



Nincs biztos recept a sikerre

BESZÉLGETÉS CS. TÓTH JÁNOSSEL, A MÓRA KIADÓ VEZÉRIGAZGATÓJÁVAL

Az 1997 óta folyamatosan és dinamikusan növekvő magyar könyvpiacra 2001-ben az előző évihez képest duplájára nőtt a gyermek- és ifjúsági könyvek aránya. A könyvkiadás 45,7 milliárd forintos összeforgalmából 9,4 százalékot tettek ki a 18 évnél fiatalabb korosztályoknak szánt könyvek. A szakemberek szerint szerepet játszik ebben a Harry Potter kötetek sikere is, ám valószínűleg ennél többről lehet szó. Cs. Tóth Jánossal, a nagy hagyományokkal rendelkező Móra Kiadó vezérigazgatójával, a Nemzeti Kulturális Alapprogram szépirodalmi kollégiumának elnökével a hazai gyermekkönyvkiadás helyzetéről beszélgettünk.

- A statisztikák szerint 2001-ben az előző évihez képest megduplázódott, 4,3 milliárd forintra nőtt hazánkban a gyermekkönyvek forgalma. Mi lehet a magyarázata az 1997 óta tartó pozitív tendenciának?

- Globalizált világban élünk, amelyben nemcsak a hír, a divat is gyorsan terjed. Ahogyan szinte az egész világban, nálunk is divat lett Rowling Harry Potter-sorozata. A gyerekek felfedezték azt, ami régóta tudott volt: a könyvnél jobban semmi sem mozgatja meg az ember fantáziáját, és az olvasás a legkreatívabb készségeinket fejleszti. A könyv az elmúlt években megnyerte a csatát a CD-ROM-mal, a számítógéppel szemben folytatott küzdelemben, mert bárhová magunkkal vihető, nem kell hozzá áram, képernyő, a fejünk alá lehet tenni, jegyzeteket lehet bele írni, szeretgethetjük, utazás közben is olvashatjuk. Húsz-harminc évvel ezelőtt természetes volt a művelődésnek ez a formája. Gyerekkoromban, az ötvenes évek végén, a hatvanas évek elején édesapám még rendszeresen felolvasott nekünk. A Vöröstorony kincsét és más ifjúsági regényeket. A televízió akkoriban még gyerekcipőben járt, nem is volt mindennap adás, az embereknek volt idejük olvasni, és az ez által szerzett élmény volt a legszínesebb, legizgalmasabb. Gondoljunk csak arra, hogy a regényekből készült filmek mindig szegényesebbek, kevésbé ötletesek, mint az irodalmi alapanyag. Kedvenc regényemet, az Egri csillagokat legalább tizenöt-ször elolvastam, és mindig elképzeltem, milyen lehet a csonkolt hajú vagy a piros mentés katona, elképzeltem a színárnyalatokat, a formákat is. Amikor később megnéztem az egyébként kiváló filmet, hatalmas csalódást jelentett számomra. Ez az érzés később sokszor megismétlődött.

- Hogyan hatottak Rowling könyvei a hazai gyermekkönyvpiacra?

- Világszerte megfigyelhető, hogy a Harry Potter-könyveknek köszönhetően a gyerekek olvasni kezdtek, és más könyvek iránt is érdeklődnek. Szerzőink közül többen is – főként a harmincas-negyvenes korosztályból – hoztak az utóbbi időben varázslós témájú könyveket. A nyolcvanas években is megjelentek Békés Pálnak, Rigó Bélának és másoknak hasonló tematikájú könyvei, de akkoriban nem volt világdívat, nem is keltettek különösebb feltűnést. Ma a tömegkommunikáció hihetetlen mértékben befolyásolja az emberek tudatát, kevésbé átütő az oktatás és a vallás hatása, mint korábban. Ha felbukkan egy világsikerű könyv, a hazai kiadók is igyekeznek utána menni. Magyarországon is ez történt a Rowling-kötetekkel, ez is benne lehet a pozitív statisztikákban. A mi kiadónk esetében a mutatók alakulását az is befolyásolta, hogy az a korosztály, amely a Móra Kiadó könyvein nőtt fel, most szülőként, nagyszülőként meg-

veheti a gyermekének, unokájának azokat az újra kiadott köteteket, amelyek elfordulást jelentenek az amerikanizált, túl zaklatott, harsány színvilágú, elsősorban vizualitással ható könyvektől, amelyek rajzfilmváltozataival naponta találkozhatunk a kereskedelmi televíziókban.

