

## **Még élvezem a munkám...**

*Beszélgetés Rochlitz Andrással*

*A Park Kiadó nem sokkal 1988-as indulása után felhívta magára a figyelmet a hazai piacon ritkaságszámba menően szép, műves kiállítású kiadványaival.*

*Színvonalát az elmúlt két évtizedben is meg tudta őrizni: arculata karakteres, tematikája igényes és sokszínű, bizonyítva, hogy értékkel is a piacon lehet maradni. A kilencvenes évek elejére a magánkiadók száma már meghaladta a százat, a Park – az eladott példányszámot tekintve – a hatodik helyen állt. Ma több száz kiadó közül benne van az első tíz-tizenkettőben. Hogyan indultak?*

– A Park Kiadó – amelynek nevét többek közt az akkori irodánkhoz közeli Szent István parktól kölcsönöztem – 1988 végén szinte a semmiből jött létre. Na jó, ez azért túlzás: az akkori idők egyik legprogresszívabb cégénél, a Novotrade-nél dolgoztam korábban, a vállalkozás alapjait ott tanultam, és néhány már meglévő elképzelésemet is elhozhattam. Nem beszélve az ott kapott Fulbright-ösztöndíjről. A munkát hárman kezdtük. 1989-ben 18, 1990-ben már 27 könyvet adtunk ki.

– *Milyen tematikájúakat?*

– A rendszerváltás előtti könyvpiacon bőven voltak fehér foltok, részben ezeket akartuk lefedni. Emellett az első években jó pár terhes- és kismamakönyvet, piciknek szóló sorozatot is indítottunk – akkoriban voltak kicsik a gyerekeim. Jó példa ez arra, hogy kiadói pályafutásom és életpályám párhuzamosan haladt. Az

ötletetek, a témák az „utcán heverték”: a kiadó engedett a magánember vonzalmának.

– *Hogyan képzelte el a kiadó arculatát, profilját?*

– Konkrét elképzeléseim csak bizonyos témakörökre voltak. Azt is tudtam, hogy vizuálisan igényes könyvekkel akarok megjelenni. Vonzottak a színes ismeretterjesztő könyvek, így fedeztem fel a Londoni Könyvvásáron az akkor még első korszakában járó, később az egész nemzetközi könyvszakmát vizuálisan megújító angol Dorling Kindersley kiadót. Éreztem, ők valami egészen különlegeset produkálnak, nagyon hittem bennük, miközben egyébként a terjesztőink eleinte bizalmatlanok voltak. A vonzalom kölcsönösnek, a kapcsolat termékenynek bizonyult. Az ő könyveik az első 6–8 évben meghatározták az arculatunkat, ugyanakkor ezeknek a színes, különlegesen tördelt könyveknek az előállítása sok pénzbe került, rengeteg energiát, törődést és sok szakember közreműködését igényelte. A magyar és a nemzetközi könyvpiacot azonban idővel teljesen elöntötték az imitációik, így hát meguntuk őket. A DK szlogenje az volt, hogy mi megmutatjuk, amit mások csak leírni tudnak. Ma úgy gondolom, újra a betűé a főszerep. Kiadónk életében, kiadványi tematikájában éppen színes és szöveges könyveink arányának a megváltozása jelenti a legnagyobb változást. Az ismeretterjesztés azonban megmaradt fő profilunknak.

– *Azon belül hogyan alakult, változott a kínálatuk?*

– Pszichológiával, önismerettel, életvezetéssel, gyerekneveléssel foglalkozó könyveket a kezdetektől kiadunk. *Hétköznapi pszichológia* sorozatunk több mint ötven kötetével a magyar könyvpiac integráns és elismert része. Mint ahogy az volt a Szemtanú és társai a 90-es években. Most örülök annak, hogy egy ideje történelmi műveket is publikálunk – ebben szerepet játszik, hogy felébredt az érdeklődésem a történelem, a múlt és benne a saját személyes történetem iránt. Fontos vállalkozásunk volt *A holokauszt krónikája*, a szovjet titkosrendőrség által összeállított *Hitler-dosszié* vagy Robert Service angol történész *Lenin*-monográfiája. Legújabbán a jelenkor politikai traumáiról, botrányairól is kínálunk olvasnivalót: a *Frei könyvespolca* eddigi kötetei például az amerikai politikai, hatalmi elit otthoni és külföldi játszmairól, iraki háborújáról (*Felvegyverzett diliház*), az ex-titkosügynök Litvinyenko meggyilkolásáról szólnak (*A titkos ügynök halála*). A magas presztízsű, a világ első számú útikönyvsorozatának tartott *Lonely Planet* magyar változatához nagy reményeket fűztünk, de olyan rettentő sok munkát és pénzt igényelt, amit nem tudtunk az árban hatékonyan érvényesíteni. *Veszélyes övezet* sorozatunk útleírásai, regényesen igaz történetei a földgolyó egzotikus tájaira kalauzolnak. A sorozat indításának ötletét az adta, hogy egy barátom tanácsára elolvastam Jon Krakauer drámai beszámolóját a Mount Everest híresen tragikus 1996-os megmászásáról. A téma ugyan korábban nem hozott lázba, de az *Ég és jég* című könyvet lebilincselőnek találtam, sikere nyomán pedig kiadtuk a vele vitázó „ellenkönyvet”, a *Hegyi örületet* is.

– *A szépirodalom milyen súllyal van jelen sokszínű kínálatukban?*

– A Park elsősorban ismeretterjesztő kiadó. Szépirodalmi műveinkkel kirobbanó sikert nem arattunk, bár egy-egy nevet sikerült elkapnunk. Gondolok például Isaac Bashevis Singerre, Saul Bellow-ra, Aharon Appelfeldre, Jostein Gaarderre, Viktor Pelevinre, Alice Munróra és Georges Simenonra – Maigret-sorozatunk egyre terebélyesedik. Idetartozik Anne Frank is, akinek *Naplóját* – melyet az eredeti hollandból fordítottunk – szinte minden évben újranyomjuk.

