

RANSCHBURG VIKTOR

A KÖNYVKIADÁS MESTERSÉGE



BUDAPEST, 1922

A PANTHEON IRODALMI INTÉZET R.-T. KIADÁSA

GLOBUS NYOMDAI MŰINTÉZET, BUDAPEST.



zen vezérfonal megírásának tervét az az előadás érlelte meg bennem, melyet múlt évben a Magyar Könyvkiadók stb. Egyletének felhívására „A könyvkiadás kultúrája és technikája” címen tartottam. Ha tehát könyvemmel szakmámnak jó szolgálatot tehetek, ezért hálával tartozom azoknak, akik az emiuttal előadásra felkértek és ezzel felkeltették bennem azt a gondolatot, hogy a könyvkiadás mesterségével elméletileg is foglalkozzam.

Munkámban csakis a könyvkiadás szellemi és üzleti irányítását tárgyalom és nem térek ki részletesen a kiadó adminisztrációs, illetve üzemi tevékenységére, nem beszélek a raktározás, expedíció, számlázás és könyvelés különféle módszereiről, sem pedig a kiadványok készleteinek helyes leltározásáról, illetve értékeléséről. Mindezek a kérdések egy kiadói „üzemtan” keretében tartoznak és fontosságuknál fogva megérdemlik, hogy külön tanulmány tárgyai legyenek.

Tárgyalásom során mindenütt néhány szóval jelzem a fejlődés menetét, a kiadó feladatát pedig úgy igyekszem beállítani, ahogyan azt a *normális* gazdasági viszonyok megkövetelik, nagyjában figyelmen kívül hagyva a jelenlegi rendkívüli idők tüneteit és követeléseit.

Budapest, 1922 október havában.



hoz, hogy valamely szellemi termék, valamely irodalmi alkotás testet ölthessen, hogy mint tömegek számára hozzáférhető „könyv” jelentkezhessek, szükség van valakire, aki ezt a folyamatot megindítja, irányítja, technikai végrehajtásáról gondoskodik és aki mindazokat az anyagi eszközöket is rendelkezésre bocsátja, melyeket ez a folyamat megkövetel.

Az irodalmi alkotásnak, illetve szellemi terméknek ez a megtestesítője, megformálója és üzleti vállalkozója: a könyvkiadó.

Ezt a működését a könyvkiadó hivatásként fejti ki, még pedig a nyilvánosság előtt, amennyiben nevét, illetve cégét a könyv címlapján kinyomatja, jelezve ezzel, hogy valamint a hatóságok, úgy a közönség színe előtt is felelősséget vállal azért a termékért, melyet a szerző, illetve a szerzők szellemi munkájából könyvvé alakított.

A szerző szellemi termékét egy példányban mint kéziratot bocsátja a kiadó rendelkezésére, és a kiadó működése rendszerint akkor kezdődik, amikor ezt a kéziratot a szerzőtől sokszorosítás és forgalombahozatal céljából megveszi. De éppen nem ritka dolog, hogy a kiadó már a kézirat elkészülése előtt lép fel mint a leendő szellemi termék vállalkozója, és sokszor a szerző alkotó munkája meg sem indulna a kiadó kezdeményezése, illetve vállalkozási készsége nélkül.

A szerző, amikor kéziratán az utolsó tollvonást elvégezte, bizonyos értelemben elbúcsúzik ezen mim-

kajától, hogy szellemi erejét más, újabb munkának szentelje. Amit a kiadónak átadott, annak gondját elveti magától, mert a megtestesült szellemi terméknek, a könyvnek előállítását már a kiadó végzi saját hatáskörében, és a kinyomatott készletekkel már nem a szerző, hanem a könyv kiadója rendelkezik.

A testet öltött élő irodalom, a könyvpiacra fluktuáló könyvtömeg, mint a kiadók gyártmánya kerül forgalomba, és a közönség bizonyos rétegei többkevesebb fontosságot tulajdonítanak annak, hogy mely gyár készítményeit, melyik kiadó kiadványait vásárolják. Némely kiadó neve kiadványainak jellege, színvonala és külső alakja folytán fogalommá válik — jó vagy rossz értelemben — és a szerző érvényesülése, népszerűsége és olvasottsága szempontjából sem közömbös, hogy munkái melyik kiadó cége alatt kelnek útra.

A kiadóság a maga összességében tehát nem jelentéktelen tényezője a szellemi életnek, működése — az író és a közönség között állva — mindkettőre kihat; saját érdekeit pedig azzal szolgálja legjobban, ha mindkét tényezőnek, az írónak éppúgy, mint a közönségnek, minél tökéletesebben hasznára van. Az írónak azzal, hogy érvényre juttatja, közönséget szerez neki és ez úton anyagi boldogulást is; a közönségnek pedig olyképen, hogy minél jobb könyveket ad a kezébe és ezeket a lehető legjobb kiállításban, a lehető legolcsóbb ár mellett teszi számára hozzáférhetőkké.



I.

A SZERKŐ ÉS KIADÓ VISZONYA

FEJLŐDÉS — SZERZŐI ÉS KIADÓI JOG — NEMZETKÖZI JOG-
VÉDELEM — A. KIADÓI SZERZŐDÉS LÉNYEGES KELLÉKEI



szerző és a kiadó egymásra találás» olyképp szokott megtörténni, hogy vagy a szerző ajánlja fel munkáját a kiadónak, vagy a kiadó keresi meg a szerzőt, hogy egész tevékenységét számára lekösse, vagy valamely munkájának közreadását reá bizza.

Régebbi időben rendszerint a szerző volt kénytelen a kiadó után járni és mártíriummal határos, hosszadalmas, kínos munka és gond volt számára, hogy kiadót találjon. Elég gyakran arra kényszerült, hogy a nyomtatás teljes költségét maga fizesse és a pénz előteremtése végett kénytelen volt munkájához főúri mecénást szerezni, akinek viszonzásul a könyvet hódoló dicséretök közt ajánlani szokta. Ha így nem jutott célhoz, akkor *előfizetőket* kellett gyűjtenie, még pedig sokat, néhány százat, hogy ezen az utón biztosítsa a költségek megtérítését. Elképzelhetjük, hogy a régi idők közlekedési viszonyai közt ez mennyi munkával járt és mennyi időbe került.

Nálunk csak a XIX. század negyvenes éveiben enyhültek az írók nehézségei könyveik elhelyezése körül és ebben az időben kezd a kiadók vállalkozási kedve kifejlődni.

A közlekedési viszonyok fejlődése, a gazdasági élet felpezsdülése és a pesti és vidéki könyvkereskedések megszorodása a múlt század közepén mind-

jobban megadta a módot arra, hogy a könyvkiadás — részben a nyomdaiparral, részben könyvkereskedéssel társulva — rendszeres üzletággá fejlődjék ki.

Így virradt ránk is az az idő, amelyben már nemcsak a szerző járt a kiadó után, hanem a kiadók is igyekeztek minél több jó könyvet üzletkörükbe vonni, éi a magyar író már kevésbbé volt kénytelen szellemi termékeinek elhelyezésével kínlódni.

Az abszolutizmus megszűnése után élénk kiadói működés indul meg és a hetvenes években kiadóink már megkezdik a *gyűjteményes vállalatok* közreadását is, amelyek Íróinknak bő alkalmat adtak irodalmi műveik elhelyezésére. Ezeknek a sorozatos kiadványoknak mindjobban élénkülő kelendősege újabb ilyen vállalkozások létesítését eredményezte, úgy hogy a magyar könyvtermelés ebben az irányban a nagyobb nemzetek mennyiségéhez és minőségéhez közeledik. A hetvenes években megindul az *Olcsó Könyvtár*, ezt a nyolcvanas években követi az *Egyetemes Regénytár*, melynek kötetei mindössze csak öt krajcárral drágábbak a hasonló kivitelű Engelhorn-féle német gyűjteménynél. A kilencvenes években megindul a *Magyar Könyvtár*, mely a német Reklám-féle Universal-Bibliothek nyomdokán halad. Később tudományos művek sorozatai, köztük a *Műveltség Könyvtára*, természettudományi és szociológiai sorozatok adnak alkalmat tudósainknak, hogy szakmájukban a közönség széles rétegei számára összefoglaló munkákat teremtsenek.

Ezek a sorozatos kiadványok valóságos gyűjtőmedencék, melyekbe összefolyik és melyekből azután kiárad az irodalom minden mezejét megtermékenyítő könyvanyag. A kiadók üzemei mindinkább megizmosodnak, vállalkozási készségük emelkedik és így mindjobban rá vannak utalva az írókra és mind nagyobb mértékben a kiadó jár az író után. Az irodalmi munkát kezdi tisztességesen honorálni és a magyar könyvkiadás az új század mesgyéjén egyrészt műkö-

désének gazdagságával, másrészt üzleti szervezetségével a nagy nemzetek színvonalára emelkedik.

A szerző és kiadó közötti viszony ezen egészséges fejlődésével összeesik a *szerzői jognak* a múlt század vége felé történt törvénybe iktatása.

Két különböző törvény szabályozza ezt a viszonyt; az egyik a *szerzői jogi*, a másik a *kiadói törvény*. A szerzői jog annak az elvnek a törvénybe iktatása, hogy a szerzőnek *kizárólagos joga* van szellemi termékének sokszorosítására, bárki más tehát csak az ő engedélyével sokszorosíthatja munkáját. A kiadói törvény viszont azokra a helyzetekre vonatkozik, amelyek akkor állanak elő, amikor a szerző és a kiadó között valamely szellemi termék közrebocsátására nézve megállapodás jött létre. A kiadói jog nálunk nincs, önálló törvényben szabályozva, hanem Kereskedelmi Törvényünk egyik fejezete. Ez a törvény csak diszpozitív, vagyis a szerződő felek ezen törvény bármely intézkedését megállapodás útján megmásíthatják és a törvény csakis akkor és annyiban nyer alkalmazást» amikor és amennyiben szerződés nem intézkedik.

Szinte meglepő, hogy a szerzőnek ez a természetes joga, mely szerint szellemi termékét senki más az ő beleegyezése nélkül nem értékesítheti, hosszú időig ismeretlen volt. Már az ókorban, különösen a rómaiaknál, eléggé fejlett kiadói üzlet volt, de a szerzőnek munkájára vonatkozó kizárólagos értékesítési jogát nem ismerték.

Az első adat, mely a szerző jogának elismeréséről szól, egy 1623-ból való angolországi rendelet; tisztán és világosan pedig először Franciaországban, a forradalom korában, az általános szabadságjogokkal egyidőben, 1793-ban jut kifejezésre a szerző kizárólagos joga szellemi termékeinek értékesítéséhez. Ugyanebben az évben már Ferenc császár és király is ad ki Ausztriában és nálunk rendeletet, mely világosan megmondja, hogy a szerző beleegyezése nélkül munkáját utánnyomatni nem szabad.

A XIX. század közepe felé beállott gazdasági és kulturális fellendülés és ennek az irodalomra nézve örvendetes kihatása nálunk már a negyvenes években felkeltette egy szerzői jogi törvény megalkotásának vágyát, és egy országgyűlési bizottság Szemere Bertalan vezetése alatt ki is dolgozott egy törvényjavaslatot, melyet jóváhagyás végett Bécsbe a kancelláriához küldtek, ahonnan azonban különböző kifogásokkal visszaküldték.

Sok előzetes tanácskozás és a különböző érdekek alapos megvitatása után 1884-ben jött létre az első magyar szerzői jogi törvény, mely védelmet nyújtott a szerzőnek annyiban, hogy teljesen kizárta munkájának beleegyezése nélkül való sokszorosítását, közreadását és forgalomba hozatalát, szabályozta az antológiákban és általában a gyűjteményes munkákban való közlés módozatait, a szónoki beszédek közlését; de emellett túlságosan szűkre szabta azt a védelmet, melyet a szerzőnek munkája *lefordításával* szemben nyújtott. A mű megjelenési évét követő egy év letelte után ugyanis bárkinek meg volt engedve, hogy a művet idegen nyelvekre lefordítsa, hacsak ezen rövid védelmi időn belül jogosított fordítás megkezdése nem jelentetett be. A törvényhozást ebben a meglepően szűkkeblű intézkedésben kétféle megfontolás vezette. Egyfelől a magyar irodalom és nemzetiségeink közt bizonyos szellemi kölcsönösségi folyamat megindulását várta a fordítások eszközlésének könnyítésétől, másfelől pedig fontos kulturális érdeknek hitte a műveltebb külföld irodalmának fordítások nyomán való bővebb beözönlését. Első intencióját, hogy nemzetiségeink a magyar irodalom termékeit minél nagyobb mennyiségben nehézség nélkül lefordíthassák — és viszont —, egyáltalán nem érte el szerzői jogi törvényünk ezen intézkedése; az idegen fordítások majdnem szabad beözönlése pedig ártalmas hatással volt saját irodalmunkra, mert a fordítások túlságos mértékben kerültek forgalomba és ez egyrészt minőségük

rovására esett, másrészt saját íróinkat károsította, mert ha a közönségnek nem kínálnának annyi fordítást, akkor bizonyára több eredeti könyvet vásárolna.

De íróink annyiban is károsultak a fordítások túlságosan gyenge védelme folytán, hogy saját munkáik fordítási jogát a külföldön nem tudták értékesíteni.

Külföldön gyorsabb volt a szerzői jog fejlődése, és a fordítások hathatósabb védelme céljából már 1886-ban létrejött a *berni egyezmény* néven ismeretes szerzőjogi unió, mely már alakulásakor tíz nagy államot: Angliát, Franciaországot, Németországot, Olaszországot, Spanyolországot stb. foglalt magába és — az illető országok törvényhozásai által szentesített — hatékony intézkedéseket tartalmazott a szerzői jognak, különösen a fordítás jogának kölcsönösségen alapuló védelme tekintetében. Ez a védelem eleinte a megjelenésétől számított 10 évre szólt, de később odafejlődött, hogy a fordítás jogát az eredeti mű kiadási jogával egyenlővé tette és ugyanolyan tartamú védelemben részesítette.

