

II. BRALNE KULTURE IN ZALOŽNIŠTVO

(Maja Breznik)

2.1. UVOD

V tem delu poročila bomo povzeli tiste ugotovitve raziskave *Bralne kulture v novih razmerah založniške produkcije: empirične ugotovitve, analiza položaja in predlogi za razvoj založniške politike RS*, ki se nanašajo na slovensko založniško produkcijo. Ukvarjali se bomo z založniškimi programi, branostjo knjig iz subvencioniranega in nesubvencioniranega knjižnega programa ipd. Namen tega dela raziskave je torej, da ugotovimo, kakšne založniške programe gojijo pomembnejše slovenske založbe v novih razmerah založniške (industrijske) produkcije in kakšna je vloga subvencioniranih programov v založniški produkciji. Med splošnimi podatki nas bo zanimalo, kako se obnašajo specifični založniški programi v slovenskem založništvu, kot so:

- program za otroke in mladino,
- program leksikonov, atlasov ipd.,
- program šolskih učbenikov za učence, dijake, študente in učitelje,
- program poljudnih priročnikov (kuharske knjige, nega rastlin in živali, poljudna psihologija, rekreacija, šport ipd.),
- program leposlovja in
- programi specifičnih vsebinskih področij (družboslovje in humanistika, religija, ekonomija, pravo, medicina, matematika in naravoslovje, tehnika in umetnost).

Naše izhodišče namreč je, da je pri raziskovanju založništva potrebno upoštevati namembnost knjige, ne le vsebino knjige, saj si lahko šele z namembnostjo knjige (ali gre za slikanico, ali leksikon, ali poljudni priročnik, ali novinarsko reportažo, ali znanstveno razpravo) ustvarimo primerno sliko o založništvu.

Vse omenjene založniške programe smo obravnavali zgolj na splošno, saj smo jih vključili le v splošno predstavitev slovenskega založništva. Zahteva financerja je bila, da se v podrobni obravnavi založništva omejimo na tisti del, ki zlasti zanima financerja, se pravi, na leposlovje in na specifična vsebinska področja. Za ta del založniškega programa smo zato razvili podrobno analizo, v kateri nas je zanimala dostopnost posameznih založniških programov, njihova prodaja, zaloge, knjižnični odkup, knjižnična izposoja, struktura bralcev ipd., itn.

Poudarek naše raziskave je, če povzamemo na kratko in malce patetično, predvsem na knjigi kot sredstvu dvigovanja splošne omike in znanja. Iz tega razloga se nismo ukvarjali z založništvom z ekonomskega vidika, temveč z vidika bralnih kultur; zato so nas, denimo, zanimali tržni deleži založb glede na število izdanih knjig, ne pa glede na njihov finančni promet. Ugotavljanje dobička in rentabilnosti založnikov smo namenoma prepustili drugim priložnostim in se v raziskavi omejili na problematiko bralnih kultur.

Preden pa preidemo na samo raziskavo, se moramo malce zaustaviti ob izrazu »bralna kultura«, iz katerega izhaja naša raziskava; predvsem si moramo ogledati zgodovinske pogoje, iz katerih se je izraz izvil. S tem ogledom bomo tudi nazornejše pojasnili cilje, ki smo jih želeli doseči z našo raziskavo, bralcu in bralki pa mimogrede predstavili dolgo zgodovinsko tradicijo, v kateri se je kalila problematika »bralnih kultur«. Problematiko so sprva predstavili javnosti kulturniški aktivisti skoz vprašanje, kako omikati »bralno kulturo« manj izobražene populacije in ji približati zahtevno branje. S splošno volilno pravico se je pozneje to vprašanje spremenilo v vprašanje državljskih pravic, za katere naj bi jamčila država; kajti ko vsi državljani dobijo pravico in dolžnost, da sodelujejo v političnem odločanju, je postala obvezna naloga države, da omogoči dostopnost informacij in branja vsem državljanom; država pa je prevzela tudi dodatno dolžnost, da si prizadeva za dvigovanje splošne omike tudi zunaj obveznega izobraževanja, bodisi skoz razne oblike permanentnega izobraževanja bodisi skoz oblike preživljanja »prostega časa«. Med temi prizadevanji pa, moramo poudariti, je institucija javne knjižnice eden najmočnejših instrumentov državne kulturne politike.

Vprašanje bralnih navad neizobraženih množic se pojavi, denimo, v Rusiji v zgodnjem 19. stoletju, ko so kulturniški aktivisti skušali z izobraževanjem ljudstva ublažiti prepad med elitami in ljudstvom. Predvsem pa so skušali zmanjšati škodljivi vpliv *lubok* literature¹, ki je od 17. stoletja držala rusko podeželje v odvisnosti od »mentalne komzumpcije« barvnih gravur s krajšimi religioznimi ali podobnimi zgodbami, ki so bile posebej sestavljene in prilagojene za ljudstvo.² Podobno založništvo za ljudske množice je dobro znano tudi v Franciji, kjer je prav tako v 17. stoletju v mestu Troyes začela izhajati literatura za ljudstvo (*Bibliothèque bleue*). Tanke zveščiče so krošnjarji, prav tako kakor v Rusiji, raznašali po vsem francoskem podeželju. Robert Mandrou je 60. letih obravnaval to kulturno prakso »tiskanja za ljudstvo« in prav s tem prispevkom spodbudil živo zanimanje za proučevanje knjige; prav njegovo delo je opogumilo

¹ *Lubok* literatura je tradicionalno založništvo za rusko kmetstvo, ki so jo po prostranem ruskem cesarstvu raznašali krošnjarji, *ofeni*. Tiski za ljudske množice so bili opremljeni z barvnimi grafikami, zato se imenujejo *lubok* po lipi, iz katere so delali lesoreze.

² Cf. Robert Otto, *Publishing for the People. The Firm Posrednik 1885-1905*, New York - London, Garland Publishing, Inc., 1987.

nastanek Vovellove zgodovine mentalitet in sodobne Annalesove kulturne zgodovine, ki jo najboljše zastopa Roger Chartier.³

Za našo raziskovalno nalogo je vsekakor zanimiva ruska razprava o omikanju ruskega podeželja, ki naj bi bila po mnenju večine potrebovala vsebinsko prilagojeno literaturo, a bi se bila morala odlikovati po visokih literarnih standardih.⁴ V tem duhu so v Rusiji leta 1884 ustanovili založbo *Posrednik*, ki je tiskala »dobro literaturo« za ljudstvo, nad primernostjo literature pa je bedel sam Lev Tolstoj. Ta je tudi v največji meri prispeval literarna dela za ljudstvo, ki jih je založba uspešno distribuirala med ljudstvo, ker je uporabila isti krošnjarski sistem kakor *lubok* založništvo. Ideje kulturniških aktivistov so pozneje prevzeli in razvili v svoji maniri in po svojih potrebah sovjetski komunisti; še malo pozneje pa tudi druga komunistična gibanja po drugih državah.

A tudi v nekomunističnih evropskih državah so aktivistična gibanja za ljudsko izobrazbo spodbudila nastanek »povojnih kulturnih politik«, ki so zagovarjala splošni dostop do kulture in pravico vsakogar do izobraževanja v vseh starostnih dobah. Prva francoska povojna raziskovalca »bralnih kultur« Jean Hassenforder in Joffre Dumazedier sta imela oporo za praktično delovanje in raziskovalno delo v gibanju za ljudsko izobraževanje (*Peuple et culture*, katere soustanovitelj je bil ravno Dumazedier), kjer so sodelovale skupine animatorjev, pedagogov, sociologov, bibliotekarjev ipd.⁵ Ta prizadevanja so se pozneje ujela z Malrauxevo uradno kulturno politiko, ki si je za splošne cilje zadala širjenje »dostopnosti kulture« in »demokratizacijo kulture«, druge evropske države pa so Francijo pozneje posnemale.

Odtlej države vodijo načrtno politiko branja, pa tudi redno spremljajo gibanja na tem področju, kakor, denimo, Francija z raziskavo *Les Pratiques culturelles des Français*, ki jo od leta 1974 dalje ponavljajo vsaki osem let, ali v Sloveniji, kjer je istega leta začela potekati podobna redna

³ Cf. Robert Mandrou, *De la culture populaire aux 17^e et 18^e siècles*, Pariz, Imago, 1985 [1964].

⁴ Nasprotni stališči iz te razprave zagovarjata Belinski in Alhevskaja. Leta 1841 Belinski predstavi, denimo, stališče, da ljudstvo potrebuje boljšo literaturo, kakršno imajo na voljo z *lubok* literaturo, a da ljudstvu - *narodnost'* - vendarle ni dostopno zahtevno Puškinovo pesništvo, ki pripada družbenemu sloju *nacional'nost'*. Pri Belinskemu najdemo torej prikriti razredni šovinizem, s katerim nismo opravili prav do danes. 1884 pa je pod vodstvom Hristine Alhevskaje izšlo delo *Kaj brati ljudstvu?*, kjer so kulturni aktivisti z izkušnjami iz dela z ljudmi iz ljudstva, prek javnih knjižnic ali prek skupnih branj za nepismene, opisovali »bralca in bralko iz ljudstva«, najpomembnejša ugotovitev iz povzetka knjige pa je, da ljudstvo ne potrebuje posebnega čtiva, temveč da so mu veliki klasiki povsem razumljivi.

⁵ Cf. Nicole Robine, *Lire des livres en France des années 1930 à 2000*, Pariz, Edition du cercle de la librairie, Collection Bibliothèques, 2000; Jean-François Hersent, *Sociologie de la lecture en France: état des lieux (essai de synthèse à partir des travaux de recherche menés en France)*, Pariz, Direction du livre et de la lecture, junij 2000, rokopis z internetne strani francoskega Ministrstva za kulturo. Oba vira navajata za predvojne predhodnike proučevanja bralnih kultur Nikolasa Roubakina s »psihologijo bibliologije«, s katero je ruski znanstvenik proučeval psihologijo bralca; potem navajata tudi nemškega direktorja javnih knjižnic in župana Leipziga Walterja Hofmanna ter Douglasa Waplesa iz čičaške sociološke šole.

raziskava *Knjiga in bralci*.⁶ Raziskave te vrste pa imajo omejitve in že na zunaj opozarjajo na problematično dejstvo: ko država skuša zajeti gibanje branosti kvantitativno, primerjalni kriterij pa ujeti z večjim ali manjšim številom bralcev knjig, je država svoj interes združila s kulturno industrijo. Kakor državo tudi kulturno industrijo zanimajo le kvantitativni rezultati: število potencialnih bralcev – kupcev, kamor bi se založniški trg lahko še širil in nenazadnje seveda število realiziranih bralcev – kupcev.

Pri pretiranem poudarjanju kvantitativnih rezultatov pa se pozablja na kompleksna dejstva, da z opravljenim nakupom ali izposojjo v knjižnici same knjige še nismo prebrali; prav tako se pozablja, da branje vendarle ni le branje leposlovne knjige od prve strani do zadnje, kar je prevladujoča predstava; pozablja pa se tudi, da je branje in raba knjig del kompleksnejših človekovih dejavnosti, ki segajo od izobraževalnih procesov do preživljanja prostega časa in zabavljanja, predvsem pa ga ni mogoče več osamiti od delovanja drugih medijev (televizije, filma, interneta, telefonije ipd., itn.). Kakor je ugotovil francoski sociolog branja Robert Escarpit, »je branje le en vidik v okviru celostnosti družbenih komunikacij in interakcij«. ⁷ Nenehno spreminjanje pogojev branja je sililo raziskovalne prijeme, da se nenehno izboljšujejo in brusijo svoje metode. Francoski raziskovalci so opravili veliko takšnih študij, ki kažejo na pomankljivosti kvantitativnega prijema do problematike branja. François de Signly, denimo, je leta 1992 v raziskavi o mladih in branju pokazal, da učenci, ki dosegajo najboljše ocene pri materinščini, niso najboljši bralci, medtem ko ljubitelji knjig ne dosegajo nujno najboljših ocen. ⁸ V nasprotju z našo splošno predstavo je raziskava o bralnih praksah pri železničarjih pokazala, da ne obstaja neposredna in linearna vez med tipom poklica in bralno kulturo, ker naj bi bile »bralne kulture« posameznika zelo odvisne od raznih oblik avtodidaktičnosti. ⁹ Proti našim spontanim predstavam pa grede tudi ugotovitve raziskave o knjigi in televiziji, da tisti, ki več gledajo televizijo, tudi več

⁶ Cf. G. Kocijan, *Knjiga in bralci*, Ljubljana, Kulturna skupnost Slovenije, Javno mnenje št. 54, 1974; G. Kocijan, M. Žnideršič, *Knjiga in bralci II.*, Ljubljana, Raziskovalni center za samoupravljanje RS ZSS, Javno mnenje št. 70, 1980; G. Kocijan, D. Podmenik, D. Rupel, M. Žnideršič, *Knjiga in bralci III.*, Ljubljana, Raziskovalni inštitut Fakultete za sociologijo, politične vede in novinarstvo, 1985; in G. Kocijan, D. Podmenik, M. Žnideršič, *Knjiga in bralci IV.*, Ljubljana, Filozofska fakulteta, Oddelek za bibliotekarstvo, zbirka BiblioThecaria 5, 1999.

⁷ Citirano po Nicole Robine, *op. cit.*, str. 64.

⁸ Raziskava »Les Jeunes et la lecture«, opis raziskave v: Nicole Robine, *op. cit.*, str. 241-242. Zgodnejše raziskave, nasprotno, kažejo, da je bila v 60. letih najbolj priljubljena zabava branje knjig, medtem ko v 90. letih velja branje za »zahtevno« glede na zabavo ob drugih medijih. Leta 1973 so »praktično vsi študentje prebrali najmanj eno knjigo na mesec, zdaj [leta 1988] pa jih ni več kot dve tretjine; in tri četrtine med njimi so bili krepki bralci v primerjavi z zdajšnjo tretjino. Isto velja tudi za učence«, ugotavljajo leta 1989 F. Dumontier, F. de Singly in C. Thélot; citirano po Hersent, *op. cit.*, str. 15. Raziskava iz leta 1993 »Les étudiants et la lecture« pa ugotavlja, da »univerza spodbuja 'koristno' branje, ki naj bi bil potrebno za uspešno opravljanje izpitov«; citirano po Hersent, *op. cit.*, str. 22.

⁹ Bernadette Seibel, »Pratique de loisirs et modes de vie des cheminots, le cas de la lecture«, opis raziskave v: Nicole Robine, *op. cit.*, str. 236-237.

berejo in ne nasprotno.¹⁰ Podobno kakor s televizijo je tudi s knjižnicami: za krepke bralce (ki so v zadnjem letu prebrali 25 knjig in več) velja princip, da so dobre vse poti do knjige, zato tisti, ki kupujejo največ knjig, si tudi največ sposojajo v knjižnicah.¹¹ Druge raziskave pa kažejo, da je knjižnica izjemno pomembna pri premagovanju »ovire, ki jo predstavlja odsotnost kulturnega kapitala«, da pa knjižnice dajejo pretirani poudarek na funkciji, ki naj bi jo opravljale kot dopolnitev šolskemu aparatu, premalo pa delajo na »težavnih območjih« in na »težavni populaciji«.¹²

Če bi v Sloveniji delali podobne raziskave, kakršne smo našli zgoraj, bi prišli verjetno do zelo podobnih rezultatov. Čeprav nimamo ne denarja ne raziskovalnih moči za takšne sociološke in kulturološke prefinjenosti, pa vendarle lahko vseeno pogledamo onkraj kvantitativnih podatkov, če le naivno prisluhnemo seznamom najbolj branih knjig v knjižnicah. Tedaj vidimo, da se na dolgih seznamih najbolj branih knjig pojavljajo skoraj izključno *best-sellerji*. Kvantitativne raziskave ne razlikujejo klasičnih čtiv ali sodobnega leposlovja od *best-sellerjev*, temveč imajo eno ali drugo za »enoto«. Vprašati pa bi se morali, ali je res vseeno, ali bralec in bralka bereta slabo preveden »šund« ali jezikovno bogato in vsebinsko zahtevno literaturo? Ali ne naredi »slaba« knjiga več škode kakor koristi? Nekdo bi branil, da je pomembnejše samo branje, saj naj bi se bralec, potem ko se privadi branja, vzpenjal sam po lestvi zahtevnosti. Ali pa ni morda ravno nasprotno, da takšna literatura ravno preprečuje, da bi se bralec in bralka lotila česa zahtevnejšega? Bralec in bralka morda res ne potrebujeta lahkotnega posrednika do zahtevnega branja, kakor trdi Alhevskaja (glej opombo 3).

Vprašanje bralnih kultur je zatorej preveč pomembno, da bi ga prepustili samodejnemu ravnanju založnikov in nabavni politiki obupanih knjižničarjev. Ker je dejansko zrak, ki ga dihamo, bistveno zadeva vse nas. Zlasti ker je leposlovje le ena izmed rab knjig. Pravično bi bilo, da bi se večkrat vprašali tudi, ali znamo uporabljati in v kolikšni meri leksikone, slovarje, atlase, priročnike, elektronske medije itn., ipd.; se pravi, vse tiste knjige, ki jih knjižničarji skrivajo za svojimi hrbti in do katerih lahko pridemo le prek neudobnega prerivanja in sovražnih pogledov knjižničarjev. Skorajda pa si ne upamo zastaviti vprašanje, ali beremo in kako beremo družboslovje in humanistiko ali drugo strokovno literaturo?

S pričujočo raziskavo smo skušali vsaj malenkostno obrniti paradigmo proučevanja bralnih navad in pogledati, kakšne so slovenske bralne kulture: kaj tiskajo slovenski založniki, kako se te knjige distribuirajo po največji javni mreži splošnih knjižnic in kakšne knjige člani in članice knjižnic

¹⁰ »Livre et télévision: concurrence ou interaction?«, Hersent, *op. cit.*, str. 21.

¹¹ Hersent, *op. cit.*, str. 42. Ta ugotovitev je zlasti v nasprotju z mnenjem slovenskih založnikov, ki menijo, da jim knjižnice »kradejo« kupce knjig, ker jim nudijo cenejšo pot do knjige.

¹² Hersent, *op. cit.*, str. 50-51.

berejo. Z opisom in analizo stanja na področju založništva in knjižničarstva smo želeli ponuditi objektivno sliko, kaj Slovenci in Slovenke tiskamo in beremo v začetku 21. stoletja. To gradivo bo, upamo, koristna opora za skupni razmislek, kako bomo ravnali na tem področju v prihodnosti. Temu problemu se ne bomo mogli izogniti, ker so možnosti založništva omejene, ne pa neomejene, za kakršne jih glavni založniški akterji dandanes radi prikazujejo, da bi si zmanjšali odgovornost; že sama družinska ali individualna poraba za kulturo je omejena, zato je vredno razmisliti, kakšna naj bi bila ponudba. Na področju knjižničarstva pa je nujen pogoj zagotavljanja državljskih pravic omogočanje dostopnosti knjižnega in drugega gradiva vsakomur. Uresničevanje tega cilja je nespodbitna nujnost, a tudi sama dostopnost še ne odpravi vseh problemov, kakor kažejo mnoge evropske raziskave. S samo dostopnostjo se še ne približamo »problematičnim območjem« in »problematični populaciji«, kar opozarja na razmislek o tem, ali so knjižnice res le »izposojevalnice«. Knjižnice so se že malce odvadile tega, morale pa bi narediti še veliko v to smer: rabe knjig in potrebe po informacijah ali čtivu so nenazadnje zelo raznolične, zato bi morale knjižnice svoje delovanje deloma prilagoditi temu. Internet, cd-rom, televizija, video itd., ipd. so deloma že prisilili knjižnice, da se odmaknejo od udobne vloge »izposojevalnice«, morale pa bi se še bolj približati potencialnim uporabnikom, ne le streči dejanskim uporabnikom. Zlasti tistim najbolj nemočnim: otrokom iz problematičnih družinskih skupnosti, hendikepiranim, duševno prizadetim, prebežnikom in beguncem, starcem in starkam ipd., itn. Ne smemo pa seveda včasih izključiti možnosti, da so ta zahtevna vprašanja morda nepotrebna in da bi že odprava relativno visokih članarin knjižnic odpravila največje ovire. Ker pa se ukvarjamo z založništvom, moramo zlasti poudariti, da knjižnice lahko ponudijo bralcem in bralkam le program, ki ga dobijo od založnikov. Tega dejstva knjižnice ne morejo spremeniti ob vseh svojih naporih: zato je ob morebitni slabi založniški ponudbi slaba tudi ponudba knjižnic. S tem morda malce predolgim uvodom smo želeli predstaviti cilje naše raziskovalne naloge *Bralne kulture v novih razmerah založniške produkcije: empirične ugotovitve, analiza položaja in predlogi za razvoj založniške politike RS*. Preden pa predstavimo rezultate raziskave, si bomo v naslednjem poglavju ogledali metodologijo in sam potek raziskave.

2.2. METODOLOGIJA

Empirični del raziskave smo oprli na podatke iz vzajemnega kataloga COBISS, iz katerega je *Inštitut informacijskih znanosti* (IZUM) iz Maribora izpisal vse potrebne podatke po navodilih metodologa mag. Janeza Juga. Izpis iz vzajemnega kataloga s podatki za slovensko knjižno produkcijo iz leta 2000 je IZUM opravil maja 2002. Z izpisom podatkov smo zbrali potrebne podatke, kot so naslov knjige, avtor, ISBN in ID, založba, namembnost (mladina ali odrasli), "vrsta vsebine" (učbenik, leksikon, priročnik ipd.), "vsebina" (literatura, humanistika, naravoslovje ipd.), UDK ipd.

