

WUNDERLICH PÉTER

KÖNYVKIADÁS ÉS NYOMDÁSZAT A XXI. SZÁZADBAN

„EGY DOKUMENTARISTA SZEMÉVEL”

WUNDERLICH PÉTER

KÖNYVKIADÁS ÉS NYOMDÁSZAT

A XXI. SZÁZADBAN

„EGY DOKUMENTARISTA SZEMÉVEL”

WUNDERLICH PÉTER

KÖNYVKIADÁS ÉS NYOMDÁSZAT

A XXI. SZÁZADBAN

„EGY DOKUMENTARISTA SZEMÉVEL”

Konzulens: Prof. Dr. Habil Szépe György
Szerkesztő, lektor: Dr. Ágoston Alexandra

Grafika és tördelés: Zimmerman Zsolt
www.secret-areas.com

Copyright © Wunderlich Péter, 2012
Minden jog fenntartva!
ISBN 978-963-08-4247-1



TARTALOM

ELŐSZÓ	6
MI TÖRTÉNT A NYOMDAIPARBAN? NAGY LÉPTEKKEL...	10
A MÁSIK OLDAL... A KIADÓ	13
LÁGY HIPOTÉZIS	16
KÖNYV ÉS OLVASÓ	19
A KÖNYV KOMMUNIKÁCIÓJA	23
A KÉZIRATTÓL A NYOMDAKÉSZ ANYAGIG	26
ALKALMAZOTT STÍLUSJEGYEK	32
AZ INTERNET MEGJELENÉSE ÁTFORMÁLJA A NYOMTATOTT MÉDIÁT	38
A KIADÁS ÉS GAZDASÁGI FAKTOROK	43
A VIRTUÁLIS OLVASNIVALÓ, AZ ÚJ MÉDIA	52
MILYEN HELYET FOGLAL EL AZ E-KÖNYV AZ OLVASÁSI SZOKÁSOKBAN?	55
PRINT-ON-DEMAND AVAGY EGYKÖNYV PROJEKT	63
AZ ESPRESSO BOOK MACHINE (EBM) BEVONUL A KÖZTUDATBA	70
E-KÖNYVTÁR	75
ANALÓG ÉS DIGITÁLIS EGY TÉRBEN	80
RÉGI IDŐK, ÚJ LEHETŐSÉGEK...	85
A BLOGGER VÉLEMÉNYE	87
A SZERZŐI JOGRÓL A KÖNYVKIADÁS KONTEXTUSÁBAN	89
A KÖNYV SEMIOTIKÁJA	95
KRITIKAI REFLEXIÓK	103
KONKLÚZIÓ	113
IRODALOMJEGYZÉK	118
INTERNETES FORRÁSOK	120

ELŐSZÓ

Első könyvemhez azért ezt a témát választottam, mert műszaki szerkesztőként közel két évtizede kísérem figyelemmel az újkori technológiák által létrejött ipari forradalmat saját szakmámban, a nyomda- és kiadóiparban. Egyébként nem véletlen a hasonlat, hiszen az új technológiák megjelenését ugyanolyan értetlenség és ellenkezés fogadta, mint az ipari forradalmat kiváltó első gépeket. A gépesítés – modernizáció – miatt ismét többen elvesztették állásukat, nincs szükség annyi kétkezi munkára, mint a gépek térhódítását megelőzően volt. Csak néhány a megszűnt nyomdai szakmák közül: zárómester, betűszedő, fényszedő, levilágító, montírozó, berakónő.

A változásokat ebben a fejlesztésekben rendkívül termékeny időszakban nem csak figyelemmel kísértem, hanem nyomdásztanuló inasként kezdve a szakmát, a ranglétrát a Victoria tégelysajtótól – a korábbi Tolnay utcai tanműhelyben voltak ilyen gépek – a kiadói vezérigazgatói beosztásig végigjárva szinte minden gyakorlati és szellemi munkakörbe betekintést nyertem, és sok tapasztalatot szereztem. Abban az időszakban lettem magasnyomó gépmester, amikor ez a szakma még előke-

lő státusszal rendelkezett. Első munkahelyem az Aradi utcában működő, de azóta már lebontott Globus Nyomda volt.¹

Az újkori gépek, hasonlóan a korabeli gőzgépekhez, munkahelyeket és költséget spórolnak meg a nyomdaiparban a munkáltató tulajdonos számára, ezen felül lehetővé teszik a gyorsabb és jobb minőségű termelést. Aki helyt akar állni, annak folyamatos fejlődésre, tanulásra, átképzésre van szüksége. Sajnos nem minden cég választja az átképzés költséges folyamatát. Ahogy azt már többen is kijelentették, és a saját bőrömön is megtapasztaltam: az élethosszig tanulás időszakát éljük ma. Nem lehet „egy adott egység” valamikor megszerzett tudással sokáig elvegetálni. Figyelni kell a változásokat, mindig előre kell gondolkodni.

Ezt a könyvet azért írtam meg, mert szakmai kutatásaim közben nem találtam olyan írást, amely egyszerűen, akár a nem hozzáértők számára is érthetően rávilágítana egy 500 éves szakma, a nyomdaipar, és a még régebbi könyvkiadás színpad mögötti epizódjaira, válságaira, sikereire, és jövőbeni esetleges perspektíváira. A sok, csupán száraz adatokra támaszkodó, vagy éppen „önismétlő” írás tanulmányozása pedig nem kelti fel figyelmünket a nyomdászat és a kiadói világ megismerése iránt.

Egy olyan információ-gyűjteményt állítottam össze, amelyben (reményeim szerint) nem mélyedek el az unalom szintjéig egy-egy témakörben, hanem inkább átfogó képet kívánok nyújtani a szakmáról. Kerülni akartam a kutatómunka során minden olyan, a végtelenségig elcsépelet frázist, amely a

¹ Az Aradi utca 8-10. szám alatt működő nyomdát már lebontották, helyén ma parkolóház üzemel. A 80'-as években a bakelit hanglemezek borítóinak nagy része ebben az üzemben készült.

szakkönyvekben olvasható ugyanazon eseményekre vagy adatokra támaszkodik.

Unalmasnak találok a sok elnyűtt vitát a digitális forradalom hatásairól és az e-könyvről. A közhelyeket és a tudományoskodást inkább azokra hagyom, akik ahhoz értenek. Reményeim szerint ez a tanulmány őszinte, könnyen befogadható olvasmány. Olyan személyek vélekedéseit, írásaik által bennem megfogalmazódott gondolatokat – és persze szükségszerűen, de kevés statisztikai adatot – osztok meg a továbbiakban az olvasóval, akik számomra kézzelfogható eredményeket értek el a szakmám, a könyvkészítés dicséretére. Gutenbergtől a mai nyomdászokig, Thienemann Tivadar irodalomtörténész, Marshall McLuhan, Jason Epstein, Umberto Eco, Kis Ádám, Voigt Vilmos, és még sok általam igen tisztelt szerző írásaiból szerzett tudással gyúrtam össze saját gondolataimat.

Legfőbb kutatási területem a könyv szemiotikája. A könyv szemiotikai vizsgálata Szépe György professor és Kroó Katalin szerint egy teljesen új színfolt a szakmai tanulmányok között. Ez a szakmai gyűjtemény ennek megfelelően tartalmaz olyan fejezetet is, amely a könyv szemiotikai kontextusát taglalja. Egyrészt tanulmánykötet, másrészt praktikus szakmai áttekintés.

A könyv Szépe György szakmai vezetésével készült, ami számomra a legnagyobb elismerést jelenti, hiszen a professzor úr nem csupán ösztönzött a könyv megírására, új utak keresésére, hanem baráti tanácsaival és modern látásmódjával aktív segítséget nyújtott a témakörök kiterjesztésében.

Igyekeztem ellensúlyozni a szubjektív megközelítést a kritikai reflexió fejezettel is, amiben Eiler Emil reagál a dolgo-

zatra olyan kérdésekkel, melyek rávilágítanak a gazdasági érdekek és a szép könyv szeretete közt tapintható feszültségekre.

Kroó Katalin szerint ennek a témának tudományos kifejtása is lehet a jelek mediális átalakításának és a fordítás kérdésének a tanulmányozásával. A borító és a design az nem más, mint a könyv tartalmának más médiumba történő speciális átfordítási sorozata (érdeemes jelkomplexumról beszélni, és a kritikai megjegyzésekben a jeltranszformáció is fontos fogalom). Így a jövőben tudományos kutatást kívánok folytatni ebben az irányban, megkísérlem ezeket a területeket is feltárni, elméletileg megalapozni.

MI TÖRTÉNT A NYOMDAIPARBAN? NAGY LÉPTEKKEL...

A nyomdaipar és a kiadók fejlődési motorja – hasonlóan a többi hagyományos iparágéhoz – kezdetekben az emberi tudás és készség volt. A manufaktúrákban még a mester adta át tudását a következő nemzedéknek, kiegészítve mindazt saját tapasztalataival. Ennek köszönhetően - a lehetőségekhez képest- lassan a tökéletességig csiszolódtak egyes praktikák.

A könyv maga nem lett fejlettebb, csak a technika fejlődött. Ahogy Umberto Eco írta: a könyvnél nincs funkcionálisan jobb könyv, mint ahogy a kanálnál sincs jobb kanál.² Ami engem igazán érdekel, az a közel 500 éves mozdulatlanság után bekövetkezett, az 1980-as években megkezdődött nagyszabású fejlesztés. Az újkor fejlesztései, technikai maguk alá gyűrték a megelőző több mint fél évezredig csak kisebb léptékekkel fejlődő, de alapjaitól nem elrugaszkodó „hagyományos” nyomdaipart.

A rendszerváltást követően, a nyugat felé nyitva hagyott ajtón kitekintve rádöbbenünk, hogy nem is vagyunk

2 Jean-Claude Carrière, Umberto Eco: Ne remélje, hogy megszabadul a könyvektől. Európa Kiadó, 2010.

annyira lemaradva, mint ahogy azt elképzeltük. Ez főként annak köszönhető, hogy a korszerű nyugati nyomógépek számkra is megkerülhetetlenek voltak. Emlékszem, a Magyar Posta házi nyomdájában talákoztam egy orosz nyomdagép-próbálkozással, amit akkor – a vezető gépmester elmondása szerint – kötelező volt megvásárolni a „nagy testvértől”. De minőségi nyomat előállítására alkalmatlan volt, ezért inkább nem is használták. Talán a hasonló, soha nem kimondott tapasztalatok miatt vásárolhattak a nyomdák nyugatról is gépeket. Azt csak mellékesen jegyzem meg, hogy a legtöbb nyomdában a gépek átlagos életkora 20-40 év volt, az akkoriban teljesen normálisnak számított.

A magasnyomtatás megszűnése elkerülhetetlen volt, ugyanis tarthatatlanná vált az az állapot, hogy egy könyv elkészítése 3-6 hónapig is tartott. Gondoljunk csak bele! Ma már egy nyomda 6000 darab keményfedeles könyvet akár 5-8 munkanap alatt is le tud gyártani. Ez ólom, linoszedéssel vagy lemezekkel lehetetlen lenne. Nem szándékom minden olyan változásra kitérni, amit forradalminak neveztek, azután csak 5-10 évet élt meg, ezek a technológiák is az elavulás gyorsaságának áldozatai lettek.

1990 után újfajta vállalkozói szemlélet jelent meg a piacon. A privatizációt követően a nagy állami nyomdák – amelyek egyébként komoly nemzetközi hírnévnek örvendtek, és nemzedékek, többgenerációs nyomdászok nevelkedtek fel bennük – megszűntek.

Egyes nyomdákat lelkiismeretlen profit-vállalkozók tettek tönkre, másokat a hozzá nem értés vitt csődbe. Még 2010-ben is hallatszott valaha nagynevű vállalatok romba dőlésének

a zaja, a nosztalgiával visszaemlékező, ott évtizedekig dolgozók elbeszélései nyomán. De mégis megtörtént.

Az újfajta struktúra megjelenése a letisztulási időszakot követően új gépparkot, új technológiát hozott. Megindult a verseny a szabad piacon. A sikeresen szelektálódott nyomdavállalatokhoz fordulunk bizalommal, ha jó minőségű nyomtatott könyvre van szükségünk.

A MÁSIK OLDAL... A KIADÓ

A nyomdai oldalon kezdtem el dolgozni 1987-ben, sokáig ügyeltem a megrendelők igényeire, így kiadóként nem volt nehéz hozzászoknom a közös munkához a nyomdákkal. Hátam mögött a sokéves nyomdai tapasztalattal, sokkal könnyebb volt érvényesíteni a kiadói igényeket.

Ma a kiadókban nagy szükség van nyomdai ismeretekkel rendelkező dörzsölt szakemberre, aki tulajdonképpen a nyomda és a kiadó közötti közvetlen kommunikációért felel; szaktudása a könyvek elkészültekor komoly hozzáadott értéket képvisel. A nyomdai produkciós szakember feladata a kapcsolattartás a nyomdákkal, a gyártókkal. De ez a sablonos definíció nem fedi a szakma lényegét. A produkciós szakember gondozza a kiadványt, felel a minőségért. Fejleszt, alkot, ha így jobban tetszik.

Ebből adódóan nagyon fontos a mély empátia, a kommunikációs, probléma-megoldási, kísérletezési és a kezdeményezési készség. Utóbbi képesség akkor sikeres, ha például sikerül rávenni egy alvállalkozó nyomdát a költséges tesztelési folyamatra, ha valamelyik kiadvány borítója nem standard

felületnemesítést igényel. Ez mindkettőjük hasznára válik, de költség mégiscsak keletkezik, amit egyik fél sem szeretne kifizetni.

A jó kommunikációs készség egyéb esetben akkor mutatkozik sikeresnek, ha például egy reklamációs tárgyalást követően mind a nyomda, mind a kiadó a lehetőségekhez képest elégedett marad, s a képviselt kiadó érdekei érvényesülnek. Nem térek ki konkrét ügyekre, hiszen minden eset egyedi, ráadásul elhatároztam, soha nem mondom azt, hogy én már mindenféle reklamációval találkoztam, mert akkor többnyire érkezik egy olyan eset, ami komoly kihívást jelent mire megoldom, vagy magyarázatot találok rá.

Mondjuk ki: mindig van új a nap alatt! Fontos a jó és gyors reakció annak érdekében, hogy a képviselt kiadó a legkevesebb anyagi és presztízsveszteséget szenvedje el. A nyomdai reklamációk kezelése – egy bizonyos érték fölött – tulajdonképpen „válságkommunikáció”, annak minden ismert jellemzőjével. Nem vagyok válságzakértő, de tapasztalataim alapján adok három nagyon gyakorlatias tanácsot, amivel sikeresebben elkerülhető vagy kezelhető a reklamáció:

Ne dolgozz olyan alvállalkozóval, akiben nem bízol, hiába olcsóbb, mint a másik! Ne ess pánikba, ha megkapod a reklamációt, azonnali állásfoglalás helyett inkább kérj időt, hogy kivizsgáld, mi történhetett! Legyél következetes és tényszerű a megállapításaidal! Akkor sikeresen tudsz tárgyalni reklamáció esetén. Azok, az egyébként általam már kvalifikált alvállalkozók is hibáznak, akikkel együtt dolgozom, de nem mindegy, milyen felelősséggel kezelik az adott problémát, és milyen hangulatban folyik a párbeszéd.

Számtalan szempontot figyelembe kell venni a döntések-nél, mert a kiadvány jellege, aktualitása a döntő szempont. Mint a kiadó érdekeit képviselő szakember elsősorban a közös konszenzusra törekszem reklamáció esetén, de ésszerűen érvelek a nyomda mellett is, ha igazoltnak látom állításait. A reklamációkezelésnek nincs bevált képlete, vonalzója, mértékegysége vagy olyan szakirodalma, amiből megtanulható, hogyan kell azt csinálni. Készíthetnek egyes szakértők szép folyamatábrákat, és hivatkozhatnak különféle minőségbiztosítási rendszerekre, nem születik belőlük megállapodás a fentiekben felsorolt készségek, és főleg a szakmai tapasztalat nélkül.

Komoly szakértelem és kiemelten jó tárgyalási készség, empátia szükséges a probléma megoldásához. Csak mérési eredményekkel is alátámasztott érvekkel szabad indokolni, mert sok esetben még azt is vitatják, ami alapvető, de nem azért, mert a posztstrukturalista filozófia követői. Főként a nemzetközi kereskedelemben nehéz érvényesíteni vagy elutasítani reklamációt, mert például német bíróságon bonyolult és költséges dolog pert nyerni német céggel szemben.

A kiadó érdeke, hogy a kiadvány a legolcsóbban, a lehető legjobb minőségben, a leggyorsabban, mindenképpen a kívánt időpontban a polcra kerüljön. A műszaki szerkesztő ebben az esetben persze nem csak a nyomdát kontrollálja, hanem a kiadót is tartja, informálja az olyan dolgokról, mint technológiai, átfutási idő, száradás, stb. Aztán persze úgyis eléri a nyomdánál a korábbi szállítást, a nyomda pedig úgyis elkészíti időre a könyveket. Nagyon szép dolog, hogy a nyomda és a kiadó évszázadok óta inspirálja egymást a fejlődésre, egészséges szimbiózisban élnek. Egy csónakban eveznek...

LÁGY HIPOTÉZIS

A következőkben kicsit elkalandozom az általánosságok felé, mert szükségesnek tartom valamiféle hipotézis felállítását ahhoz, hogy a későbbiekben értelmet nyerjen, miért magyarázok alaposabban vagy kevésbé részletesen bizonyos témaköröket.

Az elektronikus könyv megjelenése, a nyomda és kiadóvilág gyökeres átalakulása ma már nem feltételezgetés vagy valami misztikus távoli dolog. Az elektronikus könyv megjelenése évszázados berögződéseket állított a feje tetejére. Ma ez a könyvtípus létezik, létjogosultsága a kereskedelmi adatok szerint bizonyított; s óriási kereslet van rá egyes országokban. Az újabbnál újabb elektronikai eszközök megjelenése magával vonzza a digitalizált könyvek, kiadványok terjesztését.

Jogosan vetődik fel sok fórumon a kérdés, amivel én magam is foglalkozom egy ideje, miszerint az internet és internetes eszközök valóban átveszik-e a nyomdászat szerepét. A hibrid vagy digitális nyomógépek piachódítása sikeres lesz a hagyományos nyomdagépekkel szemben? Ebben a kontextusban csak az íves nyomógépekre gondolok, a rotációs nyomógép egy másik fejezet. Csakugyan létrejön a Marshall McLuhan által előre-

vetített változás?³ Megszámlálhatatlan cikk foglalkozik azzal a feltevéssel, hogy vajon mennyiben befolyásolja a hagyományos könyv egyeduralmát az elektronikus könyv, és a vele együtt kifejlesztett technikák berobbanása a köztudatba.

Jegyezzük meg ennél a résznél, hogy a digitális térhódítás nem lett olyan nagymértékű 2012-re, mint ahogy azt korábban prognosztizálták, illetve nem mutatható ki határozottan erre vonatkozható visszaesés a hagyományos úton előállított könyvnél. Ráadásul a digitalizált könyv fogalmával együtt lett prioritás a szerzői jogok védelmének fontossága az ismert okok miatt. Sok évig tartó kísérletezés után az e-könyvek világa drámai növekedésre lesz képes. Egyrészt örömmel tekintünk erre a tényre, másrészt figyelemmel kell kísérnünk az e-könyv körül bábáskodó intézmények tevékenységét, mert azok nem feltétlenül fogják az olvasók, szerzők és terjesztők jogait és elvárásait tiszteletben tartani, mint ahogy azt a nyomtatott könyv esetében generációkon át felépítették és megvédték.⁴

A szerkesztőségek hogyan képesek befogadni az új eszközöket, amelyek sok esetben feleslegessé teszik egyes szakemberek munkáját? Létfontosságú lehet, hogy milyen módon kommunikálják a vevőknek a bővülő portfóliót. Több olyan tényező szerepel ebben a témakörben, ami a folyamatos fejlődés miatt szinte havonta stratégiai újrakonstruálásra készíti a kiadó- és nyomdaipart. Annak a vállalkozásnak, amelyik

3 Marshall McLuhan: A Gutenberg-galaxis. A tipográfiai ember létrejötte. Trezor Kiadó. Budapest. 2001.

4 Koltay Tibor: E-könyvek, technológia és birtoklás. In: Médiakutató XI. évfolyam 3 szám. Médiakutató Alapítvány. Budapest. 2010

a nyomdaiparban vagy a kiadóiparban akar maradni a következő évtizedben is, figyelnie kell, előre gondolkodnia, és alkalomadtán újfajta konstrukciókat kitalálni, fejlesztésekbe kezdeni.

KÖNYV ÉS OLVASÓ

Mi számít könyvnek? A kartonfedeles ponyvaregények, tankönyvek, főiskolai jegyzetek, avagy a míves dombornyomású, prégelt borítóval készült, gondosan megmunkált „cérnafűzött keménytáblás” könyvek?

A könyvet megszámlálhatatlan definícióval lehet ellátni: lehet szellemi vagy irodalmi ereklye, kulturális örökség, ajándéktárgy. Létezik a könyvre egy statisztikai definíció is, de azt nem tartom helytállóknak, mert vannak olyan kiadványok, melyek bár könyvnek számítanak, nem vonatkoztatható rájuk a megadott meghatározások egyike sem.⁵

Hallani olyan esetekről is, amikor a könyv vásárlója, vagy a vásárló belsőépítész csupán társadalmi státuszát impelikálva választja ki a méregdrága antik könyvsorozatokat a polc színéhez és a szoba bútorzatához igazodva.

A könyv a jelenkorban még egy fontos, de az olvasó szempontjából nem feltétlenül szimpatikus tulajdonsággal gaz-

5 1) nyomdai vagy más sokszorosítási eljárással készült; 2) legalább 49 oldal, szerepel a Magyar Nemzeti Bibliográfiában; 3) megjelenése nem periodikus; 4) a közönység számára hozzáférhető.

dagodott. A kulturális vonatkozások mellett, azokkal leginkább ellentétben, a gazdaságosság és a profit is fontos tényezővé vált. Emiatt a kiadó gyakran arra kényszerül, hogy a gyártási költségeket lefaragja, aminek következménye a gyengébb minőségű kiadvány. A könyv tartóssága több évszázadon keresztül a legfontosabb tulajdonságai közé tartozott. Hiszen a kultúrát hagyományozták ránk bennük, minden tartalmukkal és külsődleges jegyeikkel együtt. A külső jegyek vizsgálata művészettörténeti szempontból nekem különösen érdekes, hiszen a könyv kommunikációjának szerves része, ami az én tudományos vizsgálódásom kiemelt tárgyát képezi.

A tartalomra visszatérve, nagy vonalakban tekintsük át a történelmet!

A középkor folyamán írni-olvasni eleinte főleg csak a klérus tudott, és azt is leginkább latin nyelven, legalábbis abban a nyugati európai kulturális zónában, ahova mi is tartozunk. Nem csoda, hogy a nép a „nyelvlერajzolásában” egyházi kiváltságot látott, ami a vallásos misztériumok ápolásához volt hasonló.

