

ÚJVÁRI DOROTTYA

IDŐ A FÉNYKÉPEZÉSRE: A KODAK ÉS AZ ÚJ AMATŐRÖK

A képek rögzítésére alkalmas eszközöket – legyenek azok fényképezőgépek, a telefonjaink vagy kamerák – nem tudjuk kizárni az életünkből. És mivel a fényképezni tudó telefonjaink nagyjából mindenhová elkísérnek minket, szinte nem is tudunk megnevezni olyan helyet vagy körülményt, amikor ne készítettünk volna fotót. A pillanatképek a mindennapi kommunikációba is beépültek, üzenetként küldjük őket, mert gyakran egyszerűbb ily módon kifejeznünk, hogy hol vagyunk, mit csinálunk. Így a „mikor és hol fényképezünk?” kérdésekre számtalan választ adhatunk, és semmi sem fog extrémnek tűnni. Hiszen éppen az lett a megszokottól eltérő, ha valahol *nem* fényképezünk. A képkészítés már nem rendelkezik saját idővel. Ez azonban egy viszonylag új jelenség.

Nem a képek belső idejével fogok foglalkozni, hiszen arról számtalanszor írtak már. Arra vagyok kíváncsi, hogy miként alakult, formálódott a fényképezés ideje ennek megjelenésétől a második világháború időszakáig, a technikai, és ebből adódó szemléletbeli változások következtében. Mindennek a meghatározó előmozdítója és alakítója az amerikai Eastman Kodak Company vállalat volt, amely a könnyen használható fényképezőgépek – a Kodakok – elterjesztése mellett egy olyan kiterjedt reklámkampányt is lefolytatott, amely a fényképezést végérvényesen összekötötte a nosztalgiával és a szabadidővel.¹ Ugyanakkor a tömeges fényképezést is elindította, olyan mintázatok felállítva,



A fényképezőgép már nem a tudomány világához kapcsolódott, hanem bőr borításával a személyes tárgyakhoz lett hasonló – a cipőkhöz, a pénztárcákhoz, a bőr díszkötéses könyvekhez és -albumokhoz.

amelyek azóta is szinte mindannyiunk fényképezési szokásaiban tetten érhetők. Ezen mintázatok alatt azokat a témákat és helyzeteket értem, amelyek „képért kiáltanak” – ilyenek lehetnek a kirándulások, az utazások, az ünnepek mozzanatai. Ebből a nézőpontból a nem munkával, hanem a szabadon eltöltött idő érdemes a megörökítésre.

A következőkben azt vázolom fel, hogy az amatőr fényképezés milyen jelentésváltozásokon ment át, valamint kitérek a Kodak két világháború közötti romániai fényképezést népszerűsítő kampányára is. A reklámok konkrét hatását majdnem száz év távlatából nincs lehetőségem felmérni, viszont a jelenség ismertetése hozzájárul a vizuális kultúránk jobb megértéséhez, sajtótörténeti vonatkozása is kiemelendő, valamint azt is szemléltetni fogja, hogy miként próbálták meg egy amerikai találmányt a helyi viszonyokhoz igazítani.² Itt és most csak a sajtóban megjelentekre hagyatkozom, a későbbiekben azonban érdemes lenne azt is megvizsgálni, hogy maradtak-e fenn Romániában egyéb formában is Kodak-reklámok, plakátok, esetleg kisnyomtatványok.

Műkedvelők, amatőrök, kodakolók

■ A fényképezés korai időszakában mondhatni mindenki, aki próbálkozott az új képalkotási technikával, műkedvelő volt. El kellett telnie néhány évnek, ameddig megjelentek a hivatásos fényképészek, akik nagy része dagerrotípiákat készített.³ Annak ellenére, hogy viszonylag költséges volt ilyeneket készíteni – hiszen a fényképezőgép mellett vegyszereket is be kellett szerezni, valamint sötétkamrát kialakítani –, már az 1840-es évek elejétől kezdve nemcsak az arisztokrácia és a nemesség fényképez, hanem művészek, tanárok, tudósok is. A korai felhasználók szinte mind a férfiak közül kerültek ki, mivel számukra volt elérhető ez a fajta tudás, valamint a kellő szabadidő is a kísérletezésre. Mint látni fogjuk, a nők nagyobb számmal csak a század végén kezdenek majd el fényképezni, amikor egy új típusú amatőr is megjelenik.

A fényképezéshez szükséges tudás megszerzése nagyon hosszú ideig az írott források alapján történt. Az új találmány híre is először a sajtón keresztül vált ismertté, és csak hetekkel, hónapokkal később jutottak el a világ különböző pontjaira a dagerrotípiák. A találmányt, felfedezést ismertető első magyar nyelvű írások francia és német közlemények fordításai voltak, és legkorábban a *Hasznos Multságok* számolt be az új képrögzítésről 1839 februárjában.⁴ Pesten 1840-ben állítottak ki először dagerrotípiát, ahogyan Kolozsváron is. A kolozsvári rögtönzött kiállítás Bethlen Pál és özvegy Bethlen Károlyné Mikó Krisztina portréiból állt: ők ezeket Párizsban készítették, majd miután hazajöttek, megmutatták baráti körüknek. Valószínűleg a nagy érdeklődés hatására döntöttek úgy, hogy közszemlére teszik a képeket.⁵ A látottak inspirálónak bizonyultak: Jakab Elek szerint a több száz látogató között ott volt Veress Ferenc, ekkor még „igénytelen kis tanuló” is, aki ekkor köteleződdé el a fényképezés mellett.⁶ Néhány évtized múlva a Veress által szerkesztett *Fényképészeti Lapok*ban is megemlékezik egy névtelen szerző (valószínűleg éppen Veress) erről az eseményről: megtudjuk, hogy Apor Károly báró is ekkor látott először dagerrotípiát, és szintén ez vezérelte a technika elsajátítására.⁷ Előbbiből a 19. századi fényképezés egyik legfontosabb magyar képviselője lett, utóbbiból az egyik első erdélyi amatőr, vagy ahogyan a korszakban nevezték, műkedvelő fényképész.