Poleg tega izpisa pa je IZUM julija 2002 pripravil še izpis podatkov iz medknjižnične mreže o odkupu in izposoji teh istih naslovov v 60. splošnih knjižnicah. S tem izpisom smo dobili pregled nad knjižnično izposajo po raznih kategorijah članov v letu 2001 za založniško produkcijo iz leta 2000. Morali smo torej vzeti dokaj staro založniško produkcijo, če smo hoteli v raziskavi spremljati življenje teh knjig skozi knjižnično nabavo in izposajo. Le tako smo lahko zbrali vkup podatke tako o založniških programih kakor tudi o knjižnični nabavi in izposoji, saj oboje zajema časovno obdobje dveh let.

Tem podatkom smo dodali še tiste, ki smo jih zbrali s vprašalniki. Vprašalnike smo razdelili med založbe, ki so v letu 2000 izdale vsaj tri naslove s področja leposlovja ali specifičnih vsebinskih programov (družboslovje in humanistika, religija, ekonomija, pravo, medicina, matematika in naravoslovje, tehnika in umetnost). Vprašalnike smo poslali 109. založbam, v katerih smo jih prosili za podatke za 873 knjižnih naslovov. Založniki so pri vsakem naslovu izpolnjevali podatke o nakladi, ceni posameznega izvoda, višini morebitnih subvencij, številu prodanih izvodov do konca leta 2001 ipd. 10. julija 2002 smo poslali vprašalnike založbam, ki so v letu 2000 izdale štiri naslove in več, 30. julija pa založbam s tremi naslovi. Opomin smo poslali prve dni avgusta založbam, ki so dobile vprašalnike 10. julija, 19. avgusta in 8. septembra pa še enkrat vsem založbam. Od septembra dalje smo opravili več telefonskih pogovorov z vsako založbo, ki še ni odgovorila.

Anketo smo zaključili konec novembra 2002 z zadovoljivim rezultatom, a bolj zaradi vztrajnosti sodelavke pri raziskavi Jasne Babič, kakor pa zaradi velike pripravljenosti založnikov za sodelovanje v raziskavi. Ob zaključku ankete smo ugotovili, da z 12 založbami nismo mogli vzpostaviti stika, ker so bile nedosegljive iz raznih razlogov (prekinitev dejavnosti, menjava kraja opravljanja dejavnosti ipd.). 21 založb je poslalo negativen odgovor: odgovarjale so, da ne vodijo evidenc, na podlagi katerih bi lahko odgovarjale na vprašanja; da vprašalnik odkriva poslovne

skrivnosti; da so preprosto prezasedeni ali pa imajo ideološke zadržke do nosilca raziskave. Od 36 založb pa nismo dobili nikakršnega odgovora tudi po večkratnih pisnih in telefonskih prošnjah. Nazadnje smo vendarle dobili odgovore 40 založb (37% vseh anketiranih založb), ki so izpolnile podatke za 391 naslovov (45% vseh naslovov). Ker smo z anketo pridobili odgovore na skorajda polovico vseh vprašanih naslovov, smo se odločili, da odgovore na vprašalnik uporabimo kot vzorec za raziskavo. Odstotek odgovorov pa je višji pri številu naslovov kakor pri številu založb, ker so odgovarjale zlasti večje založbe, ker so bolj organizirane, imajo več zaposlenih in so zato lažje odgovarjale na anketo kakor srednje ali manjše založbe. Celotni odgovori na vprašalnik so prihajali v sorazmerju z velikostjo založb: najprej od največjih, potem od srednjih, medtem ko je bila le malokatera majhna založba pripravljena sodelovati v založniški anketi.

Slovenska bibliografija, ki jo pripravljajo v *Narodni in univerzitetni knjižnici*, oskrbuje s podatki *Statistični urad RS* in navaja za leto 2000 4186 izdaj knjižnih naslovov. *Slovenska bibliografija* je nacionalna bibliografija in zajema vse naslove, ki izpolnjuje vsaj enega izmed pogojev: ali slovenski avtor ali slovenski jezik ali slovenska založba (tudi zamejska ali izseljenska). *Bibliografija* zaradi težav pri pridobivanju gradiva vsebuje tudi starejše popise do petih let, ne vsebuje pa aktov, katalogov, cenikov, turističnih prospektov, programov prireditve, voznih redov, telefonskih imenikov ipd.¹³ Kot knjižno gradivo obravnava *Slovenska bibliografija* vse, kar ima več kot osem strani, če pa bi uporabili strožje pravilo (več kot 49 strani), ki smo ga uporabili v naši raziskavi, bi bilo število naslovov manjše (3438 za leto 2000, namesto zdajšnjih 4186).¹⁴

Naših 3181 knjižnih naslovov smo dobili z zbirnima kriterijema »slovenska založba« in »slovenski jezik« (1992 zadetkov), izločili pa smo diplomske naloge, raziskovalne naloge v osnovni in srednji šoli (3676 zadetkov), pa tudi neknjižno gradivo (kasete, zemljevide ipd.). S

¹³ Glej *Slovenska bibliografija*, 5 zvezkov, NUK, Ljubljana, leto 2000, str. III, kjer so navedeni kriteriji izbora. Več o pripravah *Slovenske bibliografije* pa glej tudi članek "Slovenska bibliografija: prikaz stanja glede na priporočila UNESCO za izdelavo tekočih nacionalnih bibliografij", *Knjižnica*, št. 1-2, let. 44, 2000, str. 113-120; pa tudi Maja Žumer, "Nacionalna bibliografija - njihova zgodovina in pomen", *Knjižnica*, št. 1-2, let. 44, 2000, str. 89-112.

¹⁴ Lidija Wagner je za Ministrstvo za kulturo pripravila okvirne podatke s strožjim kriterijem 49 strani in več za knjižno izdajo od leta 1996 do leta 2001 (za zadnje leto so podatki še nepopolni):

leto	skupno št. naslovov: <i>Slov. Bibliografija</i>	skupno št. naslovov: nad 50 strani	prve izdaje	ponatisi
1996	3441	2848	2390	458
1997	3647	3162	2572	590
1998	3722	3244	2723	521
1999	3976	3462	2921	541
2000	4186	3438	2846	592
2001		2662	2119	543

tema kriterijema smo vključili tudi izdaje v slovenskem jeziku zunaj meja Slovenije. Za podatke iz vzajemnega kataloga COBISS smo se odločili, ker smo pričakovali, da naj bi bila v teh podatkih bolje zastopana založniška produkcija iz leta 2000. Pričakovanja so se pokazala za utemeljena, a smo tudi ugotovili, da moramo zaradi posebnega načina bibliografskega opisovanja podatkov ročno pregledati seznam okoli 5000 naslovov.

Pri pregledovanju smo opazili, da bibliografski opis ne pozna definicije »izdaje«: kakšna naj bi bila najmanjša naklada, denimo, da bi neka »publikacija« veljala za »izdajo«. Zato smo kot »rokopisno gradivo« izločali enote, kjer je bila navedena naklada nekaj izvodov in je bila dostopna le v knjižnici »izdajatelja«. Na takšne primere smo zlasti naleteli v skupini naslovov iz vzajemnega kataloga »brez ISBN«. Naša rešitev je bila seveda improvizirana ob pomanjkanju splošnih pravil. Podobno pomanjkljivost smo odkrili tudi pri »dotiskih« in pri »ponatisih«, ker se založniki ne držijo pravil, kako ravnati v teh primerih. Opazili pa smo, da založniki »dotiskujejo« ali »ponatiskujejo« poljubno v letu prve izdaje, pa tudi v naslednjih letih, ne da bi naročili nov CIP – kataložni zapis o publikaciji. Za potrebe naše raziskave smo se odločili, da »ponatise« v letu prve izdaje obravnavamo kot »dotisk« in smo v takih primerih združili podatke. Kadar pa je bila knjiga »ponatisnjena« v letih po prvi izdaji, smo jo obravnavali kot »novo izdajo«.¹⁵

Izločili smo tudi vse gradivo, ki je imelo manj kot 49 strani, razen knjig za otroke, ki imajo praviloma manj strani od 49. Izločali pa smo tudi knjižne naslove iz prejšnjih let, ki jih je izpis samodejno zajel zaradi načina opisovanja bibliografskih podatkov. Vsi naslovi, ki so v bibliografskem opisu vpisani kot »zbirke«, ki imajo kot letnico izdaje zapisano letnico s pomišljajem, se namreč izpisujejo vsako leto po opravljenem bibliografskem opisu.

Izločili smo tudi cenike, koledarje, bibliografije, poročila podjetij, kataloge, mladinske raziskovalne tabore, študijske programe, predstavitve podjetij, knjižnic, taborov, raznih društev ipd., itn. Ker bi nam izkrivilo sliko slovenskega založništva, nismo upoštevali »kioskni« ljubezenskih romanov (»Dr. roman«, denimo). Iz istega razloga smo izločili tudi publikacije državnih administracij, saj bi gradiva ministrstev, inštitutov, zavodov, agencij ipd., ki so večinoma namenjeni ozki populaciji ali celo zgolj rabi lastnih uslužbencev, kvarila splošno sliko založništva.

Pregledano gradivo smo nato razdelili na založniške programe, s čimer smo na novo vpeljali razlikovanje, ki ga zdajšnja statistična obdelava ne pozna, a je zelo pomembno za razumevanje založništva. Dela, ki obravnavajo, denimo, francosko revolucijo iz leta 1789, končajo v statističnih prikazih pod isto rubriko, četudi je delo enkrat napisano kot zgodovinski učbenik,

drugič kot slovar francoske revolucije, tretjič kot knjiga za laično publiko, četrtič pa kot znanstvena razprava za erudite in profesionalne zgodovinarje. V vsakem primeru imamo opraviti z deli, ki so namenjeni specifičnim populacijam in specifičnim rabam; ki zahtevajo pri pisanju različne metodologije in predstavitve vsebin; v založniških procesih pa zahtevajo različne uredniške prijeme, pa tudi različno trženje in prodajne kanale. Pomembno pri založništvu je torej, da vse knjige niso namenjene vsem, temveč da je založništvo kot dejavnost razčlenjeno na "produkcijske programe" kakor vse druge industrije. Tega doslej statistična obdelava ni upoštevala, a je ključno za razumevanje in analizo založništva. V raziskavi smo zato poskušali uveljaviti klasifikacijski model, ki bi vsaj v neki meri posnemal "založniške programe". Z naraščanjem industrializacije založništva, denimo, se je zelo povečala produkcija praktičnih priročnikov (nega sobnih rastlin, reja hišnih živali, zdravstveni in psihološki nasveti, praktični priročniki itn.), za katere smo v naši klasifikaciji rezervirali posebni razred. Bolj tradicionalni programi pa so programi šolskih učbenikov, leksikonov, otroških knjig in slikanic.

Klasifikacije produkcijskih programov, ki bi bile podobne našim, lahko najdemo v številnih tujih priročnikih in raziskavah, a jih ni mogoče povsem povzemati po kakšnem modelu, saj se založništva dokaj razlikujejo po nacionalnih posebnostih – ameriško založništvo ima tradicionalno močan založniški program »prava«, francosko založništvo pa program »humanistike«.¹⁵ Pri klasifikaciji programov slovenske založniške produkcije smo se torej deloma zgledovali po tujih raziskavah in njihovih klasifikacijah, a smo jih morali delno prilagoditi slovenskemu založništvu. Seveda pa smo morali pustiti raziskavi, da sama pokaže, v kolikšni meri je bila aplikacija naše klasifikacije upravičena in na katerih mestih pa bi jo bilo treba še izboljšati.

Najprej smo ločili literaturo, ki je namenjena bodisi otrokom bodisi odraslim. Program slikanic, otroških enciklopedij, kartonk ipd. je prav gotovo v tolikšni meri specifičen, da smo ga ločili od ostalih knjig.

Potem smo ločili programe šolskih učbenikov skupaj s knjigami za učitelje, saj so namenjeni izključno šolski populaciji, medtem ko "laična" populacija navadno ne uporablja teh vrst publikacij. Šolski produkcijski program je prav poseben tudi, ker ima prek državnega upravljanja šolskega aparata vnaprej zagotovljeno povpraševanje, včasih pa je opravičeno celo do subvencij.

¹⁵ Pri vprašalnikih za založbe smo, denimo, dobili pri desetih naslovih podatke o številu prodanih izvodov, ki so bili višji kakor naklada sama prav zato, ker so založbe »dotiskovale« izdaje glede na povpraševanje in niso vodile evidence o dotiskih.

¹⁶ François Rouet, *Le livre. Mutations d'une industrie culturelle*, Paris, La Documentation Française, 2001; in Albert N. Greco, *The Book Publishing Industry*, Needham Heights - MA, Allyn & Bacon, 1997.

Zaradi privilegiranega položaja je produkcijski program učbenikov med bolj donosnimi in med založniki zelo zaželen, zato ima med založniškimi programi prav posebno mesto.

V tretjo skupino smo uvrstili leksikone, enciklopedije, atlase ipd., ki do neke mere dopolnjujejo produkcijski program učbenikov. Ker jih navadno uporabljamo kot študijske priročnike, so prav tako donosni kakor učbeniki, a zahtevajo visoke in večletne investicije, saj izdelava ene takšne knjige zahteva številne zelo usposobljene sodelavce in sodelavke s specializiranimi znanji. A na koncu je mogoče tak izdelek prodati za veliko višjo vsoto kakor navadne knjige, mogoče jih je prenašati na druge (elektronske) medije, pa tudi življenje teh knjig je veliko daljše kakor življenje navadnih knjig.

V četrti skupini so poljudni priročniki, ki postajajo z industrializacijo založništva vse pomembnejši založniški program. Knjiga s tega programa namreč idealno ustreza merilom knjige kot industrijskega izdelka: vzbuja takojšnjo povpraševanje, je minljiva in "pokvarljiva", zato jo je mogoče hitro zamenjati z novim izdelkom, manj ugodna značilnost knjig iz tega produkcijskega programa pa je, da so med sabo "konkurenčne".¹⁷ Temu produkcijskemu programu so po svojih značilnostih podobne ameriške "knjige z mehko vezavo za široko tržišče" /mass market paperback/, ki ga v Sloveniji zaenkrat še ni mogoče identificirati kot samostojnega produkcijskega programa, četudi bi ga bilo mogoče identificirati kot pomembni pojav s stališča branja. Če namreč opazujemo izpiske najbolj branih naslovov v slovenskih knjižnicah, potem vidimo, da so običajno na najvišjih mestih naslovi, ki prihajajo iz tega anglosaksonskega založniškega programa.

Zdaj pridejo na vrsto produkcijski programi, razdeljeni na razne "vsebine": leposlovje (5), družboslovje in humanistika (6), religija (7), ekonomija (8), pravo (9), medicina (10), matematika in naravoslovje (11), tehnika (12) in umetnost (13). Naš namen je bil, da iz celotne založniške produkcije izločimo knjige za otroke, učbenike, leksikone in priročnike, da bi dobili jasnejši pregled nad intelektualno produkcijo vsakega posamičnega programa. A preden se lotimo analize rezultatov, si oglejmo pomembnejše ovire, na katere smo naleteli med raziskavo in zadevajo splošna vprašanja slovenske založniške politike.

¹⁷ Če išče kupec v knjigarni Prešerna, ga bo knjigarnar težka odpravil z Levstikom, če nima Prešerna na zalogi. To pomeni, da knjige na splošno niso nadomestljive in zamenljive. A če kupec išče nekaj o hišnih mačkah, ga lahko zadovolji z nečim iz knjigarniške zaloge, iz česar bi lahko sklepali, da je v tem primeru knjiga nadomestljiva in zato stopa v »konkurenčni« odnos z drugimi knjigami.

2.3. TEŽAVE PRI ZBIRANJU PODATKOV

2.3.1. Naklade: javni ali zaupni podatek?

Velika ovira pri raziskovanju je bilo pomanjkanje osnovnih podatkov, ki smo jih potrebovali za raziskavo. Eden takšnih podatkov je podatek o nakladi. Ker smo proučevali založniško produkcijo iz leta 2000, bi morali založniki po tedanji zakonodaji navesti v kolofonu tudi naklado, a v resnici so jo le redki.¹⁸ Kakor je zahtevala zakonodaja, so založniki na splošno redno vpisovali ime založbe, naslov (in izvirni naslov pri prevodih), ime avtorja in soavtorjev, prevajalca, ilustratorja, opremljevalca, urednika antologije, odgovornega predstavnika založbe, ime založbe, odgovornega urednika, tiskarno in drugo. Večinoma pa niso navajali naklade, leta izdaje in podatke o ponatisih in dotiskih, ker naj bi bili ti podatki poslovna skrivnost. Četudi so založniki dejansko kršili tedanji veljavni zakon, pa so se sklicevali na nekakšen neformalni skupni dogovor. Iz teh razlogov je tudi več založb odklonilo sodelovanje v založniški anketi, ker naj bi spraševali po poslovnih skrivnostih.

Iz omenjenih razlogov je v zadnjih letih tudi Statistični zavod RS prenehal voditi evidenco o nakladah knjižnih naslovov, četudi je podatek o nakladi ključen za spremljanje stanja na področju založništva. Nenazadnje pa je tudi pomemben pogoj za uveljavljanje pravic avtorjev, saj naj bi se pogodbeni dogovori med založniki in avtorji sklepali tudi z naklado; zavračanje, da bi bil podatek o nakladi javni podatek, spodbija tudi morebitni nadzor avtorjev nad založniki in nad njihovim izvajanjem pogodbenih določil.

Zakon, ki določa zgoraj omenjene obveznosti založnikov, je z novim *Zakonom o uresničevanju javnega interesa za kulturo* iz leta 2002¹⁹, odpravljen in torej določilo o obveznem navajanju naklade, ki so ga založniki samovoljno odpravili veliko prej, ne velja več. *Zakon o medijih* iz leta 2001 uveljavlja na področju medijev zahtevo, da so na vsakem tiskanem izvodu objavljeni datum natisa ali ponatisa in število tiskanih izvodov, a v definicijo medijev (2. člen) ni zajeto založništvo in knjižne publikacije.²⁰

¹⁸ 12. člen *Zakona o založništvu* iz leta 1978, ki ga ohranja *Zakon o uresničevanju javnega interesa na področju kulture* iz leta 1994 v prvi alineji 74. člena: "V vsaki publikaciji morajo biti poleg podatkov, ki jih zahtevajo predpisi o javnem obveščanju, natisnjeni naslov publikacije (pri prevodih tudi naslov izvirnika), ime avtorja in soavtorjev, prevajalca, ilustratorja, opremljevalca, urednika antologije, odgovornega predstavnika založbe, kraj in leto natisa oziroma razmnožitve, naklada ter zaporedna številka vsakega ponatisa ali izdaje oziroma podatek o dotisku."

¹⁹ Cf. *Uradni list*, št. 96, 14. 11. 2002.

²⁰ 23. člen: "(1) Izdajatelj mora na vidnem mestu vsakega posameznega nosilca programskih vsebin (npr. izvod tiska, televizijska oddaja) zagotoviti objavo naslednjih podatkov:

A zakaj bi bili podatki o nakladah javni za medije, za knjižne naklade pa ne, če vendarle eni in drugi služijo "zadovoljevanju kulturnih, izobraževalnih in drugih potreb javnosti"?²¹ Povrhu ima knjiga posebni status v davčnem sistemu, saj sistem obdavčevanja obravnava knjigo drugače kakor vse druge proizvode in jo torej definira kot "proizvod", ki ni enak vsem drugim.²² Davčni sistem je tako "materializiral" - četudi po mnenju založnikov še vedno ne dovolj - splošne nazore o knjigi kot privilegiranem blagu nacionalnega pomena in priznal, da knjige ne bi smeli povsem prepustiti kapitalističnemu trgu. A tudi s stališča ekonomije je založništvo posebna dejavnost, saj je večji delež založništva determiniran s povpraševanjem, ki nastaja skoz oblike državne "prisile": šolski aparat, denimo, ustvarja povpraševanje po učbenikih, leksikonih, atlasih in kanonski književnosti. Knjiga kot tipičen industrijski proizvod založniške produkcije se zato pojavlja le v omejenih okvirih, kakršen je, denimo, založniški programom poljudnih priročnikov. Ker založništvo večinoma opravlja javne naloge, mora država razvijati učinkovite instrumente kulturne politike, s katerimi uveljavlja javni interes na področju založništva. Učinkovite instrumente pa lahko razvije le, če ima na voljo potrebne podatke. Za tovrstne evalvacije

-
- ime oziroma firmo in sedež oziroma stalno prebivališče izdajatelja;
 - ime in priimek odgovornega urednika oziroma odgovornih urednikov ter imena in priimke urednikov posameznih programskih sklopov, kadar je to v skladu z notranjo organizacijo uredništva;
 - ime oziroma firmo in sedež tiskarne ter datum natisa ali ponatisa in število tiskanih izvodov, kadar gre za tiskani medij;
 - datum produkcije (mesec in leto), kadar gre za radijski in televizijski program."

²¹ 2. odstavek 2. člena Zakona o medijih, 2001.

²² DDV za knjige v Sloveniji in drugih evropskih državah:

država	DDV za knjigo	splošna stopnja DDV
Avstrija	10	20
Belgija	6	21
Danska	25	25
Finska	8	22
Francija	5,5	20,6
Grčija	4	18
Irska	0	21
Italija	4	20
Luxembourg	3	15
Nemčija	7	16
Nizozemska	6	19
Norveška	0	23
Portugalska	5	17
Slovenija	8,5	20
Španija	4	16
Švedska	6	25
Švica	2,4	7,6
Velika Britanija	0	17,5

Cf. Igor Bratož, "Evrodavek in pravljica o ničli", *Književni listi*, priloga časnika *Delo*, 13. maj 2002, str. 15.

založniških programov, bralnih kultur, dosegljivosti in branosti knjig pa je podatek o nakladi nujen.