Mindamellet, hogy a szerzői jog a szellemi termékek közreadását, mint természetes jogon alapuló kizárólagosságot ismeri el, minden országban, akár csak a szabadalmak, bizonyos lejáratú időhöz van kötve, amelynek eltelte után az illető szellemi termék közkinccsé válik. Ezek a lejáratú idők az egyes országokban nem egyformák, így Magyarországon a szerző halála után 50 év az a védelmi idő, melyen belül a szerző, illetve jogutódai a kizárólagosságot gyakorolhatják; Németországban, Ausztriában és Svájcban 30, Spanyolországban 80 év; az angol törvényhozás a védelmi időt kétfelé osztja, és pedig 25 éven át kizárólag a szerző értékesítheti munkáját, a 25 év eltelte után pedig a könyvet bárki kiadhatja, de további 25 éven keresztül a szerzőnek, illetve jogutódainak a bolti ár 10%-át tartozik tiszteletdíj gyanánt fizetni. Olaszországban a munka a szerző haláláig,

illetve megjelenésétől számítva 40 évig részesül teljes védelemben, ezen idő elteltével azonban mindenki kiadhatja, de további 40 évig köteles a szerző jogutódainak a bolti ár 5%-át tiszteletdíj gyanánt megfizetni.

A védelmi idő tartama tekintetében Franciaország a háború után érdekes törvényt alkotott, amely az összes még le nem járt szerzői jogokat tíz évvel meghosszabbította. Ebben a rendelkezésben abból indult ki a francia törvényhozás, hogy a háború a szerzői jogok kihasználása tekintetében súlyos károkat okozott, amennyiben a könyvek előállítását és terjesztését nagyon megnehezítette. A mi törvényhozásunk ezt az elvet szintén magáévá tette, amennyiben az 1921 december 29-iki új szerzői jogi törvény 88. §-ában kimondja, hogy amennyiben a szerző 1921 december 31-e előtt halt meg és művének védelmi ideje még nem járt le, ez a védelmi idő nyolc évvel meghosszabbítatik.

A szerzői jog fejlődésének ilyen részletes tárgyalását fontosnak tartottam, mert kívánatos, hogy a kiadó működésében úgy erre, valamint a kiadói jogra is állandóan legnagyobb figyelemmel legyen és ezen téren mindennemű kisiklástól óvakodjék. A szerzői jogi perek ritkák ugyan, de a peresztes kiadóra többnyire nagyon kellemetlenek is. A szerzői jog megsértése ugyanis nemcsak magánjogi sérelem, nem is csak kihágás, hanem *vétségszámba* megy és bár az ilyen perek magánjogi bíróságok előtt folynak, mégis büntetőjogi jellegűek. Az elítélés tehát a kiadó erkölcsi presztízsének komoly megtépázását jelenti, a kiszabott bírság behajthatlanság esetén szabadságvesztésre változik és mindezek mellett a peresztes anyagi tekintetben is súlyos következményekkel jár, amennyiben a jogbitorlás alapján készült összes példányok, nemkülönbén a példányok előállítására szolgáló eszközök (szedés, klisé, litográfia stb.) elkobzásnak vannak alávetve. Ez pedig annál nagyobb kárt jelenthet,

mert az elkobzás nemcsak a kiadó raktárán lévő készletekre szorítkozik, hanem az eladott példányokra is kiterjed, vagyis ez a költséges elkobzási procedura egy ítélet alapján több száz helyen lefolytatható a pervesztes fél rovására.

Kormányunk az 1913-ban Budapesten tartott Nemzetközi Kiadói Kongresszuson hivatalosan bejelentette, hogy kész a szerzői jog nemzetközi védelmére alkotott berni egyezményhez csatlakozni, sőt még a háború folyamán is meg volt a szándék, hogy a berni egyezményhez csatlakozzunk és törvényhozásunkat különösen a fordítások, valamint a zenei és színházi előadások terén ezen egyezmény szellemében módosítsuk, hogy szerzőink ilykép legalább a semleges országokban a berni egyezmény által biztosított nagyobb védelemhez jussanak. Amikor tehát a trianoni békeszerződés a berni egyezményhez való csatlakozást kötelességünké tette, ezzel csak nyílt ajtókat döntött, mert minden kényszer nélkül, saját érdekünkben is készek voltunk a csatlakozásra, és mert úgy az írói és művészi körök, mint a kiadók is várva várták már a csatlakozás végrehajtását. Ezzel egyidejűleg törvényhozásunk 1921. december 29-én új szerzői jogi törvényt alkotott, mely a berni egyezmény szellemének mindenben megfelel.

Amikor a kiadó, az összes jogviszonyokat kellően tekintetbe véve, a szerzővel valamely munkájának kiadására nézve megállapodásra lép, utólagos nehézségek elkerülése céljából a következőkre kell figyelnie:

1. Pontosán meg kell állapítani a kiadandó mii- nek nemcsak címét, hanem *rendeltetését* és *jellegét* is. Nem elég tehát azt mondani, hogy pl. a szerző világ történetet ad át kiadásra, hanem világosan meg legyeo mondvá, vájjon ez a világtörténet a nagyközönségnek szól-e, vagy egyetemi hallgatók kézikönyvének van-e

szánva, vagy pedig valamely iskolafaj tankönyve legyen-e. Ha a nagyközönségnek van szánva, azt is ajánlatos megmondani, hogy a *közönség* mely rétegeit tartja a szerző szem előtt.

2. Pontosán körülírandó, hogy a szerződés mire terjed ki; meg kell tehát mondani, hogy egy, több, vagy minden kiadásra szól-e és hogy új kiadás esetén milyen lesz a jogviszony a szerző és a kiadó közt. Tudományos könyvek új kiadása esetén gondoskodni kell arról, hogy a szerző köteles legyen a könyvet minden új kiadás számára a tudomány haladása szempontjából átdolgozni. A szerző kötelességévé kell tenni, hogy a szükséges nyomdai korrektúrákat és revíziókat el kell végeznie, még pedig felesleges késedelem nélkül, és ki kell kötni, hogy a szedés után már nem kívánhat olyan szövegbeli változtatásokat, melyek a rendes mennyiséget túllépik, amennyiben pedig ilyeneket mégis eszközöl, ezek költségét neki kell viselnie. Ajánlatos, különösen regényeknél, arra is gondolni, hogy mozgókép-előadásokra szóló átdolgozással a szerző szabadon rendelkezik-e, vagy megöszjtja-e ezen jogát a kiadóval. Szépirodalmi munkáknál érdemes azt is tekintetbe venni, hogy bizonyos átdolgozások esetén (regényről színdarabra, illetve megfordítva, vagy ifjúsági iratra) milyen legyen a jogviszony szerző és kiadó között. Kartársaimat itt kiadói törvényünk egy különös rendelkezésére akarom figyelmeztetni, amelyet ajánlatos szerződések megkötése alkalmával mindig szem előtt tartani. Kiadói törvényünk ugyanis úgy rendelkezik, hogy ha valamely mű kiadása a kiadóra *véglegesen* átruházott, akkor ez *bármely kiadás fogytával köteles azonnal új kiadás közrebocsátásáról gondoskodni*. Egészen természetes, hogy ez a rendelkezés a kiadót sokszor keletlen, szinte lehetetlen helyzetek elé állítja, ami bizonyára nem volt a törvény szándéka, mert a törvény nem azt akarta, hogy valamely elavult tankönyvet vagy feleslegessé vált irodalmi terméket újból

közre kelljen adni, amikor az elfogyott. Ennek az intézkedésnek illetően káros kihatását azzal lehet megelőzni, ha a szerződésbe bevesszük, hogy amennyiben a kiadó valamely kiadás fogytával új kiadást közrebocsátani nem kíván, a kiadás joga a szerzőre száll vissza. A megszerzett kiadói jog terjedelméhez tartozik az a kérdés is, vajjon a szerző a *fordítás* jogát egészben vagy részben a kiadóra ruházza-e. Ha a szerződés erre nézve nem intézkedik, kiadói törvényünk értelmében a fordítás joga a szerzőé.

3. Meg kell pontosan jelölni a szerződésben a *példányszámot*, melynek előállítására a kiadó jogot nyer. Ezt az intézkedést elsősorban a szerző érdeke kívánja, mert kiadói törvényünk úgy intézkedik, hogy amennyiben a példányszámra vonatkozólag megállapodás nem történt, a kiadó azt szabadon állapítja meg. Kösse ki a kiadó, hogy a tiszteletdíj alá eső példányokon felül joga van bizonyos mennyiséget, mint többletet nyomtatni, amely után tiszteletdíjat nem tartozik fizetni. Ezek azok a példányok, melyeket a kiadó szerzői tiszteletpéldányok, bírálati példányok gyanánt ellenérték nélkül kénytelen kiszolgáltatni. Rendes körülmények között 5—10% megfelel ennek a szükségletnek, de vannak esetek, például tankönyveknél, melyeket az összes szaktanárokhoz el kell küldeni megismerés céljából, amikor a nyomtatott példányszám húsz százalékát is kénytelen a kiadó ingyen szétküldeni. Utólagos súrlódások elkerülése érdekében ajánlatos kimondani, hogy ezen többletnyomás nem esik elszámolás alá.

4. Nagyon fontos és nem minden bonyodalmaktól mentes kérdés a könyv *terjedelmének* előzetes megállapítása. A szerzőnek ritkán van meg az az áttekintése, hogy könyvének terjedelmét képes volna előre kiszámítani és hogy az előre megállapított terjedelmet képes volna megtartani. Előfordul, hogy kéziratok kétszeresére dagadnak annak a terjedelmének, mely a szerződés létesítésekor a szerző és a ki-

adó szeme előtt lebegett. A kiadói törvény ily esetre olyképp intézkedik, hogy a tiszteletdíj csakis a szerződésben megállapított terjedelem után fizetendő, a szerző azonban köteles befejezett, teljes munkát szálítani. Ez a törvényes rendelkezés azonban távolról sem oldja meg azokat a bonyodalmakat, melyek a terjedelem túllépése esetén előállnak, mert a mű nagy része többnyire már ki van szedve, amikor a terjedelem túllépése kiderül, és ilyenkor a kiadó rendszerint kénytelen meggyőződése és érdeke ellenére is a nagyobb terjedelemben belenyugodni.

5. A szerződésben fontos a könyv *külső kiállításának*, alakjának, betűfajának meghatározása is. Amennyiben illusztrációkat tervez a kiadó, mondasék meg világosan, Vájjon a szerző, vagy a kiadó fogja-e az eredeti képeket előteremteni. Írassék körül a reprodukciók minősége és mennyisége. A közlendő képek tekintetében ajánlatos, hogy a végső döntést a kiadó önmagának tartsa fenn, mert a képek és klisék beszerzése körül gyakran előre nem látható nehézségek merülnek fel.

6. A következő kikötés a kézirat átadásának *határidejére* vonatkozik. Ez a kikötés a tárgyalások során nem szokott nehézségeket okozni. A kézirat átadásának határidejére kötelező ígéretet kapni könnyű dolog, de többnyire annál nehezebb magát a kéziratot megkapni. Aki erre nézve bővebbet akar megtudni, olvassa el Révay Mór János kartársunknak „Írók. Könyvek, Kiadók” című kiváló könyvét, amelyben a könyv írója keseregve panaszolja, hogy gyakran milyen kálváriát kellett járnia, míg az esedékes kéziratokat megkapta. A kiadó sokszor jut abba a helyzetbe, különösen sorozatos vállalatoknál, hogy kiadványát pontos terminusra kell megjelentetnie, és ilyen esetben, amikor a könyv szállítására kötelezettségei vállalt, nagy anyagi érdek fűződik a kéziratok pontos szállításához. De a kiadó minden óvatossága és minden sürgetése mellett is elég gyakran előfordul, hogy

a megjelenést nem tudja abban a sorrendben és arra az időre lebonyolítani, amelyre azt elvállalta. Ha azt kérdeznék tőlem, hogy tudok-e módot és lehetőséget arra, hogy a kiadó legalább némileg biztosra menjen a kézirat pontos kézhezvételére nézve, csak azt az egy tanácsot adhatom, hogy a szerző minél nagyobb mértékben legyen érdekelve a kézirat átadásában. Minél nagyobb a szerző érdekeltsége, vagyis világosan szólva, minél nagyobb összeget várhat a kézirat átadásakor, annál valószínűbb, hogy pontosan fogja azt szállítani; viszont, ha csekély tiszteletdíjról van szó, vagy ha azt már előlegképen megkapta, akkor mindig lesznek esetek, amelyben nem bírja azt az energiát magából kiváltani, amelyre a vállalt szellemi munka elvégzéséhez szüksége van. Nem szabad tekinteten kívül hagynunk, hogy a szellemi tevékenység nem hasonlítható össze semminemű más munka kifejtésével vagy más szállítási kötelezettséggel, és hogy ehhez, még ha nem is önálló termelésről, hanem csak fordításról van is szó, mindig különleges diszpozícióra van szükség, mely nélkül a munka egyáltalán nem megy előre, és sehogyan el nem végezhető. De azt is ajánlom, hogy a kiadó legyen előzékeny a szállítási határidő megállapításában és késedelem esetén, ha csak nem járul rá komoly kár, ne zaklassa a szerzőt.

7. A szerző és kiadó közötti viszony során nagyon fontos szerepe van a *szerzői tiszteletdíjnak*. Erre nézve a kiadónak a szerzővel világosan meg kell állapodnia. Elképzelhető ugyan, hogy nem esik szó tiszteletdíjról, sőt kiadói törvényünk ilyen esetekre nézve intézkedik is, amennyiben, ha a tiszteletdíj csak „hallgatólag” kikötöttnek tekintetik, az összeg megállapítását a bíróságra bizza. De legjobb, ha a kiadó, mint komoly üzletember, nem éri be tökéletlen vagy homályos megállapodásokkal.

