

Könyvajánló

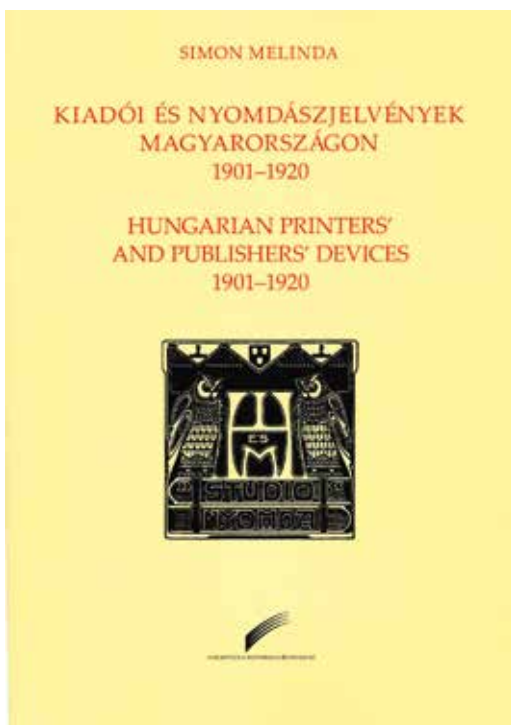
Vasné Tóth Kornélia

Simon Melinda: *Kiadói és nyomdászjelvények Magyarországon 1901–1920*

Még 2009-ben látott napvilágot az Országos Széchényi Könyvtár és a Balassi Kiadó gondozásában, V. Ecsedy Judit, Simon Melinda szerzőségével a *Kiadói és nyomdászjelvények Magyarországon 1488–1800* című, később sorozattá váló mű első kötete, mely 1800-ig mutatja be a magyarországi kiadói és nyomdászjelvényeket. E katalógus felépítését és céljait követve, kronologikusan előre haladva 2012-ben újabb kötet jelent meg (*Kiadói és nyomdászjelvények Magyarországon 1801–1900*, írta: Simon Melinda, Bp., OSZK – Balassi Kiadó, 2012), mely közel 400 oldalon át taglalja a 19. század folyamán Magyarország területén használt nyomdai és kiadói jelvényeket, illetve kiegészítésként az előző századokból is közlő újabb adatokat. A most bemutatandó, harmadik kötet (*Kiadói és nyomdászjelvények Magyarországon 1901–1920 / Hungarian Printers' and Publishers' Devices 1901–1920*, írta: Simon Melinda, Bp., OSZK, 2019) a 20. századdal folytatja a bemutatást.

A 2019-ben megjelent katalógus a kiadói és nyomdászjegyek számának nagymértékű növekedése miatt a címben jelzett mindössze húsz évre korlátozódik. Szerzője, Simon Melinda nyomdászattörténész, egyetemi adjunktus alapos háttérutalásokat végzett, bár mint írja, szakirodalmi előzményekre nemigen támaszkodhatott, az európai és amerikai szakirodalom nem (vagy alig) foglalkozik 20. századi jelvényekkel, hazánkban csupán a gyomai Kner Nyomda jelvényeit mutatta be korábban Haiman György. Komoly primer kutatásokra volt tehát szükség a kötet megszületéséhez – a szerző külön köszönetet mond az Országos Széchényi Könyvtárban számára engedélyezett többéves, raktárakban folytatott kutatómunkáért.

Az elkészült könyv külleme, tipográfiája, igényessége példaértékű. A katalógusba a Magyarország területén használt jelvények kerültek be, a kiadók és a nyomdák betűrendjében, a következő adatokkal: az egyes jelvények mérethű



képe mellett megtalálható a használó kiadó vagy nyomdász neve, tevékenysége, használatának helye és ideje, a jelvény technikai jellemzői, mérete, a könyvben elfoglalt helye, továbbá a jelvény szöveges leírása. A jelvények pozicionálása, elhelyezkedése fontos információt hordoz, jelzi a cég működésének milyenségét. Az időnként előforduló jelmondatok többsége szókapcsolat- és közmondásszerű bölcsesség, például „A munka nemesít”. A korábbi, 17–19. századra vonatkozó kiegészítéseken túl összesen 475 darab 1901–1920 közötti kiadói és nyomdászjelvényt mutat be sorszámozottan a kötet. Az angol nyelvű párhuzamos szövegek a külföldi kutatók számára is jól használható, értékes forrássá te-

szik a katalógust. A kötet végén szereplő jegyzék a jelmondatokról, emellett a hely- és névmutató nagyban megkönnyíti a könyv használatát.

