sz. 2–3. o. (1919); Szinnyei (1897: 20–21).

hosszabban fennmaradó intézményi formaként.⁷ Igaz, csak az első tíz évfolyamon keresztül – tehát az újság fentebb már említett 1935-ös formátumváltásig – volt ez érvényben. Tanulságos azt megfigyelni, hogy e fordulóponthoz után némileg megritkulnak a korábban közreműködő szerzőként aktív vezetőségi tagok és egyéb iparági szereplők vita- és véleménycikkei (még ha nem is tűnnek el végleg), s megnő a név nélküli, inkább már hírszerű vagy hivatalos közleményjellegű szerkesztőségi anyagok szerepe és terepe (miközben persze az ipartestületi elnök írásai kötelező és rendszeres elemként megmaradnak).

A Kávésok Lapja többségében iparági szereplőkből álló szerzőgárdával dolgozott, közülük a dolgozatomban csak két meghatározó figurát emelek majd ki. Egyfelől Mészáros Győzöt, azért, mert kezdetben az ipartestület sajtóbizottságának vezetőjeként, majd később a teljes ipartestület elnökeként rendszeresen vezércikknek beillő írásokkal szerepelt a lapban, nem mellesleg a híres Centrál tulajdonosa volt, és – intellektuális kifinomultsága, kultúraszeretete miatt – széles körben nagy tekintélynek örvendett (vö. Saly 2008: 40, Sárosi 1996, továbbá Jánk 2014). Másfelől Katona Istvánt választottam, őt azért, mert a lap egyetlen külön kiemelt – de csak rendszertelen időközönként, és döntően inkább az újság történetének első felében felbukkant – rovatát vezette („Szakkérdések” címmel), továbbá komoly családi örökséggel bírt az iparágon belül: második generációs kávé volt – a korabeli Club, majd a Savoy kávéházak üzemeltetője (lásd: Bodor 1992, továbbá: Egy jó ember halálára. Katona Gyula. *Kávésok Lapja*, 8. évf. 13. sz. 1. o. [1932]).

Mind a sajtóbizottsági keret, mind pedig az ipartestületi-iparági szereplők minél szélesebb körű és rendszeresebb bevonása közreműködőként egy sajátos, átmeneti pozíciót és munkavégzést teremtett. Jól szemlélteti ezt az előbb kiemelt két szerző. Ugyanis Mészáros Győző (egy ideig az ipartestület sajtóbizottságának vezetőjeként, majd az egész szervezet elnökeként) és Katona István (alkalmi rovatvezetőként) olyan amatőr – hisz nem hivatásszerűen dolgozó – újságkészítőnek tekinthető, aki csak elsődleges tevékenysége (vendéglátó-ipari vállalkozó) és másodlagos (ipartestületi-érdekképviseleti) szerepköre mellett végzett sajtóipari feladatokat, mégis egy üzemszerűen működő és önállóan megálló orgánus részese volt. Ezt a hibriditást nevezem dolgozatomban advokátor-újságírói szerepkörnek, a napjainkban az *advocacy journalism* fogalma körül kialakult szakirodalom alapján. Van olyan megközelítés, amelyben a *képviseleti újságírás* a civil szervezetek és aktivista csoportok médiatartalom-alkotási tevékenységét fedi el (vö. Waisbord 2009: 371, lásd még Smith 2014, Gillmor 2014, 2010: 55–58). De létezik olyan perspektíva is, amely inkább azt emeli ki, hogy az *advocacy journalism* (vagy az *advocacy in journalism* jelensége) az újságírás és a public relations viszonyában – a két tevékenységkör sokszor kijátszott szembeállítás helyett – egyfajta kontinuitást és egybekapcsolódást teremt (Fisher 2016: 713). Vizsgálataim során ezt a látásmódot alkalmazom történeti példákra. Azaz egy olyan átmeneti jelenség érdekel a 20. század első harmadából, amely (még?) az újságíró és az érdekképviseleti kommunikátor szereplehetőségeinek egymásba olvadását mutatja: olyan példákban, amelyekben nem-professzionális sajtómunkások konkrét szervezeti/iparági érdekeket kommunikálva váltak tartalomalkotóvá, elsősorban véleményjellegű és nem hírjellegű anyagokat előállítva.

E jelenség körüljárásakor elgondolkodtató lehet a következő összevetés. Az Egyesült Államokban épp az 1920-as évekre vált fontossá az újságírói önértelmezés számára az, hogy a kereskedelmi és a politikai propaganda kiterjedtségével szembesülve leválassa saját szakmájáról a *járvulékos újságírás* (*parajournalism*) propagandista/péeres képviselőit, akik a hírelvűség logikájába beilleszkedve igyekeztek megbízóikról kedvező sztorikat elhelyezni a sajtóban (lásd Schudson 2003: 83). Ehhez képest Magyarországon a Kávésok Lapja még egy jó ideig (történetének első tíz évében) egy korábbi, kevésbé hírközpontú újságkészítési gyakorlatot követett. Azt tehát, amely a terjedelmesebb eszmefuttatásokra és a közvetlenül befolyásoló-nevelő célzatú véleményműfajokra alapult (vö. Buzinkay 2008: 66), és amelyet akkorra már itthon is háttérbe szorított a rövidhírek, a kapuóri szerepkör és a szakma bürokratizálódása által meghatározott újságírás (vö. Sipos 2002, Buzinkay 2016: 245). A Kávésok Lapjának ez az aszinkronitása rávilágít arra, hogy nem elsődlegesen az újságírói professzionalizálódásra (a szakmai önállósodás fejlődéstörténetére) fókuszáló klasszikus sajtótörténeti logikával érdemes vizsgálni ezt

7 A Kávésok Lapja mellett még A vendéglős című szakújságban találtam sajtóbizottsági megjelölést, ám e lap esetében is csak négy évfolyam erejéig, 1920 és 1923 közt.

az érdekképviselési újságot (legalábbis történetének első felét). Ugyanakkor a modern értelemben vett péér korai magyarországi formájaként sem azonosítható megnyugtató módon, hisz e szakma intézményesülése hazánkban egészen az 1980–90-es évekig elhúzódott, még ha szakirodalma megjelent már az 1960-as években, gyakorlata pedig a könyvtári közönségkapcsolat-ápolásban az 1970-es évek során (ehhez lásd Szondi 2009, 2014). Ezen túlmenően a nyilvánosság gondozás 19. század végi és 20. század eleji magyarországi képletét egyelőre olyan jelképes/híresebb, de a szakirodalomban is csak említésszerűen tárgyalt sajtókapcsolat-ápolási példákra tudnám alapozni, mint a miniszterelnöki sajtóosztály létrejötte (lásd Buzinkay 2008: 60–61, 2016: 179–182) vagy a Magyar Gyáriparosok Országos Szövetségének jól megszervezett viszonya a sajtóval (vö. Fráter 1996: 45, Szita 1996: 22, 37–38). Ezért a 20. századi eleji magyar érdekképviselési sajtón végzett elemzéseimet most a szintén az 1920-as években (igaz, Magyarországtól földrajzilag távol) megfogalmazott nyilvánosságelméleti belátásokra építem.