A tiszteletdíj kérdése olyan fontos és kulturális vonatkozásaiban annyira jelentős, hogy érdemes fejlődéséről is néhány szót szólni.

Azt kell hinnünk, hogy az ókorban nem ismerlek a szerző honorálását. A kiadónak az a cselekedete, hogy valamely szellemi terméket sokszorosítás útján közreadott, a szerző jogkörén kívül álló vállalkozás volt, melyhez a szerző hozzájárulását kérni nem kellett. Erre utal Horatiusnak híres mondása, hogy az igazi jó könyv, mely a hasznosat a kellemessel köti össze (*qui miscuit utile dulci*), dicsőséget hoz a szerzőnek és hasznot a kiadónak. A kiadói üzlet virágzó üzletág volt abban az időben, olyannyira, hogy egyes kiadványokból 1000 példányra rugó mennyiséget is sokszorosítottak, még pedig olyképen, hogy rabszolgáknak egy értelmesebb ember diktálta a szöveget.

A középkor könyvparának részben rendkívül becses maradványai a szerzetesek által másolt kéziratokban maradtak ránk, akik minden üzleti mellékcél nélkül foglalkoztak ezzel a kulturális munkával. Arra nézve nincs adatunk, hogy ebben a korszakban az írók tiszteletdíjhoz jutottak volna.

A könyvnyomtatás feltalálásához közel eső időből csak egy adat maradt ránk írói tiszteletdíjat illetőleg, amennyiben tudjuk, hogy Thomas Murner, német író „Gauchmatt” című könyvéért a nyomdásztól 4 forint tiszteletdíjat kapott, ami nem is volt csekély összeg, ha meggondoljuk, hogy abban az időben egy egyetemi tanulónak egész évi fentartása mindössze csak 9 forintba került.

A magyar írók tiszteletdíjára vonatkozólag is van néhány érdekes adatunk. Így tudjuk, hogy Dugonics „Etelka” című regényéért 100 forint tiszteletdíjat kapott. Vörösmarty Mihály élete utolsó éveiben évi 1000 forintra becsülte irodalmi jövedelmét. Petőfi Sándor, verseinek összes kiadásáért Emich Gusztávtól 1847-ben 1000 forintot kapott. A közönség olvasó- és könyvvásárló-kedvének feléledése a múlt század második felében természetesen gyökeresen megváltoztatta a helyzetet. Éppúgy könyveinek elterjedtsége, mint a tiszteletdíjak tekintetében Jókai Mór

volt ezen korszak vezető írója. Révay Mór imént említett könyve szerint Jókai maga mondta, hogy az 1846—1873-ig terjedő 27 év alatt összes bevétele szellemi munkája után 246.000 forint volt, ami kb. 9000 forint évi átlagnak felel meg: élete vége felé pedig, ugyancsak Révay Mór adatai szerint, kb. 60.000 koronát tett ki Jókainak évenkénti jövedelme. Mikszáth Kálmán munkáinak első kiadásáért ívenként 40 forint tiszteletdíjban részesült, de abban az ajánlatban, amelyet a Révai Testvérek-cég a múlt század végén neki tett, már 3 30—160 forintot ajánlottak fel ívenként.

Hogy a külföldi irodalom tiszteletdíjak dolgában nagyszerű és imponáló összegeket is felmutat, az tudvalevő dolog. A múlt évben például egy kopenhágai könyvkiadóvállalat regénypályázat pályadíja gyanánt 50.000 dán koronát tűzött ki, a pályadíjon felül a pályanyertes szerzőnek további 20.000 dán korona minimális tiszteletdíjat biztosított. Ezen összegek jelentőségét csak növelheti, ha meggondoljuk, hogy a dán irodalom (a norvégeket beleszámítva) alig hat milliónyi lélek számára hozzáférhető. Legújabban Lloyd George angol miniszterelnök Emlékiratainak kiadójától 90.000 font tiszteletdíjat kapott: II. Vilmos volt német császár pedig állítólag több mint egymillió dollár tiszteletdíjban részesül Emlékiratai fejében.

A tiszteletdíj nagysága jelentékeny hatással van az író szellemi függetlenségére, életberendezésére és így irodalmi termelésének minőségére és mennyiségére egyaránt. A tiszteletdíjak nagysága természetes összefüggésben van a nemzetek lakosságának számával, gazdagságával és kultúrájával. A tiszteletdíjakat volta-képen nem a kiadó fizeti, hanem az olvasóközönség, mert hiszen a kiadó azt a könyv árába belekalkulálja és azoknak a nemzeteknek írói, akiknél a lakosság száma összeesik a nagy anyagi jóléttel és kultúrával, természetesen nagyobb anyagi függetlenséget érhetnek el, mint a kis és elmaradt nemzetek szerzői. Bol-

dog az az ország, amelynek irodalma nem nyögi az anyagi függésnek súlyos átkát és amely minél több írónak képes minél nagyobb jólétet biztosítani.

Az utóbbi évtizedekben nálunk, lakosságunk számarányához viszonyítva, eléggé rendes viszonyok uralkodnak és az írói foglalkozás a hivatottak számára már közepesen jövedelmező életpályának is tekinthető.

A tiszteletdíjak kiszámítása különböző alapon történik. Vannak esetek, amikor a tiszteletdíjat valamely könyv után egy összegben állapítják meg, és pedig vagy kiadásonként, vagy pedig egyszer mindenkorra. Igen gyakori a megállapodásnak az a módja, amelynél a tiszteletdíj ívenként és ezer példányonként számítódik (1 ív = 16 oktáv oldal). Az is előfordul, hogy az első kiadásnál fizetett tiszteletdíj későbbi kiadásoknál felére csökken, aminek annyiban van némi indokoltsága, hogy újabb kiadások esetében a szerző munkája már csakis a korrektúrára szorítkozik, viszont a kiadó kockázata ez esetben jelentékenyebb, mert számításba kell venni, hogy az első kiadás eladásával a közönség szükséglete erre a miire vonatkozólag részben fedezve van. Külföldön leginkább az a rendszer van bevezetve, mely szerint a szerző a könyv eladási árának bizonyos százalékát kapja tiszteletdíj gyanánt. Olvasottabb írók az egész kinyomott példányszám után előre kapják ezt a tiszteletdíjat, de többnyire elszámolás alá szokott ez esni és évről évre a tényleg eladott példánymennyiség után fizetik. Angliában és Amerikában nem ritka a sorok vagy szavak után számított tiszteletdíj; így például Kipling munkáinak első kiadásáért szavanként egy shilling tiszteletdíjat kapott. Előfordul olyan eset is, amikor a kiadó a szerzőnek évenként fizeti a tiszteletdíjat, ez azonban nem ajánlatos, mert könnyen vezethet az egyik fél megkárosítására.

8. Olyan esetben, amikor a könyv tárgya vagy rendeltetése lehetővé teszi, hogy többféle, egymással

versenyző, azonos tárgyú munka kerüljön forgalomba, például tankönyveknél, törvénytárgyatoknál, közszükségleti könyveknél stb. ajánlatos a szerződésben a *versenytilalmat* kikötni, vagyis a szerzőt megkötni arra nézve, hogy a szerződés fennállásának ideje alatt olyan könyvet sem nem ír, sem olyan könyv írásában részt nem vesz, mely a szerződés tárgyát képező munkának versenyt okozhat.

9. Ajánlatos, hogy a kiadó a szerződésileg megszerzett *jogok átruházását* is fentartsa magának, mert kiadói üzletek eladása, vagy egyes kiadványoknak más kiadóra való átruházása nem ritka dolog” és kényelmetlen lenne, ha a szerző utólag ilyen esetekben nehézségeket támasztana

Ezek az útmutatások távolról sem merítik ki azokat a lehetőségeket, melyeket a valódi élet felszínre hoz. A kiadói szakmában nem lehet sablonok után indulni s a kiadónak, ha hivatását helyesen akarja betölteni, a legnagyobb rugékonysággal alkalmazkodnia kell a szerzők és a közönség változó és fejlődő igényeihez. Alig van két teljesen egyforma kiadói szerződés és még oly esetekben is, ha a kiadó a szerzők számára kész nyomtatványokat alkalmaz, majdnem minden esetben kénytelen azokon igazítani és változtatni.

A kiadói szerződésnek itt ismertetett anyaga és tartalma oly esetekre vonatkozik, amikor valamely kész, vagy megírandó könyv kiadására állapodik meg a kiadó a szerzővel. Ezen úgynevezett „tisza” kiadói szerződéseken kívül, vannak másféle megállapodások is, amelyekben a szerződést a helyzetnek megfelelően kell felépíteni. Vannak esetek, amikor a könyv a kiadó költségére készül és a bevételekből első sorban a befektetések vonandók le, a fennmaradó bevétel pedig mint a kiadvány nyeresége bizonyos kulcs szerint megoszlik a szerző és kiadó közt. Néha a szerző az előállítási költséget saját maga fizeti és az eladásból eredő be-

vételek részben ezen befektetés megtérítésére, részben pedig a kiadó költségeinek fedezésére fordítatnak. Ezek az u. n. „bizományba” adott könyvek, melyeknél a kiadó helyesen jár el, amikor saját költségeit előre kívánja a szerző részéről megtéríttetni és amikor pontosan körülírja azokat a kötelességeket, melyeket a bizományi kezelés átvételével magára vesz. A rendestől eltérő eset az is, amikor a szerző valamely megbízást vállal a kiadótól gyűjteményes mű (pl. Lexikon) szerkesztésére vagy ilyenben való közreműködésre. A megbízások közé tartoznak a *fordítások is*.

Olyan országokban, melyek már régebbi idő óta védelemben részesítik a külföldi írókat műveik fordítása tekintetében, és amelyek nyelve nem annyira izolált, mint a miénk, már régebben meggyökeresedett az a szokás, hogy a kiadó a nála megjelenő művek fordítási jogának értékesítésével is foglalkozik, még pedig rendszerint azon az alapon, hogy a fordítási jog átengedéseért elért összeget a mű szerzője és kiadója közt egyenlő részekben megosztják. De ne higyük, hogy ezen a téren elegendő és rendszeres munka folyik, és hogy a kiadók csak megközelítőleg is megtesznek mindent kiadványaik fordításainak elhelyezése érdekében. Sokan abban a téves hitben vannak ugyanis, hogy a fordítás megjelenése az illető országban árt az eredeti kiadás kelendőségének. Ez azonban nem felel meg a valóságnak. Éppen azzal, hogy valamely francia, német vagy angol regény például magyarul megjelenik, a könyv írója és maga a könyv csak emelkedik népszerűségében, úgy hogy sokkal többen vágyódnak az eredeti kiadás olvasására, mintha az illető munka irodalmunkban nem jutott volna helyhez.

A fordítási jogok elhelyezése céljából, úgy, mint az a színdaraboknál már kifejlődött, nemzetközi ügynökségeket kellene szervezni s ezek üzletileg is igen jól virágoznának.

Általános szabálynak tekinthetjük, hogy a kiadó foglalja megállapodásait mindig írásba, gondoljon át és beszéljen meg minden pontot alaposan és ne felejtse el soha, hogy a szerző bizalmának megszerzése és megtartása legnagyobb és legbecsesebb üzleti tőkéje. A szerzőket, amikor a kiadóval tárgyalnak, nem egyedül anyagi érdekük vezeti; könyvük megjelentetéséhez sokszor egyéb érdekek is fűződnek, és így nem volna éppen nehéz dolog olyan szerződéshez jutni, amely kizárólag a kiadó érdekeit szolgálja; de az ilyen megállapodások nem szolgáltatnak alapot egészséges, szilárd üzletre. Másrészt azonban a kiadó ne hagyja számításon kívül, hogy üzleti ereje mit bír el, ne vágyódjék mecénás szerepére és ne menjen túl azokon a határokon, melyeket a leggondosabb üzleti előrelátás számára megvonn.



II.

A KÖNYVEK IRODALMI ÉS ÜZLETI ELŐKÉSZÍTÉSE

AZ ÁTNÉZÉS SZÜKSÉGESSÉGE – A LEKTORI INTÉZMÉNY —
A KALKULÁCIÓ



mikor a kiadó a szerzővel megállapodott és a kéziratot rendben megkapta, azt hinnők, hogy most már egyszerűen hozzáfoghat a könyv technikai előállításához és csakhamar a terjesztéshez is. A valóságban azonban még nehéz gond és munka választja el ettől. Az olvasóközönség megszokta, hogy minden, ami előtte mint irodalom jelentkezik, a tökéletesség magas fokán áll, és amikor valamely könyvet, legyen az tudományos vagy szépirodalmi, kezünkbe vesszünk» a hibátlanságnak, csiszoltságnak olyan mértékét szoktuk alkalmazni, amely ritkán érhető el egyedül egy ember érdeméből.

Nemcsak a szerzőnek, hanem a kiadónak is kötelessége azzal törődni, hogy mindaz amit kiad, a külső és belső gondosság legmagasabb fokán álljon és a szerző joggal elvárhatja a kiadótól, hogy ebben segítségére legyen. Éppen a teremtő elméknek néha nincs érzékük apróságok iránt. Az író feladata oly nehéz, hogy részéről szinte emberfeletti dolog volna» mindig és mindenben teljeset és tökéleteset nyújtani. Az író egyben-másban tévedhet, megfélekedhetik valamiről, kell tehát, hogy mielőtt a könyv változhatatlan örök életét megkezdi, a kéziratot a szerzőn kívül még valaki átnézzze. És a jól szervezett kiadóvállalatok ezt a feladatukat komolyan teljesítik is. A kiadó

vagy saját maga olvassa a kéziratot, mielőtt nyomdába adná, vagy, *különösen* ha szakmunkáról van szó, szakemberrel nézeti át és így gondoskodik arról, hogy lehetőleg hibamentes alakban lásson napvilágot.

