MÉSZÁROS ZSOLT*

A MAGYAR BAZÁR ÉS A 19. SZÁZADI MAGYAR
DIVATLAPKUTATÁS ÚJ PERSPEKTÍVÁI

Kulcsszavak: modernség, emancipáció, újságírás, divatlap, női munka

Tanulmányomban a 19. század második felének divatlapjait a kor modern társadalmi és kulturális folyamataival összevetve vizsgálom. A korábban izolált sajtóműfajként értékelt lapcsoport lehetséges kapcsolódási pontjait, kölcsönhatásait, jelentőségét, új megközelítési módjait a *Magyar Bazár*on keresztül mutatom be, a Wohl nővérek szerkesztése idején (1873–1901). A divatlapokban rejlő kapcsolódási pontok feltárásában segítenek a feminista és a folyóirat-kutatások szakmai felvetései és belátásai, amelyek felhívják a figyelmet a 19. század második felének divatlapjai és a modern irodalom, művészetek, életmód, kereskedelem közötti sokréttű viszonyra. Nem elszigetelt, kis körben mozgó orgánumokról van szó a divatlapok esetében, hanem rajtuk keresztül a modernitás különböző arculatait pillanthatjuk meg.

Az utóbbi évtizedben Magyarországon is jelentkeztek a sajtókutatás megújítását célzó törekvések. Mindenki egyetért a hiányzó alapkutatásokban, a vizsgálódások kiszélesítésében a kiadók és nyomdák működésére, a piaci, politikai és kulturális összefüggésekre, a sajtófogyasztásra, az újságírásra, a regionális és nemzetközi kontextusra.¹ Ehhez az átfogó sajtószemlélethez érdemes illeszteni a divatlap műfajának újraértékelését. A magyar divatlap a 19. század elején alakult ki német mintákat követve. A sajtó- és irodalomtörténészek a laptípus fejlődéstörténetének két szakaszát tüntették ki: a reformkort és a Bach-korszakot.² Mindkét periód-

* MÉSZÁROS Zsolt (1982), doktorandusz, irodalomtörténész, ELTE-BTK, Irodalomtudományi Doktori Iskola, Bp. E-mail: meszszso@gmail.com.

- 1 SZÉCHENYI Ágnes: *A huszadik század hiányzó magyar sajtótörténete – adósságlista és javaslat*. Magyar Tudomány XLIX(2004). 10. sz. 1150–1163; SZAJBÉLY Mihály: *A médiatörténet és a sajtótörténet viszonyáról*. Médiakutató VI(2005). 1. sz. 71–79; GYÁNI Gábor: *Sajtótörténet a társadalomtörténelem szempontjából*. Médiakutató VII(2006). 1. sz. 57–64; LIPTÁK Dorottya: *A modernkori könyv- és sajtótörténeti kutatások állapotáról*. Magyar Tudomány CLXXII(2011). 9. sz. 1121–1131; Z. KARVALICS László: *Horizontokat tágitó és civilizáló erő. Az információtörténeti fordulat irányairól és esélyeiről a sajtótörténet-írásban*. Médiakutató XV(2014). 2. sz. 7–15; BAJOMI-LÁZÁR Péter: *Rendbagyó szerkesztői jegyzet. A kommunikáció- és médiatudomány magyarországi helyzetéről*. Médiakutató XVI(2015). 1. sz. 5–8.
- 2 Lásd MAHOTKA Jenő: *Szépirodalmi folyóirataink története az abszolutizmus korában*. Bp., 1934; TAMÁS Ernő: *A Hölgyfutár és a divatlapok a magyar irodalomban*. Légrády Testvérek Naptára, Bp., 1940; TURÁK János: *A divatlapok szerepe Magyarországon a XIX. század második felének irodalmi életében*. Szegedi Pedagógiai Főiskola Évkönyve, Szeged, 1961. 63–71; T. ERDÉLYI Ilona: *Irodalom és közönség a reformkorban*. Akadémiai, Bp., 1970; MIKLÓSSY János: *Irodalmi folyóirataink a Bach-korszakban (1849–1859)*. Az Országos Széchényi Könyvtár Évkönyve 1973. 233–290; TAMÁS Anna: *Az Életképek*. Akadémiai, Bp., 1970; PINTÉR Györgyi: *Sajtókutatás – divatlapkutatás. A reformkori divatlap-történet-írás esélyei*. Médiakutató XIV(2013). 4. sz. 37–44; illetve a 19. századi női sajtóról született

dusban a divatlapot a korabeli társadalmi-politikai kontextusban, a nemzeti művelődés fórumaként (magyar nyelv és irodalom terjesztése, magyar ipar és társasélet serkentése, nemzeti viselet) tárgyalták. Míg a reformkorban a forradalom előkészítésében, addig a Bach-korszakban a nemzeti ellenállásban jelölték szerepüket. A kiegyezést követően, a politikai nyomás megszűnésével a divatlap elvesztette maga iránt a szakirodalmi érdeklődést, és annyit jegyeztek meg vele kapcsolatban, hogy a divatszaklap irányába ment tovább, csökkent a hatóereje, elszigetelten működött a sajtóban és a társadalomban: nézetei, vitái szűk körben mozogtak. A műfajhoz könnyedség, alacsony szellemi színvonal és a nem közérdekű témák képzetei kapcsolódtak. Funkciójuk változott, de továbbra is számos szállal kötődtek társadalmi, kulturális és politikai folyamatokhoz. Ezek a kötődések kölcsönösek, és együtt a modernitás hálózatait rajzolják ki. Ezekből a hálózatokból mutatok be néhányat jelen tanulmányomban. Választott példám a *Magyar Bazár*, a német *Der Bazar* magyar verziója, amelynek az első szerkesztő, Szabó Richárd halálával megüresedett szerkesztői székét 1873-ban a Wohl-nővérek foglalták el. Vezetésükkel az újság fejlődésnek indult, bővült az előfizetők tábora, gazdagodott a tartalom, és a *Magyar Bazár* a kor vezető hazai divatlapjává nőtte ki magát.