Az sem véletlen, hogy a könyvnyomtatás a Biblia szövegére áhítózó vallásos ügye volt. A reformáció szövetséget kötött a fiatal könyvnyomtatással; a nyomtatott betű tudatos felhasználásával jelent meg a színtéren. Luther szerint Gutenberg nagyobb hála kötelezte az emberiséget, mint bárki emberfia.⁶

Az 1500-as évektől kezdve a könyvnyomtatás és reformáció hatására az emberekben mindinkább kialakult az igény

6 Thienemann Tivadar: Irodalomtörténeti alapfogalmak. Danubia Könyvkiadó. Budapest. 1931. p. 76–78.

az olvasás elsajátítására. A XVII. századtól kezdődően már az iskolákban is nagyobb gondot fordítottak az olvasás és írás oktatására, ennek köszönhetően Európában csökkent az analfabéták száma, és az olvasás egyre szélesebb körökben vált a szabadidő eltöltésének egyik formájává.⁷ A legszegényebb réteghez tartozóknak a XIX. századtól nyílt lehetőségük arra, hogy olvassanak és könyvet vegyenek maguknak. Az írásbeliség rohamos előrehaladása maga után vonta az írás-olvasás külső formáinak átalakulását.

A folytonos gyakorlat és az egyre növekvő kelendőség, mint minden más téren, az írás-olvasás terén is gyorsabb, ügyesebb módszerekhez vezetett. Mindenekelőtt átalakultak az írás anyagai. A papír a pergamennel ellentétben megfizethetőbb, de nem olyan időtálló, ezáltal olcsóbbá, romlandó tömegcikké teszi az írott munkát. Így azonban a tömegek számára elérhetővé tehető az információ.⁸

George P. Landow véleménye szerint a hipertext és a digitalizált tér okozta legjelentősebb változás az új információs technika demokratizáló hatása.⁹ A kéziratról a nyomtatás kultúrájára való áttérés elsöpörte az „udvarias, előkelő, a királyi udvarok körül kibontakozott kultúra régi rendszerét”, és felváltotta egy új, nyomtatáson alapuló, piacorientált demokratikus írásrendszer, melynek alapvető értékeit ugyan nem a nyomtatás módja határozza meg, közvetve azonban mégis nyomtatási vi-

7 Sári Zsófia: *Olvadás, mint betegség*. Szegedi Tudományegyetem. 2008. 2. p.

8 Thienemann Tivadar: i.m., pp. 80–86.

9 George P. Landow: *Hypertextuális Derrida*, posztstrukturalista Nelson, John Hopkins University Press. 1992.

szonyokhoz kapcsolódik.¹⁰ Ennél a résznél fontos megemlíteni a párhuzamot az internet elterjedésével, mert az internet által vált az információ bőségessé, viszont a minősége rosszabbá. Ma már nem az információt birtokló van előnyben, hanem az, aki a fontos információt el tudja választani a feleslegestől. A szelektálásra máris alkottak egy új szót: targetálás. A targetálás a célzott, tudatos keresés és szűrés folyamatát jelenti. A demokratikusabbnak nevezett, viszont nem szelektált információdömping viszont ma javarészt a populáris kultúra és a magaskultúra közötti feszültségekről szól.

10 Kernan, Alvin. *Printing Technology, Letters & Samuel Johnson*. Princeton: Princeton University Press, 1987.

A KÖNYV KOMMUNIKÁCIÓJA

A könyv a tulajdonságai, a tartalma és a külleme miatt kommunikációs eszköz is. A könyvvel többek között kommunikálhatjuk kulturális, földrajzi, szociális helyzetünket, társadalmi státuszunkat. Multikulturális vonatkozásban is prioritás ennek a funkciónak a megértése. Az alábbiakban erre sorolok fel néhány jellemző példát.

Mi sem bizonyítja jobban a minőségre való igényt, mint az, amikor a könyvet reprezentatív funkciója miatt használják. Ünnepi célra kézzel készítik, bőrrel kötve, száz éves technikákat alkalmazva. A nyomdák kézi műhelyében többször láttam már ilyet elkészülni. Nagy, vaskos, gazdagon díszített egyedi példányok. Gyakran ajándékoznak ilyet diplomáciai körökben, vagy fontosabb nemzetközi üzleti környezetben. A nagy nyomdákban mind a mai napig kézzel készítik ezeket a könyveket, akár kecskebőrökötésben, különleges díszítéssel, igény szerint.

A könyv kiválóan alkalmas arra is, hogy szubkultúrák, kulturális, vallási és egyéb közösségek fejezzék ki vele identitásukat, hovatartozásukat. A könyv képes arra, hogy kulturális keresztmetszetet adjon egy adott közösség életéről, történelméről.

Használják a könyvet több rituálé központi kellékeként is, ilyen például a Biblia használata a mise alkalmával. A szertartást vezető személy ilyenkor a Könyvet használja, olvas belőle, idéz, vagy keres benne, a rituáléban résztvevők pedig ájtatosan hallgatják vagy kántálják.

A könyv reprezentatív használata annyiban különbözik a rituálistól, hogy kelléke bizonyos szertartásoknak, de konkrétan nem használják. Például a szabadkőművességben, összejövetelek alkalmával az asztalon van valamely Szent Törvénykönyv (Európában a Biblia), de nem idéznek vagy olvasnak belőle a szertartás folyamán.

A történelem során többször is előfordult, ezért külön érdemes megemlítenem a könyvégetési szertartást. Az uralkodó rendszernek nem tetsző könyvek nagy nyilvánosság előtti elégetésével mintegy lezárnak egy régi korszakot, és nyitnak egy újat. A könyvek elégetésével csillapodnak az érzelmi viharok, tulajdonképpen szimbolikusan megsemmisítik a múltat, annak minden értékével együtt. Ha könyvet égetnek el tartalma miatt, azzal elégetik a nem tetsző nézeteket, beállítottságokat, régi értékeket, kultúrát, vagyis ez az aktus erősen szimbolikus hatású. A maja civilizáció kódexeinek elégetésétől kezdve a talán időbeli közelségből adódóan hírhedtebb náci könyvégetéseken át a mai korban is számtalan példát találunk ennek a rituálének a jelenlétére és szimbolikus erejére.¹¹

A könyveknek az ilyen okok miatt van látens mágikus hatása. Az a könyv, amelyet bizonyos jelstruktúrát és jelentéshalmazt hordozó szimbólumokkal látnak el, az alkalmas arra,

11 Benedek Szabolcs: Könyvtárak és könyvégetések, In: Fordulópont. Budapest. 2005. (7. évf.) 28. sz. 43-49. p.

hogy érzelmeket ébresszen az arra fogékony emberekben; erre részletesebben kitérek majd a szemiotikai fejezetben.

A könyv, az írás ősi tudás hordozója, sőt, akár tartalma által isteni eredetű is. Mi több, mágikus jelleggel bírhat bizonyos felkészültséggel rendelkezők számára. Vegyük például a bírósági tárgyalásokon a tanúk meghallgatásakor napjainkban is egyik legmeghatározóbb szimbolikus rituálét, bizonyos országokban a Bibliára tett eskütételt! Elgondolkodtató, hogy egy könyvnek milyen ereje és hatása van a lelkiismeretre és a viselkedésünkre, pedig látszólag csak egy könyv, papírlapokból összefűzött, írásjeleket és ábrákat tartalmazó tárgy. Természetesen mindez a befogadás minőségétől függ. Vajon az olvasó szívesen érintene-e meg egy olyan könyvet, amelyről azt állítják, hogy sötét szándékot képvisel a tartalma? Nagyon jó példa erre a Harry Potter történetében a gonoszt megtestesítő könyv, amibe egy méregfogat szúrva megölik a gonosz egy részét. Nem véletlen a könyv szerepe. Pozitív példa viszont, amikor sokan meg akarják érinteni azt a könyvet, melyet isteni eredetűnek tartanak.

Vajon egy elektronikus eszközön megjelenő, minden külsőségtől lecsupaszított digitalizált tartalom is lehet hasonló hatással az emberre? Ha zenél, vagy bármi extra effekt lejátszására is képes, ahhoz még hosszú időnek kell eltelnie, amíg elfogadott lesz vallási ereklyeként, és kiváltja a könyv funkcióit.

A KÉZIRATTÓL A NYOMDAKÉSZ ANYAGIG

Az olvasó, a könyvtáros, a kiadó, az illusztrátor, a szerkesztő, a műszaki szerkesztő, a gépmester és a könyvkötő, mind más-más szemszögből szemléli a könyvet. Egy könyv létrejöttéhez sok képzett szakember munkája szükséges. Az elkészülési folyamat lépései megkerülhetetlenek jelentős minőségvesztés nélkül. Az alábbiakban felsorolandó gyártási állomásokon át épül fel a tartalom és a forma ahhoz a mondanivalóhoz, amit a szerző vagy alkotó kíván sokak számára elérhetővé tenni; a sokszorosítás és terjesztés útján.

A szakemberek a sokéves szakmai hagyományokat és a legújabb kori igényeket is szem előtt tartják az alkotási folyamat során. Hiszen az igényes tartalom előállításához elkerülhetetlen a legújabb nyelvtani szabályok ismerete, akárcsak a „dizájn”, a papír és formátum kiválasztáshoz az újkori technológiák számbavétele.

Minden könyvtervezés első kérdése a tartalom ismeretében, milyen legyen a könyv műszaki felépítése. Rögzíteni kell az alap specifikációkat, azután határozzuk meg a további részleteket. Ez az érvényes sorrend, annak ellenére, hogy már az alak

meghatározásakor nagy körvonalakban van elképzelésünk az egész megformálásáról, mert a könyv minden alkotóeleme kölcsönös függésben van egymással.¹²

A kézirat kiválasztásával kezdődhet a tartalom feldolgozása, a könyvkészítés folyamata. A kézirat általában egy megformázásra, átalakításra, gyakran teljes újrafogalmazásra, újraalkotásra váró szöveg. A kézirat állapotában a legtöbb írás még meglehetősen szűk réteg számára megérthető vagy olvasható, mert a szerző általában saját szavait és köznapi kifejezéseit, nyelvezetét integrálja a szövegbe, ami nem nevezhető közérthetőnek, általánosnak, de mint individuum, saját alkotás, ragaszkodik annak sértetlenségéhez.

A szerzőnek szubjektív elfogult rálátása van a műre, ehhez kell egy független, nyelvtanban és nyelvhasználatban jártas szerkesztő, aki „átalkotja” a művet.¹³

Az idegen nyelvből készült fordítások is nyers kéziratnak számítanak, ekként is kezelendő, hiszen a fordító ebben az esetben a magyar szöveg megalkotója, ugyanazokkal a nyelvtani és stilisztikai hibalehetőségekkel, mintha egy új mű szerzője lenne. Persze vannak kivételek, mint a neves műfordító és író, Tótfalusi István, akinek a fordítása olyan magas minőségű, hogy nincs mit szerkeszteni az általa feldolgozott szövegben. Mind nyelvtanilag, mind szintaktikai szempontok szerint helyes, ráadásul tartalmazza azokat a vélhető hangulatelemeket, melyeket az eredeti mű sugall.

12 Albert Kapr: Könyvtervezés, könyvművészet. Műszaki Könyvkiadó. 1971. Budapest. 11 p.

13 Remeczné Komár Gabriella: A szerkesztés folyamata, a kiadói munka kihívásai. Dolgozat. 2008. Kolozsvár

A korai időszakokban a modernebb nyomdászat megjelenése előtti időkben, az írásokat a hétköznapi emberek nem egyedül, maguk olvasták, hanem társaságban felolvasták számukra az írástudók. Ekkor azért nem volt zavaró az esetlegesen pontatlan szövegezés, mert a felolvasó személye: retorikai képessége, saját kifejezési, előadási módja ezeket a hibákat elfedte. Az írott munka eredetileg diktálva készült és felolvasásra volt szánva. Ez a kezdetekben csak hallgató közönség idővel, az írás fejlődésével, olvasó közösséggé alakult át.

Ma már el sem tudjuk képzelni, milyen forradalmat jelentett az irodalom fejlődésében, a stílusnak milyen változásait vonta maga után az a körülmény, hogy a hallgató-közönség olvasó-közösséggé alakult, és maga vette kézbe az irodalmi munkát. Ez előjátéka annak a nagy revolúciónak, amit a könyvnyomtatás idézett elő.¹⁴ Nietzsche gyakran kritizálta a magában olvasó embert. Sápadt, görnyedt, magának való emberként vizionálta. Ártalmasnak találta a folyamatot, ami során egyre több ember választhatja a magányos olvasást a társas tevékenységek helyett. Nem kétséges, az írás hasonlíthatatlanul szegényebb kifejezőeszköz, mint az élő szó, és soha nem tudja rögzíteni a nyelvi kifejezés szubjektív árnyalatait és imponderabilitásait, melyek a hangsúlyban és hanghordozásban, a hang intenzitásában, melódiájában, a beszéd ritmusában, tempójában, pauzáiban, a beszélő ember egész fizikai magatartásában megnyilvánulnak.¹⁵

14 Thienemann Tivadar: i.m., pp. 109–118 p.

15 Thienemann Tivadar: i.m., pp. 70–71 p.

A témával behatóan foglalkozó irodalomtörténész, Thiene-
mann Tivadar megfogalmazása szerint gyakorlatilag egyértelmű-
vé vált, hogy a metakommunikáció és a vizuális élmény hiánya azt
okozza, hogy az olvasó számára az olvasás individuális és szubjek-
tív élmény lesz. A könyvolvasás élménye hasonló a film nézéséhez,
amelynek során a néző a saját tapasztalataival kiegészíti a látott és
hallott információkat, így válik befejezetté a mondanivaló.

Az olvasó „individuális szövegfogyasztó”, azaz az olva-
sás folyamatában csak saját „kognitív reprezentációja”, kultu-
ráltága áll rendelkezésére a megértéshez; ezért szükséges a na-
gyobb példányszámban gyártott könyvek szövegezését a „nagy
átlag nyelvére”, feltételezett szókincsére konstruálni, a logikai
kérdéseket közérthetővé tenni.

Az írást a nagyközönség számára olvasható formában
megalkotó személy a szerkesztő. Ő az a szövegformázó, aki a
szöveget a szerzővel folyamatosan egyeztetve, a szerzői sza-
badságra figyelve, de annak azért korlátokat szabva kódolja azt
mindenki által érthető formába. Más szavakkal: a szerkesztő
a szövegnek a megfelelő szimbólumokkal, kifejezésekkel való
kiegészítésével, szükség esetén átfogalmazásával, a szavak meg-
felelő sorrendbe szerkesztésével, érthetővé, olvashatóvá, élvez-
hetővé teszi azt az olvasók számára.¹⁶

Gondozza a mű kiegészítő részeit, közreműködik az il-
lusztrációk, ábrák, táblázatok kiválasztásában, elhelyezésében,
áttekinti a mű járulékos részeit („címnegyed”, tartalomjegyzék,
mutatók, jegyzetek, bibliográfia stb.).¹⁷

16 Gyurgyák János: i.m., 9–12 p.

17 <http://www.milegyek.hu/open.php?id=2464> utolsó letöltés dátuma: 2010-12-27

A szerkesztő feladata a címrendszer és a jelölések kidolgozása; egyezteteti, megbeszéli a szerzőkkel a javasolt változtatásokat. Javíttatja a tördelési és stilisztikai hibákat, átadja az előkészített kéziratot; a műszaki vezetővel karöltve gondozza a kiadvány tartalmát és küllemét. Közvetíti a szerző és a műszaki vezető elképzelései között; véleményezi a kötés és a borító terveit; ellenőrzi a kész borítót; végül imprimálja a kész nyomdai anyagot.

A megszerkesztett szöveg a tördelő kezébe kerül, aki a műszaki paraméterek ismeretében a szöveget feldolgozza. A könyv előkészítése során a tördelő és tervező feladata a kiadvány küllemének a megtervezése, a borító, a szövegtükör, a betűtípus (font) kiválasztása. Az illusztráció és a „dizájn” (amit ma már magyar műszónak tekintünk) lényegében a képzőművészetekhez (is) tartozik. Ezek a mozzanatok tolmácsolják a szöveget, vagy saját mondanivalójukat fűzik hozzá ugyanazon témához. A könyvborító tervezője alkalmazott művészeti területen dolgozik. Az ipar és a művészet viszonya a tipográfiai megformálásban leginkább iparművészet, de lehet (minden jelző nélküli) művészi teljesítmény.¹⁸

Nem ritkán pályázati munkákat kérnek be a döntéshez, mivel azokból egyértelműen kitűnik, hogy kinek az élményvilága, tapasztalati felkészültsége áll a legközelebb a kiadó elképzeléseihez. Találkoztam olyan borítóval, amelynek a tervezőjét a szerző hozta, de a kiadó úgy ítélte meg, hogy nem piacképes a terv.

Ilyen esetben a komoly érzelmi konfliktusokat kell ügyesen kezelni, hiszen az alkotó elképzeléseit és a piaci érdekeket össze kell tudni fogni. Ahogy minden festőnek van saját észre-

18 Albert Kapr: Könyvtervezés, könyvművészet. Műszaki Könyvkiadó. Budapest. 1971. p. 11.

vehető és alkotásait meghatározó stílusa, ugyanúgy egyes grafikusok munkáit is fel lehet ismerni adott stílusjegyekről. Ezért a kiadó nem egyetlen grafikkussal dolgozik. A műszaki vezető mellett művészeti vezetőt is lehet alkalmazni, aki ebben a dimenzióban a kiadó arcukat képviseli, és irányítja a grafikusokat, de ez elég költséges folyamat. Ha jó a műszaki szerkesztő, ez felesleges kiadás lenne.

A könyv tipográfiája határozza meg a könyv egészének „működését”, hangulatát. Nagy hangsúlyt kap a tartalomhoz leginkább illeszkedő betűtípusok alkalmazása. Egy rosszul kiválasztott, vagy nem megfelelő pozícióban és méretben alkalmazott betűtípus olvashatatlanná, használhatatlanná teheti a kiadványt, avagy stilisztikailag igénytelen lesz a mű külleme. A grafikai dizájn megalkotásakor tekintettel kell lenni a várható technikai elvárásokra is. A borító megtervezése, a szükséges információk és jelek integrálása a dizájnba nagyon nehéz művelet, mert igen sok múlik azon, hogy az alatt a néhány másodperc alatt, amíg a reménybeli használó tekintete a bolt könyvespolcán átsuhan, a könyv képes-e számára a megfelelő kódokat, szimbólumokat kifejezni, az érdeklődést felkelteni.

ALKALMAZOTT STÍLUSJEGYEK

A tökéletesen kivitelezett kiadvány elkészítéséhez a nyomdatechnikai és papírhordozó ismeretekkel rendelkező nyomdai produkciós szakemberrel kommunikálva meg kell keresni az optimális formátumot, nyersanyagokat, kivitelezési módot. Az optimális megjelenést ebben a kontextusban úgy értem, hogy vannak bizonyos témaköröknek bizonyos általános paraméterei, melyeket bevált alkalmazhatóságuk miatt széles körben alkalmazunk.

Egy szakkönyv esetében például fontos, hogy világosan olvasható legyen; és általában elvárás a sűrű szedés, vagy például az is, hogy a folyamatos használat miatt időtálló legyen a könyvkötészet feloldozás. Dolgoztam olyan kiadványon, aminél az volt a fejlesztőmérnök kérése, hogy ha a könyvet bármelyik oldalon kinyitja, az nyitva is maradjon. Ha ezt nem tartjuk szem előtt, használhatatlan lesz a könyv. A képekkel gazdagon illusztrált albumot általában nagyméretű, jó minőségű, vastag papírra nyomtatják, reprezentatív külleműek, és drága a nyomdai kivitelezésük.

Persze így is rendelkezésre áll az optimális papírméreteken belüli tól-ig rugalmasság, vannak rendhagyó esetek is bőven,

hiszen néhányan a kiadvány megjelenésének standardtól eltérő formájában keresik a siker kulcsát. A megfelelő erőforrással gazdálkodó kiadó presztízsokok, vagy aktuális alkalom miatt jelentet meg ilyen kiadványokat. Erre jó példa egy híres festő kiállításának alkalmából kiadott album, vagy az aukciókat megelőző katalógus. Sok esetben a kivitelezési mód és a könyv mérete már egyfajta kódok a felhasználó számára, azaz sikeres esetben a megfelelőnek látszik a várható felhasználási körülményekben.

De kicsit térjünk vissza az olvasó és a könyv kapcsolatára! A könyvnyomtatás fejlődése folyamán lezárul az a folyamat, amit indulásától figyelemmel kísértünk, és a mű „individualizálódásának” neveztünk. Az egyes könyvpéldányok, az irodalmi művek elvesztik individuális külön valóságukat.¹⁹ Miután a technológia fejlődése révén a nyomtatás megindulása után a könyvpéldány értéke nagymértékben – a folyamatot eldöntő módon – lecsökkent, a tartalom függetlenedik a hordozótól. Maga a realizált anyagi forma csak speciális esetekben szignifikáns (például számozott, különlegesen kötött, példányok kiadása, a szerző saját kezű aláírása, bejegyzése a könyvben), a műalkotás egyediesítésének, megkülönböztetésének alapja a tartalom.²⁰ Láttam olyan kiadványt, amelyet a szerző (Tandori Dezső) egyenként kézzel megrajzolt egyedi védőborítójával szerelt fel a kiadó. Persze, csak néhány tucat tiszteletpéldányt.

A könyvre sok olyan jelet tehetünk, ami azt közvetíti, hogy a tartalma értékes, ez által fejezhetjük ki egyediségét. A kiadók folyamatosan keresik a különleges, egyedibb megoldásokat. Én legutóbb egy japán kiadványt nézegetve kértem

19 Thienemann Tivadar: i.m., pp. 145–148.

20 Kis Ádám: Szöveg a digitális térben. 2008. Bicske. 33 p.

el a tulajdonos legnagyobb megrökönyödésére a reklámcélból belerakott, könyvlapra felhúzzható könyvjelzőt, mert itthoni alkalmazására nem láttam példát.

A könyvek tényleges értéke a könnyen megvalósítható sokszorosíthatóság miatt valóban lecsökkent; és többé már nem lesznek a nyomdászat előtti időkre jellemzően, minden könyvnek személyes vonatkozásai. Az e-könyvek esetében például nem történik minimális minőségvesztés sem a sokszorosítás során. Minden darab teljesen egyforma. A XVI. században a könyvkiadás, a lapkiadás és a nyomda egy és ugyanaz a műhely volt. A kiadó üzemeltette a nyomdát. A nyomda akkoriban nem ipari gyárépületben működő gépekkel teli zajos termelőüzem volt, hanem általában egy kősjatóból vagy tégelysjatóból, emellett a betűszekrényből és a kézi kötészethez szükséges eszközökből állt.

Ha könyv vagy magazin nyomtatásról esik szó, az ilyen irányban művelt emberek többségének automatikusan a Gutenberg-sajtó²¹ jut eszébe, avagy éppen a hipermodern gyártósorok. Négyszáz éven át tulajdonképpen alapjaiban nem változott a nyomdatechnológia – inkább csak finomodott a technikai metamorfózis évtizedről évtizedre –, ez alatt a szakma művés hagyományai és kézi kötészeti jellegzetességei maradtak fenn, mégpedig változatlanul igényes megjelenéssel.²²

A nyomtatott könyv és a lap alkalmas volt arra, hogy megörökítse a kultúrát, és általa hordozható legyen a tudás.