2.3.2. Cene: svobodne ali fiksne?

Drugi problem so cene knjig, za katere v Sloveniji velja, da se oblikujejo prosto in zato založniku ni treba natisniti cene knjige v kolofon ali na ovitek. Sistem fiksne cene velja, denimo, v Franciji, kjer mora založnik natisniti ceno na hrbtno stran ovitka v domači valuti. Isti sistem fiksne cene za knjigo velja v devetih državah Evropske unije: pet držav ima fiksno ceno na podlagi zakona (Španija, Francija, Avstrija, Grčija in Portugalska), štiri pa z "medprofesionalnimi" sporazumi (Nemčija, Danska, Nizozemska in Luxembourg). "Medprofesionalne" sporazume so ukinile Finska (1970), Irska (1989), Italija (1996), Velika Britanija (1995), Švedska (1970), predvsem pod pritiski neoliberalističnega načela o svobodni konkurenci, ki spodbija opravičenost fiksnih cen.

Države, ki so odpravile fiksne cene za knjigo, so navadno opazile pojav koncentracije založništva in knjigotrštva. Svojo moč in tržni delež so povečale večje knjigarniške mreže, ki so lahko ponudile večje popuste za knjige, v resni nevarnosti pa so se znašle individualne knjigarne v manjših mestih, ki niso mogle konkurirati večjim knjigarniškim verigam ali megaknjigarnam.

Ti procesi, lahko beremo, pa ne vplivajo le na ponudbo, ki se koncentrira v večjih krajih in na večjih prodajnih mestih, temveč sistem distribucije in knjižne ponudbe vpliva tudi na produkcijo samo. Velike knjigarne z visokimi stroški morajo namreč dati prednost knjižnim naslovom, ki vzbudijo hitro povpraševanje in živahen promet, ne morejo pa si privoščiti naslovov, ki bi v knjigarni čakali na nenadejano zanimanje. Večje knjigarne z visokimi stroški morajo vnaprej izločati knjige z majhno naklado, specializirane naslove in dela za nedefinirano ciljno skupino, s selektivnostjo v distribuciji pa silijo založnike v "industrijsko" založniško politiko.

Razloge za uvedbo fiksne cene za knjigo je branil francoski kulturni minister Jack Lang, ko je leta 1981 v parlamentu branil zakon o ceni knjige. Tedaj je francoski minister navedel te razloge:

"Enotna cena za knjigo mora omogočiti:

- enakost državljanov v razmerju do knjige, ki bo dostopna po isti ceni na vsem nacionalnem območju;
- vzdrževanje goste decentralizirane mreže distribucije, zlasti v manj dostopnih krajih;
- podpora pluralizmu pri ustvarjanju in izdajanju zahtevnejših naslovov."²³

²³ Cf. *Prix du livre, mode d'emploi*, dokument Ministère de la culture et de la communication, Direction du livre et de la lecture, Département de l'économie du livre, 27, avenue de l'Opéra, 75001 Paris.

2.4. BESEDIŠČE

Med raziskovalnim delom smo naleteli na dvomne rabe izrazov, ki predstavljajo nekakšna problemska vozlišča v razpravah o slovenskem založništvu, kakor smo jih uspeli zabeležiti iz razprav iz zadnjih let v slovenskih medijih in javnosti. Za predstavitev stanja v slovenskem založništvu je pomembno tudi poznavanje teh razprav, zato bomo v nadaljevanju predstaviti razne poglede in argumente na določeno problematiko; hkrati pa bomo tudi opozorili na »pomensko gostoto«, ki stoji za posameznimi izrazi.

2.4.1. "Kulturna industrija"

Dokumenti slovenske kulturne politike navadno umeščajo založništvo na področje "kulturne industrije". V knjigi *Kulturna politika v Sloveniji* lahko najdemo, denimo, takšno definicijo: "V tržnem gospodarstvu je kulturna industrija nujno hrbtenica vsega kulturnega delovanja. V glavnem je kulturna industrija tista, ki ustvarja kulturne dobrine in jih dobavlja potrošnikom. ... [D]elovanje zunaj trga ali poskušanje zanikanje njegove logike v celoviti kulturni politiki ni smiselno."²⁴ V uvodu h *Kulturni politiki v Sloveniji – Simpozij* pa, denimo, naletimo na tole izjavo: "Ključni moment razlike je razvoj sodobne kulturne industrije, ki predstavlja za večino ljudi njihov edini stik z umetniškimi vsebinami. Sodobna kulturna politika to dejstvo upošteva, lajša participacijo v množični kulturi in skrbi za njen razvoj, medtem ko se tradicionalno naravnana kulturna politika nad množično kulturo predvsem zgraža."²⁵ Podobno Miha Kovač, avtor knjige *Skrivno življenje knjig*, definira založništvo kot »kulturno dejavnost v pogojih liberalnega kapitalizma«.²⁶

Avtorja uvodnika v *Kulturni politiki v Sloveniji – Simpozij* se implicitno sklicujeta na družbenokritični tradiciji, ki bi ju lahko opisali kot 1. Adornovsko negativistično kritiko učinkov

²⁴ Izjava mednarodne ekspertne komisije za Slovenijo, ki jo je vodil Michael Wimmer. *Kulturna politika v Sloveniji*, Vesna Čopič, Gregor Tomc (ur.), Ljubljana, Fakulteta za družbene vede, 1997, str. 338.

²⁵ *Kulturna politika v Sloveniji - Simpozij*, Vesna Čopič, Gregor Tomc (ur.), Ljubljana, Fakulteta za družbene vede, 1998, str.30.

²⁶ Cf. Miha Kovač, *Skrivno življenje knjig*, Ljubljana, FF, BiblioThecaria, št. 3, 1999 (citiram po spominu). V Književnih listih (priloga časnika *Dela*, okrogla miza o slovenskem založništvu »Knjigo v Mercator, Leclerc, Kolosej!«, 9. december 2002, str. 4-6) pa pravi: »Če analiziramo zgodovino angleškega, ameriškega in nemškega založništva, vidimo, da transformacija knjige v tržno dobrino ni bila nekaj avtomatičnega, ampak je potekala skozi številne polemike in lome, dokler niso vsi spoznali, da se prav s tem, da je tržna dobrina, knjiga najlažje in najbolj učinkovito prebija do bralcev in uporabnikov.«

kulturne industrije in 2. Benjaminovo entuziastično obravnavanje množičnih medijev kot populariziranja kulturne produkcije. A to sklicevanje je dekontekstualizirano, saj se Adorno ukvarja s kulturno industrijo kot učinki, medtem ko Benjamin obravnava medije kot možni način množičnega komuniciranja, ki je postal možen s tehnološkimi pogoji novih medijev.²⁷ To vprašanje, ki niti ni spor, saj se nasprotni strani le navidez ukvarjata z istim predmetom, bomo poskušali narediti plodnejše tako, da si ga bomo zastavili v okviru strukturne analize založništva. Zanimalo nas bo, kaj se je zgodilo z založništvom s preobratom od "pretežno obrtniškega" založništva k "pretežno industrijskemu" v zadnjih desetletjih.

François Rouet v *Le livre: Mutations d'une industrie culturelle* pravilno opozarja, da ni mogoče najti ne čiste oblike "obrnliškega" založništva ne čiste oblike "industrijskega založništva". Tudi v najbolj industrializiranih založniških dejavnostih je priprava rokopisa ostala vsaj do neke mere "obrnliška", medtem ko so v starih slavnih založbah, kjer so gojili »umetniški čut« do svojih založniških programov, vsaj distribucijo upravljali industrijsko. O procesu industrializacije založništva v zadnjih desetletjih je torej, izpelje Rouet, mogoče govoriti le v smislu intenzivnosti. Kljub temu pa se je v prehodu od »obrnliškega« k »industrijskemu« bistveno spremenila sama knjiga, ki podlega zahtevi, da postane "industrijski proizvod". A knjiga kot »industrijski proizvod« povleče za sabo tudi drugačne načine branja.

Kdaj naj bi se založniška panoga prepoznala za "industrijo"? Albert N. Greco v *The Book Publishing Industry* postavlja za ZDA ta trenutek v 60. leta, ko je Johnsonova administracija zagnala socialni program "vojne proti revščini". Ker so knjižnice in šole dobile večja sredstva za nakup knjig, so na »poslovno priložnost« odgovorile korporacije s številnimi prevzemi založniških podjetij. Ko je državni program zaradi vietnamske vojne usahnil, so se v 70. ali zgodnjih 80. letih korporacije skušale znebiti založb. Te so bile potem na voljo tujim multinacionalkam za "razumno ceno" (Bertelsmann, Elsevier, Pearson...) ali pa so postale predmet spopadov med ameriškimi korporacijami, ki so se borile za hegemonijo na področju "zabavne industrije" (Disney, Westinghouse, Time Warner...).

François Rouet v *Le livre: Mutations d'une industrie culturelle* ugotavlja podobno za primer Francije: tam naj bi bila v zgodnjih 60. letih že močna koncentracija založništva na področju splošne literature, učbenikov in leksikonov. Proces koncentracije založništva naj bi pripeljal do današnjega stanja, ko si monopolni položaj delita družbi Havas in Hachette s 40 % tržnim deležem²⁸, ob množici brezimnih založnikov pa jim kljubujejo družinske založbe, kakršne so

²⁷ Cf. Jim McGuigan, *Culture and the Public Sphere*, Routledge, London – New York, 1996.

²⁸ Informacija je dejansko zastarela med pripravo besedila. Medtem si je skupina Hachette iz multinacionalke Lagardère že priključila skupino Havas iz multinacionalke Vivendi. Cf. Janine in Greg Brémond, »La liberté d'édition en danger«, *Le Monde diplomatique*, Paris, januar 2003.

Gallimard, Flammarion, Albin Michel in Le Seuil. Posebnost francoskega založništva je, da so se "znamke" slovitih založniških programov ob prevzemih ohranile (Havas ima, denimo, Larousse, Bordas, Le Robert, Plon in druge, Hachette pa Fayard, Grasset, Stock in druge). Kljub spoštljivejšemu odnosu do založništva pa Rouet opaža podobne pojave kakor v ZDA: povečana vloga multinacionalk (Bertelsmann in Elsevier) na francoskem trgu in večji pritiski zabavne industrije nad založništvom, ker sili založništvo v tesnejše povezave z revijalnim in časopisnim tiskom, filmsko produkcijo, televizijskimi programi, video distribucijo, multimediji ipd.

O podobnih rečeh lahko beremo v knjigi *Skrivno življenje knjig* Miha Kovača. Tudi v Sloveniji se je koncentracija založništva začela v založbi, ki je imela nadzor nad proizvodnjo šolskih knjig in proste roke pri določanju cen teh knjig, hkrati pa tudi odlično kontrolo nad distribucijo.

Iz naših primerov vidimo, da se je "kulturna industrija" začela vzpenjati v trenutku, ko ji je uspelo narediti iz knjige industrijski proizvod. Na splošno velja, da knjige med sabo niso konkurenčne, saj ene knjige ni mogoče nadomestiti z drugo. Ker pa je nadomestljivost značilnost industrijskega proizvoda, je "kulturna industrija" vzniknila na tistih področjih, kjer so si knjige vendarle konkurenčne: pri šolskih knjigah, slovarjih in pri kanoničnih avtorjih. Šolski knjigi, namenjeni isti populaciji, sta konkurenčni, in prav tako dve izdaji *Desetega brata* ali dva angleško-slovenska slovarja. Prav v zgornjih primerih Francije, ZDA in Slovenije smo videli, da je kulturna industrija najprej zavzela področja učbenikov, slovarjev in kanonične literature: tu si je ustvarila monopolni položaj in zanesljiv trg. »Kulturna industrija« si je v tistem partnerstvu z državo, ki ji je skozi šolski aparat jamčila povpraševanje in dobiček, izsilila prednost pred ostalimi konkurenti.²⁹

"Kulturna industrija" je potem širila značilnosti knjige kot industrijskega proizvoda na druga področja. Postopoma so se razvijali industrijski knjižni izdelki tudi na drugih področjih in prišli celo do področja leposlovje s 'programiranimi' leposlovnimi programi. Še posebej pa industrializacija velja za področje priročnikov, ki je s knjigami o negi sobnih rastlin ali o reji domačih ljubljencev začelo prevladovati na tržišču.

Učinek industrializacije založništva je zatorej precejšnja homogenizacija knjige, izrinjanje zahtevnejših branj v getoizirane akademske založbe in navsezadnje tudi nižanje kvalitete knjige (s slabimi pripravami, slabimi prevodi, z varčevanji pri lektorjih in korektorjih ipd., itn.). K industrijskemu izdelku namreč sodi tudi to, da se čim hitreje "obrazi". Drugi učinek industrializacije je polariziranje bralstva na profesionalno izobraženo elito in na druge, ki so prepuščeni "kulturni industriji", "opismenjevanju" ob neelektoriranih besedilih in intelektualni zahtevnosti (ameriške) množične kulture. Razlika med bralnimi navadami intelektualne elite in

²⁹ Mimogrede: tudi v založništvu je "svobodni trg" zgolj mitologija, saj, kakor vidimo, v založništvu ne deluje čista "industrijska logika".

»ljudstva« pa bo vedno večji, ker celo cilji kulturne politike predvidevajo dodatno podporo »kulturni industriji« in »lajšanje participacije v množični kulturi«, kakor vidimo iz zgornjega citata.

2.4.2. Globalizacija

Podobno kakor izraz "kulturna industrija" tudi izraz "globalizacija" deli slovenske intelektualce na tradicionaliste, ki vidijo v globalizaciji kulturni imperializem, in na tiste, ki vidijo v neoliberalizmu izziv. Obe poziciji je povezal Miha Kovač na simpoziju *Potreba po (novi) kulturni politiki* z besedami, ki jih povzema magnetogramski prepis: "Jasno je, da se določene segmente mora zavarovati z državnim proračunom, a obenem bi se bilo pametno vprašati: kako bo kultura kot nekaj avtohtonega preživela v novih realnih (tržnih) pogojih. Globalizacijo in kulturni imperializem je [Miha Kovač] opredelil z našim odnosom do obeh pojmov: če se bomo znali in zmogli pravilno vključiti v integracijske procese, bo šlo za globalizacijo, sicer pa za kulturni imperializem, kateremu bo logično sledila kulturna avtarkija; osama kakršno npr. doživlja Srbija oz., radikalneje, Iran."³⁰ Miha Kovač z drugimi besedami pove, da je avtohtona kultura, kakršno predlagajo tradicionalisti, dejansko kulturna avtarkija, medtem ko je kulturno avtohtonost mogoče doseči le skozi »globalizacijo«.

Albert N. Greco in François Rouet se v že omenjenih knjigah ukvarjata z založništvom kot industrijo in proučujeta spremembo v založniški industriji, ki jo Rouet opiše kot "nad-koncentracijo". Procese koncentracije, se pravi gospodarskih združitvev in prevzemov, Rouet nima za nekaj novega v založništvu, pač pa naj bi v Franciji od 70. let naprej potekali hitreje in v večjem številu kakor kdajkoli prej, zato Rouet govori o tem procesu kot "nad-koncentraciji".

Proces koncentracije založništva pa je dvojen: horizontalen z združevanjem in prevzemi založniških hiš; in vertikalni z ustvarjanjem monopolov na področju distribucije. Dve veliki francoski založniški skupini, Hachette in Havas, ki imata 40 % tržni delež, sta s prevzemi zbrali znane francoske "znamke", hkrati pa sta organizirali tudi monopolno distribucijo: Hachette na področju trgovinske mreže, Havas pa na področju knjižnih klubov. Podobno se je industrializirala knjižna distribucija tudi v Ameriki, ko so knjigarniške verige izrinile s trga individualne knjigarne. Učinek tega gibanja je bil, da so se naklade zmanjšale za polovico, knjiga pa je dobila "rok pokvarljivosti", kakršnega imajo, denimo, mlečni izdelki, saj so distributerji začeli zavračati tiste naslove, ki niso zbudili takojšnjega povpraševanja. S tem so distributerji ustvarili

povpraševanje po uspešnicah, ki so se hitro prodale in prav tako hitro spraznile knjigarniške police za nove uspešnice. Spodbujali so povpraševanje po literarnih stvaritvah razvpih piscev, po priročnikih ipd. itn. Jason Epstein v svoji knjigi *Book Business*³¹ navaja, da je bilo med leti 1986 in 1996 v ZDA na seznamu stotih najbolj prodajanih knjig 63 naslovov, ki jih je napisalo le šest avtorjev: Tom Clancy, John Grisham, Stephen King, Dean Koontz, Michael Crichton in Danielle Steel. Zato logika dobička sili založbe, da usmerjajo vse svoje sile v to, da obdržijo razvpite avtorje in trošijo denar za vrtoglave honorarje in za oglaševanje, ki naj bi naredilo te pisatelje še bolj slavne. Z vsemi temi naporji pa si založniki le povečujejo strah, da jih bodo "njihovi avtorji" zapustili - saj večja ko je njihova slava, bolj so neodvisni.³²

Ekstenzivno gospodarstvo je logično vodilo v hitro povečevanje števila naslovov. V Franciji, denimo, je v začetku 60. let izšlo okoli 12.000 naslovov, v letu 2000 pa okoli 50.000, medtem ko je njihova naklada padla za polovico. V Sloveniji je leta 1970 izšlo 1102 naslovov s povprečno naklado 6118 izvodov, leta 2000 je izšlo po podatkih Statističnega urada RS 4186 naslovov s povprečno naklado 1044 izvodov³³. Podobno gibanje lahko opazimo tudi drugod. Založniki si zato previdno zastavljajo vprašanje, ali to gibanje ne vodi v hiperprodukcijo in ali si založniki v tej tekmi ne spodkopavajo tal.

Hiperprodukcija pa je zakrila pomembnejši problem. Nove cenene tehnologije resda omogočajo skorajda vsakomur, da v tej ekstenzivni produkciji sodeluje s svojo knjigo ali s svojim založniškim programom. To dejstvo je napeljalo Greca³⁴, denimo, pa tudi sicer lahko pogosto naletimo na takšne sklepe, da monopol nad založništvom tako rekoč ni mogoče zasesti že zaradi narave samega medija. Greco trdi, da se bodo nove komunikacijske tehnologije ("elektronska knjiga", denimo) "maščevale" komercializaciji in globalizaciji, saj bo z njihovo pomočjo mogoče širiti vsebine, ki jih komercialno založništvo "cenzurira". Bolj naj bi založbe torej »cenzurirale« svoje programe, bolj naj bi se širile oblike alternativnih oblik založništva, pravi Greco.

³⁰ *Kulturna politika v Sloveniji - Simpozij*, ibidem, str. 325.

³¹ Jason Epstein, *The Book Business Publishing. Past Present and Future*, New York - London, W. W. Norton & Company, Inc., 2002 [2001].

³² Da je strah založnikov utemeljen, je pokazal Stephen King, ko je zaobšel svojega založnika Simon & Schuster in objavil roman *Riding the Bullet* kar na internetu: prvi teden je imel 152.132 obiskov na svoji spletni strani.

³³ Podatek je iz založniške ankete, ki smo jo opravili za potrebe pričujoče raziskave. Cf. *infra*.

³⁴ Greca sili k tej razlagi realni strah, saj je tudi samo ameriško založništvo bilo prva "žrtev" procesov globalizacije. Velik del ameriškega založništva imajo namreč v rokah tuje multinacionalke: Bertelsmann, Rupert Murdoch, Elsevier-NDU NV, Robert Maxwell, Pearson PLC, Thomson Corporation in druge. Medtem ko je večinsko lastništvo radijskih in televizijskih postaj rezerviranih za ameriške državljane in državljanke, pa založbe niso imele takšnih omejitev zaradi načela o Svobodi tiska. Greco si zato zastavlja vprašanje: "Ali lahko pride do Bagdikianovega "monopola nad mediji"? To je malo verjetno, odgovarja Greco, odkar zdajšnje tehnologije omogočajo *desk-top publishing* in elektronsko knjižno založništvo, ki sta vrh tega relativno poceni. Vsakdo lahko postane čez noč založnik." (Greco, *ibidem*, str. 54.)

A kako lahko »obrtniška« založniška produkcija tekmuje z razvitim »industrijskim« produkcijskim sistemom? Vsakdo dandanes res lahko objavi svoje delo na spletni strani ali v samozaložbi, a za dostop do bralcev avtor potrebuje vsaj distribucijo. Da pa knjiga pride res do bralca ali bralke, pa avtor potrebuje tudi dostop do javnih občil, recenzij, trženja, do naklonjenih knjigotržcev in knjigarnarjev, ki postavijo morda njegovo knjigo v ospredje ali jo znajo predstaviti kupcem ipd., itn. Ker pa koncentracija založništva poteka tudi ali zlasti na vertikalni ravni, z izsiljevanjem monopola nad distribucijskimi kanali, »industrijsko« založništvo izriva alternativna založništva iz distribucije. Ko pa mu preseka stik z bralci in bralkami, ga dejansko marginalizira. André Schiffrin v knjigi *The Business of Books*³⁵ govori ravno o takšni usodi ameriškega založništva, ki zdaj izdaja kot »zahtevne knjige« v majhnih nakladah naslove, ki jih je nekaj desetletij nazaj izdajalo v velikih nakladah in ob veliki pozornosti bralcev in bralk. Da je intelektualna sposobnost bralcev in bralk padla, je manj verjetno od tega, da je založniška industrija z interesi kapitala zmagala nad (če si lahko privoščimo to psovko) intelektualizmom. Prenehati moramo torej misliti založništvo kot produkcijo, ki se lahko neskončno širi, temveč rajši mislimo založništvo kot rešeto, ki odloča, katere intelektualne vsebine bo prepustilo do bralcev in bralk, katere pa ne.

