

Verso

Irodalomtörténeti folyóirat

Verso
Irodalomtörténeti folyóirat
2022/1

Szakmai védnökök

Bartók István
Jankovits László
Nagy Imre

Szerkesztők

Boszoki Petra
Kucserka Zsófia
Laczkó András
Milbacher Róbert
Pálffy Eszter
Pap Balázs
Szatmári Áron

Tördelőszerkesztő

Pap Balázs

Borítóterv

Simor Kamilla

ISSN 2630-8479

Felelős kiadó

a PTE BTK Magyar Nyelv- és Irodalomtudományi Intézet
Klasszikus Irodalomtörténeti
és Összehasonlító Irodalomtudományi Tanszékének vezetője
(7624 Pécs, Ifjúság útja 6.)

szerk@versofolyoirat.hu

TARTALOM

TUDOMÁNYOS GYŰJTEMÉNY

RADNAI DÁNIEL SZABOLCS	
A hazatalálás történetei – a magyar utazási irodalom átalakulása a 19. század közepén (Vázlat egy műfaj- és médiatörténeti kutatáshoz)	9
TÓTH KÁLMÁN	
Kontinuitás a nyelvkérdésben? Kis János szuperintendens egy 1830-as cikkének kontextusai	35
S. LACZKÓ ANDRÁS	
A reklám helye A védegyleti agitáció és Garay János <i>Iparvédegyleti dala</i>	49

KRITIKAI LAPOK

ASZTALOS VERONKA ÖRSIKE	
Hagyatékfeltárás és újraértelmezés: Szendrey Júlia írásaik kontextusáról (GYIMESI Emese, <i>Szendrey Júlia irodalmi pályafutása: Társadalomtörténeti kontextusok</i> , Bp., Ráció, 2021 [Ligatura].)	73
SZAJBÉLY MIHÁLY	
Sajtó és női írás a 19. században, avagy egy kutatási irány eredményei és lehetőségei (<i>Nők, időszaki kiadványok és nyomtatott nyilvánosság 1820–1920</i> , szerk. TÖRÖK Zsuzsa, Bp., Reciti, 2020 [Reciti konferenciakötetek, 9].)	79

FILLÉRTÁR

SZATMÁRI ÁRON		
Bogáti Fazakas Miklós 119. zsolttára	95	
BOGÁTI FAZAKAS MIKLÓS		
119. zsolttár	113	
A tanulmányok összefoglalói / Abstracts.....		129
A lapszám szerzői		133

S. Laczkó András

A reklám helye

A védegyleti agitáció és Garay János *Iparvédegyleti dala**

Az *Életképek* 1845. április 5-i számának címlapján közölt *Iparvédegyleti dal*ának¹ ötödik versszakában Garay János az anyagi javak élvezetével kapcsolatos vágyaik, mi több, a luxus iránti vonzalmuk kiélését javasolta a költeményében megszólított honleányoknak és hazafiaknak. Az ajánlat a magyar képviseleti líra rendszerint ezzel éppen ellentétes magatartásra buzdító, az erkölcsöket, különösen a köz érdekét a magánérdekek elé helyező polgári erényt romboló, s ezzel a közösség létét veszélyeztető fényűzésről való lemondás republikánus parancsát² megfogalmazó hagyománya felől szemlélve igencsak furcsának hat. Még akkor is, ha azzal Garay agitációs verse egyértelműen a köz, vagyis a nemzet és a haza érdekét akarta szolgálni, s az általa propagált védegyleti mozgalom céljainak megfelelően kifejezetten honi iparcikkek fogyasztására kívánta serkenteni közönségét. Az ötödik strófában elhangzó ajánlatot csak még zavarba ejtőbbé teszi, hogy az ellentmondani látszik a szöveg ezt megelőző részében kifejtett, a hazafiakat éppen a hon ellenségeként ábrázolt luxussal szembeni „harcias” és határozott fellépésre mozgósító gondolatmenettel.

Az *Iparvédegyleti dal* első négy versszaka nem sok érdekességgel szolgálhatott a divatlap egykorú olvasói számára. A költemény olyan védegyletet³ propagált,

* A tanulmány az MTA BTK Lendület Magyar Irodalom Politikai Gazdaságtana Kutatócsoport (34080 LP 2019-10/2019) kutatási programjának részeként, annak támogatásával készült.

1 GARAY János, *Iparvédegyleti dal*, *Életképek*, 1845. április 5., 425–426. A költemény Garay verseinek következő gyűjteményes kiadásában *Védegyleti dal* címen szerepel. (Vö. GARAY János *Újabb versei 1843–1847*, Pest, Beiml, 1848, 35–38.)

2 A republikanizmus politikai nyelvéről lásd TAKÁTS József, *Politikai beszédmódok a magyar 19. század elején – Egy tervezett kutatás hipotézise* = T. J., *A megfelelő ötvözet*, Bp., Osiris, 2014, 54–55.

3 Az *Életképek* „Hírlapi méh” rovatának írója már 1845 márciusában kihirdette a védegylet győzelmét. Véleménye szerint az előző hónapokban a mozgalom gazdasági és politikai célszerűségéről folytatott hírlapi vita a honi ipar pártolójának győzelmével zárult; „Kossuth, Tóth Lőrincz, Agricola ’s többen az ellenokokat megczáfólák”, a *Jelenkor* pedig az „ellenséget tökéletesen agyonverte”, vagyis „papíron [...] egészen nyerve van az ügy”. A divatlapok vidéki szemléi pedig az eszme társaséletben való gyors terjedését bizonyítják, előrevetítve annak végső diadalát. (Vö. *Életképek*, 1845. március 1., 288–289.) Ebben az évben maga a szervezet is gyorsan terjeszkedett; amikor a *Hetilap* 1846 márciusában „[t]öbb rendbeli tudakozás és kívánság következtében örömmel” közölte az egylet vidéki osztályainak listáját, azon már 144 filiálé

amelyet 1844 októberében alapítottak, a következő hónapok folyamán országos mozgalommá szélesedett, s Garay szövegének megjelenésekor már sikereinek csúcsához közelített. Ily módon a vers e szakaszával kapcsolatban könnyen támadhatott az a benyomásuk, hogy annak szerzője nem tett többet annál, mint hogy egyszerűen átemelte a képviselői líra műfaji közegébe a honi ipar támogatására létrejött egyesület melletti agitációnak azokat a legfontosabb érveit és szlogenjeit, amelyeket az elmúlt mintegy fél esztendő során szónoki beszédekben, vitacikkekben, publicisztikai írásokban, sőt szépirodalmi művekben⁴ is számtalanszor elismételték, s olykor a versével csaknem azonos képekkel és frazeológiával adtak elő.

A keretversszakaiiban a csatadal műfaját imitáló szöveg („Föl, hazádnak védletére, / Honfi szív és honfi kar! / Még eddig meg tudta védni / Szép hazáját a magyar!” stb.) annak a krízisretorikának a kontextusába helyezi a költői exhortációt, amely már az Országos Védegylet megalapítása előtt is jellemezte az 1843/44-es országgyűlés vámügyi vitáit. Ezek során az ellenzék tagjai arra hivatkozva állították halaszthatatlanul sürgetőnek az aktuálisan fennálló, nemcsak igazságtalannak, hanem törvénytelennek⁵ is tartott, az országot „gyarmati sorba”⁶ süllyesztő, annak anyagi érdekeit Ausztria és az örökös tartományok gyarapodásáért feláldozó, gazdasági fejlődését akadályozó vámszabályok megváltoztatását,

szerepelt. (Vö. *Az országos védegylet vidéki osztályai alakulási rendben*, Hetilap, 1846. március 24., 426–427.) A lap egy néhány héttel későbbi, a fiókszervezetek számát megyei bontásban közlő cikkéből az is kiderül, hogy a vármegyék közül Árva az egyetlen, amelyben az egyesületnek nincs helyi osztálya. (Vö. *Az országos Védegylet vidéki osztályai*, Hetilap, 1846. április 3., 473.) Az Országos Védegylet történetéről lásd HORVÁTH Elza, *A védegylet története*, Bp., Révai és Salamón Könyvnyomdája, 1911; KOSÁRY Domokos, *Kossuth és a Védegylet: A magyar nacionalizmus történetéhez = A Magyar Történettudományi Intézet Évkönyve*, Bp., Athenaeum, 1942, 421–536.

4 1845 tavaszára már mindegyik műnemben születtek a témáról szóló alkotások. Csak néhány fontosabbat említve; Petőfi *Védegyleti dala* az előző év decemberében, Bajza *Ébresztő* című agitációs verse, illetve a *Magyar leány dala* Garaytól pedig 1845 januárjában látott napvilágot. Ahogy Degré Alajos *Eljegyzés álarcz alatt* című, ugyancsak a védegyletet propagáló vígjátéka, valamint Kelemenfy László *Egy font Pannonia-gyertya* című elbeszélése is elkészült ekkorra.

5 A gazdasági ügyeket az 1790/91: X. tc. alapján az országgyűlés illetékességi körébe tartozónak, s ezért azok rendeleti úton való szabályozását törvénytelennek tekintő közjogi érvelés jelentőségéről lásd például KOSÁRY, *i. m.*, 454–455; 461; 467–468; 474. Így, vagyis mint az ország függetlenségének és jogainak megsértését értelmezte 1844. november 9-i felszólalásában Klauzál Gábor, s indítványozta, hogy „határozatban fejeztessék ki a kereskedésünket bilincselő vámviszonyok igazságtalansága s törvénytelenége”. (Vö. *Az 1843/44-ik évi magyar országgyűlési alsó tábla kerületi üléseinek naplója*, VI, szerk. Kovács Ferenc, Bp., Franklin Társulat, 1894, 403–405.) Az alsótábla 1844. július 11-i ülésén felolvasott, a kereskedelmi választmány által javasolt ezt tükröző törvénycikkekkel lásd *Az 1843/44-ik évi magyar országgyűlési alsó tábla kerületi üléseinek naplója*, V, szerk. Kovács Ferenc, Bp., Franklin Társulat, 1894, 105–106.

