

II. SZEKCIÓ

KOLOH GÁBOR

A Szent István Társulat könyvkereskedelmi tevékenysége

A Szent István Társulat 1904-ben új alapszabályában jelentős lépést tett a hazai egyházi és hitélet fejlesztésében, amikor a Kecskeméti utcában könyvkereskedést nyitott. Célkitűzése szerint „a könyvkereskedés fölöslegessé teszi, hogy a ft. papság meg a szemináriumok a tudományos, hitbuzgalmi vagy szertartási könyvek beszerzése végett külföldi cégekhez vagy azok ügynökeihez forduljanak; minden művet rövidesen megkaphatnak majd a Szent-István-Társulat könyvkereskedésében” (*Katholikus Szemle* 18 [4] 421.).

Előadásom célja a társulat könyvkiadó hivatala és könyvkereskedése gazdálkodásának vizsgálata. Ennek érdekében az 1904 és 1922 közötti, a *Magyar Compass*ban közölt aktívák és passzívák éves vizsgálatát végzem el, hogy lássam, mennyiben vált sikeressé a vállalkozás. A vagyon- és teher tételek összevetése mellett a szélesebb körű, szociális alapú katolikus tudástranzferről igyekszem képet alkotni azáltal, hogy a vizsgált időszakból három metszetben nézem meg a társulat által megvételre kínált kiadványok számát, árát és nyelvi arányait. A vizsgálatnak az 1922. évvel történő zárását a Stephaneum nyomdával való fúzió indokolja.

Előzetes munkahipotézisem alapján a társulat nonprofit intézményként kitűzött célját csak redukált mértékben érte el, amennyiben működése e szűk két évtizedében leginkább a német nyelvű egyházi kiadványok hazai terjesztését tudta megvalósítani.

FRAUHAMMER KRISZTINA

A Szent István Társulat imakönyvkiadási tevékenysége

Előadásomban a Szent István Társulat kiadói tevékenységének egy területét, mégpedig az imakönyvek kiadását tekintem át a kezdetektől egészen a rendszerváltásig. Előzetes kutatásaim és a társulat irattárában végzett tájékozódás alapján vázolom, hogy ez a műfaj milyen stratégiai és gazdasági szerepet töltött be a kiadó életében; valamint azt, hogy milyen trendek rajzolhatók ki az imakönyvek kiadásában. Mely események hatottak a könyvek kiadására, mely nagyobb lelkeségi irányvonalak jelentek meg a művekben, illetve a nemzetiségi igényeket mennyiben vette figyelembe a társulat? Arra is rámutatok, hogy melyek voltak a legnépszerűbb kiadványok, és milyen eszközökkel igyekeztek az eladási számokat növelni.

A Szent István Társulat és az ifjúságnevelés

A 175 éves Szent István Társulat kezdettől fontosnak tartotta könyvek kiadását az ifjúság számára. Fogarasy Mihály nagyváradai kanonok már 1842-ben felismerte a nyomtatott betű általi hitterjesztés és hitoktatás jelentőségét, amit két évvel később a *Religio és Nevelés* című folyóiratban meg is fogalmazott. Azt is hangsúlyozta, hogy ezeket a népnevelési könyveket mindenki által elérhető áron kell árusítani.

Az 1847-ben megalakult Jó és Olcsó Könyvkiadó Társulat (1852-től Szent István Társulat) egyik fő profilja a tankönyvkiadás volt. A köteteket szintén jutányos áron értékesítették, illetve ajándékozták is a rászorulóknak. A tankönyvek mellett adtak ki kalendáriumot, családoknak, gyerekeknek szóló irodalmi műveket, iskolai jutalomkönyveket, ismeretterjesztő könyveket, illetve elindultak a katolikus folyóiratok is (*Katholikus Néplap*, majd *Katholikus Hetilap*, *Családi Lapok*, *Katholikus Szemle*).

A könyvekben és a sajtóban egy olyan új, dinamikus pasztorációs lehetőséget láttak, amely a korábbinál nagyobb tömeg megszólítására volt alkalmas. Emellett alternatívaként is szolgálhatott a más világnézetű hasonló művekkel szemben. A gyerekek vallásos nevelését a családban látták leginkább megvalósíthatónak, ezért nagy hangsúlyt fektettek a családok megszólítására, pasztorációjára. Előadásomban ezeket a kiadványokat vizsgálom, hangsúlyosan a két világháború közötti időszakban, amely a válságos éveket leszámítva a társulat egyik fénykora volt.