Nem tagadom, elég gyakran akadtam szerzőre, aki tiltakozott az ellen, hogy kéziratát valakivel átnézzem, de olyanra talán egyre sem, aki az okos, helyes hozzászólásért utólag hálás ne lett volna. Arról persze szó sem lehet, hogy a szerző tudta nélkül, vagy akarata ellenére változtassanak és ezek a hozzászólások semmiképp sem érinthetik a szerző írói egyéniségét. Kétségtelen azonban, hogy több szem többet lát és bizonyára jobb, ha a jóindulatú, komoly kritika a könyv kiadása előtt segít azt tökéletesíteni, mintha utólag kénytelen azt kifogásokkal illetni. A kiadó rendszerint nem képes az átnézés munkáját egymaga elvégezni, hanem *lektort* vagy *lektorokat* foglalkoztat, akik a kiadandó munkák megválasztásában, már a szerzővel való megállapodás előtt, segítségére vannak. A lektor a kiadónak legfontosabb és legbensőbb tanácsadója, aki úgyszólván kölcsön adja neki saját szemét, amellyel olvas és esztét, amellyel gondolkodik és ítél.

A lektori intézmény rendkívüli fejlettségével volt alkalmam egy nagy angol kiadóvállalat keretében megismerkedni. A vállalat tulajdonosa körülvezetett technikai üzemében és betekintést engedett a kiadói vezetőség szervezetébe, is. A nagy épület egyik folyosójára érve, ott számos, talán tíz-tizenkét ajtót láttam és amikor megkérdeztem, hogy ezekben a külön szobákban milyen munka folyik, azt felelte vezetőm, hogy ezek a *szerkesztői fülkék*. Ezt a fogalmat csak akkor értettem meg, amikor az előzőkeny angol alkalmat adott, hogy ezeket a fülkéket közelebbről megismerjem, amikor bevezetett egyikbe és bemutatót az ott dolgozó urnák.

Itt készülnek ifjúsági irataink és képekönyveink — magyarázta ez. — Látta, uram, ez a sok könyv,

ami itt rendelkezésemre áll, az utolsó két év termelése a világ minden tájékáról. Én mindent megnézek, minden haladást, újítást figyelek és most — június havában voltunk — adom megbízásaimat a jövő évi karácsonyi újdonságok megírására és illusztrálására.

Elbámultam a kiadói tevékenység ezen tökéletes rendszerességén. Íme, ez a kiadó nem várja be, hogy az író neki tegyen ajánlatot, nem hagyja őt magára a téma megválasztásában és a megírás módszerében, hanem hozzáértő szakemberrel — mondhatnók specialistával — segítségére van, előre megmondja neki, mit tart kiadásra alkalmasnak, milyen legyen a könyv módszere, felfogása, terjedelme, és író, kiadó, lektor és illusztráló együttesen oly könyveket hoznak létre, melyek céljuknak legtökéletesebben megfelelnek.

Ilyen rendszerrel dolgozik ez az elsőrangú angol kiadóvállalat minden szakmában, melyet tevékenysége körébe von; az egyes fülkékben élelmi iskolai, középiskolai tankönyvek, gazdasági, szociológiai munkák, olcsó gyűjteményes regényvállalatok, imakönyvek, ismeretterjesztő népszerű munkák szerkesztőségei működnek, melyek mindegyike kezdeményez, irányít és állandó összeköttetést tart fenn azokkal az írókkal, akiket a tervezett kiadványok megírásával megbiz.

Ha nem is ilyen tökéletes szervezettségben, de többé-kevésbé nálunk is megtaláljuk a kiadói tevékenység ezen módszereit. Kiadónk szintén sok esetben kezdeményeznek, irányítanak és szerkesztenek és amikor nem is ők maguk adják a megbízásokat, többnyire mégis elvégzik, illetve elvégeztetik a kéziratok átnézését. A kiadónak kell gondoskodni arról is, hogy a könyvekben sajtóhibák ne maradjanak. Ezt a gondot legjobb szerződésileg a szerzőre áthárítani, de bizonyos ellenőrzés így is a kiadó feladata marad. Jól szerkesztett *Név és tárgymutató* készítéséről is gyakran a kiadónak kell gondoskodnia.

A kiadvány előkészítéséhez tartozik az *illusztrálás*

kérdése is. Nem minden könyv alkalmas arra, hogy illusztrálva jelenjen meg; de a gondos kiadó tudja, hogy Sok esetben mennyit nyernek a könyvek jó képekkel. Ezen a téren a kiadó igyekezzék a legjobbkat nyújtani. Nem szabad sohasem elfelejtenie, hogy egész működésében mily nagy erkölcsi felelősség terheli. Ez a felelősség nem merül ki abban, hogy — kevés kivétellel — a kiadók döntenek el, mi jelenik meg, és így mi kerül bele a népek szellemi kincstárába, és másrészt mi az, ami kiadatlan marad az írók fiókjában, de a kiadó alkotja meg az irodalom *külső képét* is és ezzel belenyúl a közönség ízlésének irányításába is. Ha a kiadó, amint láttuk, már a könyvek tartalmának tökéletesítésére is gondot fordít, amennyiben az írókat nem egy esetben valamely munka megírására felszólítja, kézírataikat átnézeti és egyszer-mászor bizonyos módosításokat is javasol; még nagyobb hatáskör illeti meg a könyvek illusztrálása tekintetében, mert ezek rendszerint az ő megrendelésére készülnek.

Fontos szerep jut a kiadónak a *fordítások* körül is, amennyiben rendszerint tőle függ, hogy kit lát el fordítási megbízásokkal. Kívánatos, hogy ezen a téren az irodalom és a közönség érdekében szigorú mértéket alkalmazzon, hogy a fordításokat nézéssé át valakivel, és hogy minden áldozatot meghozzon abból a célból, hogy csakis hű, de amellet gördülékeny, jó magyarságú fordításokat hozzon a könyvpiacra. A kiadóvállalat saját színvonalát emeli és súlyosztatja az általa kiadott fordítások gondosságával vagy pongyolaságával.

A fordítások jóságára néhány évtizeddel ezelőtt még nagyon csekély figyelemmel voltak a kiadók, illetve a gyűjteményes vállalatok szerkesztői, és ez a mulasztás nagy mértékben rontotta az olvasókedvet, mert aki kicsavart szerkezetű, értelem nélküli olvasmányba kap, az ebbe belefárad, beleun és jó ideig nincs kedve újból könyvet a kezébe venni. A fordítások tiszteletdíja viszont olyan csekély volt, hogy ko-

molyabb, tehetségesebb írók nem foglalkozhattak ezzel a munkával, akik pedig a nevetségesen csekély összegek fejében vállalták, azok gyorsan, gondosság és elmélyedés nélkül igyekeztek azt elvégezni. Már pedig a jó fordítás rendkívül nehéz irodalmi foglalkozás, mely alapos nyelvismeret mellett sok általános tudást is igényel, mert a fordítónak minden témában, mely az eredeti műben említve van, némileg otthonosnak kell lennie, illetve bele kell tanulnia, hogy a szöveget megértse és helyesen adja vissza. Tudás mellett a fordítás szívós munkakifejtést is követel, és a kiadó nem várhat jó munkát, ha csak ennek megfelelő tiszteletdíjat nem fizet a fordítónak.

A szerzők többnyire szívesen engednek kiadójuknak hozzászólást könyveik *címének* megállapításánál. A könyv címe, annak helyessége és jó hangzása fontos a könyvek kelendősége szempontjából és nem könnyű dolog, találó címre akadni, mert ez sok ötletességet, biztos fonetikai érzést és némi gyakorlatiasságot is igényel. új szerzői jogi törvényünk a könyvek címeit külön szerzői jogi védelemben részesíti, a kiadónak tehát — szerzővel együtt — gondosan kell arra ügyelnie, hogy könyvei ne jelenjenek meg oly cím alatt, mely más, előbb megjelent munka által már le van foglalva.

A kiadónak, mint ezekből látjuk, a nemzetek kultúrájában fontos szerep jut, melynek helyes betöltése nagy szellemi erőkifejtést igényel. De hogy kiadói működését szellemi téren minél szélesebb alapon, minél áldásosabban fejthesse ki, ahhoz jó anyagi felkészültségre is szüksége van. Csak addig dolgozhat, ameddig pénze van, pénze pedig csak addig lesz, amíg *helyes üzleti kalkulációval dolgozik*. Minden egyes kiadványról kalkulációt, előzetes számítást kell készítenie, még pedig nemcsak a kiadvány elkészítése előtt, hanem a könyv készülése közben újból és újból, mert bajosan lehet előre látni mindazokat a költsége-

ket, melyek valamely könyv kiadása körül felmerülnek.

A kiadói kalkuláció — sajnos — ingatag, megbízhatatlan alapokon szokott felépülni, olyannyira, hogy üzleti szempontból a legenyhébb kritikát sem állja ki. Két legfontosabb tényezője, a nyomtatandó és eladható példányszám egyrészt, az elérhető bolti ár és nettó bevétel másrészt, tisztára a kiadó szabad mérlegelésére, mondhatnám fantáziájára van bízva.

A kalkuláció természetesen kétoldalú művelet, amennyiben egyrészt a befektetendő összegeket, másrészt a bevételeket tünteti fel.

A befektetési oldalon a következőkre kell gondolni:

Szerzői tiszteletdíj.

Rajzok tiszteletdíja.

Klisék költsége . . . □ cm. à . . . K

Szedés ... ív à ... K

Nyomdai egyengetés.

Nyomás . . . pld., ezrenként . . . K = ívenként . . . K. összesen:

Papír . . . alak: 1000 ívenként , . . kgr., ára kilónként ... K; szükséglet , . . kgr. 4- 3% rongálási többlet.

Mellékletek nyomása.

Mellékletek papírja.

Boríték rajza.

Borítékrajz kliséje.

Boríték nyomása és papírja.

Fűzés 1000 ívenként ... K összesen . . . ív.

Kötési tábla rajza.

Kötési tábla lemeze.

Kötés ára . . . K . . . példány ára . . . K.

Prospektusok, hirdetések.

Egyéb költségek.

Ezen befektetési tételek közt két csoportot kell megkülönböztetnünk: az egyik, még pedig a rajzok,

klisék, szedés és egyenetlés, nemkülönben a szerzői tiszteletdíj is akkor, amikor nem a példányszám alapján számítódik, teljesen független az előállítandó példányok mennyiségétől; míg a többi tétel, úgymint nyomás, papír, fűzés és kötés stb. az előállítandó példányszámmal emelkedik vagy csökken. Az első csoport tételeinek változatlanságából következik, hogy egy-egy példány önköltsége annál kisebb lesz, minél több példányra oszlik meg az első csoport befektetési Összege. A kalkuláció tehát csak akkor nyugszik szolid alapon, ha csak annyi példányt állítunk elő, amennyit tényleg el is tudunk adni, mert ellenkező esetben, vagyis ha a tényleg eladott példányokért nem kapjuk meg azt a bevételt, melyet előre beállíthatóknak tartottunk, az egész kalkuláció meginog, hamisnak bizonyul. A kalkuláció másik gyengéje a bolti ár megállapításának bizonytalanságában rejlik. A kiadó ezt szabad belátása szerint állapítja meg, ha azonban valamely könyv kelendősége nem felel meg a várakozásnak, akkor gyakran nagyobb könyvtári engedménnyel, sőt nem egyszer a bolti ár leszállításával próbálja a kelendőséget fokozni, ami a kalkuláció újabb megromlását eredményezi. A veszély, hogy a kiadó elszámítja magát, különösen abban rejlik, hogy amikor egy könyvet ki szeretne adni, de úgy látja, hogy a befektetési összeggel szemben várható bevétel nem elég arra, hogy az illető kiadvány elvállalását indokolja, a kalkuláció javítása érdekében elkezd nagyobb példányszámmal vagy magasabb bolti árral operálni, és így elméletben és papíron csábító kalkulációt hoz ki, melyre azután a valóság szomorúan rácáfol. A példányszám és a bolti ár emelésével ugyanis minden kalkulációt papíron csábítóvá lehet tenni és a kiadó ügyessége, eszessége és rátermettsége éppen abban mutatkozik, hogy meg tudja ítélni, hogy melyik könyvből mennyit és milyen áron lehet eladni. A könyvek *bolti áfának megállapításánál* elsősorban az önköltségből kell kiindulni és ennek alap-

ján kell a könyv forgalmi árát megszabni. De a kiadó sok egyéb körülményre is legyen figyelemmel. Elsősorban a könyvkereskedőknek adandó engedményre, mely a könyvek jellege szerint különböző. Így az u. n. konkurrenciális cikkek (ifjúsági iratok, képeskönyvek) után nagyobb engedményt szokott a kiadó a könyvkereskedőknek adni; gondolni kell a kelendőség várható gyorsaságára is, és olcsóbban lehet adni azokat a kiadványokat, melyek rövidesen elkelnek, mint azokat, melyek előreláthatólag évekig elhevernek a kiadó raktárán.

Általános elvnek tekinthető, hogy minél nagyobb kelendőségre van valamely könyvnek vagy gyűjteménynek kilátása, annál olcsóbban lehet és kell azt forgalomba hozni, mert éppen a legszélesebb közönségnek szóló kiadványoknál az alacsony ár új és új rétegeket hódít meg és a várakozáson messze túlmenő sikereket hozhat. A kiadó tehát éppen a feltűnően olcsó ár utján jut el a nagy eredményhez.

A régi rendes időkben árváltozások csakis az olcsóbbodás felé voltak elképzelhetők, és a kiadók kivétel nélkül arra törekedtek, hogy az árak olcsóságával a könyvek vásárlását a közönségnek minél inkább megkönnyítsék. Ma, amikor az előállítási költségek emelkedése folytán az árakat újból és újból felemelik, a drágulás csak látszólagos, mert az árak megszabásában valósággal ugyanaz az aggodalmaskodás mutatkozik, mint régen; a kiadók most sem hagyják el azt az álláspontot, hogy a könyv, miután nem elsőrendű szükségleti cikk, egyéb árukkal összehasonlítva, feltűnően olcsó legyen és hogy a közönséget az árakkal vásárlásra csábítani kell. A könyvek ma négyszerte olcsóbbak, mint békeérték szerint lenniök kellene, mert míg minden egyéb áru a békeérték négy-öt-százszorosáért van forgalomban, a kiadók csak 100—120-szorosára szabják a könyvek bolti árát, és alig van könyv, melyet ma abban az árban lehetne előállítani, melyért a kiadók eladják. Ez az olcsóság

a szakmát egyelőre viz felett tartja, de súlyos bajok veszedelmét is magában rejti.