6 Az 1843/44-es országgyűlésen gyakran hangzottak el az ország „gyarmati” helyzetére vonatkozó utalások. (Vö. például *Az 1843/44-ik évi... i. m.*, VI, 172; 267; 404; 266–267.) Ennek gazdaságtörténeti hátteréről valamivel korábban Fényes Elek részletesen írt *Magyarország statistikája* című munkájának a kereskedelemről szóló részében. (Vö. FÉNYES Elek, *Magyarország statistikája*, I, Pest, Trattner-Károlyi, 1842, 230–231.) Fényes elemzése szerint a 18. század végére határozott formát öltő birodalmi vámpolitika magyar külkereskedelmet és gazdaságot sújtó vonásai a 19. században is megmaradtak. (Vö. *Uo.*, 229–271.)

mivel azok egyszerre fenyegettek az ország rohamos elszegényedésével és a nemzet politikai függetlenségének elvesztésével.⁷ Az egyes polgárok és a hon anyagi végromlásának lehetőségét, ennek nyomán pedig a nemzethalál rémét is felidéző argumentáció a vámügyi kérdés törvényi rendezésére tett kísérlet sikertelenségét követően az azt – a korabeli kifejezéssel élve – „socialis téren” megoldani kívánó védegyelet leghatékonyabb mozgósító eszközévé vált.⁸ Ennek megfelelően már maga az egyesület alapszabálya is igyekezett igen kritikusként bemutatni egykorú közönségének a fennálló helyzetet, amelyben „a’ naponként rémítőbben terjedő köz elszegényedés’ örvényébe mindinkább több, és több honpolgárnak jóléte, szerencséje, nyugalma fogna sodortatni, s ez örvény el végre még nemzeti önállásunkat is eltemetéssel fenyegetheti”.⁹ A polgárokat élőlőszóban vagy írásban a honi ipar pártolására buzdító szerzők nem ritkán még ennél is határozottabban fogalmaztak, ahogy azt 1845 tavaszán elhangzó zalaszentgróti beszédében Deák Ferenc is tette, aki szerint az országos mozgalom célja „nem csekélyebb, mint a’ hazának a’ temetkező sír’ partjáróli visszarántása”.¹⁰ A Garay versét nyitó imperatívusz, e vesztély elhárítására mozgósítva, a hazafiság képzetéhez tartozó legalapvetőbb funkció betöltésére, a hon védelmére szólított fel; ennek eszköze azonban már nem az élet és vér feláldozását követelő fegyveres harc volt.

A védegyelet egy minden kétséget kizáróan újszerű szerepváltozattal bővítette a hazafiasként elfogadott magatartásformák addigi repertoárját. Alapszabálya első pontjának értelmében az egyesület végső célja szerint „ipart, és szorgalmat, és mi ebből következik jólétet kíván terjeszteni hazaszerte”.¹¹ Ennek feltétele pedig a vállalkozási kedv élénkítése és az ipari termelés volumenének növelése „a honi iparúzó osztályok munkásságának jutalmazóvá, s gyümölcsözővé” tétele, vagyis termékeik kelendőségének biztosítása által.¹² Mivel ez utóbbinak legfőbb akadálya az idegenben készült iparcikkek piaci túlsúlya és jelentős versenylőnyre a hazaiakkal szemben, ezért a mozgalom legközvetlenebb feladata nem más, mint hogy általa „a külföldi gyártmányok, és kézművek az ország piacáról lassanként kiszoríttatván a pénznek külföldi árukért kiözönlése meggátoltassék; s ekép’ a Nemzet [...] anyagi önállásra emeltessék”.¹³ Az ország gazdasági megerősítését

7 Bezerédy István a felirati javaslat elfogadását megelőző hozzászólásában közjogi érveléssel fűzte egybe az elszegényedés és az önálló nemzeti lét elvesztésének rémét: „Most már nem csupán az a kérdés, hagyjuk-e magunkat végelszegényülésünkben elporlani, hanem ezen válsz nemzeti önállásunkat is kockáztatja, mert az 1790-ik törvényben nyilván ki van mondva, hogy a vámszabályzat a törvényhozást illeti. 300 éve tapasztaljuk már, hogy felírásunknak semmi sikere nincs.” (Vö. *Az 1843/44-ik évi...*, i. m., VI, 402–403.)

8 Kosáry Domokos szerint ez, vagyis az egész országot „fenyegető elszegényedés érve” volt retorikai tekintetben az „egyik legsikeresebb fegyver” az ellenzék kezében a vámkérdésről folytatott viták során, és ez alapozta meg a védegyelet széles körű támogatottságát is. Vö. *KOSÁRY, i. m.*, 449–451.

9 *Az országos védegyesület alapszabályai és alakulásának rövid leírása*, [h. n.], [k. n.], [é. n.], 10.

10 *Deák Ferencz’ nézetei az Országos Védegyeletről*, Pesti Hírlap, 1845. március 30., 205.

11 *Az országos védegyesület alapszabályai*, i. m., 4.

12 *Uo.*, 3.

13 *Uo.*

Friedrich List protekcionista elgondolásai alapján¹⁴ elérni szándékozó egyesület azonban ennek megfelelő vámszabályok, vagyis jogi kényszerítő eszközök hiányában a belső piac védelmének feladatát az egyes háztartásokra hárította, és mint hazafiúi/honleányi erkölcsi kötelességet értelmezte. A védegyelet az akkoriban gyakran használt metaforával élve azt várta el a hon polgáraitól, hogy az ország határaitól „hiányzó” vámsorompókat saját házaik küszöbén felállított erkölcsi sorompókkal¹⁵ pótolják. Ez nem figuratív nyelven kifejezve egyszerűen azt jelentette, hogy az egyesületbe való belépésekor minden tag fogadalmat tett arra, hogy a következő hat évben „csak honi mesteremberek által fog dolgoztatni, s általában minéműségei tekintet nélkül semminemű ipar műczikkből, mellyből lakvidékén belföldi kapható, tudva külföldit nem veszen, nem csináltat, nem visel; s tőle függő gyermekei, vagy gyámoltjai, s azon cselédei által, kiket ruházattal ő lát el, nem viseltet”.¹⁶ A védegyelet a nemzeti érdek szempontjából értelmezte újra és töltötte fel pozitív erkölcsi tartalommal a konzumálás korábban ebben a tekintetben általában neutrálisnak számító, szélsőséges megnyilvánulásaiban pedig inkább kárhozottatott gyakorlatát, s létrehozta a *hazafias*, vagyis hétköznapi fogyasztását a nemzet iránti morális elkötelezettsége alapján (ön)tudatosan irányító/korlátozó *vásárló* típusát. Ezáltal pedig a honfiúi/honleányi szerep olyan változatát teremtette meg, amely egyesítette a hazafiság két, addig egymástól világosan elválasztott funkcióját, vagy működési területét. Az ország és nemzet jövőbeli jólétének garanciáját jelentő fogyasztói magatartás gazdasági irányultsága, hétköznapisága és békés volta miatt inkább az olyan *fenntartó* tevékenységekhez hasonlított, mint a fizikai vagy szellemi munka. Ugyanakkor a vásárlóként honát az idegen befolyástól óvó, azt függő, „gyarmati” helyzetéből felszabadítani igyekvő, a határokról „hiányzó vámsorompókat” a saját háza küszöbén felállító polgár a tradicionálisan a nemesség önértelmezésének legfontosabb elemét jelentő honvédő,

14 Lásd LIST Fridrik, *A' politikai gazdálkodás nemzeti rendszere*, I–III, ford. SÁRVÁRY Antal, Kőszeg, Reichard Károly, 1843.

15 A kép több variációban felbukkant a kérdésről folytatott országgyűlési viták során is. Zsoldos Ignác Veszprém megye követeként úgy érvelt, hogy a jelen helyzetben szükséges az „anyagilag védő vámsorompók mellett erkölcsi vámsorompókat is húzni a külföld ellen, s ez a honi termények melletti lelkesedés”. (Vö. *Az 1843/44-ik évi...*, i. m., V, 117.) Szentkirályi Móric a megegyezés sikertelensége esetére végső kényszer szülte megoldásként látta „szükségesnek azon módhoz nyúlni, mi rendkívüli erőltetéssel van egybekötve, t. i. ha nem állíthatjuk fel gyárvédő sorompóinkat határainkon, állítsuk fel ajtónk küszöbén”. (Uo., 128.) Bezerédj István pedig így használta a képet a felirat elfogadását megelőző felszólalásában: „Ha a magyar kormány nem elég erős műiparunk kifejtésére a határokon védvámokat felállítani, állítsuk azt fel mi – mint már mondatott – és fel kell állítanunk saját ajtáink küszöbeinél!” (Uo., VI, 402.) A metafora az országgyűlés lezárulása után is használatban maradt a védegyeleti vitákban és a mozgalom melletti agitációban: „Most arról van szó, hogy azon a' képviselő tábla által helyesletted védrendszert, mellyet hazánk határain, honi iparunk' javára fel nem állíthatunk, egyéni-leg alkalmazzuk.” (TóTH Lőrinc, *Az Ipar-védegyelet ügyében I.*, Pesti Hírlap, 1844. december 1., 819.)

16 *Az országos védegyesület alapszabályai*, i. m., 4.

megtartó funkcióval (és annak éthoszával) is azonosíthatta saját viselkedését.

Az *Iparvédegyleti dal* csatadalszerű kezdő strófáját követő versszakai azonban, a refrénként visszatérő iparvédelmi buzdítások („a honi műiparnak / Védelmére fogj kezet!”) dacára, az expozíció felidézte zsáner műfaji jellegzetességeinek el-
lentmondva nem annyira az érzelmekre hatva mozgósítanak, mint inkább ért-
hetővé próbálják tenni a közönség számára az új és szokatlan hazafiúi szerepvál-
tozatot. Garay bennük részletes magyarázatokkal igyekszik meggyőzni olvasóit
a hétköznapi fogyasztás hazafias tettként való értelmezhetőségéről, valamint a
nekik felkínált hazafias vásárlói szerep gazdasági célszerűségéről:

Ős időben kardot edzél,
S vértül ázott lobogód;
Most a kardot és a zászlót
Mint iparműt magad ódd,
Hogy mit önkezed csinálhat,
Pénzért azt mástól ne vedd;
Föl tehát, a hon iparnak
Védletére fogj kezet!