– *Fedeztek fel vagy inspiráltak írásra hazai szerzőt?*

– A szó hagyományos értelmében nem. De annak idején mi jelentettük meg elsőként ismert televíziósok könyveit. Kepes András könyveivel beindítottuk a tévés személyiségek könyvpiacát, ami aztán a bulvár martaléka lett. Kepes novellaválogatásaival is elfogadta a közönség, kár, hogy egy idő után visszalépett, mert kritizálták: azzal keres pénzt, hogy nevével hitelesít nagy írókat. Nem szerző, „csak” grafikus, mégis megemlíteném Barka Ferencet, aki friss diplomás kora óta illusztrálja a *Hétköznapi pszichológia* sorozatunkat.

Valamennyi kötet az ő borítójával és rajzaival fut, ami, azt hiszem, nemzetközi viszonylatban is páratlan. Ha már a magyar szerzőknél tartunk: itthon sajnos kevesen írnak aktuális, jól olvasható ismeretterjesztő könyvet. A nemzetközi piacon az angolszász szerzők dominálnak, olvasmányos, szakmailag alapos történelmi monográfiákból, regényes életrajzokból, praktikus kézikönyvekből bőséges a választék. Hiába zavar, hogy a hétköznapi történetek szereplői, John

és Mary valahol egy másik földrészen élnek, ettől a trendtől, akármennyire is szeretnék, hazai szerzők híján nemigen tudok eltérni.

– *Ki dönt egy-egy könyv kiadásáról, egy-egy sorozat elindításáról?*

– Általában én, ma még. A tiszavirág-életű sikerek, a gyorsan fonnyadó könyvek nem érdekelnek. Bár pénzügyi okokból teszek néha kivételt, itt is szeretek hinni valamely ügyben. A válogatás során, mint mindenki, több forrásból tájékozodom: katalógusokból, az internetről – kíváncsi vagyok az olvasói véleményekre is –, és a külföldi kiadók és az ügynökségek kéretlen küldeményeiből is szemezgetünk. Nem tudom, meddig maradnak talpon az internetkorszakban a nemzetközi könyvvásárok, de ha másért nem, hát a hazai könyves barátaimmal való találkozás reményében még járok Frankfurtba.

– *A végső döntésnél hallgat a megérzéseire?*

– Szinte csak arra, intuitív alkat vagyok. De bevallom, a könyvkiadáshoz a szimat mellett a racionális számítás, a piacismeret, a gazdálkodói rátermettség is nélkülözhetetlen. Lehetünk idealisták, de vágyaink megvalósításához kompromisszumokat kell kötnünk: olyan könyveket kell megjelentetnünk, amelyek eladhatók.

– *Mik voltak a kiadó történetének legnagyobb sikerei?*

– A magyar könyvek közül Stahl Judit szakácskönyvei (*Enni jó!*: 105 000, *Gyorsan, valami finomat*: 125 000 eladott példány). A külföldiek közül a még 1989–90-ben indult *Usborne Gyermekenciklopédia* közel 300 000, a *Testbeszéd*

pedig több mint 220 000 példányban fogyott. Eddig egyébként közel 700 könyvet adtunk ki, és ezekből mintegy 6,5 millió példányt vettek meg.

– *Önnek személy szerint melyek voltak a legfontosabb, legkedvesebb opusai?*

– Thomas Mann *József és testvérei*, a Beatlesről szóló *A fejek forradalma* és az olyan enciklopédikus művek, mint az *Egyetemes művészettörténet*, a *Madárhatározó*, *A világ boratlasza* és a *Szemtanú* kötetek.

– *Hány könyvük jelenik meg évente, és milyen példányszámban?*

– Éves átlagban 30–40 újdonsággal jelentkezünk, ennyi az utánnomások száma is. A példányszám három- és tízezer között mozog, de előfordul a több tízezer is. Úgy gondolom, egy-egy könyvünknek legalább a közvetlen költségeket meg kell térítenie, ez minimum 1500 példányt jelent. A piac igényeit azonban nem lehet pontosan felmérni, ezért nem ritka, hogy néhány ezres példányszámú, jó és fontos könyveink csak lassan, több év alatt fogynak el. Készletünk nagy részét hosszabb ideig a piacon tartjuk, és egy-egy akció kivételével nem szállítjuk le az árainkat, hanem türelmesen várunk a vevőkre.

– *Könyvkiadóként bölcsőbb, mint húsz vagy akár tíz évvel ezelőtt?*

– Az elmúlt húsz év tanulmányidő volt. Most kezdünk könyvkiadó lenni.

– *Nem fáradt bele a munkába?*

– Változatlanul élvezem a munkám, az önálló kiadói létet, bár néha úgy érzem, az idő múltával kopik a kreativitásom. Jó pár olyan terület van – a menedzserkönyvek, a gyakorlati pszichológia, a tévés sztárok könyvei, a lakberendezési és kertészeti kézikönyvek, a személyes hangvételi

szakácskönyvek, a különlegesen illusztrált, Szemtanú típusú ismeretterjesztő könyvek –, ahol új szint hoztunk a magyar könyvkiadásba. Ezeket a sikereket nehéz megismételni. Mára mások az ambícióim, például szeretném, ha cégvezetői munkám rovására több időm jutna szellemi elmélyülésre, többet olvashatnék. Iszonyúan fontos számomra emellett az is, hogy stábom minden tagja jól érezze magát a Parkban. Ez sokat segít abban, hogy a kiadó meg tudja őrizni a „lelkét”.

**Gervai András**