3. Nyilvánosságelméleti alapozás: Lippmann, Dewey és az issue-formálás

3.1. A „Lippmann–Dewey vita”, ami meg sem történt

A két szerző nagyhatású nyilvánosságelméleti munkái egy évtizeden belül jelentek meg: Walter Lippmanntól 1922-ben a *Public Opinion* és 1925-ben a *The Phantom Public*, John Dewey-től 1927-ben a *The Public and Its Problems*. Kettejük viszonyának árnyalására mindenképp érdemes némi teret szentelni, ugyanis magyar nyelven vagy csak alig, vagy a nemzetközi szakirodalomban megcsontosodott – de már egy ideje meg is cáfolt – klisék keretezésében lehet tájékozódni e témáról.⁸

Lippmannt és Dewey-t jó ideig az iparosodott-technologizált környezetben elképzelt demokratikus közélet és nyilvánosságszervezés két egymással gyökeresen szembenálló teoretikusaként olvasták. A kormányzatban és a szervezetekben információhivatalok felállítását szorgalmazó Lippmann lett a technokrata szakértőiség elitista és tudományelvű képviselője; a közösségi szellemiséget és a társalgás logikáját középpontba állító Dewey pedig a részvételiség idealizmusának populista és humanisztikus prófétája (vö. Marres 2007: 766). Gondolkodás-módjuk ellentétét azonban nem érzékelték sem a korabeli, sem a néhány évtizeddel későbbi fogadtatás. Egészen az 1980-as évekig nincs jele annak, hogy éles szembeállítás keretébe foglalják a két szerző viszonyát, de ezt követően a 20. század végére a polarizálás megtörténik, és toposzá válik a „Lippmann–Dewey vita” – amely viszont ilyen formában/felállásban egész egyszerűen sohasem alakult ki (vö. Jansen 2009: 225–229). Ha nem is lehet már egyetlen végső felelőshöz kötni ezt az újrakeretezést, James W. Careynek és Christopher Lasch-nek mindenképp fontos szerepe volt benne (lásd Lasch 1995: 165–168, Schudson 2008: 1032–1039, Carey 2009: 57–63, Jansen 2009: 230–232).⁹

A 2000-es évektől kezdenek megjelenni olyan értelmezések, amelyek már nem ellenfelekként, hanem „szövetségesként” állítják be két szerzőt. Az 1920-as években megjelent nyilvánosságelméleti munkáik e megközelítésben nem vitatkoznak, hanem szintézist alkotnak. Felerősödik annak fontossága, hogy Lippmann és Dewey szellemi szocializálódása közös gyökerekre nyúlik vissza, és végső soron világlátásuk mégiscsak közel állt egymáshoz: mindketten olyan „demokratikus pragmatistának” tekinthetők, aki az értelem és érdek összehangolásának lehetőségeit

⁸ Lásd például Boros János (2000: 67) szikár és semleges összefoglalóját, vagy egy olyan eszmetörténet-népszerűsítő cikket, amely már csak műfajából következően is felületesebben szól a témáról (Leimeiszter 2019).

⁹ Igaz, úgy méltányos, ha rögzítjük: Carey az 1970-es évek végén még egy közös célban – a demokrácia megőrzésében – meg egyezőnek látta Lippmannt és Dewey-t (Jansen 2009: 231). De később, miközben a *Public Opinion* az amerikai médiatudomány alapító munkájaként ismert el (lásd Carey 2009: 57), a diszciplína jövőjét kizárólag már a Lippmann meglátásaival szembeállított Dewey kommunikáció-felfogására javasolta építeni (Carey 2009: 63).

keresi.¹⁰ Közös pragmatizmusuk abban állt, hogy a demokráciáról nem – a közjót középpontba állító – ideálként, hanem mint praktikus szükségszerűségről gondolkodtak (vö. Marres 2007: 770). Lippmann mindkét kötetéről elismerő (és egyáltalán nem harcosan szembenálló) kritikát írt Dewey, épp a – mások mellett – Lippmann által alapított *The New Republic* című politikai-kulturális folyóiratba.¹¹ Dewey már a két könyvrecezenzió megírásakor sem leegyszerűsítetten a szakértőiség-fetisizista technokratát látta Lippmannban. E helyett úgy tekintett munkáira, mint amelyek a demokratikus nyilvánosság újragondolásának megindítói. Ezért is adhatta Dewey a „Practical Democracy” címet a *The Phantom Public*-ról írott kritikájának, ezzel is talán jelezve: érti, hogy Lippmann a tömegtársadalmi és tömegkommunikációs keretekben elvégezhető demokráciareform olyan szószólójaként lép fel, aki megpróbálja a közönség szerepét valamiképp visszaállítani, még ha csak a demokrácia *működőképesre egyszerűsített* szűkösebb keretében is (vö. Jansen 2009: 234–235). A *The Public and Its Problems* pedig tulajdonképp Dewey kollaboratív bejelentkezése ebbe a megújítási projektbe.¹²

3.2. A nyilvánosság issue-formáló funkciója és a kommunikáció szervező hatása

Közelebről most már a nyilvánosságszervezés kérdéseivel kapcsolatban: mindkét szerző kiindulópontja az volt, hogy az emberi kapcsolatok 20. századi új világában már nem lehetnek érvényesek azok a múltból örökölt demokratikus politikaszervezési metódusok és eszmék, amelyek az önmagukba zárt és kis létszámú közösségekre voltak eredetileg optimalizálva (vö. Goodwin 2014: 144–145). Ugyanakkor sem Lippmann, sem Dewey nem volt defetista: a tömegtársadalom tömegmédiá-környezetét nem pusztán hátráltató tényezőnek látták, hanem úgy vélték, hogy az összetett ügyek médiabeli megjelenése kifejezetten a demokrácia modernkori megújításának biztosítéka lehet. Ezért mondhatjuk azt, hogy mindkét szerző a demokráciát ugyanúgy – sőt: egymást kiegészítve – az „issue-formálás” egyedi gyakorlataként (lásd Marres 2007: 766–767) írta le.