Ős időkbén vérrel szerzéd
S azzal védéd szép hazád;
Vér helyett most munka kell csak,
Fölkarolni a mit ád.
De a munka csak úgy áldás
Ha remélhet keletet,
Föl tehát a hon iparnak
Védletére fogj kezet!

Az elsőként idézett strófa a hazafias vásárlás lényegét megfogalmazó parancsá-
ban („mit önkezed csinálhat / Pénzért azt mástól ne vedd”) könnyen felismerhető
a korábban citált védegyleti eskü parafrázisa. Mint ahogy a következő versszak
ezt piaci/gazdasági tekintetben értelmező passzusaiiban („a munka csak úgy áldás
/ Ha remélhet keletet”) sem nehéz azonosítani az egyesületi alapszabály (és per-
sze számos más agitációs szöveg) hasonló funkciójú helyeit. Ezeknél cseppet sem
eredetibbek a versnek a hazai gazdaság védelmét a honvédelem (h)ősi példáival
azonosító, azonos alanyhoz társító, konkrét megvalósulásuk differenciáját pedig
epokalista argumentációval¹⁷ magyarázó passzusai sem. Egyetlen példát idéz-
ve, ilyen, a hétköznapi vásárlásban megnyilvánuló hazafiúi cselekvés pátoszatát is
növelő összevetéssel élt nem sokkal korábban Deák Ferenc is:

„Vannak minden időnek saját kötelességei: apáink pánczélban fizet-
ték le a' hazának tartozásukat; de mig ők nem egyedül tüzhelyökért,
hanem egész Europaért küzdött nehéz harcokban évek' hosszú so-
rán szívök' vérért folyatták, addig más nemzetek a' béke' olajága alatt

17 Erről lásd TAKÁTS József, *Modern magyar politikai eszmetörténet*, Bp., Osiris, 2007, 64.

az ipar és szorgalom' pályáján előrehaladtak. Megtették tehát apáink, a' mit tenniök kelle; mert hazát tartottak meg és hagytak hátra nekünk. Azonban igen rosszul vélekednék, ki azt hinné, hogy csak harczok' zivatara sodorhat el egy nemzetet; van még egy más, lassubb, de disztelen és aljas nemzeti halál is – a' *közelszegényülés, vagy nemzeti sorvadás*. Ettől hazánkat megóvni a' jelen időnek föltétlen parancsa, nekünk legszentebb kötelességünk, legmagasztosb honfitisz-tünk.¹⁸

Az egykori és jelenbeli honvédelem feladatainak különbségét az *Iparvédegyleti dal* második strófája az epokalista logikának megfelelően a kor viszonyaival, a cselekvési környezet megváltozásával, pontosabban – a vers csatadalszerű felütéséhez illeszkedve – az ellenség karakterének módosulásával indokolja:

Ősi időkben vad tatárság
Harczra hitt és dúlni jött;
Most a sima fényüzés áll
Házad és kapúd előtt,
Mint barát kér bebocsátást,
De, te nézd mint ellened –

A múltbeli barbár és pusztító, nyílt fenyegetést jelentő ellenféllel szemben az új ellenség startégiája a disszimuláción alapul; nem üzen hadat a nemzetnek, hanem barátságot színlelve érzéki örömökre csábítja annak tagjait. Jellemzése alapján az új ellenség nem tűnhetett egészen ismeretlennek a korabeli közönség számára, hiszen annak leírása ebben a formában erősen emlékeztet a gazdagsággal és a luxus terjedésével a társadalom számára fontos erények eltűnését és végső soron a közösség pusztulását asszociáló, régtől ismert republikánus felfogásra. Mivel a vers következő két versszaka ebből levezetve adja elő az aktuálisan elvárt hazafiúi magatartás értelmezését, a korabeli olvasónak joggal támadhatott az a benyomása, hogy a neki felkínált új szerepet Garay kifejezetten a luxusról való lemondás morális imperatívuszára alapozva határozza meg. A költemény ötödik strófája azonban ezt a lehetőséget egyértelműen kizárja:

S mi az, a mivel kecsegtet
Az ellenséges barát?
Kéjes ízt ígér az ínynak,
Testnek ékszert s szép ruhát,
Nézz körül! nem kapható-e
Itthon mind ez élvezet?
Ha a honi műiparnak
Védelmére fogsz kezét.

18 DEÁK, *i. m.*, 205. A Deákéhoz hasonló, az ipart pártoló vásárlói magatartást az egykori honvédő harcok példájához viszonyítva értelmező magyarázatokkal nem ritkán találkozni a korban. Erre építette fel a *Pesti Hírlapban* megjelent vitacikkének argumentációját többek között Madách Imre is. (Vö. TIMON [Madách Imre], *Iparvéd-egyesület*, *Pesti Hírlap*, 1844. november 17., 787.)

Ez utóbbi sorok értelmében a hon sorsát szívében viselő polgárnak, ellentétben az eddig elmondottakkal, nem kell harcolnia a luxus csábításai ellen, nem kell leküzdenie a testi élvezetek iránti vágyát. Feladata jóval inkább az, hogy szenvedélyeit helyes irányba terelve élje ki. Az *Iparvédegyleti dalban* a luxussal szemben a hazafitól elvárt magatartás bemutatásának ambivalenciája a védegyleti agitáció ellentmondásosságát tükrözi. Ez utóbbiban ugyanis a magyarországi ipart pártoló fogyasztói attitűd gyakorta asszociálódott az erkölcsök rombolójaként láttatott (külföldieskedő) fényűzés csábításának való ellenállás erényével. Sőt, a kérdésben megszólalók közül sokan éppen ebben látták a védegyleti mozgalom lényegét. A Pest megyei közgyűlés egyik felszólalója a mozgalom támogatását azért tartotta fontosnak, mivel az arra az útra vezet „mellyen a' hazafiság nélkülözni tanul, hogy kikerülve a' fényűzés enyészettel fenyítő mélységeit, biztos jövőnek mehessen elibe”.¹⁹ Az *Életképekben* közölt írásában Pongrácz Lajos a védegylet céljának elérését garantáló legfontosabb eszközök egyikeként tárgyalta ugyanezt. A cikk mint „a' gazdaság és gazdagság főellenségét” mutatta be a luxust, amelynek feltétlenül gátat kell szabni, „ha akarjuk, hogy e' hon jólét- és virágzásra fölmerüljön”.²⁰ Pongrácz érvelése szerint a mozgalom gazdasági tekintetben csak úgy érhet el sikereket, ha mint a „nemzetünket végenyészettel már-már fenyegető fényűzés száműzője” az egyszerűséget teszi a „kényelem és jólét kiapadhatatlan kútforrásává”.²¹ Több szerző pedig az iparpártoló funkciótól lényegében függetlenül, kifejezetten a neki tulajdonított morális célkitűzésben és annak a nemzetre gyakorolt üdvös hatásában nevezte meg a védegylet igazi jelentőségét. A *Jelenkor* egyik cikkének szerzője azzal utasította vissza a *Budapesti Híradónak* az egyesület cél- és észszerűségét kétségbe vonó szemleíróját, hogy az, „ha csupán mint mérsékleti társulat tekintetik is, szerfölött sok jót áraszthat e' hazára”. Hatalmas pátozzsal előadott fejtegetéseinek fényében úgy tűnhet, hogy a mozgalom elsődleges törekvése nem is annyira az ország gazdaságának felkarolása, mint inkább a nemzet eredeti erkölcsi karakterének helyreállítása, amelynek megváltozását az elszegényedés elsődleges okaként jelölte meg a szerző. Értelmezésében a védegylet létének oka, hogy annak alapítói és támogatói „bejárván széles e' hazát, látták a' nyomort, Kárpátoktól Adriáig szemlélték haldoklásiban az ős erényt, kiveszni apáink ma már névről is alig ismert boldog egyszerűségét”, ezért elszánták magukat „arra szentelni éltöket erejük fogytáig, hogy a' hon a' pazar-fényűzés mirigyétül tisztuljon meg, 's az eltévedt rokonok visszavezettessenek az igaz ösvényre”. A mozgalom célja ennek fényében nem gazdasági jellegű; lényege a nemzet morális regenerációja:

19 Jelenkor, 1844. november 28., 413. A Baranya megyei gyűlésen elhangzó követi beszámolójában a védegyletet egyébként (gazdaság)politikai szempontból ellenző, annak taktikáját pedig kifejezetten veszélyesnek ítéző ifjabb Mailáth György is csupán ebben az egy tekintetben értett egyet annak törekvéseivel, s arra buzdította közönségét, hogy kerüljék „a szerfölötti fényűzést, az idegen árucikknek túlbecsülését”. (Nemzeti Ujság, 1844. december 21., 412–413.)

20 Vö. PONGRÁ CZ Lajos, *Fényűzés és egyszerűség. Adalékul a' védegyleti eszmékhez*, *Életképek*, 1845. január 8., 69; ill. 71.

21 *Uo.*, 69.

„visszaidézni azon erkölcsi tisztaságot, mely ha megvész, Roma ledül 's rabigába görbed.”²² A külföldi termékekről lemondó vásárló a korabeli sajtóban gyakran tűnik fel úgy, mint aki fogyasztói szokásainak átalakításával nem csupán az ország gazdasági fejlődését segítheti, hanem a luxus elleni küzdelem harcosává is válhat:

„Ha a védegyeletnek olly irányba indulnia sikerül, miszerint közönséges kartonkelmék' viselete dísz és büszkeségül fog tekintetni, ha, mert rendes bálkelméink nincsenek, azokat nem drágább (selyem), hanem olcsóbb kelmékkel pótolni hölgyeink elég erősek lesznek: akkor a védegyelet' erkölcsi hatása szebb, magasztosb lesz, mint minden anyagi eredmény, mely belőle hazánkra hárul: mert ez önmegtagadásnál hatalmasb gát nem állíttathatik fel a fényűzés' ellenében.”²³

Az 1845-ös farsangi szezon báli tudósításai a belföldi gyártású anyagokból készült öltözetben megjelenő „hölgyeket” rendszerint nem egyszerűen a „hazai műipar iránt” mutatott „nemes részvét”²⁴ miatt mint „a' honi ipar egy-egy nemtőjét”²⁵ dicsérték, hanem mint a „külföldieskedés, fényűzés ellenében” a közjóért „minden áldozatra kész” honleányi erény megtestesítőit.²⁶

22 E-y., *A' Budapesti Híradó szemle-írójához*, Jelenkor, 1844. december 15., 598.

23 Honderű, 1844. december 21., 406.

24 Életképek, 1845. január 18., 96.