A képek ikonográfiáját, szimbolikáját elemezzük a 20. század eleji kiadói jelvények részben még hordozzák a 19. századi hangulatát, szimbólumvilágát, az ábrázolásokon gyakori a könyv, a bagoly, a babérkoszorú valamilyen kombinációja. A nyomdai jelvényeken a klasszikus jelképek (szedővas, festékezőlabdák, griff, sas) megmaradása mellett új elemként jelenik meg a festékezőhenger, és szembetűnő a nyomdász megváltozott alakja: a felgyűrt ingujjú, izmos nyomólegény helyett a vasalt köpenyes műszaki szakember. Utóbbira jó példa Röttig Gusztáv és Fia soproni nyomdájának egyik jelvényváltozata, szedőszekrény mellett dolgozó munkással.

Könyvészeti kutatóként, művelődéstörténészként, ex librisekkel foglalkozva örömmel fedeztem fel Simon Melinda új kötetében érintkezési pontokat saját kutatási területemmel, az ex libris gyűjtőkkel és gyűjtéssel, mely témában ugyanezen évben jelentettem meg átfogó lexikont (Vasné dr. Tóth Kornélia: *Múltunk neves ex libris gyűjtői*, Bp., Kisgrafika Barátok Köre Grafikagyűjtő és Művelődési Egyesület, 2019). A kiadói és nyomdászjelvényeket bemutató kötetben szerepel két ex libris gyűjtő: a budapesti Eggenberger-féle könyvkereskedés egyik vezetője, Vastagh Gyula és a soproni Röttig Gusztáv és Fia nyomda egyik tulajdonosa, Röttig Ottó (Odo). E vonat-

kozásban engedjenek meg egy kis kitérőt! Talán többek számára nem ismert, hogy Vastagh Gyula (1866–1949) könyvkereskedő, a Vastagh művészcsalád tagja Művészeti Szalont is nyitott, festményeket, szobrokat, (kis)grafikákat, köztük ex libriseket is gyűjtött, anyagával számos kiállításon szerepelt. Saját részre szóló ex librisét Éder Gyula grafikus készítette, ezen a kiadói jelvényen is szereplő ábrázolás látható (erről részletes leírást olvashatunk Simon Melinda könyvében), a jelmondat: „Vasakarát sikert arat”. Ex libris gyűjteményéből jelentős mennyiséget juttatott az Országos Széchényi Könyvtárnak. A másik ex libris gyűjtő, Röttig Ottó (1883–1920) nyomdász a Kultúra (!) c. folyóirat felelős szerkesztőjeként tág teret biztosított lapjában a kisgrafikának is, célja volt a hazai ex libris gyűjtés kiszélesítése, külön rovatot nyitott ex libris cserélők és gyűjtők számára. Saját nevére többek között a világhírű Franz von Bayrossal készítettett ex librist. (Egyéb részleteket a *Múltunk neves ex libris gyűjtői* c. kötetben olvashatnak.)

Visszatérve Simon Melinda új kötetére, a sokak érdeklődését felkeltő, adatgazdag könyvet ajánlom a nyomdász- és kiadástörténettel, művelődéstörténettel foglalkozók mellett a szimbolika iránt érdeklődők számára is – biztos állítva, hogy a mű a hazai siker mellett komoly nemzetközi visszhangra is számíthat!

A kötet megvásárolható az OSZK könyvesboltjában, ára 4500 Ft.