21 Gutenberg-sajtó: kézisajtó; lapok nyomtatására alkalmas berendezés

22 Szenteczki Csaba: A nyomtatott grafika története és technikái. Műszaki Könyvkiadó. Budapest. 2003. 68. p.

Európában a nyomtatás lehetősége nagymértékben segítette a reformáció elterjedését, és szervesen hozzájárult a felvilágosodáshoz, az ipari forradalomhoz.

A XVIII. század második felében, a gőzgépek megjelenésével elindult az automatizálási folyamat. Friedrich König, a gyorssajtó megalkotója a Breitkopf & Hartel könyvnyomdánál²³ kezdett el dolgozni 1790-ben. Ekkor határozta el, hogy fejlettebb nyomdagépet fog alkotni. Igaz, az első gépek zömében fából készültek, a fémfeldolgozás fejlődésével sikerült angol és német szakemberekkel, tudósokkal megalkotni a Shul-Pressé-t.²⁴ Az angol ipari forradalom javában zajlott ebben az időben, és 1814-ben a londoni *Times* magazin kiadta a világ első hengeres gyorssajtóval nyomtatott újságját.

Azóta annyira új és a digitalizálódott világra épült gyártás-előkészítő technológiák²⁵ jöttek létre, hogy azok alapjaiban ingatták meg, illetve törölték el a korábbi technikákat. A mai technika kizár minden szubjektív döntési lehetőséget: ha a gép meghibásodik, akkor csak a szakszerviz nyúlhat hozzá. *Ilyen* esetben a gyárat kell hívni, mert a rengetek speciális működési metódus és érzékelők sokasága miatt napokig vagy akár hetekig kellene keresni a hiba okát. A mai gépek fel vannak szerelve olyan vizuális megfigyelőrendszerekkel, melyek képesek 50 000 fordulat/óra sebességnél is érzékelni a festékezés, nedvesítés részleteit, ezen felül a papír nyúlása mellett a nyomtatás minőségi feltételeit, a regisztereket.

23 Breitkopf & Hartel könyvnyomda: az első könyvnyomdák egyike

24 Az első öntöttvasból készült nyomdagép, Andreas Friedrich Bauer, Richard Taylor, Thomas Woodfall

25 Gyártás előkészítő technikák: pre-press

Köszönhetően az 1990-es évben bekövetkezett rendszer-váltásnak, és az azt követő privatizálásoknak, valamint új beruházásoknak, egy teljesen új vállalkozói kör indult el, új üzleti szemlélettel, épületekkel, gépparkkal. Az ehhez szükséges szakértelem részben volt csak kompatibilis a korábban megszerzetel. A „magasnyomtatás”, amely közel fél évezreden keresztül egyeduralgó volt a nyomdaiparban, a ráépülő és alárendelt iparágakkal együtt „nyugdíjba vonult”. 1990 óta fénysebességgel szárnyalnak a nyomdaipar új fejlesztései. A nyomólemezeket 1990-ben még levilágított filmről készítették, azonban az is elavult 15–20 év alatt. Ma az úgynevezett CTP (*computer-to-plate*) technológiával egyenesen a lemezre dolgozik a számítógép a megfelelő programokkal. Szinte minden évben akadtak zseniális és kevésbé sikeres, de mindenképpen építő jellegű próbálkozások, amelyek hoznak valami újítást, ezzel voltaképpen korszerűtlenné teszik a korábbiakat. Némelyik meghatározóvá vált, némelyik újítás prototípusként csak „bakot tartott” a rákövetkezőnek.

A digitális nyomdagépek (*computer-to-paper*) megjelenésével²⁶ – amelyek tulajdonképpen nagyon modern és kiemelkedő minőségű fénymásolók²⁷ – az előkészítésből még a formakészítési folyamat is ki lett iktatva. Ez a technológia képezi a „print-on-demand” kiadás technika alapját, melyre a későbbiekben külön fejezetben térek ki. A digitális nyomtatáson belül is évről évre olyan fejlesztések történnek, melyek a korábbi verziójú gépeknél olcsóbban, gyorsabban, hatékonyabban és újabban környezetbarát módon üzemelnek.

26 A digitalizált adatot egyenesen a papírra másolják

27 A XEROX

A technológia folyamatosan konstruálja és újrakonstruálja a világot; szerencsére azonban az emberi természet nem változik. Erre jó példa az ókori irodalmak fennmaradása évszázadok óta. A nyelv, az írás és a nyomtatás egymást követő technológiái egyre hatékonyabb eszközöket adnak a történetmondók kezébe.²⁸

28 Jason Epstein: A könyvkiadás múltja, jelene, jövője. Európa Könyvkiadó. Budapest. 2002. 11 p.

AZ INTERNET MEGJELENÉSE ÁTFORMÁLJA A NYOMTATOTT MÉDIÁT

Amikor Johann Gutenberg az 1400-as években feltalálta a nyomtatást, ez gyakorlatilag végét jelentette annak a kornak, amikor a vallási és nemzeti vezetők tartották kézben az írnokok által másolt könyvek, és más írott anyagok előállítását és terjesztését. Ugyanígy az internet a végét jelenti majd egy olyan kornak, amikor széles közönséghez csak gazdag kommunikációs vállalatok képesek eljuttatni információkat. A korai jelzések azt mutatják, hogy az internetnek – legalábbis mostanáig – nagyobb volt a hatása, mint várták.²⁹ Az internet nélkül nem valósulhatott volna meg a technológiai fejlődés, és az információ felhasználásának, áramlásának ilyen nagymértékű sebessége.

Az internethasználat elterjedésének mértékéről a továbbiakban taglalt elektronikus könyv témakör megértéséhez feltétlenül szükséges szót ejteni, mert pozitív korreláció áll fenn az internet térhódítása és az „e-technikák” (vagyis elektronikus technikák) fejlődése között. Ugyanis az újfajta

29 Malkovics Tibor: Sajtó és médiatörténet. Zsigmond Király Főiskola. Budapest. 2003. 454 p.

technológiák terjesztéséhez és népszerűsítéséhez, illetve egyáltalán a fenntartásához nemcsak az elektromos áram, hanem a *World Wide Web* rendszer is szükséges.

Nagyon érdekes volt számomra, hogy *Nemere István* egyik 1979-ben kiadott ifjúsági regényében³⁰ a jövő társadalmát felvázolva az űrhajóról és űrutazásról, mint mindennapos és hétköznapi használati tárgyról tesz említést, azonban a számítógépet ekkor csak vetítő masinaként említi, amely alkalmas a mikrofilmek olvasására, és ételek készítésére. Az író ebben az időszakban komoly futurisztikus technológiai eredménynek a gép fejlődését vizionálja, de az adatfelhasználás esetleges nem analóg perspektívái fel sem merülnek. Bár az 1960-as évektől léteztek előrejelzések, ezek csak kevesek számára bírtak jelentőséggel.

Ken Olsen, a Digital Equipment Corporation (DEC) alapítója 1977-ben azt nyilatkozta: „Nem tudom belátni, mi értelme volna annak, ha valaki otthonra akarna számítógépet”.³¹ Ez elgondolkodtató, ha belegondolunk, hogy 30 év alatt a nagy nyilvánosság számára megszületett az asztali számítógép, számítástechnikai forradalmak zajlottak le, adathordozókat találtak fel, és avultak el. Számokban kifejezhetetlen méretű és mennyiségű újítások voltak a mai technológia mérőföldkövei, alapjai. Nem fantazmagória az sem, ha feltételezzük az asztali számítógépek elavulását is azok magas energiafelhasználása miatt, akkor, amikor a Föld energiatartalékai végesek. Ezáltal az újabb tömegkommunikációba bevezetett

30 Nemere István: *Műkincsrablók a kisbolygón*. Móra Kiadó. Budapest, 1979.

31 Galántai Z.: *A kábel kalandjai 2*. In: *Távkapcsoló*, 2001. 5. sz. 10 p.

számítástechnika fejlesztésénél a kisebb áramszükségletet, az energiatakarékosabb zöld technológiákat alkalmazva olyan gépeken gondolkodnak, melyek kompakt módon médiamegjelenítők. Nemhogy minden háztartásba, de minden zsebbe kerülhet egy médiagép.

Nem tartom szükségesnek összefoglalni az internet történetét. Egy rövid összehasonlítást érzek fontosnak, amelyben Európára és az Egyesült Államokra jellemző adatokon keresztül kicsit össze lehet vetni az internethasználat szokásait. Ugyanis így érthetővé válik, hogy miért járnak előbbre az USA-ban az újfajta könyvkiadási technikák, és azok befogadási hajlandósága.

Európában következett be a legjelentősebb arányú változás az internetet használók körében 2000 és 2009 között. Az alábbi példa demonstrálja az európai országokban bekövetkezett változásokat.

Közülük is a volt szocialista országokban történt a legnagyobb növekedés. A kelet-európai régióban a vasfüggöny miatt meglehetősen visszafogottan zajlott a technikai fejlődés, miközben az Egyesült Államokban korlátok nélkül folyik, ráadásul az USA az internet szülőhazája. (1. tábla)

Ország	Internet-használók száma	Növekedés 2000-2009 között
Lengyelország	52,00%	615,00%
Csehország	59,00%	502,80%
Románia	33,40%	828,00%
Bulgária	36,70%	515,60%
Litvánia	61,40%	813,10%
Magyarország	59,30%	721,40%

1. számú táblázat³²

Az Amerikai Egyesült Államokban, ahol a Föld összes internethasználójának 25%-a él, a nevezett időszakban bekövetkezett változások (243%) korántsem olyan nagymértékűek. Az Egyesült Államokban az egységesebb piac, és az a tény, hogy ott zömében egy nyelvet beszélők élnek, akadálytalanabb terjedést segített elő, mint Európában, ahol a nyelvi korlátokon felül a kelet-európai politikai befolyás és a nyugatnak való ellenállás is komoly szerepet játszott. Talán ennek tudható be az is, hogy a virtuális tartalom technikai fejlesztéseit illetően fényévekre, de legalább egy évtizeddel megelőznek minket.

Az elektronikus webes alkalmazásokra szakosodott Szilícium-völgy³³(angolul: *Silicon Valley*) a világ webes szoftvereinek nagy részét állítja elő még ma is. A lakosság itt hamarabb szokott hozzá az internethez, több forrással rendelkeztek a számítógépek megvásárlásához.

32 Internet Users in the European Union, <http://www.internetworldstats.com/stats9.htm#eu>, utolsó letöltés dátuma: 2011.01.25.

33 Az Amerikai Egyesült Államokban, Kalifornia államban található különleges újító és gyártózána.

A kapott adatok alapján ki lehet jelenteni, hogy az USA-ban kiegyensúlyozott tempóban növekedő emelkedés látható a népességhez viszonyítva, míg a kelet-európai államok adataiból az derül ki, hogy óriási igény jelentkezett ebben az időszakban az új információforrásra.

A KIADÁS ÉS GAZDASÁGI FAKTOROK

A kiadók serkentették a fejlődést, hiszen egyre nagyobb lett a verseny a könyvek és magazinok piacán, évről évre egyre több könyvet és magazint kell megjelentetni az információra éhes közönségnek. Ma már egyébként éppen a túl sok mű okoz gondot. Az aktualitás fontossága megnőtt; ennek folytán, ha nem jut el egyszerre minél több vásárlóhoz adott kiadvány, az ahhoz vezethet, hogy a kiadvány elektronikus verziói (jogtiszta vagy inkább jellemzően nem jogtiszta)³⁴ jelennek meg a piacon.

A rohanó világban a sláger jellegű könyvek zöme rövid idő alatt aktualitásukat veszti. Az úgynevezett bestsellerek fél év után már lekerülnek az aktuális kiadványoknak fenntartott polcra, már csak nagyon lassan lehet őket tovább értékesíteni. Helyükbe lépnek a még újabb, még aktuálisabb kiadványok. Vannak olyan könyvek is, melyek bestsellerként indulnak, de értékesítési mutatóik a megfelelően felépített marketing és reklámozás hiányában nagyon rosszak. A másik véglét az, amikor az óvatosan megbecsült példányszám a megjelenést követően

³⁴ Illegálisan, főként a kiadóból vagy a nyomdai „pre-press”- stúdióból kicsempészett másolat.

azonnal túl kevésnek bizonyul, így a nyomda vállán van a felelősség az utánnomás extrém idő alatt történő elvégzéséhez. Én például a speciális borító-felületnemesítéssel kiadott kiadványok esetében, melyek esélyesek az utánnomásra, eleve több borítót nyomatok, így az utánnomásnál már csak a belívet kell legyártani. Eddig nem volt rá példa, hogy ne kellett volna felhasználni az előre kinyomott borítómennyiséget.

A nem megfelelő csatornákon erőltetett hirdetési kampány tragikus értékesítési eredményekhez vezet. A jól irányzott kampány során a közösségi média (social media), a WEB 2.0 megkerülhetetlen felület. Nagyon kevés könyv érdekes arra a sorsra, hogy évtizedekig raktáron maradjon a könyvkereskedelemben. Az el nem adott példányok sorsa az akciós kiárusítás, végül a manapság szupermarketekben divatos, kilóra eladás. Ez a kiadónak sok esetben kárt vagy a „null”- szaldót jelenti. Szépe György professzor szavai jutottak eszembe ennek a témának a kapcsán, amikor a bestsellerekről beszélgettünk: amikor a brit MacMillan kiadónál volt látogatóban, beszélgetése során a kiadó vezetőjét kérdezte arról, hogyan választják ki a sikerkönyveket. A válasz az volt, hogy elfogadták az idők során kialakult trendet, miszerint átlagban csak minden harmadik könyv lesz sikeres. Ez azt jelenti, hogy ebben az esetben két kiadott könyv sikertelenségének költségét ki kell termelni a harmadik sikeres könyvnek. De ez a vállalat, amely a brit könyvbirodalom egyik vezető szereplője, s amelynek forrásai kiapadhatatlanok, ezt meg tudja fizetni. Így előbb vagy utóbb „belebotlik” a bestsellerbe. Hatalmas médiabirodalmak vásárolják fel egymást, és a kisebb kiadókat; ontják futószalagon a könyveket és a magazínokat az információra és bestsellerekre éhes fogyasztóknak.

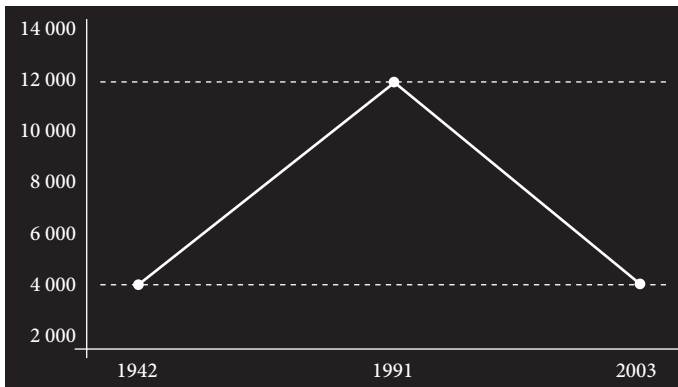
Felgyorsult minden: a XIX. század közepétől 1990-ig évente folyamatosan nőtt a kiadott könyvek és füzetek száma. 1942-ben még évi 2–4 ezer művet adtak ki körülbelül 130 millió példányban, 1991-ben a Magyarországon kiadott művek száma 12 ezer, a darabszám 100 millió db volt. 2003-ra ez az arány aztán jelentősen visszaesett az 1942-es szintre, azaz a kiadott 4000 műre jutott körülbelül 120 millió könyv; ez megerősítette az 1990-es években előrevetített jóslatokat.

Saját következtetéseimet, miszerint bestseller-uralom van elterjedőben, megerősíti az alábbi diagram, amelyen látszik, hogy egyre kevesebb mű jelenik meg napjainkban, de azok sokkal nagyobb példányszámban, mint korábban. (1. ábra) A diagramokon látható változás azonban nem tudható be az e-technika megjelenésének, mert ennek pillanatnyilag nincs áttörő befolyásoló ereje hazánkban. Inkább vonatkoztatható a kiadók profitorientált viselkedésére, amellyel megszűrik a kiadandó könyveket, és csak a reménybeli magas profitot termelő könyvet adják ki kevés kivétellel. (2. ábra)

A biztos siker záloga a hazai könyvkiadásban, az egyéb médiában szereplő műsorvezetők, színészek és a politikusok által megírt könyvek. Szintén elterjedt kiadási mód a külföldi bestsellerek adaptálása. Ez a kiadási mód a már többnyire ismert értékesítési mutatók miatt csekélyebb kockázatot (de sok esetben magas jogdíjat) jelentenek a kiadónak. Az ilyen üzleti konstrukció esetén több lehetőség adódik a koprodukciós gyártásra.³⁵

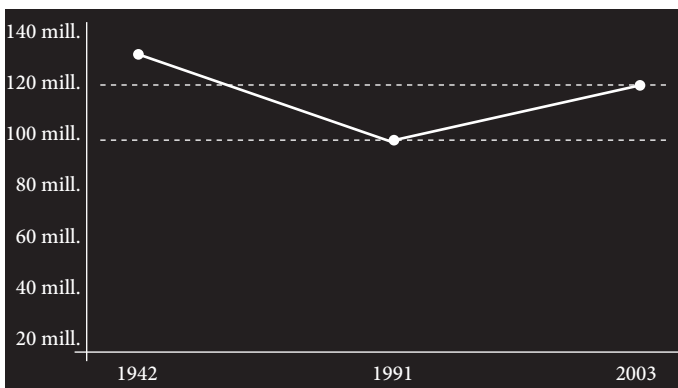
35 Nemzetközi partnerek részvételével összehangolt közös gyártás. A gyártási költségek jelentősen csökkennek.

1. számú ábra



A megjelenő művek számának alakulása Magyarországon 1940–2010 között (KSH:A könyvkiadás adatai 2005, p. 7.)

2. számú ábra



A megjelenő könyvek darabszámának alakulása Magyarországon 1940–2010 között (KSH:uo.)

Napjainkban Magyarországon a húsz év alatti korosztálynál az eddigi felére esett vissza az olvasással töltött idő. Az MTA Szociológiai Intézetének felmérése alapján az emberek 27%-a egyáltalán nem vesz a kezébe könyvet. 95%-uk az interneten sem olvas. Hosszú ideje tartó folyamat, hogy az úgynevezett klasszikus szépirodalom – mind a magyar, mind a külföldi- folyamatosan veszít népszerűségéből. Ezt kiadási és eladási statisztikák támasztják alá.³⁶ Azok a kiadók, melyeknek olyan könyvekből álló háttérlistájuk van, amelyek évről évre jól fogynak, és meghatározzák a cég pénzügyi hátterét, bizony már nem működőképesek, mert a bestsellerek rendszeres felhozatalát igénylő médiabirodalmak, könyvesboltláncok vették át Magyarországon is a piacot meghatározó szerepet.

Nagy szerepe van a szerző és kiadó együttműködésének, a „szerző-brand” fejlesztésének, és az ezt támogató célzott marketingnek. Erre a legreprezentatívabb példa Bartos Erika mesekönyv író, akinek első mesekönyvének megjelenését – bár akkor még korántsem voltak biztosak a sikerességében; már a jövőre gondolva nagyon átgondolt sorozattervvel és reklámkampánnyal készített elő a Pozsonyi Pagony Kiadó. Azóta már a tizenötödik résznél tart a sorozat. De példaként említhetem Szendi Gábor vagy Lőrincz L. László könyveit is, melyek a kiadó ügyes gondozásában váltak népszerűvé.

A Millenáris Parkban megrendezett 2010-es könyvfesztivál volt az első olyan szakmai esemény, ahol az eddigi trendtől eltérve szóba lehetett hozni az elektronikus könyv fogalmát

36 Gyenes Edina: Olvasási szokások. In: Találkozás a kultúrával 5. Nemzeti Kulturális Örökség Minisztériuma, http://www.socio.mta.hu/dynamic/Talalkozasok_a_kulturaval_5.pdf utolsó letöltés dátuma: 2011. január 06.

különösebb presztízs-veszteség nélkül a szakma előtt. Sőt, több kiadó portfóliójában is feltűntek az e-könyvek a nyomtatott és hangos könyvek mellett, mint alternatív választási lehetőség. Rados Richárd, a sikeres bestsellereket megjelentető Jaffa Kiadó ügyvezetőjének véleménye szerint, egy jó darabig nem fogja semmilyen szinten visszavetni a nyomtatott könyv értékesítésének mértékét, mégis elengedhetetlennek tartja, hogy az általa vezetett kiadó is elérhetővé tegye egyes kiadványait e-book formában is, de nem gondolja azt, hogy ezzel párhuzamosan a nyomtatott könyveinek darabszámát csökkenteni fogja a közeljövőben. A lehetőséget mindenképpen érdekesnek, izgalmasnak és alkalmasnak találja arra, hogy adott kiadó ilyen technológiával is bővítse portfólióját, terjeszkedjen akár a virtuális piacon is, hogy adaptálja a kor kihívásait a versenyképesség megőrzése érdekében. Ennek megfelelően a szerzői szerződésekből már megjelentek az erre vonatkozó klauzulák is. Számomra ez a legszimpatikusabb hozzáállás, hiszen nem lehet kiszámítani, milyen irányba mozdulnak a kereskedelmi érdekek, készen kell állni az alkalmazásra.

De vizsgáljuk meg pro-és kontra az e-könyv és a hagyományos könyv értékesítése közötti különbségeket: mivel jelenleg csak a papíralapú könyveket terheli 5%-os áfa, az e-könyvek után a magasabb általános forgalmi adót kell megfizetni.

Az árelőnyből így rögtön 22% elvész, amit a kiadók természetesen nem kívánnak a fogyasztókra hárítani – erősítette meg Weiler Péter a Líra Zrt. igazgatója. Emiatt az áfatörvény módosítását kezdeményezi a MKKE.³⁷ Zentai Péter László igaz-

gató az MTI-nek elmondta: az Európai Unió szintén foglalkozik a kérdéssel, hiszen számos tagállam szeretné elérni, hogy az e-könyvek is bekerülhessenek a kedvezményes adósávba. Úgy vélte, az e-könyves piac szereplőire nagy felelősség hárul, hiszen olyan rendszereket kell kialakítaniuk, amelyek megvédik a könyvszakmát az illegális letöltések okozta károktól.³⁸

Érdeemesnek tartok azonban egy speciális példát kiemelni, ami megerősítheti azt a feltevést, hogy az egyes speciális tematikus üzletágakra eltérő befolyást gyakorol a digitalizálás. Farkas Zoltán, az Akadémiai Kiadó értékesítési igazgatója szerint keményen érezteti hatását a nyomtatott szótárak értékesítésében az utóbbi évek digitáliskönyv-forradalma. A világhálón megjelenő, ott elérhető ingyenes elektronikus szótárszolgáltatások miatt³⁸ érezhetően visszaesett a papíralapú szótárak eladási értékesítési statisztikája. Emiatt nem szabad makacsul ragaszkodni az eddig megszokott technikákhoz, hanem a kiadó komoly erőforrásokat kezdett el fordítani az internetes alkalmazásokra. Azonban mindenképpen fontos megjegyezni, hogy (az aktuális közfelfogás szerint) a jelenleg interneten ingyenesen elérhető elektronikus szótárak egy része nem veszi fel a versenyt az akadémiai minőségű, nem ingyenes szótárakkal, de nincs messze a tökéletes és ingyenes verzió megjelenése. Mégis, ha valaki éppen a számítógépen ír egy dolgozatot, vagy olvas szakmai dokumentációt, akkor kényelmesebb megoldás a szóalapú rákeresés, mint a szótárkönyv lapozása.³⁹ A minőségi kompromisszum, persze, már szubjektív megítélés tárgya. Ma-

38 Az egyik sűrűn használt online szótár felület a Startlap szótár.

39 <http://startlap.kirzen.hu/szotar/hun/hun-deu/spir%C3%A1l> utolsó letöltés dátuma: 2010-12-27

napság azonban az interneten elérhető klasszikus „szóra kereső” szótárak egy újabb evolúciós ugrást hajtottak végre, mivel felkerültek a Google fordítógépei a világhálóra.