25 Életképek, 1845. január 24., 124.

26 *Pesti Divatlap*, 1844. utolsó szám [a dátum megjelölése nélkül], 195. A fent idézett, a „zalai hölgyekre” vonatkozó megjegyzésekhez hasonló méltatásokkal sűrűn találkozni 1844–1845 telének báli beszámolóiban. A divatlapok magukat a bálakat is igyekeztek nem csupán a külföldi divatcikkeket, hanem általában véve a luxust elutasító hazafiúi/honleányi magatartást demonstráló eseményekként beállítani. A *Pesti Divatlap* 1844 novemberében a következő év elejére tervezett táncmulatságok beharangozását a következőképpen indította: „A nemzeti öröm legtisztább érzetével van szerencsénk hirdetni, hogy [...] a jövő farsangon fővárosunkban több nemzeti *táncvígalom* fog tartatni, mellyekben a résztvevők leginkább *belföldi kelmékből készített s magyaros szabású öltönyökben* fognak megjelenni, nem fényesen, nem pazar pompával, hanem egyszerűen mint olly komoly és szegény nemzetéhez illik, mint a mienk.” (*Pesti Divatlap*, 1844. november 24., 123.) A divatlap szerkesztője a következő év végén a külföldieskedő fényűzés visszaszorulását nevezte meg az elmúlt időszak a nemzet jövője tekintetében legbiztatóbb jelenségeként: „Gyönyör most látni, kivált azelőtt külföldies fényűzéshez szokott hölgyeink honleányi nemes versenyzését, mint hányják el magokról a külföld fényes de kártékony foszlányait, s milly lelkesedéssel, milly büszke önérzettel viselik a bár egyszerűbb honi kelmét, míg a férfiak közül sokan nem szégyellnek, mint azelőtt, durva (de a hon szelíd nemtője által nyújtott) honi kelmékben, a legfényesebb körök színe előtt is megjelenni, sőt nyugodt öntudattal tapasztalják, hogy így is csak olly emberek mint azelőtt voltak, sőt hogy csak így – valódi magyarok. [...] Hátha még tekintetbe vesszük azt, miszerint e egyszerű eszme valósítása, életbehozása végett, még a kényelem és kéj rabjai közül is, többen önkénytelen sereglének az önmegtagadás, a nélkülözés szigorú zászlója alá, [...] nemde mindez a legtisztább hazafiúi öröme és bizodalomra buzdíthatja még azt is, ki talán nem szokta az élet, kivált a magyar élet kecsegtető reményeinek bájvilágát vérmes, rózsaszínű szemüvegen át tekintetni!” (VAHOT Imre, *A magyar társasélet jövője*, *Pesti Divatlap*, 1845. december 4., 1196.)

Bármilyen lelkesítő és bármennyire jól használható volt is az agitációban a hazafias vásárló, a fényűzés iránti vágyát a közösség javának érdekében feláldozó jó polgár republikánus erényeivel való felruházása, az éppúgy ellentétben állt a védegyleti mozgalom valódi céljaival, mint az azt megalapozó gazdaságelméleti elgondolásokkal. Friedrich List a mozgalom elméleti hátterét adó könyvében a luxust (persze másoktól is ismert argumentációval) nem a közösség erkölcsének megrontójaként és anyagi erőforrásainak pusztítójaként, hanem éppen ellenkezőleg, mint jólétének és folyamatos fejlődésének garanciájaként láttatta. Érvelése szerint az ennek alapját jelentő olyan – a republikánus felfogás szerint kifejezetten bűnöknek számító – szenvedélyek, mint a hiúság, bírvágy²⁷ nem csupán hasznosak az egyes országok gazdasági fejlődésének tekintetében, hanem e fejlődés mozgatóerejét és katalizátorát jelentik. Egyszerűen azért, mivel a polgárt egyre újabb és újabb javak megszerzésére, ezáltal pedig az ehhez szükséges anyagi források megteremtésére, restségének leküzdésére és munkára ösztönzik, vagyis egyszerre és folyamatosan növekvő mértékben élénkíti a termelést és a fogyasztást, erősíti a gazdaságot, növeli a jólétet.²⁸ Ha a védegyleti agitációban gyakran találkozni is a külföldi iparcikkek vásárlásáról való lemondást a fényűzés terjedése elleni küzdelemként értelemező gondolatmenetekkel, az ősi erények, egyszerű erkölcsök regenerációja mint morális cél valójában ellentétben állt a mozgalom gazdasági törekvéseivel, sőt részben az ezek elérése érdekében alkalmazott módszerrel is. Mivel a honi ipar védelmét a belföldi piac biztosításával elősegíteni kívánó egyesület célja nem a fogyasztás volumenének csökkentése, hanem a hazai termékek iránti kereslet folyamatos növelése volt, ezért tagjait valójában nem az anyagi javak megszerzésére és élvezetére irányuló vágyaik elfojtására, hanem ezek megfelelő módon történő kielésére próbálta ösztönözni. „A’ fényűzés minden más országokban áldás, csak a’ magyaroknak átok – átok azért, mert csak innét szívja külkezekbe a’ pénzt, míg más országokban a’ gazdagok jövedelmeknek fölöslegét iparúzó honfiaik’ kezébe rakják.”²⁹ Deák Ferenc 1845 márciusában elmondott beszéde szerint a luxus élvezete nem erkölcsi, csupán anyagi kockázatot jelent a hon és polgárai számára, ám ezt is csak kielégítésének helytelen módja miatt. A gondolatmenet pedig azt is implikálja, hogy megfelelően irányítva a fényűzés bűne hazafiúi erénnyé válhat, amely a haza számára „áldássá” változtathatja az azt ed-

27 Erről lásd Albert O. HIRSCHMAN, *Az érdekek és a szenvedélyek – Politikai érvek a kapitalizmus mellett annak győzelme előtt*, ford. PÁSZTOR Péter, Bp., József Műhely Kiadó, 1998.

28 Vö. LIST, i. m., II, 242–244. Hasonló gondolatmenetekkel persze a korabeli olvasók számos szövegben találkozhattak. Karvasy Ágoston szintén ekkoriban napvilágot látott összefoglaló munkájában külön fejezetben foglalkozott a luxus kérdésével, felsorolva az ellene és mellette felhozható érveket. Eszmefuttatásának summázata pedig az, hogy „a fényűzés elkerülhetetlen következménye a műiparban haladásnak, és a javak összehalmozásának, egyszersmind egyik a legerősebb rugók közül, mellyek az embert szorgalomra, s tehát nagyobb jövedelemszerzésre sarkalják, tovább hatalmas eszköz az érzelmek és erkölcsök nemesítésére”. (KARVASY Ágoston, *A politikai tudományok rendszeresen előadva*, II, *A statusgazdasági tudomány*, Győr, Streibig Klára betűivel, 1843, 148–149.)

29 DEÁK, i. m., 205.

dig sújtó „átkot”. Ahogy a *Honderű* szarvasi levelezője fogalmazott: „A sok szükség lehet honibűn, ha az országot a külföld’ rovására szegényíti, de lehet erény is, ha az ipart fejleszti, s így tekintve, a védegylet fontos tárgy.”³⁰

Az *Iparvédegyleti dal* ötödik strófája a védegylet számára megfelelő hazafiúi/honleányi szerepváltozatnak ez utóbbi értelmezésén alapul, az abban megfogalmazott, a költemény megszólítottját a honi termékek fogyasztására és élvezetére biztató, a magyar képviseleti líra hagyományában valóban szokatlan ajánlatát pedig az ezt követő, a fertilitas Hungariae tradicionális toposzát az agitációs célnak megfelelően átformáló három versszak legitimálja.

Szent a föld, mit őseidnek
Vére szentesíte meg,
És ha csak szentek volnának
E lapályok, e hegyek!
Ím de dús a föld növénye,
Ha kéjlelő inyedet
Nem csiklandja még eléggé:
Védelmére fogj kezét!

És az ékszer?... hol van ország,
Mellynek több bányája van?
Hol hegyekben és folyókban
Egyaránt bő az arany?
Három ország fényűzését
Láthatja el ékszered:
Csak a honi műiparnak
Védletére fogj kezét.

S a ruhára nincs-e nyájad,
Kecske- és juh mint az ár?
És ha kell, selymét odadja
Néked is a kis bogár...
De hogy mint virág a kertet,
Ékesítse testedet:
Kell, hogy a honi iparnak
Védletére fogj kezét!

A hagyományosan az ország természeti gazdagságának bizonyítására és a hazafiúi büszkeség felkeltésére hivatott lista, amelynek legfontosabb – a föld a növénytermesztésre és állattenyésztésre való rendkívüli alkalmasságát, illetve ásványkincsekben, különösen pedig nemesfémekben bővelkedő voltát bemutató – tételeinek felsorolására Garay dalának e szakasza épül, ha nem is eredeti funkciójában, de jól hasznosíthatónak bizonyult a védegyleti agitáció céljaira. *A’ politikai gazdálkodás nemzeti rendszerében* Friedrich List azon felül, hogy a „népek terményező erői (produktive Kräfte)” közé sorolta a „természeti alapok és anyagi tőkék”³¹ birtok-

30 Honderű, 1844. november 14., 387.

31 LIST, *i. m.*, I, 66.

lását, a valódi, vagyis úgy gazdasági, mint politikai tekintetben önálló nemzeti lét legalapvetőbb feltételeinek egyikeként határozta meg azt. A Sárváry Antal fordításában „szabdás”, a német eredetiben „normalmäßig” jelzővel illetett nemzetnek a szerző szerint csak az nevezhető, amely „egy közös nyelvvel és iralommal, egy *különbféle természeti erőforrásokkal felruházott* [kiemelés tőlem – S. L. A.], terjedelmes és jól körkörösített (arrondirt) földtérrel, és nagy népességgel bír”.³² List további magyarázatai még egyértelműbbé teszik, hogy a „normál”, szabályszerű nemzetdefiníciójában a „földtérre” vonatkozó elvárások nem pusztán a saját haza birtoklását jelentik:

„A' nagy népesség, 's egy tág, *különbféle természeti tőkékkel* (Naturfonds) felruházott földtér: lényeges megkívántóságok a' szabdas nemzetiséghez. Azok mind a' szellemi képzettségnek, mind az anyagi kifejlésnek, mind a' politikai hatalomnak, alapfeltételeit teszik. A' népszámára, és földtérére nézve korlátolt nemzet; kivált ha külön nyelve van, a' művészetek és tudományok gyarapításához, csak nyomorult iralommal, és nyomorult intézetekkel birhat, a' kis status sohasem hozhatja földtérén belől a' *különbféle terményezés ágakat, telyes kiképzésre.*”³³

Az ilyen nemzet, folytatja List, csak az erősebb nemzetekkel való szövetkezés útján, „'s a' nemzetiség előnyeinek valamely részbeni feláldozása és mértékfeletti erő megfeszítés által tarthatja meg nyomorultan önállóságát”.³⁴

A védegyeleti mozgalom szempontjából az ország természeti erőforrásainak gazdagságát igazoló fertilitas Hungariae toposz használata az *Iparvédegyeleti dalban* azért is fontos lehetett, mivel az List elgondolásai alapján nem csupán az önálló nemzeti létre való alkalmasságot bizonyíthatta, hanem a gazdasági függetlenség elérésére választott, a szabad kereskedelmet időlegesen korlátozó eszköz alkalmazhatóságát és célszerűségét is. A német közgazdász azon országok közül, amelyek Magyarországhoz hasonlóan arra készülnek, hogy megtegyék a fejlődésük szempontjából kitüntetett jelentőséggel bíró lépést, s a mezőgazdasági stádiumot elhagyva elérjék az azt követő „földművelési 's egyszersmind kézműzési kort”, kizárólag azoknak javasolta a szabad áruforgalom védővámokkal való korlátozását, amelyek „minden arra megkívántató szellemi és anyagi tulajdonokkal, és eszközökkel bírnak, hogy saját kézműerőt állítsanak, és azáltal a' pallérozottság, és politikai hatalom legmagasabb fokára felküzdjenek, de azonban már sokkal elébb haladt külföldi kézműerővel vetélyzet által előlépteikben még is feltartóztatnak”.³⁵

32 LIST, *i. m.*, II, 81.

33 *Uo.*, 82.

34 *Uo.*

35 LIST, *i. m.*, II, 85.

A List felállította feltételrendszer teljesülését bemutató régi toposz Garaynak a védegyelet mellett agitáló versében így annak eszköze lehetett, hogy mint a haza jólétéért folytatott gazdasági küzdelem észszerű és célszerű módját igazolja „a' saját kézműerő beültetése és oltalmazása céljából [...] a' kereskedési megszorítást”³⁶ az ezt érvényre juttató vámtörvények hiányában azok „surrogatumaként” a vásárlói magatartás egyéni, erkölcsi alapú szabályozásával megoldani kívánó mozgalom által követett stratégiát.

Noha a fertilitas Hungariae toposz mindezek alapján igen hasznosnak mutatkozik a nemzeti ipar védelmére buzdító érvelés megalapozásában, ugyanakkor eredeti formájában nyilvánvalóan ellentétes az ezt propagáló mozgalom célkitűzéseivel. Egyszerűen azért, mivel a minden jóban bővelkedő hon árkádiai idilljének képeiből összeállított katalógus éppen azt az állapotot, vagyis az ország mezőgazdasági, „nyersterményezői” státuszát mutatta kívánatosnak, amelynek kényszerű fenntartása a védegyeletisták szerint az ország fokozatos elszegényedését okozta, végső soron pedig a nem csupán gazdasági, hanem politikai értelemben vett függetlenség elvesztésével is fenyegetett. A kedvező természeti adottságok, az anyagi erőforrások birtoklása természetesen List értelmezése szerint is csupán szükséges, de önmagában semmiképpen sem elégséges feltétele a valóban önálló, vagyis politikai és jogi, szellemi és erkölcsi tekintetben is teljesen kifejtett, függetlenségét és érdekeit védelmezni képes nemzetté válásnak. Ehhez ugyanis elengedhetetlen a gazdasági fejlődés legmagasabb fokának elérése, vagyis az, hogy „a' földművelés, a' kézműzetek és a' kereskedés egyenlően kiképezve” legyenek.³⁷ Garay agitációs költeményében pedig pontosan ennek megfelelően formálta át a gazdag ország képzetét kifejező tradicionális katalógust. Az *Iparvédegyeleti dal* ugyan lelkesen beszél a haza földjének szinte hihetetlen termékenységéről („Ím de dús a föld növénye”; „nincs-e nyájad, / Kecse- és juh mint az ár?”), sőt a toposzt használó korábbi versekben – mint például Berzsenyi *Magyarország* vagy *A Balaton* című költeményei – igen hangsúlyos versengő szándék, az aemulatio sem hiányzik az 1845-ös szövegből: „...hol van ország, / Mellynek több bányája van? / Hol hegyekben és folyókban / Egyaránt bő az arany?” Garay költeményében azonban mindezek leírása nem a célt jelenti; a hagyományos katalógus nála egy a fertilitas Hungariae képzetéből kiinduló, ám azon egyértelműen túlmutató, azt továbbfejlesztő argumentáció előkészítésére szolgál. Ha némiképp túlzó is az a kijelentés, hogy a költő versének ebben a szakaszában „egy lelkiismeretes szakférfitú pontosságával megy át a különböző iparágakon”,³⁸ az *Iparvédegyeleti dal* valóban nem egyszerűen a haza természeti értékeit listázza, hanem ezekkel együtt a belőlük készíthető termékeket is számba veszi. Ebben a katalógusban a föld növé-

36 *Uo.*

37 „A' csupa földművelési nemzet [...], olyan egy karú egyén, ki idegen kart használ, melynek segélyéről azonban nem minden esetekre van biztosítva. Ellenben a' földművelési- és kézműzetesi-nemzet olyan egyén; kinek rendelkezésére két saját karjai állnak készen.” *Uo.*, 88.

38 LENGYEL Géza, *Kossuth Lajos korának iparvédelmi mozgalmi*, Magyar Gyáripar, 1923. április 1., 6.

nye mint kiváló minőségű élelmiszer, a bányák és folyók aranya ékszerré változva potenciális exportcikként, a nyájak gyapja és a selyem pedig mint textilipari alapanyag, végső soron mint divatcikk nyeri el valódi funkcióját. Garay a védegyeleti agitáció céljaihoz alkalmazva dinamizálta a fertilitas Hungariae toposz hagyományosan csupán a haza természetes adottságainak tételes felsorolását tartalmazó statikus inventáriumát. Az ország gazdagsága ebben elsősorban már nem csupán mint büszkeségre okot szolgáltató birtokolt érték (kincs), hanem valóban mint a „terményező erő”, a produkciónak forrása jelenik meg, annak egyes tételei pedig nem állapotleírások, hanem (gazdasági) folyamatok elbeszélései.

Azzal, hogy a (természeti) kincsekben bővelkedő, gazdag ország statikus képét a produktív és jól prosperáló haza dinamikus modelljére cserélte a maga fertilitas Hungariae értelmezésében, a „külfölddel” való emulációt valódi versengéssé, annak eredeti, a hazafiúi büszkeség és elégedettség érzésének felkeltésére szolgáló funkcióját pedig a honi gazdaság folyamatos fejlesztésére serkentő exhortációvá alakította. Ez a haza felvirágoztatására buzdító felszólítás azonban nem, vagy legalábbis nem kizárólag a hazafias érzelmekre és morális elkötelezettségre, hanem legalább ennyire a polgárok érzéki örömök iránti vágyára apellál. A három versszakban kifejtett katalógus tételei nem pusztán az ország gazdasági erejét növelő, vagyis a nemzet mint közösség érdekeit szolgáló ipar termékeiként, hanem kifejezetten a hazafi mint vásárló igényeinek kielégítésére hivatott *fogyasztási cikkek*ként jelennek meg. Ezzel pedig az *Iparvédegyeleti dal* a honfi/honleány és a haza közti viszonyt egy, a magyar képviseleti lírában addig ismeretlen változatát vezette be. Ebben a viszonyban a hon már nem csupán védelmezendő „szent” föld, amelyhez erkölcsi kötelességei fűzik a polgárt, s nem is csupán a hazafiúi érzelmek tárgya, hanem az érzéki örömök biztosítója, az eredetüket tekintve minden közösségi vonatkozásától független individuális vágyak és szenvedélyek kielégítője is.

A hazafi/honleány és a hon közti viszony ilyen értelmű, az egyéni élvezetet legitimáló újrafogalmazása azonban nem igazán volt megalapozható a képviseleti líra tradicionális retorikai eszköztárával. Az *Iparvédegyeleti dal* ötödik strófájában Garay érvelési stratégiája valóban megváltozik; a külföldi luxuscikkek honi termékekkel való helyettesítésére vonatkozó felszólítása („Nézz körül! nem kapható-e / Itthon mind ez élvezet?”) imperatív modalitása ellenére már nem a közösséget megszólító költő parancsaként hangzik el, jóval inkább a vásárlót versenytársánál jobb ajánlattal kecsegtető kereskedő hangján szólal meg. A fertilitas Hungariae toposz ezt követő katalógusa pedig ennek az ajánlatnak a részletező kifejtéseként funkcionál. Másképp fogalmazva, az agitációs dalnak ez a része elsősorban már nem közösségi érzéseire és morális kötelezettségeire apellálva buzdítja a honi ipar támogatására a hazafiakat és honleányokat, hanem mint piaci szereplőt, egyéni vágyain és igényein keresztül próbálja fogyasztásra ösztönözni a vásárlót. A lelkesítés és mozgósítás egy a hazafias lírától idegen meggyőzési technikának, a termékek kereskedelmi értékesítését támogató reklámnak rendelődik alá.