Apor, aki a Királyi Tábla ülnöke, majd elnöke volt, 1842-ben vásárolt fényképezőgépet: megvette Marastoni Jakab felszerelését, aki az országgyűlés megörökítésére érkezett Erdélybe.⁸ Sajnos fényképek nem maradtak fenn Aportól,⁹ a fényképezési kísérleteiről is a legtöbbet a *Fényképészeti Lapok*ban megjelent két cikkben olvashatunk.¹⁰ Munkamódszerére ezekben a rövid írásokban is történik utalás. Veress Ferenc név nélkül írt nekrológiájában idéz egy 1854-es leveléből, amelyet Apor Nagyszebenből küldött neki: „Szabad időmnek egy részét e szép találmány fejlesztésére szentelem... Az idők ránk nehezedtek, mindenben mi szép, jó és hasznos, előre kell törekednünk...”¹¹ A „rájuk nehezedő idő” minden bizonnyal a szabadságharc leverése utáni megtorlásokra utal, amely a fényképezést is érintette. A forradalom résztvevőiről császári rendelet tiltotta a portré készítését, valamint engedélyhez kötötték a fényképek boltok kirakatába való kitételét is. A szabályozás, valamint az, hogy sok fényképezni tudó személy meghalt vagy elmenekült, néhány évig megállította a fényképezés térnyerését és fejlődését Magyarországon.¹²

Az 1850-es évek első felére jellemző politikai konjunktúra azonban egy nem várt eredményt is hozott: mivel Apor Károly és Mikó Imre sem tudtak tevékenyen részt venni a politikában, mindketten többet tudtak foglalkozni a fényképezéssel – több szabadidejük volt. Az idézett levében Apor *triumvirátus*nak nevezi meg hármuk – Veress, Mikó és jómagá – csoportját, akik az 1850-es évek közepén Kolozsváron együtt kísérleteztek a képkészítéssel. Mikó Imre által készített fényképek úgyszintén nem ismertek, annyit tudunk csupán, hogy fényképezőgépét Bécsből vette, ott is kezdett el tanulni, majd hazatérte után, ahogy már kiderült, először Veressel, majd Aporral is együtt kísérletezett.¹³ Együttműködésük a kapcsolati tőke gyarapítása mellett más szempontból is sikeres volt: Veress Ferencnek lehetősége volt új felszerelést használnia, a két arisztokrata pedig egy „szakmabeli” irányításával dolgozhatott. Nagy különbség ekkor még nem volt egyikük felkészültségében sem, mivel főleg írott források alapján kísérleteztek, egy olyan terepen, ahol folyamatosan jelentek meg az új eljárások.

Ezek a kiragadott példák nem egyediek, a nyugati országokban szintén hasonló társadalmi közegekből kerültek ki az 1840–50-es években az amatőrök, az Egyesült Királyságban az ún. „gentleman amateur” (úriember amatőr) kategóriájába tartoztak a fényképezéssel kísérletezők is, azaz a tanult, felső osztály tagjai voltak.¹⁴ A fényképezésre szánt idő az ő esetükben kevésbé a témát határozta meg, sokkal inkább a kísérletezések, a technikai folyamatok elsajátításáról és tökéletesítéséről szóltak. A kép tárgyi oldala volt előtérben, a vizuális tartalom csak ezután következett. A kollódiumos nedveseljárás megjelenése változásokat hozott: bővült a műkedvelők köre, a nyugati országokban az 1860-as évektől kezdődően elkezdtek megjelenni az amatőrklubok, és a fényképek esztétikája is témává emelkedett.¹⁵ Ez a technika azonban még mindig viszonylag bonyolultnak számított, hiszen a képkészítés előtt kellett az üveglemezt (amelyből a negatív lett) a fényérzékeny oldattal bevonni. Ez viszont, negatív eljárás lévén, sokszorosíthatóvá tette a fényképeket. „A műkedvelő fotográfia ekkor még csak csirájában volt; valóban tetterős, kitartó egyén volt az, ki ebben az időben, kivált meszsze idegen tájakon, a szabadban fotografiált” – foglalta össze 1890-ben Schmidt Sándor a fényképezés történetét bemutató írásában.¹⁶

Az igazi áttörést a szárazlemezek megjelenése hozta el, és ennek hatására kezdett először látványosan megugrani az amatőrök száma.¹⁷ Az 1870-es években felfedezett és tökéletesített eljárás a következő évtizedben már a gyári előál-

lítást is lehetővé tette. Így azok is elkezdhettek fényképezni, akik nem akartak, nem tudtak a korábbi, kézműves jellegű eljárásokkal kísérletezni.¹⁸ Az új nyersanyaggal párhuzamosan új fényképezőgépek is megjelentek, amelyek kisebbek voltak, mint a műteremben használtak, valamint lehetővé tették a gyorsabb exponálást. A képek előhívása is megváltozott: míg a nedveseljárás teljes folyamata 10–15 percet vett igénybe, addig az új technológia használata esetén az exponálás és az előhívás között akár napok és eltelhettek.