A kiadói üzletet nagy haszon lehetőségére kell kalkulálni, mert minden újabb kiadvány újabb kockázatot jelent és, néhány könyv sikertelensége könnyen felemészti azt a hasznot, melyet a tényleg eladható kiadványok hoznak. Megnyugtató viszont az a tapasztalat, hogy ha valamely könyv eleinte nem is talál kedvező fogadtatásra, elég gyakran később mégis kelendővé lesz. A kiadónak tehát, ha igazán értekes, jó könyveket ad ki, nem kell csüggednie, ha a gyors kelendőség nem jelentkezik azonnal.

Amikor az előbb felsorolt befektetési tételek összegét az eladás útján elérhető bevételekből levonjuk és így az elérhető hasznot kiszámítjuk, még figyelmen kívül hagytuk az üzlet egyik legfontosabb tényezőjét: az *üzleti költségeket*. Azokat a költségeket, melyek egy-egy könyvre vonatkoznak, természetesen az illető könyv befektetési számlájára írjuk, de számításba kell vennünk az általános üzleti költségeket: személyzet, helyiség bére, fűtés, világítás, portók, üzleti nyomtatványok, utazások stb. is. Ezeket a költségeket évi összegükben osztási művelet útján az egyes könyvek forgalmának százalékaira szokták átszámítani és utólag az illető könyv költségeihez hozzáadni.

Nem tartom azonban eldöntöttnek azt a kérdést, vájjon helyes-e, ha az üzleti költségeket az egyes kiadványok befektetéséhez az előzetes kalkuláció alkalmával hozzászámítjuk, vagy nem előnyösebb-e az a módszer, hogy az általános üzletköltségeket a kalkulációnál figyelmen kívül hagyjuk és inkább arra az álláspontra helyezkedünk, hogy azt az elérendő haszonból kell fedeznünk. Az általános üzletköltség ugyanis az egyes cikkeket annál nagyobb mértékben terheli, minél kisebb az összforgalom; viszont ha olyan könyveket, melyek egyébként tartalmuknál fogva kiadásra alkalmasak, csak azért nem adunk ki, mert az előttünk eddigi forgalmunk

alapján ismert költséghányad az illető cikk kalkulációját megrontja, akkor hibát követünk el, mert éppen a jó kelendőségű könyvnek kiadásával juthattunk volna, abba a helyzetbe, hogy üzletköltségünk kulcsa csökkenjen. Ha sikerülne csakis olyan könyveket kiadnunk, melyek egy-két éven belül végig eladódnak, akkor nemcsak nagyobb haszonnal dolgozhatnánk, hanem az üzletköltség kulcsa is sokkal csekélyebb volna, ami viszont oda vezetne, hogy olcsóbban adhatnók a könyveket, ami azután újból a forgalom további emelkedését eredményezné. Ez az az ideál, mely után minden kiadó fut, de kevesen vannak, akik ezt el is érték volna. úgy mint a színházak is csak slágereket szeretnének előadni, a kiadó is csupa gyors kelendőségű könyvet szerelne kiadni, de ez ritkán sikerül, és a kiadónak be kell rendezkednie arra, hogy készleteinek egy része sokáig elhever raktárán, kamatot, költséget emészt és elfogyasztja jó részét annak a haszonnak, melyet kelendőbb kiadványai hoznak.

Ezek azok az üzleti gondolatok, számítások és műveletek, melyek a kiadót minden egyes kiadvány előkészítése közben foglalkoztatják és csak ezeknek helyes végiggondolása és alapos megfontolása után láthat hozzá a könyv technikai előállításához.



III.

A KIADÓ INTÉZKEDÉSEI A KÖNYVEK TECHNIKAI ELŐÁLLÍTÁSA KÖRÜL

A TECHNIKAI ELŐÁLLÍTÁS GONDOZÁSÁNAK SZÜKSÉGES-
SÉGE — NAGY SIKEREK — ALAPELVEK: CÉLSZERŰSÉG,
GAZDASÁGOSSÁG, STÍLSZERŰSÉG



agát a technikai előállítást a nyomda és a könyvkötészet végzi ugyan, de ha ezek bármennyire önállóan és még oly tökéletesen dolgoznak is, mégis a kiadónak, mint vállalkozónak feladata, a könyv külső alakját, a betűk formáját és nagyságát, a szedés

által

elfoglalt tér nagyságát és az oldalak üres széleit (margó), a papír minőségét, a fűzés vagy kötés minőségét, az illusztrálás vagy egyéb díszítés alkalmazását meghatározni: szóval *a könyv külső képét megformálni*. Ismernie kell tehát úgy a nyomdászat, mint a könyvkötészet és az egyéb grafikai üzemek technikáját és résen kell lennie, hogy minden újításról, mely ezekben felmerül, jókor tudomást szerezzen. De nem elég, ha a kiadó a technikai kivitel körül a szükséges intézkedéseket a megrendelés alkalmával megteszi, hanem szükséges, hogy a kivitel minden fázisát a gondos gazda szemével végigkísérje és anélkül, hogy ez a technikai üzemekre kellemetlen zavart jelentene, lépten-nyomon ellenőrizze a munka folyamatát. Hihetetlen különbség mutatkozik az olyan könyvek közt, amelyeket a technikai üzemek, legyenek azok bármily jól felszerelve, a maguk jóvoltából ellenőrzés nélkül készítenek, szemben azokkal, melyeknek kivitelét szakértő kiadó dirigálja, aki lelki szemével

előre kigondolja, milyen legyen a könyv végleges képe, és aki nagy vonásokban éppúgy, mint az aprólékosnak látszó, de esztétikailag néha legfontosabb részletekben is a lehető legtökéletesebb munkát követeli.

Hogy a könyv technikai kivitele mily nagy befolyással van a könyvkiadás sikerére, azt legjobban azok a kiadványok bizonyítják, melyek új technikai lehetőségekre alapítva, valóságos forradalmat jelentettek a szakmában. Az első ilyen forradalom maga a könyvnyomtatás feltalálása volt, mely Európaszerte hihetetlen gyorsasággal indította meg a könyvkiadók vállalkozási kedvét. A XV—XVIII. század kiadói bőven igénybe vették a rendelkezésre álló összes technikai eljárásokat: a fametszetet és később a réznyomást oly bőséggel alkalmazták kiadványaikban, hogy a mi korunk legvakmerőbb kiadóinak legpompásabb termékei is csak jelentékteleneknek tűnnek fel ezek mellett. Nézzük meg például a *Theatrum Europaeum* című 21 folio-kötetből álló történelmi munkát sok ezer rézmetszetű mellékleteivel, De Bry útleírásait, Merian topográfiai munkáit, Marsilius háromkötetes munkáját a Dunáról, Ortelius könyvét a török háborúkról és látni fogjuk, hogy a könyvek előállítása terén csak gyenge epigónjai vagyunk azoknak a bátor elődöknek, kik bár kezdetleges gépfőlszereléssel, legprimitívebb világítási eszközök mellett, de annál lelkesebb ügyszeretettel és vasszorgalommal a legpompásabb nyomdai termékeket produkálták. A mi korunk nem is áll felette az előbbi századoknak másban, mint a *tömegtermelésben*. Ennek útját a világszerte ismert lipcei *Reklám-cég* indította meg, amikor a gyorsajtot a könyvtermelés szolgálatába állította. Rájött arra az egyszerű igazságra, hogy egyfajta alakú és minőségű papír alkalmazásával és a nyomdai gép felületének teljes kihasználásával mennyivel olcsóbban lehet a könyveket előállítani. Merész ugrással az addig szokásos

magas bolti árakról áttért a 20 pfennig-es egységárra és ezzel oly óriási elterjedést biztosított kiadványainak, hogy bátran mondhatjuk, hogy a német kultúra kiterjedtségének' alig tett valaki nálánál nagyobb szolgálatot. Hasonló nagy ugrást tett a technikai lehetőségek kihasználásában az edinburghi *Nelson-cég*, mely egy üzemben egyesítette a nyomás és kötés műveleteit, még pedig a kézi munka lehetőleg kikapcsolásával. Hat gép nyomja könyveit, ezek a gépek az iverket egyúttal hajtogatják is, a hajtogatott iverket automatikus eljárással helyes sorrendbe kerülnek, majd odatolódnak, ahol a szintén gépileg készülő kötési táblákba gépi módon beakasztatnak. Ezzel a módszerrel mindössze 20—30 munkás segítségével naponta 12.000 bekötött könyvet állít elő egy nem túlságosan tág munkateremben, ami évi 3.600.000 bekötött könyvnek felel meg. Kiadványait igen jó, de amellet könnyű papíron, 320—576 oldalnyi terjedelemben, szolid, tetszetős kötésben, színnyomású külső borítással így 1 shillingért képes forgalomba bocsátani.

A siker nagy valószínűségével indította meg 1912-ben Wilhelm *Ostwald* „Brücke” című lapjában az *egységes világhalmaz* irányuló mozgalmát. Abból indult ki, hogy óriási megtakarításokat lehetne a papír gyártásánál, a nyomdai és kötési gépek megszerkesztésénél, valamint a nyomdai munkánál és a könyvek kötésénél elérni, ha minden könyv és folyóirat *egyfajta* alakban készülne. Nem azonos alakot akart alkalmazni, hanem olyat, mely egy nagyobb alakból újból való összehajtogatás útján adódik. A kiindulás a 32X45.2 cm. volna; ez a tudományos és egyéb atlaszok, nagy ábrájú könyvek és nagy ákú folyóiratok alakja legyen. Ha ezt hosszában egyszer összehajtjuk, a 22.6X32 cm. alakot kapjuk kisebb folyóiratok, természetrajzi s hasonló, illusztrált munkák részére. Újabb összehajtás a 16X22.6 alakot adná rendes tudományos munkák és revük

számára; a következő 11.3X16 cm; alak pedig a szépirodalmi és népies kiadványok megfelelő nagysága volna. Ezt a mozgalmat a világháború megakasztotta, de szeretném remélni, hogy még fel fog éledni és a kultúra hasznára még valamikor megvalósuláshoz jut.

Nem vállalkozhatom arra, hogy a könyvek technikai előállításának útját itt részletesen leírjam. A kiadó tevékenységét ismertetve, a magam feladatát kimeríthetem azzal, ha azokat a nézőpontokat igyekszem megállapítani, melyeket a kiadónak a könyvek előállítása körül figyelembe kell vennie. Ezeknek legfőbb elvei a *célszerűség*, a *gazdaságosság* és a *szépség*, illetve *stílszerűség*:

A célszerűség megkívánja, hogy minden könyv minél inkább alkalmazkodjék ahhoz a célhoz, melyre rendelve van. Az iskolakönyv legyen kényelmesen hordható és nagy betűk által óvja meg a gyermek szemét a károsodástól; a tudományos kézikönyv, melyet asztalnál ülve szoktak használni, nagyobb alakot bír el és nagy részletességéből folyó terjedelme megkívánja, hogy valamivel több szöveget hozzunk egy-egy oldalra. Az atlaszok, illusztrált dísmunkák térfogatát szintén rendeltetésük szabja meg.

Fűzött könyveknél a *papírfedél*, kötötteknél a *kötési tábla* az a külső ruházat, melyben a könyv az emberek szeme elé kerül. Ennek a ruházatnak a tetszetős, stílszerű elkészítése a kiadó gondozásának egyik fontos tárgya. Sok kiadó egységes stílust alkalmaz összes kiadványainak külsejében és ez — »meny nyiben kiadványai egyébként tekintélynek és rokonszenvnek örvendenek — helyes eljárás, mert a kiadói műhely termékeit így már kívülről felismerhetővé teszi (pl. S. Fischer, Berlin—Insel-Verlag, Leipzig). A francia kiadók annyira megbecsülték a külsőben való egységességet, hogy regényeiket évtizedeken át egyformaképen, minden díszítés nélkül, sárga borítékban adták ki. Ezzel a puritánsággal ellentétben áll az

utóbbi évtizedekben az a törekvés, hogy a borítékon és kötésben a rajzolóművészet minél bőségesebben érvényesüljön, nemcsak vonalszerű díszítésekkel, hanem alakok és jelenetek minél tarkább és minél élénkebb felhasználásával. Nézetem szerint nem helyes dolog, ha a borítékon (táblán) a rajzok mint szinte öncélú művésze termékek jelentkeznek, mert ez a könyv fedelének valódi rendeltetésével ellentétben áll. Amikor a könyv eladásra kínálja magát a könyvkereskedők kirakatában, azt a célt, hogy a néző a könyvre figyelmes legyen és a boríték nyomán a könyv megismerésének, elolvasásának, tehát megvásárlásának vágya ébredjen benne, jobban szolgálja az a tábla, amelyen a cím szövege erősen előtérbe lép, és az illusztráció csak mint díszítés vagy mint vignetta jelentkezik, anélkül, hogy a fedél felületét túlságos mértékben betöltse, mint az olyan, melynél a fedélen lévő kép leköti ugyan a néző figyelmét, de a képbe való elmerülés közben nem is gondol arra, hogy könyvről van szó.

Kivételek az asztalra való díszmunkák, amelyeknél a gazdag, színpompás figuralitás indokoltabb.

Az angol kiadók a kötött könyveket majdnem minden díszítés nélkül hozzák piacra és a kirakatokban való érvényesülést azzal mozdítják elő, hogy a vászonkötésű könyvet a kötést védő külön papírborítással látják el és ezeken a levehető borítékokon alkalmaznak tetszetős színnyomatú képeket, amelyek a könyvet kedvessé és feltűnővé teszik.