– *Ilyen tudatosan választanak az olvasók?*

– A jobb érzésű, intellektuálisabb beállítottságú szülők elfordulnak a tömegkultúra körébe tartozó kötetektől, inkább a mi kiadványainkat adják a gyermekeik kezébe, mert úgy érzik: a Móra Kiadó könyvein együtt, egyszerre érhető tetten a hagyományörzés és az új érték teremtése.

– *Úgy tudom, a Móra is szerette volna kiadni a Rowling-köteteket...*

– Mindössze két héten múltott, hogy nem mi szereztük meg a magyar nyelvterületre vonatkozó kiadói jogokat. A sorozatot idehaza megjelentető kiadó vezetőjének testvére baby-sitterként dolgozott Nagy-Britanniában, ott hallott ezekről a kötetekről, amelyek először ott sem keltettek igazán nagy feltűnést. Az első részt csak a skót kulturális alap támogatásával sikerült megjelentetni. Amikor néhány éve Budapesten járt az angol ügynökük, a húsz legjobb kötet között meg sem említette a Harry Potter-sorozatot. Valami olyasmi történt, ami egy-két évtizedenként szokott előfordulni a könyv világában: nem tudjuk a siker igazi okát. Osztovits Levente, az Európa Könyvkiadó igazgatója szokta mondani, hogy negyven éve van a szakmában, de egyetlen dolgot állíthat biztosan: nem tudja, miből lesz siker. Így volt ez a Bridget Jones naplójával is, amiről hosszú ideig tanakodtak, hogy megjelentessék-e. Azután rögtön elsőpró siker lett. Tudnék hasonló mórás példákat is említeni, köztük Michael Ende Momóját, amelyről három évig nem tudtuk eldönteni, megjelentessük-e, majd rövid idő alatt több mint tízezer példányban elkapkodták. Manapság ez nagy sikernek tekinthető. Nincs tehát biztos receptünk, nem tudjuk megmondani, mi lesz sikerkönyv. Az év kiadójává választott Ulpius-ház vezetőjével, Kepets Andrással beszélgettem nemrégiben, és ő sem tudta megmondani, miért épp a Catherina M. szexuális élete lett a legnépszerűbb kötetük. Az angolszász sikerlistáról hat női regényt választottak ki, és idehaza épp ez, a huszonvalahányadik helyezett aratott legnagyobb sikert. Az angolszász könyvszakma felmérései szerint száz kiadott új kötetből átlagban mindössze négy lesz elsőpró siker. Hogy mi a csudának adjuk ki a másik kilencvenhatot? Mert előre nem tudhatjuk, melyik négy jön be.

– *A gyermekkönyveknél sem könnyebb ezt megjósolni?*

– Ezen a téren sokkal nagyobb a piaci verseny, mert a frissen alakuló, könyves tapasztalattal nem rendelkező új kiadók úgy gondolják, gyerekkönyv mindig kell, és ha szép, színes rajzokkal adnak ki valamit, akkor azt úgymé megveszik a szülők. Nincsenek tisztában azzal, hogy Magyarországon folyamatosan csökken a gyermekek létszáma, évente már csak 94–95 ezer gyermek születik. Közülük is 30 százalék ingerszegény környezetben nő fel, a szüleik szociális helyzetük, igény szintjük miatt nem vásárolnak számukra könyveket. Kicsi az a réteg, amely megfelelő vásárlóerővel rendelkezik. Csak a belföldi piacra tudunk koncentrálni, hiszen a határainkon túl élő magyarok sem jelentenek számottevő fizetőképes keresletet. A nyáron jártam Erdélyben, ahol láttam, hogy a nagyobb könyvesboltokban mindenütt jelen vannak a Móra Kiadó könyvei, természetesen ugyanazon az áron, mint idehaza. Amíg a benzin vagy az élelmiszerek esetében az emberek tudomásul veszik, hogy ugyanazt az árat kell megfizet-