A fényképezést szabadidős tevékenységként űzők számának növekedése diverzifikálta az amatőrök körét. A korábbi műkedvelők, azaz a kísérletező, a fényképezés minden lépését elvégzők mellett megjelentek azok a csoportok is, akiket a kép *elkattintása* jobban érdekelt. Ennek, valamint az új technikának a hatására elkezdtek fényképeket kidolgozó vállalkozások nyílni.¹⁹

A képkészítés két fő része – a fényképezés, majd az előhívás, kidolgozás – fokozatosan elvált egymástól. George Eastman épp ekkor lépett színre: olcsóbb és egyszerűen használható fényképezőgépeivel egyszerre szolgálta ki, valamint teremtette meg az igényt a fényképezésre, amelyből immár a középosztály is részt kért. Először az 1885-ben piacra dobott papíralapú tekerccsnegatívja jelent meg,²⁰ majd három évvel később a Kodak fényképezőgép (Kodak No. 1 név alatt). Amerikában a kis méretű gépbe már a gyárban behelyezték a száz fénykép készítésére elegendő negatívot. Így ahogy valaki megvásárolta azt, egyből elkezdhetett fényképezni vele. Miután kész volt, a gépet visszaküldte a gyárba, ahol előhívták a filmet, majd visszaküldték a képekkel és az új filmmel tulajdonosának, kérés szerint új tekerccsel feltöltve.²¹ Hasonló gyakorlatra magyarországi példát nem tudok, hiszen ekkor itt gyára sem volt a Kodaknak. De az új fényképezőgépekről 1888 novemberében már megjelent egy hosszabb bemutató a *Gazdasági Mérnök* folyóiratban, amely illusztrációkat is közölt a „Kodak fényirda” használatáról.²²

A fényképezés iránti érdeklődés növekedésével, a század utolsó két évtizedétől az amatőr kiegészült egy új, negatív jelentéstartalommal: Amerikában például egyre gyakrabban olyan egyéneket azonosítottak vele, akik megzavarják a rendet, fényképezőgépükkel a szenzációt keresik.²³ Nálunk sem alakul ez másképp. A korabeli magyar forrásokban a pillanatképeket készítőkre a kodakoló,²⁴ kodaknixer kifejezést használják, amely úgyszintén tartalmaz egyfajta rosszallást. Az utcák, a közterek fényképező emberekkel teltek meg, és sokan úgy érezték, hogy ez zavarja, veszélyezteti a társadalmi rendet. A jogi szabályozások még csak kialakulóban voltak, így érthető sokaknak a visszaélésektől való félelme.

„Európában a műkedvelő fényképészekre legalább is százennyi paragrafus ólálkodik, s velük együtt légiója a torzomborz szakálú vagy fenségesre borotvált bácsiknak, akik tüstént utunkat állják, ha meglátják kezünkben a gépet, mikor sétatérre, királyi palotába, múzeumba, temetőbe, állatkertbe et caetera akarunk menni” – méltatlankodott egy amatőr 1904-ben.²⁵ Írásában az amatőrök két csoportját különbözteti meg: vannak az „üveg-pattantyúsok”,²⁶ akik utcán, parkokban leskelődnek „kodakoló” szándékkal, és általában a nőkre veszélyesek.²⁷ A másik csoport a „fekete bőrrel bevont kockákat cipelő, jámbor amatőrök”, akik közé a szerző is tartozik. Ők csak a körülöttük lévő világot szeretnék megörökíteni, betartva az előírásokat, és csak ott, csak azt lefényképezve, amit szabad.²⁸ Elégedetlenségének fő oka az első csoport viselkedése volt, akik miatt mindenkire gyanúsán tekintettek, akinél fényképezőgépet láttak.

A „fekete bőrrel bevont kocka” megnevezés, noha nincs kimondva, de pontosan illik a Kodak fényképezőgépekre. A George Eastmanhoz kötődő és már említett újítások mellett érdemes kiemelni a fényképezőgépek külalakjához kapcsolódót is. A Kodakok bőrborítást kaptak, amely teljesen eltért a korábbi, általában drága fából készült fényképezőgépektől. Makeda Best tanulmányában hívja fel a figyelmet erre a részletre, kifejtve, hogy ezek a gépek új szenzoriális élményt nyújtottak használóiknak. A fényképezőgép már nem a tudomány világához kapcsolódott, hanem bőr borításával a személyes tárgyakhoz lett hasonló – a cipőkhöz, a pénztárcákhoz, a bőr díszkötéses könyvekhez és -albumokhoz.²⁹

A negatív hangvételű, ítélező írások mellett megjelennek azok is, amelyek felismerik az új típusú amatőr fényképezésnek a pozitív oldalát. Ilyen például Lippich Elek művészeti író, amatőr fényképész *A Kodak jó társ, valóságos nevelő* c. írása. Ebben amellel érvel, hogy aki fényképezési szándékkal megy ki a természetbe, figyelmesebben, elmélyültebben viszonyul környezetéhez. Valamint a pillanatfelvételek, amit ő kodaknak nevez, hasznosak lehetnek a történeti helyek, néprajzi témák megörökítésére.³⁰