Jelen bekezdésben – nagyon kivonatossan – azt mutatom be, miként fészülhetők egymásba Dewey és Lippmann meglátásai annak szükségességéről, ahogy a tömegtársadalmi és tömegmediatizált demokratikus együttélésben egy-egy szűkebb téma/probléma szélesebb nyilvánosság előtt társadalmi üggyé (*issue*) válhat. A 20. századra kialakult „nagy társadalomban” a közös ügyek intézése egyetlen integratív közösségen belül már nem lehetséges, helyette inkább sok kis részközösség párhuzamos viszonyaiban szóródik szét (Vö. Dewey 2016: 175). Mivel pedig a tömegdemokráciában az egyének nagy többsége a részcsoportok közti ellentétek és problémák jó részében nem érintett, nem érdeklődik irántuk, vagy ha tudomást is szerez róluk, a szükséges speciális tudás híján nem érti az adott témákat (Lippmann 2015: 153; Lippmann 1993: 67).¹³ Illúzió tehát azt remélni, hogy a mindent látó és mindent tudó közvélemény bölcsen eldönthetné a társadalmi vitákat; mégis szükség van valamiféle reálisan megvalósítható konfliktuskezelési keretre (Lippmann 1993: 68), és ez nem más, mint a nyilvánosság. Az eltérő társadalmi érdekcsoportok összeütközései ugyanis saját körükön belül nem mindig rendezhetők, s legtöbbször nem mérhetők valamilyen morális mintához (lásd Lippmann 1993: 24, 88–89). Folyamatosan adódhatnak ezért olyan eredendően szűk körű vagy szakmai konfliktusok, amelyek végül oly túlfeszítettek és összetetté válnak, hogy az elsődleges szereplőkkel és az eredendően adott szervezeti/szakmai keretek közt már nem kezelhetők (vö. Lippmann 1993: 121). Ezekben az esetekben a nyilvánosságra lépés lehet a konfliktus

10 Az életrajz szintjén is megvolt a többszöri érintkezés köztük. Levelezésben álltak egymással, még ha ritkán is. Továbbá a Dewey hetvenedik születésnapját megünneplő esemény szervezőbizottságának tagja volt maga Lippmann is, és ez alapján azt feltételezhetjük, hogy Dewey legközelebbi munkatársai a filozófus tisztelőjeként tarthatták számon Lippmann (Jansen 2009: 233, Goodwin 2014: 142–143).

11 Dewey egyébként külön Lippmannnak írt szívélyes magánlevélben is kifejezte dicséretét és háláját a *Public Opinion* megjelenése után: „There is no book I’ve read in a very long time from which I learned so much or rec’d so many suggestions” (saját fordításomban: „Rég olvastam olyan könyvet, amelyből oly sokat tanultam és oly sok meglátást nyertem”, idézi Jansen 2009: 234).

12 Dewey saját könyvében többször is hivatkozott Lippmannre, szó szerint elismerve azt, hogy nemcsak egyes szöveghelyeken, hanem munkája egészének kidolgozásában tartozik hálával kollégájának – még ha önmaga szerint következtetéseiben más irányba is haladt tovább (vö. Dewey 2016: 169).

13 Ezért sem elképzelhető egy olyan közvélemény, amely állandóan adott, mindig ugyanolyan összetételű és széleskörű, folyamatosan jól informált és bölcs belátásra képes, objektívan kiegyensúlyozott (vö. Lippmann 1993: 54–55).

kanalizálásának megfelelő módja, de ez nem ígéri rögtön a probléma megoldását is. Csupán azt jelzi, az ügy eljutott odáig, hogy köré közönséget kell építeni, ami tulajdonképp azt jelenti: a közvetett következmények által érintettek köre és súlya is már olyan mértékűvé vált, hogy az rendszerezett törődést igényel (Dewey 2016: 68). Ez a gondozás pedig – mint ahogy Dewey szerint minden emberi cselekvés – csak akkor válhat társadalmi formában szervezetté, ha tudatosított, közössé tett és hozzáférhető a kommunikáció médiumában (vö. Dewey 2016: 177–178). Ezért különösen nagy a tétje annak például, hogy a gazdasági szereplők milyen mértékben ismerik fel és el azt a meghatározó (mert szervezettséget adó) szerepet, amellyel a kommunikáció bír az ipari tevékenységek és az ezek hatásai közé beékelődött médiumként (Dewey 2016: 181–182).

Tömörített nyilvánosságelméleti felvezetőm után konkrét történeti példákon – az általam választott 20. század eleji szaklap néhány cikkének elemzésével – azt vizsgálom, hogy az érdekképviseleti újságkészítők gondolkodásában vagy tartalomalkotási gyakorlatában miként érvényesült a fentebb összefoglalt nyilvánosságelméleti alapvetés, vagyis az a felfogás, amely szerint a publikusság elsődlegesen nem egy probléma lezáró megoldását biztosítja, hanem *pusztán* az ügy megjelenítését/artikulálását segíti adott (belső szakmai és külső laikus) közönségszoptok előtt; ezért a nyilvánosságteremtő kommunikáció funkciója alapvetően nem több, mint szervezett formát adni szakmai ügyeknek.

4. A Kávésok Lapjának néhány rövid példája: az advokátor-újságírók nyilvánossággondozó szereplehetőségei

4.1. Képviselet, megszervezettség és reflektáltság

Egy szűkebb szakmai ügy vagy egy érdekcsoport problémájának publikussá (társadalmi vitatémává) válása során döntő fontosságú legitimitációs szempont a *reprezentáció* kérdése, vagyis az, hogy a megszólalók milyen felhatalmazottsággal képviselnek egy adott érdeket (Lippmann 1993: 111). Ezért érdemi eredménye lehet a nyilvánosságra lépésnek már az is, hogy e legitimitási kérdésre előre készülve az ügy belső közönsége és képviselői igyekeznek előzetesen minél jobban *megszervezni* magukat (integrálni a még széttartó hangokat, és gondoskodni a megfelelő reprezentáció formáiról vagy személyeiről). Emellett az érintett ügygazda- vagy érdekcsoport pontosabban felmérheti azokat az áttételes hatásokat is, amelyeket más érdekcsoportokra kifejt (Dewey 2016: 74–75), de legalábbis teret és felületet kaphat a *reflexióra* ahhoz, hogy szembesüljön saját helyével és lehetőségeivel a világban.