VÁLLALATI KERET

Wolfner József, a Singer és Wolfner kiadványvállalat alapítója halálakor az általa felépített sajtóbirodalom (*Magyar Lányok, Új Idők, Az én újságom, Művészet, Magyar Figyelő*) belső működési elvéről jegyezték meg a *Nyugathan*: „mindegyik lap a másiknak nevelt közönséget”.³ Az idézet rávilágít arra, hogy nem csak egyesével érdemes vizsgálni a lapokat, mert azok bizonyos csoportokat lefedve, egy-egy vállalkozás égisze alatt lapcsaládokba álltak össze. Egyrészt lényeges szempont, hogy az egyes sajtótermékek megőrizték és növeljék előfizető-táborukat, másrészt, hogy az olvasók rendszeren (lapcsaládon) belül maradjanak. Ahogy Buzinkay Géza hívja fel a figyelmet a képes hetilapok kutatásával kapcsolatban: „a kiadók, a kiadó-tulajdonosok vállalkozásai, egyre tagolódó lapcsaládjai tehetnék világossá, áttekinthetővé és érthetővé ennek a sajtóműfajnak a belső mozgásait”.⁴ Így a vállalat történeti és üzleti aspektusok feltárása hozzájárul a különböző orgánumok és lap típusok, így a divatlap működésének a jobb megértéséhez.⁵

néhány átfogó jellegű tanulmány, lásd NAGYDIÓSI Gézáné: *Magyarországi női lapok a XIX. század végéig*. Az Országos Széchényi Könyvtár Évkönyve 1957. 193–227; MORVAI Zsuzsanna: *Női lapok indulása a 19. század elején és a nők olvasóvá érése*. Könyv, könyvtár, könyvtáros XI(2002). 9. sz. 34–39; KÉRI Katalin: *Női lapok a XIX. századi Magyarországon* = Uő: *Hölgyek napernyővel. Nők a dualizmus kori Magyarországon 1867–1914*. Pro Pannónia, Pécs, 2008. 26–32.

3 *Magyar Írók Sátora*. Nyugat XXV(1932). 5. sz.

4 BUZINKAY György: *Újságok és újságolvasók Ferenc József korában*. Magyar Könyvszemle CXIX(2003). 3. sz. 383–387.

5 Lásd BALOGH János Mátyás: *Napilapok és pénzintézetek kapcsolata a dualizmus korában*. Médiakutató VIII(2007). 2. sz. 73–92; Uő: *A Lloyd-mechanizmus. Krízis és árpolitika (1860-as 1870-es évek)*. Korrall XIV(2013). 54. sz. 43–62; *A vállalkozó és a kultúra. Heckenast Gusztáv a legendás könyvkiadó*. Szerk. LIPTÁK Dorottya. Kossuth–Eszterházy Károly Főiskola, Bp.–Eger, 2012; LAKATOS Éva: *Sikersajtó a századfordulón*. Balassi, Bp., 2004.

1873 nyarán a Wohl nővérek az általuk egy éve szerkesztett *A Nők Munkaköre* című divatlap kiadását kínálták fel az Athenaeumnak. Az igazgatóság ebben komoly potenciált látott, és bizottságot küldött ki, hogy az egyesítésről minden irányban tanácskozzanak, esetleg egyezkedjenek a felekkel.⁶ Az ügymenet hirtelen felgyorsult Szabó Richárd váratlan halálával (1873. aug. 9.). Így a fúzió elől minden akadály elhárult, az egyesítést és a nővérekkel való szerződéskötést már az aug. 14-i ülésen hivatalosan bejelentették.⁷

A Wohl nővérekkel kötött megállapodásban mindent apróra rögzítettek. A Nők Munkaköre címet alcímként megtartották az előfizetők megnyugtató végett: *Magyar Bazár mint a Nők Munkaköre*. Ezt a kettős címet csak addig használhatja az Athenaeum, amíg a nővérek szerkesztik. A kiadó évenként a szerkesztőknek 3000 forintot fizet előleges havi részletekben, amely tartalmazza az írói tiszteletdíjakat, a lap teljes szellemi kiállítását (revízió, korrektúra). Ha az előfizetők száma 4000 fölé emelkedik, a 4001. előfizetőtől kezdve minden további előfizetőtől osztalék gyanánt 10 krajcárt kapnak a szerkesztők, havonként utólagosan kiszolgáltatva. Ezenkívül az Athenaeum a Wohl nővéreknek minden volt előfizetőjüktől, ki előfizetését legkésőbb 1874-i január végéig közvetlenül a Magyar Bazárnál megújítja, egyszer s mindenkorra 2 forintot fizet. A Wohl nővérek cserébe átadják az Athenaeumnak előfizetőik névsorát. Nyomdailag, technikailag az Athenaeum felel, minden lapból eredő bevétel a kiadót illeti, akkor is, ha a szerkesztői rovatban közzétett reklámokból és iparüzletek ismertetéséből származik. A Wohl nővérek a tartalomért tartoznak felelősséggel, és kötelesek az Athenaeumnak a szerkesztésre vonatkozó esetleges észrevételeit figyelembe venni. A felmondási idő fél év, ha azonban az előfizetők száma 2700-ig fogyna, azon esetben az Athenaeumnak jogában áll negyedévi határidőre felmondani.⁸ A fúzióval mindenki jól járt, a Wohl nővérek azért, mert önállóan, saját rizikójukra indított lapjukat sikerült megmenteni és beilleszteni egy biztos, üzleti háttérrel rendelkező sajtóvállalkozás keretei közé, az Athenaeum pedig azért, mert nem kellett megszüntetnie a divatlapját, sőt annak előfizető-táborát megduplázódott az egyesítésnek köszönhetően.

Az igazgatósági jegyzőkönyvek tanúsága szerint a vezetőség később sem bánta meg ezt a lépést, sőt annyira elégedettek voltak Wohl Janka szerkesztői munkájával, hogy felemelték a fizetését évi 800 forintra, mert „az előfizető közönség mindinkább emelkedő igényeinek megfelelőleg a lap tartalmilag javult és ehhez képest lendületet nyert”, illetve a külföldi lapoktól kölcsönzött klisék és egyéb nyomtatvány minták eddig fizetett díjából évi 600 forintot lealkudott.⁹

A vállalati keret többek között az újsághirdetésekből, a kombinált-kedvezményes lapelőfizetésekből, a cikkátvételekből, az Athenaeumhoz tartozó szerzők műveinek közléséből, illetve az ő műveik recenzióiban nyilvánult meg. A *Magyar Bazár* hirdetéseit így olyan más, Athenaeum által kiadott sajtótermékekben találjuk, mint a *Fővárosi Lapok*, a *Borsszem Jankó*,

6 Magyar Nemzeti Levéltár Országos Levéltára (a továbbiakban MNL OL), Z 723 Gazdasági Levéltár, Athenaeum, Igazgatósági jegyzőkönyvek, 98. i. sz. választmányi ülés jegyzőkönyve (1873. júl. 3.)

7 Uo., 99. i. sz. választmányi ülés jegyzőkönyve (1873. aug. 14.)

8 A Wohl nővérek szerkesztői szerződése az Athenaeummal, amely 1873. okt. 1-ével vette kezdetét. Uo. Athenaeum, Z1508, 153. i. sz. 1873–1901., 2. cs.