Hogy a kiadó könyveit kötve vagy kötetlenül (füzve) bocsássa-e közre, az is elsősorban célszerűségi kérdés. A vevők közül azok, akik a könyvben csak a tartalmat keresik, s a könyvet csakis oktatási vagy szórakoztatási eszköznek tekintik, anélkül, hogy a könyv anyagi mivoltával, szépségével, tartósságával törődnének, megelégednek a fűzött kiadványokkal is; akik azonban könyveiket meg akarják őrizni, mert szépséget, külső gyönyörűséget is keresnek és találnak ben-

nük, szívesebben veszik a helyesen és tartósan bekötött munkákat, hacsak nem azért adnak előnyt a fűzött könyvnek, hogy azt saját ízlésüknek megfelelő kötésben helyezték el könyvtárukban. A kiadó, nézeitem szerint, helyesen teszi, ha — a röpiratszerű, múlt értékű kiadványoktól eltekintve — minden kiadványát egyidejűleg fűzve és kötve hozza forgalomba. A stílusos kötés emeli a könyvek vonzóerejét, az pedig, hogy a kétféle minőség folytán olcsóbb és drágább árban kínálhatják ugyanazt a könyvet, szintén jó hatással van a vevőkre. A bekötött könyvek nevelő hatással is vannak a közönségre, mert megőrzésre méltó, szép külsejükkel kisebb-nagyobb házi könyvtárak gyűjtésére készítetik. A jó kiadói kötés azáltal, hogy nagyobb tömegben készül, jóval olcsóbb, mint az egyenkint megrendelt bekötés és a kiadó szakértelme folytán az anyagok és díszítések helyes megválasztásával is emelheti könyveinek értékét.

A könyv külső kiállításának megalkotásában a fogyasztóközönség anyagi érdekeit is tekintetbe kell venni, és ezért a technikai előállításban a *gazdaságosság* elvét is következetesen szem előtt kell tartani. Az imént felhozott példák bizonyítják, hogy azok a kiadók, akik a közönséget meglepően olcsó könyvekkel tudták „megajándékozni”, mily nagymértékben szolgálták a kultúrát, és mily jelentékeny anyagi eredményeket értek el. A könyv sohase legyen drágább, mint amilyennek lennie kell. A kiadó ne mulasszon el tehát semmit, amivel a könyvet olcsóbbá teheti. Ma, mikor gazdasági életünk súlyos betegségben sínylődik, nagyon bajos ezt a célt szolgálni, de annál fontosabb, hogy a közönség érdekében léptenyomon takarékoskodjunk. Minden olcsóbbítás több és több embernek teszi lehetővé valamely könyv megszerzését. Gazdálkodjunk a papír minőségével, a könyv alakjának szedéssel való kihasználásával, de nézzünk arra, hogy a takarékoskodás ne essék a könyv tartósságának rovására, mert a könyv gyor-

sabb megrogálódása voltakép tékozlást jelent. Rendes gazdasági viszonyok mellett — nagyjában ezeket tartom szem előtt — a kiadó a gazdaságosság szempontját elsősorban azzal szolgálja, ha a papírnak és a kötéshez szükséges sokféle anyagnak beszerzésében a legjobb forrásokat keresi fel, és ha olyan anyagokat használ fel, melyek az illető kiadvány igényeit nem lépik túl. A gazdaságosság keretébe tartozik a könyv *terjedelme* is. Ne engedjük a könyveket a szükségeségen túl terjedni. Kisebb betűfaj alkalmazásával is csökkenteni lehet a könyvek terjedelmét. Amikor a kiadó ezt teszi, valójában saját érdeke ellen hoz áldozatot a közönségnek. Ez ugyanis tévesen szokta felfogni az apróbb betű alkalmazásának okát és célját. Azt hiszik általában, hogy az apróbb betű olcsóbb, holott valóságban a szedés annál drágább, minél több betű van egy oldalon, mert a nyomdai szedés költsége egyenes arányban emelkedik és csökken a betűk *sűrűségével*, tehát fordított arányban van a betűk *nagyságával*.

Oly könyveknél, melyek újból és újból kiadásra kerülnek, és amelyeknél változtatások nem mutatkoznak szükségesnek, célszerű a szedéstről anyalemezeket készíttetni, melyek az újból való szedést, új kiadások alkalmával, feleslegessé teszik.

Amelyik kiadó nem saját nyomdával és könyv-kötéssel dolgoztat, hanem szabadon választja a technikai üzemeket, melyeknek rendeléseit átadja, az természetesen az üzletiesség elemi szabályai szerint jó munkát fog követelni a lehető legolcsóbb árak ellenében. Amikor azonban — ami nálunk gyakori — a technikai üzemek és a könyvkiadóvállalat közös tulajdonban vannak, felmerül az a kérdés, hogy milyen elszámolási viszonyban legyen a kiadóüzlet a technikai üzemekkel. Elképzelhető, hogy a könyvkiadás alárendelt szerephez jut, és a számlázásban semmi nemű kedvezményt nem élvez, hanem épp úgy kezelik, mintha idegen megrendelő volna és éppen csak

arra szolgál, hogy a nyomdát munkával ellássa. Ak ilyen rövidlátó kezelés mellett a könyvkiadás nem prosperálhat és ennél fogva a nyomdai vállalat fennélvését sem szolgálhatja nagyobb mértékben. Ha ellenben a vezetés arra törekszik, hogy a technikai üzemek újításait és előnyeit a könyvkiadás élvezze, és ha még tovább megy egy lépéssel és a technikai üzemeket elsősorban a könyvkiadás szolgálatába állítja, olyképp, hogy mindezeket egységes, közös üzemnek tekinti, melynek nyereségét csakis a közös termeléstől, a könyvtől várja, míg a technikai üzemek, költségeik helyes felszámítása mellett, csekély nyereséggel érik be, akkor a fejlődés legnagyobb lehetőségei nyílnak meg az egész vállalat részére. Legjobban egyes külföldi példák világítják meg ezt a tételt, mint a Nelson, Ullstein, Reklám, Tauchnitz-vállalatok, melyek azáltal jutottak el a fejlődés legmagasabb fokára, hogy bizonyos típusu könyvek előállítására berendezkedtek és nem a technikai üzemek minél nagyobb nyereségére törekedtek, hanem kiadványaikat olcsóságuk miatt vezető helyre juttatták. Ha ezen vállalatok nyomdái és könyvkötészetei nem így járnak el, hanem idegen félként kezelték volna kiadványukat, akkor világhódító gyűjteményes kiadványaik vagy egyáltalán nem létesülhettek volna, vagy oly bolti árat kellett volna megszabniuk, mely mellett távolról sem érheték volna el azt az óriási kelendőséget, mely jövedelmüket biztosítja.

A célszerűség és gazdaságosság mellett a *stílszerűség* is kell a kiadónak gondolnia, különösen olyan esetekben, amikor valamely kiadvány nemcsak olvasmánynak van szánva, hanem bibliofil vágyak kielégítését is célozza. Ezek a bibliofilkiadások tágabb teret engednek a kiadó fantáziájának, de itt sem szabad a könyv jellegével ellentétbe kerülni. A stílszerűség megköveteli, hogy tartalom, alak, anyag és díszítés kellő összhangban legyenek egymással. A stílszerűség ellen vétének

azok a kiadók, akik az amatőrszerűséget — minden ok nélkül — óriási alakkal és ósdi, nehezen olvasható betűkkel akarják elérni; akik például lírai költeményeket okmányszerű formában adnak ki, akik tisztára használatra szánt, ismeretterjesztő könyvekből külön számozott példányokat nyomtatnak. A kiadói működésnek nem szabad az erőltettség, a diszharmónia jellegét felölteni; a közönségben szunynyadó olvasási és művelődési vágyat becsületes eszközökkel kell szolgálni, lehetőleg azt és csak azt — úgy és csakis úgy adva a közönség kezébe, amit és ahogy a jó ízlés és a kulturális haladás igényei megkövetelnek.

A könyv' külső csinosága a kiadók ügyelmét már a legrégebb időkben nagy mértékben izgatta. A könyvnyomtatás első termékei egyenes folytatásai voltak a kéziratos könyveknek és átvették ezekből azokat a díszítési módokat, melyek a középkor kéziratait jellemezték. Annyira igyekeztek a nyomdai termékeket a kéziratokhoz hasonlóvá tenni, hogy a nyomdák a fejezetek kezdőbetűit néha nem is szedték ki, hanem helyüket üresen hagyták és később belerajzoltatták a kész példányokba, még pedig erre a célra külön díszes kezdőbetűket, iniciálékat alkalmazva. Figyelemmel voltak arra is, hogy a szedés ne töltsen be az egész papírfelületet, hanem oldalt és a felső és alsó széleken jól kiszámított bőséges üres teret (margó) hagytak, és a kéziratok illusztrációs díszítését is átvették a szöveg szélére alkalmazott keretrajzoknak és figurális szövegeknek fametszeti kivitelben való alkalmazásával. Az ősnymomtatványok nagyrésze így valóságos remeke lett a nyomdászatnak és ez a nemes törekvés átöröklődött nemzedékről nemzedékre és a külső csinoság szempontját — az iskolai ábécétől kezdve, egészen a leggazdagabb kivitelű díszmunkáig — ma sem szabad figyelmen kívül hagyunk.

Hogy ezt a törekvést sok hiba, tévedés és kisiklás kíséri, azon nem szabad csodálkoznunk. Nagy gya-

korlottságra és hozzáértésre van szükség, ha valóban helyeset akarunk alkotni, viszont az újításra való törekvés a legjobb akarat mellett is könnyen tévútra vezet.

Nem akarom azt állítani, hogy új irányok jót nem hozhatnak, sőt szükségesnek tartom, hogy a grafikai stílusok és irányok fejlődését éber érdeklődéssel kísérjük, de ezek mellett is melegen ajánlom kiadóinknak, hogy ne mulasszák el a régi idők jeles alkotásainak minél gyakrabban való szemlélését. Különösen tanulságosak a XVI. és XVII. századi rézmetszetű könyvek, a XVIII. századvégi rézkarcolók (Moreau, Eissen, Freudenberg, Gravelot stb.) bájos rézkarcaival díszített művek és a XIX. század első felének kiváló fametszetű könyvei, a franciáknál Gavarni, Nanteuil, Grandville, Daumier, az angoloknál Phiz, Cruikshank, a németeknél Ludwig Richter, Schwind, Menzel, stb. és a magunk múltjából elsősorban Barabás Miklós és Zichy Mihály stb. illusztrációi. Ne engedjük veszendőbe menni azokat a becses tanulságokat, melyeket ezek a remekművek nyújtanak és pusztán az újítás kedvéért ne hagyjuk el a nemes egyszerűség ösvényét.



IV.

A KÖNYVEK FORGALOMBA HOZATALA

AZ ISMERTETÉS MÓDJAI — A HOZZÁFÉRHETŐSÉG ESZKÖZEI
— A KIADÓ VISZONYA A KÖNYVKERESKEDELEMHEZ —
EGYÉB TERJESZTÉSI MÓDOK



indaz, amiről eddig szó volt: a szerzővel való megállapodás, a kézirat előkészítése, az üzleti kalkuláció és a technikai előállítás, maga összességében csak a könyv kiadását, elkészítését jelenti és aki mindezeket a műveleteket lehetőleg tökéletesen elvégzi, jó kiadványok boldog tulajdonosa lesz. A kiadó feladata azonban éppen nem lehet az, hogy a jó tartalmú és jó külsejű kiadványok készleteit halomra gyűjtse, hanem üzleti célja inkább az, hogy az így elkészült könyveket forgalomba hozza, eladja, még pedig minél gyorsabban, hogy tőkét minél többször forgassa és hogy minél nagyobb forgalom útján minél nagyobb haszonhoz jusson és ily módon működésének kiszélesítésére, újabb és újabb kiadványok létesítésére anyagi erőt szerezzen. Nagyon ritka eset az, amikor egy könyvnek már megjelenésekor biztosítva van a piaca; egyetemi tanárok tankönyveire mondhatjuk talán, hogy elhelyezésük alig okoz gondot a kiadónak; a legtöbb könyvnek azonban megjelenéskor még egyetlen biztos vevője sincs. A közönséget tehát megfelelő úton-módon figyelmessé kell tenni a könyvre, az újdonságot minél szélesebb körökben *ismertetni* kell, hogy minél több emberben feléledjen a könyv megszerzésének gondolata és vágya; ezenfelül pedig gondoskodni kell arról, hogy

adnak, mely minden könyvet, melyet a kiadó beküld, több-kevesebb részletességgel ismertet. A kiadó az ismertetést meg szokta könnyíteni azzal, hogy kész recenziót küld a lapoknak; ennek azonban a rovat vezetője csak annyiban szokta hasznát venni, hogy tájékozást szerez a könyv tartalmáról, anélkül azonban, hogy ez a lapban közölt ismertetés hangját és irányát befolyásolná.

A lapok ismertetései mellett a *hirdetések* is előmozdítják a kiadó feladatát. Az ismertetést ugyanis csak egyszer, a könyv megjelenésekor közlik és rendszerint a lap saját véleményét adja a könyvről, a hirdetésben ellenben a kiadó maga szólalhat meg, a reklám hangosabb szövegeit is igénybe veheti és annyiszor léphet érintkezésbe a közönséggel, ahány-szor akarja, aminek a költség és eredmény közötti arány állapítja meg a természetes határát.

Nagy előnyben vannak azok a kiadók, akiknek saját lapjaik vannak, mert ezek kiadványaik ismertetését és hirdetéseit lapjuk útján sokféle módon előmozdíthatják.