Az 52 nyelven működő program hetente több százmillió letöltési kéréssel igazolja a szükségességét a világban. Bizonyos nyelveken egészen tűrhetően működik, de a magyar nyelvre fordítást a nyelvtani sajátosságai miatt gyenge minőségűnek találtam. Bizonyos célnak viszont teljesen megfelelt, mivel idegen nyelvet nem beszélő számára érthetővé válik a szöveg az adott kontextusban. A fennálló hibákat azzal küszöbölik ki a fejlesztők, hogy úgynevezett „tanuló algoritmusokat” integrálnak a szoftverbe, így a program képes a sok millió új verzió megtanulására is.

Szót kell ejtenünk a hypertextről, fontos megismerkednünk a hypertext definíciójával és a fogalom történetével, mielőtt rátérnénk a további pontokra! Írásomban több helyen is taglalom az ebben rejlő technika gyakorlati alkalmazásának megvalósult formáit, lehetőségeit. A hypertext a digitalizált betűvel és tartalomkezeléssel kapcsolatos fogalom. Roland Barthes olyan leírást ad az ideális textualitásról, mely pontosan megegyezik azzal, amit computer-hypertextnek nevezünk. Szavak vagy képek csoportjaiból számtalan útvonallal, láncsal, nyomvonallal elektronikusan összekapcsolt, nyitott, soha nem befejezett textualitást képező szöveg, melyet a link, a csomópont, a hálózat, a háló és az útvonal kifejezéssel írunk le.

A cikk szerzője egy jegyzet olvasásának példájával vezeti le a lehetséges megoldásokat. Az olvasásra kiválasztott jegyzet tartalmazhat más információt, irodalmi szövegekből származó forrásokra és párhuzamokra nézve. A jegyzet olvasása közben

követheti a jegyzet hivatkozását vagy információval ellátott linkjét, utána pedig visszatérhet az eredeti olvasnivalóhoz. Ez a fajta olvasás képezi a hipertext alapját és kiindulópontját.⁴⁰

Ennek a lényege az, hogy a jegyzetből saját prioritású jegyzetet készíthetünk, visszakövethetjük az előzményeket, fejleszthetjük tartalomkezelési és archiválási lehetőségeinket. Többek között a hivatkozásban megadott link is pontosan ilyen csomópont, ami a nyitóoldalon található struktúrát összeköti.

40 George P. Landow: Hipertextuális Derrida, Posztstrukturalista Nelson.
<http://www.artpool.hu/hypermedia/landow.html> utolsó letöltés dátuma: 2012-04-16

A VIRTUÁLIS OLVASNIVALÓ, AZ ÚJ MÉDIA

A szakirodalom összefoglaló néven „új médiaként” emlegeti a digitális-konvergens médiát, vagyis mindazokat a tömegkommunikációs eszközöket, amelyek digitális jeltovábbítással működnek, és amelyek egyesítik magukban „a régi” médiumok számos sajátosságát.⁴¹ Csupán néhány éves múltja van magának a fogalomnak is, nemhogy a fizikailag is megvalósult terméknek.

Az e-könyv elektronikus formában, de hagyományos kiadói tevékenységgel (szerkesztés, tördelés) létrehozott, a világhálón és alternatív csatornákon terjesztett könyv. Ez a rövid és tömör megfogalmazás helytálló, de a továbbiakban kifejtve láthatóvá válik, hogy sokkal több van az egy mondat mögött. Sokan sokféleképpen próbálták definiálni az e-könyv fogalmát. Van, aki szerint az e-book csupán nyomtatáshoz előkészített digitalizált változat, mások szerint csak az ehhez gyártott e-book olvasóval felhasznált tartalom az. Az e-book, mint fogalom az internet elterjedésével együtt, ezáltal a letölthető tartalmak

41 Bajomi-Lázár Péter: Média és társadalom. PrintXBudavár Zrt. Budapest. 2006. 42-43 p.

megjelenésével vonult be a köztudatba. A könyvek tömeges digitalizálása 1988-ban kezdődött meg. A digitális korszak meghatározó szereplői, a hagyományos könyvkiadók, szerzők, kereskedők lázas munkába kezdtek, konzorciumokat alapítottak, felvásárolják egymást, és versengenek az új könyvpiac minden egyes szeletkéjéért.

Elektronikus könyvet többféle módon lehet előállítani:

- Meglévő könyvek tartalmának elektronikus formára történő „betű szerinti” átírásával, azaz könyvtűntanatok létrehozásával, azt követő digitalizálással, illetve a tartalom digitális forma követelményeinek megfelelő átalakításával.
- Kifejezetten digitális célokra létrehozott művek megírásával, amelyhez „elektronikus szerzőkre” van szükség.
- Meglévő vagy új művek vegyes (papír és digitális, online PDF) formátumok egyidejű kiadásával. Ez azonban jelentős anyagi többletterhet és árnövekedést indukálhat.

Az e-könyvek létrejöttét a világhálónak most tapasztalható méretű elterjedése tette lehetővé. Ehhez hozzájárult az a fajta egyre növekvő igény, amely miatt korábban már tettek fel digitalizált tartalmakat az internetre, mint például jelentések, dolgozatok, tanulmányok, melyeket a tömegkommunikáció erre alkalmas eszközeivel lehet használni. Az e-könyvnek, mint ahogy az elektronikus könyvtárnak is, hasonló jellegzetességei vannak. Nyomatási költség nem terheli a kiadót, viszont gyorsan eljut

az olvasóhoz. Sok olyan könyvet adnak ki, melyek már csak e-könyvként jelennek meg.

Az e-könyvek alkalmasak arra, hogy az olvasó a könyvet az internetről letöltse, és úgy olvassa el akár hordozható eszközökön. Az e-könyv megjelenésének elterjedése és a print-on-demand fejlődésében „interdependencia” van, mivel mindkét technológia alapja a digitalizált könyv, egymással szimbiózisban van, s ez elősegíti fejlődésüket, amiből mindkét ágazat hasznot remél.

MILYEN HELYET FOGLAL EL AZ E-KÖNYV AZ OLVASÁSI SZOKÁSOKBAN?

Az elektronikus olvasáskultúrában a könyv, mint műdarab csak hagyományként van jelen. Digitális formátumban a tartalom kerül a középpontba. Nincs jelentősége a betű nagyságának vagy fajtájának, hiszen több opció mellett ezek tetszőleges alakítására is szabadon lehetősége van a felhasználónak. Nem játszik szerepet a kötészet vagy a papír. A vevő nem könyvet, hanem digitális karakterek sorozatát vásárolja meg, ami tulajdonképpen maga a „műegész”: a szerző legtisztább létesítménye.

Ebben az értelemben tehát az elektronikus termék egyfajta fejlődést is jelent a könyvhöz képest, hiszen minden külsőleges tartozékot, jegyet lefoszt a műről.⁴²

Az MTI közlése szerint 2009. decemberben az Amazon internetes áruház⁴³ több könyvet adott el elektronikus (e-book) formában, mint a nyomtatott formában. A Kindle elektronikus könyvolvasó az Amazon történelmének legtöbb példányban eladott terméke lett, karácsonykor pedig a vevők több e-könyvet

42 Kerekes Pál: Az elektronikus könyv. Ad Librum Kiadó, Budapest. 2010. 11 p.

43 Az egyik legkorábbi és legnagyobb internetes kereskedelemmel foglalkozó áruház.

vásároltak, mint papíralapú könyvet. A Kindle Store immár 670 ezer művet kínál az érdeklődőknek, ebből 235 ezer került be a gyűjteménybe az elmúlt 7 hónap alatt. Ezekhez további, több mint 1,8 millió 1923 előtt megjelent, a szerzői jog által már nem védett alkotás társul, amelyek ingyen elérhetők a készülékeken. A letöltésre elérhető könyvek többsége angol nyelvű, de így is a világ 178 országából érkeztek letöltési kérések.

A sikertörténetet olvasva azért nem árt alaposan a hír körülményeit is megvizsgálni, hiszen a közlés egy karácsony utáni adatra épült. Ha ebből a kontextusból vizsgáljuk meg a dolgot, akkor górcső alá lehet venni a vásárlói szokásokat is, hiszen feltehetően a sok ajándékba adott eszközhöz, mindenki azonnal elkezdett buzgón tartalmat letölteni. Azonban a letöltések száma egy-két hónap alatt jelentősen redukálódott. **Update:** 2012 júniusában az American Publishers megjelent közleménye szerint 3,4 millió e-könyvet adtak el az USA-ban, 2010-hez képest ez 300%-os növekedés.

Fontosnak tartom az összegzést érintően olyanok véleményét meghallgatni a témában, akik a könyv tartalmát létrehozzák. A szerzők a könyv azon részét alkotják meg, ahol a szerzői jog leginkább sérülhet. A digitalizáció megjelenésével még nem volt nagy gond, viszont az egyre olcsóbb e-könyv olvasók megjelenése már határokat feszeget. Mert korábban kevesen akartak számítógépen szöveget olvasni, még a tanulmányokhoz készített jegyzeteket is inkább kinyomtatták. Viszont a fordítottan fényérzékeny elven működő e-tinta alapú és ettől még fejlettebb, kompaktabb olvasók megjelenése és trenddé alakulása esetében már többről beszélhetünk, mint divatról vagy hóbortról. Néhány éve a tömeges szerzői jogi pereskedé-

sek mindennaposak. Érdekes, hogy a magyar média nemigen foglalkozik a nemzetközi trendekkel.

Nagyon kíváncsi voltam arra, hogy „A” szerző, illetve kettő, az egyik főként szépirodalmi, a másik pedig bestseller-szerzőként ismert alkotó vajon mit gondolnak erről. Éles kontraszt figyelhető meg azon két időszak között, amikor régebben a szerző névtelenségben maradt, illetve ma, amikor a szerző neve a brand, és bizony fontosabb, mint a kiadó.

Első riportalanyom a szépirodalmi szerző – és mellesleg jó barátom – Benedek Szabolcs, József Attila díjas, számtalan írása számos díjat és elismerést kapott. Viszont mint a magaskultúra neves képviselője, a legjobb jóindulattal sem nevezhető bestseller-szerzőnek, művei nem döngöttek eladási rekordokat, hiszen szűk közönség számára készülnek. Emailben feltett kérdéseimre emailben válaszolt. A szerző egyébként foglalkozását tekintve közgazdász.

W.P.: Hallott Ön az e-könyvről?

B.Sz.: Hogy mennyit, azt nem tudom lemérni, de tudom, hogy van, azt is, hogy vannak különféle olvasókészülékek is, és hogy egyes internetes áruházakból már egyenest e-book formátumokat le lehet tölteni.

W.P.: Ha az alkotásait elektronikus formában kiadhatná, akkor tart Ön attól, hogy szerzői jogait nem tisztelnék?

B.Sz.: Nekem is fenn van néhány művem az OSZK által üzemeltetett *Magyar Elektronikus Könyvtárban*. Ha ott van egyértelműen a szerző neve, szerintem nem lehet gond vele.

W.P.: Ön szerint, ha elektronikus formában, ingyen vagy nagyon olcsón elérhetően megjelenének a művei a világhálón,

az mennyiben befolyásolná a könyvei eladását?

B.Sz.: Az e-book piaca jelenleg még meglehetősen szűk, szerintem nem jelentene szignifikáns változást. Persze, a dolog összefügg, azaz minél inkább bővül az elektronikus piac, annál inkább érezhetővé válik majd a hatása.

W.P.: Ha lehetősége lenne rá, hogy ilyen módon a terjesztői kört megkerülve érje el a vásárlókat, élne a lehetőséggel? Milyen érveket tud mellette, avagy ellene felhozni?

B.Sz.: A külső körülmények nyilván sok mindenre ráveszik, rákényszerítik az embert, ugyanakkor én azt gondolom, hogy nem kellene mindent digitalizálni. Egyrészt, mert ha valamit digitalizálunk, a szoftvert és a hardvert is kell tárolni ahhoz, hogy évtizedek múltán is használható legyen a dolog – ki tud ma már egy *Commodore 64*⁴⁴ számítógépet kezelni – floppykat, a megfelelő berendezések nélkül? Arról nem is beszélve, hogy a digitalizáció még nem bizonyította időtállóságát. Egy százéves lemezt meg lehet szólaltatni, de a ma gyártott CD-k, DVD-k egy része pár év alatt lejátszhatatlanná válik.

W.P.: Véleménye szerint, ha egy szépirodalmi könyv elektronikus formában jelenik meg, akkor elveszti varázsát azáltal, hogy nem tud rendelkezni olyan szemiotikai stílusjegyekkel, melyek a műélvezeti, értelmezhetőségi értékét növelnék, mint például a borító, a papír?

B.Sz.: Talán elvesztené, de a dolog másik oldala, hogy a nyomtatott könyv egy szűrő. Elektronikus könyvet egy jó PDF-íróval bárki előállíthat. Egy hagyományos könyv előállításához

⁴⁴ Commodore 64 számítógép: az első olyan gép, amely eljutott Európában a háztartásokba is, de alkalmazása inkább a szórakoztatás volt, mint adatkezelés. Adattárolása hagyományos magnókazettáról működött, minimális memóriakapacitással.

azonban nehezebb út vezet. Szerintem nem jó kiiktatni a szelekciós tényezőket.

Update: 2012-ben, két évvel a riport után, Szabolcs regényét kiadta a nemrég alakult Libri Kiadó. A könyv szépirodalmi mű, viszont a kornak megfelelő divatos köpenyben egy bestseller-kiadó gondozásában, és ezt egyáltalán nem lekicsinylően írom. Sőt, a következő két kötetre is szerződést kötöttek a szerzővel. Vajon a szépirodalmi mű ilyenformán mégis lehet hazánkban bestseller?

Szerettem volna a bestseller vonatkozásában ugyanezen kérdéseket feltenni *Lőrincz L. László* neves magyar sikerszerzőnek is, azonban tőle az alábbi választ kaptam, ami konkrét konzekvenciákat nem támaszt alá, csak megerősít néhány feltevést. Idézem a szerző levelémre írt udvarias választát:

Azt hiszem, csalódást kell okoznom Önnek. Sajnos – alighanem életkorom miatt is – gyakorlatilag semmit sem tudok az e-könyvről, és őszintén szólva, már nem is érdekel. Amíg a papíralapú könyv helyett másféle könyvek terjednek el, van még egy kis idő, s amikor ez eltelik, én már egy másik dimenzióból figyelem a régi és az új küzdelmét.

Ehhez nemigen tudom, mit érdemes hozzátenni. A szerző – akinek több könyve az én könyvespolcomon is megtalálható - valóban nem hisz a digitális könyvek elterjedésében, mert nem érzékeli az évek óta figyelemmel kísért értékesítési számonkon a változást, vagy csupán az életkora miatt nem foglalkozik ezzel az újfajta hóborrtal.

Nem vehetjük egy kalap alá a következő példával, de fontos megemlíteni, hogyan működik mindez egy olyan közegben, ahol az internet és a digitalizációs kultúra bő 10 évvel előbbre jár, mint Magyarországon, és ahol ráadásul sokkal nagyobb, egy nyelvet beszélő közösség él.

Az Egyesült Államokban a Simon & Schuster kiadó egyik részlege, Stephen King kiadójával, a Philtrum Press-szel koprodukcióban, kizárólag az interneten keresztül kínálta korlátozott ideig 2,50 dollárért King *A golyón lovagolva* című, akkor vadonatúj regényét. A kiadó legmerészebb feltételezéseit is felülmúlta az eredmény, ugyanis az első nap végére 400 000 letöltési kérés érkezett a kiadóba.

Ez azt jelenti, hogy nincs vesződés a nyomdai gyártással, nincs szállítási határidő, és nincs raktározás vagy terjesztési kálvária, melyek komoly pénzüsszegeket emésztenek fel. Itt csak a szerver kapacitására kell ügyelni és a tartalom védettségére (DRM).

Persze, hol vagyunk ettől, amikor éppen a hagyományos könyvek értékesítése is csökkenő tendenciát mutat, a digitális verzió pedig csak elvétve bukkan fel. Számomra meglepő módon a magazinok digitális verzióinak megjelenése körül történt értékelhető növekedés. A médiakonvergenciáról, azaz a különböző médiumok összeolvadásáról ebben az esetben is hasonló kontextusban gondolkodhatunk.

A mesekönyvek esetében sokáig szkeptikus hozzáállás volt megfigyelhető a kiadók köreiben arra hivatkozva, hogy az olvasó eszköz nem alkalmas arra, hogy a műegészhez tartozó kellékek nélkül felkeltse a gyerek érdeklődését. Vagy olyan érvek voltak, miszerint a gyerek kezébe nem adnak drága eszközöket

és tulajdonképpen az nem is könyv. Erre rácsóztak nem meglepő módon a legnagyobb külföldi mamutméretű kiadóvállalatok. A Harper Collins, a Random House, a Simon & Schuster – csak néhány név a nagy kiadók közül – felkészültek arra, hogy a szórakoztató elektronikában legnagyobb fejlesztésekkel bíró, a komplett piacot és versenytársakat letaroló cégekkel karöltve kineveljenek egy teljesen új digitális fogyasztói réteget, ráadásul nem félnek ezt minél fiatalabb korban elkezdni.

A folyamatos fejlesztés elengedhetetlen a piacvezetők számára, hiszen a jelen annyira leszűkült, az elavulás mértéke pedig annyira felgyorsult, hogy nem lehet lassítani sem. Az újításokra éhes, minden új technikát azonnal megunó generációk számára újabb és újabb élmény kell. A Ladybird Kiadó könyvei speciális nyomdai eljárásokkal⁴⁵ készülnek, amelyek lényege a tapintás és a mozgatható elemek. Az elektronikus könyv a foglalkoztató könyvek logikájához hasonlóan működik, csak itt nem a könyvet kell kinyitni, hanem a képernyő érintésével lehet irányítani, manipulálni a látvány-és hangeffekteket.

A digitális verzió nem képes érzékelteni a különböző textúrákat, viszont megjelenít animációt, különböző hangeffekteket, zenét és emberi beszédet is. A kiadó szerkesztőjének elmondása szerint az alkalmazást a gyerekek különböző fejlődési fázisainak figyelembevételével fejlesztették ki. A finom mozgás állítólag a karakterek könnyebb követését, a képernyő-érintés pedig a motorikus képességek fejlesztését szolgálja.⁴⁶

45 Plüss és gumifelületek, pop-up azaz kinyíló tartozékok

46 Papp Eszter: Új olvasó generáció. 2011.
http://www.pagonny.hu/uj-olvaso-generacio-2011-02-02-003203/utolsó_letöltés_dátuma:2011.02.02.

Dr. Kis Ádám, aki az ELTE informatikai tanszékének tanára, és a Szak Kiadó tulajdonosa, úgy vélekedik, hogy addig nem következik be forradalmi változás az e-könyv olvasóeszközök piacán, amíg a fordítottan fényérzékeny e-könyv olvasók jelentős mértékben nem terjednek el. A piacon elérhetőek ilyen eszközök, de egyelőre elég magas áron. Az eszköz olyan módon működik, mint a papír és a rányomtatott betű.

PRINT-ON-DEMAND AVAGY EGYKÖNYV PROJEKT

A *demand* angol főnév egyik jelentése igény, kereslet. A book-on-demand jelentése: 'igény szerinti könyvkiadás.' A POD Nyugat-Európában és Amerikában egy divatos és a megrendelőhöz idomuló üzleti modellt jelent.

A szerzői jogdíjak meredek növekedése, és a hatalmas médiakonglomerátumok piaci politikája miatt a kisebb kiadók nehéz helyzetbe kerültek. Ezen felül a gazdasági környezetben bekövetkezett változások komoly áremelkedéseket indukáltak. Hazai vonalon a print-on-demand kiadási technika még gyermekcipőben jár, de az Egyesült Államokban már az 1990-es évek óta jelen van alternatív megoldásként az emelkedő kiadói költségek csökkentésére.

Ennek a kiadási módnak az alkalmazásával igyekeznek a kiadók a ballaszt-költségeket csökkenteni. A Web 2.0 korában elkerülhetetlen, hogy kizárja az adatszolgáltató a felhasználók aktív részvételét a kereskedelemben. Az a lehetőség, hogy elektronikusan tárolt tartalmakat „on-demand” a kívánt példányszámban könyv alakban kinyomtathatjuk, nem új keletű. Csak idő kérdése, hogy megoldást keressenek arra, hogy a könyveket

a piaci igényre, megrendelésre gyártva, azaz print-on-demand vagy digitalizált formában hozzák forgalomba, költségterítéses vagy szabad letöltéses formában a világháló segítségével.

Arra azonban feltehetően nem gondoltak a kiadók, hogy ez a kiadási mód elgondolkodtatja majd a bestsellerek szerzőit, hogy viszonylag kis költségen, saját weboldalukon értékesítsék a könyveiket. Ezáltal gyakorlatilag nélkülözhetőbbé válnak az irodalmi ügynökségek és a klasszikus könyvkiadók. Az internet megjelenése csökkenti a „médiainperializmus” okozta nyomást azzal, hogy viszonylag kis költségen tömegekkel megosztható egy adott tartalom. Az internet okozta könnyű hozzáférhetőség negatív hatása viszont az, hogy a könyvek már a könyvesboltokban megjelenésük előtt vagy alatt illegálisan letölthetőek az internetről.

Még pénzbe sem kerül, ha a szükséges technikai háttér, ezen felül a *World Wide Web* elérhető a felhasználó számára. Napjainkban nem mindenkinek van arra igénye, hogy egy ropogós, frissen kinyomtatott, nyomdaillatú könyvet tartson a kezében olvasás közben, ugyanakkor az olvasás élményét sok olvasó számára ez a fajta szertartásosság is emeli. Sokan a szabadidő csökkenésével kizárólag internetes tájékozódást vesznek igénybe az azonnali és legfrissebb után szomjazva, ami rohanó világunk egyik igen káros mellékhatásának tudható be.