Mindezek a folyamatok a fényképezés demokratizálódását hozták el: egyre nagyobb és változatosabb társadalmi rétegek kapcsolódhattak be a képkészítésbe, amely az addigi tudományos jellegű időtöltésből egyre inkább átalakult egy szabadidős tevékenységgé. Ez nem csupán a megváltozott technikához kötődik, hanem egy tágabb társadalmi kontextushoz kapcsolódik: az iparosodás révén megváltoztak a munkaviszonyok, és a középosztály bizonyos csoportjainak több szabadideje lett. Az ebbe a kategóriába eső nők és férfiak pedig szórakoztató időtöltéseket kerestek. A fényképezést a hagyományos, technicista oldalról megközelítő amatőrök emiatt is voltak rossz véleménynel a *kodakolokról*, akik nem elmélyülni szerettek volna a fényképezésben, hanem kikapcsolódásként tekintettek rá.³¹

Gondoskodjék egy hűséges nyaralópajtásról

■ Az a tény, hogy egy árucikk neve néhány éven belül köznevesült, már önmagában jelzi ennek elterjedtségét, sikerességét. A Kodak világszintű térnyerése a századfordulón, mint fentebb vázoltam, több mindennek köszönhető: gyorsan tudott reagálni egy társadalmi igényre és technikai szempontból is megfelelően volt kialakítva. De mindehhez hozzáadódtak még a jól előkészített reklámkampányaik is. Az amerikai reklámok felépítéséről és ezek hatásáról a fényképezésre, a vizuális kultúrára Nancy Martha West írt egy kiválóan adatolt kötetet.

Ismerve, hogy a magyar nyelvű írott forrásokban megjelenik a köznevesült kodak név a fénykép szinonimájaként, valamint a kodakolás igeiként a fényképezésre, kíváncsi voltam, hogy a vállalat megpróbálta-e az Amerikában bejáratott kampányát, amely alapját a képes reklámok adták, itt is megjelentetni.

West a Kodak marketingéből öt fő motívumot különített el és vizsgált: a szabadidőt, a gyerekkort, a divatot, a múlt újraélése iránti vágyat, valamint a narrációt.³² Kutatásához az 1888 és 1932 között megjelent reklámokat vette alapul: a kiindulópont az első Kodak fényképezőgép megjelenése, a zárás George Eastman halála. De a kiválasztott időszak Amerikában egybeesik a folyóiratok „aranykorával” is.³³

A fényképezési vállalkozások közül Eastman ismerte fel legkorábban, hogy reklámozással sok millió felhasználóhoz érhet el. Tevékenyen részt vett a reklá-

mok megalkotásában, ő találta ki az ismertté váló „You press the button, we do the rest.” (Ön megnyomja a gombot, a többi a mi dolgunk.) szlogent is. Eastmannak a fényképezés megítélését tekintve két fő célja volt: megváltoztatni azt a felfogást, hogy a fényképezés egy bonyolult folyamat, valamint elnöiesíteni ezt az időtöltést.³⁴ Reklámjai grafikájában ezért gyakran nők, lányok vagy éppen gyerekek azok, akik fényképeznek, hangsúlyozva, hogy a képkészítés bárki által megvalósítható.

Ehhez az elképzeléshez alkotta meg az 1890-es évek elején a *Kodak Girl* (Kodak lány) karakterét, amely fiatalossága és divatossága a pillanatkép készítésének egyszerűségét, szabadságát volt hivatott szimbolizálni. A fiatal nő alakja ugyanakkor rájátszik egy már létező (reklám)toposzra: a nőiesség a technikai egyszerűséggel függ össze. Ugyanakkor a lány mint karakter azt is jelképezi, hogy a női fényképész mindig megmarad az amatőr szinten.³⁵ De a Kodak lány függetlenségével megtestesíti a századfordulón megjelenő új nő karakterét is, hiszen utazik, biciklizik, teniszezik, szabadidős tevékenységeiben egyedül vagy más nőkkel jelenik meg, de soha nem férfiak társaságában.³⁶

Amerikában a Kodak-reklámok általában egész oldalas, színes illusztrációk voltak, amelyeket csak rövid szöveg kísért.³⁷ A magyar nyelvű sajtóban műtermek reklámjai, szakboltok hirdetési már nagyjából az 1860-as évektől kezdődően folyamatosan jelen voltak, főként a napilapokban. A gazdagon illusztrált, teljes oldalas Kodak-reklámhoz hasonlóak hiányoznak, mivel az első világháborút megelőzően, de az utána következő időszakban is viszonylag kevés olyan magazin volt, amely a közölt képek mellett a reklámoknak is nagy teret engedett. Még az is megfigyelhető, hogy nem a nagy márkák hirdettek, hanem az adott város szakboltja reklámozta magát és a nála beszerezhető kellékeket. Ezek a típusú reklámok nagyon ritkán illusztráltak, döntő többségük a tipográfiára, a sormintákra épített, külön jelentéssel bíró illusztrációt kevés kapott. Az 1900-as évek első éveiben megjelenő fényképészeti szaklapok, *A Fény* és *Az Amatőr* többoldalnnyi reklámot közölt, de még ezek között is kevéshez tartozott illusztráció.