niük, mint Bécsben vagy Berlinben, addig a könyveknél – amelyek a folyamatos ár-emelkedés után sem érték még el a nyugat-európai szintet – nem fogadják el ezt. Az önköltségünk és az eladási ár közötti szorzószám – amely Nyugat-Európában 7 – már közelít az 5-höz. Ez azt jelenti, ha egy kötet előállítása 300 forintba került, akkor jelenleg 1500 forintért vásárolhatja meg a boltokban az olvasó. Ennek a felét elviszi a kereskedő, a másik feléből kell kifizetnünk a nyomdát, a szerzőt és fedeznünk a kiadó költségeit. A kiadók általában annyit keresnek egy könyvön, mint a szerzők. Ha a bolti ár 8 százaléka a kiadóé marad – azaz 1500 forintból 120 –, akkor már jól dolgoztunk.

– *Mekkora példányszám számít ma sikernek a gyermekkönyvek esetében?*

– Az elmúlt évben az átlagos példányszámunk 5832 volt, ami közel háromszáz példányos emelkedést jelentett az előző évihez képest. A zászlóshajónknak tekinthető Janikovszky Éva köteteit említhetném a siker szempontjából jó példaként. Hat éven át „szilenciumon” volt a Móránál, azaz rosszul ítélve meg a piaci helyzetet nem adták ki a könyveit. Amikor 1997-ben átvettem a kiadó irányítását, már-már bátorságnak számított, hogy hosszú szünet után megjelentettük a Felnőtteknek írtam című kötetét. Ötezer példánnyal indítottunk, ami pillanatok alatt elfogyott, és az újabb négyezer kötet is két hét múlva eltűnt a könyvespolcokról. Négy-öt év elteltével már huszonötezer példánynál tartunk, és még mindig keresik. Azóta hasonló siker volt a Mosolyogni tessék!, az Aj lát jó és a De szép ez az élet! is. Az ötödik felnőtteknek szóló kötete Ráadás címmel a karácsonyi könyvvásárra jelenik meg. Folyamatosan újra kiadjuk a régi gyermekkönyveit is, amelyekről teljes szakmai felelősséggel, bátran állíthatom: világszínvonalúak. A Ha én felnőtt volnék, a Kire ütött ez a gyerek? és a Velem mindig történik valami című kötetei világszerte harminchat nyelven jelentek meg. Idehaza mi is kiadtuk angolul és németül, különösen az angol verzió aratott nagy sikert, mert így a szülő-gyermek kapcsolat groteszk humorát idegen nyelven is átélhetik a nyelvet tanuló diákok. Janikovszky Éva páratlan őszinteséggel, kedvességgel és utánozhatatlan öniromániával szemléli a világot. Svájcban, Norvégiából, Svédországból is kaptunk már tankönyvkiadóktól olyan leveleket, amelyben azt kérik: szeretnének néhány sort idézni a köteteiből. 1973-ban az NSZK-ban elnyerte az év gyermekkönyve díjat. Itthon Csukás István és Lázár Ervin után már régen meg kellett volna kapnia a Kossuth-díjat. Biztos vagyok benne, hogy groteszk hangvételű könyvei Réber László filozofikus rajzaival túlélnek mindannyiunkat.