Velikokrat slišimo, da je kulturna industrija naravnana v zadovoljevanje potreb potrošnikov; *izbira potrošnika* naj bi bila torej prioriteta, potrošnik sam pa kralj. Schiffrin pa nam v svoji odlični knjigi pripoveduje, da je potrošnik in njegova izbira stvaritev kulturne industrije same. To pa lahko pomeni samo to, da so možnosti omejene in če založniške programe zatrpamo z »balasti«, se odpovemo kakšni drugi, morda zahtevnejši založniški politiki. Od teh odločitev pa je tudi odvisno, kakšni bralci in bralke bomo; nenazadnje pa je tudi odvisno, kakšen »zrak bomo dihali«.

2.4.3. Branost

V zadnjih letih je v slovenskih medijih vzniknil silovit spopad, kako meriti branost, kako si razlagati razne distribucijske kanale in kakšne politične ukrepe bi morali izpeljevati iz nekaterih sklepov. To dilemo bi lahko enostavno izrazili kot vprašanje, ali se branost meri z nakupom knjig ali (tudi) z izposajo knjige v knjižnicah? Zdi se, da prek boja za interpretacijo izraza v bistvu poteka boj za državno subvencijo: ali bo država dala prednost knjižnični mreži in večji

³⁵ André Schiffrin, *The Business of Books*, London - New York, Verso, 2000.

dostopnosti knjig, ali pa bo dala prednost ekonomski moči založnikov in vzpodbujala samo nakupovanje knjig.³⁶

V članku "Kako do cenejših knjig?"³⁷ naletimo na interpretacijo knjižnične izposoje in branja kot "magičnega zmnožka", se pravi, da so založniki na nek način ogoljufani, ker en sam kupljen izvod prebere več ljudi. Avtor dejansko pravi, da je branje prek knjižnične izposoje parazitsko branje, zato predlaga, da je cena knjige za knjižnični odkup višja od maloprodajne, saj naj bi podobni režim veljal v videotekah, ki morajo kupovati kasete po višji ceni kakor drugi kupci.³⁸ Po tem predlogu naj bi država prevzela delno breme založnikov, tako rekoč "vnaprej" odkupila določeno število izvodov po višji ceni in (delno) pokrila njihove fiksne stroške, založniki pa bi potem lahko prodajali svoje knjige po nižji maloprodajni ceni. Stranski učinek tega dejanja bi bil, da bi se knjižnične zbirke zagotovo zmanjšale in javna dostopnost knjig bi bila še bolj omejena.³⁹ Založniki ugotavljajo, da se je knjižni trg zmanjšal, zato pa se je povečala izposoja (razmerje leta 2000 je bilo baje 8 izposoj na prebivalca proti 2 nakupoma, Silva Novljan pa je za leto 2001 zračunala že 11 izposoj na prebivalca⁴⁰). Milan Matos, direktor Mladinske knjige zato opozarja: "Ker so bili današnji izposojevalci pred tem pogostejši kupci, rast izposoje v knjižnicah ni povečala knjižnega trga, ampak ga je zmanjšala. Dolgoročno se lahko zgodi, da bo zaradi tega prišlo do padanja naklad, vse višjih prodajnih cen in pospešenega odliva v knjižnice. Začaran krog bi vodil v zmanjševanje programov, osiromašenje ponudbe in celo do propada založb. Brez knjig bi navsezadnje ostali tudi knjižnice in bralci."⁴¹ Iz tega pa izpelje tale predlog: "Uveljaviti bo treba nekakšno nadomestilo za večkratno uporabo knjig v knjižnicah. Doslej sta namreč avtor in založnik dobila svoj delež od prodane knjige v knjižnico le enkrat, čeprav je bila knjiga velikokrat prebrana in uporabljena."

Vojni pohod založnikov nad kulturne pravice in širjenje ekonomske logike v sfero kulture je bržkone napačen cilj. Založniki bi hoteli uveljaviti pravico, da razpolagajo z nekaterimi pravicami nad proizvodom tudi potem, ko so ta proizvod že prodali /knjižničarju/. Od knjižničarja zahtevajo, da ne sme tudi potem, ko je knjigo kupil, razpolagati s svojo lastnino po lastni presoji in da je zlasti ne sme posojati drugim; če pa jo posoja, bi moral založnikom izplačati odškodnino. Ker je knjižnica neke vrste *rent-a-book*, se pravi dejavnost, ki je primerljiva *rent-a-car*, potem bi

³⁶ Cf. "Spodbujati kupovanje knjig ali razvijati mrežo knjižnic", *Delo*, 8. 12. 2001, str. 7.

³⁷ Samo Rugelj, "Kako do cenejših knjig?", *Sobotna priloga*, časopis *Delo*, 6. 10. 2001, str. 20-21.

³⁸ Glej tudi Igor Berginc, "Šest milijonov knjig za dva milijona duš", *Sobotna priloga*, časopis *Delo*, 24. 11. 2001, str. 22-23.

³⁹ "Komu se vendar ne upirajo tiste obrabljene knjige v knjižnicah? Že kot otrok sem imel najraje vonj po novih." - izjava slovenskega založnika. Cf. Tanja Lesničar - Pučko, "Prilika o knjigi in kruhu", *Dnevnik*, 2. 12. 2001.

⁴⁰ Cf. Silva Novljan, *infra*.

⁴¹ Milan Matos, "Kljub vse več izdanim naslovom založništvo stagnira", *Finance*, 28. 11. 2001.

lahko po analogiji - in do absurda - izpeljali sklep, da bi morali vsi *rent-a-car* plačevati "avtorske tantieme" avtomobilski industriji; nenazadnje pa tudi sklep, da nihče ne sme po svobodni volji razpolagati s svojo lastnino.

Založniki se zavzemajo za "avtorske tantieme" po zgledu glasbene in video industrije, ki ji je uspelo izsiliti "avtorske tantieme" za svoje izdelke. A bolj kakor na kaj drugega, to kaže na absurdnost te izjeme, ki jo je uspela doseči "zabavna industrija", ena najmočnejših svetovnih industrij. Ali pa se "založniška industrija" res vse bolj približuje "zabavni industriji"?

Založniki zlasti skušajo z odškodnino za vsako izposojeno knjigo zmotno premagovati težave, ki jih imajo s svojo distribucijo. Mreža knjigarn je splošno pomanjkljiva, maloštevilne knjigarne pa životarijo in rešujejo likvidnostne težave s krčenjem zaloge knjig v korist papirniške galanterije in šolskih potrebščin. Zato bi bilo koristneje za založnike, če resnično želijo spodbuditi prodajo knjig, da svoje moči usmerijo v obnovitev in krepitev knjigarniške mreže. Knjižnice pa bi morali založniki končno sprejeti kot partnerje, saj so najvplivnejši popularizator knjig. Znano je, da ljudje, ki si veliko izposojajo v knjižnicah, tudi veliko kupujejo, zato je koristno za založnike, da imajo knjižnice bogato zbirko in visoko izposajo.

2.4.4. "Neprofitne založbe"

Razprava, ki se ji posveča veliko pozornosti, je vprašanje subvencioniranega založništva. 4. maja 2002 naletimo v časopisu *Delo* na izjavo: "Sedanji sistem subvencioniranja knjig je nastal v razmerah samoupravnega socializma in je po mojem danes preživet."⁴² V nadaljevanju članka najdemo še pojasnilo k tej izjavi: "Ko je knjiga enkrat subvencionirana - še posebej če je subvencionirana previsoko - je založniku vseeno, kaj se bo zgodilo z njo, ker s subvencijo že pokrije svoje stroške. Samoumevno mora biti, da subvencionirane knjige niso namenjene širokemu krogu bralcev. Toda če po drugi strani subvencionirano knjigo kupi sedem ljudi in si jo v knjižnicah izposodi nadaljnjih pet, nato pa knjiga na vekov veke odide v pozabo, potem taka subvencija najbrž nima nobenega smisla."⁴³ To je vsekakor prevladujoča predstava komercialnih

⁴² Matija Grah, "Knjiga, ta poskočna stara gospa", intervju z Miha Kovačem, *Delo*, 4. maja 2002, str. 4-6.

⁴³ Bojan Petan, predsednik uprave *Državne založbe Slovenije*, pa ima subvencije za, ravno nasprotno, prenizke in svoj ugovor tudi logično argumentira: "Notranja cena izvoda navedene knjige [Zbrana dela slovenskih pesnikov in pisateljev, Edvard Kocbek, 205/1] znaša 10.349,12 SIT za 205/1 in 10.541,39 za 205/2 knjigo. Subvencija, ki smo jo prejeli, znaša za obe knjigi skupaj 5 milijonov SIT, kar pomeni, da smo iz subvencije pokrili izid 239 izvodov navedene knjige (205/1 in 205/2). Vsekakor je državni prispevek marginalen, čeprav gre za zbirko, ki je kulturno zgodovinsko res zelo pomembna, saj izhaja že 50 let, vsako leto pa v njej izide štiri do pet knjig." Miran Lesjak, "DZS, močna, relativno divja in modra žival", *Dnevnik*, 14. 4. 2001.

založnikov o neprofitnih založbah, ki naj bi zbirali subvencije in tiskali knjige za skladišča. Rezultati empirične raziskave slovenskega založništva, ki jih bomo podrobneje predstavili pozneje, so nedvomno pokazali, da imajo resne težave tako subvencionirane kakor tudi nesubvencionirane knjige: nizke naklade, majhna prodaja, visoke zaloge ipd. Ene in druge izdaje obvladujejo podobna razmerja med naklado, prodajo in izposajo v knjižnicah, kar kaže na splošne značilnosti slovenskega založniškega trga, s katerimi se borijo subvencionirani in nesubvencionirani naslovi. Pri subvencioniranih naslovih so ta razmerja manjša (povprečna naklada subvencioniranega naslova je bila po rezultatih naše raziskave 715, povprečna naklada nesubvencioniranega naslova pa 1267), ker pač imajo opraviti z zahtevnejšimi vsebinami.

Rezultati raziskave so tudi pokazali, da v slovenskem založništvu obstaja razmeroma ostra ločnica med »komercialnimi« založbami, ki izdajajo »knjige za trg« (otroško literaturo, učbenike in nezahtevna prozna dela ali priročniške vsebine) in med zahtevnim ali vsaj nekonvencionalnim programom »neprofitnih« založb. Manjše založbe, ki dejansko ali vsaj v praksi delujejo kot »neprofitne«, so verjetno prevzele glavno breme slovenskega založništva, zato se bomo zdaj malce zadržali pri izrazu »neprofitna« založba. Za naše razumevanje »neprofitne« založbe je pomembno, da se razlikuje bistveno tudi od akademskih založb in je torej pomembno vezivo med komercialnimi in akademskimi založbami.

O neprofitnih založbah govori André Schiffrin v knjigi *The Business of Books*.⁴⁴ Avtor knjige je bil dolgoletni urednik newyorške založbe Pantheon, ki je izdajala zelo zahtevne naslove, četudi je bila založba "komercialna". Založbo so ustanovili evropski emigranti med 2. svetovno vojno in tudi prvi najštevičnejši bralci so bili emigranti.⁴⁵ 1956 se je v založbi zaposlil Schiffrin in v naslednjih desetletjih razvil zahtevni program, v katerem so bili Günter Grass, Julio Cortázar, Thompsonovo *Nastajanje angleškega delavskega razreda*, Hobsbawm, Leavis, Ronald Laing, Juliet Michell, Michell Foucault, Octave Mannoni, Edgar Morin, Georges Balandier, George Duby, Marguerite Duras, Studs Terkel, Noam Chomsky, serija stripov, ki se je začela z *Marx for beginners* ipd., itn. Naklade so bile visoke, veliko njihovih naslovov pa je prešlo na sezname študijske literature. Vselej je poslovala pozitivno, četudi z majhnim dobičkom, kar je značilno tudi za francoske založbe, kakršne so Gallimard ali Flammarion. Korporacija (Newhouse), ki je prevzela lastništvo založbe, pa je imela njihove poslovne rezultate za zgubo in založbo zaprla, ker ni prinašala magičnih 15% dobička po modelu drugih industrijskih panog.⁴⁶ Schiffrin je potem

⁴⁴ André Schiffrin, *ibidem*.

⁴⁵ Brochova *Vergilova smrt*, denimo, je izšla v nemškem jeziku in je bila takoj razprodana, angleška izdaja z enako naklado pa je pošla šele čez dvajset let.

⁴⁶ V Sloveniji se je govorilo celo o 20 % dobičku.

prenesel svoj program v okvir »neprofitne« založbe, program in založbo pa opiše s temi značilnostmi:

1. Da uveljavlja avtorje in raziskovalne prijeme, ki so na univerzah marginalizirani.⁴⁷ Navadno »neprofitne« založbe izenačujemo z akademskimi založbami, a univerzitetne založbe vendarle niso sposobne opravljati teh nalog, ker so odvisne od univerzitetnih odnosov moči.

2. Tudi udeležba neprofitnih založb v "javni politični razpravi" je nenadomestljiva. Pantheonovo založništvo, ki ga opisuje Schiffrin, se kaže tako rekoč kot zgodovina ameriških naprednih gibanj: objavljali so knjige o "črnem vprašanju" v šestdesetih letih, o "ženskem vprašanju", o "rasizmu", o "ameriškem kolonializmu", o "reaganizmu" ipd. O številnih vprašanjih so pisali veliko prej, preden so sploh postala 'vprašanja' in se znašla na delovnih seznamih javnih razprav. Schiffrin je pokazal, da so korporacije s prevzemi založb najprej ukinile to vrsto literature in so torej delovale na uredniške odločitve s cenzuro.⁴⁸

3. Schiffrin zavrže tudi splošno domnevo, da korporacije prispevajo s prevzemi založb k večji "učinkovitosti" zaspalih urednikov, ki "veliko preveč časa namenjajo branju knjig", premalo pa poslu. Terjanje visokih dobičkov v založniški dejavnosti se je izkazalo za kratkoročno tudi v smislu gospodarske učinkovitosti. Schiffrinovo založništvo naj bi bilo uspešnejše po višjih nakladah (zahtevno branje in politične vsebine so imele za današnje izkušnje nepredstavljivo visoke naklade), zahtevnejših branjih, nenazadnje pa naj bi bili tudi poslovni rezultati založniške panoge kot celote tedaj uspešnejši.⁴⁹

Ponudba slovenskega založništva bi bila nedvomno borna, zlasti pa intelektualno siromašnejša, če ne bi bilo neprofitnih založb, kakršne so Krt (danes Krtina), *Studia humanitatis*, *Analecta*, Založba /*cf., Znanstveno in publicistično središče in druge. Nekatere izmed naštetih založb delajo že več kot desetletje in so torej že presegle preskus »začetnega obdobja«.

⁴⁷ Schiffrin govori o zgodovini "od spodaj navzgor", o oralni zgodovini in feminizmu, ki naj bi jih pomagal promovirati, ko jih še ni hotela univerza.

⁴⁸ Avtor za takšno ravnanje korporacij navaja dva razloga: prvič, korporacije so do politike v odnosu 'recipročnih uslug', ker jih politika drži v pesti s protimonopolnimi zakoni. To orodje regulacije politika uporablja nedosledno, a zato drži korporacije v odnosih 'uslužnosti'. Drugič pa so založbe v okviru korporacije del širših gospodarskih dejavnosti, ki navadno vključujejo razne panoge vojaške industrije, energetike, nepremičnin, gradbeništva, tiska itn. ipd, zato založništvo kot del korporacije ne more delati proti interesu celote.

⁴⁹ François Rouet ima v *Le livre: Mutations d'une industrie culturelle* grafični prikaz poslovnih rezultatov francoskega založništva od leta 1970 do leta 1998, ki kaže, da so bili leta 1998 poslovni rezultati na ravni leta 1974. Poslovni rezultati, ki upoštevajo inflacijo, so bili najvišji leta 1990, potem pa vztrajno padajo. Cf. *op. cit.*, str. 115.

2.5. SLOVENSKO ZALOŽNIŠTVO V LETU 2000

2.5.1. Splošni podatki

Po kriterijih, ki smo jih opisali zgoraj (glej poglavje *Metodologija*), smo skupaj zbrali 3181 knjižnih naslovov iz založniške produkcije za leto 2000. 3076 enot ali 96,7% vseh knjižnih naslovov je izšlo v Sloveniji, 30 naslovov v Avstriji, 38 naslovov v Italiji, 26 naslovov je nastalo s sodelovanjem avstrijskih in slovenskih založb, manjše število pa še v drugih državah (glej prilogo 1 na str. 158).

Priložena tabela 1 kaže, da je 3181 naslovov izdalo 752 založb, med katerimi je 474 »založb« izdalo le en naslov. V tako imenovanem »samozaložništvu« je nastalo 147 knjižnih naslovov. Med 8 in 30 naslovov je izdalo 61 založb, ki so skupaj prispevale 873 novih knjižnih naslovov ali 27,4% vse knjižne produkcije. Med 31 in 60 naslovov je izdalo 16 založb, ki so skupaj prispevale 696 novih knjižnih naslovov ali 21,9% vse knjižne produkcije. Le dve založbi sta izdali več kot 61 naslovov: skupaj sta v letu 2000 dosegli 488 novih knjižnih naslovov ali 15,3% tržni delež po številu izdanih naslovov.

Tabela 1: Splošni podatki

Število naslovov	Založbe		Naslovi	
	število	odstotek	število	odstotek
1 naslov	474	63,0	474	14,9
2 do 3 naslovi	132	17,6	307	9,7
4 do 7 naslovov	67	8,9	343	10,8
8 do 15 naslovov	40	5,3	434	13,6
16 do 30 naslovov	21	2,8	439	13,8
31 do 60 naslovov	16	2,1	696	21,9
61 in več naslovov	2	0,3	488	15,3
Skupaj	752	100	3181	100

Iz tabele vidimo, da za založniško produkcijo iz leta 2000 velja nekakšen bipolarni položaj, kjer si največji 15,3% tržni delež po številu izdanih naslovov delita Mladinska knjiga in DZS. Dejansko pa bi bil tržni delež še večji in bi verjetno dosegel 20%, če bi prišteli še založbe, ki so pod kapitalskim nadzorom katere izmed obeh založb, a so v našem prikazu prikazane samostojno. Kljub temu pa iz tabele nedvomno vidimo, da je slovensko založništvo izrazito razčlenjeno na srednje in majhne založbe.

To potrjuje tudi naslednja tabela 2, ki prikazuje tržne deleže posameznih založb. V tabeli 2 so predstavljene po tržnih deležih založbe, ki po tem kriteriju sodijo med 18 največjih slovenskih založb, v prilogi 2 (glej prilogo na str. 159-160) pa so predstavljene še založbe, ki so izdale več kot 10 izvodov v letu 2000.

Tabela 2: Tržni deleži 18 največjih slovenskih založb

Založba	Število naslovov	Tržni delež
Mladinska knjiga	263	8,27
DZS	225	7,07
Družina	60	1,89
Ekonomska fakulteta Ljubljana	57	1,79
Učila	55	1,73
Modrijan	55	1,73
Cankarjeva založba	54	1,70
Mohorjeva družba Celje	45	1,41
Rokus	43	1,35
Karantanija	43	1,35
Tehniška založba Slovenije	39	1,23
Gospodarski vestnik	38	1,19
Mohorjeva/Hermagoras	37	1,16
Filozofska fakulteta Ljubljana	37	1,16
Moderna organizacija	36	1,13
Obzorja	34	1,07
Kres	32	1,01
Študentska založba	31	0,97

Tabela 2 kaže, da poleg dveh glavnih založb Mladinske knjige z 263 naslovi ali 8,27% tržnim deležem in DZS z 225 naslovi ali 7,07% tržnim deležem, 1% tržni delež presegajo le Družina, Ekonomska fakulteta Ljubljana, Učila, Modrijan, Cankarjeva založba, Mohorjeva družba Celje, Rokus, Karantanija, Tehniška založba Slovenije, Gospodarski vestnik, Mohorjeva/Hermagoras, Filozofska fakulteta Ljubljana, Moderna organizacija, Obzorja⁵⁰ in Kres. Ostalih 734 založb je v letu 2000 izdalo 2662 naslovov in imelo 63,8% tržni delež. Od teh je bilo samozaložnikov ali priložnostnih založnikov 606, se pravi, tistih, ki izdajo od 1 do 3 naslove; ti so leta 2000 izdali skupaj 781 naslovov in imeli 24,6% tržni delež. Iz zgornje tabele tudi vidimo, da so med založbami, ki imajo več kot 1% tržni delež, kar 3 fakultete (Ekonomska fakulteta Ljubljana, Filozofska fakulteta Ljubljana in Moderna organizacija), medtem ko med 66 založbami, ki izdajo

več kot 10 knjig, število visokošolskih fakultet in inštitutov med založniki naraste na 17, se pravi, kar na četrtno.

2.5.2. Monokulturnost založniških programov

Pregledi založniških programov nekaterih največjih slovenskih založb presenetljivo pokaže, da med slovenskimi založbami težko najdemo takšno, ki bi enakomerno pokrivala in razvijala vse založniške programe ali vsaj večji del. Med njimi je izjema le Cankarjeva založba, ki še najbolj lovi ravnovesje med raznimi založniškimi programi in jih skuša enakomerno razvijati. Druge založbe pa so izrazito monokulturno usmerjene v pridobitne programe.