Bármennyire idegenül hason is a (hazafias) magatartás befolyásolásának ez a módja egy képviseleti vers közegében, a reklám alkalmazása meghatározó je-

lentséggel bírt a védegyeleti agitációban.³⁹ Mivel a mozgalom gazdasági célját, a magyar ipar megerősítését és ezáltal az ország és nemzet jólétének, valamint gazdasági és politikai függetlenségének biztosítását a vásárlói attitűdök (át)alakítása és a belföldi áruk iránti kereslet volumenének növelése által kívánta elérni, közvetlen és legfontosabb feladata nem egyéb volt, mint „fogyasztókat teremteni”⁴⁰ az iparcikkek egy jól meghatározható köre, a honi gyártmányok számára. Ezzel pedig a hazafiság a védegyelet által megteremtett új formája egy, a korábbi szerepváltozatok esetében fel sem merülő problémát is létrehívott; a hona és nemzete felé elkötelezett vásárlónak ahhoz, hogy eleget tehessen a köz iránti kötelességének, pontos és részletes információkkal kellett rendelkeznie az e célnak megfelelő árukról: „A honi gyárnoknak, iparművesnek s hazai iparművekkel foglalatokodó kereskedőnek legfőbb érdekében áll ismertetni, hogy műveinek kelendősege, tehát szorgalmának jutalma legyen. A honi műipart pártolni hajlandó közönségnek pedig szintúgy érdekében áll, tudni, hogy mi, hol s kinél kapható, különben a honi műipart a legjobb akarattal sem pártfoghatja.”⁴¹ Az Iparegyesület lapokban közzétett felhívása a közös érdekre hivatkozva, „hazafiúi bizdalommal” kérte a gyártókat és kereskedőket, hogy mustráikat, árjegyzékeiket küldjék el a szervezet számára, adják meg üzletük vagy üzemük pontos címét, s azt is, hogy „minő kiterjedésbeni s minőségbeni rendelmények elvállalására volnának készek”. Mivel a vevő és eladó közti kapcsolat megteremtéséhez fűződő közérdek – ahogy arra a felhívás is utal – tökéletesen egybeesett a magyarországi „gyárnokok” és iparosok, valamint az ezek termékeit forgalmazó kereskedők magánérdekével, ezek természetesen az Iparegyesület szervezte központi adatgyűjtést és információszolgáltatást megelőzően elkezdtek felhívni a publikum figyelmét az új fogyasztói csoport igényeinek megfelelő cikkeikre.

A *Jelenkor* már 1844. október 6-án (az országos egyelet hivatalos megalakulásának napján) arról írt, hogy „Pesten magány- és nyilvános köreinkben legélénkebb tárgya most a' társalgásnak a' gyár-védegyelet”. A beszámoló szerint a közönség nagyobb része lelkesen támogatta a kezdeményezést, „[c]sak a' kereskedők szöppentek meg egy kissé, hogy majd mind nyakukon szárad a' sok külföldi árucikk... de a' kereskedő hamar megvigasztalja magát, 's már egy kettő ki is hirdette, hogy

39 Kosáry Domokos is utalt erre Kossuthnak a *Hetilapban* 1845 tavaszán megjelent *Legújabb iparmozgalmaink* című cikksorozata kapcsán, amely „névszerint, szinte egyenként sorolja fel, dicséri meg, sőt ajánlja a vállalatokat és árucikkeiket”. (Vö. KOSÁRY, *i. m.*, 487.) Efféle, „bűjtatott” reklámokkal az előző év végének védegyeleti vitáiban is lehet találkozni. Tóth Lőrinc például a mozgalom gazdasági észszerűségét bizonygatva a kor ismert szabó- és vargamesterét (akik egyébként az egyesület igazgató választmányának tagjai is voltak) nevesítve érvelt amellest, hogy a honi termékek fogyasztásával „azon haszon, mely eddig egyenesen külföldi kereskedők' zsebébe vándorlott, ezentúl hazai kereskedőknek adatik; 's a' frakk' és csizma' ára, Gunkelé és Cagnoláé helyett Kostyál és Lippai' zsebében marad”. (TÓTH Lőrinc, *Az Ipar-védegyelet' ügyében II.*, Pesti Hírlap, 1844. december 5., 828.)

40 Vö. VAJDA Péter, *Ipar, Életképek*, 1845. február 1., 134.

41 A több lapban is megjelent felhívást lásd például *Figyelmeztetés a honi gyárnokokhoz, iparúzókhöz és honi iparművekkel foglalatokodó kereskedőkhöz*, Pesti Divatlap, 1844. december 1., 144.

nála csupa hazai kelméket vásárolhatni”.⁴² A következő hetekben a sajtóban igen gyorsan elszaporodtak a hasonló jellegű, kifejezetten a honi ipar védelmének eszméje keltette lelkesedés emelkedő hullámát kihasználni szándékozó hirdetések, amelyek elsősorban a fogyasztók hazafiúi és honleányi érzelmeire és kötelességérzetére apellálva, vagyis főként emocionális és morális ösztönzőkre építve próbáltak vonzóvá tenni egyes termékeket és üzleti vállalkozásokat. Reklámjaikban azt sugallták, hogy a vevő és eladó közti üzleti kapcsolatot ebben az esetben valójában jóval inkább erkölcsi, mint anyagi érdekek motiválják, s ennek alapja a termék eredete, a „honi” mint márka⁴³ iránti elkötelezettség. Ennek megfelelően az 1844 őszének közepétől a lapok hirdetési oldalain olvasható reklámok tipográfiailag leginkább figyelmet keltő eleme gyakran a termék „honi gyártmány” voltának hangsúlyozása volt, s nem az, hogy valójában mi is a megvételre kínált árucikk.⁴⁴ Hasonló, a fogyasztást morális/emocionális motivációval ösztönző fogással a vásárlói célcsoport megnevezésében is éltek a hirdetők, akik sokszor kifejezetten a „honi ipar pártolójának” címezték ajánlatukat.⁴⁵ Az egy termék potenciális vásárlóit általában megszólító hirdetésekhez képest látszólag a lehetséges vevőkört szűkítő megnevezés komoly vonzerővel bírhatott, hiszen a védegyleti agitáció közegében az egyet jelentett a fogyasztó igaz hazafi/honleány minősítésével; ezekben a reklámokban a hirdető árújával együtt az e csoportba tartozás presztízset és a közösség elismerését kínálta fel klienseinek. Fontos megjegyezni, hogy a gyártók és kereskedők reménybeli vevőik morális elkötelezettsége mellett konformizmusukra is építhettek kínálatuk hirdetésében, hiszen a védegylet nem csupán egy hazafias társadalmi mozgalmat hívott életre, hanem ezzel együtt fogyasztási divatot is te-

42 Jelenkor, 1844. október 6., 480.

43 A termékek belföldi eredetének feltüntetése valóban a márkajelzésekhez hasonlóan funkcionált ezekben az években. Az egyesület alapszabálya a vezetők kötelességei közé sorolta, hogy a visszaélések elkerülése végett „a honi kelmék, és kézművek állandó bélyegekkel, s ismertető jegyekkel látassanak el”. A védegylettel együttműködő gyárosok, iparosok és kereskedők pedig e márka képviselőiként „boltjaikat ezt kijelentő czimzettel” láthatták el. (Vö. *Az országos védegylet alapszabályai*, i. m., 25–26.) A márka(jel) hamisításáról szóló, a fogyasztókat óvatosságra intő, az egykorú lapokban gyakran olvasható tudósítások a brand sikerességét is tanúsították, mint az *Életképek* következő hírében: „E’ napokban került kezünkbe egy Brünbnben készült posztóvég, mellybe e’ szavak voltak szöve: MAGYAR POSZLÓ. A’ csalás olly ügyetlen, hogy az mindjárt észrevehető ’s mi szivünkéből örvendünk rajta, hogy Boëtia valahára átlátni kezdi, mikép csakugyan *magyarosodnia* kell, ha a’ magyar pénzt szereti és érdekeinkhez simulni, ha tengő létét fentartani akarja.” (*Életképek*, 1844. december 28., 851.)

44 Egyetlen példát említve, a *Pesti Hirlap*ban ekkoriban megjelent egyik reklám igen feltűnő, nagy méretű, félkövér betűkkel szedett címsorban hívta fel az olvasók figyelmét a termék belföldi eredetére („Honi gyártmány”); az árucikk egyéb jellemzői ez alatt jóval szerényebb tipográfiával, mintegy mellékesen kerültek csak feltüntetésre: „Asszony ruhára való hazai nyomatú karton nagy mennyiségben.” Vö. *Pesti Hirlap*, 1844. december 26., 882.

45 Moser Luisa a „honi ipar pártolójának” ajánlotta kizárólag honi kelmékből készített művirágait, remélve „az évek óta nyert bizodalmat továbbra is fentarthatni”. (*Pesti Hirlap*, 1844. november 24., 810.) Klapper János kesztyűs ehhez hasonlóan bátorzkodott „minden igaz pártolóját a’ honi iparnak” figyelmeztetni boltjára, „mellyben egyedül honi anyagból készült legfinomabb hölgy- és férfi-keztyűk” stb. kaphatók. (*Pesti Hirlap*, 1844. december 1., 826.)

remtett.⁴⁶ Az ajánlott termék belföldi eredete mellett ezért több korabeli reklám hangsúlyozta a „honi” márka keresettségét is. Így tett a magát divatos és évszakhoz illő ruhák készítésével az úri közönség figyelmébe ajánló Singer József pesti férfiszabó is, aki hirdetményében külön kiemelte, hogy üzletében „az olly igen kívánt *honi kelmékkel* is szolgálhat”.⁴⁷

A honi termékek vásárlását etikus fogyasztásként, illetve a honszeretet érzését kifejező tettként értelemező közegben értelemszerűen reklámértékkel bírt a kereskedők és iparosok nemzeti elkötelezettsége is; a hazafias vásárlói szerep funkcionális párjaként megjelent a hazafias gyáros, iparos és kereskedő is. A *Pesti Divatlap* tárcarovata például azzal ajánlott „szépeink figyelmébe, pártfogásába” egy pesti boltost, hogy nála, „mint igaz magyar divatárusnőnél, a körébe tartozó női munkák többnyire belföldi kelmékből készülnek”.⁴⁸ E hazafias, erkölcsi és érzelmi alapú reklámozásnak természetesen azonnal megjelent a maga pendant-ja is az ellenreklámok formájában. Ennek szarkasztikus hangvétellű, mind a konkrétan megnevezett kereskedőt, mind klienseit erkölcsileg megbélyegző példája olvasható az *Életképek* egyik 1844. decemberi lapszámában:

„Azon hölgyeknek, kik a’ külföldieskedés mételtyéből még ki nem gyógyultak ’s pirulnak *honleányok* lenni, ajánljuk *Messi Klára* (nem tudjuk, asszony-e vagy kisasszony?) divatsalonját a’ váczki-utczai Jüttner-házban. A’ nevezett divatárusnő *német* és *francia* hirdetésüket küld a’ házakba ’s azért igen igen érdemes arra, hogy a’ *magyar* hölgyek pártolják.”⁴⁹

46 A honi ipar ügyében megszólalók közül sokan állították szembe a (külföldi) divat követését a hazafisággal, sőt olykor a honi termékek esetében is különbséget tettek azok honszereteten alapuló, illetve pusztán divatból történő fogyasztása közt. (Az utóbbi példáit lásd *Életképek*, 1844. december 28., 851; vagy február 15., 221.) Ugyanakkor a védegyelet mint „fogyasztási mozgalom” (vö. *Az országos védegyesület alapszabályai, i. m., 26.*) erősen támaszkodott a vásárlói magatartás befolyásolásának erre a stratégiájára. Ezzel látta megalapozhatónak a pesti megyegyűlés egyik felszólalója is az egyesület sikerét: „Mondják ki csak lelkes hölgyeink, hogy termeik nem tárvák más csak így [t. i. honi szövetekbe] öltözött hazafiak előtt, ’s a’ magyar ifjú mondja ki: hogy tánczra nem hí föl mást, mint a’ haza javát tettleg pártoló honleány, szóval váljék csak divattá a’ honi úgy mint eddig divatszerű volt a’ külföldi, látni fogjuk, hogy nem sokára nagy és kicsiny hazai készítvényt viselend.” (Jelenkor, 1844. november 28., 570.) A védegyelet ügyében írt vitacikkét Madách Imre egyenesen azzal zárta, hogy a mozgalom ellenzőit nemsokára „ép’ azon tényező sorolandja közénk, mellyet ők emeltek olly nagy jelentőségre, ’s ez a’ – divat”. (Vö. TIMON, *i. m.*) A korabeli divatlapok kifejezetten ennek megfelelő eszközökkel, társasági és báli beszámolóikkal, divatképekkel és divattudósításaikkal igyekeztek elősegíteni a honi termékek fogyasztásának terjedését. (A védegyeletnek az öltözködési divatra gyakorolt hatásáról lásd LUKÁCS Anikó, *Nemzeti divat Pesten a 19. században*, Bp., Budapest Főváros Levéltára, 81–97.)

47 Pesti Hirlap, 1844. november 10., 777.

48 Pesti Divatlap, 1844. december 8., 157.

49 *Életképek*, 1844. december 11., 787–788. Ahogy a hazai termékek előállítóinak és az azokat forgalmazó kereskedőknek a gazdasági sikereknek örülni hazafiúi kötelesség volt, úgy a külföldi cikkek árusainak szorult helyzete, esetleges csődjefeletti káröröm is hazafias színe-

Mindezek fényében nem meglepő, hogy ebben a kontextusban maga a reklám is kettős értelmezést kapott. A honi cikkek iránti kereslet növelésére használva, mint a gazdasági és politikai önállóságért folytatott harc eszköze, nemcsak hogy legitim, de kifejezetten etikus eszköz; a külföldi áruk hirdetésére alkalmazva ellenben egyszerűen a vevő elámitását és megtévesztését szolgáló technika, amely a reklámozott termék minősége, mint a reklámozó erkölcsi karaktere tekintetében, egyaránt gyanakvást ébreszt. Jó példája ennek a következő, az *Életképek* tárcájában olvasható hírnek álcázott, valójában azonban (mivel a korabeli közönség számára a szóban forgó üzlet nyilván pontosan azonosítható volt) durva ellenreklámként funkcionáló szöveg:

„Egy kereskedő a' váciutczában rakszekrényét megtágította vagy inkább a bolt beljében meghosszabbítá 's kigárnérozá a' legválogatottabb nemű legújabb és legdrágább külföldi cikkekkel, melyek, főleg esténként lámpavilágításnál, szemkápráztató effectusra vannak számítva. Az arramenők bámulják a' sok csecsét, de nyugodtan – távoznak ismét: mert csalétkeket eleget kóstolt már a' magyar, hogysen azok által ismét és ismét – jégre vezettesse magát.”⁵⁰

A kívánt fogyasztói magatartást morális és emocionális motivációval a hazafiságra alapozva kialakítani igyekvő pozitív és negatív reklámozási technikák olyan érvekkel is kiegészültek, amelyek az egyes hirdetésekben a vásárlók racionális meggyőzésére irányultak.⁵¹ Az ilyen hirdetések azt igyekeztek hangsúlyozni, hogy a vevő a szóban forgó áru megvásárlásával nem csupán kötelességét teljesíti, hanem egyben előnyös üzletet is köt. Koszgleba és Fiby „a' legjelesb *belföldi készítményekkel*” ajánlották a közönség figyelmébe „divatáru-raktárukat”.⁵² Ifj. Macho Vencel férfiszabó hirdetményében elsősorban azt emelte ki, hogy a nála vásárolható ruhák anyaga belföldi gyártmány (főként gácsi posztóból, illetve Koch pesti gyárából kikerült selyemből és bársonyból készülnek). Emellett azonban azt is hangsúlyozta, hogy ezek a „nemzeti ruhakelmék” műhelyében „szüntelen a' legújabb divat” elvárásainak megfelelő kivitelben készíttetnek el.⁵³ Klapper János

zetet kapott: „Alter és Fabricius urak, kik eddig csupa külföldi kelméket árultak, boltjaikat bezárni 's kereskedésökkel egészen felhagyni fognak: mintha bizony ezáltal az összes hölgyvilág üdve lenne kockáztatva! Vigasztal azonban bennünket azon tapasztalás: miszerint sokkal nagyobb azon *valódi lelkes hölgyek* száma, kik sem annyira hiúk, hogy egyedül bécsi vagy párisi foszlányokhoz kössék földi boldogságukat, sem annyira elfogultak, hogy egy-pár kereskedő megbukásától vagy megrövidítésétől függesszék föl az egész nemzet dicsőségét.” *Életképek*, 1844. december 28., 852.

50 *Életképek*, 1844. november 27., 720.

51 A fogyasztás különböző típusairól és ezek motivációjáról lásd REKETYÉ GÁBOR, TÖRŐCSIK Mária, HETESI Erzsébet, *Bevezetés a marketingbe*, Bp., Akadémiai, 2015, 92–113; 194–215; 273–284.

52 *Pesti Hirlap*, 1844. december 15., 858.

53 *Pesti Hirlap*, 1844. október 28., 742.

kesztyűs is a hazafiúi és fogyasztói elvárások együttes teljesülésének ígéretével ajánlotta a honi ipar „minden igaz” pártolójának üzletét, „mellyben egyedül honi anyagból készült legfinomabb hölgy- és férfi-kezesztyűk” stb. voltak kaphatók.⁵⁴

Az előnyös termékjellemzők bemutatása pedig gyakran öltött nyíltan versengő formát a hirdetett árucikket a piacon lévő hasonló termékekéhez viszonyító összehasonlító reklám⁵⁵ keretében. A korszak hazai hirdetményei esetében az összevetés mindig a „honi” márka valódi versenytársaként pozicionált, „hagyományosan” inkább fogyasztott – olykor konkrét márkaként, máskor csak általánosságban megnevezett – külföldi cikkekkel történt. A pozsonyi Aigermant Iván nemcsak a „[l]egfinomabb magyar pezsgő”-t kínálta, hanem olyat, „melly különös jósága-, tisztasága-, szabályos pezsgése- és kitűnő ízletére nézve a’ valódi francia pezsgővel versenyezhet”.⁵⁶ Hönig Mátyás dohánykereskedő szintén úgy ajánlotta „a’ t. cz. közönségnek az ő legjobb ’s régóta hevert magyar szivarait”, hogy azok „ilatra és égésre nézve a’ külföldiekkel versenyeznek”.⁵⁷

Ennek a reklámtípusnak a legkidolgozottabb formájú, kampányszerű alkalmazására a korabeli magyar ipar egyik büszkesége, a Pannonia nevű első hazai sztearingyertya népszerűsítésében került sor. A reklámkampányt indító, a gyártó által *Jelentés és kérelem* címen közzétett hirdetmény nem csupán a külhoniakkal azonos minősége és azoknál kedvezőbb ára miatt ajánlotta a magyar terméket, hanem az előbbi állítás kísérleti bizonyítására szólította fel vásárlóközönséget:

„Pannonia-gyertyáink most már semmi tekintetben nem engednek a’ külföld illynemű készítményeinek. Kérjük annak okáért azokat, kik eddig még külföldi gyertyákat használtak, sziveskedjenek egy Pannonia-, egy Milly- és egy Apollo-gyertyát, úgy azonban, hogy mind a’ három egyenlő mértékű legyen, egyszerre meggyújtani ’s egymás mellett végig égetni, ’s meg fognak győződni állításunk igazságáról, miszerint Pannonia

54 Pesti Hirlap, 1844. december 1., 826. A kettős elvárás teljesülése nem csak a nyílt reklámokban volt fontos szempont. A *Pesti Divatlap* pápai levelezője is ezt hangsúlyozta a helyi posztgyárról szóló beszámolójában; eszerint az üzemet tulajdonosa „a szükség már eddig is nagyon észrevehető növekedésével most megnagyobbította, úgy, hogy az Erdélybe általa évenként szállíttatni szokott 4000 rőfön túl most már még mintegy ötször annyit képes kiállítani s a hazafias vállalkozását méltányoló részvétnek minősége tekintetében is eleget teend”. (Sz. A., Pesti Divatlap, 1844. november 15., 173.)