9 Uo, Z 723 Gazdasági Levéltár, Athenaeum Igazgatósági jegyzőkönyvek, 242/a. igazgatósági ülés jegyzőkönyve (1892. okt. 27.)

a *Pesti Napló*, *A Hét* vagy a *Magyar Iparművészet*, és az ő hirdetéseiket ugyanúgy megtaláljuk a *Magyar Bazár* hasábjain. Az Athenaeum a *Fővárosi Lapok* előfizetőinél tapasztalt csökkenést 1891. okt. 1-től kezdve minden vasárnap Adorján Sándor és Wohl Janka szerkesztésében *Salon és Sport* címmel képes melléklettel kívánta orvosolni, anélkül, hogy a lap előfizetési árát évenként az addigi 16 forintról feljebb emelné.¹⁰ A *Pesti Napló* esetében is ez történt, amikor 1884-ben úgy döntött az igazgatóság, hogy a *Pesti Napló* versenyképességének emelésére melléklapként a *Magyar Bazárt* adják úgy, hogy a napilap előfizetői féláron juthatnak a divatlaphoz.¹¹ 1894-től a *Fővárosi Lapokra* és a *Magyar Bazárra* együtt lehetett kedvezményesen előfizetni, hogy így megismertessék és megkedveltessék a megújult profilú, politikai résszel kibővített irodalmi napilapot. 1899-ben *A Hét* kooperált a *Magyar Bazár* francia divatlapjával, ami azt jelentette, hogy olvasóik a divatlapra évi három forintért fizethettek elő. Ezek az intézkedések az előfizetők visszaszerzését és növelését szolgálták. A kevésbé prosperáló orgánus iránt úgy próbálták felkelteni a lanyhuló vagy a megtorpanó érdeklődést, hogy a vállalat népszerű sajtótermékével kötötték össze. Szintén a közös vállalati háttérrel hozható összefüggésbe, hogy a Wohl nővérek munkatársakként bedolgoztak mind a *Fővárosi Lapokba*, mind a *Pesti Naplóba*: folytatásos elbeszéléseik, verseik, tárcáik, cikkeik láttak napvilágot. *A Hét* 1901/10. számának borítóján Wohl Janka portréfotóját közölte, amelyhez bemutatva az ő és korábban elhunyt húga szervezői munkásságát, Ambrus Zoltán cikke kapcsolódott. Az Athenaeum-lapok kritikai rovataiban foglalkoztak a Wohl nővérek új műveivel, például a *Fővárosi Lapok* főszerkesztője, Vadnay Károly írt elismerő recenziót Wohl Stefánia regékönyvéről. Továbbá a rövid művészeti és irodalmi hírekben folyamatosan beszámoltak pályájuk legújabb fejleményeiről. A *Magyar Bazár* pedig időnként a forrás megjelölésével átvett szövegeket a többi Athenaeumhoz tartozó újságból, gazdagítva ezzel a saját tartalmat, ugyanakkor a cikkátvétel gyakorlata a reklám egy nemeként is funkcionált.

VÁROSI INTÉZMÉNYEK

A folyóirat-kutatás hozadékait és irányait felvázoló tanulmányukban, Sean Latham és Robert Scholes arra mutatnak, hogy a periodikák élénk párbeszédben állva a különböző városi intézményekkel, összetett, egymással versenyző és egymással együttműködő kulturális hálózatokat hoznak létre.¹²

A divatlap műfajából adódóan a főváros divatiparának létesítményeivel ápolt szoros viszonyt.¹³ Ezek az üzleti kapcsolatok a hirdetésekben és kedvezményekben tükröződtek. A mögöttük húzódo megállapodásokra nyújt példát az Athenaeum irattárában fennmaradt két, 1875. jan. 21. keltezésű szerződés, amelyekben a Keller és Zsitvay női divatáru, valamint az Alter és Kiss cégek az Athenaeummal kötött korábbi szóbeli megállapodásaikra hivatkozva, arra kötelezték magukat, hogy havi részletekben fizetnek a divattudósításokban, és a divatké-

10 Uo., 237. i. sz. igazgatósági ülés jegyzőkönyve (1891. szept. 21.)

11 Uo., 192. i. sz. igazgatósági ülés jegyzőkönyve (1884. nov. 15.)

12 Sean LATHAM–Robert SCHOLES: *The Rise of Periodical Studies*. PMLA CXXI(2006). 2. sz. 528.

13 F. DÓZSA Katalin: *Budapest – divatváros. A magyar divattervezés rövid története*. Budapesti Történeti Múzeum–Budapest Főváros Levéltára, Bp., 1997 (Tanulmányok Budapest Múltjából XXVI). 89–111.

pek alatti szövegekben való megjelenésért. Az előbbi cég az első fél évre 100 forint, a második félére 150 forint, az utóbbi évenként 400 forint járulékot fizetett a kiadóvállalatnak.¹⁴

A *Magyar Bazár* olvasói előfizetői címszalagjuk bemutatásával olcsóbban vásárolhattak bizonyos boltokban. Továbbá a *Magyar Bazár* más divat- és családi laphoz hasonlóan vidéki olvasóik megbízásainak teljesítésére vállalkozott. Ez a roppant nagy népszerűségnek és egyébként hasznosságnak örvendő szolgáltatás a fővárosi ügyintézésről, az információszerzésen át az esküvői kelengyék beszerzéséig sok mindent felölelt. Az, hogy melyik üzletet ajánlotta a szerkesztőség, vagy, hogy hol intézte a rájuk bízott megrendeléseket, az egy a lap köré kialakuló kereskedelmi hálózatot feltételez, amely szóbeli és/vagy írásbeli megállapodásokon alapult. A dinamikusan fejlődő budapesti divat- és szabóipar képviselői szempontjából, a növekvő versenyhelyzetből adódóan, egyre nélkülözhetetlenebbé vált a sajtóhirdetés, illetve azon belül a divatlapokkal való partnerség, amely révén célirányosan és eredményesen juthattak újabb vevőkhöz. A divatlapoknak pedig azért bizonyulhattak előnyösnek a kereskedelmi kapcsolatok, mert a kedvezmények vonzerejével további tagokkal gyarapíthatták előfizetői táborukat. Mindazonáltal a fenti szerződések arra engednek következtetni, hogy ezekből az együttműködésekkel, nem csekély bevételekhez jutva, közvetlenül a kiadóvállalatok profitáltak.

Az üzleteken kívül a divatlapok számos más városi (kulturális) intézménnyel is kapcsolatban álltak. A *Magyar Bazár* esetében a Magyar Tudományos Akadémia és a Kisfaludy Társaság tagjai, eseményei jelennek meg sűrűn a rovatokban vagy a munkatársak között. Egyfelől a Wohl nővérek kapcsolatrendszeréből adódóan alakult így, másfelől ennek a két szervezetnek a hivatalos kiadója az Athenaeum volt.