– *Mennyire meghatározó a grafikusok munkája a gyermekkönyvkiadásban?*

– A gyermekkönyvek esetében az íróéval azonos mértékű a rajzoló felelőssége. Egyre nagyobb szerepe van az életünkben a vizualitásnak. Azzal az óriási reklámdömpinggel, amit 15–20 éve csak nyugaton láthattunk, most naponta találkozunk. A televízió is sokkal erősebben befolyásolja világlátásunkat, mint korábban. A gyermekkönyvek esetében is döntő a képi megjelenítés. A borítólapot úgy kell megterveznünk, hogy rögtön elnyerje az olvasó szimpátiáját. Arra kell ösztökélnie a vásárlót, hogy kezébe vegye a kötetet. Az én könyvtáram című sorozatunk elnyerte az IBBY, a Gyermekkönyvek Nemzetközi Tanácsa magyar szervezetének díját. Olyan szőnyegmezőbe helyeztük a grafikát – Vida Győző rajzolta a sorozattervet –, amely különlegesen magas esztétikai minőséget képvisel. Az olvasó egyszerűen nem tud nem érte nyúlni, szinte kínálja magát a könyv. Ezt azonban úgy kell elérnünk, hogy közben megtartsuk a kiadóra jellemző esztétikai nívót. Az a harsányság, túlzott színesség és túlrajzoltság, amivel az amerikai gyermekkönyveknél gyakran találkozunk, nem terjedt el az euró-

pai könyvkultúrában. A bolognai gyermekkönyv-vásáron az elmúlt években azt tapasztaltuk, hogy az európai kiadók – szemben például az arabokkal – nem követik az amerikai trendet, sőt kifejezetten küzdenek ellene. Az amerikaiak a csak rajzfilmeket sugárzó Cartoon Network csatornára építve hoznak ki sok könyvet. Nálunk a Vuk volt az első olyan kiadvány, amely együtt jelent meg a rajzfilmmel, és olyan óriási sikert aratott, hogy bögréket, tányérokat és pólókat is gyártottak a mesefigurára építve. A Móra Kiadó 1993 óta részvénytársaság, azaz profitorientált, a kizárólag magyar befektetőkkel álló részvényeseink azt várják, hogy minél nagyobb osztalékot fizessünk. Ez természetes, ám felelősek vagyunk azért is, hogy – néhai költő barátom, Lakatos István szavaival – „tartsuk a magaslatot”. Még akkor is, ha időnként kiadunk olyan köteteket is, amelyekről tudjuk, hogy irodalmilag nem igazán értékesek. Ilyen például a Darren Shan tollából származó, kissé horrorisztikus Vámpír könyvek sorozatunk, amely a Harry Potter-köteteken felnőtt olvasóközönség körében rendkívül népszerű. Mindegyik Shan-kötetünk megközelíti vagy meg is haladja a tízezres példányszámot, ami már jelentős sikernek tekinthető.

– *Mit szólnak a vámpírkönyvekhez a pszichológusok, a pedagógusok?*

– Nekik biztosan nem tetszik, és tudjuk, hogy a Móra-image-nek sem tesz igazán jót, de nem mondhatunk le arról a tízezer olvasóról, aki megvásárolja ezt az ötvézezer kötetet. Világsikerről van szó, jó nevű kiadók gondozásában legalább két tucat nyelven megjelentek már ezek a kötetek, és hamarosan film is készül belőlük. Nem kell véres horrorra gondolni, ezek a vámpírtörténetek nem rémesebbek, mint a klasszikus mese Jancsíról és Juliskáról.

– *Mit jelentett volna a Móra Kiadó számára, ha sikerül megszereznie a Potter-kötetek kiadásának jogát?*

– Még több kötetten lennénk jelen a magyar gyermekkönyvpiacra, ahol mostanra valószínűleg kevesebb szereplő maradt volna életben. A részvényeseink számára is nagyobb profitot sikerült volna realizálnunk. A Potter-kötetek – véleményem szerint – ma már leszálló ágban vannak, nem lehet tudni, hogy tizenöt-húsz, vagy csupán öt évig lehet még őket eladni. Az is lehetséges, hogy pusztán múló divatnak lehet tekinteni a Harry Potter-jelenséget, és a következő divathullám pillanatok alatt elsöpri.