Az elektronikus fejlődés melletti sok motiváció egyike az olcsóbbá tétel mellett az, hogy általában a könyv kiadója fizeti a nyomdaszámlát a szerzői és egyéb honorárium mellett, aminek meg kell térülnie a sok egyéb költséggel együtt. Gondoljunk csak bele, hogy a hazai fizetési szokásokat ismerve a kiadónak általában a kiszállítástól számítva 30–60 napon belül

ki kell fizetnie a könyvön dolgozó szakembereket és a nyomdát! Ez a költség gyakorlatilag addig veszteségnek számít, amíg a könyv értékesítéséből meg nem térül..

Vagyis ez a kiadó kockázata. A megtérülés pedig nagyon lassú folyamat a könyvpiac „nagyhalai”, a terjesztők, és a pénzügyi, elszámolási tortúrák miatt. A könyv előállításának a költsége nagy kockázat, sok esetben nem térül meg. Magyarországon egy könyv-nagykereskedés a könyv borítóárának (bolti ár) 45–55%-át kéri el a kiadótól a boltban történő elhelyezésért és „polcszerviz”-ért.

A kiadónak a fennmaradó összegből kell kigazdálkodnia az összes költséget, beleértve a szerzői honoráriumot is, amelyről egyedi szerződésben állapodnak meg, általában az értékesített darabszámok alapján kialakított részesedést kikötve. Ezeknek a körülményeknek köszönhető hát, hogy a kiadók igyekeznek kiiktatni a gyártási folyamatot, és a feleslegesen raktárban álló könyvek, illetve azok szállításának költségét. Avagy éppen a direktértékesítés felé hajlanak, amihez szintén remek támogatást nyújt a WEB 2.0. Ekkor még nem is beszéltünk az óriási energiákat felemésztő dokumentálási kálváriáról, ami a készletek és fogyásjelentések könyvelésével jár.

Hazai viszonylatban a négy hazai kereskedőmogul kezében összefutó terjesztési csatornák némi korlátot állítanak a demokratikus könyvterjesztés elé, ezek ugyanis sajátos cenzúraként működnek. Bár versenyben állnak egymással, mégis együttesen ellenőrzik a könyvpiacot. A könyv-nagykereskedők ma már kiadóvállalat-csoportként is működnek.

Mivel azonban minden érmének két oldala van, vizsgáljuk meg a demokratikusabb könyvkiadás hátulütőit is! A szabad publikálási lehetőség a kiadott könyvcímek ugrásszerű növekedését eredményezheti, ami magával hozza a kétes értékű, esetleg nem kívánt tartalmak megjelenését is. Ezek médiaszabályozása, és a jogszabályok betartatása óriási kihívást jelent majd az arra felhatalmazott állami szervezeteknek.

Arról is ejtsünk néhány szót, hogy azok az internetes e-book nagyvállalatok, amelyek az elektronikus könyvkereskedelmi piacba egyelőre még hatalmas veszteséget beleolva – de később egyeduralmat és befolyást szerezve – a későbbiekben saját prioritásaikat fogják leginkább szem előtt tartani. Erre hazai példa a *bookline.com*,⁴⁷ a legjobb külföldi pedig az *amazon.com*,⁴⁸ amely éveken keresztül hatalmas veszteséget termelve várta be a sikert, amit követően piacvezető lett. A hatalmas erőforrás befektetésének haszna lassan beérik.

2010. januárban az Amazon újra hadat üzent a nyomtatott könyv piacának, mert felemelte a kiadó jutalékát 70%-ra, amiért cserébe a kiadónak be kell vállalnia néhány szabály betartását: a könyvek árának 3 és 10 dollár közé kell esnie, és a könyv elérhetősége nem lehet korlátozva egyetlen földrajzi területen sem. Számításuk szerint az elektronikus verzió így legalább 20%-kal lesz olcsóbb, mint a papírforma. Ezzel gyakorlatilag megszorongatja a legnagyobb konkurens vállalatokat is.⁴⁹

47 Hazai piacvezető webes könyvesbolt, könyvkereskedés.

48 Az egyik legrégebben alapított (1990) világméretű internetes piactér,

49 Az Amazon e-könyv-olvasó eszközének legnagyobb piaci konkurensei a legfejlettebb e-book-olvasókat forgalmazó Apple, és Barnes & Noble.

Az internet megjelenésekor létrejött a korábbinál demokratikusabb véleménynyilvánítás lehetősége a kevésbé ellenőrizhető vagy korlátozható, még kevésbé cenzúrázható több csomópontos világhálón. Újabb csatornák alakultak ki a bürokrácia megkerülésére, meglovagolva a technikai és internet fejlődését.

Elkezdődött a periodikák mellett a könyvek digitalizálása is, amelyből az egyre korszerűbb technikai fejlesztések révén kialakult a print-on-demand kiadási forma. A nemzetközi gyakorlatról szóló pontos kimutatásokat nem találtam, de a könyves vásárokon⁵⁰ elhangzott előadások és külföldi szakmabeliekkel folytatott beszélgetésekre alapozva kijelenthető, hogy Észak-Amerika és Európa között a POD gyakorlati alkalmazása eltérő: amíg az USA-ban inkább a szépirodalmi műveket készítik digitális nyomtatással, addig Európában az oktatási területre dolgoznak nagyobb részben.

Az egyetemi jegyzetek esetében az előre felmért kurzusjelentkezések alapján rendelnek 20-100 példányt egyes jegyzetekből, melyeket a digitális nyomda akár 24 órán belül leszállít kérésre. Észak-Amerikában arra rendezkednek be nyomdák, hogy kielégítsék az akár a hagyományos ofszet, akár a digitális POD megrendelői igényeket is. Erre már hazai példa is van, de itthon a finanszírozások helyett inkább partneri együttműködések jönnek létre hagyományos és digitális nyomdák között.

A digitális nyomtatási eljárások világméretű fejlődése tapasztalható. A piaci fejlődés megállíthatatlan, 1985 és 2005 között egy összesség szerint 38-szorosára növekedett az új tech-

50 Frankfurti Könyvvásár, Bolognai Könyvvásár, Budapesti Print Expo, Düsseldorf Print Expo

nika által forgott pénzösszeg a világban, a digitális eljárások világi piaci térhódításának tanúi vagyunk. (3. tábla)

3. számú táblázat

Digitális nyomtatóeljárások fejlesztésére költött összegek

1985	1,0 milliárd dollár
1990	2,0 milliárd dollár
1995	8,0 milliárd dollár
2000	25,0 milliárd dollár
2005	38,0 milliárd dollár
2010 (becslés)	45,0 milliárd dollár

Egyébként a nyomdaiparban szinte mindenki egyetért abban, hogy az új technológiák forradalmasítják az ágazatot. Vita inkább arról folyik, hogy a digitális nyomdatechnika vajon mekkora kihívást jelent a hagyományos nyomdák számára. A Xeroxnál azt jósolják, hogy az évente több mint 40 milliárd dolláros teljes nyomdai világi piaci forgalom 18–20%-a vándorolhat át a következő években a digitális nyomtatás irányába.

Európában mostanában terjed el az a fajta üzleti berendezkedés, hogy a hagyományos nyomda komoly beruházások során a hagyományos géppark mellé digitális felszerelést is fejleszt. Így a teljes körű vevői igényeket kielégítheti. Az előző éveket megfigyelve, volt 2008 körül egy nagy fellángolási időszak, amikor többen vásároltak digitális gépet vagy alapítottak kompakt digitális nyomdai részleget, azonban 2012-re kiderült, hogy a digitális gyártás teljesen más sales és egyéb kompetenciákat igényel ahhoz, hogy a piacon maradjon, ennek megfelelően

azóta már alaposan megtizedelődött ez a piaci terület. Emelkedett a lízingelt és visszaadott gépek száma.

A digitális kiadás fontos funkciója a kultúramentés. Az elévült szerzői jogok miatt az érintett irodalmi alkotásokat újra mindenki által elérhetővé, közkinccsé lehet tenni. Ezek, mint Dante, Voltaire, Kant művei vagy az egész Biblia – akár magyarul is – hozzáférhetővé tehetők, de gyakran még antikváriumokon keresztül sem lehet hozzájuk jutni. Egyes becslések szerint csak angol nyelven több mint egymillió olyan könyv van, amely elfogyott, már nem kapható könyvkereskedésekben.⁵¹ Én magam is vagy 30-40 könyvcímet kerestem antikváriumokban vagy boltokban, teljesen hiába. Ilyenkor hasznos volna egy olyan szolgáltatás, ahol igaz drágábban, de hozzá tudnék jutni egy példányhoz.

51 Márfoldi Rita: Print On Demand. In: Krono Inaplo <http://krono.inaplo.hu/index.php/intra/7-incult/123-print-on-demand-a-joev-koenyvkiadasa?showall=1>
Utolsó letöltés dátuma: 2010.12.28.

AZ ESPRESSO BOOK MACHINE (EBM) BEVONUL A KÖZTUDATBA

Erről a berendezésről azért tartom fontosnak írni, mert egy urbánus legenda az, hogy hamarosan olyan gépek lesznek minden metróbejáratnál, mint az ATM, néhány száz forintért vehetünk belőlük könyvet. No, ez automata, de semmi esetre sem ilyen egyszerű, hiszen milliós címrendszer a választék az EBM esetében, és nem kész könyvet kínál eladásra, hanem elkészíti a kiválasztott könyvet.

A prototípust egy Saint Louis-i mérnök, Jeff Marsh alkotta meg. Marsh egy barátja informálta erről Jason Epstein veterán szerkesztőt, aki forradalmi újításairól híres a kiadói körökben, és sikeresen időzített kartonált klasszikusaival vált ismertté. Számomra ő egy szakmai ikon, egy olyan szakember, aki nem vonul soha nyugdíjba, hanem élete végéig tevékeny lesz.

Epstein, Dane Nellerrel, a Dean & DeLuca alapítójával közösen megvásárolta a gép licenzét, céget alapított és fejlesztésbe kezdett. Összegyúrta közel 58 év szerkesztőségeiben eltöltött könyves kiadói tapasztalatait a mai kor, sőt a jövő évtized – évszázadokról ebben a fejlődési lépték mellett nem beszélhetünk – feltételezett elvárásaival és fejlődési igényeivel,

majd megalkották a gépet. Az első EBM berendezést 2007-ben helyezték üzembe szellemi atyjai, Jason Epstein, Dane Neller, a gyártó ügyvezetője, Robert Darnton, harvardi professor a *Google & the Future of Books* című könyv szerzője részvételével a sajtó nagy nyilvánossága mellett New Yorkban, a városi könyvtárban.

Nagy szencióként és okos marketingfogásként egy hónapon keresztül ingyenesen lehetett rajta az általa népszerűsített megjelenési formában klasszikusokat nyomtatni (mint például a *Tom Sawyer*), ezáltal is nyilvánosan tesztelve a berendezést. Az EBM néhány perc alatt kinyomtatja, összehordja és beköti a könyvet, azaz teljes legyártó „endmontage”-berendezés. Jason Epstein, a Random House szerkesztője az 1960-as években ismerte fel a karton borítású, olcsóbb kivitelű könyvek iránti piaci igényt, és sikeresen vezette be új megjelenéssel a „Klaszszikusok” sorozatát.

Mindenképpen forradalmi találmány, és egy könyv előállításának költsége⁵² is teljesen reális, ha egy könyvesbolti borítóárhoz hasonlítjuk. 2007-ben elnyerte a masina a „Best Invention of 2007”⁵³ díjat. A haladó gondolkodásúak már 2006-ban hirdették a változás előszelét, hiszen a CNN Money weboldalán megjelent *Fortune* („Small Business”-magazin) egyik cikkében az „ATM for Books” megjelenését vetítették elő. Reális elképzelésnek tűnik, hogy optimális méretéből eredően nyugaton minden mosodában, kávézóban, sőt háztartásban lesz egy olyan berendezés, amellyel – a címben megadott hasonlattal

52 Egy penny/page, azaz körülbelül 3 Ft/oldal.

53 Best Invention of 2007: „2007 legjobb fejlesztése” díj.

élve – mint egy presszókávét, gombnyomásra elkészíthetjük a gyors könyvet is..

Epstein cége az ODB, 2009-ben szerződést írt alá a Google-lal, ezáltal elérhetővé vált az új technológia számára egy több mint kétmillió könyvből álló elektronikus könyv adatbázisa az erre a célra létrehozott EspressoNeten keresztül. 2012-re már világszerte több ilyen EBM berendezés üzemel. Elképzelhetőnek tartom, hogy a kiadók az esetlegesen felmerülő utánnyomási igényeket print-on-demand módon elégszék ki abban az esetben, ha nem akkora a megrendelési igény, hogy nyomdai produkciót vegyenek igénybe.

Ez azonban kérdéseket vethet fel, mert ha például egy keménytáblás könyvet vagy egy díszített, kartonfedeles könyvet a POD technikának megfelelő minimalizált megjelenési módon állítanak elő, akkor előállítási költség és postaköltség is felmerül; mindez pedig kérdésessé teszi a gazdaságosságot. A kiadónak mérlegelnie kell ebben az esetben, hogy a vevői igények kielégítését vagy – emellett – a finansziális ráfordítást tartja fontosabbnak.

Ennek a konkrét megvalósulásának olyan példáit látom jelenleg, hogy bizonyos esetekben a késedelmes nyomdai leadások és a nyomdai kapacitás, illetve a korlátok miatt (mint például a technológiai gyártási idők megszabottsága) a kiadó úgy reagál a nagy keresletre, hogy előzetesen vagy utólagosan legyártat 100–200 darab könyvet.

Sokszor a könyvbemutatókon is csak ezek a példányok hozzáférhetőek, mert ahogy Jason Epstein is említést tesz róla, a piac kiéhezetten várja a bestsellereket, így nem sok időbeli ráhagyás marad a kiadónak arra, hogy a könyvet le is gyártas-

sa. Rados Richárd kiadó szerint a book-on-demand jelenleg a fent említett használati módokon kívül nem életszerű kiadási forma hazai vonatkozásban, viszont a nevezett felhasználási módokat rendszeresen igénybe veszi. Hazai viszonylatban tehát úgy tűnik, hogy meglehetősen lassan reagálunk a kor kihívásaira, nálunk a digitalizálás és ennek ismertsége, az erre kialakult technikák még nagyon gyermekcipőben járnak. Ennek sok oka lehet. Egyrészt a komoly tőkések és a vállalkozói kedv hiánya, de hátrányt jelent a hatalmas terjesztővállalatláncok befolyása is.

Egyes kiadók üzembe helyeztek digitális szövegek kis példányszámú nyomtatására olyan gépeket, melyek gazdaságosan és gyorsan képesek előállítani a kész könyvet. Részben az erre való igény hatására jelentek meg hazánkban is a fénymásoló-szalonok fejlettebb utódjai, a digitális nyomdák. Ezek berendezései hasonlóak egy hagyományos nyomda berendezéseéhez, azaz nyomógépekből és kötészeti berendezésekből állnak. Nyomóformák helyett azonban a digitalizált és megfelelő szoftverekkel megfelelő formátumba konvertált fájlokat használják.

A print-on-demand legnagyobb előnye a hagyományos könyvkiadással szemben az, hogy kis példányszámban is optimális áron nyújt megjelenési lehetőséget. Míg egy hagyományos kiadó – a pénzügyi kérdések prioritásával – több ezer példány eladásának reményében ad ki egy-egy kiadványt, digitálisan akár egyetlen példány is gazdaságosan előállítható. Ezzel az előnnyel a digitális nyomda válhat a hagyományos technika legnagyobb ellenfelévé. Folyamatos vita tárgyát képezi a szerzői jogok megsértése.

A jogi problémák megoldásának kiküszöbölését pedig nehezíti a nyomtatás egyszerűsödése, a technika napról-napra történő változásai. A szerzői jogok jelenlegi rendszere nem választható attól a piaci, üzleti környezettől, amelyik a létrejövő műveket eljuttatja a fogyasztókhoz.

Update: az International Herald Tribune amerikai lapban 2012 júniusában megjelent egy érdekes cikk az EBM berendezés kapcsán, melyben arról számolnak be, hogy egy hölgy saját könyvét elkészítette a géppel, amely hihetetlen módon bestseller lett néhány hét alatt a „self-published” listán. Több mint 70 könyvesboltban és könyvtárban üzemel a berendezés Londontól-Tokióig. Thor Sigvaldason igazgató szerint az EBM új perspektívákat kínál a gépet üzemeltető könyvesboltoknak. Nem csak eladják, hanem készítik is a könyvet.⁵⁴

⁵⁴ International Herald Tribune. The little book machine that could. 2012. jun.12. New York

Jelen korban nagyon sokat beszélnek a hagyományos könyvtár alteregójáról, az elektronikus könyvtárról, ami nem igazán közkedvelt, viszont nagyon praktikus. A huszadik század közepén kezdett a digitális könyvtár fogalma teret hódítani, ugyanis a könyvtárak növekedési dimenziói problémákat vetettek fel; illetve akkor még csak arról volt szó, hogy alternatív megoldást kerestek a könyvek tárolására.

Emellett a kulturális alapellátást, a hagyományos művelődési intézményhálózatot a gazdasági, jogi környezet változása miatti gyors elavulás jellemzi napjainkban.⁵⁵ Ez egyaránt igaz a minőségi és tartalmi működésre, továbbá az erőfenntartott épületek és infrastruktúrák állapotára, valamint az egyre magasabb működtetési költségekre, és végül – talán ez a legfontosabb – a megfelelően képzett szakemberek utánpótlására.

Ez a kérdés társadalmilag különösen fontos, mert ezen intézményeket a – viszonylagos – olcsóságuk miatt is elsősor-

ban az alacsonyabb jövedelemmel rendelkező, ugyanakkor a kulturális juttatásokra nagyon rászoruló réteg veszi igénybe.

Éppen ezért a könyvtárak közművelődésben eltöltött szerepének nélkülözhetetlensége nem megkérdőjelezhető. Azt viszont, sajnos, tudomásul kell venni, hogy az állami támogatások szűkülése miatt jelentősen romlanak a használati viszonyaik, ezért állami szinten is felvetődött, hogy a jövőbeli könyvtárak a hagyományos funkciókon felül az információs társadalom és a dokumentumok digitalizációjának alapintézményeivé váljanak.

Ahogy fejlődött, alakult az évtizedek során ez az alternatíva, úgy vált láthatóvá az egyre szélesebb felhasználhatósági paletta. Fremant Rider amerikai kutató, könyvtáros, újságíró 1944-ben írt tanulmányával rámutatott ennek a növekedésnek a drámai helyzetére. Statisztikailag elemezte a növekedést egy robbanáspontra.⁵⁶ Példának a nagyobb könyvtárak esetét említeném, ahol már most is súlyos kapacitásproblémákkal küzdenek; sok esetben a „katalogizált raktározás” a megoldás; de meddig lehetséges ez?

Eleinte a könyvtárak csak a periodikákat archiválás céljából digitalizálták, később a korlátozott hely és a könyvek növekvő mennyisége miatt a könyveket is elkezdték digitalizált formában tárolni. A legnagyobb digitális könyvtárak a Project Gutenberg, az Ibilio, az Internet Archiv, a Google és a Yahoo. A hagyományos könyvtárakban korlátozott a hely, a polcok száma, míg a digitális könyvtárak szinte korlátlan tárolási kapacitással rendelkeznek. A digitális könyvtár üzemeltetési

⁵⁶ Rider, Fremant: *The Scholar and the Future of the Research Library*. Hadham Press. 1944.

költsége csak a töredéke a hagyományos könyvtárénak. A digitális könyvtárak képesek adaptálni a technológiai fejlesztéseket elektronikus és audio-könyvekként, ezáltal elősegítik újabb kommunikációs csatornák létrejöttét, mint a Twitter, a blog vagy az SMS-költemények.

Az alábbiakban igyekszem összefoglalni részletesebben a digitális könyvtár kapcsán felmerülő előnyöket és hátrányokat, amelyek megválaszolnak a témával kapcsolatosan felmerülő kérdéseket:

Néhány előnyös szempont:

- A felhasználónak nem kell fizikailag a könyvtárban tartózkodnia annak használatakor. Otthonról vagy bármely internetes elérhetőséggel és a technikai feltételekkel rendelkező helyen használhatja a könyvtárat.
- Az internetes kapcsolattal rendelkező felhasználók a világ minden részén, bármely időpontban képesek a könyvtárat használni, időkorlátozás nélkül. Ugyanazon kiadványokat számszerű korlátozás nélkül több felhasználó is olvashatja egy időben. Egy-szerre a világ több részén felcsatlakozó felhasználó ugyanazon időben használhatja ugyanazon tartalmat.
- A digitális könyvtár használatakor a felhasználónak lehetősége van arra, hogy nemcsak a könyvet, hanem akár csak a kívánt tartalmat, fejezetet keresse meg speciális integrált keresőprogramokkal. Így jelentősen lerövidül a keresési időtartam, hatékonyabbá lehet tenni például tudományos kutatások felhasználását.
- Rugalmasan visszakövethetők a korábbi felhasználások kereséseinek eredményei, felhasználóbarát

interface-k használatával hozzáférnek a forrásokhoz. A korábban használt tartalmak „tárolódnak”, így lehetőség van rövid idő alatt a kívánt korábban használt oldalra visszatérni.

- Sokszorosítható adott kiadvány korlátlan számban a minőség csökkenése nélkül. A zárt digitális állomány korlátlan számban letölthető, de a fájl minősége nem csökken, nem kopik el.
- Adott könyvtáron keresztül specifikus kereséseknél „linkelve” elérhetővé válik a rendszerbe integrált többi tudományos intézet, könyvtár. Gyakorlattá vált, hogy a kutatásokhoz az intézmények elérhetővé teszik tartalmaikat, statisztikákat, tudományos munkákat. Ezzel a keresőprogram révén, alternatív csatornákon is elérhetőek kívánt tartalmak.

Néhány hátrányos szempont:

- A digitális könyvtár nem képes létrehozni a tradicionális könyvtár hangulatát. Sokan a könyvtárba járást már rituális dolognak tekintik a ruhatárban leadható kabáton át az olvasás mellé megrendelt kávé illatáig, ők a digitális könyvtárban ezeket az élményeket nem kapják meg.
- Sokan nem képesek olvasni a képernyőről, de akik képesek is erre, azok látásromlással számíthatnak a képernyők vibrálása miatt. A képernyőről olvasás problémájának megoldásán már dolgoznak a számítástechnikával foglalkozó cégek, ezekről bővebben a könyvhelyettesítő eszközök fejezetnél olvashatunk.

- *A mai napig nem megoldott a hosszú távú adattárolás.*
Nincsenek olyan eszközök, amelyek képesek évtizedekig biztonságosan tárolni a rajtuk „raktározott” állományt. Ezen felül az adattároló eszközök kompatibilitása is kérdéses.⁵⁷

A folyamatos fejlesztéseknek köszönhetően a könyvkezelésekben sok újítást vezettek be, mint például az optikai karakterfelismerő programok és az e-könyvek számtalan erre épülő üzleti modelljei.

⁵⁷ A floppy lemez is csak körülbelül 15 évig volt használatban. Ma már csak ősrégi gépeken lehet használni.