A kiadványok ismertetésének régi időktől fogva használatos eszközeihez tartoznak a kiadók *könyvjegyzékei*. A legtöbb kiadó él ezzel az eszközzel és a jegyzékek szerkesztésében és külső kiállításában a leleményességnek, alaposságnak, gondosságnak és áldozatkészségének minden módját és eszközét fel szokta használni. Ezek a kiadói jegyzékek néha való-ságos irodalmi folyóiratok alakjában lépnek fel, sőt egész könyvékké dagadnak, amelyekben a szerzők arcképét, életrajzát és munkáik mutatványait is közlik. Nem csekély gondot okoz a kiadói könyvjegyzé-kek célirányos szétküldése. Minden kiadó igyekezzék ily célra címanyagot gyűjteni. Számos esetben a telefonelőfizetők jegyzéke helyes címanyagnak tekint-hető. Kisebb könyvjegyzékeket ajánlatos az eladott könyvekbe berakni, mert ily módon biztosan könyv-olvasók kezébe jutnak.

adnak, mely minden könyvet, melyet a kiadó beküld, több-kevesebb részletességgel ismertet. A kiadó az ismertetést meg szokta könnyíteni azzal, hogy kész recenziót küld a lapoknak; ennek azonban a rovat vezetője csak annyiban szokta hasznát venni, hogy tájékozást szerez a könyv tartalmáról, anélkül azonban, hogy ez a lapban közölt ismertetés hangját és irányát befolyásolná.

A lapok ismertetései mellett a *hirdetések* is előmozdítják a kiadó feladatát. Az ismertetést ugyanis csak egyszer, a könyv megjelenésekor közlik és rendszerint a lap saját véleményét adja a könyvről, a hirdetésben ellenben a kiadó maga szólalhat meg, a reklám hangosabb szövegeit is igénybe veheti és annyiszor léphet érintkezésbe a közönséggel, ahány-szor akarja, aminek a költség és eredmény közötti arány állapítja meg a természetes határát.

Nagy előnyben vannak azok a kiadók, akiknek saját lapjaik vannak, mert ezek kiadványaik ismertetését és hirdetéseit lapjuk útján sokféle módon előmozdíthatják.

A kiadványok ismertetésének régi időktől fogva használatos eszközeihez tartoznak a kiadók *könyvjegyzékei*. A legtöbb kiadó él ezzel az eszközzel és a jegyzékek szerkesztésében és külső kiállításában a leleményességnek, alaposságnak, gondosságnak és áldozatkészségének minden módját és eszközét fel szokta használni. Ezek a kiadói jegyzékek néha való-ságos irodalmi folyóiratok alakjában lépnek fel, sőt egész könyvékké dagadnak, amelyekben a szerzők arcképét, életrajzát és munkáik mutatványait is közlik. Nem csekély gondot okoz a kiadói könyvjegyzé-kek célirányos szétküldése. Minden kiadó igyekezzék ily célra címanyagot gyűjteni. Számos esetben a telefonelőfizetők jegyzéke helyes címanyagnak tekint-hető. Kisebb könyvjegyzékeket ajánlatos az eladott könyvekbe berakni, mert ily módon biztosan könyv-olvasók kezébe jutnak.

gal találkozók. Ha a közönség a reklám eszközeinek hatása alatt megvesz egy könyvet és csalódottnak érzi magát, akkor természetesen fokozódó óvatossággal fogadja majd a csábítás szavait.

A könyv legértékesebb hírvivője maga a jó könyv, az olvasók körében ébredő és szájról-szájra tovább terjedő elragadtatás, mely a közönség körében meggyökeresedik s az író hírnevét magasra emeli. Amely könyvnek ez a tulajdonsága megvan, az érdemli meg a kiadó legnagyobb gondozását és ennek terjesztésére érdemes legtöbbet költeni.

A jó könyv előnye és haszna nemcsak az, hogy önönmagának szerez további vevőket, hanem még az a mérhetetlen előnye is van, hogy az olvasási kedvet általánosságban fokozza, az olvasót könyvkedvelővé teszi. Ezzel szemben az unalmas, fecsegő, tartalmatlan könyv elveszi az emberek kedvét az olvasástól. Legfontosabb ezért, hogy a közönségnek általában, de különösen az ifjúságnak lehetőleg csakis igazán jó könyvek jussanak kezébe, mert ezek nevelik a könyv-olvasó és könyvvásárló közönséget. Nálunk az olvasási kedv általános fokozódásának egyik oka feltétlenül a báró Wlassics Gyula miniszter által kezdeményezett és Berzeviczy Albert által 1904-ben végrehajtott, nagyszerűen megszervezett elemi iskolai könyvtárakban keresendő, melyek anyagát egy erre alakított bizottság állította össze, biztosítva a jól megválasztott ifjúsági olvasmányokkal, hogy a könyvek szeretete, az olvasás megkedvelése az új generáció legsebésebb köreiből meghonosodjék.

A könyvhirdetések alkalmazása éppen nem új dolog. A kiásott pompeji fürdők falain is találtak könyvhirdetéseket.

De, amint már jeleztem, nem elég a közönség figyelmét a könyvekre felhívni, vételkedvét felszítani, hanem arról is kell gondoskodni, hogy könnyen, kényelmesen hozzájusson kiadványainkhoz. Az emberek

által a szakma íróit és fogyasztóit szinte maga köré gyűjti. A terjesztésnek ezen módjairól szoktuk mondani, hogy „egyik könyv viszi a másikat”.

És hasonlóképpen vagyunk a kiadók által forgalomba hozott könyvsorozatokkal, minők például a Magyar Könyvtár, Egyetemes Regénytár, Modern Könyvtár, Legjobb Könyvek, Pantheon Ismerettára. Az ilyen gyűjteményeket élő fához hasonlíthatjuk, melynek minden ága és levele a törzsből egészséget; és életerőt szív magába. De aztán gondoskodjék a kiadó arról, hogy a törzs maga egészséges és erős legyen és maradjon, gondoskodjék az illető gyűjtemény tekintélyéről és ne engedje gyenge, felesleges könyvekkel elsatnyulni, mert ahogy a gyűjtemény minden jó kötete az egész gyűjtemény hírére öregbíti és a közönségben vágyat ébreszt a többi kötet olvasására, az önkéntesen minden elégedetlenség és csalódás, melyet bármelyik kötet okoz, az egész gyűjtemény hírére rontja és a közönség bizalmát az egész gyűjtemény iránt csökkenti.

Fontos kérdés a kiadóra, hogy kiadványainak ismertetésére mennyi költséget fordítson. Legcélszerűbb, ha kiadványait egyénileg kezeli és ha azokra fordít több gondot és költséget, amelyekről feltehető, hogy minél szélesebb körök olvassák és vásárolják. Vannak esetek, amikor még az utcai falragaszok és minden egyéb hangos reklám-eszközök igénybevétele is helyes és indokolt, amikor érdemes mindent elkövetni, hogy valamely könyv a legszélesebb közönség gondolatvilágába, tudatába belejusson és minden ember kénytelen legyen, úgyszólván, mindig erre gondolni. Ennek azonban már igazán szenzációs könyvnek kell lennie, akár mint szépirodalmi, akár mint tudományos olvasmánynak. Szűk körnek való könyvvel nagy lármát csinálni nem okos dolog, aminthogy egyáltalán móddal kell a hatásokat mérni, nehogy a közönség elfásuljon, és nehogy a kiadó dicsérete és figyelmeztető felhívása később már bizalmatlanság-

gal találkozók. Ha a közönség a reklám eszközeinek hatása alatt megvesz egy könyvet és csalódottnak érzi magát, akkor természetesen fokozódó óvatossággal fogadja majd a csábítás szavait.

A könyv legértékesebb hírvivője maga a jó könyv, az olvasók körében ébredő és szájról-szájra tovább terjedő elragadtatás, mely a közönség körében meggyökeresedik s az író hírnevét magasra emeli. Amely könyvnek ez a tulajdonsága megvan, az érdemli meg a kiadó legnagyobb gondozását és ennek terjesztésére érdemes legtöbbet költeni.

A jó könyv előnye és haszna nemcsak az, hogy önönmagának szerez további vevőket, hanem még az a mérhetetlen előnye is van, hogy az olvasási kedvet általánosságban fokozza, az olvasót könyvkedvelővé teszi. Ezzel szemben az unalmas, fecsegő, tartalmatlan könyv elveszi az emberek kedvét az olvasástól. Legfontosabb ezért, hogy a közönségnek általában, de különösen az ifjúságnak lehetőleg csakis igazán jó könyvek jussanak kezébe, mert ezek nevelik a könyv-olvasó és könyvvásárló közönséget. Nálunk az olvasási kedv általános fokozódásának egyik oka feltétlenül a báró Wlassics Gyula miniszter által kezdeményezett és Berzeviczy Albert által 1904-ben végrehajtott, nagyszerűen megszervezett elemi iskolai könyvtárakban keresendő, melyek anyagát egy erre alakított bizottság állította össze, biztosítva a jól megválasztott ifjúsági olvasmányokkal, hogy a könyvek szeretete, az olvasás megkedvelése az új generáció legsebésebb köreiből meghonosodjék.

A könyvhirdetések alkalmazása éppen nem új dolog. A kiásott pompeji fürdők falain is találtak könyvhirdetéseket.

De, amint már jeleztem, nem elég a közönség figyelmét a könyvekre felhívni, vételkedvét felszítani, hanem arról is kell gondoskodni, hogy könnyen, kényelmesen hozzájusson kiadványainkhoz. Az emberek

érdeklődése és figyelme ezerfelé van lekötve, folyton más és más benyomások foglalkoztatják, ha tehát valamely könyv megvételét már el is határozták, szándékuk könnyen feledésbe merül, ezért tehát a kiadó érdeke, hogy a megvásárlás lehetősége minél sűrűbben és minél egyszerűbb módon kínálkozzék. Ennek legrégebb és legideálisabban megszervezett útja és eszköze a *könyvkereskedelem*.

A régi könyvkiadók, akik egyúttal nyomdászok is voltak, nagy szekereken, zsákokba csomagolva, nem bekötve, hanem összehajtogatott ívekben vitték újdonságaikat a vásárokra, Németországban kezdetben főképen Frankfurtba, később a XVII. század óta mindinkább Lipcsébe, ahol összecsdültek a könyvkereskedők és összevásároltak mindent, amit boltjaikban eladhatónak tartottak. A kiadók nem mérték drágán a könyvet; 1 pfennig volt egy nyomtatott ívnek az ára. A magukkal vitt könyvekről könyvjegyzéket is nyomattak; így már *1469-ben* Gutenberg üzlettársa, *Schöffner*, a mainzi „Wilder Mann“ című vendéglőben árusított 21 kiadványáról nyomtatott jegyzéket ragasztott ki és osztott szét. Az eladás készpénz ellen történt és kb. 1600-ig a kiadó és könyvkereskedő közötti árusítás ilyen módon folyt. Ekkor fordulat állott be annyiban, hogy a könyvárusok többnyire maguk is adtak ki könyveket és így már nem akartak készpénzért vásárolni, hanem *csereüzleteket* kötöttek egymás közt, ívet ív ellen, pénzbeli elszámolás nélkül. Ez a csereüzlet annyival is inkább meghonosodott, mert a harmincéves háború idején nagy volt a pénzszűke — bankókat nem nyomattak, — másrészt pedig a közbiztonság is nagyon megromlott és nem volt ajánlatos teli pénzeszacskóval utazgatni. Ez a csereberélési módszer nagyon megszorította a kiadói termelést — meg is látszik ezen kor irodalmán, — mert minden könyvárus minden áron kénytelen volt minden vásáron nagy csomó újdonságot felmutatni, hogy ennek ellenében könyvesboltja szá-

mára, minél többféle idegen kiadványhoz juthasson. De az egészségtelen termelési viszonyoknak a gazdasági élet törvényszerűsége előbb-utóbb mindig gátat vet és így itt is megjött a túltermelés szomorú visszahatása abban, hogy a hazacipelt nagyszámú felesleges újdonságokra már nem lehetett elég vevőt találni; a könyvárusnak nyakán maradtak a csereképen beszerzett könyvek és így a XVIII. század közepén a csereüzlet helyében egy új könyvterjesztési módszer honosodott meg Németországban: az újdonságoknak *bizományba* adása.

Ezt a módszert a kényszer szülte, de a német könyvkereskedelem szívóssága, rendszeretete, szakértelme hatalmas kulturfegyverré fejlesztette, melynek a német könyvkereskedelem — és annak nyomán a miénk is — óriási fellendülését és kiterjedését köszönhetette. A kiadóra megszűnván a készpénzeladás sima lehetősége, a csere-üzlet pedig csütörtököt mondván, a kiadóság, amely már akkoriban — nemcsak manapság — minden lehetőséget igénybe vett, hogy áruját eladhassa, odaadta azt a vásáron a könyvárusnak minden ellenszolgáltatás nélkül, mondván, hogy majd a jövő évi vásáron úgyis találkozunk, akkor majd megfizeted nekem, amit tényleg eladtál, ami eladhatatlannak bizonyult, azt visszahozod magaddal, amit pedig még magadnál akarsz tartani, úgy hogy majd csak később számolsz el velem, amikor már eladtad, azt tartsad rendelkezésemre, és majd a jövő évi vásáron újból beszélünk erről.

Ez a maga nemében egyedül álló viszony csak azzal az egy hátránnyal járt, hogy végtelenül sok elszámolási munkát okozott; egyébként azonban az abszolút bizalmon alapuló kereskedelmi összeköttetés ideálja volt. A kiadóságra egészséges szabályozást jelentett, mert megszüntette a nyakra-főre való nyomtatást és csak a tőkeerős, komoly kiadónak nyújtott boldogulási lehetőséget. A kiadónak tőkeerősnek kellett lennie, mert évekig kellett néha várnia, míg a

könyvárustól pénzt megkapta; a könyvkereskedés folytatása ellenben mindenki részére lehetővé vált, lett légyen az bármennyire szegény, aki szakértelmet, munkakedvet és becsületességet hozott magával. Ha az elszámolás kiadó és könyvkereskedő között ma már nem is vásáron folyik, mégis ma is az eladás és elszámolás ezen módja áll fenn, — szorosabban véve: állott fenn a háború végéig — közöttük. A kiadó újdonságairól körlevél útján és a szaklapokban való hirdetéssel értesíti a könyvkereskedőt, ez *bizományba* hozat annyi példányt, amennyit eladhatónak tart és évenként egyszer számol el a kiadóval és akkor: az eladottat megfizeti, az eladatlant pedig vagy visszaküldi vagy későbbi eladás reményében raktárán tartja úgy, hogy az voltaképen a kiadónak rendelkezésére áll (disponenda). De a kiadó azoknak a könyvkereskedőknek, akikkel rendes összeköttetésben áll, megrendelés nélkül is rendszeresen meg szokta küldeni összes újdonságait. Legújabbán ez az évszázados módszer mindkét félre túlságosan költségesnek bizonyulván, szűnőfélben van és a könyvkereskedő mindinkább készpénz ellen szokta beszerezni a kiadótól szükségletét.