– *Mennyire keresettek azok a régi könyvsorozatok, amelyeket 30–40 évvel ezelőtt szerettek a Móra Kiadó olvasói?*

– Továbbra is népszerűek, például a régi Pöttyös könyvek 4–5 ezer példányban el is fogynak. A Delfin könyvek sorozata – amit elsősorban fiúknak szántunk – ma már nem igazán sikeres. Bár akad kivétel is: Bethlenfalvy Gábor Betörjek a nénikémhez? című regénye a nagy bevásárlóközpontokban felkerült a gyermekkönyvek sikerlistájára. A mostani srácok kevesebbet olvasnak, inkább a számítógép előtt ülnek, ezért néhány éven belül lehet, hogy meg is szűntetjük ezt a sorozatot. Janikovszky Éva munkái mellett kizárólag mi adjuk ki Móra Ferenc és Fekete István műveit is. Mórától főleg a Kincskereső kisködmön népszerű. Új jelenség, hogy az alsó tagozatos diákok számára kezd problémát jelenteni Móra műveinek a megértése. Ezért lehetséges, hogy a jövőben az olvasás megkönnyítése érdekében szómagyarázattal kell kiegészítenünk a köteteket. Az alföldi tanyai környezet szerszámai, tárgyai már nem ismerősek a mai gyerekek számára, sokszor a ködmönről is el kell magyarázniuk a pedagógusoknak, hogy micsoda. Rohanó világunkban Móra művei nem jelentenek már olyan szellemi

izgalmat a kisiskolások számára, mint 15–20–25 évvel ezelőtt. Humánus szépségük természetesen ma is nagy érték, de a kis olvasók sokszor unalmasnak találják. Fekete István írásai sokkal előnyösebb helyzetben vannak, a Vuk, a Tüskevár és a Bogáncs ma is nagyon népszerű. Az alpművek közül mi adjuk ki Molnár Ferenc regényét, A Pál utcai fiúkat, Illyés Gyula Hetvenhét magyar népmeséjét, a Micimackót, A két Lottit, a Bambit és A kis herceget. Az iskolai segédkönyvek közül reneszánszát éli a Gőgös Gúnár Gedeon és a Mosó Masa mosodája, mert rájöttek a pedagógusok, hogy a régi, bevált szótagoló olvasás mégis jobb a szóképolvasásnál, mert mélyebb megértést eredményez. A kezdő olvasóink számára indítottuk el az olcsó Zsiráf könyvek sorozatot. Ezeket a köteteket a gyerekek akár a zsebpénzükből, egy gyorsétkezdei ebéd árából is megvehetik. A már jól ismert, régi szerzőinken kívül például Petőcz András is írt egy kötetet Kalandjaim a Mágusképzőn címmel. Népszerűek a kissé feminista hangvételű, magunk között ovális könyveknek elnevezett kötetek, amelyek kifejezetten a fiatal lányokhoz szólnak. Szabó Magda Abigéljétől kezdve Kertész Erzsébet Csipkebolt Brüsszelben és Elisabeth című kötetein át Dénes Zsófia könyveiig sorolhatnám azokat a műveket, amelyek irodalmi igénytelenséggel mutatnak be női sorsokat.

– Sajátos könyvtípust jelentenek a Móra Kiadó kínálatában a híres regényeket, eposzokat, drámákat, operákat zanzásítva közreadó kötetek. Mennyire népszerűek?