ANALÓG ÉS DIGITÁLIS EGY TÉRBEN

Ebben a fejezetben inkább a magazinokat illetve a magazinok köré épült struktúrákat taglalom, mert szignifikáns különbségek jöttek létre ebben a kiadói ágban az internet megjelenésével. Sokkal inkább transzformálódott a magazin kiadás, mint a könyves üzletágak. Rendkívül gyorsan alkalmazkodtak a lapkiadók az újkori elvárásokhoz, és a fogyasztók igénye az internetes elérhetőséget illetően is inkább ezen a területen vált konkrétá. A könyv ezért is kezelendő teljesen másként.

Az elkülönülés a könyv és folyóirat között akkor következett be, amikor a folyóírás az aktualitás szolgálatába szegődött. Az idősajtó éltető eleme lett az újság, a periodikus megjelenés folyamatos aktualitást vont maga után. Az időhöz kötött megjelenés időszerű tartalmat kíván, az időhöz kötött sajtó éppen ezért természete szerint fejlődik. Azt ma bátran kijelenthetjük, hogy az a mítosz, miszerint az idő szövőszéke óriási sajtógép, mely ontja magából az újságpéldányokat, lassan már nem a sajtógépekre vonatkoztatható, hanem inkább a gyors információ forrásának számító világhálóra.⁵⁸ Az 1996-os amerikai elnökvá-

lasztás idején végzett felmérések azt mutatták, hogy a választók legalább annyi információt szereztek be az internet segítségével, mint a lapokból.⁵⁹

A korábban felsoroltak szükségessé teszik egy olyan médiaelem bemutatását, amely egyértelműen felvette a kesztyűt az újkori kihívásokkal szemben, és alkalmazva az elérhető fejlesztéseket, saját hadrendjébe állította azokat, hibrid médiává⁶⁰ alakult. A speciális és ma jellemzően magazin-kiadói világ az, amely az internetes újtások nélkül erőtlen, versenyképtelen lenne. Hiszen, csak az a hír, ami aktuális, és azonnali. A mai kor megköveteli az azonnali tájékoztatást. A hagyományos nyomtatott lapok a gyártási idő miatt korlátozva vannak a friss hír közlésében, kézen fekvő megoldást kínált számukra az online felület. Így az analóg, papírt olvasó és feszes napirenddel rendelkező ember igénye is ki van elégítve azáltal, hogy a megszokott módon értesüljön a hírekről; de az is hozzájut a hírekhez, aki nem ér rá lapot lapozgatni, vagy éppen már a számítógépen szocializálódott a hírolvasási kultúrája. Egy magazin, amely hibrid médiaként a világhálón is jelen van, sikeresebben működik, nagyobb a hirdetéseiből származó bevétele. A késő modern médiakörnyezet eltérő paraméterek mentén leírható hibrid média hálózatából áll.

A nyomtatott lapok többségének van már internetes változata is, a nyomtatott változatnál gyorsabban frissülő híreket közzétéve olvasóinak, emellett a portálokhoz kapcsolódó

59 Malkovics Tibor: i.m. pp. 454 p.

60 Hibrid média: nyomtatott és interneten elérhető elektronikus formában megjelenő magazin, lap, hírűjság

blogok révén szubjektívebb üzenetek megfogalmazására, és ezekhez kapcsolódó olvasói visszacsatolásra is lehetőség van.⁶¹ Kíváncsi voltam, hogyan működik ez egy fejlett nyugati országban, ezért egyik kedvencemet a Stern magazin működését jobban nagyító alá vettem.

A kutatómunka megkezdésekor levelet írtam a Stern sajtóosztályának, és Carolin Boeck marketingigazgató kérésemre egy közel 30 oldalas, újságíróknak készített tájékoztató anyagot küldött. Jellemző a kommunikációjukra, hogy e-mailem elküldését követő napon már válaszoltak is levelemre, amiben felajánlott a segítségüket, ezen felül megköszönték, hogy dolgozatomban megemlítem a kiadóvállalatot. Ez mindenképpen elismerésre méltó hozzáállás a részükről. Tekintsük át röviden a lap történelmét: a Stern-t 1948-ban alapította Henri Nannen. Ő főszerkesztőként 1980-ig vezette a heti rendszerességgel megjelenő magazint. 1980–1983 között kiadóként működött közre, majd visszavonult a közéletől. 1986-ban szülőfalujában halt meg. Azóta az általa megbízott Thomas Osterkom és Andreas Petrolo a kiadvány főszerkesztői.

A magazin 60 év fennállás után sem veszített a népszerűségéből, hanem alkalmazkodott a kor kihívásaihoz, főként a kemény üzleti alapokon nyugvó hirdetési és terjesztési iparághoz.

A magazin fennállása óta több mint 3000 kiadást élt meg, több mint 800 000 oldal terjedelemben. Megjelenéskor 6 munkatárs állította elő a 16 oldalas 40 (német) pfennig árú magazint; napjainkban több mint 340 kolléga dolgozik a többnyire

61 Myat Kornél: Médiaelméletek és késő-modern médiakörnyezet. In: Média-kutató XI.évf. 2.

200 oldalas kiadvány tartalmán. Mint heti aktuális hírmagazin, csütörtökönként jelenik meg.

Ma már több mint 7,5 millió lakos, azaz a 14 év feletti német lakosság 11%-a és a vezető értelmiség 20%-a százaléka számít a lap rendszeres olvasójának.⁶² A lap 96%-os ismertségi mutatójával megelőzi a két konkurens lapot, a *Focus*-t és a *Spiegel*-t.

A *Stern* helyt állt az 1991-es nagy médiarobbanáskor is, amikor robbanásszerűen jöttek létre a kereskedelmi tévék, az internetes hírportálok és a célcsoportokra specializálódott és „tematizált” színes illusztrált magazinok. Sikeresen alkalmazkodott az üzletpolitikájuk, újrapozícionálták magukat a piacon. Napjainkban a magazin alapítója elveihez méltóan működik print és online médialeként a legmagasabb szakmai kritériumok alapján.

Az eredmények azt mutatják, hogy bár a *Stern* megjelent az online felületeken és a televízióban is, ez nem ment a nyomtatott magazin olvasottságának rovására. Az online és offline felületeken egymás médiatámogatottsága mellett sikerült mindkét médianak megtalálnia a jellegéhez leginkább igazodó felületeket, megjelenéseket, tipográfiát, betűméretet, megfelelő kép-szöveg arányt, adott hírek megjelenésének figyelemfelkeltő hatását, színek alkalmazását a lap arculatának megőrzése mellett.

Az online felület kialakítása a WEB 2.0 eszközök – mint a fórumok, blogok és a Facebook – használatával kétirányú kommunikációt hozott létre. A lap, amellett, hogy követte az

62 Leseranalyse Entscheidungstraeger: 1975-ben alapított német médiatervező és kutató vállalat

olvasók információs igényeit, megőrizte tradicionális, „general interest” magazin jellegét (vagyis a felnőtt olvasóközönségnek valamennyi csoportjának érdeklődésre tart számot).

RÉGI IDŐK, ÚJ LEHETŐSÉGEK...

Meghívást kaptam az egyik történelmi korú nyomda, az Alföldi Nyomda 450. születésnapjára ünnepélyére. Ajándékba kaptuk a nyomdától erre az alkalomra a „Szent Pál Apostol levelei” című (*eredeti: A Szent Pál Apostol levelének melyet a Colossabelieknek irt predicacio szerént való magyarázatja*) mű fakszimile kiadását és annak a mai értelmező számára tolmácsoló verzióját egy ízléses bind-up díszcsomagolásban.

Megtudtuk az előadások során, hogy miért éppen az a mű lett érdemes erre a jubileumi ünnepélyre. Az eredeti mű 1561-ben készült el Debrecenben, és hogy ma már csak egyetlen ismert fennmaradt példánya létezik egy Erdélyi könyvtárban. Az eredeti példányt egyébként cernakesztyűben kézbe is lehetett venni. Hallgattam a sok érdemes eladó beszédét, közben nézegettem a kiadványt. Időnek kellett eltelnie az ünnepeket követően, amíg összeérett bennem, hogyan fogalmazzam meg a gondolataimat, miért különleges jelentőségű ez a kiadvány egy nyomdász-és kiadószakmabeli ember számára.

Otthon a fakszimile példányt forgatva igyekeztem felfedezni benne minden olyan részletet, amely individuummá

tette az eredeti művet. A kornak megfelelően a korábban már említett nyomdászjel jelöli a borítón a műhely elkötelezettségének tanúságtételét, a belső lapokon a tulajdont igazoló, az évek során belekerült könyvtári pecsétek mellett a magasnyomás jellemzői is megtalálhatók. A mai nyelvre fordított verzió ehhez képest inkább funkcionális, csupasz, de hibátlanul megtervezett darab.

E mű tanulmányozása közben éppen egy előadásra készültem, talán a sok tanulmány olvasása során fogalmazódott meg bennem, hogy ennek a két kötetnek az együttes megjelenése – még ha nem is direkt e célból lett elkészítve – erősen szimbolikus jelentőségű a Gutenberg Galaxist kutatók számára. Ugyanis ez a mű markánsan rámutat a Marshall McLuhan által egymás riválisaként megemlített hagyományos, papírra nyomtatott könyv, és a digitalizált betű erősségeire, lehetőségeire, és együttélésének jövőbeni perspektíváira. Manapság, amikor a digitális és a hagyományos könyv közti érzelmi és gazdasági feszültség időszakát éljük, öröm ráakadni olyan példákra, amelyek képesek rámutatni olyan pozitívumokra, amelyek segítenek befogadni az újat, és megérteni a régit.

Az eredeti nyomtatott verzió 450 éves, élettartama több évszázados, mégis olvasható, őrzi a beleírt információt funkciója szerint, ezzel szemben a digitalizált információ legnagyobb hiányossága és gyengesége az archiválás és a kompatibilitás. Mégis, a digitalizáció technológiája nélkül, nem kerülhetett volna a kezünkbe a reprodukált verzió. Ilyen módon a kiadvány szimbolikusan reprezentálja a hagyományos időtállóságát és a digitális lehetőségeit.

A BLOGGER VÉLEMÉNYE

Ha már a könyvek mellett a lapokról, magazinokról és digitális vs. hagyományosról értekeztem, fontosnak tartom, hogy bemutassak egy másik olyan dinamikusan fejlődő médiaeszközt, a blogot, amely alternatív módon segít a kiadónak hibrid-médiaként érvényesülni. A blogok a XXI. század elején még csak, mint korai internetes naplók működtek, hobbiszinten. Akkoriban talán senki nem gondolta volna, hogy mekkora erővel fog bírni, és milyen módon befolyásolja a fogyasztói szokásokat ez a vélemény-kifejezési forma.

A mai média életében a bloggerek egyre fontosabb szerepet játszanak. Egyrészt, mint napi többezres oldallátogatottsággal bíró véleményformálók és reflektálók csoportja, másrészt nagyon komoly befolyásoló és kereskedelmi szerepet töltenek be.

Olyan kiadók, amelyek sikeresen integrálják ezt az új médiumot a vállalat portfóliójába, feltehetően jobb eséllyel értékesítik on- és offline hirdetési felületeiket. A lapok internetes portáljain fontosak az olvasói fórumokban a kommentek, a visszacsatolások révén pedig egyfajta interaktivitás jön létre.

Példaként az egyik legnevesebb gasztronómiai kiadványt, a *Dining Guide*⁶³ magazint emelném ki.

A kiadó elsők között kiválóan ismerte fel a bloggerek által képviselt értékerőt, és profilját egy úgynevezett blogger-felülettel egészítette ki, amellyel gyakorlatilag szélesítette a reklámfelület-értékesítési portfólióját, nagyobb látogatóközönséget gyűjtött a portáljaira.

Ezzel a kiadó gyakorlatilag szűrt minőségi tartalmat és médiatámogatást szerzett a nyomtatásban megjelenő periodika kiadásához, az online felület népszerűsítéséhez, jelentősen megnövelve a lap presztízsvértékét. Feltehetően a jövőben ez az irány is fejlődni fog, és több lehetőség is mutatkozni fog a kereskedelmi kihasználtság irányában. Azóta, gyakorlatilag az összes nagy hírportál az online felületen a blogoknak előkelő felületet biztosít, a webes fejlesztéseknél is fontos faktor, hiszen növeli a lap látogatottságát. A bloggerekén keresztül létrejön a viszonylag szabad véleménynyilvánítás lehetősége.

A sokféle tartalomigény és azok árnyalatainak kiszolgálása is lehetséges. Ezen keresztül növeli a magazin weboldalán elhelyezett hirdetések értékét. Az üzleti modellek kialakításakor tehát nagyon fontos felismerni a folyamatosan megújuló lehetőségeket, alkalmazni a rendelkezésre álló eszközöket, megvalósítani a célokat. Ehhez naprakész tudás és a többi média, a piac megfigyelése igen jelentős energiakapacitást igényel, de a minőségi és specializáltan célzott tartalomszolgáltatás általában megtérülő szolgáltatás.

63 A *Dining Guide* egy negyedéves periodika, angol-magyar nyelvű tartalommal, a PrintXBudavár Zrt. kiadványa

A SZERZŐI JOGRÓL A KÖNYVKIADÁS KONTEXTUSÁBAN

Ennek a fejezetnek a megírásához jogi végzettség híján a megfelelő szakirodalom tanulmányozásán felül segítségül kértem egy kompetens, komoly szakmai tapasztalattal rendelkező, szerzői jogokkal foglalkozó jogász barátom, Dr. Ágoston Alexandra segítségét.

Azért őt kerestem meg ebben a témakörben, mert az ügyvédi praxisa mellett a Vivandra Könyvkiadó tulajdonosa is egyben. Így a legaktuálisabb kompetenciával rendelkezik a szerzői jog helyzetéről a könyv kontextusában. A könyvnyomtatást részben felváltó digitális szöveggazdálkodás ismét előtérbe helyezte a szerzői jogok kérdését. Pontosabban a kiadás eredményeként létrejövő műre vonatkozó, a mű megalkotóinak a jogaival kapcsolatban felmerülő problémákat, mégpedig abban az értelemben, hogy az alkotó a munkájával tisztességes haszonra tegyen szert, szakértelmének eredményét ne mások sajátítsák ki.⁶⁴

Európában és Észak-Amerikában a szellemi alkotások jogi védelme ugyan eltérő filozófiai háttérrel, de ha-

sonló eszközökkel biztosítja a szerzők ellenőrzését műveik sorsa felett. Míg az európai jogi hagyományokban a „*droit d’auteur*” azaz az autonóm, egyedi szerző egyszeri és megismételhetetlen teljesítményének jogi és morális elismerése áll a jogi szabályozás háttérében, addig a *Common Law* országokban⁶⁵ a művek piaci használhatóságának lehetővé tétele az elsődleges szempont. A szerzői jog alapvetése, hogy a szerző számára monopoljogokat biztosítson egy olyan jószág felett, amire nem vonatkoztathatók a tárgyi, fizikai világ hagyományos szabályai.

A szellemi jószág, azaz a szerzői művek közzététele csak bizonyos fogyasztók számára biztosítja a fogyasztást, amíg másokat kizár a hozzáférésből. A szellemi javak és fizikai javak közötti egyik fő különbség az, hogy míg a fizikai javak elidegeníthetőek (pl. adásvétel, ajándékozás útján), és attól kezdődően új tulajdonosa rendelkezik fölötte, addig a szellemi termékek alapesetben nem. A szerző a jogait általános esetben csak átengedi a felhasználó számára, így például a könyv esetében engedélyt ad a kiadásra, többszörözésre, terjesztésre.

Az e-könyvek elterjedését serkentő digitalizáció óriási léptékben fejlődik. A fejlődéssel kapcsolatosan azonban mégsem technológiai problémákról írunk itt, hanem a rendelkezés és az ellenőrzés kérdéseiről, ami már a globalitás kontextusába is beilleszthető a World Wide Web megkerülhetlensége miatt. A nyomtatott könyvek világában senkinek, az egyes kormányoknak főképp nem lehet tudomása arról, hogy mit olvasunk.

65

USA, Nagy Britannia és a Nemzetközösségi államok

A könyvesboltokban és a könyvtárakban senki nem figyel (jó esetben), hogy milyen könyveket veszünk le a polcról, vagy melyikbe lapozunk bele.

A digitális érában azonban még a magánszféra is állandó veszélynek van kitéve. A technikai fejlődés következtében, az új média térnyerésével a szerzői jogi szabályozás is újragondolást kívánt. Hiszen az internetes /on-line/ mobilkommunikációs vállalkozások a szerzői jogot egyre inkább az információhoz és a tartalomhoz való szabad hozzáférés akadályának minősítették. Arra készítették az érintett jogosultakat (szerzők, előadó-művészek, könyv és zeneműkiadók stb.), hogy a szellemi termékek hasznosításának és védelmének új lehetőségeiről, új üzleti modellek kialakításáról tájékozódjanak. Ugyanakkor az említett érdekcsoportok erős lobbytevékenysége a jogalkotókat is meggyőzte a jogszabályok felülvizsgálatának szükségességéről.

Az Európai Bizottság kezdeményezésére hosszú évek egyeztető tárgyalásai eredményeként jött létre az információs társadalom szerzői és szomszédos jogi kérdéseiről szóló irányelv⁶⁶ melyet „*InfoSoc Directive*” (vagy Copyright Directive-nek) is neveznek.

Ez az irányelv kiterjeszti a szerzői jogok szabályozását az új média, az internet világára is, azonban alapvetően a szerző monopolhelyezete művei fölött megmarad. Ezzel a szerzői érdekcsoportok kiütéses győzelmet arattak a tartalomszolgáltató vállalkozások felett. A digitális térben azonban sokszor teljesen elmosódnak a határok az engedélyezett, nyilvánosságra hozható, és az engedély nélkül, illegálisan közzétett tar-

talmak, illetve felhasználhatóságuk korlátai körül. A digitális tartalom, épp a minőségromlás nélküli másolhatósága miatt kelendő árucikk.

A világhálón a megfelelő keresésre már szinte bármelyik kulccsal védett szoftverhez⁶⁷ letölthető „feltörő kulcs” is. Ha úgy vesszük, akkor folyamatos, reménytelen harcot vív a digitális mű kiadója a jogellenes magatartást tanúsító illegális felhasználóval. Vannak már megbízhatónak nevezett szoftvervédelmek (pl. DRM rendszerek lásd később), de ezek is csak ideig-óráig képesek a tartalmat védeni a „kalózzokkal” szemben.

Óvatosságra int az a tény, hogy az e-könyv és e-kiadványok körül bábáskodó intézmények nem feltétlenül és nem mindig tartják tiszteletben az olvasók, szerzők, könyvkereskedők és a könyvtárak azon jogait és elvárásait, amelyeket a nyomtatott könyvvel kapcsolatos tapasztalataik nyomán kialakítottak és megvédték. Ugyanakkor nyilvánvaló, hogy az e-könyv és az e-magazin ma már nem kikerülhető jelenség.

Az e-book egyre komolyabb teret nyer, számos változata van jelen, és bővül az egyre magasabb technikai és élvezeti színvonalat nyújtó választék, mint ahogy arról a gyerekkönyvek esetében bővebben ki is tértem, az interaktív, bővíthető, variálható tartalom.

A hagyományos szerző-kiadó kapcsolat úgy működik, hogy a szerző a kiadó részére szerződésben rögzített feltételek szerint engedélyezi a műve kiadását (a kiadás a többszörözést és a terjesztést foglalja magában), és a kiadó foglalkozik a továbbiakban a mű nyilvánosság számára való elérhető tételével és a

szükséges jogi hercehurcákkal. Azonban ne feledkezzünk meg arról, hogy a kiadó elsődleges érdeke az üzleti sikeresség, a szerző motivációját viszont a megélhetés mellett a nehezen mérhető ismertség, elismertség is nagymértékben befolyásolja.

Az inkább presztízszorientált szerző érdeke, hogy minél több módon, minél több olvasóhoz jusson el a műve (itt tudatosan nem használom a fogyasztó megnevezést, hiszen a szerző az olvasót szólítja meg és nem a vevőt), a műveit méltassák és személye az irodalmi körökben így váljon befolyásossá. Ezzel szemben a kiadó, ha úgy ítéli meg, hogy adott mű sikeressége üzleti szempontból bizonytalan, akkor visszafogja a kiadási darabszámot és a terjesztési csatornák spektrumát, nem beszélve a marketing és promóciós eszközökről, költségekről. Ebben az esetben a szerző egyetlen lehetősége, hogy szakít a kiadóval, és más lehetőséget keres műve elérhetővé tételére.

A szerzői jog védelmének másik lehetősége a fizikai védelem, a Digital Rights Management. A DRM olyan eszközök tárháza, amellyel a ma forgalomban levő e-book-olvasókat és erre alkalmas eszközöket felszerelik. A legjobban megfogalmazva Tószegi Zsuzsa definíciójában válik érthetővé. A különböző DRM-technológiák célja a szerzői jog által védett digitális tartalom meghatározása, azonosítása és a tömeg által előírt szabályok betartatása.

A DRM a védett digitális tartalmak illegális terjesztése ellen kifejlesztett műszaki eljárások rendszere, amely korlátozza a jogosulatlan hozzáférést a jogvédelem alatt álló tartalomhoz, illetve lehetővé teszi a felhasználás engedélyét, a tartalomátvitelt a jogosulttól a felhasználóig, a felhasználói díj elszámolá-

sát.⁶⁸ A DRM viszont nem tudja korlátozni az analóg másolatok elkészítésének lehetőségeit.

A DRM a digitális felhasználások üzleti modelljei kialakításának hajnalán szükséges, és célravezető eszköznek tűnt az illegális felhasználásokkal szemben. Azonban ma már egyre elterjedtebb az a nézet, hogy nem váltja be a hozzá fűzött reményeket. Egyrészt, ahogy már említettem, a védelem feltörése nem sokáig jelent gondot a rátermett illegális felhasználónak, másrészt a jogosultak rájöttek arra, hogy alkalmazkodniuk kell a piaci elvárásokhoz, a tartalmat könnyen megfizethető áron kell elérhetővé tenni. Így a kalózkodás ugyan nem szűnik meg, de korlátok között tartható, és a szereplők mindegyike, a szerző, a kiadó, tartalomszolgáltató és a vevő/olvasó is részesedhet a szerzői művek felhasználásának előnyeiből. A szerzői jogot illetően a jövőben vagy a kollektív jogkezelést tartom elképzelhetőnek, amire például a MASZRE működése egyfajta minta, vagy pedig azt, hogy a szerző, ugyanúgy, mint néhány évtizeddel ezelőtt, „meccénások” jóindulatából profitálva alkot, az alkotás pedig közkinccsé válik.

68 Tószegi Zsuzsa: A szerzői jogot védelmező digitális technológia. In: Tudományos és Műszaki tájékoztatás. 2006. (53. évfolyam), pp. 447–456.

A KÖNYV SZEMIOTIKÁJA

A szemiotikai megközelítés megírására Esterházy Péter 2003-ban, a Mindentudás Egyetemén „a szavak csodálatos életéből” című irodalmi előadása inspirált. Az eredeti szövegben úgy hangzott el, hogy a könyvben több van, mint amit beletett a szerző. Ez igaz, hiszen a szerző megírt műve csupán betűhalmaz.