Ennek bizonyosságául a Kávésok Lapja legelső számának legelső cikke – amelyet az ipartestületi sajtóbizottság elnöke és a lap felelős szerkesztője (mellesleg a testület titkára) közösen jegyzett – több fázisban, fokozatosan bontja ki a frissen induló lap misszióját (Mészáros Győző és Dr. Havas Nándor: *Beköszöntő! Kávésok Lapja*, 1. évf. 1. sz. 1–2. o. [1925]). A szerkesztőbizottság nevében nyilatkozó szerzők először még *pusztán* a tulajdonolt média fontosságát nyilatkoztatják ki prózai egyszerűséggel, közvetlen kísérfőmagyarázat nélkül: „Szükségesnek láttuk, hogy a magyar kávéipar életet és fejlődést jelentő problémáit a saját orgánumunkban szólaltassuk meg.” A következő bekezdésben már-már úgy látszana, gyorsan le is zárják a kiadvány szükségességének indoklását: „Az ipari szaksajtó fontosságáról e helyen elmélkedni teljesen fölösleges.” Egy további szöveghely azonban – rejtetten, azaz feladatleírásokba ágyazva – mégiscsak belekezd az önlegitimáció kibontásába:

„A szaksajtó kíséri figyelemmel az egész ipari fejlődés fázisait, ő ad hangot a hozzájutó és összegyűjtött panaszoknak és kívánságoknak és messzehangzó szócsóként, a nyomtatott betű erejével hozza az intézkedésre hivatottak tudomására.”

Még ha kizökentő képzavar is a hangerősítő tölcser és az írott szó médiumainak egymásra mosása, a „messzehangzó” jelző mindenképp figyelmet érdemel. Ugyanis a hang-felerősítés metaforája még csupán leegyszerűsítve és absztrahálva vetíti előre azt a nyilvánosságbővítési szándékot (az tehát, hogy az érdekképviseleti lap az országos tömegsajtóba is becsatornázhassa magát, és esetleg majd ügyeit is), amelyet a későbbi években a szerkesztőség és az ipartestület vezetősége már szerény, de különféle módokon meg is valósított a sajtópiaci háttérkapcsolat-építés

terén.¹⁴ Fő tanulása a legutóbb idézett szöveghelynek mégiscsak az, hogy benne *expressis verbis* megfogalmazódik az iparági belső közönség *reprezentálásának és integrálásának* feladata („ő ad hangot a hozzájutó és összegyűjtött panaszoknak és kívánságoknak”). Ám igazán a közvetlenül ez után olvasható bekezdésben csúcsondik ki a lap önpozicionálása, amelyben reflektált és árnyalt megfogalmazás olvasható a szaklap médiumfunkciójáról, azaz tényleges közvetítő szerepéről:

Amíg az ipartestületi munkásságot a szakajtó közléseivel a nyilvánosság előtt megismer-teti, addig kezdeményezéseivel az ipartestület munkásságára serkentőleg hat és megte-remti azt a szükséges kapcsolatot, amelynek a törvény paragrafusai által szabályozott testületi tevékenység és a gyakorlati életnek a bürokratikus formákat nem respektáló kö-vetelményei között meg kell lennie.

E passzus tovább erősíti a külső – a szakmai körön túlnyúló – nyilvánosságépítés fentebb említett intencióját. De legfőbb hozadéka az a szerepdefiníció, amely az érdekképviseleti újságírás számára a szabályzatok kötöttsége/ szervezettsége és az üzleti élet hétköznapi valósága közti közvetítést jelöli ki az egyik legfontosabb funkcióként.

Az ipartestületileg kötött keret és az egyéni üzleti érdekek viszonyának kezelése természetesen közel sem könnyű. Egy másik cikk példázhatja ezt. Az írás megmutatja ugyanis, hogy egy szakterületen vagy szervezeten belüli reprezentációs/érdekképviseleti struktúra kiépítése után az nem tekinthető véglegesítettnek. Ezért működésével kapcsolatban meg-megújulóan érdemes edukálni, ezzel pedig remélhetőleg minél inkább *reflektált gondolkodású* egyesületi/testületi tagságot lehet kialakítani: olyat, amely tudja, mikor és mire való az érdekképviselet, s ezért tudatosan képes azt használni. A Kávésok Lapjának fejléce az 1932. június 15-ei számtól megváltozott, és a ko-rábbi hosszabb leírás helyett már csak ez szerepelt önmeghatározásként: „A Budapesti Kávésok Ipartestületének hivatalos lapja.”¹⁵ A váltással nem foglalkozik sem ennek, sem a közvetlenül megelőző vagy következő számnak bármelyik anyaga. Ám az új fejléc alatt jelent meg Mészáros Győzőnek akkor már az ipartestület elnökeként jegyzett „Közérdek” című vezércikke (*Kávésok Lapja*, 8. évf. 12. sz. 1. o. [1932]). Általánosító gondolatmenete miatt ugyan nem olvashatunk benne nyílt utalásokat, de a témaválasztás miatt elképzelhető, hogy a cikk rejtetten még akár a fejlécben régen egymás mellett szerepelt szervezetek közti (vagy azokon belüli) esetleges konfliktu-sokból is inspirálódhatott: „Vannak iparúzó, akik legkisebb ügyes-bajos dolgukat közérdekűnek tartják, testületi fellépést és eljárást követelnek, holott legsajátosabb egyéni dolgaikról van szó.” Fontosabb azonban, hogy a vá-lasztott témát miként dolgozza fel ez az írás. A köz- és az egyéni érdekek különbségeit és egymásba fordításuk lehetőségét egyszerre mutatja meg a szerző. A szétválasztást így: „A közérdek fogalma természetesen azt jelenti, hogy a testület egyéni érdekeket nem szolgálhat.” Az összekapcsolást pedig emígy:

Vannak olyan kérdések, amelyek látszólag magánérdekűek és mégis a közcélú munkásság keretébe vonatnak, ha az idők és viszonyok kívánatosá teszik. [...] Ezekben az ügyekben