A századforduló magyar nyelvű hirdetéseiben viszonteladóknál, forgalmazóknál már feltűnik a Kodak, de ha van is ezek mellett illusztráció, nem az amerikai reklámokat követik. A budapesti Wachtl és Társa a *Borsszem Jankó*ban reklámozta a náluk beszerezhető Kodak filmeket és egyéb kellékeket, a lap profiljához illően egy fényképező törpe képével.³⁸ A Konta testvérek a *Kakas Márton*ban reklámozták a náluk beszerezhető Kodak termékeket a „Kodak fényképezőgépek, a legjobbak a világon” szlogennel, mellette a Kodak Brownie fényképezőgép rajzával, amely a sikertelen nyomtatás miatt alig kivehető.³⁹

A Kodak térnyerése Közép- és Kelet-Európában az 1910-es években kezdődik, de a világháború miatt igazán csak az 1920-as évektől lesz jelentős. Magyarországon 1912-ben kezdték el megszervezni egy gyár felépítését, de a háború miatt csak 1921-ben tudják befejezni, majd egy évre rá átadni az épületeket. A Vácon felépült Kodak-gyárban csak fotópapírt gyártottak, amely ellátta nyersanyaggal a környező országokat, és minősége megegyezett az Angliában előállítottakkal.⁴⁰

Romániában ebben az időszokban nem működött filmet, fotópapírt vagy fényképészeti vegyszereket előállító gyár. Még a Kodak bukaresti szaküzlete is csupán 1929-ben nyílt meg. Az ezt beharangozó rövid írás a mindennapi kenyérhez hasonlítja a fényképezőgépüket, amely a fürdők, a tengerparti nyaralások, a szalonok stb. elmaradhatatlan kelléke.⁴¹ A bolt az Edgar Quinet út 6. szám

alatt működött, egy különleges homlokzatú art déco épületben, amelyben többek között az Albina Bank székháza is volt.⁴²

A Kodak első romániai reklámkampányára a sajtóforrások alapján úgyszintén 1929-ben került sor. Valószínűnek tartom, hogy a bukaresti székház/szaküzlet megnyitása és a reklámkampány összefügg egymással, noha a megnyitóról megjelent rövid híren és a reklámokon kívül egyéb anyag egyelőre nem került elő, amely az amerikai gyár romániai terjeszkedéséről számolna be. A reklámkampányt az év végére, decemberre időzítették, hiszen a fényképek és a fényképezőgépek karácsonyi ajándékozása már akkor szokás volt.

A reklámok román és magyar nyelvű napilapokban egyaránt megjelentek, többek között az *Ilustrațiunea Română*, a *Viitorul*, a *Keleti Újság*, az *Aradi Közönlöny*, a *Temesvári Hírlap*, a *Brassói Lapok* hozta le ezeket. A hirdetések egyforma grafikai kialakítást kaptak, a szövegek az adott lap nyelvét követték, és tartalmukban megegyeztek.⁴³ A magyar nyelvű lapokban négy különböző tematikájú, de hasonló felépítésű reklám jelent meg. A viszonylag nagy méretű, téglalap alakú mező felső részén grafika van, amely témájában kapcsolódik a középreszen lévő szöveghez, az alsó regiszterben általában egy fényképezőgép rajza jelenik meg. A négy reklám közül az egyik gyerekek számára ajánlotta a Kodak fényképezőgépet, a másik három az utazás és nosztalgia témájához kapcsolódott.

„Akar minden héten Sinaia-ra utazni?” teszi fel a kérdést az a reklám, amelyen egy pipázó férfi lapozza fényképalbumát.⁴⁴ „Vasárnap ne felejtse el magával vinni a Kodakot”,⁴⁵ olvassuk egy következőn, amely grafikáján egy férfi veszi ki táskájából a Kodakját, a háttérben autó és játszó gyerekek tűnnek fel. „Újból ott látja magát a hegyekben, aki viszontlátja magát egy Brownie-val vagy Kodakkal készített fényképein” – hívja fel a figyelmet a fényképek emlékfelidező képességére az utolsó reklám.⁴⁶ A reklámokról nem maradt le a Kodak lány sem: egy csíkos ruhás, kezében fényképezőgépet tartó alak, aki egy Kodak film feliratú dobozra áll, valamint egy ugyanilyen dobozra könyököl, mindegyik reklámon feltűnik. Szignó egyikén sincs, így nem tudjuk, hogy ki készíthette ezeket. A jelenetek elrendezése kollázszerű, és az is előfordulhat, hogy külföldről kapott mintákat illesztettek össze.

A következő évben újabb Kodak reklámsorozat jelent meg a lapokban, a magyar és a román nyelvű hirdetések most is azonosak voltak. Kampányukhoz a nyári hónapokat választották, a téma a nyaralás volt. A *Keleti Újság* júliusban, augusztusban és szeptemberben hozta le a reklámokat, amelyek felső vagy alsó regiszterében jelent meg a grafika, középen volt a szöveg, az alsó részen fényképezőgépek rajza vagy a Kodak lány volt látható. A grafikák és a reklám felhívása itt

Akar minden héten Sinaia-ra utazni?

Legszébb és legszerencsésebb ajándék.