NÓMOZGALOM

A női sajtót általában két csoportra bontják a kutatók: feminin/kereskedelmi és feminista/ideológiai.¹⁵ Az előbbihez rendelik a családi és divatlapokat, a patriarchális és fogyasztói szemléletet, a hagyományőrzést, az otthoni kört, az utóbbihoz pedig a nőemancipáció iránt elkötelezett közlőnyöket, a kritikus hangvételt, a közéleti cselekvést, az egyenjogúsági küzdelmeket, az érdekérvényesítést, a társadalmi változást.

A feminista vizsgálódások nagy része a női magazinokban a szórakoztatás forrásait, a nemi egyenlőtlenség és megkülönböztetés újratermelőit és terjesztőit látják, amelyek a női olvasóikat a *nőiség* kultuszán (cult of femininity) keresztül illesztik a társadalomba.¹⁶ Más feminista megközelítések viszont a női lapok összetettségével számolnak. Janice Winship könyvé-

14 MNL OL, Athenaeum, Z1508, 5. i. sz. 1866–1872. 10 1. cs.

15 Evelyne SULLEROT: *La presse féminine*. Armand Colin, Paris, 1963; Eva KLINGENSTEIN: *Die Frau mit Eigenschaften. Literatur und Geschlecht in der Wiener Frauenpresse*. Böhlau, Wien, 1997; « *La vie des femmes* ». *La presse féminine aux XIXe et XXe siècles*. Dir. Hélène ECK–Claire BLANDIN. Éditions Panthéon-Assas, Paris, 2010.

16 Simone de BEAUVOIR: *Le deuxième sexe*. Paris, 1949; Betty FRIEDAN: *The Feminine Mystique*. W. W. Norton and Co, New York, 1963; Marjorie FERGUSON: *Forever Feminine. Women's Magazines and the Cult of Femininity*. Heinemann, London, 1983; Naomi WOLF: *A szépség kultusza*. Ford. FOLLÁRDT Natália. Csokonai, Debrecen, 1999. [1990]

ben kitér a női lapok és a nőmozgalmak viszonyára.¹⁷ A *Women's Worlds* (1991) című tanulmánykötet szerzői pedig abból indulnak ki, hogy a női magazinok heterogenitásukból adódóan nemcsak egy nőképet közvetítenek, és hoznak létre, hanem többértékű női szubjektivitást mozgatva, egyidejűleg több női szubjektumhoz szólnak. Nemcsak rögzítik a szerepeket, hanem változtatnak is rajtuk.¹⁸ Tracy Seneca egyfelől egyetért Ferguson azon megállapításával, miszerint a női lapok nemcsak közvetítik a nőiség kultuszát, hanem maguk is forrásai, másfelől felrója neki, hogy túlságosan is az egyirányú, befolyásoló hatást domborítja ki.¹⁹ Vele szemben történeti perspektívát alkalmazva a kölcsönhatás mellett érvel. Ugyanakkor nem mulasztja el leszögezni, hogy a 19. századi női magazinok profitorientált vállalkozások voltak, és nem képviselték maradéktalanul minden nő érdekét, de népszerűségükből adódóan, széles körben forogtak. Seneca az amerikai *Godey's Lady Book* (1830–1898) elemzésén keresztül a női magazinoknak a szórakoztatáson túlmenően három alapvető, egymással összefüggő funkciót tulajdonít: virtuális közösség, művelődés forrása, szaklap. Seneca szerint, bár hasábjaikon a választójogi mozgalom nagy ritkán kap csak teret, ám az általuk biztosított lehetőségek és eszközök (pl. játékonyság) olvasóit a szervezkedésre, önálló kezdeményezésekre és szolidaritásra buzdította, anélkül, hogy az apolitikus és konzervatív nőket elidegenítette volna magától. Naomi Wolf *A szépség kultusza* (1990) című nagyhatású könyve egyfelől a női sajtó elnyomó szerepét hangsúlyozza, másfelől utal arra is, még, ha ez később, az elemzése során elsikkad, hogy a magazinok minden más médiumnál szélesebb körben terjesztették a feminizmus eszméjét, és valódi problémákkal és kérdésekkel is foglalkoztak. Továbbá elősegítették a szolidaritás, az érdekképviselet és -érvényesítés megerősödését.²⁰

A *Magyar Bazár* általában mérsékelt hangnemet ütött meg, nem kérdőjelezte meg a korban nőinek tekintett hivatásokat (család, házasság, játékonyság), rendszerint elhatárolódott az egyenjogúsági mozgalmaktól, ugyanakkor az emancipáció több szintjéhez kapcsolódott. Szorgalmazta a művelődéshez, a neveléshez, a munkához való jogot, és mindig beszámolt a vonatkozó aktuális eseményekről. A lap a hazai emancipáció nagy alakjai előtt visszaemlékezésekben, nekrológokban (Brunsztik Teréz, Veres Pálné, Zirzen Janka) tiszteltgette. Az 1870-es évek második felében cikksorozatot szentelt nemcsak a fővárosi, hanem a vidéki nőegyletek elnöknőinek is. A *Magyar Bazár* ezen cikkeiből kirajzolódni látszó felfogás szerint a hazai nőemancipáció folyamatos építkezés eredménye.

A Wohl nővérek szerkesztői programjának középpontjában a női munka állt, amellyel következetesen és sokrétűen foglalkoztak. A Wohl nővérek nevezték meg elsőként a dolgozó/egyedülálló nőt, mint az újságolvasó-közönség egyik célcsoportját. Ez a kategória figyelemre méltó, mert szerepeltetése valós és széles körben létező társadalmi jelenségekre mutat, és deklarálta a női egzisztencia- és életpályamodellekben bekövetkezett változásokat. Ugyanakkor magukat a szerkesztőket is személyesen érintette, hiszen egzisztenciájukat saját erőből teremtték meg. György Aladár, a Statisztikai Hivatal tisztviselője 1884-ben írott cikkében azt fejtegette, hogy a nők tanulási, illetve munkalehetőségeinek differenciálódása gyakorlati okra

17 Janice WINSHIP: *Inside Women's Magazines*. Pandora, New York, 1987.

18 Ros BALLASTER–Margaret BEETHAM–Elizabeth FRAZER–Sandra HEBRON: *Women's Worlds. Ideology, Femininity and Women's Magazines*. Palgrave Macmillan, London, 1991. 172.

19 Tracy SENECA: *The History of Women's Magazines. Magazines as Virtual Communities*. Graduate thesis. New York University, Fall 1993. 184–185.