14 Ilyen mikroszintű eszköz volt például a legelső lapszám elküldése „a napisajtó nagytekintélyű orgánumai” számára (*Kávésok Lapja*, 1. évf. 1. sz. 12. o. [1925]), vagy a jubiláló Pesti Napló és Az Est levélbeli üdvözlése (*Kávésok Lapja*, 7. évf. 6. sz. 4. o. [1931]), eseményszervezési megoldásként a Pesti Napló szerkesztőjének (Magyar Elek gasztronómiai szakírónak) és a Pesti Hírlap szerkesztőségének meghívása az ipartestület saját vacsorabemutatójára (*Kávésok Lapja*, 14. évf. 1. sz. 4. o. [1938]). Ezek mellett a lap az országos sajtó tartalomfolyamába kapcsolódást a maga oldaláról igyekezett előkészíteni olyan – jelölt vagy nem jelölt – cikk-átvételekkel, amelyek keretében a már említett újságokban (Az Estben, a Pesti Naplóban, a Pesti Hírlapban) megjelent írásokat közölt újra, esetenként Karinyth vagy Márai szövegét (lásd *Kávésok Lapja*, 9. évf. 5. sz. 1. o. [1933]; *Kávésok Lapja*, 13. évf. 1. sz. 2. o. [1937]; *Kávésok Lapja*, 14. évf. 16. sz. 1. o. [1938]). De Tábori Kornél – a kor kiemelkedő újságírója – is kétszer feltűnik a szerzők közt; először épp a legelső számban, ám egyik alkalommal sem tisztázott, hogy átvett vagy eredeti cikkről van-e szó (*Kávésok Lapja*, 1. évf. 1. sz. 7. o. [1925]; 13. évf. 11. sz. 6–7. o. [1937]). Ide tartozhat még annak esete, amikor az ipartestület gondozásában megjelent kávéháztörténeti könyv sajtórepcióját szervezi és dokumentálja a lap: recenziós és tiszteletpéldányokkal árasztja el a szerkesztőség a különféle országos orgánumokat, illetve korabeli kormányzati és kulturális dignitásokat; majd a kritikákról és köszönőlevélbeli visszajelzésekről számol be (lásd *Kávésok Lapja*, 13. évf. 10. sz. 3–6. o. [1937]; 14. évf. 5. sz. 12–13. o. [1938]).

15 Igaz, a fejlécben továbbra is megmarad a következő leírás: „A lapot a Budapesti Kávésok Ipartestületének és a Magyar Kávésok Országos Szövetségének tagjai tagdíjuk fejében ingyen kapják.”

látszólag egyes esetekből kell kiindulnunk – olyanokból, amelyek alkalmasak arra, hogy rendszerré válva az ipar jogkörét károsítsák és csorbítsák.

De a két kategória közti szétválasztás különutas kezelésére is tanítja olvasóját:

Így amikor a testület egy új adónem bevezetése vagy általános adóemelés ellen szólal fel, annak a tudatában teszi, hogy az ily intézkedés az összes iparúzóik érdekében történik, de semmi esetre sincs jogában egyéni sérelmek dolgában (p. o. ha valakinek adóját sérelmesen állapították meg) eljárni. Erre való a törvényben megszabott fellebbezési és panasz eljárás.

Végül pedig a cikk konklúziója így szól:

A közérdeket szolgálni pedig nem csak a megválasztott vezetőknek kötelessége, de emi-
nens érdeke minden egyes iparúzóknak. Jogában és módjában áll mindenkinek felszó-
lalni, gondolatait közölni, az összesség bizalmából megválasztott vezetők kötelessége a
felvetett eszméket kivihetőség szempontjából elbírálni.

Mészáros tehát arra tanítja itt belső/szakmai közönségét (az ipartestületi tagságot), hogy a köz- és az egyéni hasznosságú ügyek közti határvonalak és egymásra épülések alakításába maga is aktívan bekapcsolódhat.

4.2. Proceduralitás: legitimáció racionalizáltan szakmai, de közérthető érvformálással

A köz- és az egyéni érdekek imént említett határvonala azért is izgalmas kérdés, mert a tömegtársadalom sajtó-fogyasztói döntően inkább csak olyan hírekre és bemutatásmódokra kíváncsiak, amelyek a már jól megszokott élményviláguk rendjébe törések nélkül illeszthetők be (lásd Lippmann 2015: 127–128). Például egy bármilyen iparágon belüli konfliktusra külső szemlélőként az újságolvasó elsődlegesen abból a szempontból tekint, hogy az ő életében ez zavarokat okozhat-e, és ha igen, milyeneket (vö. Lippmann 2015: 134–135). Ezért félreértés lenne, ha azt gondolnánk, hogy a publicitásteremtés feladata pusztán a közvélemény információval való ellátása volna (vö. Lippmann 1993: 33), amely alapján az majd önállóan meghozza egy adott kérdésben a végső szónak számító bölcs értelmezését.

Ahhoz, hogy egy téma jelentős – jelentéssel telített – üggyé váljon (akár külső/távoli/idegen érdekcsoportok számára is), „megszervezettnek” kell lennie: a tét az, hogy a témaformálás miként tud a klasszikus újságírói szenzacionalizmuson túllépve a gondolatmenet összehangoltsága és folyamatossága révén „intellektuális formában reprezentálódni” (Dewey 2016: 200–201). Azonban az így elképzelt nyilvánosság-szervezés csak szerény, korlátozott és áttételes célokra vállalkozhat. A feladat nem az, hogy az ügygazdák valamiféle bölcs és végső döntőbíróként idealizált általános közvéleményt szólítsanak meg. E helyett egy nyilvánossá vált konfliktusban tulajdonképp csak a vita *proceduralitása* lesz megítélhető a sajtófogyasztó közönség számára: az tehát, hogy az elsődlegesen érintett érdekcsoportok álláspontjainak ütköztetése kiegyenlítően, szabályozott vitakeretek közt és zökkenőmentes koreográfiával zajlott-e le (vö. Lippmann 2015: 153). Ezért az ügygazdák legfőbb feladata az, hogy önlegitimációjuk biztosítékaként „törvényes és rendezett” formáját dolgozzák ki saját pozícióik és érdekeik kinyilatkoztatásának („lawful and orderly method of asserting themselves”, lásd Lippmann 2015: 135). Ennek során mindvégig érdemes az értelemre apellálni (lásd Lippmann 2015: 158–160), indulatvezéreltségtől mentesen az észérvek összemérhető kimunkáltságára törekedni, kerülve a nyers és erőszakos akarat-kinyilatkoztatást (Lippmann 1993: 59). A nyilvánossá vált vitában tehát végső soron a legfontosabb szempont az, hogy a társadalmi együttélés szabályozott rendje biztosított maradjon egy-egy társadalmi üggyé szélesített szakmai/szűkkörű konfliktusban (vö. Lippmann 1993: 94, Dewey 2016: 99–100).

Azonban – és ezt pragmatistaként látta Lippmann és Dewey is – a proceduralitásnak is megvannak a maga korlátai (Marres 2007: 770). Nyilvánosságelméletük számol azzal, hogy a publikussá vált viták és ügyek nagy

része végül nem hoz érdemi eredményt/döntést.¹⁶ De ennek ellenére is közvetett haszna lehet a nyilvánosságra való kilépésnek. Az egyik legfőbb lehetőség az, hogy az elsődleges érintetteket/vitafeleket *érveik racionalizáló kicsiszolására és álláspontjaik védhető megerősítésére* készíteti (Goodwin 2014: 155), ami Lippmann fentebb hivatkozott meglátása szerint azt támogathatja, hogy könnyebben beilleszkedhessenek a törvényes rendre és értelemre apelláló – a szélesebb és közvetlenül nem érintett közönség által jobb híján biztosítékként elvárt – diszkurzív keretek közé.