Tabela 3: Mladinska knjiga, založniški programi - % v stolpcih

	Prve izdaje		Ponatisi		Skupaj	
	Število	Stolpec %	Število	Stolpec %	Število	Stolpec %
1 za otroke in mladino	70	34,1%	20	34,5%	90	34,2%
2 šolski učbeniki	13	6,3%	25	43,1%	38	14,4%
3 leksikoni, atlasi	9	4,4%	2	3,4%	11	4,2%
4 poljudni priročniki	50	24,4%	6	10,3%	56	21,3%
5 leposlovje	51	24,9%	4	6,9%	55	20,9%
6 družboslovje in humanistika	5	2,4%	1	1,7%	6	2,3%
7 religija	2	1,0%			2	,8%
8 ekonomija						
9 pravo						
10 medicina	1	,5%			1	,4%
11 matematika in naravoslovje						
12 tehnika						
13 umetnost	4	2,0%			4	1,5%
Skupaj	205	100,0%	58	100,0%	263	100,0%

Tabela kaže, da se program Mladinske knjige zgrinja okoli prvih petih založniških programov: zlasti okoli programa za otroke in mladino s 34,2%, pa tudi okoli programov šolskih učbenikov, leksikonov in atlasov, poljudnih priročnikov in leposlovja. Kar 65,8% programa šolskih

⁵⁰ V času, ko pišemo to poročilo, je založba Obzorja že v stečajnem postopku.

učbenikov je Mladinska knjiga v letu 2000 ponatisnila, prav tako 22,2% programa za otroke in mladino (glej priloga 3, str. 161). Ostali programi so zastopani le sporadično.

Tabela 4: DZS, založniški programi - % v stolpcih

	Prve izdaje		Ponatisi		Skupaj	
	Število	Stolpec %	Število	Stolpec %	Število	Stolpec %
1 za otroke in mladino	10	6,8%	1	1,3%	11	4,9%
2 šolski učbeniki	94	63,9%	72	92,3%	166	73,8%
3 leksikoni, atlasi	4	2,7%	2	2,6%	6	2,7%
4 poljudni priročniki	13	8,8%			13	5,8%
5 leposlovje	22	15,0%	3	3,8%	25	11,1%
6 družboslovje in humanistika	2	1,4%			2	,9%
7 religija	1	,7%			1	,4%
8 ekonomija						
9 pravo						
10 medicina						
11 matematika in naravoslovje						
12 tehnika						
13 umetnost	1	,7%			1	,4%
Skupaj	147	100,0%	78	100,0%	225	100,0%

Še večjo založniško monokulturnost kaže tabela, ki prikazuje založniško politiko DZS v letu 2000: kar 73% njihovega založniškega programa zajema področje šolskih učbenikov, od tega pa je slaba polovica ponatisov (glej priloga 4, str. 162). Drugi večji program je literatura, ki ima 11,1%, z nekaj primerki pa so zastopani še programi za otroke in mladino, leksikoni in atlasi ter poljudni priročniki.

Še bolj pa prevladuje en založniški program nad ostalimi pri založbah s tržnim deležem od 1 do 2%. Založbe bomo v nadaljevanju navajali po vrsti, kakor stojijo v zaporedju po tržnem deležu, ki smo ga merili s številom knjižnih izdaj. Izpustili bomo visokošolske fakultete, za katere je naravno, da so usmerjene v založništvo visokošolskih učbenikov, priročnikov ali znanstvenih del s svojega področja.

Tabela 5: Družina, založniški programi - % v stolpcih (glej prilogo 5, str. 163)

	Prve izdaje		Ponatisi		Skupaj	
	Število	Stolpec %	Število	Stolpec %	Število	Stolpec %
1 za otroke in mladino	1	2,0%			1	1,7%
2 šolski učbeniki						
3 leksikoni, atlasi						
4 poljudni priročniki	2	4,0%	4	40,0%	6	10,0%
5 leposlovje	4	8,0%			4	6,7%
6 družboslovje in humanistika	7	14,0%			7	11,7%
7 religija	29	58,0%	6	60,0%	35	58,3%
8 ekonomija						
9 pravo						
10 medicina						
11 matematika in naravoslovje						
12 tehnika						
13 umetnost	7	14,0%			7	11,7%
Skupaj	50	100,0%	10	100,0%	60	100,0%

Tabela 6: Učila, založniški programi - % v stolpcih (glej prilogo 6, str. 164)

	Prve izdaje		Ponatisi		Skupaj	
	Število	Stolpec %	Število	Stolpec %	Število	Stolpec %
1 za otroke in mladino	29	58,0%	1	20,0%	30	54,5%
2 šolski učbeniki						
3 leksikoni, atlasi						
4 poljudni priročniki	15	30,0%	3	60,0%	18	32,7%
5 leposlovje	5	10,0%			5	9,1%
6 družboslovje in humanistika	1	2,0%			1	1,8%
7 religija			1	20,0%	1	1,8%
8 ekonomija						
9 pravo						
10 medicina						
11 matematika in naravoslovje						
12 tehnika						
13 umetnost						
Skupaj	50	100,0%	5	100,0%	55	100,0%

Tabela 7: Modrijan, založniški programi - % v stolpcih (glej prilogo 7, str. 165)

	Prve izdaje		Ponatisi		Skupaj	
	Število	Stolpec %	Število	Stolpec %	Število	Stolpec %
1 za otroke in mladino						
2 šolski učbeniki	19	61,3%	23	95,8%	42	76,4%
3 leksikoni, atlasi						
4 poljudni priročniki	9	29,0%	1	4,2%	10	18,2%
5 leposlovje						
6 družboslovje in humanistika	2	6,5%			2	3,6%
7 religija	1	3,2%			1	1,8%
8 ekonomija						
9 pravo						
10 medicina						
11 matematika in naravoslovje						
12 tehnika						
13 umetnost						
Skupaj	31	100,0%	24	100,0%	55	100,0%

Tabela 8: Cankarjeva založba, založniški programi - % v stolpcih (glej prilogo 8, str. 166)

	Prve izdaje		Ponatisi		Skupaj	
	Število	Stolpec %	Število	Stolpec %	Število	Stolpec %
1 za otroke in mladino	8	20,0%	1	7,1%	9	16,7%
2 šolski učbeniki			3	21,4%	3	5,6%
3 leksikoni, atlasi			3	21,4%	3	5,6%
4 poljudni priročniki	8	20,0%	4	28,6%	12	22,2%
5 leposlovje	13	32,5%	3	21,4%	16	29,6%
6 družboslovje in humanistika	6	15,0%			6	11,1%
7 religija	1	2,5%			1	1,9%
8 ekonomija						
9 pravo	2	5,0%			2	3,7%
10 medicina						
11 matematika in naravoslovje						
12 tehnika						
13 umetnost	2	5,0%			2	3,7%
Skupaj	40	100,0%	14	100,0%	54	100,0%

Tabela 9: Mohorjeva družba Celje, založniški programi - % v stolpcih (glej prilogo 9, str. 167)

	Prve izdaje		Ponatisi		Skupaj	
	Število	Stolpec %	Število	Stolpec %	Število	Stolpec %
1 za otroke in mladino	4	11,8%			4	8,9%
2 šolski učbeniki						
3 leksikoni, atlasi						
4 poljudni priročniki	1	2,9%	2	18,2%	3	6,7%
5 leposlovje	12	35,3%			12	26,7%
6 družboslovje in humanistika	1	2,9%			1	2,2%
7 religija	16	47,1%	9	81,8%	25	55,6%
8 ekonomija						
9 pravo						
10 medicina						
11 matematika in naravoslovje						
12 tehnika						
13 umetnost						
Skupaj	34	100,0%	11	100,0%	45	100,0%

Tabela 10: Rokus, založniški programi - % v stolpcih (glej prilogo 10, str. 168)

	Prve izdaje		Ponatisi		Skupaj	
	Število	Stolpec %	Število	Stolpec %	Število	Stolpec %
1 za otroke in mladino						
2 šolski učbeniki	20	66,7%	13	100,0%	33	76,7%
3 leksikoni, atlasi						
4 poljudni priročniki	5	16,7%			5	11,6%
5 leposlovje	1	3,3%			1	2,3%
6 družboslovje in humanistika	2	6,7%			2	4,7%
7 religija						
8 ekonomija						
9 pravo						
10 medicina						
11 matematika in naravoslovje						
12 tehnika						
13 umetnost	2	6,7%			2	4,7%
Skupaj	30	100,0%	13	100,0%	43	100,0%

Tabela 11: Karantanija, založniški programi - % v stolpcih (glej prilogo 11, str. 169)

	Prve izdaje		Ponatisi		Skupaj	
	Število	Stolpec %	Število	Stolpec %	Število	Stolpec %
1 za otroke in mladino	28	65,1%			28	65,1%
2 šolski učbeniki						
3 leksikoni, atlasi						
4 poljudni priročniki						
5 leposlovje	11	25,6%			11	25,6%
6 družboslovje in humanistika	2	4,7%			2	4,7%
7 religija						
8 ekonomija						
9 pravo						
10 medicina						
11 matematika in naravoslovje						
12 tehnika						
13 umetnost	2	4,7%			2	4,7%
Skupaj	43	100,0%			43	100,0%

Tabela 12: Tehniška založba Slovenije, založniški programi - % v stolpcih (glej prilogo 12, str.170)

	Prve izdaje		Ponatisi		Skupaj	
	Število	Stolpec %	Število	Stolpec %	Število	Stolpec %
1 za otroke in mladino	6	30,0%			6	15,4%
2 šolski učbeniki	6	30,0%	13	68,4%	19	48,7%
3 leksikoni, atlasi			1	5,3%	1	2,6%
4 poljudni priročniki	6	30,0%	1	5,3%	7	17,9%
5 leposlovje			4	21,1%	4	10,3%
6 družboslovje in humanistika						
7 religija						
8 ekonomija						
9 pravo						
10 medicina						
11 matematika in naravoslovje	2	10,0%			2	5,1%
12 tehnika						
13 umetnost						
Skupaj	20	100,0%	19	100,0%	39	100,0%

V zgornjih tabelah so prikazani založniški programi osmih založb (od tabele 5 do tabele 12), ki so po številu knjižnih naslovih v letu 2000 takoj za največjima založbama Mladinsko knjigo in DZS. Pri vseh osmih založbah vidimo, da en založniški program izrecno prevladuje nad ostalimi. Opazimo pa tudi, da omenjene založbe pretežno razvijajo 3 založniške programe:

1. Program šolskih učbenikov, ki je večinsko zastopan že pri drugi največji založbi DZS (73,8%), potem pa tudi pri založbi Modrijan (76,4%), Rokus (76,7%) in pri Tehniški založbi Slovenije (48,7%). Program šolskih učbenikov pa ima tudi visoki delež ponatisov izdaj iz prejšnjih let: DZS (43,4%), Modrijan (54,8%), Rokus (39,4%) in Tehniška založba Slovenije (68,4%).
2. Program za otroke in mladino, ki je visok pri Mladinski knjigi (34,2%), čez polovico celotnega programa pa sega pri založbi Učila (54,5%) in pri Karantaniji (65,1%).
3. Program religije je najobsežnejši program pri založbah Družina (58,3%) in Mohorjeva družba Celje (55,6%).

Med drugimi programi, ki jih zgoraj omenjene založbe še opazno razvijajo, je program poljudnih priročnikov pri založbi Rokus (11,6%), Učila (32,7%) in Modrijan (18,2%), pa tudi program leposlovja pri založbah DZS (11,1%), Mohorjeva založba Celje (26,7%) in Karantanija (25,6%).

Od monokulturnega gojenja založniških programov odstopata le založbi Mladinska knjiga in Cankarjeva založba. A Mladinska knjiga prepričljivo zastopa le programe od 1 do 5, se pravi, vse do leposlovja, medtem ko je Cankarjeva založba edina, ki seže vse do programa družboslovja in humanistike s primerno razporejenimi programi otroškega čtiva (16,7%), šolskih učbenikov (5,6%), leksikonov in atlasov (5,6%), poljudnih priročnikov (22,2%), leposlovja (29,6%) in družboslovja/humanistike (11,1%). Vendar pa tudi pri Cankarjevi založbi štrli iz splošne sheme program poljudnih priročnikov.

Nagnjenost največjih slovenskih založnikov k monokulturnosti je verjetno 'racionalna' v ekonomskem smislu. Tudi zgrinjanje okoli prvih petih programov povsem verjetno izhaja iz istega razloga: šolski učbeniki, za katere država zagotavlja povpraševanje in gotovi uspeh; program za otroke in mladino, ki ga je moč prav tako uspešno tržiti, če le malo spodbudimo starše in vzgojitelje; program leksikonov in atlasov ter program leposlovja, ki jima sicer manj opazno, a še vedno v pomembni meri šolski aparat kroji povpraševanje skozi obvezna bralna čtiva ali skozi učne pripomočke. Dejansko je med njimi le poljudni priročnik, ki je vzniknil iz komercializacije založništva kot čisto njegov sad in kot tak povsem prepuščen povpraševanju brez zunanje prisile, zlasti brez šolskega aparata. V okviru programa leposlovja pa lahko opazimo večjo zastopanost

anglosaksonskih *bestsellerjev*: pri založbi Mladinska knjiga zbirka *Oddih* zajema 18 naslov od skupaj 55 naslovov pod programom literatura, med njimi avtorje kot so Rendell, Dexter, Clark, Grisham, Quick, Steel, Harris, Sheldon, Simmel ipd., itn.; pri založbi DZS pa imata zbirki *Prvinski nagon* in *Labirint* pet naslovov od skupnih 13.

Pa je takšni založniški strategiji moč reči »bralna kultura«? Ali založba razvija kakšne bralne kulture, če je večina njenih knjig namenjenih branju s prisilo, ostalo pa komercialnemu založništvu? Rouet v že citirani knjigi govori o tekmi med francoskimi založniki za »prepoznavnost«, ki jo založniki skušajo doseči s pokrivanjem čim več založniških programov s kar največ prepoznavnimi »znamkami«, se pravi, zbirkami. Pri »znamkah« izkoriščajo prednost, da se »znamke« tržijo same s svojo tradicijo, ki je porok za kvalitetno uredniško delo, vsebinski izbor in da so vselej na voljo na znanih mestih.

Za slovenske založnike pa bi lahko sklenili ravno nasprotno, da se morda preveč zlahka otesajo tradicionalnega tipa založništva, ki temelji na zaupljivem odnosu bralca in bralke, ki gojijo poseben odnos do takšne založbe zavoljo njenih prepoznavnih zbirk in knjižnih programov. Slovenski založniki, vidimo, strogo držijo založniško podjetje v okviru komercialnih programov. Med njimi je pomemben program poljudnih priročnikov, ki še zlasti uveljavlja koncept »komercialne knjige«. Za »komercialno knjigo« pa ravno velja, da mora izstopati iz vsega prej »znanega«, da krha tradicionalno usmerjeno uredniško delo, ki ga prebija s svojo »enkratnostjo«, s katero skuša doseči hitro zanimanje in povpraševanje; a v resnici zato takšno delo še hitreje zastari in se umakne naslednji vzhajajoči zvezdi. Zato pa je splošni učinek nazadnje, da založniška politika založbe tone v neprepoznavnost lovljenja knjižnih uspehov; ko pa je program založbe sestavljen le še iz »izjem«, tudi ni več »tradicionalnega programa«, ki bi ga »izjeme« lahko »kršile«. To pa je tisti občutljivi zasuk, ko založba izgubi »kulturno poslanstvo« in se spremeni v zgolj gospodarsko podjetje. Iz naših tabel bi lahko sklepali, da so največje slovenske založbe že prestopile to mejo.

Doslej smo opazovali založniške programe desetih največjih slovenskih založb po številu knjižnih naslovov, v tabeli 13 in 14 pa vidimo razmerja med založniškimi programi vsega slovenskega založništva v letu 2000.

Tabela 13: Slovensko založništvo leta 2000, založniški programi - % v stolpcih

	Prve izdaje		Ponatisi		Skupaj	
	Število	Stolpec %	Število	Stolpec %	Število	Stolpec %
1 za otroke in mladino	400	14,9%	30	5,9%	430	13,5%
2 šolski učbeniki	490	18,3%	296	58,6%	786	24,7%
3 leksikoni, atlasi	27	1,0%	12	2,4%	39	1,2%
4 poljudni priročniki	348	13,0%	76	15,0%	424	13,3%
5 leposlovje	470	17,6%	33	6,5%	503	15,8%
6 družboslovje in humanistika	400	14,9%	14	2,8%	414	13,0%
7 religija	151	5,6%	29	5,7%	180	5,7%
8 ekonomija	80	3,0%	5	1,0%	85	2,7%
9 pravo	29	1,1%	3	,6%	32	1,0%
10 medicina	57	2,1%	1	,2%	58	1,8%
11 matematika in naravoslovje	26	1,0%	1	,2%	27	,8%
12 tehnika	49	1,8%	1	,2%	50	1,6%
13 umetnost	149	5,6%	4	,8%	153	4,8%
Skupaj	2676	100,0%	505	100,0%	3181	100,0%

Tabela 14: Slovensko založništvo leta 2000, založniški programi - % v vrsticah

	Prve izdaje		Ponatisi		Skupaj	
	Število	Vrstica %	Število	Vrstica %	Število	Vrstica %
1 za otroke in mladino	400	93,0%	30	7,0%	430	100,0%
2 šolski učbeniki	490	62,3%	296	37,7%	786	100,0%
3 leksikoni, atlasi	27	69,2%	12	30,8%	39	100,0%
4 poljudni priročniki	348	82,1%	76	17,9%	424	100,0%
5 leposlovje	470	93,4%	33	6,6%	503	100,0%
6 družboslovje in humanistika	400	96,6%	14	3,4%	414	100,0%
7 religija	151	83,9%	29	16,1%	180	100,0%
8 ekonomija	80	94,1%	5	5,9%	85	100,0%
9 pravo	29	90,6%	3	9,4%	32	100,0%
10 medicina	57	98,3%	1	1,7%	58	100,0%
11 matematika in naravoslovje	26	96,3%	1	3,7%	27	100,0%
12 tehnika	49	98,0%	1	2,0%	50	100,0%
13 umetnost	149	97,4%	4	2,6%	153	100,0%
Skupaj	2676	84,1%	505	15,9%	3181	100,0%

Tabeli 13 in 14 kažeta, da je imel leta 2000 največji delež v slovenskem založništvu program šolskih učbenikov, ki je predstavljal kar četrtno vseh knjižnih izdaj ali 24,7%. Z enakovrednimi deleži mu sledijo programi otroške in mladinske literature (13,5%), poljudnih priročnikov (13,3%), leposlovja (15,8%) ter družboslovja in humanistike (13%). Veliko manjši delež imata religija (5,7%) in umetnost (4,8%), še manjšega ekonomija (2,7%), medtem ko so programi prava, medicine, tehnike ter matematike in naravoslovja omejeni na nekaj ducat knjižnih naslovov.

Splošni izpis založniških programov za leto 2000 v primerjavi z izpisi posamičnih založb ni presenečenje, z večjim deležem se pojavi le program družboslovja in humanistike, ki ga pri večjih založbah nismo opazili. Ta program je očitno povsem prepuščen manjšim založbam ali visokošolskim ustanovam. Prav tako velja za povsem tržno nezanimiv program umetnosti, ki se tudi pojavi z razmeroma visokim deležem (4,8%) šele zdaj na splošnem izpisu. Srednje in manjše založbe torej v pomembni meri prevzemajo nase odgovornost za založniške programe, ki so manj pridobitni ali povsem nepridobitni.

Primerjava deležev slovenskih založniških programov s francoskimi pa je zlasti presenetljiva. Po splošnih predstavah je literatura pomembna v življenju Slovencev in Slovenk, vsaj kakor v življenju Francozov in Francozinj, a francoski program splošne literature zajema 25% vseh novih knjižnih naslovov, slovenski pa 15,8%. Pri teh številkah so Francozi zaskrbljeni nad padcem deleža splošne literature na »slabih« 25%, Slovenci pa se še naprej ponašamo s svojo ljubeznijo do literature. Ravno nasprotno razmerje kakor zgoraj je pri programu šolske literature, ki v Sloveniji zajema 25%, v Franciji pa 10%. Slovensko založništvo pa prekaša francoskega tudi pri programu otroške in mladinske literature in poljudnih priročnikov, ki imajo v Franciji vsak okoli 10%.⁵¹

Tabela 15: Povprečna izposoja na izvod v splošnih knjižnicah:

	Povprečna izposoja na izvod
1 za otroke in mladino	4,7
2 šolski učbeniki	2,8
3 leksikoni, atlasi	2
4 poljudni priročniki	3
5 leposlovje	4
6 družboslovje in humanistika	1,2
7 religija	1,8
8 ekonomija	2,2
9 pravo	1,8
10 medicina	3,5
11 matematika in naravoslovje	3,0
12 tehnika	0,8
13 umetnost	0,9

Tabeli 13 in 14 pa je zanimivo primerjati s tabelo 15, ki prikazuje povprečno izposajo na izvod v slovenskih splošnih knjižnicah po založniških programih. Povprečna izposoja je pričakovano visoka pri programih otroške in mladinske literature, poljudnih priročnikov in leposlovja. Presenetljivo pa je visoka pri založniških programih s strokovnimi in znanstvenimi vsebinami, ki so razmeroma slabo zastopani s tržnimi deleži, a imajo v knjižnicah visoko povprečno izposajo, kot sta, denimo, medicina in matematika. Izjemno nizka povprečna izposoja na izvod v knjižnicah pa je na področju tehnike in umetnosti, pa tudi na področju družboslovja in humanistike. Tabeli 13 in 14 pa prikazujeta tudi delež ponatisov pri novih knjižnih naslovih, ki je razumljivo visok pri programih šolskih učbenikov in leksikonov. Prav tako ni presenetljivo, da je delež ponatisov največji pri učbenikih, ki zajema skorajda 60%. Opaznejši delež ponatisov kakor pri ostalih založniških programih pa opazimo tudi pri poljudnih priročnikih in religioznih vsebinah, kjer je obakrat višji od 15%, kar deloma kaže morda tudi na uspešnost obeh založniških programov.