A szerző neve és a mű címe jelentéseket hordoz, amiből következtethetünk a tartalomra, azonban sok szakember munkája szükséges ahhoz, hogy a mű olyan jelentésekkel bíró jelekkel (sign) jelenjen meg a fogyasztó közönség számára, amely során a könyv kiteljesedik. Tökéletes munka esetében összhang jön létre a tartalom és megjelenése közt, ami jó érzéssel tölti el a könyvet szerető embert. Ezért én grafikai (és ezen belül szemiotikai) perspektívából közelítem meg a könyvet, mint olyan tárgyat, amelyet jelentésekkel ruházunk fel.

A könyv jel, sőt összetett jel. A könyv jelei strukturális összetett gondolatok hordozói. Tanulmányaim során ezért került képbe a szemiotika, mint a könyv vizsgálatára alkalmas tudomány. Mi a szemiotika? A szemiotika a valóság összefüggésének (lényeg, jelenség, tartalom, forma) olyan sajátos eseteit

vizsgálja, amikor is ezeket a létbeli összefüggéseket az emberi társadalom felismeri és jelekkel fejezi ki.⁶⁹

Azért érdemes vizsgálni a könyvet, mint összetett jelet, mert, ahogy Voigt Vilmos neves kutató – és a szemiotika egyik meghatározó alakja – megfogalmazta: a jelentésben az adott kultúra is megnyilvánul. A kulturális szemiózis során a bonyolultabb helyére az egyszerű kerül. Ezt úgy kell érteni, hogy a könyvet jelentő jelentés-együttest egy jellemző jellel helyettesítjük. Például a könyv borítójára nem írhatjuk rá a könyvet, de egyszerű jelekkel kommunikálható a tartalom néhány – főleg fogyasztó-szemponútú – tulajdonsága. A sokrétűség csak néhány vonatkozásban jelenik meg, korlátozott mértékben, a jelekben és jelrendszerekben (a teljesség igénye nélkül néhány jellemző faktor: méret, papír, szövegtükör, font, borító). A könyvtervezés általánosságban egy olyan folyamat, amely során egy bonyolultabb jelenséghez, azzal bizonyos speciális szempontok alapján azonosított egyszerűbb jelenséget kapcsolunk.

A szemiotikai szempontok alkalmasak a könyv kommunikációjának vizsgálatára. De miért van arra szükség, hogy a könyv kommunikációjával foglalkozunk? Mert fejlődni kell. Nem lehet megállni, stagnálni, rutinszerűen dolgozni. Umberto Eco egy előadásában taglalja, hogy a jelen „összement” és az elavulás felgyorsult.

Emiatt sem érdemes bevált sémákat keresni, hanem voltaképpen külön kutatómunkát kell folytatni minden egyes könyv kiadása előtt. Olyan megoldásokat kell keresni, amelyek

69

Voigt Vilmos: Bevezetés a szemiotikába. Gondolat Kiadó. 1977.

helyt állnak a piaci versenyben. Ebben a kontextusban nem a piackutatásra gondolok, ami szintén fontos és kötelező, hanem a korábban említett tudatos megjelenésre. Arra, hogy meg tudjuk ítélni, a kiadvány a tulajdonságainak figyelembevételével milyen hatással lesz a fogyasztóra, és hogy valóban a „felépített” üzenetet sugalljuk.

A jelen kor „bestsellerre” éhes olvasóközönsége és a piaci túlkínálat okozta értékesítési problémák szükségessé teszik a könyvek, magazinok küllemének és kommunikációjának folyamatos aktualizálását és kutatását. Szintén fontos kutatni, hogy mint információhordozó eszköz milyen hatással vannak a fogyasztókra. Ezzel szűkíthető a kudarcc lehetőség.

A XXI. században nagyon ritkán van arra ideje az embereknek, hogy a könyvesboltok polcain a teljes kínálatot alaposabban végigmustrálják. Sokszor csupán néhány másodperc alatt kapott információ alapján döntjük el, hogy melyik könyvet vesszük le a polcról. És ekkor még mindig keveset tudunk a tartalomról, viszont annál inkább adunk arra, hogy milyenek találjuk küllemét – kiváltja-e a birtoklási vágyat – és azokat a fontos információkat (ezeket lentebb taglaljuk), melyek a megvásárlásra, avagy a nem vásárlásra ösztönöznek bennünket. Fontos figyelembe venni, hogy a könyvvásárló ember, bár sok esetben a szerző nevét keresi, érdeklődése más könyv vagy kiadvány iránt is felkelhető, ha sikerül a jelen kor elvárásainak megfelelően megjelenő információkkal ellátni, azaz kutatjuk és alkalmazzuk az esztétikai megoldásokba integrált jel-kommunikációt.

Szépe György tanár úr, aki a nyelvészet és a szemiotika jeles képviselője, segített a könyvkészítés folyamatát ebben a

kontextusban elhelyezni. Azonban ez a tudományos fogalom a kiadás világában speciális megközelítést igényel. A szemiotika azt a folyamatot kutatja, hogyan jutunk el a jelentéshez, ezért a szemiotika tanulmányozása kiemelten is fontos a könyv- és kiadványkészítőnek, és általánosan az olvasható grafikával foglalkozók szakmaiban.

Hogyan lehet egy könyvet szemiotikai kontextusba helyezni? Miért kell ismerni a könyv műszaki szerkesztőjének és a grafikusának a szemiotikai szempontokat a kiadvány sikeres megtervezéshez?

Ez a két kérdés érdekes módon két további kérdéssel gondolható tovább: miért fontos a kiadvány paramétere? Miért fontos, hogy egyszerűen érthető információkat (jeleket) készítsünk? Én a könyvtervezésnél a szemiotika három területéről (pragmatika, szintaktika, szemantika) Charles Morris társadalomtudós pragmatikai megközelítését tartom könyvtervezőként és szakmai szakértőként befogadhatónak, hiszen a szó jelentése magában hordozza a szóhasználat gyakorlatát is.

Morris szerint a pragmatika a jelhasználat kérdésein vizsgálja azt, hogyan keletkeztek a jelek, hogyan használjuk őket, és mi a hatásuk. A nyomdászok és a kiadók a kiadványokat teljesen más, sokkal kritikusabb perspektívából szemlélnek, mint az átlagos vásárló. Ez teljesen normális dolog, s abból fakad, hogy jó esetben megtanultuk vagy az iskolában vagy a mestereinktől, milyen legyen a szép könyv vagy magazin. A kiadvány műszaki tervezői egy alkalmazott stílári eszköztárral manipulálhatják a még minden külsőleges jeltől csupasz művet (ezen a nyomdakész megszerkesztett szöveget értem) – annak

a célnak az érdekében, hogy az olvasó az elkészült kiadványt teljes elégedettséggel vegye majd kézbe.

Igazi alkotómunka. Vegyük lépésről lépésre, milyen főbb szemiotikai szempontokat vehetünk alapul a nyomdai környezetben, ehhez milyen alkalmazható eszközeink vannak! A borító, a betűtípus, a képszerkesztés, a tördelés, summázva a tipográfia, vagy a papír, a méret, a kivitelezési technológia, a gyártási minőség, azaz a műszaki szerkesztés, a produkció, ezen felül a cím és a borítóár, mind potenciális szemiotikai szempontok, melyek figyelembevétele a sikeres kiadvány elkészítéséhez, ha nem is kötelező, de mindenképp ajánlott.

A könyvműhelyek jeleit fontos megemlíteni. Korábban jellemző volt bizonyos olyan jelek elhelyezése a kiadványon, amivel jól azonosíthatóvá vált a műhely. A nyomdászjelek, kiadói emblémák és az „ex libris” a XV. század második felében, tehát a nyomdászat őskorában keletkeztek. Ezek többnyire címkék voltak cégjellel és monogrammal. A középkorban a „címerlogókban” angyalok vagy ismert polgárok tartották egy-egy műhely feliratos szalagját, ami a kiadó szándékaira vagy célkitűzéseire utalt. Ilyen cégérekkel a reneszánsz kiadói a humanistákhoz és a tudósokhoz fordultak; avagy szimbolikus ábrázolásaikkal – mint a korona, pásztorbot – bizonyították világi vagy egyházi uraik iránti elkötelezettségüket. A nyomda és a kiadó közötti munkamegosztás után a jelek formája már különbözött. A nyomdászjel az áru - és a gyári védjegy kategóriájába tartozik.

Az ipar és a művészet viszonya a tipográfiai megformálásban leginkább „iparművészet”, de lehet (minden jelző nélkü-

li) „művészi” teljesítmény is.⁷⁰ A könyv tipográfiája fogja meghatározni a könyv egészének „működését”, hangulatát. Nagy hangsúlyt kap a tartalomhoz leginkább hozzáillő betűtípusok (angol: *font*) alkalmazása.

Egy rosszul kiválasztott vagy nem megfelelő pozícióban és méretben alkalmazott betűtípus nehezen olvashatóvá, használhatatlanná teheti a kiadványt: vagyis stilisztikailag igénytelen lesz a mű külleme.

A dizájn megalkotásakor tekintettel kell lenni a várható technikai elvárásokra és a felhasználás körülményeire is. Hiszen hiába akar valaki csúcsminőségű nyomatot, ha nem megfelelő minőségű papírt választ hozzá, avagy nincs tekintettel a választott technikai háttérre. Ilyen esetben nem teljesül a kommunikációs cél.

A borító megtervezése, a szükséges információk és jelek integrálása a dizájnba nagy körütekintést igénylő művelet, mert igen sok múlik azon, hogy az alatt a néhány másodperc alatt, amíg a reménybeli vásárló tekintete a bolt könyvespolcán a sok ezer könyvet pásztázza, a nyomtatvány képes-e számára a megfelelő kódokat, szimbólumokat kifejezni, az érdeklődést felkelteni. Ebben az esetben egyébként nem a „cél tudatos keresőkre” célok, hanem a nem célirányosan „lődörgő” érdeklődőkre, akik szimplán keresnek valami számukra érdekes olvasnivalót a szabadidejük eltöltéséhez.

Tegyük fel, ha a vásárló krimit keres, de a boltba lépve még nem tudja, melyik író vagy kiadó könyvét fogja megvenni; a szemlélődés közben tájékozódik, majd dönt (nem véletlen,

70

Albert Kapr: Könyvtervezés, könyvművészet. Műszaki könyvkiadó. 1971.

hogy nagy a lobby a könyvkihelyezések – azaz a polcszervíz – körül, de ez egy másik témakör). Pontosán nem tudom, egy átlagos, pláza-könyvesboltban mennyi könyv lehet, de én a keresgélés során legfeljebb 15–20 darabot veszek kézbe, hogy beleolvassak, a többi esetében megelégszem azzal, ha a polcon látom, és úgy veszem tudomásul, hogy nem azt keresem. Pedig lehet, hogy eközben érdektelenül elsétálok a legérdekesebb könyvek mellett.

És mi másért emelem le a polcról, ha nem a könyvön elhelyezett információk készítetnek erre? A kiadvány címe és szerzőjének neve – ha általam ismert, akkor van jelentése számomra – általában utal a tartalomra; a formátum, a felületkezelések és a kötészeti mód is árulkodó jelek, hogy mit várhatok a könyvtől. Kézben tartva és lapozva pedig méltathatom, hogy mennyire ügyelt a kiadó az én igényeimre. Persze ne felejtjük el, hogy minden az információ befogadásától függ.

Nem lehet mindenki számára ugyanolyan mértékben befogadható üzenetet készíteni, a fogyasztókat nem lehet homogén masszaként számításba venni, mert mindenki a felkészültségének megfelelően – kulturális és szociális reprezentációja által – fogadja és értelmezi azt.

Minden évnek vannak slágertermékei, a tipográfiának és a nyomdai paramétereknek is vannak divathullámai, melyeket ugyanúgy, mint a ruhadivatot, követni kell. Ezeket a tipográfiába és a műszaki tervezésbe integrálni kell.

Külön kutatás tárgyát képezhetné, hogy egyes borító vagy tipográfia miatt nem működik ugyanúgy minden kultúrában. Találkoztam olyan kiadvánnyal egy multinacionális kiadónál, amely angolszász területen bestseller lett, de itthon nem

működött. A borító és/vagy a formátum, nem derült ki a pontos ok. A kiadó nem vette figyelembe a kulturális különbségeket, nem tanulmányozta a célközönség elvárásait. A bevált sémát alkalmazta ahelyett, hogy kutatta volna a könyv tulajdonságait. Futószalagra tette a könyvet, ahelyett, hogy gondozta volna.

A könyvsorozatokat a könyvesboltokban minden alkalommal külön is tanulmányozom, mert érdekelnek azok az üzenetek, amelyek hangsúlyozásával a kívánt hatás érhető el.

A sorozattervezés nagyon felelősségteljes munka. A sorozat sorozatjellegét sugallni kell, előre kell gondolkodni a tervezésnél. Nekem inkább a finoman integrált, inkább utaló jellegű elemek tetszenek, mint az agresszíven sulykolók.

Most nem akarok olyan viszonylag szubjektív dolgokat taglalni, hogy milyen típusú könyvnek hogyan kellene kinéznie, viszont mégiscsak tudomásul kell venni olyan általános megállapításokat, amelyek bizonyos típusú nyomdatermékekre aggathatók.

Amennyiben a tervezés során figyelmesek a készítőik, néhány százalékkal biztosan erősíthetik az értékesítési statisztikákat. Remélem, a szakmai fórumokon születnek majd olyan előadások és tanulmányok, melyek mélyebb tudományos megközelítésben is tanulmányozzák a kiadványok kommunikációját, elősegítve ezzel a sikeresebb kiadói munkát. Ez az írás is részben azért született meg, hogy a kollégákat kutatómunka végzésére sarkallja, hiszen olvasni, könyvtárba járni és tudásunkat fejleszteni érdemes. A megszerzett tudás által értéke-
sebb szakemberekké válunk.

KRITIKAI REFLEXIÓK

Ebben a fejezetben egy roppant érdekes szakmai levelezésen keresztül igyekszem több perspektívából körbejárni a könyv témaköreit egy szakmailag nagyon kompetens kérdező-kritikus segítségével. A levelezést eredeti szövegezésben hagytam, szerkesztetlenül, mert úgy a kérdések és válaszok spontaneitásából fakadóan az olvasó egy nagyon őszinte szakmai „vitába” olvashat bele. Levelezőpartnerem az általam nagyra becsült Eiler Emil, kutató-mérnök, vegyész, újságíró, szakfordító, lektor, a Magyar Grafika és számtalan nemzetközi sajtóban is megjelent szakmai publikáció szerzője.

1999-ben Irodalmi Nívó-díjjal is kitüntették. Sokrétegű tudásának köszönhetően kérdései által a témakört több szempontból is vizsgálhatjuk. Azt is mondhatnám, ő egy élő legenda, és példakép minden nyomdász és kiadó számára. Ezúton is köszönöm megtisztelő barátságát és szakmai útmutatásait.

Kedves barátom, Péter!

Köszönöm az érdekes felfogásba megírt küldeményt, az esszédet. Egyetlen pontban sem vagyunk ellenvéleményen, de mivel

én az informatikának más szakterületén dolgozom, az én megközelitésem ugyanabban a kérdésben látszólag – főképpen fogalmazásmódban, a fogalmak használatában – más.

Start! Tehát, induljunk ki a szemiotika (a jeltudomány) alaptételeiből, de először nem a könyv vonatkozásában, hanem a kiinduló (eredeti) információ megszületése, annak a jelnek a létrehozása, és folyamatos változása alapján, amíg az, végül eljut a „vevőhöz” (nem a vásárlóhoz, hanem **esetünkben** az információhordozó jeleket felfogó és értelmező emberhez. Kövessük gondolatban a jel útját, átalakulásait (transzformációit), amelyek szerencsés esetben, végig változatlan formában és (elméletileg veszteség, de nem jeltorzulás nélkül) megőrzik az eredeti információt. Azért történik minden, hogy végül a vevő fogadja és milliányi tényezőtől függően mindig sajátosan és másoktól eltérően) értelmezi a fogadott jeleket. Mivel élőlény is egyben.

Az eredeti I_0 információt még nem hordozó (üres, nem modulált) jel olyan amilyen, információtartalma nincs, eddig a pontig nem is érdekes vele foglalkozni, csak majd picit később, ha majd már jelet hordoz.

A mi szakmai szempontunkból innentől értékelve a folyamatokat:

Az eredeti információ forrása (nevezzük írónak) kiöltli a gondolatsort, és az idegrendszerében, agyában működő információfeldolgozó saját biológiai (neuronszámítógépes) rendszere tárolja az I_0 információt hordozó pillanatnyilag még neurobiológiai jeleket. (NEM jelet, hanem JELEKET!).

Ünnepi pillanat: Az író legépeléssel konvertálja a művét, és optikai karakterek (betűjelek) formájába öntve teszi mások számára is hozzáférhetővé, azaz a saját optikai „szkennerükkel” (szemmel) letapogathatóvá annak I_0 tartalmát. Szerencsés esetben eddig a pillanatig még az I_0 eredeti információ tartalom változatlan maradt.

Újabb jelátalakítási folyamat kezdődik: az eredeti információt hordozó jel a számítógépben már 01 jelkombinációban, mágnesesen tárolódik, a lézersugár fizikailag átalakítja, mert CD felületbe égeti, és így tovább.

Az író, a kézirat-olvasó, szerkesztő, grafikus stb. a papír által hordozott optikai jeleket vevőként fogja, és saját fizikai, szellemi állapotától, szakmai tapasztalatától, intelligencia szintjétől, esetleg még a vágyaitól is függően kezeli, és szerkesztéssel módosítani igyekszik annak az eredeti információtartalmát, akkor is, ha egyébként el sem olvasta a könyvet.

Fizikai értelemben itt könyvről még nem beszélhetünk, hiszen nem könyv, nincs fedele meg sok minden, ami könyvvé teszi majd, de mégis megtesszük. Mint ahogyan azt is, amit *hangos könyvként* CD felületen rögzítettek számunkra.

Innentől kezdve egy csomó költői kérdésem van – maga a levelezés:

Emil: Ha most ebben a pillanatban az optikai jeleket tartalmazó próbanyomat tömb kapna egy olyan fedelet, amin semmi, sem grafika, felirat, rajz, fénykép nincs, akkor az valóban KÖNYV lenne, és szerencsés esetben, csak egész kis veszteséggel, némi információ torzulással tartalmazná az eredeti I_0 jelsorozatot. De ha kap egy szép fedelet és mindenfélét, attól az

„sokkal könyvebb” lesz? Vajon a csomagolt csoki minősége megváltozik-e attól, hogy gyönyörű csicsás dobozba tesszük, ami csillog-villog és még hologram is van rajta?

Péter: Én a mű egészére gondoltam, mint jel. A borító és egyes elemek ízekre bontása csak a témakör mélyébe tekintenek. De ha már itt tartunk, a felületes szemlélődő számára megtévesztő lehet a nem tartalomhoz igazodó dizájn és küllem.

Emil: Hasonlóképpen: A könyvnek az eredeti információtartalma, vagy a fentiekben vázolt transzformációk, veszteségek hatására az eredeti megváltozik-e (tényleg jobb lesz-e az írói eredetnél) attól, hogy a megszokott értelemben vett fedelet, meg mindent, ami jár, megkapja?

Péter: Így van! Ha figyelembe vesszük a kulturális különbségeket, a piaci elvárásokat, a kortárs trendeket, lehet sikeresebb egy regény szebb ruhában. A Jelenkor Kiadó esetében például Nádas Péter könyvei jobban működnek újragondolt külsővel, pedig a tartalom korábban is tökéletes volt. Czeizel Balázs tervezte, én pedig a műszaki szerkesztésben vettem részt.

Emil: Mondjuk „igen”: De mindenki számára? Az informatikai és kereskedelmi értelemben vett különböző fizikai és szellemi állapotban lévő, eltérő intelligencia szinten álló vevő számára is? Fogalmazhatunk úgy, hogy ez inkább kultúra, jóléti szint, szokás és divat kérdése? Vagy korunkban még inkább szinte már csak kereskedelmi, marketing szempont? Helyes kifejezés lenne a *piacvezérelt könyvminőség*?

Péter: Nagyon jól látod Emil! A kulcskérdés a befogadás minősége. A szociális, vallási, kulturális vagy földrajzi tulajdonságok sokszínűsége miatt. Ezen belül a magas és a populáris kultúra közötti feszültségek fogyasztásra gyakorolt hatásairól.

Ezért is tértem ki a fogyasztói attitűdökre. Fontosnak tartom azt, hogy az egyes kiadványok már vizuális kommunikációjukban is kiszolgálják a célközönség elvárásait. Itt főként olyan szubkultúrák vizuális megjelenésben való elvárásaira célzok, mint a sci-fi rajongók, vagy a kortárs szépirodalom fogyasztói. Ez pedig szigorúan piaci, ezáltal fontos marketing szempont.

Emil: Fogalmazhatunk-e úgy, hogy nem az eredeti információ, hanem csak és kizárólag az *élvezeti érték* változik csak mindkettőnél, de a tartalom, ami az eredeti információból még megmaradt? Nem felejttem el, amikor Amerikában egy alig megfizethető nivós nemzetközi hangversenyen a rendezvény címadó *Tavaszi zsongás* ismert szám miatt a földszinti előadóteremben lévő zongorát műanyag fűszőnyegre tették. A zongora, biztos valami óber-híres-nemzetközi díjas asztalosnak köszönhetően vésett ornamentikákkal volt tele, és a széle arany cirádáktól csillogott. A levegőbe néha virágillatot, máskor fűszagot fújtak be, és CD-ről hallhattuk a patak csörgedezését is. A fogadtatás szörnyű negatív volt! Másnap az újságban megkérdezte valaki, hogy „a marhák, a zongorát miért nem tolták ki 10 méterrel arrább az igazi fűre, mert ott valódi madarak csicse-regtek, és az a valódi patak folydogált, aminek a hangját CD-ről játszották le!” Amikor felkapott író túlcicomázott, szerintem főlősegesen drága kivitelben gyártott, de a tartalmát illetően *igénytelen tartalmú* könyvet látok, mindig ez jut eszembe. Sokat olvasok és a *paperback* könyveket sem nézem le. Lithografus-grafikus-vegyész képzettségem van, grafikusként elismerem, élvezem, méltányolom a szép grafikát, a szép könyvet. Figyeled? Szépet mondunk, és nem jó könyvet! Tehát, mindegy milyen, csak szép legyen? SŐT: a profithajhász világunkban még

inkább: olyan legyen, amiből a legtöbbet lehet eladni! Érdemes ezek után az eredeti információ hűségére törekedni? Milyen is a szép könyv objektíven mérhető ismerve? Létezhet olyan?

