



EREDETI NYOMTATVÁNYOK.

IRTA NÁDOR LAJOS.

»Változnak az idők s változnak az igények.« Így lehetne a jól ismert közmondást megváltoztatni. S a nyomdászat legjobban megérezte e mondás igazságát. Hol van az a patriarkális jó idő, midőn a szedő kezébe adták a feldolgozandó munkát s az jól-rosszul, a rendelkezésére álló anyaggal, izlést, műérzékkel nélkülözve — elkészítette azt.

Bezzeg korunk e téren is sokkal követelőbb lett, s ma már a megrendelő jó izlést, ügyes elrendezést, szép és legfőképen hatásos munkát követel a nyomdától. A szedőnek most sokkal nehezebb a hivatása, ma *eredeti* eszmén kell törnie a fejét, hogy abból vázlatot készítsen.

Manapság, midőn külföldön az üzleti életnek hatalmas arányokban való kifejlődését a minél *eredetibb* és a közönség érdeklődését már első pillanatban felkeltő reklám képezi, nekünk is versenyt kell tartanunk a civilizált államok e téren már eddig is kifejtett művészi törekvéseivel. És ez egyik alkalmas tényező volt arra, hogy a könyvnyomtató-sajtó az iparosvilág vezető elemévé lett s évről-évre nagyobb tért hódít. Ha egyik kisebb külföldi kereskedőváros utcáin mint figyelmes szemlélők

sétálunk végig, szinte akaratlanul, mintegy rá vagyunk kényszerítve, hogy tudomást szerezzünk arról, mikép ez vagy az a felebarátunk van egyedül abban a szerencsében, hogy a t. cz. közönségnek a legjobb és leghamisíttatlanabb árúját szives figyelmébe ajánlhassa.

Az egyik hirdető-oszlop hatalmas plakátján egy töről metszett betőrő után szalad a rendőr, nyomában az üldöző tömeggel. Ezen a plakáton nagy betűk jelzik:

TOLVAJ!

ki saját tárczáját lopja meg, ha bevásárlás előtt meg nem tekinti a modern kornak megfelelően berendezett üzletemet stb. stb.

Vagy például:

INGYEN hangverseny van minden nap d. u., saját termésű **BOR**

és kitünő ételekben való legnagyobb stb.

és ezeken a plakáton egy csapra vert hordó van hatalmas konturokban festve, mely körül a szomjas emberiség esdő pillanatokkal várja az enyhét adó nedűt.

Persze a plakátrajzokban a szecsessziós irány az uralkodó, erős vonalú vázlatokkal s a színekben az élesebb árnyéklátúak vannak felhasználva, melyek rögtön szembetűnnek s már mesziről felkeltik a közönség figyelmét.

Minden szabad tér, minden alkalmas hely Reklám asszony-ság birodalmát képezi.

Ha az utczák vásári zsibajából a zöld pázsitos helyekre, vagy a vadregényes sziklák közé menekülünk, mindenütt velünk van ő s talán a viszhang is azt kiáltja vissza: »Mégis csak legjobb az N. N. czég által gyártott szappan!«

Egyszóval már annyira ki van meritve a reklám, hogy korunkban, a villanyosság századában már csak *credetivel* és művészileg konstruált hirdetésekkel vagyunk képesek a közönség érdeklődését felkelteni. Az ábrázolás szintén más formákat, más eszközöket használ, az irány szintén egészen új, mely a *szeccsesszió* név alatt szerepel. S a nyomdásznak szintén szabadabb tere van, mert nincs a sorok egyenletes technikai kivitelére kényszerítve, felhasználhat minden figurális díszítést, akár a természetből veheti, stilizálhatja izlése szerint és a célnak megfelelőleg. Mindenesetre rutin, izlés és eredetiség a felfogásban és kidolgozásban játszik a főszerepet.

Álljunk csak meg valamely könyvkereskedés kirakata előtt s ha végignézzük az előttünk fekvő könyvek, röpiratok és illusztrált lapok tömegén, tekintetünk mintegy lebilincselődik a legfeltünőbb kiállítású sajtóterméken. Nagyon merész lenne az az állításunk, hogy a szemlélő a *legjobb* vagy a *legszebb* könyvet nézi, mert ha a közönség szemén néznők a kiállított termékeket, előbbi feltevésünket jogosúlnak találják.