⁵¹ Rouet, *op. cit.*, str. 118.

Tabela 16: Razmerje med izvirnimi deli in prevodi - % v stopcih

	Izvirno delo		Prevod		Skupaj	
	Število	Stolpec %	Število	Stolpec %	Število	Stolpec %
1 za otroke in mladino	164	7,2%	266	29,9%	430	13,5%
2 šolski učbeniki	738	32,2%	48	5,4%	786	24,7%
3 leksikoni, atlasi	27	1,2%	12	1,3%	39	1,2%
4 poljudni priročniki	197	8,6%	227	25,5%	424	13,3%
5 leposlovje	363	15,8%	140	15,7%	503	15,8%
6 družboslovje in humanistika	342	14,9%	72	8,1%	414	13,0%
7 religija	88	3,8%	92	10,3%	180	5,7%
8 ekonomija	78	3,4%	7	,8%	85	2,7%
9 pravo	31	1,4%	1	,1%	32	1,0%
10 medicina	56	2,4%	2	,2%	58	1,8%
11 matematika in naravoslovje	23	1,0%	4	,4%	27	,8%
12 tehnika	48	2,1%	2	,2%	50	1,6%
13 umetnost	136	5,9%	17	1,9%	153	4,8%
Skupaj	2291	100,0%	890	100,0%	3181	100,0%

Tabela 16 prikazuje razmerje med izvirnimi deli in prevodi, ki je presenetljivo najvišji pri programih otroške in mladinske literature (29,9%) in poljudnih priročnikov (25,5%). Kar 61,8% otroških knjig, 53,5% poljudnih priročnikov in 51,1% knjig z religiozno vsebino iz leta 2000 je bilo prevodov tujih izdaj. A delež prevodov je sorazmerno majhen pri družboslovju in humanistiki (17,4%), skorajda zanemarljiv pa pri ekonomiji, pravu, medicini, matematiki in naravoslovju, tehniki in umetnosti. Delež prevodov torej močno presega delež izvirnih del pri tistih programih, ki so komercialno zanimivi. Protislovje teh razmerij je, da je odvisnost od tuje založniške ponudbe najvišja pri tistih programih, kjer niso potrebna zelo specializirana znanja, kakor pri programih od 6 do 13. Seveda verjetno obstaja »ekonomska logika«, zakaj je otroško slikanico ali poljudni priročnik lažje prevesti kakor na novo izdelati, a ta naravnost slovenskega založništva krati slovenskim avtorjem priložnost, da bi se lahko bolje uveljavili tudi na teh področjih. Večje sodelovanje slovenskih avtorjev na teh področjih bi vsekakor izboljšal ekonomski položaj slovenskih pisateljev in pisateljic, ilustratorjev in ilustratork, pa tudi znanstvenikov in znanstvenic na področju priročnikov.

2.5.3. Primerjava nesubvencioniranih in subvencioniranih knjižnih naslovov

Podatki o subvencioniranih knjižnih naslovih so težko dosegljivi, saj bi morali raziskovati »zgodovino« vsake knjige, da bi lahko prišli do zanesljivih podatkov. Dosegljivi so le podatki *Ministrstva za znanost in tehnologijo* ter *Ministrstva za kulturo* o odobrenih subvencijah, ne pa tudi o realiziranih izdajah v letu 2000, kajti knjižni naslovi z odobrenimi subvencijami v letu 2000 niso nujno izšli v istem letu, založnik pa jih je po dogovoru s financerjem lahko nadomestil z drugimi naslovi, zato seznamov odobrenih subvencij obeh ministrstev nismo mogli vzeti za osnovo. Kljub temu pa je zanesljiv skupni seštevek, pri čemer je izjemen podatek, da smo pri obeh ministrstvih našli kar 381 naslovov, ki sta jim ministrstva leta 2000 odobrila subvencijo. Do skupnega števila smo prišli tako, da smo odšteli naslove, ki sta jih financirala oba ministrstva in naslove, ki so dobili subvencije le za pripravo. Ker so te subvencije namenjene bolj ali manj izključno leposlovnim ter družboslovnim in humanističnim knjigam, lahko sklepamo, da je 381 naslovov dejansko delež subvencioniranih izdaj s teh dveh področij. Na obeh založniških programih je leta 2000 izšlo 917 naslovov (glej tabela 13), zato lahko izpeljemo sklep, da najmanj 42% vseh knjig s teh področij izide s pomočjo državne subvencije. Ker založniški program leposlovja zajema vse literarne žanre od sodobne do klasične literature, od ljubezenskega romana, kriminalke in vohunke, vse do znanstvene fantastike, je ta odstotek toliko bolj presenetljiv.

Podatke o subvencioniranih knjigah smo morali torej zbirati sami prek ankete, ki smo jo opravili z založniki. O tem smo že govorili v poglavju o metodologiji, zato ne bomo še enkrat obnavljali poteka založniške ankete, na tem mestu pa naj poudarimo le, da smo poleg podatkov o subvencioniranih naslovih zbirali še podatke o višini subvencije, prodajni ceni, nakladi in številu prodanih izvodov. Anketo smo omejili na knjižne naslove iz založniških programov od 5 do 13. Podatke smo dobili od 40 založb za 391 naslovov, a nam je na koncu po izločitvi neprimernih ali nepopolnih zapisov ostal vzorec s 334 knjižnimi naslovi in 38 založbami. Tabela 17 prikazuje rezultate založniške ankete, razporejene po založniških programih in razdeljene na subvencionirane in nesubvencionirane knjižne naslove.

Tabela 17: Rezultati založniške ankete

	Subvencionirani		Nesubvencionirani		Skupaj
	Število	Vrstica %	Število	Vrstica %	Število
5 leposlovje	55	39,0%	86	61,0%	141
6 družboslovje in humanistika	60	58,8%	42	41,2%	102
7 religija	2	10,5%	17	89,5%	19
8 ekonomija			22	100,0%	22
9 pravo	2	15,4%	11	84,6%	13
10 medicina			5	100,0%	5
12 tehnika			5	100,0%	5
13 umetnost	16	59,3%	11	40,7%	27
Skupaj	135	40,4%	199	59,6%	334

Tabela 17 prikazuje primerno zastopanost založniških programov leposlovja ter družboslovja in humanistike, razmerje med subvencioniranimi in nesubvencioniranimi naslovi pa odslkava splošno razmerje 40 subvencioniranih naslovov proti 60 nesubvencioniranim. Druga področja so zastopana žal veliko slabše, zato se bomo v nadaljnjem proučevanju omejili na ta dva založniška programa.

V naslednjih tabelah si bomo ogledali povprečno naklado subvencioniranih in nesubvencioniranih naslovov, povprečno število prodanih izvodov in povprečno ceno. Podatki veljajo le za naslove, za katere smo pridobili podatke z založniško anketo. Tabela 18 prikazuje podatke za založniški program literature: povprečna naklada subvencioniranega naslova je 884, povprečna prodaja 427 in povprečna cena 4865 SIT; povprečna naklada nesubvencioniranega naslova je 1733, povprečna prodaja 851 in povprečna cena je 4772 SIT; povprečna naklada skupaj pa je 1402, povprečna prodaja je 686, povprečna cena pa 4808 SIT. Ugotovimo lahko tudi, da so založbe do 1. januarja 2002 prodale povprečno 48,3% naklade subvencioniranega naslova, 49,1% naklade nesubvencioniranega naslova, skupaj pa povprečno 48,9% naklade. (Glej prilogo 13, str. 171-172.)

Tabela 18: Povprečna naklada, prodaja in cena subvencioniranih in nesubvencioniranih naslovov z založniškega programa literature:

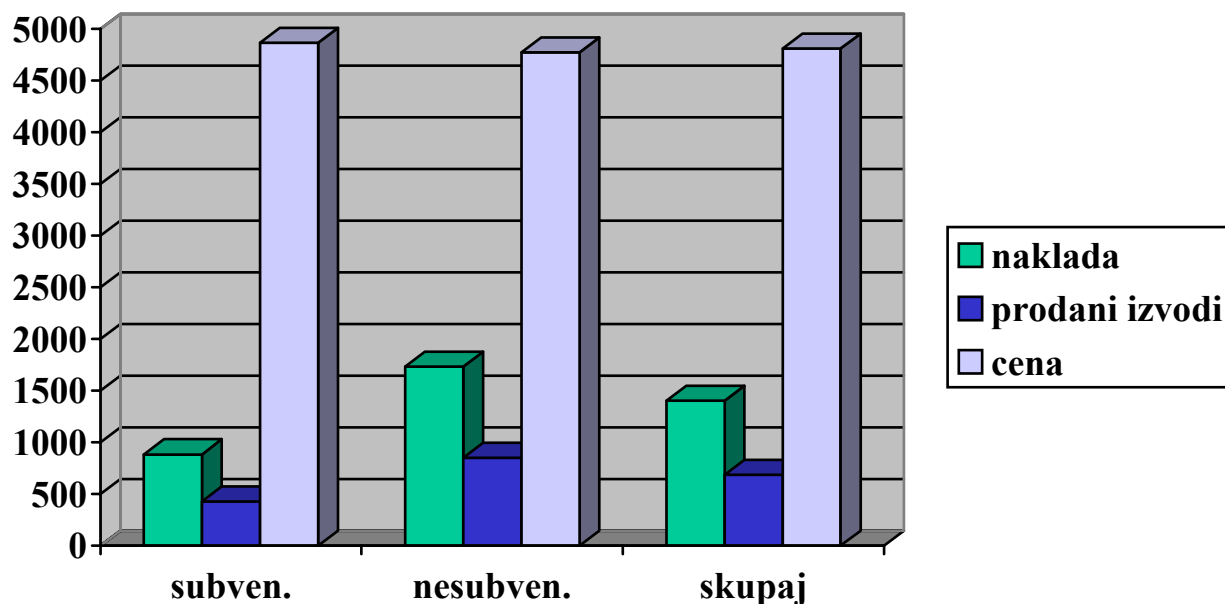
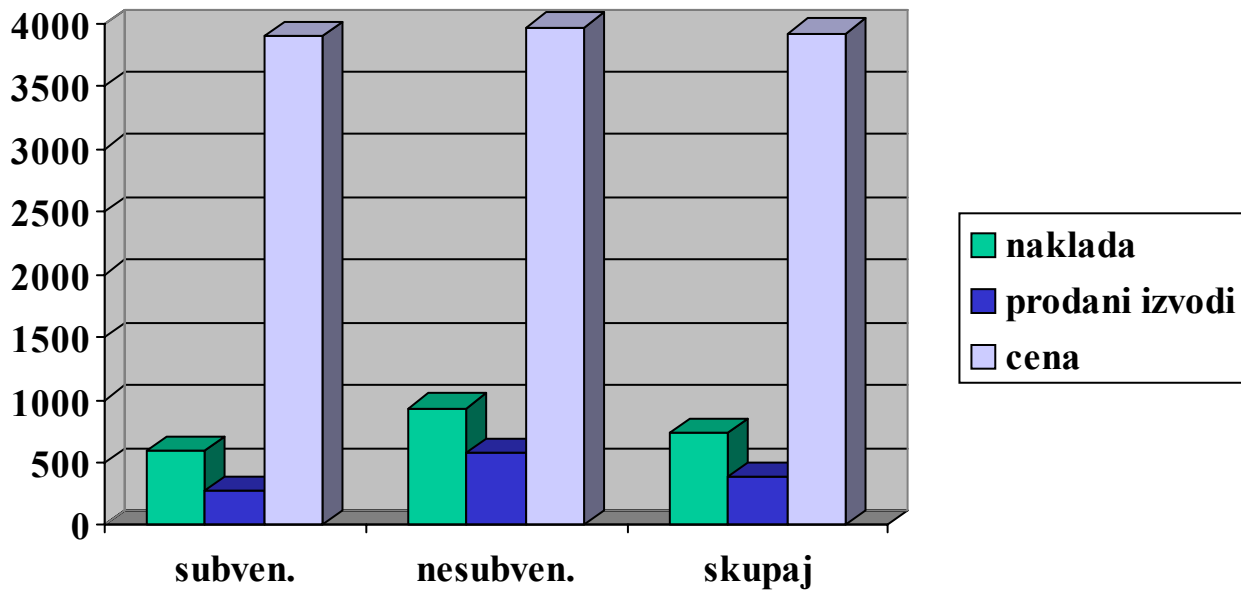


Tabela 19 prikazuje podatke za založniški program družboslovja in humanistike: povprečna naklada subvencioniranega naslova je 592, povprečna prodaja 275 in povprečna cena 3899 SIT; povprečna naklada nesubvencioniranega naslova je 935, povprečna prodaja 574 in povprečna cena je 3970 SIT; povprečna naklada skupaj pa je 733, povprečna prodaja je 387, povprečna cena 3928 SIT. Ugotovimo lahko tudi, da so založbe do 1. januarja 2002 prodale povprečno 46,5% naklade subvencioniranega naslova, 61,3% naklade nesubvencioniranega naslova, skupaj pa povprečno 52,7% naklade.

Tabela 19: Povprečna naklada, prodaja in cena subvencioniranih in nesubvencioniranih naslovov z založniškega programa družboslovja in humanistika:



Iz tabel vidimo, da so stolpci, ki prikazujejo povprečne cene, primerljivi. Iz tega bi torej lahko sklepali, da subvencije ne zagotavljajo, da bi bile knjige dostopnejše; tako velja vsaj s stališča kupca, ki po enaki ceni kupuje subvencionirane in nesubvencionirane naslove. A če primerjamo povprečne cene s povprečnimi nakladami, tedaj vidimo, da so naklade subvencioniranih naslovov za polovico manjše od nesubvencioniranih; torej bi bile tudi cene subvencioniranih naslovov vsaj enkrat višje, če jih ne bi subvencije držale v cenovnem razredu, kakršen velja za nesubvencionirane knjižne naslove.

Iz grafičnih prikazov lahko torej tudi ugotovimo, da subvencija dejansko šele omogoči, da se naslovi iz subvencioniranega programa sploh pišejo, prevajajo in tiskajo; da so, skratka, na voljo bralcem in bralkam. Ta ugotovitev pa je tolikanj pomembnejša, ker spodbija pogosti očitek, da državne subvencije s svojimi posegi v založniški trg obravnavajo ugodneje en del založništva od drugega in rušijo naravno ravnovesje, ki bi ga sicer vzpostavila založniška industrija sama s tako imenovanim načelom svobodnega trga. Dejansko je ravno nasprotno: subvencije samo omogočijo prežitek »zahtevnejšega« založniškega programa, ki ga »kulturna industrija«, vsaj ob zdajšnji založniški politiki, ni sposobna izvajati, predvsem pa mu ne more s svojimi prodajnimi kanali zagotoviti zadostnega števila kupcev in bralcev.

Grafična prikaza pa tudi spodbijata pogosto stališče, da se subvencionirane knjige tiskajo za skladišča. Vidimo, da je prodajna uspešnost subvencioniranih in nesubvencioniranih naslovov primerljiva. Lahko pa bi k temu dodali tudi opombo, da je višja zaloga celo razumljivejša pri subvencioniranih izdajah, saj imajo te običajno daljšo življensko dobo.

Ne moremo pa niti trditi, da se subvencionirane knjige skladiščijo v knjižnicah. Ugotovimo lahko ravno nasprotno, da izposoja subvencioniranih naslovov v splošnih knjižnicah ni majhna: prebivalci in prebivalke Slovenije so si v letu 2001 izposodili v splošnih knjižnicah na splošno 2,4 izvoda knjig, ki so bile natisnjene v letu 2000, medtem ko so si izposodili 1,7 izvoda subvencioniranih knjig. Ob teh podatkih pa moramo tudi upoštevati, da splošne knjižnice ne kupujejo subvencioniranih knjig kar samodejno, saj smo med splošnimi knjižnicami našli kar 19, ki do 1. januarja 2002 še niso kupile vseh subvencioniranih 138 naslovov iz založniškega programa za leto 2000. Manj kot 100 naslovov pa so kupile osrednje knjižnice Radlje, Dravograd, Gornja Radgona, Lenart, Ljutomer, Slovenske Konjice, Hrastnik, Črnomelj in Metlika. Prav gotovo pa bi bile te ugotovitve še mračnejše, če ne bi bilo institucije obveznega izvoda, ki zagotavlja navzočnost vsakega naslova vsaj v območnih knjižnicah.

Tabeli 20 in 21 prikazujeta prodajo subvencioniranih in nesubvencioniranih naslovov. Prodajo smo razdelili v razrede z razkoraki 250 izvodov, primerjali pa smo jih v odstotkih. Na področju literature je bilo 34% subvencioniranih knjig prodanih v razredu od 0-250 izvodov, 38,2% je bilo prodanih v razredu 251-500 izvodov, 10,9% pa v razredu 751-1000 izvodov, en subvencionirani naslov pa je imel prodajo nad 2000 izvodov; med nesubvencioniranimi izvodi pa je bilo v najnižjem razredu prodanih 23,3%, 6 naslovov pa je imelo prodajo nad 2000 izvodov (7%).

Tabela 20: Prodaja subvencioniranih in nesubvencioniranih naslovih za področje literature:

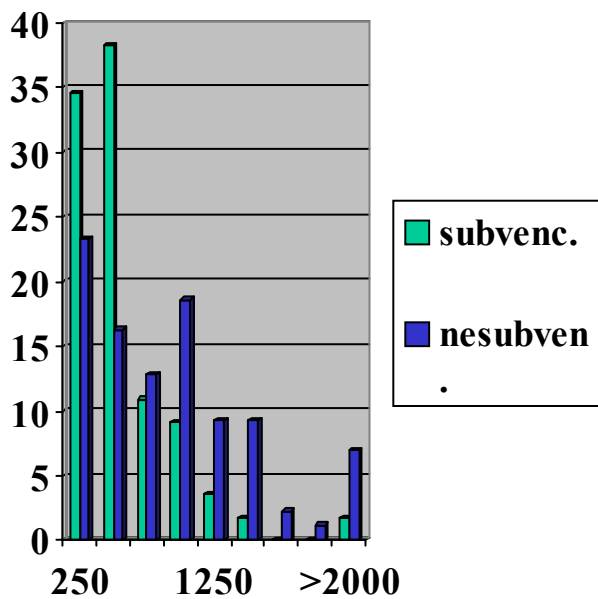


Tabela 21: Prodaja subvencioniranih in nesubvencioniranih naslovih za področje družboslovja:

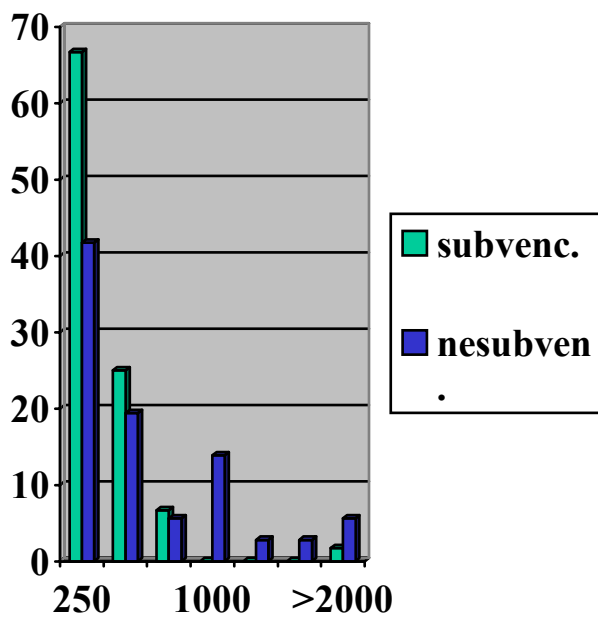


Tabela 21 prikazuje podatke za založniški program družboslovja in humanistike. 66,7% subvencioniranih naslovov je imelo prodajo v razredu 1-250, 25% pa v razredu 251-500 izvodov, medtem ko so založniki prodali 41,7% izvodov nesubvencioniranih naslovov v razredu 1-250, 19% v razredu 251-500 in 13,9% v razredu 751-1000 izvodov.

V nadaljevanju si bomo podrobneje ogledali področji leposlovja ter družboslovja in humanistike. Ker je anketa zajela zelo raznolične založnike, od velikih pridobitnih, majhnih nepridobitnih založnikov vse do šolskih ustanov, smo založbe razdelili na tri skupine:

1. gospodarske založbe, med katere smo zajeli vse od delniških družb do samostojnih podjetnikov (skupaj 16 založb);
2. nepridobitne založbe, ki delujejo v okviru društev, javnih zavodov ali zasebnih zavodov (skupaj 13); in
3. založbe izobraževalnih ustanov (skupaj 8).