20 WOLF: i. m. 90.

vezethető vissza, nevezetesen a megélhetésre. Az 1880-as népszámlás adatait hozza fel példának, miszerint a 25. életévüket betöltött nők között 188 834 hajadon, 776 014 özvegy és 5894 elvált, „összesen tehát csaknem egy millió olyan nő volt, kiknek bizonyára felénél több azontúl családot már nem alkothat s ha anyagi viszonyai nem engedik, maga kénytelen önfenntartásáról gondoskodni”.²¹

A *Magyar Bazár* az önállósodáshoz és pályaválasztáshoz kínált segítséget rovataival, tanácsadásával, cikkeivel, hirdetéseivel, illetve a nők munkavállalását övező negatív sztereotípiák leépítésére törekedett. 1895. szept. 24-i számától nyitják meg a „Mihez fogjunk?” című középosztály nőtagjait megcélzó pályaválasztási tanácsadó rovatot. A beérkező kérdésekre adott válaszok a korabeli felfogáshoz képest előremutatók voltak, és önállóságra ösztönöztek, például helyeselték Vilma azon tervét, hogy kerékpár-tanfolyamot indít vidéken. 1899-ben jogi tanácsadó rovatot nyitottak nők részére, amely többek között a szerződéskötésekben ígért eligazítást. Itt meg kell említenünk, hogy más divatlap is igényezett hasznos segítséget nyújtani, például 1893 végén a *Divat Szalon* „Pénzügyi útmutató” címmel új melléklettel, a *Wiener Börsen-Correspondenz* magyar kiadásával jelentkezett, amely tőzsdei híreket közölt.

Hentaller Elma 1874-es cikkében arról értekezett, hogy milyen szűk lehetőségek várják a munkára kész nőket. Sokan azért választják, hajlamuk ellenére a tanítói állást, mert más lehetőség nincs annak, aki művelt, és nem fizikai munkából akar megélni. Ebből adódóan túltelített a tanítói szakma. Emellett felhívta arra is a figyelmet, hogy a nők kevesebb pénzt kapnak ugyanazért a munkáért.²² A *Magyar Bazár* több írása a nők számára rendelkezésre álló munkakör kiszélesítése és a női keresetképeség előmozdítása mellett szállt síkra. A *Magyar Bazár* az 1880-as években kibontakozó női háziipar és nőiipar-mozgalmat felkarolva a női önállósodás egyik alternatívájaként mutatta fel, hangsúlyozva, hogy a nők nemcsak szellemi pályák közül választhatnak.

A fővárosi nők mellett külön figyelmet fordítottak a lapban a vidéken élő nőkre. Az 1892. jan. 1-i számban közzé tették a Magyar Tisztviselők Országos Egyesületének felhívását, amely „női munkát értékesítő egyesület” alapítását kezdeményezte. Vidékről százával érkeztek megkeresések a *Magyar Bazár*-hoz, hogy hogyan tudják értékesíteni munkájukat, tehetségüket. Ezért a lap azt javasolta az egyesületnek, hogy nyissanak a vidéki nők felé is.

A szerkesztők véleményét a nők munkaképességéről legszembetűnőbben Wohl Stefánia fogalmazta meg egyik írásában: „Előttem is csak kétféle munka létezik: a jó munka és a rossz munka. De, hogy ezt a munkát ki végezte, nő-e vagy férfi, az úgy hiszem, nem tartozik a dologhoz. Nem tartoznak a dologhoz a női munkakör fölötti vitatkozások sem. Minden embernek munkaköre ott van, ahova őt tehetségei, hajlamai és viszonyai utalják”.²³

Az önszegélyezés gondolatával függött össze a nevelés kérdése is. Az „Iskolai hírek” rovat gyakorlati tudnivalókat tartalmazott a különböző képzési lehetőségekről, technikai részletek-

21 György Aladár: *Nőnevelésünk*. Magyar Szalon 1884. 4. sz. 330. Lásd még a témában GYÁNI Gábor: *Női munka és család Magyarországon (1900–1930)*. Történelmi Szemle XXX(1987–1988). 3. sz. 366–374; CSOMA Zsigmond: *Az első női foglalkoztatási statisztika Magyarországon. A női emancipáció és az első részletes női népszámlálás = Nők a modernizálódó magyar társadalomban*. Szerk. GYÁNI Gábor–NAGY Beáta. Csokonai, Debrecen, 2006. 181–205.

22 HENTALLER Elma: *Nyitott pálya*. Magyar Bazár IX(1874). 4. sz. 29–30.

23 WOHL Stefánia: *A női munkásság külföldön, vonatkozással hazánkra = Wohl Stefánia hátrabagyott iratai*. Athenaeum, Bp., 1891. 179.

ről (jelentkezés, beiratkozás), valamint a női tanerő tagjainak változásairól (kinevezések). Wohl Janka több cikkében hangsúlyozta a lányok magas szintű, széles körű és alapos oktatásának fontosságát. Meggyőződése szerint, azért van erre szükség, hogy meg tudjanak állni a saját lábukon: „... minden nő, akár dúsgazdag, akár szegény, akár középsorsú hajlamához képest a művészet, tudomány vagy ipar terén úgy műveltessek ki, hogy szükség esetében, a választott pályán való működés őt önállóvá tegye”.²⁴

Harmath Lujza *Néhány észrevétel a komoly szóhoz* című írása a falusi gazdaságokról szól, amelyekkel falusi nők eltarthatják magukat, de a szerző, mint gyakorló gazdaasszony jól tudja, hogy mellékkereset lehet ez csupán, mert megfelelő jövedelem nem származik belőle. Cikkét a következő nem várt fordulattal zárja: „Egyetemet a nőknek!”. Ez a szüfrazettes hevült felkiáltás a korabeli hazai (divat)sajtóközegben szokatlanul frissnek és üdítőnek hat. Kétségteljesen, a *Magyar Bazár* lelkesen üdvözölte a nők számára megnyitott egyetemi karokat (1895), majd a leánygimnáziumot (1896). A téma kapcsán cikkeket, olvasói hozzászólásokat tett közzé, sőt, az első érettségizők és diplomázók fényképeit is lehozta, rövid életrajzzal kísérve. Sebestyénne Stetina Ilona kiemelte Wohl Janka nekrológiájában a *Nemzeti Nőnevelés* hasábjain, hogy a *Magyar Bazár* mennyire támogatta közleményeivel a nők felsőoktatását.²⁵ Hentaller Elma a lap nevében a következő kommentárt fűzte a Nőképző Egyesület által felállított első leánygimnáziumhoz: „Mi a nőnevelés, a leányiskolák érdekének szempontjából mérlegelünk és ítélünk; ezt kísérjük figyelemmel, ezt dédelgetjük, igyekszünk támogatni, egy-egy homokszemmel járulva a nemzeti művelődés óriási munkájához. [...] A mi legelső és legfőbb hivatásunk minél tökéletesebb emberré lenni”.²⁶