A saját (jelen esetben iparági) érdekek stabilitás- és jogelvű legitimációjára lehet izgalmas példa Katona István egyik közleménye. A Katona által vezetett „Szakkérdések” rovat az 1929-es évfolyamban volt a legtermékenyebb.¹⁷ Az akkor megjelent cikkek sorából különösen kiemelkedik a „Bank és virstli” című írás (*Kávésok Lapja*, 5. évf. 8. sz. 1–2. o. [1929]). Ugyanis ebben Katona a kávésipar egy épp akkor kialakulóban lévő problémáját (az állami és fővárosi szubvenciókból működő büfék térnyerését) sajátos – bár tőle nem idegen¹⁸ – karikírozó hangnemben alakítja a már szélesebb/laiikus közönség által is fogyasztható, könnyen átlátható és netán még érdekes témává. A cikk anekdotázással indul: egy Amerikába szakadt hazánkfia egy virstlis mozgóbüfét üzemeltető honfitársával találkozik, és tőle kölcsönt kér saját karrierjének elindításához; ám ezt a büfés furfangosan azzal üti el, hogy saját működésének feltétele egy – a vele átellenben lévő bankkal kötött – olyan kölcsönös megállapodás, amelynek értelmében – ahogy a pénztintézet sem árul virstlit – a büfés nem foglalkozik hitelezéssel. Ezt a csattanót még jobban továbbblendíti Katona István, és – a korban vélhetően tekintélyes és népszerű referenciának számító – G. B. Shaw-ra alapozva megállapítja: „A törvény igazságos, mert egyaránt megtiltja szegénynek, gazdagnak, hogy a híd alatt háljanak.” Majd végül szatirikusan-társadalomkritikusan így summáz:

A törvény a gazdasági életben is igazságos, egyaránt ad jogokat a garasnak és az ezresnek és ha a garas az ezresel szemben nem boldogul, hát édes Istenem, ez aztán igazán az ő baja lehet csupán.

De bármennyire is karikírozó ez a megfogalmazás, a cikk további érvmenei éppenséggel az itt még kigúnyolt törvény/jog/szabályok/megállapodások garantálta – jóllehet a méretarányok különbségétől független, ezt épp nem kompenzálni, hanem ignorálni akaró – neutralizált egyenjogúságot legitimálja rendszeralkotó és stabilizáló elvi alapként. Hisz miután Katona a kis és a nagy piaci szereplők („garas” és „ezres”) eltérő érdekérvényesítő képességéről panaszkodik (az egyéni kávé vállalkozó kiszolgáltatottságát állítva szembe a beszállító kartellek zsarolópotenciáljával), mégiscsak arra a következtetésre kell jutnia, hogy „valami gyöngye magyarázatát” meg lehet adni ennek felállásnak. A cikk érvelése szerint a kartell-megállapodásokkal¹⁹ rögzített szervezőelv nélkül teljes káosz és könyörtelenség uralkodna egy piacon, de megléte rendezett és egységesítő – még éppen elfogadható – keretet ad, hisz legalább kiszámíthatóságot teremthet, még ha a kereten belül az imént említett méretkülönbségeket nem is számolja fel, csupán kapcsolódási pontokat kínál a kis és a nagy szereplők számára.

Ezzel ellentétben a büféüzemek Katona (és rajta keresztül a kávésipar) által sérelmezett térnyerése azt eredményezi, hogy új (trónkövetelő) szereplők a törvényesen rendezett *status quot* fenyegetik: a büfék kávéház-venéglői iparendélyért folyamodnak. Elszaporodásuk persze korábban is negatív (árromboló) hatású volt, de csak áttételesen (hisz nem nyújthattak kávéházi szolgáltatásokat). Ám az engedélykérelmezés következtében az a helyzet állhat elő, hogy két eltérő, korábban más-más keretben működött szereplő ugyanazon a versenyterepen találkozik (ráadásul az egyik állami támogatásokat is élvez). A rögzített és megszokott joghelyzet felborul:

¹⁶ Voltak persze hangsúlybeli különbségek a két szerző közt abból a szempontból, hogy a társadalmi ügyek nyilvános megbeszélését milyen szellemiségűnek (konfliktusvezéreltnek vagy kooperatívnak) látták szívesebben (lásd Goodwin 2014: 149–152).

¹⁷ Saját rovatában kilenc saját cikke és öt más szerző írása jelent meg, továbbá két saját szövege még rovaton kívül.

¹⁸ Az ipartestület újévet köszöntő gyűlésein – az 1930-as években több alkalommal is – szellemes, humoros, karikatúrisztikus előadásokban „perszifálta” hol a szilveszteri éj, hol az egész megelőző év eseményeit, mindig tagtársai nagy tetszésére (lásd *Kávésok Lapja*, 9. évf. 2. sz. 2. o. [1933]; 12. évf. 2. sz. 2. o. [1936]; 13. évf. 2. sz. 3. o. [1937]; 14. évf. 2. sz. 2. o. [1938]).

¹⁹ A két világháború közt megszorodó kartellekkel kapcsolatban Katona írása után két évvel (1931-ben) születik meg egy – ha nem is tiltó, de a gyakorlatot feltételekhez kötő – törvénycikk (vö. Páhi 2018: 20).

a jogbitorló – ahogyan Katona is írja, „illegitim” – büfé betör a tradicionális/szerzett jogokkal bíró kávéház felségterületére.

A cikk tehát a törvénysértő (a rendszerezett kereteket megbontó) és törvényes (stabilizáló) helyzetek e megkülönböztetésére alapozva kínálja fel az ügy értelmezését a döntéshozóknak és az olvasóknak. A gondolatmenet *jól megformáltságában* könnyen követhető, szellemességében *olvasóbarát*. Ám e sajátosságok sem fedik el, hogy Katona István egy nagy súlyú (megélhetési/versenyiaci) problémát a pozícióvesztés indulati reakciói helyett – és egyúttal a naiv igazságérzetet is kicselezve²⁰ – egy *racionalizáló igazgatási/szakmapolitikai – persze laikusok számára is érthető – érveléssel* mutat be. A szakma (kávéház-tulajdonosok) védekező álláspontjának pedig erős alapozást biztosít ügyesen azáltal, hogy a szabályozók és a kívülálló közönség feltételezhető stabilitásigényére apellálva *a már eleve meglévő és megszokott status quo törvényi garanciájának objektív kérdésévé alakítja át* a saját üzleti érdek védelemét.