A közönséggel való érintkezést, a könyvek tényleges eladását a könyvkereskedő végzi el, és a kiadó voltaképen csak ezen a közvetett utón tart fenn összeköttetést az olvasókkal, akik számára kiadványait termeli és így a közönség kívánságai, panaszai és dicséretei nem jutnak közvetlenül füléhez, hanem csak a könyvkereskedelem útján szerzi be információit a közönség hangulata és szükségletei felől. Ez nagy hátránya a kiadói üzletnek. Ennek kiegyenlítéséről oly kép kell a kiadónak gondoskodnia, hogy a könyvkereskedelemmel minél élénkebb személyes összeköttetést tart fenn és hogy olvasmány, utazás és az irodalmi élettel való benső viszony ápolása útján állandóan a közönség üterén tartja kezét és figyelni ízlését és szükségleteit. Sok kiadó kiadói üzeme mellett

könyvkereskedést is folytat, hogy ennek útján a fogyasztókkal való közvetlen érintkezést megteremtse.

Általában azonban a kiadó függési viszonyban van a könyvkereskedővel szemben, mert nagyban a könyvkereskedőtől függ, hogy milyen könyv eladásával foglalkozik, mit ajánl a közönségnek, mit tart raktáron és mit helyez el kirakatában. Ezen függésből folyólag valóságos versengés folyik a kiadók közt a könyvkereskedők jóindulatáért.

Már a könyvek megjelenése előtt körlevelek útján és a szaklapban való hirdetéssel felhívja a kiadó a könyvkereskedő figyelmét készülő újdonságaira és a rábeszélés minden eszközével át akarja rá vinni azt a lelkesedést, azt a meggyőződést, mely őt az illető könyv kiadására készítette. Ezt a szándékát természetesen nem mindig képes megvalósítani, mert a könyvkereskedő, amíg a közönség magatartását valamely új könyvvel szemben nem ismeri, rendszerint csak kevés példányt rendelhet belőle.

A kiadó úgy van a könyvkereskedővel, mint a tanárok a tanítványaikkal: mindegyik csak a saját szakmájára gondol és elfelejti, hogy a tanulónak hatnyolc szakmából kell készülnie. A kiadó is azt szeretné, ha a könyvkereskedő csak az ő kiadványait vásárolná és terjesztené és megfedekezne arról, hogy ugyanannyi érdeklődést és üzleti tevékenységet kivan kiváltani belőle a kiadók mindegyike. Ha a kiadónak módjában áll ismertetések, hirdetések, könyvjegyzékek és a meggyőzés egyéb eszközei útján a fogyasztó közönséget kiadványai iránt nagyobb mértékben érdekelni, különösen ha kedvelt írók könyveit vagy pedig nélkülözhetetlen munkákat hoz piacra, akkor helyzete a könyvkereskedővel szemben is kedvezőbb és ilyen esetekben a függési viszony megfordul, amennyiben a könyvkereskedő van a kiadóra utalva, nem pedig a kiadó a könyvkereskedőre.

A magyar kiadóság abban a kedvező helyzetben van, hogy — különösen Budapesten — jól szervezett,

nagy intelligenciájú és a szakmához melegen ragaszkodó könyvkereskedelemre támaszkodhatik. A helyzet magaslatán álló kb. 60 rendes könyvkereskedésen kívül számos kisebb eladási telep — utcai bódék, pályaudvari, szállodai, kávéházi könyvkereskedések, ezenfelül kolportőrök és utcai árusok is foglalkoznak könyvek eladásával.

Amellett, hogy a könyvkereskedelem a könyvterjesztés legegészségesebb és legjelentékenyebb szerve volt és marad mindenkoron, a kiadóság gazdag, néha túlzott termelésének elhelyezésére nem bizonyult elegendőnek, mert nem volt megszervezve arra, hogy a vevőket személyesen felkereste volna. Ezt a személyes rendelésgyűjtést régebben a kolportőrök végezték, de a múlt század vége felé meghonosodott Németországban és nálunk is a *könyv-részlet-üzlet*, mely ügynökei útján a vevőknek havi törlesztésre ad el nagyobb összegű könyveket. Ez az új terjesztési mód és különösen annak gyors felvirágzása erősen visszahatott a könyvtermelésre is, amennyiben a kiadók egyenesen a részletüzlet számára kezdtek termelni és nem annyira egyes jó könyvek kiadásával törődtek, hanem nagyobb könyvsorozatokat kezdtek előállítani. így volt lehetséges nagy Íróink összkiadását, lexikonokat és egyéb sorozatos ismeretterjesztő munkákat kiadni és nagy mennyiségben elterjeszteni. A közönség kezdetben szívesen fogadta a könyvügynököket és ajánlataikat, de később sok panasz merült fel, mert rábeszélésükkel sokszor oly megrendelést erőszakoltak ki, melyet a kispénzű rendelők később megbántak. A kiadói és könyvterjesztői működés ezen módszeréről nem mondhatjuk, hogy az mindenben a közönség szükségletét szolgálta, de ha elgondoljuk viszont, hogy az így eladott magyar könyvek mennyire szolgálják manapság az elszakított területeken a kulturális közösség eszméjét, akkor csak örvendhetünk, hogy a könyvügynökök fáradhatatlan hada mily mélyen szántotta fei a kultúra talaját.

A kiadó eladási szükségletét gyakran még a könyvkereskedelem és a részletüzlet együttvéve sem elégithette ki teljesen. Voltak és lesznek mindig esetek, amikor a kiadó nem tud ezekkel a természetes eladási módokkal kiadványainak elég nagy és gyors kelendőséget teremteni. A könyvekben is beáll néha az egészségtelen túltermelés és különösen az szokta magát megbosszulni, ha — amiről a kalkuláció tárgyalásánál szó volt — a remélhető nyereség csábítóbb alakulása érdekében a kiadó többet nyomtat valamilyen könyvből, mint amennyit rendes úton, természetes eszközökkel el lehet adni. A nem kelendő könyvek ólomsúly ként terhelik raktárát és ezek mozgósítására néha erőltetett eszközöket is igénybe kell vennie. Ilyen eladási módnak kínálkozik az „árleszállítás”, melyhez nem egyszer volt kénytelen a kiadó folyamodni, hogy könyveinek — néha a legjobb tartalmúaknak is — gyorsabb kelendőséget biztosítson.

Még a lelkiismeretes és óvatos kiadót is sok csalódás éri, de ezzel szemben az a vigasztaló, hogy amikor valamilyen könyv rosszul fogy, akkor maga a könyv megmarad. Az idők változása gyakran előre nem látott eladási lehetőségeket vet felszínre és az sem ritka dolog, hogy kelendőség dolgában az utolsókból lesznek az elsők. A közviszonyok hullámváltozása, a tudományos áramlatok változása, az irodalmi ízlés szeszélye néha olyan írókat is divatba hoz, akinek könyvei évekig szinte el voltak temetve a kiadó raktárában.

A legnagyobb meglepetést ezen a téren a *világháború* hozta, melynek megindulásakor mindenki azt hitte, hogy a könyvkiadás és könyvkereskedés a tönk szélére jut, mert el sem lehetett képzelni, hogy a háború folyamán a közönségnek lesz kedve és pénze arra, hogy könyvet vásároljon. De a valóság ezeket a föltevéseket lecáfolta. Soha annyit könyvet nem vettek és nem olvastak, mint a háború folyamán. Ennek számos oka volt, úgy mint a pénz fokozódó bősége,

a katonaságnak néha hónapokig tartó tétlensége a lövészárokból vagy az arcvonal mögött, az otthonlevők sóvárgása az olyan lelki foglalkozás után, amely feledteti a háború szomorúságát és a lapok terjedelmének csökkenése, minek folytán ezek olvasmány-anyaga nem elégítette ki a közönség olvasási vágyát. Ezen okok túlnyomó része a háborúval megszűnt ugyan, de kétségtelen, hogy a könyvpiac felvevő képessége minden időkre nagyon megnövekedett azáltal, hogy a közönség legszélesebb rétegei megszokták a könyvvásárlást és az olvasást.





könyvkiadás szellemi irányítása, mint az elmondottakból látjuk, nehéz és komoly feladat, melyhez nagyobb általános képzettség és különös hivatottság is kell. Ezeket a tulajdonságokat iskolai utón elsajátítani egyáltalán nem lehet, aminthogy bajos az emberek lelki életét szakmájuk szükségletéhez idomítani, illetve átformálni. úgy az üzemi teendők, mint a szakmabeli tájékozottság megszerzésére legalkalmasabb valamely könyvkereskedésben éveken át folyó tevékenység, ahol alkalom kerül a közönség szükségleteinek és ízlésének közvetlen megismerésére.

A kiadónak lelkileg közel kell élnie az irodalomhoz és legalább annyira kell idealistának lennie, hogy kiadványainak megválasztásában a jobb és szebb irányában haladjon és hogy összeforrjon hivatásával és azonosítsa magát kulturális céljaival. De éppen mert ilyen nemesebb hajlamok is hevítik, annál szilárdabbnak kell lennie mint üzletembernek, nehogy lendületessége és magasabb célokért való rajongása arra ragadja, hogy értéktelen és megvalósíthatatlan tervek után rohanjon. Idealizmusa ne terjedjen odáig, hogy oly vállalatokba bocsátkozik, melyekhez anyagi eszközei nem elegendők és hogy tudatosan olyan könyveket ad ki, melyekre ráfizet. Sok olyan irodalmi alkotás van, mely nagyon méltó arra, hogy megjelenjen és melyet a közérdek szempontjából ki is kell adni, de melyek csak nagyon kevés példányban helyezhetők el; ezeket a hivatásos kiadó engedje át az erre a célra alakult tudományos és irodalmi társulatoknak, aka-

démiának, stb. De üzletiessége abban is nyilatkozzék meg, hogy minden vállalt kötelezettséget szentnek tekint és minden ténykedését úgy intézi, hogy minden szaváért mindenkor helyt állhasson.

Az íróval szemben nehéz és kényes a kiadó helyzete, mert lehetetlen minden ajánlatot elfogadni, minden tervet megvalósítani, az írónak minden kívánságát teljesíteni. Azokat az írókat, akiket a közönség elfogadni nem akar, a kiadó hiába próbálja az olvasókra ráerőszakolni. Ebből sok keserűség keletkezik, mert a lemaradt írók nehezen tudják megérteni, hogy miért kell nekik kéziratukkal házalni, amíg kiadót találnak, míg mások jövedelem és olvasottság tekintetében vezető helyhez jutnak. A kiadó nem adhat ki minden könyvet, még minden jó könyvet sem. Meg kell értetnie az íróval, hogy az ő elhatározása nem jelent klasszifikálást, nem jelent bírálatot; az, hogy valamely könyvet kiad vagy nem ad ki, sok olyan körülménytől függ, mely nincs kapcsolatban a könyv értékével. Amikor a kiadó valamely ajánlatra belső üzleti okokból nem képes vállalkozni, jobban teszi, ha a kéziratot át sem veszi, mert ezzel megkíméli az írókat attól a kínos érzéstől, hogy kézírata belső hiányosságainál fogva részesült visszautasításban.

A kiadóság kulturális jelentősége mellett nem kicsinylendő *gazdasági* fontossága sem. Nemcsak hogy az irodalom művelői, írók, fordítók, szerkesztők stb. a kiadóság útján jutnak anyagi érvényesüléshez, nemcsak hogy a szakma saját üzemeiben sok száz embernek ad kenyeret, hanem a nyomdászati, könyvkötészeti, cinkográfai és egyéb grafikai üzemek nagyrészt — ha az újságok előállításától eltekintünk, mondhatjuk legnagyobb részét — a könyvkiadóság számára dolgoznak, úgy hogy ha még a könyvkereskedelmet is hozzászámítjuk, sok-sok ezerre tehetjük azoknak számát, akik ebből a szakmából élnek.

Nem csekély a kiadóság *nemzetközi* jelentősége sem, annál a szerepnél fogva, melyet a különböző nem-

zetek szellemi termékeinek átültetésével a nemzetek közeledése terén betölt. Ez a nemzetköziség a szellemiek terén éppen olyan fontos, mint gazdasági téren a határokat összekötő utak, vasutak és hidak építése és fentartása. Ez a nemzetközi érintkezés a különböző országok kiadói közt oly élénk és sokoldalú, hogy bizonyos szervezet megalkotása vált szükségessé, mely mint „Nemzetközi Kiadói Kongresszus” állandó irodát tart fenn és a kiadók közös érdekeinek előmozdítását és más nemzetközi intézményekkel szemben való képviseltetését ismeri feladatának.

A kiadóság legnagyobb jelentősége azonban a *nemzeti kultúra* terén nyilatkozik, mert a nemzet mint olyan, irodalmával áll és bukik, és amely nemzetnél a kiadói szakma a nemzeti irodalom érdekében él, annak dolgozik és azzal fejlődik és virágzik, annak sem jelenét, sem jövőjét nem kell féltenuünk.



TARTALOM

	Oldal
Előszó	5
Bevezetés.....	7
I. A szerző és kiadó viszonya.....	9
II. A könyvek irodalmi és üzleti előkészítése.....	26
III. A kiadó intézkedései a könyvek technikai előállításá körül	36
IV. A könyvek forgalomba hozatala	46
Összefoglalás	59