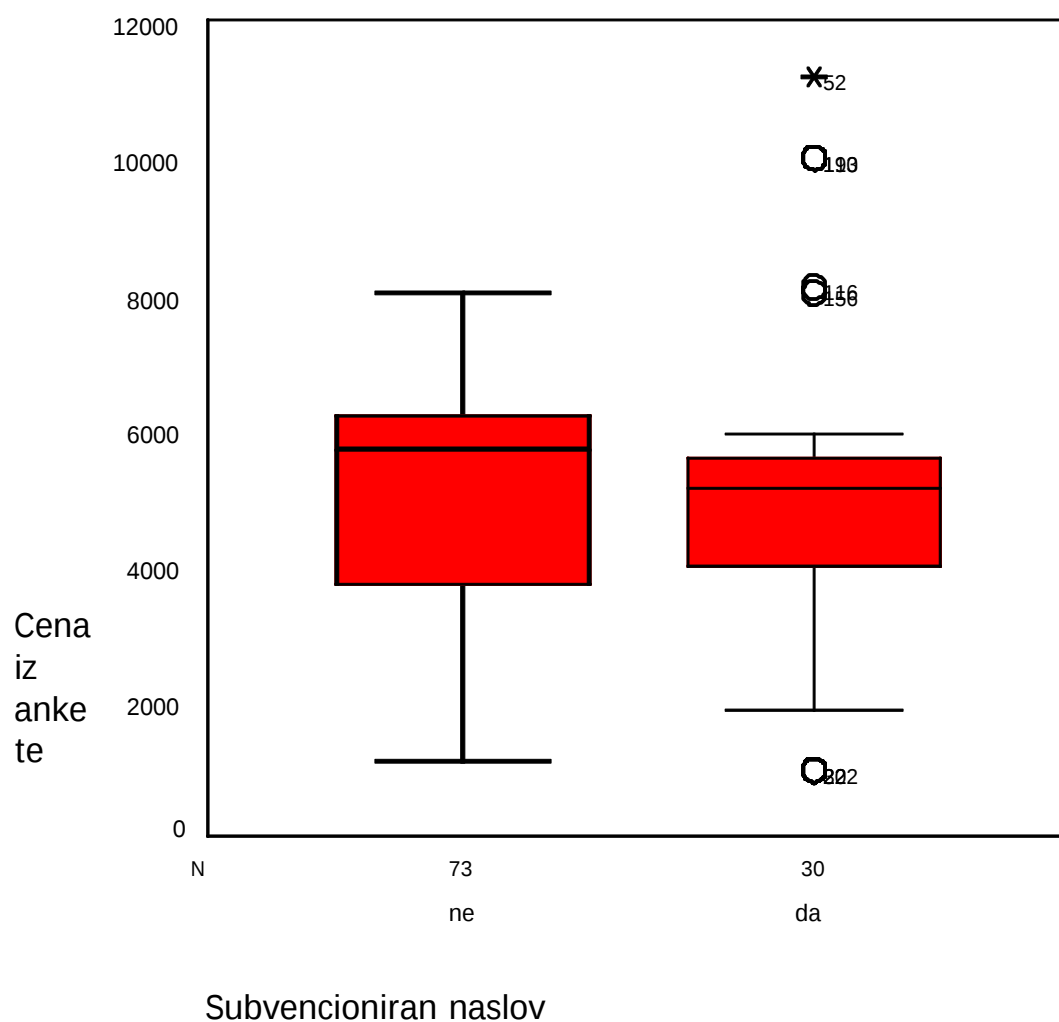
Analiza podatkov iz založniške ankete je pokazala, da sam status založbe ne vpliva na pridobitev subvencije, zato si lahko v nadaljevanju privoščimo primerjavo subvencioniranih in nesubvencioniranih naslovov glede na status založbe.

2.5.3.1. Leposlovje

Področje leposlovja, prvič, zalagajo s svojimi knjigami le gospodarske družbe in društva ali zavodi, ne pa tudi izobraževalne ustanove. Med anketnimi odgovori smo, drugič, našeli skupaj 141 knjižnih naslovov s področja leposlovja, med katerimi so gospodarske družbe založile 106 knjižnih naslovov, od tega 75 nesubvencioniranih (glej prilogo 14, str. 173-174) in 31 subvencioniranih (glej prilogo 15, str. 175), zavodi ali društva pa 35 naslovov, od tega 11 nesubvencioniranih (glej prilogo 16, str. 176) in 24 subvencioniranih (glej prilogo 17, str. 177). Pri pregledu rezultatov smo tudi ugotovili, da so standardni odkloni aritmetičnih sredin veliko višji od tretjinskih odklonov, zato smo se odločili, da nesubvencioniranih in subvencioniranih naslovov gospodarskih družb ali zavodov ne bomo primerjali z aritmetičnimi sredinami, temveč bomo odslej vse podatke predstavljali in primerjali s srednjo vrednostjo mediano.⁵²

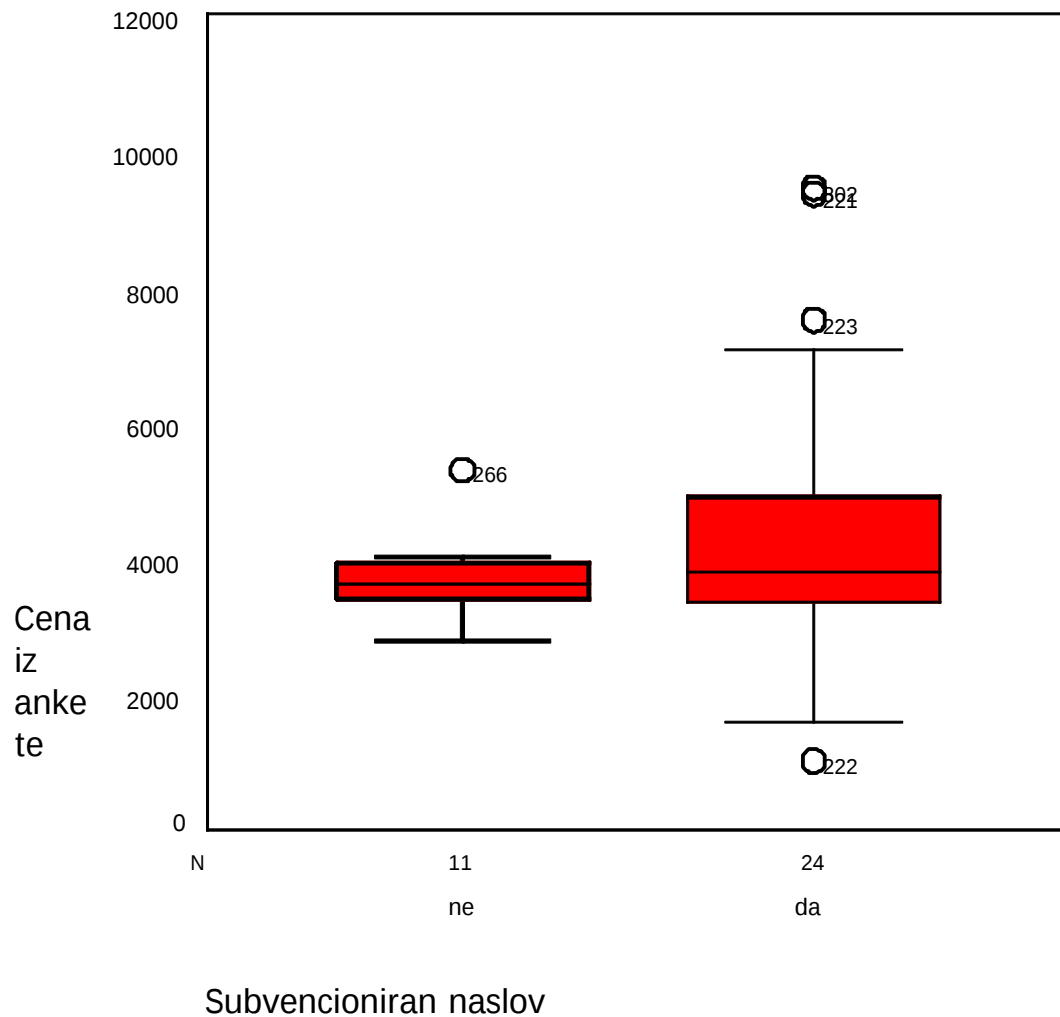
⁵² Merjenje z aritmetično sredino je primerno za enote, kjer so vrednosti normalno porazdeljene in bi jih bilo mogoče opisati z zvončasto krivuljo. Kadar pa so razlike med vrednostimi enot velike, krivulja pa bi bila razpotegnjena in nepravilna, je merjenje teh enot primernejše z mediano. Še hitra pomoč pri branju grafikona: na tabeli 22, na primer, rdeči (ali sivi, odvisno od tiskalnika) pravokotnik zajema vrednosti polovice vseh enot. Če mediana ni na sredini pravokotnika, pomeni, da je več enot v tistem delu, ki je ožji, ne širši. Črni črti spodaj in zgoraj označujeta najvišjo in najnižjo vrednost, ki še ni »tujek«. Krogci in zvezdice onkraj črnih črt pa označujejo izjemno visoke ali nizke vrednosti.

Tabela 22: grafikon kvantilov cen knjižnih naslovov pri gospodarskih družbah



V tabeli 22 vidimo, da mediana subvencioniranih naslovov (5300 SIT) malce zaostaja za nesubvencioniranimi naslovi (5490 SIT). Kvadrat, ki predstavlja polovični delež vseh cen, je malce bolj raztegnjen pri nesubvencioniranih naslovih kakor pri subvencioniranih. Pa tudi skrajni črni črti sta pri nesubvencioniranih naslovih bolj razmaknjeni med najnižjo in najvišjo ceno.

Tabela 23: grafikon kvantilov cen knjižnih naslovov pri zavodih in društvih

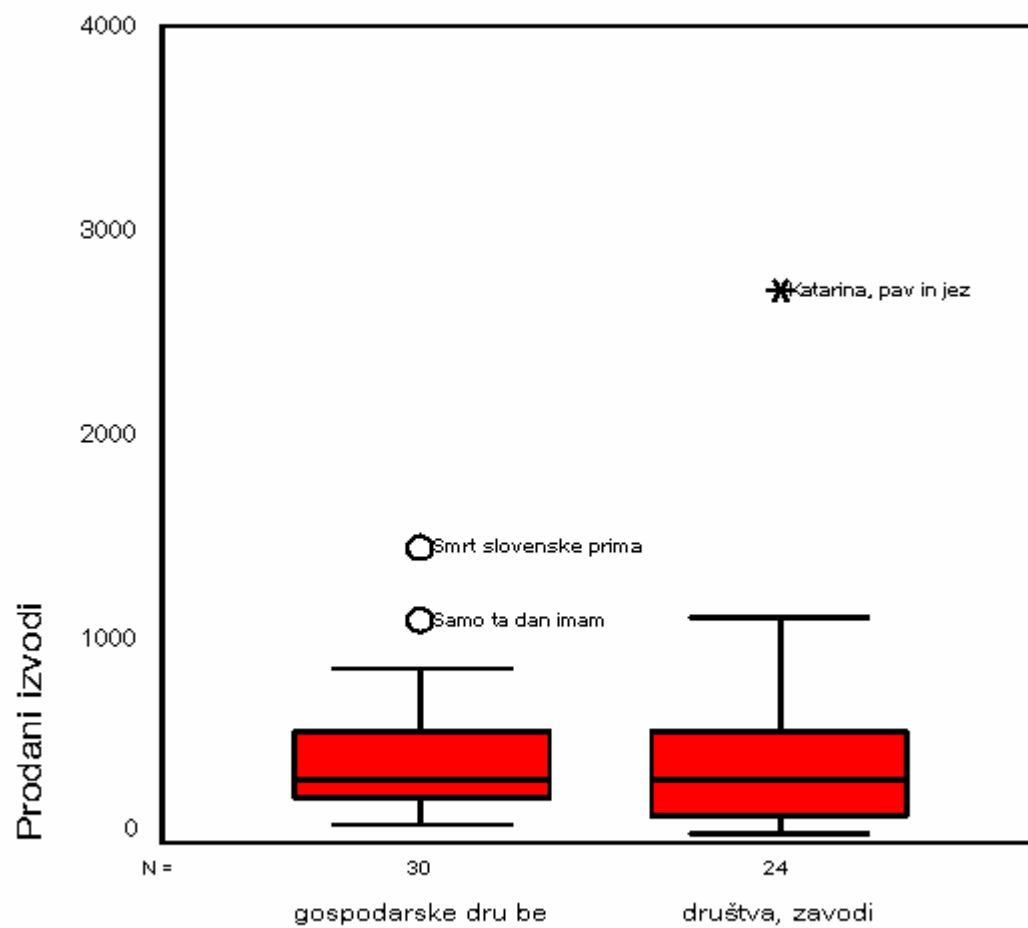


Še bolj skupaj sta mediani nesubvencioniranih naslovov (3600 SIT) in subvencioniranih naslovov (3800 SIT), ki so izšli pri zavodih ali društvih. A cene teh naslovov so bistveno nižje od cen gospodarskih družb: če upoštevamo vse naslove s področja leposlovja, subvencioniranih in nesubvencioniranih, je mediana cen naslovov pri gospodarskih družbah 5363 SIT, pri zavodih in društvih pa 3700 SIT. Knjižni naslov torej, ki ga pripravi in izda društvo ali zavod, je na splošno dosti cenejši od tistega, ki ga izda gospodarska družba.

Podatki o nakladah niso presenetljivi: mediana naklade nesubvencioniranih naslovov gospodarskih družb je precej višja (1530) od mediane subvencioniranih naslovov (672), ta pa je malce višja od mediane subvencioniranega naslova pri zavodih in društvih (602). V prilogi so priloženi sezname avtorjev in naslovov knjig, iz katerih je razvidno, da navadno v okviru nesubvencioniranega programa gospodarskih družb izhaja nezahtevna literatura, ki bi ga lahko opisali tudi kot anglosaksonski *bestseller*, zato so naklade teh knjižnih naslovov razumljivo višje od ostalih subvencioniranih leposlovnih programov in nesubvencioniranega programa zavodov in društev.

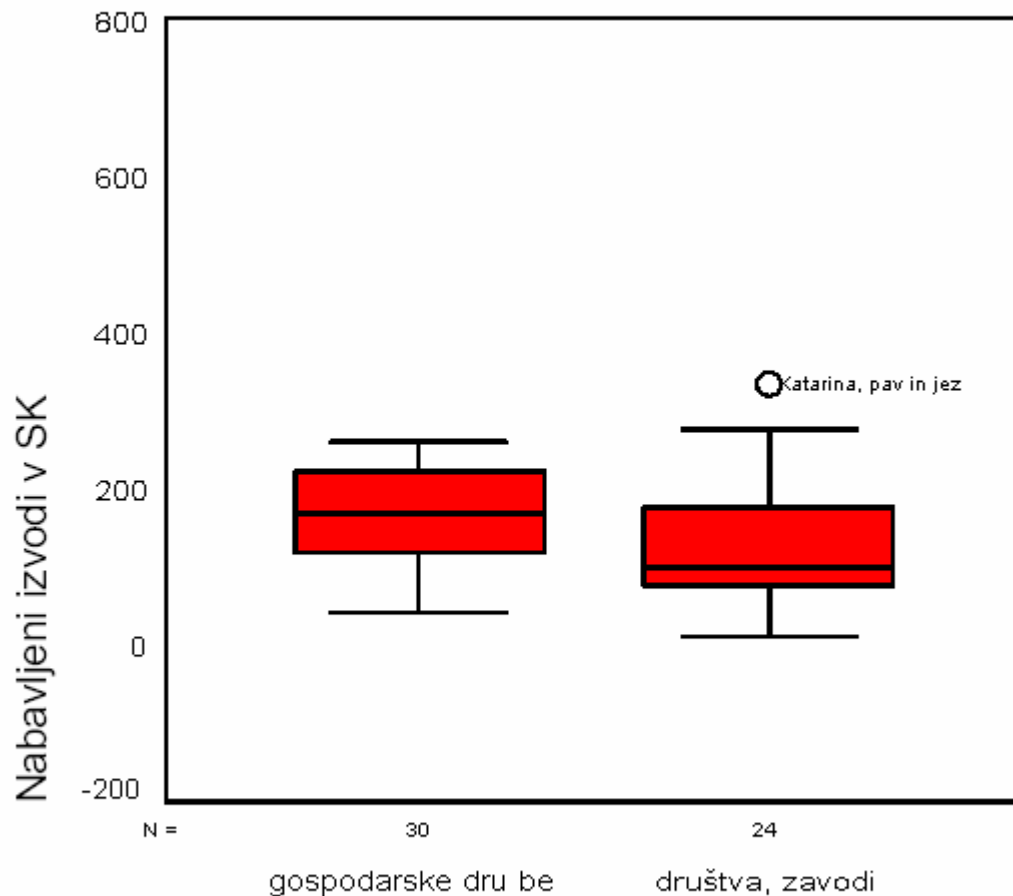
Gospodarske družbe in zavodi ali društva pa dosegajo tudi pri prodaji zelo podobne rezultate: mediana prodaje subvencioniranih knjig gospodarskih družb je 300, društev in zavodov pa 302. Prodaja nesubvencioniranih knjig pri gospodarskih družbah je razumljivo trikrat večja (865), a pri izdaji subvencioniranih knjižnih naslovih so zavodi in društva celo uspešnejši kakor gospodarske družbe. Spodnja tabela prikazuje prodajo subvencioniranih naslovov gospodarskih družb in zavodov ali društev, s krogom ali zvezdico pa so označeni naslovi, ki izstopajo po prodaji.

Tabela 24: prodaja subvencioniranih naslovov s področja leposlovja



Zelo zanimivi pa so podatki o odkupu splošnih knjižnic, saj je mediana odkupa subvencioniranih knjig gospodarskih družb skorajda še enkrat višja (169) od mediane odkupa zavodov in društev (98).

Tabela 25: Odkup subvencioniranih naslovov za splošne knjižnice



Do razlike pri knjižničnem odkupu prihaja deloma verjetno zaradi vsebine samih naslovov, ker gospodarske družbe v okviru subvencioniranega založniškega programa tiskajo »šolsko čtivo« in »temeljne zbirke slovenskega leposlovja«, ki imajo pri slovenskih knjižničarjih nedvomno prednost. Zbirke *Zbrana dela slovenskih pesnikov in pisateljev* in *Kondor* imata pri knjižnicah, ki svojo dejavnost razumejo v glavnem kot podporo učenju, prav gotovo prednost. Poleg tega pa so verjetno založniški programi manjših založb težje prepoznavni, manj agresivni pri oglaševanju, ki

si ga niti ne morejo privoščiti, zato težka pritegnejo pozornost knjižničarjev, ki odločajo o nakupu v javnih knjižnicah. Sklep, ki bi ga lahko izpeljali iz tega, je, da subvencija sama še ne zagotavlja tudi prisotnosti knjige v javnih knjižnicah, saj se knjižnice rajši odločajo za naslove založb, ki so medijsko agresivnejše, se pravi, ki imajo bolj razvito distribucijo in trženje. Morda bi lahko iz tega tudi sklepali, da knjižnice ne oblikujejo svoje nabave samostojno in da pri oblikovanju svoje nabave niso zelo izvirni, pač pa se udobno prepuščajo ponudbi založniškega trga, kjer so vplivnejši tisti, ki so močnejši.

Iz teh podatkov pa bi lahko izpeljali tudi sklep, da se javna politika subvencioniranja knjižnih naslovov razhaja s politiko nakupa v javnih knjižnicah. Medtem ko politika subvencioniranja podpira in spodbuja zahtevno družboslovno in leposlovno čtivo, knjižnice izposojajo in spodbujajo branje nezahtevnega čtiva. Za razhajanje politik subvencioniranja in nakupa gradiva za javne knjižnice so nedvomno krivi kompleksni vzroki:

1. Politika subvencioniranja knjižnih naslovov, na eni strani, podpira izključno elitne knjižne naslove s področij literature in raznih strokovnih disciplin. Ta cilj je nedvomno izjemno pomembno za kulturno politiko, a številni rezultati pričujoče raziskave opozarjajo, da tudi množične bralne kulture ni mogoče prepustiti zabavni industriji. Zato bi politika subvencioniranja knjižnih naslovov morala morda vključiti tudi knjižne programe, ki bi stregli potrebam širše publike in bi deloma nadomestili ponudbo anglosaksonskih *bestsellerjev*. Kriteriji za oblikovanje takšnih knjižnih programov pa bi morali biti kvalitetna uredniška priprava knjig, izobraževalni namen programov, bogato jezikovno izražanje, populariziranje zahtevne literature in strokovnih znanj brez podcenjevanje ciljnih bralnih skupin ipd.
2. Javne knjižnice pa so se, na drugi strani, prepustile ponudbi »kulturne industrije«, omejile so se na vlogo posrednika in, hkrati, ko so potisnile na stran svojo »odgovornost« do javnosti, so postale najzvestejši potrošnik »kulturne industrije«. Razloge za to stanje bomo pustili za zdaj ob strani, saj jih bo podrobno opisala Silva Novljan v nadaljevanju raziskave.