A (nő)nevelés másik területével, a sporttal is foglalkozott a *Magyar Bazár*. 1885-től külön rovat (Nők a sport terén), reprodukciók, ismeretterjesztő írások népszerűsítették a testedzés olyan formáit, mint a gimnasztikát, a teniszt, a vívást vagy a biciklizést. A lap viszonylag hamar és a sajtóban szinte egyedülálló módon, az 1880-as évek végétől kezdve propagálta női olvasói számára a kerékpározást. Bár Wohl Janka, saját bevallása szerint, sosem próbálta ki, a szerkesztőségbe levélben érkező több száz hasonló kérdésre, miszerint illik-e biciklizni nőnek, habozás nélkül ezt válaszolta: „Illik, hát, felelem teljes meggyőződéssel...”.²⁷

A női kerékpározás összekapcsolódott az emancipált „Új Nő” alakjával, aki az élcsepok kedvelt figurájaként társadalmi szorongásokat jelenített meg.²⁸ *A Képes Családi Lapok Hölgyek lapja* című melléklapjának Pipifax álnevű munkatársa szerint a nők azért hanyagolják el a családjukat és a háztartást a bicikli miatt, mert reggel és alkonyatkor a legkellemesebb kisebb túrákat tenni vele. Az egyik napszak a felkelést, reggelit, a gyerekek fürdetését, fésülését és iskolába küldését, a másik napszak a vacsorát, az ágyazást és a lefektetést érinti.²⁹ Wohl Janka is kapott *A kerékpárról* című népszerűsítő cikkére felháborodott levelet, amelyre így válaszolt

24 Uő: *Hogy neveljük lányainkat?* II. Divat VI(1871). 20. sz. 153.

25 SEBESTYÉNNÉ STETINA Ilona: *Wohl Janka*. *Nemzeti Nőnevelés* 1901. június. (a továbbiakban SEBESTYÉNNÉ STETINA: *Wohl Janka*) 242–245.

26 HENTALLER Elma: *Az első leánygimnázium*. *Magyar Bazár* XXXII(1897). július 8. 97.

27 WOHL Janka: *A kerékpározás Angliában*. *Magyar Bazár* XXXI(1896). 28. sz. 114.

28 LÁSD PATRICIA MARKS: *Bicycles, Bangs, and Bloomers: The New Woman in the Popular Press*. The University Press of Kentucky, 1990; JULIA MARIE BROCKS: *The Bicycle as Vehicle to Women's Emancipation as Reflected in Popular Culture, 1888–1900*. University of Houston, Clear Lake, 2004.

29 Pipifax: *Bicikli és- főzőkanál!* *Képes Családi Lapok, Hölgyek Lapja* 1897. augusztus 1.

a feladó M. F. tanácsosnak: „Ma már nemcsak azt kérdi a nő: minek van szív és a szívben szerelem? Hanem azt is kérdi: minek van tudomány, művészet, a szellem végtelen birodalma, minek van lelkem és eszem, ha ezekből kizárva legyek és tisztán a kávétratschnak és rántásfőzeléknek szenteljem az életem?”.³⁰ Nyitottságot és utazást javasol a tanácsosnak, hogy megismerjen pozitív külföldi példákat.

OTTHON ÉS MŰIPAR

Lakatos Éva felhívja a figyelmet a sajtó képmellékletein, ajándékain, tanácsadó rovatain keresztül a polgári lakások tárgykultúrájára gyakorolt mindezidáig jórészt feltáratlan közvetett és közvetlen hatásra: „... az előfizetői akciók során családok ezreinek a könyvespolcaira került fel Tolnai Világtörténete, vagy az Új Idők lexikonsorozata, a különböző napilapok tartalmas naptárai, hogy előfizetők ezreinek a lakásában lehetett viszontlátni a Tündérújjak függőnyeit és egyéb ajándékait”.³¹

A divatlapok profiljukból adódóan kiemelt figyelmet szenteltek az otthonok díszítésére, berendezésére. A *Magyar Bazár* hasábjain ebben a témában Wohl Janka adott rendszeres iránymutatást, sőt 1882-ben kiadta *Az otthon* című kézikönyvét. Az ízlés emelése volt a lap jelszava, amely törekvéséhez olyan jeles szakembereket nyert meg, mint Pulszky Károly, aki 1882 és 1885 között vezette *A műterem* című rovatot. Tollából képzőművészettel és iparművészettel (majolika, fajansz, porcelán, üveg, ötvösmunka) kapcsolatos képekkel kísért rövid cikkek jelentek meg.

1900-ban a magyar ipar(művészet) pártolását vette fel programjába a *Magyar Bazár*. Hegedűs Sándorné, a kereskedelemügyi miniszter hitvese kezdeményezésére a kereskedelmi múzeum kiállítássorozatot rendezett a városligeti Iparcsarnokban házi, kézmű-, gyáripari cikkekből. A politikus felesége védnöksége alatt kibontakozó magyar iparpártoló mozgalomhoz a *Magyar Bazár* szerkesztősége is csatlakozott: „A divat és az ipar szoros kapcsolatánál fogva lapunk egyik leghívatottabb orgánumává lesz a most megindult szép mozgalomnak, annyival inkább, mert már eddig is kiterjeszkedtünk a divaton kívül minden, a köznapi életben szükség és a nők hatáskörébe vágó házberendezési ügyekre. Most, hogy alkalmunk nyílik ezzel kapcsolatban a magyar ipar termékeivel foglalkozhatni, olvasóink ezen az úton közvetlenül nyerhetnek tájékozást és útbaigazítást a – reméljük – állandó divattá érlelt hazai ipar pártolása körül”.³²

A magyar műipar kapcsán nem mulasztotta el bemutatni a női teljesítményeket sem, így 1900 márciusában közölt felvételeket Báró Huszár Ilona műterméről és Fadrusz Jánosnéról, ahogy a szövőszékén egy magyar rajzú, tarka virágú selyemszőnyeget készít. Szintén ezen a tavaszon *Magyar Bazár* a *Magyar Iparművészet* című szakfolyóiratból átvéve, magyar iparművészek alkotásaival ismertette meg olvasóit, azzal a nem titkolt céllal, hogy a vidéki közönség-

30 Egy sokat utazott nem biciklista nő [WOHL Janka]: *Válasz M.F. tanácsos levelére*. Magyar Bazár XXXII(1897). aug. 1. oldalszám nélkül.