Megvalósíthatatlannak látszik és mégis beteljesíthető ez a szép álom. Csak Önök függ, hogy annyiszor menjen Sinaia-ra, ahányszor csak kívánja. Sinaian van, hogyha mindig újból látja magát.

KODAK

Készített fényképeit. Visszatérése után minden héten lapozgat fényképalbumában, és egy a leggyakrabban látott szép napok emlékeit szerzi meg. Visszont fogja látni a villákat, a kaszinót, a monasztort, a Pelest, a Peliort és összes borzát. Szemei előtt lesz amit látott, és amit egyszer és mindenkorra Kodak-jával megörökített.

Néhány perc alatt megtanulhatja egy KODAK-on, vagy BROWNIE-nek a kezelését. Egy KODAK-kal sincsen bajlóds, nincs szükség szót kamarára. Minden fényképezési cikk üzletben vehet egy KODAK-ot, izlése és módja szerinti.

Egy BROWNIE már 480 leltől felel fel, egy KODAK L100 leltől felfelé kapható.

Kapható minden fényképezési cikk üzletben.

KODAK S. A., Rom.

Keleti Újság, 1929, 292. szám.



**Étes szem
Acélerős test**

A Kodak család legújabb tagja már is híres, mert Anastigmat F: 6,3 precíz lencséjével minden eseményt csodásan örökít. Ara 6x9-es nagyságban csak 1.850 lei.

**Bárhová megy vigyen magával egy
új KODAK HAWK-EYE**

Anastigmat F: 6,3 lencséjű fényképezőgép.

Csak az elsőrendű Kodak filmeket, Azura gáziény és Kodona napfény papírokat használja.



Keleti Újság, 1930, 186. szám.

vezték a versenyt,⁴⁹ a nyertes képeket a lap meg is jelentette. Több összehangolt reklámkampányra nem találtam példát, valószínű, hogy Eastman halála után megváltozó üzletpolitika számára a romániai terjeszkedés nem volt lényeges, hiszen a városokban lévő szaküzletek ugyanúgy forgalmazták a Kodak termékeit is.

is kapcsolódott egymáshoz. Többször is megjelennek fényképező női alakok, akik csónakázás, tengerparti fürdés, hintázás közben örökítik meg a nyaralókat. A reklámokkal egy új fényképezőgépet, a Kodak Hawk Eye-t is népszerűsítették: „Sokszorozza meg kellemes perceit az új Kodak Hawk Eye géppel” szöveg a felhívás.⁴⁷

Hogy mennyivel több fényképezőgépet adtak el a reklámok hatására, esetleg nőtt-e az amatőrök száma, nem tudjuk. De talán a kampány sikerességét mutatja, hogy 1931-ben és 1932-ben országos fényképversenyt szervezett a Kodak. Az 1931-es verseny híre ugyanolyan formában megtalálható a magyar és román lapokban is, többek között a *Keleti Újság* és a *Nagyváradi Napló* is megjelentette.⁴⁸ A felhíváshoz kép is tartozott: ez fénykép alapján készült, és természeti tájban egy nő meg egy férfi alakja jelenik meg rajta, akik egy korlátra könyökölnek, a nő kezében egy boxgépet tart. Egy évre rá már az *Ilustrațiunea Română* folyóirattal közösen szer-



Plaja vă așteaptă!

Oglindiri de soare, aer fortifiant, multime impestrițată, jocuri, băi, repauz și o mie de alte plăceri, vesnic noi. Poți oare să uiți toate acestea?

**„KODAK“-UL D-VS.
VEDE, REȚINE, REAMINTEȘTE.**

Nu uitați „Kodak“-ul Dv. în vacanță. El va fixa pentru totdeauna în fotografii, amintirile dv. plăcute, fotografiile pe care le veți lua cu plăcere, le veți arăta cu mândrie și le veți revedea cu o puternică bucurie. Câteva minute vă sunt deajuns pentru a învăța să lucrați cu un „Kodak“.

BUCUREȘTI **„KODAK“ S. A.** **Calea Victoriei, 32.**
Tel. En-Gros 381/63. Tel. Detail 375/40.

ȘI LA TOATE MAGAZINELE CU ARTICOLE FOTOGRAFICE

Az újságokban megjelenő Kodak-reklámokon kívül nem sikerült egyéb grafikaiakra – plakátokra, filmborítékokra, más efemer nyomtatványokra – bukkanom Romániában. Elképzelhető, hogy közgyűjteményekben lehetnek hasonló fennmaradt tárgyak, ennek érdemes lenne a későbbi vizsgálata. Magyarországon az Országos Széchényi Könyvtár Térkép-, Plakát- és Kisnyomtatványtárában fellelhetőek Kodak-plakátok, Kopcsay Ágnes ismeretterjesztő blogbejegyzésében meg is tekinthető néhány.⁵⁰ Ezek közül leginkább Szántó Klári három grafikája az 1930-as évekből követi a Kodak-reklámok stílusát. A Verichrome filmhez készült grafikák úgyszintén a nyaralások, utazások elmaradhatatlan kellékeként mutatják be a fényképezést: kirándulások, tengerparti nyaralások és városlátogatások alkalmával fényképeznek ezeken. Szántó grafikája színes, minimalizmusra törekvő, és a megjelenő alakok megformálása hasonló a romániai újsághirdetésekkben lévőkhöz.