A kávéháztulajok érdekképviselőinek szakmapolitikai önpozicionálásában, iparági diplomáciájában érdekes lehet – most csak említés szintjén – még az a dinamika is, amely a partnerszövetségi szívélyes nyitottság és az együttműködési korlátok határozott kijelölésének váltakozásaként valósult meg, épp Mészáros Győző és Katona István cikkírói munkásságában. Mészáros a kávéház-tulajdonosok (tehát a munkáltatói oldal) lapjában oly „megdönthetetlen igazsággal” szólalt fel a főpincéri rendszer – azaz egy speciális munkavállalói csoport – érdekében (Mészáros Győző: Tallózás. Nyári reflexiók. *Kávésok Lapja*, 4. évf. 18. sz. 1–2. o. [1928]), hogy a Főpincérek Lapja a cikket köszönetnyilvánítással kiegészítve át is vette saját felületére: a „megbecsülés dokumentumának” nevezve, az újracímzéssel Mészárost a pincéri érdekcsoport saját advokátoraként ismerve el (Értünk – helyettünk. *Főpincérek Lapja*, 1. évf. 6. sz. 4–5. o. [1928]). Az összekapcsolódást, az egymásra utalt munkáltatók és munkavállalók közti közvetítést emelte ki Katona István a Mészáros ötvenéves köszöntésére írt cikkében (Katona István: Mészáros Győző jubileuma. *Főpincérek Lapja*, 2. évf. 8. sz. 2. o. [1929]), amelyet kivételes módon – és erre ő maga is reflektált – nem a saját, hanem a másik foglalkozáscsoport érdekvédelmi orgánumban publikált, ezzel is erősítve a gazdaságdiplomáciai együttműködés szellemiségét:

Mészáros Győző, akinek munkás életére a becsületben és köztisztelésben állás közegette teszi fel a kor a jubilánsi koszorút, nem olyan munkaadó, aki pusztán saját társadalmi és érdekcsoportjának tagja. [...] Mészáros Győző volt, ha nem is megalapítója, de mindenesetre erős megszilárdítója annak a harmónikus összeműködésnek és szeretetteljes megértő szellemnek, amely jellemzője a kávé- és főpincérestületek mai együttthaladásának.

A partnerség szívélyessége azonban nem akadályozza meg, hogy szükség esetén ne lehetne kijelölni a különbségeket és a kooperáció feltételeit. Mészáros Győző ezt tette meg például egyik cikkében (Mészáros Győző: Nem értem egészen... vagy miről ír a Főpincérek Lapja? *Kávésok Lapja*, 10. évf. 18. sz. 1–2. o. [1934]):

De, mint a szakma ezidőszerinti vezetője, magasabb szempontból kell a dolgokat néz-nem. A főpincérek szerepe nem az ipar felett, sem mellette nem állhat meg, a főpincérnek — és ezzel az ő érdekképviselőjüknek — bele kell illeszkednie az ipar általános érdekeibe. [...] A fegyverbarátság és kölcsönös lojalitás tehát megvan mindaddig, amíg az az ipar általános érdekeibe ütközik.

Azaz – önmagát az iparág legfőbb vezetőjeként pozicionálva – a főpincéri részecsoport érdekképviselője és a szektor közérdekű szempontjai közti viszonyt markáns hangon hierarchiába rendezve, de az iparági szövetséget nem véglegesen felrúgva.

20 Hisz például az – amúgy sokszor kellemetlen – kartellkérdés értelmezésében sem a kicsi és nagy szereplők viszonyát egalitáriusan újrendező idealista megoldást keresi, hanem a kiszámítható és érdekelvű együttélés elfogadását szorgalmazza.

5. Lezárás

A jelen tanulmány keretein túl természetesen még tágabb körű elemzésekben kell majd foglalkoznom a Kávésok Lapja – most csak rövid példákban érintett – véleményműfaji anyagával (vezércikkkel, helyzet- és háttér-elemzésekkel). További vizsgálódások tárgyai lehetnek még a szakmai élet mindennapi fejleményeiről szóló apróhírek, az ipartestület tevékenységével kapcsolatos részletes beszámolók és hivatalos dokumentációk, illetve az országos sajtóorgánumban becsatornázódást segítő kapcsolatszerzési kísérletek is; valamint az, hogy egy-egy kifejezetten tartós üggyé vált probléma (például a borralaló szabályozása, a főpincéri óvadék, a kávéházak élőzenei szolgáltatásainak vagy az üzletbérlok jogi helyzetének kérdése) miként formálódott számról számra vagy akár éveken keresztül a Kávésok Lapja hasábjain.

Most elsődlegesen csak azt akartam megmutatni, hogy reflektált és írástudó érdekképviselők az advokátor-újságírói pozíció hibriditásában tartalomgyártásukkal miként valósítottak meg a gyakorlatban néhány alapvető Lippmann- és Dewey-féle nyilvánosságelméleti megfontolást. Eközben bizonyosságot nyújtottak arról is, hogy jól látták, milyen missziót és miként érdemes teljesítenie egy szervezet/iparág saját üzemeltetésű érdekképviselési médiafelületének – mind a szakmán belüliek, mind pedig a külső közönség/partnerek felé.