55 Erről lásd REKETTÉYÉ–TÖRŐCSIK–HETESI, i. m., 284.

56 Pesti Hirlap, 1844. december 26., 881.

57 Pesti Hirlap, 1844 november 14., 786. A megszokott „külföldi” minőség garantálása a vásárlók számára természetesen a védegylet számára is fontos volt. Az alapszabály előírta, hogy az egyesület „[m]indennemű gyároknak [...] keletkezését; a már létezőknek pedig üzleti gyarapítását részint részvény-társaságok létesítése, részint fogyasztási piacoknak bizonyos évekrei biztosítása által” segíteni köteles, az „utóbbi esetben azonban gonddal léssen, hogy azon vidékek, melyek egy vagy más gyármű fogyasztásának biztosításával a gyár alapítást elősegíteni ajánlkozandnak, viszont biztosítva legyenek, miszerint a külföldről szállítani szokott árukkal mind minőségben, mind árban versenyezhető árukat kapjanak”. (Vö. *Az országos védegylet alapszabályai*, i. m., 24–25.)

gyertyáink nem csak tartósság, de csín tekintetében sem érdemelnek legkisebb megróvást is idegen készítmény mellett, 's annál méltóbban igényelhetnek elsőséget, mivel olcsóbbak, 's a különben is csekély számú honi gyárok egyikének készítményei."⁵⁸

A kísérletre buzdító felhívást aztán gyorsan követték az azt igazoló ajánlás/tanúságtétel (testimony)⁵⁹ típusú további reklámok. A *Pesti Divatlap* saját tapasztalatra hivatkozva biztatta további kísérletezésre és vásárlásra olvasóit: „Összehasonlítás útján meggyőződünk a felől, miszerint az első magyar steeringyári részvényes társaság Pannoniagyertyái az olly híresnek tartott bécsi steeringyarak e nembeli készítményeivel minden tekintetben kiállják a versenyt. – Tegye meg bárki az összehasonlítást, s e dologban bizonyára kellő *fölvilágosítást* nyerend.”⁶⁰ A márka reklámkampánya a szépirodalom területére is kiterjedt; az *Életképek*ben Kelemenfy László *Egy font Pannonia-gyertya* című elbeszélése egy megható biedermeier szerelmi történetbe ágyazva nem csupán a hazai termék Millyt és Apollót felülmúló tulajdonságait bizonyította többszörösen, hanem azt is sugallta, hogy az boldogabbá és sikeresebbé is teheti a vásárlót.⁶¹ Az árucikk minőségéről való meggyőződés, vagyis annak igazolása által, hogy az a piacon kínált más hasonló (külföldi eredetű) árucikkkel azonos vagy akár nagyobb mértékben képes megfelelni a vásárlók elvárásaiknak, a hazafias vásárlás morális motivációja közvetlenül az egyéni fogyasztás szintjén kapott racionális támaszt. Sőt, viszonyuk akár meg is fordulhatott; a *Honderű* ugyancsak a Pannonia gyertyát promotáló írása szerint a magyarországi gyártmányok vásárlása mint hazafias kötelesség teljesítése nem csonkíthatja a fogyasztói érdekeket, s az erre vonatkozó imperatívusz csak határozott minőségi feltételek teljesülése után léphet érvénybe:

58 *Pesti Hirlap*, 1844. október 17., 716.

59 Erről lásd REKETTVE–TÖRŐCSIK–HETESI, *i. m.*, 284.

60 *Pesti Divatlap*, 1844. október 27., 59.

61 KELEMENFY László, *Egy font Pannonia-gyertya*, *Életképek*, 1844. november 13., 632–641. Kelemenfy elbeszélése, amely szereplői sorsának kedvező fordulatait a hazai iparcikk használatához kapcsolta, az irodalmi hősökkel való azonosulás lehetőségét kínálta fel a hon boldogulása iránt elkötelezett vásárlónak. A novellához fűzött szerkesztői jegyzet erre a szépirodalmi művekben rejlő sajátos reklámlehetőségre hívta fel a figyelmet, és biztatta hasonló művek írására a hazai szerzőket: „E' rövid történetke [t. i. Kelemenfy novellája] egyébiránt sokkal egyszerűbb, semhogy különös figyelemre számot tarthatna, kivéve tán – és ez érdem nem az íróé – azon hazafiak előtt, kik a' honi terményt és készítményt minden külföldi fölött pártolandónak tartják. Hallottam már egy-pár sokkal érdekesebb történetet: többi közt egyet, mellyben a' gácsi posztógyár készítményei főszerepet játszanak, 's egy másikat, mellyben egy különös viszontagságokon keresztülment úrhölgy minden bajtól szerencsés megmenekülését 's végtére legohajtottabb boldogsága elérését egyedül annak köszöné, hogy igaz honleányilag, mind szellemi, mind anyagi dolgokban, tántoríthatatlanul ragaszkodott mindenhez, a' mi hazai. Ha tehetséges fiatal íróink közt vannak, kik ez eseményekről részletesen értesítvék, az »Életképek« szerkesztője azoknak elbeszélését hihetőleg örömmel fogadná.” (*Uo.*, 641–642.)

„Ha olly czikkekre nézve, miknek készítésében honunk a külföldnél hátrább áll, ez utóbbihoz folyamodunk, ez még menthető, de ha olly czikkért is külföldnek adózunk, mi nálunk legalább is hasonló jószágban készítették: ez már aztán valódi nemzeti bűn. És ez az eset a *pannoniagyertyákra* nézve, mellyek' gyártóit az első iparműkiállításakor arany érdempénzzel jutalmazá az iparegyesület. E gyertyák semmi kívánnivalót nem hagynak hátra, s bárminemű milly vagy apollo nevű külföldi gyártmánnyal diadalmasan kiállják a versenyt. E czikkekre nézve tehát a külföldieskedést valóban ideje elhagynunk.”⁶²

Az *Iparvédegyleti dal* második felében Garay a meggyőzésnek ilyen, a Pannonia gyertya promotálásában alkalmazottra emlékeztető technikával élt, már nem egy meghatározott termék, hanem a teljes haza tekintetében. Az első strófák ipar támogatására buzdító hazafias imperatívuszait az összehasonlító reklámhoz hasonlóan racionális érvekkel és érzéki csábítással kiegészítő versszakok retorikai stratégiája azon túl, hogy tökéletesen illeszkedik a „honi” márka kelendőségét növelni, a belföldi piac forgalmát maximalizálni szándékozó agitáció közvetlen céljához, egy ennél jóval általánosabb, s a képviselői líra nyelvén nehezen kifejezhető gondolat reprezentációjaként is szolgált. Batthyány Kázmér 1844. október 6-án az Országos Védegyelet elnökeként tartott beszédében a szónoklat fő eszméjének kifejtéseként nevezte meg az ókori Spártát és az egykorú Magyarországot összevető passzusokat. Előadása szerint a republikánus erények példáját adó spártai polgár azért mondott le „az élet minden édesb gyönyöréről”, s határozta meg a maga számára örök törvényként „az önmehtagadást, a nélkülözést, a kényelmek megvetését”, mivel hazája földje „kietlen, meddő és terméketlen” volt, így az anyagi és szellemi élvezeteket csak függetlenségének elvesztése árán vásárolhatta volna meg szomszédaitól. Döntése helyes volt, hiszen „hazafiui erényben nevelt lelkével s hősi gyakorlatban edzett testével” vezető szerepre tett szert a görög városállamok szövetségében, s végül már mindazt birtokolhatta volna, „miről lemondani tudott, pénzt, művészetet, élvezeteket, ha akarta volna”. Beszédének ezt a részét a szónok egy igen szűkszavúan előadott összehasonlítással zárta: „A Magyar a természet minden kincsével ellátott honban él. E kincseket kibányászni százados hív iparkodása, mert élvezni akarta azokat, de nem volt még arra méltó. – S szegény maradt és gyöngé, tekintet, hatás és szabadság nélkül.”⁶³ Rövidsége ellenére az összevetésből annyi mindenestre kiderül, hogy Batthyány az ország eltérő adottságaira – valójában Garayhoz hasonlóan a *fertilitas Hungariae* toposzra – hivatkozva a spártai mintával homlokegyenest ellentétes magatartás követését javasolta a kor magyar hazafiai számára. A hon jólétének és a nemzet sikerének garanciája ennek értelmében nem a republikánus jó polgártól elvárt lemondás és önmehtagadás, hanem – a helyhez és időhöz illően – a haza bőségének

62 Honderű, 1844. november 9., 308–309.

63 Vö. *Magyar szózatok*, Hamburg, Voigt H. G., 1847, 8–9.

élvezete. Ezzel pedig valami olyasmit írt elő kötelességként, aminek önmagában nincs közösségi vonatkozása, s ez nem egyéb, mint az individuális vágyak kiélése.

A hazafiúi/honleányi szerep új elvárásainak kifejezésére, az ennek megfelelő magatartás instruálására és ösztönzésére a képviseleti líra hagyományos retorikai eszköztára nem igazán volt alkalmas; hiszen a költőnek már nem pusztán a közösséggel szembeni kötelességeire kellett figyelmeztetnie és a múlt példáival lelkesítenie a hazafiakat, hanem minden egyes polgárt saját legszemélyesebb vágyaira hatva kellett megnyernie a közös cél számára. Már nem csupán dicsőítenie kellett a szent hont, hanem profanizálva mint piacot bemutatnia, s „kínálótát” csábítóvá téve „eladnia”. E szokatlan, inkább kereskedői, mint költői feladat megoldásának eszközét Garay kézenfekvő módon a korszaknak a hazafiságot a fogyasztás emocionális/morális ösztönzőjeként alkalmazó, ám alapjában véve mindig az egyes vásárló személyes vágyaira hatni kívánó reklámjainak mintájában találta meg. Versének igazi költői invenciója (vagy innovációja) pedig az, hogy a piaci értékesítésben használatos marketingeszközt a *fertilitas Hungariae* toposzának keretébe foglalva megkísérelte érzéki formában kifejezni azt, hogy a vágyak kiélésének individuális gyakorlata miért és hogyan vezethet el a közösség boldogságához, a hon felvirágzásához. Az *Iparvédegyleti dal* távolról sem nevezhető ugyan esztétikai értékét tekintve jól sikerült műnek, irodalomtörténeti szempontból azonban mégsem egészen érdektelen; szemléletes példája annak a kihívásnak, amellyel a haza, nemzet és hazafiság fogalmainak egykorú átértelmezése szembe-sítette és tradicionális szótárának átalakítására, retorikai arzenáljának kibővítésére készítette a képviseleti lírát.