A Kodak-reklámok, noha sokkal egyszerűbb kivitelben, mint az amerikai társaik, itt is ugyanazt az üzenetet fogalmazzák meg: a fényképezést szabadidős tevékenységek kiegészítőjévé kell tenni, hogy megörökítse azokat a pillanatokat, amelyekre visszaemlékezhetünk. Felfogásukban a fényképek mindig deiktikusak, visszamutatnak egy olyan múltbeli eseményre, amelyet a képkészítés emelt ki a mindennapiságból. Azzal, hogy a fényképezés már nem egy sok időt igénybe vevő folyamattá alakult, presztízsvesztésen esett át. Ahhoz, hogy az amatőr felhasználók között újra megtalálja a helyét, új jelentésekkel, jellemzőkkel kellett felruházni. A szabadidő megörökítőjeként a felhasználó személyiségéről próbált valamit mondani: bebizonyította, hogy az egyénnek másból is áll az élete, mint a munkából.

■ JEGYZETEK

1. Nancy Martha West: *Kodak and the Lens of Nostalgia*. University Press of Virginia, Charlottesville, London, 2000. 1.
2. A romániai fotótörténet főként elszórt adatokból áll, a nagyobb munkák Erdélyre vonatkoznak és magyar nyelvűek. Még mindig a fő hivatkozási pont Miklósi-Sikes Csaba: *Fényképészek és műtermek Erdélyben, 1839–1916*. Haáz Rezső Alapítvány, Székelyudvarhely, 2001. kötete, amely főként a hivatásos, műtermi fényképészeket ismerteti. Az utóbbi években több publikáció is megjelent, amelyek amatőr fényképészek munkásságát mutatják be, döntően ezek is magyar nyelvűek. (Lásd: Blos-Jáni Melinda (szerk.): *Látható Kolozsvár: Orbán Lajos fotói a két világháború közötti városról*. Erdélyi Múzeum-Egyesület, Exit, Kolozsvár, 2018.; Blos-Jáni Melinda (szerk.): *Belső képek. Dr. Hintz Györgyné Boros Ella (1885–1975) műkedvelő fényképész hagyatéka*. Erdélyi Múzeum-Egyesület, Exit, Kolozsvár 2021.; Gordán Edina: *Arcok a múltból: válogatás Szabó János fényképhagyatékából = Chipurile trecutului. imagini din colecția János Szabó*. Mega, Kolozsvár, 2023.) Román nyelvű, átfogónak szánt fotótörténeti munka 1985-ben jelent meg, (Constantin Săvulescu: *Cronologia ilustrată a fotografiilor din România, perioada 1834-1918*. Asociația Artiștilor Fotografi, București, 1985.), azóta főleg helyi gyűjteményekről, jelenségekről készültek tanulmányok, például Adrian Silvan Ionescu a fényképezés 19. századi vonatkozásairól írt, Delia Voina Nagyszébenhez kapcsolódó fényképészekről. A digitalizálással viszont egyre több gyűjtemény, archívum jelent meg, és az ezekhez kapcsolódó értelmezések, kontextusteremtések is jelen vannak népszerűsítő cikkek, kiállítások, konferenciák formájában. A legnagyobb, online elérhető általános fotóarchívum az Azopan (azopan.ro) és a Mihai Oroveanu gyűjtemény (photopastfuture.ro).
3. A dagerrotípia egy direktpozitív eljárás, amely ezüstözött rézlemezre vagy ezüstlemere készül. Nem volt sokszorosítható, minden így készült kép egyedi darab. Bővebben lásd: Dagerrotípia: <http://fotomult.c3.hu/direktpozitivek/dagerrotipia/index.html> (2025. 04. 29.)
4. Farkas Zsuzsa: *A fénykép fogadtatása Magyarországon*. Aetas 32, 4. sz. 2017. 155–174. 159.
5. Miklósi-Sikes Csaba: *Fényképészek és műtermek Erdélyben, 1839–1916*. Haáz Rezső Alapítvány, Székelyudvarhely, 2001. 22.
6. Jakab Elek: *Fénysugarak napjaink borüiből*. Divatcsarnok 3. évf. 41. sz. 1855. július 25. 814–816. 814.