Irodalom

- Bodor Ferenc (1992): A pesti polgárság XX. századi színterei. *Ökotáj*, 1. évf. 1. sz. <http://www.okotaj.hu/szamok/01/korny5.html>.
- Boros János (2000): *A demokrácia filozófiája*. Pécs: Jelenkor.
- Buzinkay Géza (2008): *Magyar hírlaptörténet (1848–1918)*. Budapest: Corvina.
- Buzinkay Géza (2016): *A magyar sajtó és újságírás története a kezdetektől a rendszerváltásig*. Budapest: Wolters Kluwer.
- Carey, James W. (2009): *Communication as Culture. Essays on Media and Society*. New York & London: Routledge.
- Dewey, John (2016): *The Public and Its Problems. An Essay in Political Inquiry*. Athens, Ohio: Swallow Press [Kindle eBook].
- Fisher, Caroline (2016): The Advocacy Continuum. Towards a Theory of Advocacy in Journalism. *Journalism*, vol. 17, no. 6, pp. 711–726.
- Fráter Zoltán (1996): *A Szövetség szelleme. A Nyugat mecénásai a GYOSZ-ban*. Magyar Gyáriparosok Országos Szövetsége.
- Gillmor, Dan (2010): *Mediactive*, <https://mediactive.com/book>.
- Gillmor, Dan (2014): In Praise of the Almost-Journalists. *Slate Magazin*, 28 March, <https://slate.com/technology/2014/03/human-rights-watch-and-other-advocacy-groups-doing-great-journalism.html>.
- Goodwin, Jean (2014): Walter Lippmann, the Indispensable Opposition. In: Brian Jackson & Gregory Clark (eds.): *Trained Capacities. John Dewey, Rhetoric and Democratic Practice*, pp. 142–158. Columbia, South Carolina: The University of South Carolina Press.
- Jánk István (2014): Helyben írt versért jár majd kávé a Centrál Kávéházban, *Nyelv és Tudomány*, november 12., <https://m.nyest.hu/hirek/helyben-irt-versert-jar-majd-kave-a-central-kavehazban>.
- Jansen, Sue Curry (2009): Phantom Conflict. Lippmann, Dewey, and the Fate of the Public in Modern Society. *Communication and Critical/Cultural Studies*, vol. 6, no. 3, pp. 221–245.
- Lasch, Christopher (1995): *The Revolt of the Elites and the Betrayal of Democracy*. New York & London: W. W. Norton & Company.
- Leimeiszter Barnabás (2019): Alkalmazkodni a rohanó világhoz? – egy neoliberális dogma története. *Mandiner*. hu, július 31., https://mandiner.hu/cikk/20190731_alkalmazkodni_egy_rohano_vilaghoz.
- Lippmann, Walter (1993): *The Phantom Public*. New Brunswick & London: Transaction Publishers.
- Lippmann, Walter (2015): *Public Opinion*. Start Publishing LLC [Kindle eBook].
- Marres, Noortje (2007): The Issues Deserve More Credit. Pragmatist Contributions to the Study of Public Involvement in Controversy. *Social Studies of Science*, vol. 37, no. 5, pp. 759–780.

- Páhi Barbara (2018): A versenyt korlátozó megállapodás tilalmának jogtörténeti előzményei az 1931. évi XX. törvénycikk tükrében. *Publicationes Universitatis Miskolcensis. Sectio Juridica et Politica*, 36. évf. 1. sz. 19. 3. o.
- Saly Noémi (1996): Kávéházi kisbibliográfia. *Budapesti Negyed*, 4. évf. 2–3. sz., <https://epa.oszk.hu/00000/00003/00011/bibel.htm>.
- Saly Noémi (2008): Jean becsukta az ablakokat... A *Nyugat* és „nyugatosok” kávéházai. *Múlt és Jövő*, 4. sz. 34–46. o.
- Sárosi Boglárka (1996): A Centrál kávéház tükörcserepei. *Budapesti Negyed*, 4. évf. 2–3. sz., <https://epa.oszk.hu/00000/00003/00011/central.htm>.
- Schudson, Michael (2003): *The Sociology of News*. New York & London: W. W. Norton & Company
- Schudson, Michael (2008): The “Lippmann-Dewey Debate” and the Invention of Walter Lippmann as an Anti-Democrat 1986–1996. *International Journal of Communication*, vol. 2, pp. 1031–1042.
- Schweitzer Gábor (1996): Lapok az Abbazia kávéház történetéhez. Az 1888-as alapítástól az 1944-es ideiglenes bezárásig. *Budapesti Negyed*, 4. évf. 2–3. sz., <https://epa.oszk.hu/00000/00003/00011/abbazia.htm>.
- Sipos Balázs (2002): Irodalom és újságírás viszonya a 20. század első felében Magyarországon. *Médiakutató*, tél, 65–77. o.
- Smith, Ernie (2014): “Almost Journalism”: Advocacy Groups Try Their Hands at News. *Associations Now*, 3 April, <https://associationsnow.com/2014/04/almost-journalism-advocacy-groups-try-their-hand-at-news>.
- Szinnyei József (1897): *Magyar írók élete és munkái. V. kötet*. Budapest: Hornyánszky Viktor Könyvkiadóhivatala.
- Szita Szabolcs (1996): *A Magyar Gyáriparosok Országos Szövetsége. A GYOSZ kiépítése és tevékenysége 1902-től 1948-ig*. Magyar Gyáriparosok Országos Szövetsége.
- Szondi, György (2009): A Hungarian Rhapsody. The Evolution and Current State of Hungarian Public Relations. In: Krishnamurthy Sriramesh & Dejan Verčič (eds.): *The Global Public Relations Handbook. Theory, Research, and Practice*, pp. 627–654. New York & London: Routledge.
- Szondi, György (2014): Hungary. In: Tom Watson (ed.): *Eastern European Perspectives on the Development of Public Relations: Other Voices*, pp. 41–53. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Waisbord, Silvio (2009): Advocacy Journalism in a Global Context. In: Karin Wahl-Jorgensen & Thomas Hanitzsch (eds.): *The Handbook of Journalism Studies*, pp. 371–385. New York & London: Routledge.

Abstract in English

Advocacy through Owned Journal. Some Publicity Lessons of a Coffee Shop Owners’ Trade Journal in the First Half of the 20th Century

In the late 19th and early 20th centuries, the era of fortnightly trade journals, advocating different professional groups, was thriving in the Hungarian hospitality industry. So far, I have focused my research only on one journal, *Kávésók Lapja* (“Café Owners’ Journal”). In this paper, I reveal the lessons of an even narrower material, by picking up just a couple of articles. My aim is to expand and exemplify with historical precedents the following thesis statement: the owned trade journal is an appropriate platform for realising a twofold function. On the one hand, it is capable of providing an integrative framework for the inner stakeholders/public of an organization or an industry. On the other hand, through the trade journal, an interest group may prove to outside audiences its reasoning abilities and openness to debate, which are the prerequisites of turning one’s own topic into a public affair. To establish my thesis statement, I use some considerations from Walter Lippmann’s and John Dewey’s theories of the public. Besides, my argument is linked to a couple of insights based on the literature on advocacy journalism.

Keywords: advocacy journalism, Café Owners’ Journal, Dewey, Lippmann, publicity, trade journals

Sebestyén Attila (PhD) a Debreceni Egyetem Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszékének adjunktusa. 2015-ben szerzett doktori fokozatot. Fő érdeklődési területe a menedzsment és a humán műveltség kapcsolata. *A Menedzser humanizmus. A szervezeti és üzleti élet „átlelkésítettsége”* című könyv szerzője (Kolozsvár: Erdélyi Múzeum-Egyesület, 2015).