Persovits József: 150 éves a Typographia 1869–2019

Kiadók, szerkesztők, nyomdászok, nyomdák

A szakmai kutatás, különösen, ha a gyökerek a régmúltban keresendők, embert próbáló feladat. Számomra is az volt a Typographia százötven évfolyamában való elmélyedés. Tettem ezt nyomdász szakmaszeretetből író-újságíró kíváncsisággal, valamint abból az alkalomból, hogy idén 150 éves a *Typographia*. És persze azért is, mert 2003–2011 között a lap főszerkesztőjeként nap mint nap együtt éltem-lélegeztem a lappal, amelyben az 1990-es évek végétől a mai napig szinte minden számában megjelent írásom.

A Typographia 1869-ben született, két évvel az 1867. évi kiegyezés, az Osztrák–Magyar Mo-

narchia létrejötte után, a magyarországi nyomdászok szervezkedésének hírvivőjeként, amely egyben az első hazai munkás szakszervezet volt a kapitalizálódás kezdetén. A nyomdászok hamar felismerték, hogy szervezkedésüket nagyban segíti egy rendszeresen megjelenő újság, amelyen keresztül egymást tájékoztatják, amely beszámol a bérvizonyokról, a szervezeti életről, és hírt ad a Monarchia-szerzte zajló nyomdászeseményekről. Az Osztrák–Magyar Monarchiától napjainkig forradalmakon, háborúkon, rendszerváltozásokon keresztül vezetett az a küzdelmes Typographia-út, amely napjainkban is tart.

(Részlet az *Előszó*ból)

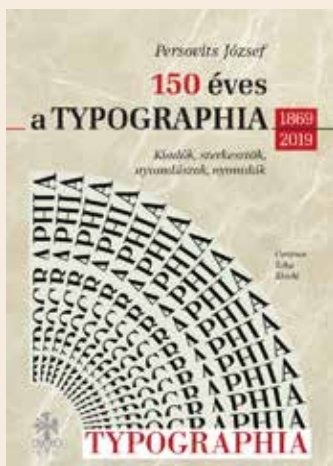
A könyv célja közreadni minden lényeges információt, amely a vállalatot, a tervezőt és a csomagolási szakembert segíti abban, hogy a csomagolás hatékony marketingeszközzé válhasson.

Részletesen leírja, hogyan kell a csomagolásokat menedzselni, vagyis bemutatja mindazon tevékenységet, amely a csomagolás kialakításával, fejlesztésével, koordinálásával, vállalati eszközként való felhasználásával és eladóhelyi funkciójával kapcsolatosan felmerül. A könyvben a fogyasztói csomagolás és annak a marketingesek számára fontos aspektusai kapnak kiemelt figyelmet. Elmagyarázza a csomagolás növekvő jelentőségét napjainkban, ismerteti kapcsolódási pontjait a vállalati területekkel, megmutatja, milyen lényeges része az identitásnak, a márkának és a termékpolitikának. Megtudhatjuk, hogyan lehet segítségével kommunikálni, és kitér kereskedelmi és eladóhelyi jelentőségére is. Átfogó ismereteket ad a csomagolástervezés és -menedzselés folyamatáról, az ötlettől a tervezésen át a piacra vezetésig. Ezután a csomagolást magát veszi górcső alá, először elemzi a szerkezeti elemeit, bemutatja miként kell a holisztikusan értelmezett csomagolásdizájnt, az érzékszervi elemeket – a formát és színt – úgy kiala-



kítani, hogy a fogyasztót hatékonyan megszólítsa. Végül a csomagoláscímekét és annak elemeit ismerteti, elemezve, hogy azok hogyan tájékoztatják és befolyásolják a grafikus, a textuális és a márkaelemek segítségével a fogyasztói döntést.

A 302 oldalas, keménytetővel ellátott könyv a Kossuth Kiadó gondozásában jelent meg.



Kiadó: Optima Téka Kiadó

Alak: B/5, 124 oldal

Ára: 2500 Ft

Kapható: Írók Boltja (1061 Bp., Andrássy út 45.), az NYDSZ és a PNYME titkárságon