31 LAKATOS: i. m. 50.

32 *A divat és az ipar*. Magyar Bazár XXXV(1900). március 16. 21.

güket megrendelésekre ösztönözzék.³³ A fényképsorozat részeit alkották: ebédlőasztal tölgyfából (Komor Marcell), női hálószoba (Huszár Ilona), úri dolgozószoba (Horti Pál), szecessziós ólomüvegablakokkal díszített zárt erkély (Forgó és tsa), Zsolnay-féle eozinmázás kerámiák. A magyar nők iparpártoló bizottságának (Országos Ipartestület Szakosztály) ülésén köszönetet mondtak Wohl Jankának a lelkes támogatásért a *Magyar Bazár*-ban, és arra kérték, folytassa.³⁴ Wohl Janka tevőlegesen is részt vett a szervezési munkában. Gelléri Mór terjesztette elő ugyanezen az ülésen Berkovits Ignácné indítványát, hogy a női ruházati cikkek iparának fejlesztése érdekében létesítsenek szakiskolát. A tüzetesebb javaslattételre külön bizottságot hoztak létre, amelynek tagjai közé Berkovits Ignácnét, Szabóné Nogáll Jankát, Nendvitch Gusztávnét és Wohl Jankát választották be.

ÚJSÁGÍRÁS ÉS IRODALOM

Phegley tanulmányában az angol és az egyesült államokbeli családi irodalmi lapok és az irodalom intézményei közötti viszonyt tárgyalja. Bár a 19. század folyamán a kritikus szakma és az irodalmi szcéna professzionalizálódásával ezek az orgánumok marginalizálódtak, mégis ezek váltak, Phegley érvelése szerint, a modernizmus kialakulásának színtereivé.³⁵ Latham lakonikus megfogalmazásában a modernizmus a magazinokból ered.³⁶ Nálunk is hasonló folyamatokkal találkozhatunk, ha például a *Nyugat* előfutárának tartott *A Hétre* gondolunk, amely típusát, felépítését tekintve képes hetilap.

Ha nem is tekinthető az irodalmi modernség zászlóshajójának a *Magyar Bazár* szépirodalmi melléklete, az nem tagadható, hogy azt Wohl Janka és Stefánia gondosan és az új tehetségekre odafigyelve szerkesztette. Az 1890-es években a *Magyar Bazár* szerzőválogatásában *A Hét* közelébe helyezhető el. Mindkét lapban publikáló munkatársak: Czóbel Minka, Endrődi Sándor, Gárdonyi Géza, Justh Zsigmond, Makai Emil, Malonyay Dezső, Pekár Gyula, Szalay Fruzina. Wohl Janka fennmaradt levelei tanúsága szerint Czóbel Minka és Justh Zsigmond mentoraként gondozta kézírataikat, illetve kiemelt megjelenést biztosított a számukra. Justhtól párizsi tudósításokat, indiai jegyzeteket, novellákat, regényrészleteket közölt. A lap magának tulajdonította Czóbel Minka felfedezését, és bemutatását az irodalmi közönségnek.³⁷ A klasszikusok esetében is előfordult, hogy a *Magyar Bazártól* vettek át művet más lapok, például Arany János *A lepke* című versét a *Pesti Napló* (1878. jan. 1.) és a Vasárnapi Újság (1878. jan. 6.), valamint a *Nem kell dér...* című versét a *Vasárnapi Újság* (1878. nov. 10.) hozta le a forrás megjelölésével. Ezek az adalékok azt jelzik, hogy a divatlapok, mint publikációs fórumok, tartalmazhatnak olyan értékes szövegeket, amelyek a korban csak ott láttak

33 *A lakásberendezés művészete*. Uo. 24.

34 *A magyar nők iparpártoló bizottsága*. Magyar Bazár XXXV(1900). május 16. 50.

35 Jennifer PHEGLEY: *Educating the Proper Woman Reader. Victorian Family Literary Magazines and the Cultural Health of the Nation*. The Ohio State University Press, Columbus, 2004.

36 Sean LATHAM: *The Mess and Muddle of Modernism. The Modernist Journals Project and Modern Periodical Studies* XXX(2011). 2. sz. 407.

37 Czóbel Minka első verse valóban itt jelent meg először nyomtatásban (egyébként Justh közreműködésével). *Új könyvek, füzetek és hangjegyek*. Magyar Bazár XXVI(1891). 10. sz. 78.

napvilágot rangos szerzőktől, valamint feltárássra és további tanulmányozásra érdemesek a modern irodalmi törekvésekhez való kapcsolódásaik.

Liesbet van Zoonen rámutatott, hogy a nők kezdetektől fogva aktívan részt vettek az újságírásban, közreműködésüket mégsem minősítették professzionális értelemben újságírásnak, mivel a hír állt a sajtókutatás figyelmének középpontjában.³⁸ A vizsgálódások és a szempontok körének kibővítésében nagy szerepet játszott a feminista folyóirat-kutatás, amely a női szerzőség, szerkesztőség, kiadás történetét, illetve a széles értelemben vett nyomtatásban, nyomtatott termékekben, azok termelésében és fogyasztásában való női részvételt veszi górcső alá.³⁹

A hazai sajtótörténetben Sipos Balázs szintén a híralapú sajtófogalomból kiindulva, a múlt századelőtől számítja a magyar női újságírást, amelyet a napilapokhoz és a hivatáshoz (szakmai szervezetek) köt.⁴⁰ Így viszont láthatatlanná válnak a magyar sajtó 19. századi női teljesítményei. Ha a szerkesztői pozíciókat nézzük, ritka kivételektől eltekintve a nők jellemzően divat-, női és családi lapokat vezettek: pl. Kánya Emília (*Családi Kör*, 1860–1880), Majthényi Flóra (*Virágcsokor*, 1862), Vachott Sándorné (*Anyák hetilapja – Szünórák*, 1861–1862; *Magyar Gazdasszonyok Hetilapja*, 1863–1865), Beniczky Irma (*Divatvilág*, 1867; *Magyar Háziasszony*, 1882–1883), Egloffstein Amália (*Nők Lapja*, 1871–1872), Pávics Ilona (*Divatcsarnok*, 1886–1888), Büttner Júlia (*Bars megyei Hírlap*, 1887), Faylné Hentaller Mariska (*Az évszak*, 1895–1899), Beksics Gusztávné (*Jókai Magyar Nők Lapja*, 1894–1896), Szabóné Nogáll Janka (*Divat Szalon*).

A Wohl nővérek az 1860-as évek elejétől tűntek fel különböző lapok szerzőiként, és 1870-től dolgoztak szerkesztőként (*Divat*, *A Nők Munkaköre*, *Magyar Bazár*). A *Magyar Bazárban* számos női kollégát foglalkoztattak. Hentaller Elma a Wohl nővérek régi, megbízható munkatársának számított, aki már a *Divat* és *A Nők Munkaköre* című lapokba is dolgozott, de Szabó Richárd szerkesztése alatt a *Magyar Bazár* kétheti tárcarovatát is vezette. A *Magyar Bazárban* a szerkesztőváltást követően továbbra is rovatvezető maradt, majd Stefánia halála után Janka mellé került főmunkatársként (segédszerkesztő), Janka halála után pedig a lap társszerkesztője lett Lónyay Sándornéval. Sebestyénne Stetina Ilona Wohl Jankát idézve, így jellemezte Hentaller Elmát: „Az én jobbkezem» - szokta volt mondani – »kire az utóbbi évek szenvedései között mind jobban-jobban rászorulok»”.⁴¹

Márai Sándor nagynénje, Hrabovszky Júlia a divatrészt szerkesztette, az 1900-as világkiállítás idején párizsi tudósítóként működött, továbbá visszaemlékezése szerint, szerkesztői üzeneteket, koncertkritikákat írt. Harmath Lujza büszkén nevezte magát Wohl Janka tanítványának, és halásan megköszönte támogatását: „Mindig büszkén fogok visszaemlékezni, hogy tanítványod lehettem...”.⁴² Kövér Ilma szintén Wohl Jankára mint mentorára tekintett.