A pórúljárt piktornak felborult festékbögréje a szétömlött vörös tócsával valamelyik jelentéktelen röpirat címlapján több néző figyelmét tudja lekötni, mint a nemes nyomdászat ifjú bajnoka legfáradságosabb műszedésével, ha abban mindjárt a stil és felfogás a legművészibb kidolgozást nyerte és a szárnyait próbálgató szedő szarkalábú »eredetiségét« nagyobb gondal iparkodnak kibetűzni, ha a címlapon még egy »szeccsessziós« szörnyeteg vagy egy szellős ruhájú hölgy teszi figyelmessé a közönséget.

Üzlet, az üzlet és újra az üzlet, s a ki legjobban kiabál, azt hallják meg legelőször. Mitsem használ az, ha morogva visszavonulunk, avagy ha elfajulásról és eltévelygésről panaszkodunk. Az idő önmagának legjobb mestere s egyesek törekvései, ha

mindjárt azoknak igazuk is van, nem tudnak az idő vaskövetkeztetésén változtatni. A mindent elnyelő, zúgó ár ellen küzdeni nemcsak lehetetlenség, hanem biztos bukása a hasztalan erőlködő egyednek. Majd eljön az az idő, midőn ebben a visszataszítónak talált rendszertelenségben az esztétikai szép és összhangzó művészet nemcsak a laikust, hanem a szakembert is lebilincseli.

De térjünk vissza előbbi könyvkiadásunkhoz s gondoljunk csak vissza arra, hogy mi kötötte le legelőbb figyelmünket. Előre bocsátottuk, hogy a laikus szemével nézzük a nyomdai termékeket, melyek a közönséges alakot mellőzve, mint eredetiek tündek fel. Ebből már levonhatjuk a hasznos tanulságot. Itt van egy könyv címlapján hatalmas zöld csillaggal vörös alapon s egész szabadon álló sorral: »A kiegyezés«. A kivétel oly szembetűnő, hogy tekintetünk akaratlanul is feléje fordul és a cél el van érve: elolvassuk a címet.

Mellette áll egy másik mű észrevétlenül, daczára annak, hogy a szedőnek több napi fáradságos munkájába került, míg a stilszerű művet befejezhette, mely a főnök, igazgató és faktor hosszas szakszerű vitatkozásai után készült csak el s íme a mű ott fekszik az üveg alatt, tekintetre sem méltatva, mert csak készítője tudja a munka értékét megbecsülni s a közönségnek nincs ideje műtanulmányokra s éppen nem tudja értékét megbecsülni. S a ki ezt csak kivételes esetnek képzei, kísértse meg egyszer maga is. Például: A *műipar* címmel készíttessen el két címlapot. Az egyik legyen teljesen stilszerű műszedés, háromszínű nyomással, figyelembe véve a nyomdai szabályoknak megfelelő körzeteket és sorrendezést. A másik címlaphoz meg bocsássuk a szedő rendelkezésére a korunknak megfelelő akcziódiszt és betűfajokat, ki szinte három színnel dolgozhatik s ki látszólag a stílussal és műszabályokkal mitse törődik, a helyett azonban fantáziával és műérzékkel bír s ennek következtében *eredeti* tud előállítani. A tisztelt fejtörő csodálkozva fogja látni, hogy melyik könyvcím nyer nagyobb tetszést: az első vagy a második.

A laikus mindaddig közönynyel fogja nézni az egyszínű, egyhangú, sablonos nyomdai termékeket, míg e közöny okát a mi szakunkban teljesen fel nem ismerik s a tisztelt szaktársak nem iparkodnak arra, hogy ne a hivatásos szakembereknek dolgozzanak, hanem — a közönségnek.

Lépjünk ki az idegölő egyhangúságból s használjuk fel a reflex-hatásokat, ellentétes színeket, hogy munkánk a szemlélőt lebilincselje. A legnehezebb műszedésű termék a laikus előtt végtelenül közönyös, ha látóérzéke nem talál azon semmi érdeket, azaz nincsenek reflexhatások, melyeket ellenőrizhet.