– Számos könyveknek hívjuk ezeket, például 44 híres eposz, 55 híres opera, 111 híres külföldi regény. Különösen az érettségi és a felvételi vizsgák előtt fogynak jól, és a diákok körében nagyon népszerűek. A tanárok kevésbé szeretik, tudunk olyan pedagógusról is, aki elégtelennel jutalmazza azt a tanítványát, akinek a dolgozatában felfedez egy ilyen kötetből származó mondatot. Az ismeretterjesztő művek közé soroljuk a regéket és mondákat közreadó köteteket, amelyeket nagyon kedvel az olvasóközönség. Karácsonyra jelenik meg a Mátyás királyról szóló mondákat összegyűjtő új kötetünk. Egyébként a Móra kínálatában legalább hetven, de lehet, hogy nyolcvan százalékot is elér az igényes szépirodalmi munkák aránya. A kiadó a hatvanas-hetvenes években élte fénykorát, de ma is a hazai gyermekkönyvpiac meghatározó szereplője. Az idei forgalmunk körülbelül 250 millió forint lesz, ezzel jelenleg harmadik-negyedik helyen állunk a zömében gyermekkönyveket megjelentető kiadók versenyében.

– Hogyan rendeződött át a gyermekkönyvek piaca 1990 után?

– Megjelentek a kifejezetten nyugati munkák adaptálására építő kiadók, mint például az Egmond. Nyugaton bevált könyveket hoznak be a magyar piacra, köztük számos olyan kötetet, amely sikerfilmek nyomán készült. A rendszerváltás előtt a Móra Kiadó szinte monopolhelyzetben volt, 1950-ben azzal a céllal alapították, hogy a gyermekkönyvek hazai gondozója legyen. 1989–90 után nehéz helyzetbe került, egyre kisebb lett, sok munkatárstól kénytelen volt megválni, pénzügyi nehézségek miatt több korábbi könyv kiadási jogát nem sikerült megtartania. Fájdalmas, hogy elpártolt tőlünk Csukás István és Lázár Ervin. Sokan – köztük például Fekete István jogutódai is – visszasajóztak hozzánk, mert becsapták őket a kilencvenes évek elején megjelenő kalózkönyvek, amelyek gyors sikert és nagy pénzt ígértek. Akkoriban örülhettek a szerzők, ha honoráriumukat legalább könyvekben kifizették. Ezek a kalandorok mára többnyire eltűntek a könyvszakmából, bár ma is van két olyan kiadó, amely főként a Móra régi köteteit jelenteti meg újra. Számos pert nyertünk az utóbbi években. Mindhiába, ma sincs rend. Ezek az etikátlan kiadók arra hivatkoznak, hogy a raktárkészletüket értékesítik, holott a papír állapotából látható, frissen nyomtatták.

– *A kortárs szerzők mennyire tartják fontosnak, hogy a gyermekeknek is írjanak?*

– Békés Pál, Zalán Tibor, Petőcz András vagy Egressy Zoltán példáját említhetném, akik jelen vannak a Móra Kiadó kínálatában. Jelentkeznek fiatal szerzők is, de nem bombáznak kéziratok tucatjaival bennünket. Munkatársaim több évtizedes tapasztalattal fogadják az új szerzők írásait, jó érzékkel választják ki, mi az, amit érdemes megjelentetnünk. A kiadványaink 40 százaléka új mű, 60 százalékra tehető a régi munkák utánnomása. Egy ismeretlen fiatal magyar szerző felfuttatása óriási munka lenne, és nagy anyagi áldozatot kívánna. Nagy tőke kell ahhoz, hogy filmet is forgassunk egy kötetből, televízióban is reklámozzuk, sőt trikót és egyéb ajándéktárgyakat készíttessünk a mesefigurákból. Ennek ellenére szeretnénk a legtehetségesebb fiatal szerzőket a Mórához kötni. Ma már persze nem lehet egy szerződésre házasságot kötni, mint a hatvanas-hetvenes években, amikor még elfogadható tiszteletdíjat tudott fizetni a kiadó. Az angolszász szerzők bevált, kipróbált műveinek kiadása általában kisebb kockázatot jelent, miközben nagyobb haszonnal kecsegtet. Gyakran előfordul, hogy jeles íróink azzal jelentkeznek: a gyermekeik, unokáik olyan élvezettel hallgatták azokat a meséket, történeteket, amelyeket esténként rögtönöztek nekik, hogy le is írták ezeket. Kérjük, nézzük meg, kiadhatók-e. Megfelelnek arról, a gyerekek számára az az igazán fontos, hogy a szülő, a nagyszülő személyes kontaktusban legyen velük, azaz nem mindig a mű irodalmi értéke a lelkes érdeklődés, a nagy figyelem oka. A gyermekkönyvek növekvő forgalmához bizonyára az is hozzájárul, hogy egyre több családban felismerik, milyen nagy jelentősége van az esti mesemondás, felolvasás semmivel nem pótolható bensőségességének, személyességének.