38 LIESBET VAN ZOONEN: *One of the Girls? The Changing Gender of Journalism = News, Gender and Power*. Eds. C. CARTER–G. BRANSTON–S. ALLAN. Routledge, London–New York, 1998. 33–56.

39 TULSA STUDIES IN WOMEN'S LITERATURE XXX(2011). 2. sz. „Women and Anglo-American Periodicals” című különszáma.

40 SIPOS BALÁZS: „Időben élni”. *Hivatásos újságíró nők szerepei Magyarországon a XX. század első felében = Nők és férfiak..., avagy a nemek története*. Szerk. LÁCZAY MAGDOLNA. Nyíregyházi Főiskola Gazdaságtudományi Kar, Nyíregyháza, 351.

41 SEBESTYÉNNÉ STETINA: *Wohl Janka* 245.

42 HARMATH LUJZA: *Wohl Janka sírjánál*. Magyar Bazár XXXVI(1901). november 1. 1.

A *Magyar Bazár*ban először honorárium nélkül közölték írásait, majd, amikor Ilma édesanyja meghalt, rövid levelet kapott Wohl Jankától, amelyben 15–20 lapra kért beszélt a következő számhoz, és huszonöt forintot mellékelte a borítékba. Attól fogva lett fizetett munkatársa a lapnak.⁴³

A *Magyar Bazár* hasábjain a fentiekén kívül a női szerzők széles köre publikált, többek között Beniczky-Bajza Lenke, De Gerando Antónia, Tutsek Anna, Gyarmathy Zsigáné, Lux Terka. Ahogy Hentaller Elma Wohl Janka nekrológiájában is hangsúlyozta: „Kezdő író nők, kik sűrűn látogatták útbaigazítás céljából, jó tanácsért – nem győzik magasztalni jóságát, szíveségét, szeretetreméltóságát”.⁴⁴

THE *MAGYAR BAZÁR* AND THE NEW PERSPECTIVES OF THE 19TH CENTURY HUNGARIAN FASHION MAGAZINE RESEARCH

Keywords: *modernity, emancipation, journalism, fashion magazine, women's work.*

I examine in my study the fashion magazines of the second half of the 19th century compared with the modern social and cultural processes of the age. I show the previously valued as an isolated potential press genre company's possible join points, interactions, importance, new approach manners through the *Magyar Bazár* at the time of the Wohl sisters' editing (1873–1901).

In Hungary the endeavours concerning the reformation of the research about press began in the last decade. The lack of the basic researches in the field calls for an urgent widening of the investigations in topics related to the functioning of the publisher houses, of the presses, the relations between the market and the political and cultural life, to the press consumption, journalism or to the regional and international context. To this renewed view about press it is worthy to fit the re-evaluation the genre of the fashion magazines. The fashion magazines are connected with several other urban cultural institutions and shops, and – on a different level – are also related to the emancipation of the women, in the case of *Magyar Bazár* one might think about the women's jobs, education, sport and domestic industry. By their supplements, gifts, illustrations, columns and articles, the fashion magazines had a noteworthy effect on the visual and the design culture of the homes. The fashion magazines played an important role in the women's professional formation as writers or journalists, as well. The study of these journals point out the multiple and complex relations between the fashion magazines of the second half of the 19th century and the modern literature, art, lifestyle or commerce. The fashion magazines are not isolated journals, through them one can catch sight of the different networks of the modernity.

43 Kövér Ilma: *Utóhangok. Emlékezés Wohl Jankára*. Magyar Bazár XXXVI(1901). június 8. 9.

44 S. HENTALLER Elma: *Wohl Janka mint szerkesztő*. Magyar Bazár XXXVI(1901). 21. sz. 2.

REVISTA *MAGYAR BAZÁR* ȘI NOILE PERSPECTIVE ÎN CERCETĂRILE REFERITOARE LA REVISTELE DE MODĂ MAGHIARE DIN SECOLUL AL XIX-LEA

Cuvinte-cheie: *modernitate, emancipație, jurnalism, revistă de modă, muncă de femei.*

În studiu analizez revistele de modă din a doua jumătate a sec. al XIX-lea în comparație cu procesele sociale și culturale moderne. Este vorba de prezentarea prin revista *Magyar Bazár* (în special perioada când a fost redactată de surorile Wohl) a punctelor de contact, a efectelor reciproce, a importanței abordărilor noi ale acestui grup de periodice apreciate înainte ca și un gen publicistic izolat. În Ungaria se remarcă în ultimul deceniu o tendință de înnoire a cercetărilor media. Se constată totodată lipsa cercetărilor fundamentale, și se dorește lărgirea analizelor în direcția funcționării caselor de editură, a tipografiilor, a relațiilor dintre piață, viața politică, jurnalism și contextual regional și internațional. E timpul să adăugăm la această viziune nouă reevaluarea genului jurnalistic reprezentat prin revistele de modă. Se dorește studierea mai multor reviste în mod simultan, fiindcă acestea aparțin aceleiași întreprinderi media. Revistele de modă se află în relație permanentă cu un număr considerabil de instituții culturale și de desfacere. Revistele de modă sunt legate la niveluri diferite de emanciparea femeilor, în ceea ce privește cazul revistei *Magyar Bazár* putem vorbi de munca feminină, de învățământ, sport, industrie la domiciliu. Nu se poate nega efectul exercitat de revistele de modă asupra culturii vizuale și de design a locuințelor, acest fapt datorându-se anexelor, cadourilor, ilustrațiilor, rubricilor și articolelor acestor reviste. În formarea profesională de scriitor și jurnalist a femeilor, revistele de modă au jucat un rol important. În identificarea eventualelor puncte de legătură între diferitele reviste de modă suntem ajutați de punctele de vedere și rezultatele cercetărilor de gen și studiul periodicelor care atrag atenția asupra relațiilor complexe dintre revistele de modă din a doua jumătate a secolului al XIX-lea și literatura modernă, arta, forma de viață, comerțul. Revistele de modă nu sunt niște reviste izolate, din contră, prin acestea avem ocazia să observăm rețelele diferite ale modernității.