7. [n. n.]: *Apor Károly báró, a kir. tábla elnöke Maros-Vásárhelyt*. Fényképészeti Lapok 3. évf. 4. sz. 1884. 78–79.
8. Marostoni Jakab festő volt, de a fényképezéssel is megpróbálkozott. Bővebben lásd Baji Etelka: *Marostoni-dagerrotípiá a Magyar Nemzeti Múzeumban*. Fotóművészet 45 évf. 5–6. sz. 2002. 120–121.; Fisli Éva (szerk.): *Fényképtárgy*. Magyar Nemzeti Múzeum, Budapest, 2020.
9. A Teleki Tékában őrzik Bolyai Farkas ravatali fényképét, amelyet többen Apor felvételének tartanak, mivel Miklósi-Sikes „talán az ő munkájának” nevezte meg (Miklósi-Sikes 2001. 92.). Biztos források hiányában ez azonban csak feltételezésnek fogadható el.
10. [n. n.]: *Apor Károly báró, a kir. tábla elnöke Maros-Vásárhelyt*. Fényképészeti Lapok 3 évf. 4. sz. 1884. 78–79.; [n. n.]: *Apor Károly báró elhunyt*. Fényképészeti Lapok 4. évf. 11. sz. 1885. 234.
11. [n. n.]: *Apor Károly báró elhunyt*. Fényképészeti Lapok 4 évf. 11. sz. 1885. 234.
12. Sisa József és mtsai. (szerk.): *A magyar művészet a 19. században: Képzőművészet*. MTA BTK – Osiris, Budapest, 2018. 402.
13. Kincses Károly: *Levétetett Veressnél, Kolozsvárt*. Magyar Fotográfiai Múzeum Budapest, 1993. 32.
14. Lásd például Jean-Baptiste-Louis Gros francia diplomatát, aki az első dagerrotípiákat készítette a Parthenonról. Naomi Rosenblum: *A world history of photography. Third edition*. Abbeville Press Publishers, New York, 1997. 18.
15. Pamela J. Inglesby: *Button-pressers versus picture-makers: The socialreconstruction of amateur photography in the late 19th century U.S.* Visual Sociology (5:1) 1990. 18–25. 18.
16. Schmidt Sándor: *A fotográfjáról II. 1851-től maig*. Vasárnapi Újság 37. évf. 20. sz. 1890. május 18. 322–323. 322.
17. Zselatinos szárazlemez: <http://fotomult.c3.hu/negativok/zselatinos-szaraz-eljaras/index.html> (2025. 04. 30.)
18. Inglesby 1990. 18.
19. Uo. 19.
20. Albertini Béla: *A magyar fotókritika története 1839-1945*. Múzsák Közművelődési Kiadó, Budapest, 1987. 29.
21. Robert Hirsch: *Seizing the Light. A Social and Easthetic History of Photography*. Routledge, Taylor & Francis Group, New York, 2017. 174.
22. [n. n.]: *A fényképezés a gazda és a mérnök szolgálatában*. Gazdasági Mérnök 12. évf. 48. sz. 1888. november 18. 557.
23. Inglesby 1990. 19.
24. Megjelenik újságcikkben a kifejezés, lásd: [n. n.]: *Esti levél. Két tanács*. Pesti Hírlap 28. évf. 221. sz. 1906. augusztus 12. 8. De emellett a Magyar Nyelvőr is megemlíti, lásd [n. n.]: *Egyveleg. Vegyesek*. Magyar Nyelvőr 34. évf. 1905. 39.
25. [n. n.]: *Esti levél. Jus photographiae*. Pesti hírlap 26 évf. 314. sz. 1904. november 13. 8. 8.
26. A pattantyú az ágyú megnevezése. Az üveg-pattantyú a fényképezőgép metaforája.
27. Mivel engedély nélkül fényképezhették le őket.
28. [n. n.]: *Esti levél...* 1904. 8.
29. Makeda Best: *Sensing Memories: The Heptic and Kinesthetic in George Eastman's Camera*. The Journal of Decorative and Propaganda Arts (27). Souvenirs and Objects of Remembrance 2015. 56–73. 66.
30. Lippich Elek: *A Kodak jó társ, valóságos nevelő*. Az Amatőr 2 évf. 2. sz. 1905. január 15. 35–36. 35.
31. West 2000, 42.
32. Uo. 2.
33. Uo. 30.
34. Uo. 40.
35. Uo. 53.
36. Uo. 54.
37. Az első időszakban, mivel a nyomtatási technika még nem tette lehetővé a fényképek reprodukálását, a reklámok grafikák voltak. Az 1920-as évek közepére már majdnem mindegyik reklámjuk fényképeket is tartalmazott. West 2000. 33.
38. Borsszem Jankó 33. évf. 1690. sz. 1900. április 29. 14.
39. Kakas Márton 9. évf. 21. sz. 1902. május 25. 15.
40. Horváth M. Ferenc, szerk.: *Volt egyszer egy gyár – a Kodaktól a Fortéig. Kiállítás három színben*. Vác, 2010. 7.
41. [n. n.]. *O satisfactie*. Dimineața 25. évf. 1929. augusztus 2. 4.; [n. n.]. *O satisfactie*. Adevărul 42. évf. 1929. augusztus 3. 2.
42. Bővebben az épületről lásd: Mihaela Criticos: *Din nou Edgar Quinet* 6. Arhitectura. 2011. web: <https://arhitectura-1906.ro/2011/11/din-nou-edgar-quinet-6/> (2025.04. 30.)

43. A fordítások nem mindenhol a legsikeresebbek. „Gondoljon arra az öröme, amikor viszont látja azt a sok hegyet, amelyet vakációja alatt az Ön barátai voltak” – olvasható az egyik reklámban. Keleti Újság 12. évf. 293. sz. 1929. december 22. 9.
44. Keleti Újság 12. évf. 292. sz. 1929. december 21. 15.
45. Keleti Újság 12. évf. 294. sz. 1929. december 23. 15.
46. Keleti Újság 12. évf. 293. sz. 1929. december 22. 9.
47. Keleti Újság 13. évf. 162. sz. 1930. július 27. 6.
48. Keleti Újság 14. évf. 150. sz. 1931. július 6. 15.; Nagyváradi Napló 34. évf. 104. sz. 1931. május 12. 7.
49. Ilustrațiunea Română 4. évf. 24. sz. 1932. május 8. 12.
50. Kopcsay Ágnes: „Fényképezzen Ön is...” web: https://nemzetikonyvtar.blog.hu/2022/03/19/_fenykepezzen_on_is# (2023. 05. 01.)