– *Hogyan tudja kihasználni a Móra Kiadó az internet által kínált lehetőségeket?*

– Informatív honlappal rendelkezünk, de az interneten nem kereskedünk közvetlenül a vásárlókkal. Kizárólagos terjesztőnk a LAP-ICS Könyvkiadó és Kereskedő Kft., amellyel már öt éve tart a felhőtlen és gyümölcsöző kapcsolatunk. Néhány könyv kivételével kizárólag a 440 éves tapasztalattal rendelkező debreceni Alföldi Nyomdával dolgozunk. Az Ablak Zsiráfot néhány éve CD-ROM-on is kiadtuk, de nem volt sikere. A Frankfurti Könyvvásáron 1996–97-ben még a csúcson volt a CD-ROM, úgy tűnt, elsöpri a Gutenberg-galaxist. 1999–2000-re megfordult a trend, visszaszorult a CD-ROM-ok piaca. A jövőben valószínűleg csatlakozunk valamelyik internetes áruházhoz, hiszen egyre nő az interneten keresztül lebonyolított könyvforgalom. Ennek ellenére úgy vélem, az internetes vásárlás még hosszú ideig nem győzi le a hagyományos boltit, hiszen a könyv olyan termék, amit szeretnek kézbe venni, megszagolni, amelybe szeretnek beleolvasni az emberek. Ezek nem elhanyagolható szempontok. A tapasztalatok azt bizonyítják, a könyv esetében nem az internetes vásárlás jelenti a modernizáció útját, inkább arra kell törekednünk, hogy az egyes kötetek képi anyaga friss, eleven legyen.

– *Milyen hatása volt az Olvasás Évének a hazai gyermekkönyvkiadásra?*

– Nem lehet tudni, hogy a növekedésben mekkora része volt ennek az akciónak, és mekkora a Rowling-könyveknek. Az Olvasás Évét az angolok találták ki és valószínűleg meg. A rendszerváltás előtt nálunk is voltak hasonló céllal megrendezett országos könyves vetélkedők a gyermekek számára. Mi most nem tudtunk igazán látványos rendezvénysorozatot szervezni. Magyarországon nem tartottak a nagy áruházláncokban felolvasóesteket, nem volt olvasásra buzdító plakáterdő, amit egyébként tervezett a szakma. Ahhoz, hogy olyan sikeres kampányt lehessen csinálni, mint Nagy-Britan-

niában, egy-két milliárd forint kellett volna PR-ra, reklámra. Voltak ezzel szemben értékes tudós tanácskozások – a szakma képviselői számára

– *Milyen kiadói stratégiát követ a jövőben a Móra?*

– Szlogenszerűen azt mondhatnám: száz könyv és 300 millió forintos forgalom a következő évre kitűzött célunk. Tizenkét főállású munkatárssal dolgozunk, sokkal több könyv kiadására nem is vállalkozhatunk. Nem a Móra Kiadó a magyar könyvpiac legmeghatározóbb szereplője, de nem lehet bennünket figyelmen kívül hagyni. Több kiadó is utánoz bennünket, frissen felfedezett szerzőinket és grafikusainkat szívesen foglalkoztatják mások is. A magyar könyvpiacra változó számú, 40–60 komolyabb kiadó működik, közülük 10–12 foglalkozik nagyobb volumenben is gyermekkönyvek megjelentetésével, de csak négyet-ötöt tartunk igazi versenytársnak.

Hellési Zsolt