Péter: Teljesen egyetértek veled, de szerintem, ha nagyobb a füstje, mint a lángja, akkor előbb-utóbb kiderül, és süllyesztőbe kerül a tehetségtelen, mert a kiadó, ha nem képes sok pénz költsévével „brandet” képezni a szerzőből a mai bestsellerekre éhezőknek, akkor az a süllyesztőbe kerül a második vagy harmadik sikertelen megjelenés után. A jó könyvet úgy képzelem el, hogy mind a formátuma, mind a tipográfiája, műszaki paraméterei és tartalma harmonikus egyensúlyban állnak egymással. A paraméterek egymással kölcsönös összefüggése (interdependencia) teszi széppé a könyvet. Sajnos eléggé híján vagyunk a tökéletesnek nevezett könyvekből, mert a gyártási költségeket lefaragják, az átfutási időket megrövidítik a kiadók, hiszen be vannak szorítva egy piaci présbe, nem beszélve a túlkínálatról. Hol vannak a mives művek, melyek a tartalmuk által érdemelték ki a megjelenést. Thienemann Tivadar az „Irodalomtörténeti alapfogalmak” című könyvében emlegeti azt az időszakot, amikor a szerző anonim volt, nem a személye számított fontosnak, csak a szellemi terméke.

Emil: Vajon jogosan társíthatunk-e az eredeti I0 információtartalom jelsorozatához egy újabb olyan jelsorozatot, ami a csak a kiviteli követelményeket írja elő? Kimondhatjuk-e, hogy (informatikailag, szemiotikailag) semmiképpen nem?

Péter: A társításokat az empátia, a szakértelem, a műértés és a több évszázados tapasztalat hozza létre, de igazad van, mindegyik esetben a szubjektum határozza meg, hogy milyen általános megállapítások mentén alkalmazunk egy jelet a könyv

készítése során. Ezt én úgy látom, mint a filmek készítésénél például a hangulatkeltő zene alkalmazását. Olyan zenét választanak egyes jelenetekhez, amivel azt az érzést tudják felerősíteni, amivel a vizuális élmény kielégül. Ha a zene nem passzol, ugrott a jelenet kívánt hangulata.

Emil: Mi van az eredeti jellel, ha hozzáértő vagy dilettáns szerkesztők, grafikusok, könyvtervezők, kiadók, stb. bármilyen érdek (megélhetés, nyereségvágy, szakmai ambíció, hírnévre törekvés, stb.) által vezérelve, vagy kizárólag vevőcsalogatás alapú, *többletértékre* törekednek, és a profitéhség által megkövetelve (!) nyúlnak a könyvhöz? Például ha érdekből olyan többletinformációt akarnak az eredeti tartalomhoz adni, ami a szerzői információtól független, saját elképzelésük szerinti, amelyet esetleg csak a velük azonos szakmai és intelligencia színvonalon álló, vagy csak gazdag kevesek képesek felfogni és méltányolni? A könyvtervező kinek is az érdekeit képviselje a mai világban? (Szerintem ma kizárólag a piacét). Ez már nem grafikai, szemantikai, szemiotikai kérdés!

Péter: Tisztelet a kivételnek, de néhányan valóban csak a profitéhség miatt manipulálják a könyvet. Igen, vannak a piacon olyan kiadványok és kiadók, ahol szakmai dilettantizmus tombol, de ha az értékesítési eredményeik alapján sikeresek, akkor a piac elismerését is kivívják. Pontosán azért vetettem fel a szemiotikai megközelítés kérdését, hogy a profitorientáltság és a gyártás (ár/érték) optimalizálási folyamatokon felülkerekedjen, de legalább köztudatba kerüljön a könyv piaci megjelenésekor. Ennél a pontnál visszatérek a korábban idézett harmónia kérdésére.

Emil: Ha egy kitűnő könyv gyönyörű fedele eltűnne hirtelenül, akkor nem ugyanolyan kitűnőnek minősítenénk a

tartalmát? Akkor a küllemet képviselő második jelsorozat mire való? Költői kérdés!

Péter: Szerintem, ha egy könyv kitűnő, akkor a szerző neve, a mű címe már minden jelet hordoz az akár teljesen dísztelen borítón is. De lehet egy könyv nagyon jó, ha nem veszi le a polcról a fogyasztó a korábban említett fogyasztói magatartások miatt, akkor nem fogy. Több országban gyakorlat, hogy az első kiadás után a mű már csak dísztelen kartonált kötésben kerül a piacra. Itt a jelsorozat a szerző neve, a mű címe. Egyes kiadók neve már magában hordozza a feltételezett minőséget.

Emil: A könyv bármely formája (nyomtatott, mágneses, CD, DVD, hangos változata stb.) szerintem egyetlen szerepet kap. Az író által megálmodott eredeti információt torzulás és minél kevesebb veszteséggel eljuttatni a vevőhöz. Minden olyan szakmai beavatkozás (szerkesztés, kiemelés, kötészeti, grafikai beavatkozás), amely az eredeti jelsorozat torzulásához, veszteségéhez vezet, az elítélendő. Kivéve, ha ezek bármelyike úgy növeli a termék eladhatóságát, hogy esztétikai többletértéket is nyújt a vevő számára. De ez nem szemiotikai, nem információtechnikai kérdéskör! Nem megtenni az is, ha a polcon lévő könyv a közeledő vevőnek a figyelmét csengetéssel hívná fel magára? Még megérjük!

Péter: Amit leírsz, az a paradicsomi állapot. Olyan ideális állapot, amikor minden úgy működik, ahogy kell. De ne felejtjük el, hogy a hypertextuális megjelenés ugyanolyan manipulációkkal működik (a betűtípus, az olvasó eszköz minősége), ami mégiscsak befolyásolja a csupasz művet. Régebben a műveket a szerző közkinccsá tette, és sűrűn előfordult, hogy abba beleírtak, átírták. Nem tudjuk meghazudtolni azt a tényt,

hogy ma a könyvkiadás nem kulturális küldetés, a kultúra eljuttatása már csak járulékos, a könyvkiadás elsősorban üzlet. A hypertext pedig ugyan nem polcon áll, de a weboldalakon (reklámfelület) keresztül az arcunkba mászik villogva, zenei aláfestéssel, tehát csenget, hogy figyeljünk rá.

Emil: A könyv – szerintem- önmagában szemiotikailag nem fogható fel csak *egy jel*nek, hanem olyan *jelsorozat*, ami megfelelő eszközzel (pl. szemmel is) dinamikusan letapogatható, és nemcsak a kivitelező, hanem az informatikai értelemben vett ”vevő” számára is értelmezhető, hasznosítható.

Péter: Ebben a legteljesebb mértékben egyetértek veled!

Emil: Mit jelent ma az, hogy”Szép az, ami érdek nélkül tetszik”? (Kinek az érdeke nélkül?)

Péter: Amióta van média, azóta van a framing hatás, de az újabb korban Jürgen Habermas már médiainperialistákról ír. Azaz nincs független média, minden megjelenő információ kiszolgál egy adott gazdasági érdekcsoportot. Minden információ kapuőrökön keresztül jut el hozzánk. Ami adott médium (kiadó) érdeke, az szép, ami pedig nem, az érthetően nem jelenik meg.

Emil: A végső kérdésem pedig az, hogy a tanulmányokban található következő megállapítások hogyan egyeztethetőek össze az én fenti okfejtésemmel: **Például a következők:** A szerző műve csupán betűhalmaz; Nincs jobb könyv a jó könyvnél. (Ki részére? Kinek a szempontjából?); Mi a könyv kommunikációs célja a divatáramlatok hatása alatt álló mai világban? Hogyan értelmeznéd ezek után a betűjelekből épülő könyv esetében a következő fogalmakat: Jel, jeltorzulás, jelsűrűség, jeltranszformálás, jelhiány, amplitúdó- /frekvencia-modulált jel, véletlen eloszlású jel, jel-zaj viszony, stb.?

Péter: A kérdéseiből egyértelműen kiderül, hogy olyan ember kérdései, aki ismeri a szakma évszázados elvárásait, mégis tisztában van a jelen technikai torzulásaival. A könyv kommunikációs célja a kultúra közvetítése és archiválása, ezen felül kereskedelmi eszköz, ajándék, dekoráció, implikált státusz. Kinek mi a célja vele? A könyv egy időkapszula. A jel behálózza az életünket. Jelek vesznek körül bennünket, a közlekedési lámpáktól a kefires doboz tetején található jeleken át minden, ami minket körülvesz, jelekkel van ellátva. A jel tapintható, látható, érzékelhető. A jeltorzulást pedig én szemiotikai értelemben olyan jelenségre értem, amikor a jel nem a kívánt információt közvetíti. Azt gondolom, hogy a mai túlkínálat, reklám, hypertext, web 2.0 zajában olyan jelekre van szükség, melyek a zajban is tisztán érthetően működnek.

Emil: Nagyon tetszik, amit írtál, és mindenben egyetértek veled. Van tehát korunkban egy tartós szellemi értéket képviselő külső-belső könyvminőség, amit a hozzáértők méltányolnak, a szépre is fogékonyak befogadnak, és van a mindent befedő piacgarázdálkodás, ami felülírja az egészet. Természetesen használhatod az anyagból, amit arra érdemesnek találsz. Megtisztelő, ha van benne erre érdemes gondolat is. Remélem sikerült érzékeltetnem veled, hogy szinte mindenben egyezik a véleményünk, de a „piacgarázdálkodás” keretei között, ahol a pénz az Isten, ezek a szép törekvések és alapelvek nem érvényesülnek. A világ amúgy is sokat változott: Az 1800-as években készült szép könyveimről, az ősöknek kijáró tisztelet ellenére ma már más a véleményünk. Ezzel biztosan te is így vagy.

KONKLÚZIÓ

Ebben az esszében megjelenített és kidolgozott tételeket összevetve körvonalakban megfogalmazhatunk feltevéseket, de a fejlődés folyamatossága és irányainak változatossága miatt számokkal vagy diagramokkal igazolva, hosszútávra vonatkozó, határozott válaszokat nem tudunk adni. Ami biztosan kijelenthető, hogy a digitalizáció és az újkori média megjelenése gyökeresen átalakítja a nyomda és a kiadó jelen pozícióját. Azonban az is bizonyos, hogy azok a cégek, amelyek képesek integrálni portfóliójukba és szervezetükbe az újat, sikeresen fognak helytállni az ezután következő, további technológiai fejlesztések okozta piaci változások során. Ez főként erőforrás és konstruktív gondolkodás kérdése. Megállapíthatjuk, hogy az e-book megjelenése egyelőre biztosan nem fogja megszüntetni a Gutenberg-galaxist, de mindenképpen teret követel magának.

Kielemezve az analóg és a digitális erősségeit, gyengeségeit, lehetőségeit és környezetét is, számomra a legnagyobb tanulság az, hogy a mai korban mindkét technológiát használó vállalatok egyfajta hibrid egyesülésben élhetik túl a változásokat. Erre a legéletszerűbb példa a POD technika. Nem szabad úgy te-

kinteni a digitalizációra, mint a hagyományost felváltó alkalmazásra, hanem inkább meg kell barátkozni a gondolattal, hogy a mai, komoly tárolókapacitásokkal és nyersanyaghiánnyal küzdő világban a saját jövőnk és ennek fenntartása sürgeti a fejlesztéseket. Nem beszélve a kielégítetlen információéhségről.

Nagyon fontos szerepe lesz a digitalizált tartalom megjelenésének a földrajzi, szociális, nyelvi különbségek leküzdésében, ha sikerül korlátozni a piacot ellenőrző nagyvállalatokat. Az e-book ma már egyáltalán nem jár gyerekcipőben, sőt számtalan lehetőséget kínál, és folyamatos figyelmet igényel. Az emberek egyre kevesebbet olvasnak, ezzel ellentétben viszont egyre több időt töltenek az interneten. Az Educatio Press⁷¹ szerint jelenleg Magyarországon megnőtt azoknak az aránya, akik semmit, vagy csak napilapot olvasnak.

A kutatás rávilágított arra, hogy a felnőtteknek csupán a fele olvasott el fél év alatt egy egész könyvet. Nem vitathatjuk, komoly minőségű találmányok sokasága serkenti a Gutenberg-galaxis bukását, azonban úgy tűnik, ez egy hosszabb kifutású dolog lesz, éppen az új technológiák saját korlátoltsága miatt.

Máig nem megoldott a digitális tartalmak archiválása. Ugyanezen a logikai vonalon maradva, továbbra sem lehet kétségbe vonni a hagyományos nyomdai gyártás és a nyomtatott könyv létjogosultságát. A nyomdai fejlesztéseket erősen befolyásolja a piac, ezért egyre modernebb, olcsóbb és gyorsabb technológiákat fejlesztenek ki a mérnökök. Sok nyomdavezető véleménye szerint a nyomdaipar jövőbeli dimenziója a hibrid

71 Magyar Oktatási Hírügynökségi és Portál, www.edupress.hu utolsó letöltés: 2010.12.27.

nyomógépek és hibrid technológiák.⁷² A nyomtatott lapok helyzetét talán a táblagépek elterjedése fogja jelentősen befolyásolni. Ezek az újonnan fejlesztett érintőképernyős eszközök olyan vékonyak, mint egy füzet, de alkalmasak az internet kezelésére, multimédiás programok használatára, és akár e-könyvként is funkcionálnak. Dawn McCullan az International Newsmedia Marketing Association elektronikus kiadványában⁷³ rámutat arra, hogy a táblagépek és az azokra applikált kizárólag elektronikus formában megjelenő kiadványok⁷⁴ elterjedésével alapjaiban változhat meg a lapok olvasóinak fogyasztói szokása.

A papírra nyomtatott könyvért vagy újságért ugyan el kell menni a boltba; de ha felteszem a polcra, akkor száz év múlva is levehetem onnan elolvasni, s nem kell hozzá speciális programokat, legfeljebb aktuális nyelvi tudást vagy kódot alkalmaznom, nem évül el az adathordozó. Hiszen, gondoljunk csak bele, hogy alig egy évtizede még aktívan használtuk a floppy-lemezt, ma viszont már kevés gép alkalmas ennek olvasására.

Tehát a Gutenberg-2-galaxis küldetését, miszerint a digitalizálás által az emberiség írásos, intellektuális örökségét kellene az utókornak megőrizni, ebben a pillanatban nem tekinthetjük eredményesnek. Ezen okok miatt nincs értelme vitatni a nyomtatott termékek létjogosultságát.

Malcolm Gladwell „Elmélkedések a spagettiszószról”

72 Analóg és digitális nyomtatási technológia adott géppel. A darabszám kontra optimális kivitelezési ár a legfőbb függvény.

73 Dawn McCullan: Tablet Opportunities for News Publishers. 2011. INMA. New York

74 Rupert Murdoch angol médiacézár 2011-ben elindította kizárólag az Apple iPad táblagépén, néhány cent ellenében hozzáférhető Daily című 100 oldalas magazinját.

című előadásának rövid mottója alkalmas a végszó megírására.⁷⁵ Ha az előadásban elhangzott tanulságos sztorit átgondoljuk és tanulságképpen vetítjük erre az írásra, akkor megállapíthatjuk, hogy az a nyomda vagy kiadóvállalat lesz sikeres, amelyik nem egy tökéletes és egyetemes megoldást keres, hanem tökéletes és egyetemes megoldások alkalmazását választja. Nem igényt, hanem igényeket akar kielégíteni, akár kombinált, azaz hibrid gyártási megoldásokkal, vegyes gépparkkal, nagy hangsúlyt fektetve a minőségi humán erőforrás képzésére, továbbképzésére élethossziglan.

75 Malcolm Gladwell http://www.ted.com/talks/lang/en/malcolm_gladwell_on_spaghetti_sauce.html.

utolsó letöltés dátuma: 2012-04-15

Update: Szépe György a magyar és a nemzetközi nyelvtudomány kiemelkedő egyénisége 2012 szeptemberében hosszú betegeskedést követően távozott az élők sorából. Személyében olyasvalakitől búcsúzom, aki sokunk életében meghatározó szerepet játszott: témavezetőként, mesterként, barátként, állandóan új utak keresésére ösztönző, igaz emberként. Neki ajánlom köszönettel ezt a tanulmányt.

IRODALOMJEGYZÉK

- Albert Kapr (1971). *Könyvtervezés, könyvművészet*.
Műszaki kiadó. Budapest.
- Bajomi Lázár Péter (2010/1). *Médiakutató*.
Médiakutató alapítvány, Budapest.
- Bajomi-Lázár Péter (2006) *Média és társadalom*.
PrintXBudavár Zrt. Budapest.
- Benedek Szabolcs (2005. 7. évf.) *Könyvtárak és könyvégetések*,
In: *Fordulópont*. Budapest.
- Dawn McCullan (2011) *Tablet Opportunities for News Publishers*.
INMA. New York.
- Epstein, Jason (2002). *A könyvkiadás múltja, jelen, jövője*.
Európa Könyvkiadó. Budapest.
- Galántai Z. (2001. 5.sz.) *A kábel kalandjai 2*.
In: *Távkapcsoló*. Budapest.
- George P. Landow (1992): *Hypertextuális Derrida, posztstrukturalista Nelson*. John
Hopkins University Press.
- Gyurgyák János (1996) *Szerkesztők és szerzők kézikönyve*.
Osiris Kiadó. Budapest.
- Kerekes Pál (2010) *Az elektronikus könyv*.
Ad Librum Kiadó. Budapest.
- Kis Ádám (2008) *Szöveg a digitális térben*.
Bicske. [PhD dolgozata]
- Központi Statisztikai Hivatal: *A könyvkiadás adatai 2000–2004*.
- Koltay Tibor (2010) *E-könyvek, technológia és birtoklás*. In: *Médiakutató*
XI. évfolyam 3 szám. Médiakutató Alapítvány. Budapest.
- Kernan, Alvin. *Printing Technology, Letters & Samuel Johnson*.

-
- Princeton: Princeton University Press, 1987.
- Nemere István (1979) *Műkincsrablók a kisbolygón.*
Móra Kiadó. Budapest.
- Malkovics Tibor (2003) *Sajtó és médiatörténet.*
Zsigmond Király Főiskola. Budapest.
- Myat Kornél (2010) *Médiaelméletek és késő-modern médiakörnyezet.*
In: *Médiakutató.* Budapest.
- KSH-Társadalmi ellátórendszerek (2006) *Kultúra*
- McLuhan, Marshall (2001). *A Gutenberg-galaxis. A tipográfiai ember létrejötte.* Trezor Kiadó. Budapest.
- Reinbothe, Jörg (2002)107. évfolyam 1. szám) *Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi szemle.*
Magyar Szabadalmi Hivatal. Budapest.
- Remeczné Komár Gabriella (2008) *A szerkesztés folyamata, a kiadói munka kihívásai.*
Kolozsvár.
- Sári Zsófia (2008) *Olvasás mint betegség.*
Szegedi Tudományegyetem. [Egyetemi dolgozat.]
- Szenteczki Csaba (2006). *A nyomtatott grafika története és technikái.*
Műszaki Könyvkiadó
- Thienemann Tivadar (1931). *Irodalomtörténeti alapfogalmak,*
Danubia Könyvkiadó, Budapest.
- Tószegi Zsuzsa (2006) *A szerzői jogot védelmező digitális technológia.*
Tudományos és Műszaki Tájékoztatás. Budapest.
- Rider, Fremont (2006) *The Scholar and the Future of the Research Library,*
The Impact of Normative Theory on Empirical Research, Hadham Press. New York.
- Voigt Vilmos (1977): *Bevezetés a szemiotikába.*
Gondolat Kiadó. Budapest
- Wunderlich Péter (2011): *Régi idők, új lehetőségek.*
Magyar Grafika. Budapest

INTERNETES FORRÁSOK:

Epstein, Jason. www.ondemandbooks.com

utolsó letöltés dátuma: 2010.11.23.

Gyenes Edina (2005) Olvasási szokások. In: *Találkozás a kultúrával* 5. Nemzeti Kulturális Örökség Minisztériuma.

http://www.socio.mta.hu/dynamic/Talalkozasok_a_kulturaval_5.pdf

utolsó letöltés dátuma: 2011. január 06.

Internet Users in the European Union

<http://www.internetworldstats.com/stats9.htm#eu>

utolsó letöltés dátuma: 2011.01.25.

Léderer Pál (2001) Újság gombnyomásra. In: *Új szó.*

<http://www.hhrf.org/ujso/2001/160/panorama.htm>

utolsó letöltés dátuma: 2010.12.28.

Márföldi Rita (2008) Print On Demand. In *Krono Inaplo*

<http://krono.inaplo.hu/index.php/intra/7-incult/123-print-on-demand-a-joev-koenyvkiadasa?showall=1>

utolsó letöltés dátuma: 2010.12.28.

Magyar Oktatási Hírogynökségi és Portál, www.edupress.hu

utolsó letöltés: 2010.12.27.

<http://www.milegyek.hu/open.php?id=2464>

utolsó letöltés dátuma: 2010-12-27

<http://www.nepszava.hu/articles/article.php?id=273433> Letöltőpláza, avagy éled a hazai e-könyv piac.

utolsó letöltés dátuma: 2010-12-27

Márföldi Rita (2008) Print on Demand. In: *Irodalmi internet napló.*

<http://krono.inaplo.hu/index.php/intra/7-incult/123-print-on-demand-a-joev-koenyvkiadasa?showall=1>

utolsó letöltés dátuma: 2011.01.27.

Papp Eszter (2011) *Új olvasó generáció.*

<http://www.pagonny.hu/uj-olvaso-generacio-2011-02-02-003203/>

utolsó letöltés dátuma: 2011.02.02.

Malcolm Gladwell

http://www.ted.com/talks/lang/en/malcolm_gladwell_on_spaghetti_sauce.html

utolsó letöltés dátuma: 2012-04-15

AZ UTÓBBI ÉVTIZEDEK ROBBANÁSSZERŰ DIGITÁLIS FORRADALMA SOK EGYÉB MELLETT A KÖNYVRŐL ALKOTOTT FOGALMAINK, A KÖNYVOLVASÁS, A KÖNYVKÉSZÍTÉS ÉS A KÖNYVPIAC GYÖKERES ÁTALAKULÁSÁT IS ELŐIDÉZTE. WUNDERLICH PÉTER KITŰNŐ MUNKÁJÁT OLVASVA NYOMON KÖVETHETJÜK, MIKÉPPEN VÁLTOTTA FEL A KÖNYVKÉSZÍTÉS NÉGYSZÁZ ÉVEN ÁT ALAPJAIBAN VÁLTOZATLAN, LASSAN MÓDOSULÓ TECHNOLÓGIÁJÁT AZ ÚJ, GYORSAN ELTERJEDŐ ÉS SZINTE NYOMBAN ELAVULÓ TECHNIKAI MEGOLDÁSOKKAL JELLEMEZHETŐ, MÁIG LE NEM ZÁRULT KORSZAK. MEGTUDHATJUK, HOGYAN ALAKÍTOTTA ÁT KULTÚRÁNKAAT AZ OLVASÁS KÉT NAGY FORRADALMA: A NYOMTATOTT ÉS A DIGITÁLIS KÖNYV MEGJELENÉSE. A SZERZŐ MÉLYREHATÓAN ELEMZI AZ ÚJ TECHNOLÓGIÁK, ILLETVE GAZDASÁGI ÉS SZOCIOLÓGIAI BEÁGYAZOTTSÁGUK KÖLCSÖNHATÁSÁNAK MINDKÉT OLDALÁT.

CSORDÁS GÁBOR
JELENKOR KIADÓ