Tabela 26: izposoja na izvod nesubvencioniranih naslovov s področja leposlovja

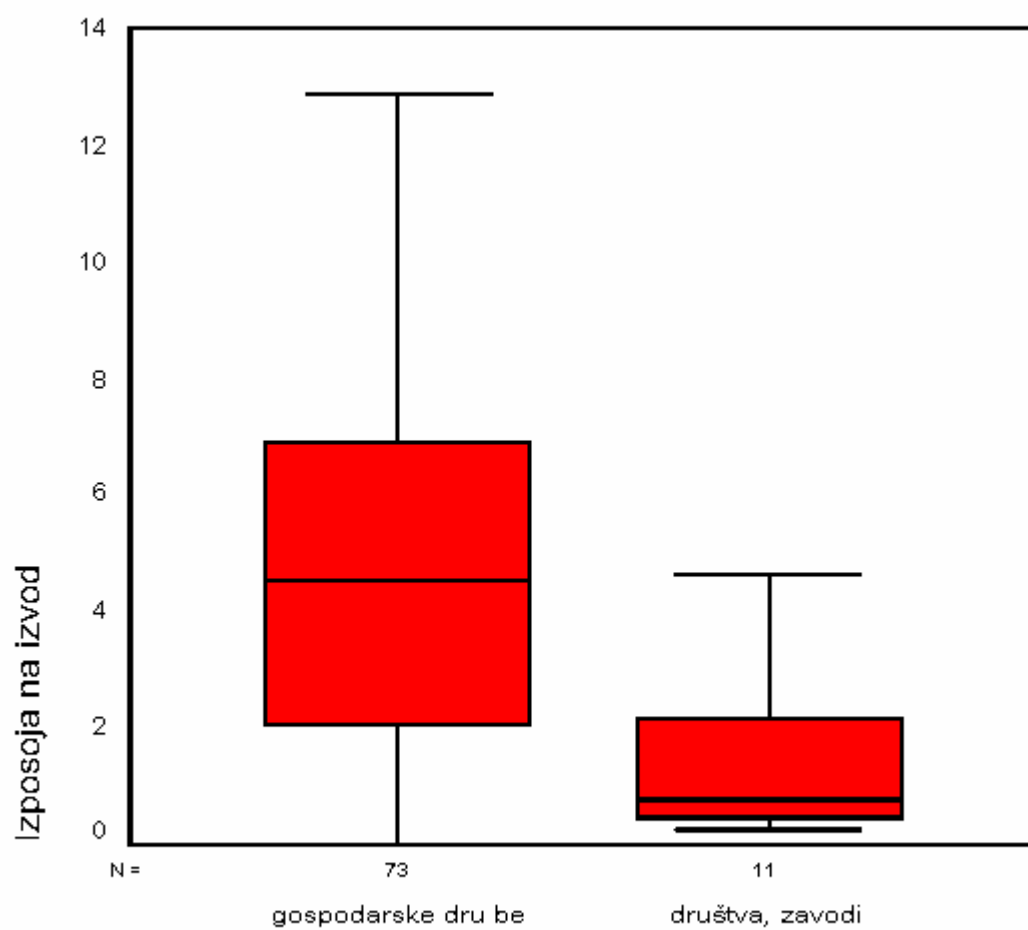
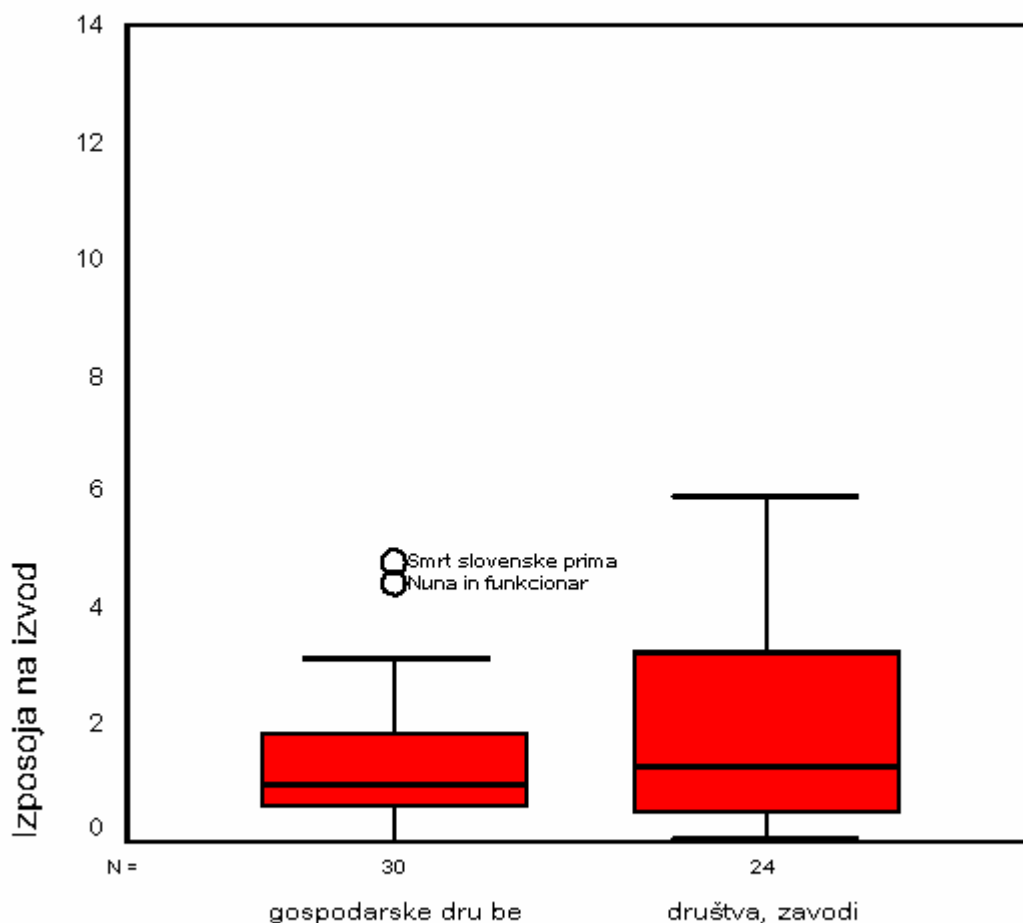


Tabela 27: izposoja na izvod subvencioniranih naslovov s področja leposlovja



Ta sklep potrjujeta zgornji tabeli, ki prikazujeta izposajo na izvod s področja leposlovja v splošnih knjižnicah. V letu 2001 so se manj zahtevna leposlovna čtiva iz leta 2000 izposodila kar 4,5-krat, medtem ko so se subvencionirani naslovi izposodili povprečno 1,2-krat: subvencionirane knjige gospodarskih družb so se izposodile 1-krat, subvencionirane knjige zavodov in društev pa 1,3-krat. Vsekakor bo politika na področju knjige in branja uspešnejša, ko bo obe politiki

subvencioniranja knjižnih naslovov in upravljanja javnih knjižnic podredila skupnemu cilju. To ni nepomembno, saj je raziskava potrdila korelacijo med številom izvodov, ki jih knjižnice imajo na voljo, in številu izposoj v knjižnicah, ki velja za oba tipa založbe: večji ko je bil nakup, več je bilo izposoj, in nasprotno.

Tabela 28: Odvisnost izposoje v javnih knjižnicah od števila knjižnih naslovov, ki so na voljo v knjižnicah (gospodarske družbe):

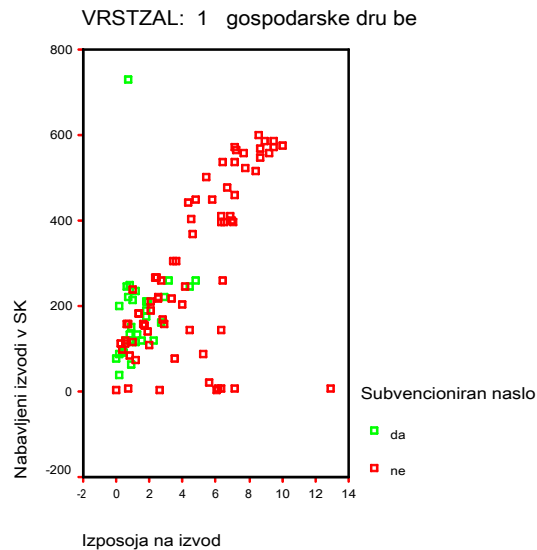
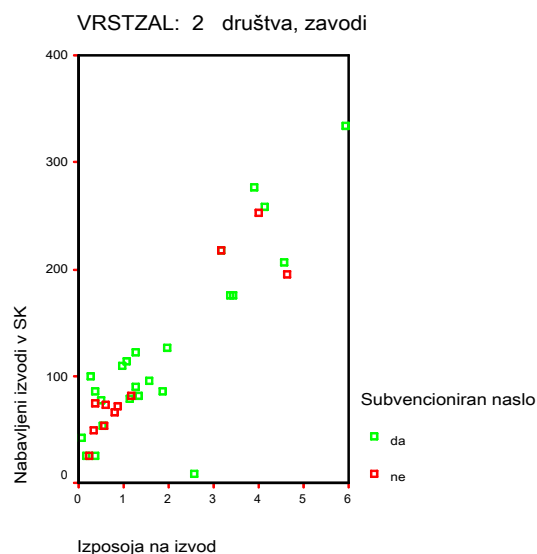


Tabela 29: Odvisnost izposoje v javnih knjižnicah od števila knjižnih naslovov, ki so na voljo v knjižnicah (zavodi in društva):



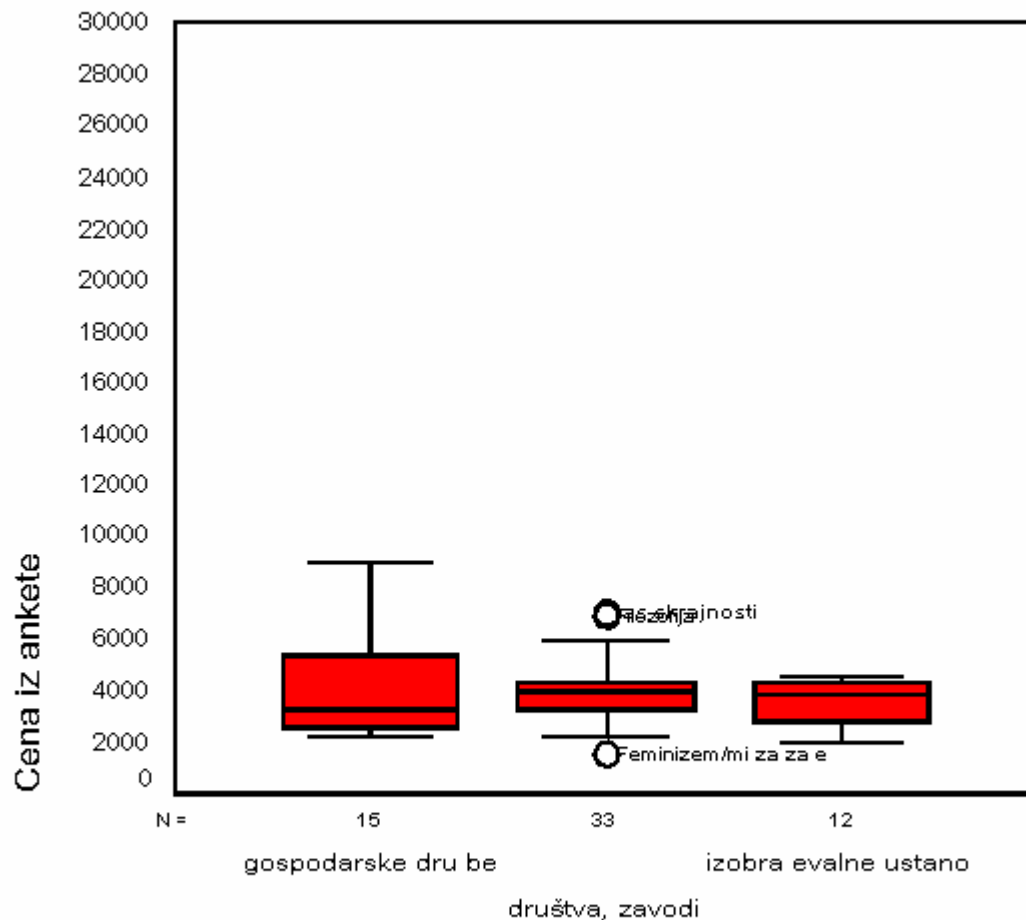
2.5.3.2. Družboslovje in humanistika

Pri družboslovju in humanistiki so razlike med različnimi tipi založb veliko manjše kakor na področju leposlovja. Na tem področju izdajajo knjižne naslove gospodarske družbe, zavodi ali društva, pa tudi izobraževalne ustanove. Z založniško anketo smo dobili podatke za skupaj 99 naslovov s področja družboslovja in humanistike, izmed katerih so gospodarske družbe izdale skupaj 25 naslovov, od tega 10 nesubvencioniranih (glej prilogo 18, str. 178) in 15 subvencioniranih (glej prilogo 19, str. 179), društva ali zavodi 49 naslovov, od tega 16 nesubvencioniranih (glej prilogo 20, str. 180) in 33 subvencioniranih (glej prilogo 21, str. 181) ter izobraževalne ustanove 25 naslovov, od tega 13 nesubvencioniranih (glej prilogo 22, str. 182) in 12 subvencioniranih (glej prilogo 23, str. 183).

Rezultati vseh treh založb so primerljivi, izstopajo le nesubvencionirani naslovi gospodarskih družb, kjer so rezultati nekoliko višji. Mediana naklade nesubvencioniranega naslova gospodarskih družb je 1180, prodaja 745, višja od drugih naslovov s tega področja pa je tudi cena 4740 SIT, medtem ko je odkup za splošne knjižnice precej nižji od tistega s področja leposlovja: knjižnice odkupijo povprečno le 110 izvodov za vse splošne knjižnice.

Drugi podatki založb, ki izdajajo družboslovje in humanistiko, so primerljivi, malce nižji od povprečja so le podatki za nesubvencionirane naslove zavodov ali društev in izobraževalnih ustanov, kar lahko pojasnimo z zelo verjetno razlago, da se pač založbe lotijo le manj tveganih in zahtevnih knjižnih naslovov brez dodatne podpore.

Tabela 30: cene subvencioniranih izdaj s področja družboslovja



Subvencionirani naslovi, kakor vidimo iz tabele 30, so na voljo za primerljive cene pri vseh tipih založb: 3240 SIT stanejo naslovi gospodarskih družb, 3940 SIT naslovi zavodov ali društev in 3888 SIT naslovi izobraževalnih ustanov. Prav tako so primerljive tudi naklade, vse okoli 500 izvodov; najmanj, 440 izvodov, imajo nesubvencionirani naslovi zavodov in društev, največ, 600 izvodov, pa subvencionirani naslovi gospodarskih družb, naklade nesubvencioniranih naslovov gospodarskih družb pa dosegajo celo 1180 izvodov.

Tabela 31: prodaja subvencioniranih naslovov s področja družboslovja in humanistike

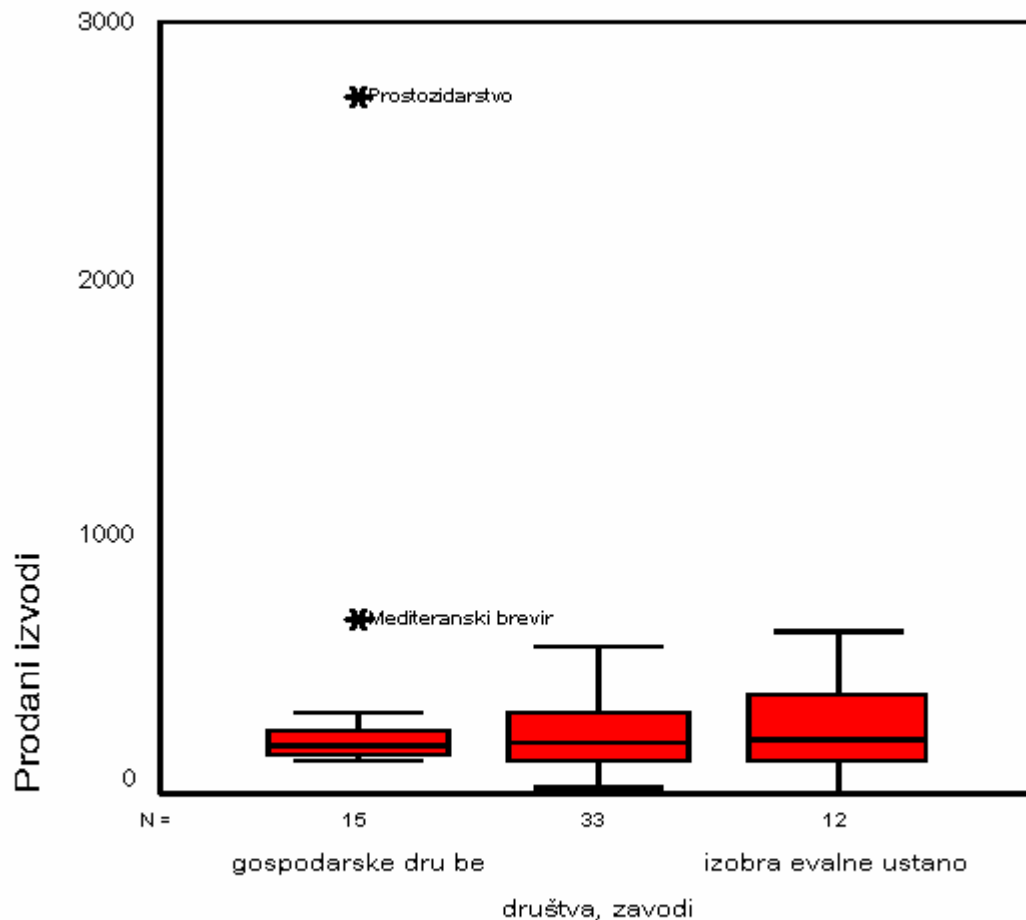
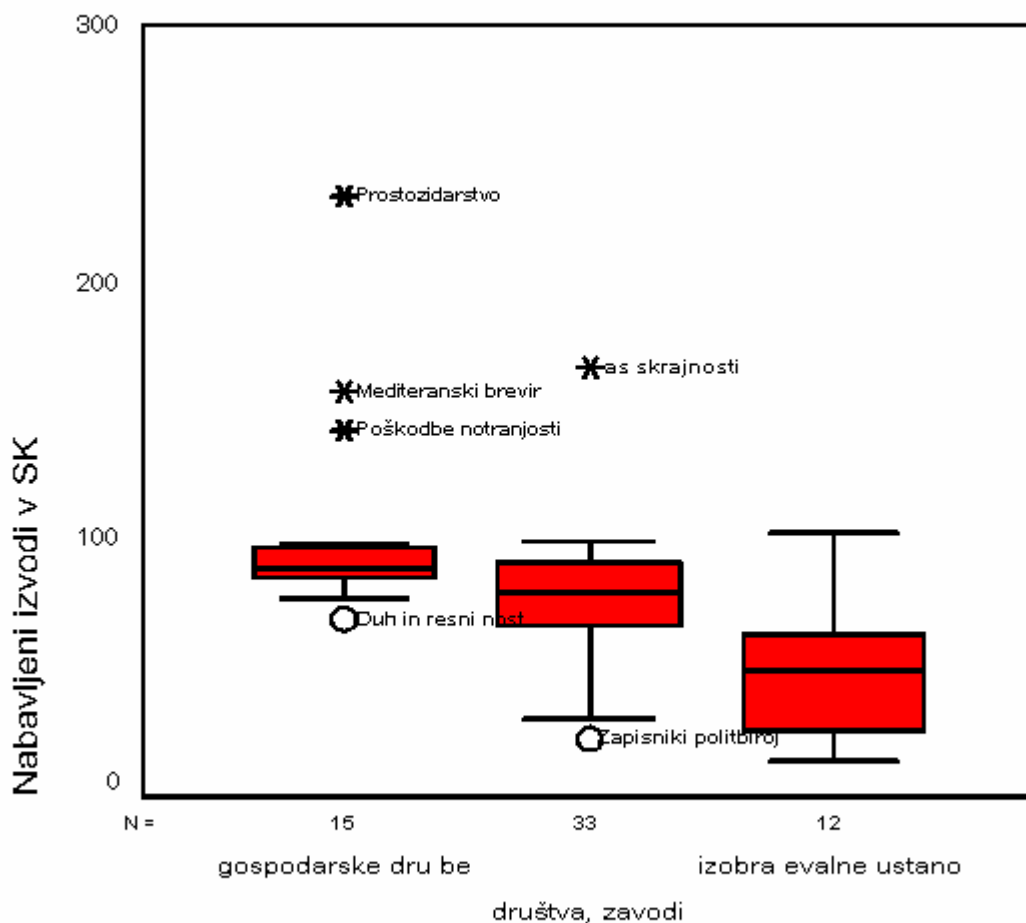


Tabela prikazuje dve »uspešnici« z družboslovnega področja, ki ju je izdala večja založba in subvencionirala država. Prodaja družboslovnih in humanističnih knjig je daleč najvišja pri nesubvencioniranih izvodih gospodarskih družb (745 izvodov, od česar odkup splošnih knjižnic predstavlja okoli 110 izvodov). Zgornja tabela (31) prikazuje število prodanih izvodov subvencioniranih naslovov: mediana prodaje je pri vseh založbah podobna in navadno dosega okoli 200 izvodov, prodaje posamičnih tipov založb se razlikujejo le v razmiku med najvišjo in najnižjo prodajo. Razmik je največji pri izobraževalnih institucijah, kar kaže, da je tam prodaja najbolj negotova, tudi zaradi bolj negotovega odkupa v knjižnicah. Četrtno ali dobro tretjino vseh prodanih izvodov založbe namreč oddajo splošnim knjižnicam: povprečno 45 izvodov knjižnega naslova izobraževalnih ustanov konča v knjižnicah, okoli 77 izvodov zavodov ali društev in 91

izvodov gospodarskih založb. Število izvodov, odkupljenih za knjižnice, je torej precej nižje kakor v primeru leposlovja in skupaj z obveznimi izvodi komajda jamči, da so subvencionirani izvodi prisotni v vseh splošnih knjižnicah. Podobno kakor na področju leposlovja je tudi za področje družboslovja in humanistike značilen manjši knjižnični odkup naslovov, ki jih izdajajo manjše založbe, se pravi, zavodi ali društva, četudi je ta razlika manj izrazita kakor pri leposlovju.

Tabela 32: Odkup subvencioniranih naslovov s področja družboslovja in humanistike za splošne knjižnice



Ob skromnem knjižničnem odkupu je nizka tudi mediana izposoje v splošnih knjižnicah — ali pa morda glede na okoliščine relativno visoka. Pri nesubvencioniranih izvodih gospodarskih družb (glej tabela 33) izposoja dosega skoraj 1,4 izposoje na izvod, pri zavodih ali društvih 0,6 izposoje na izvod in pri izobraževalnih ustanovah 1 izposoja na izvod.

Tabela 33: izposoja na izvod nesubvencioniranih naslovov v splošnih knjižnicah

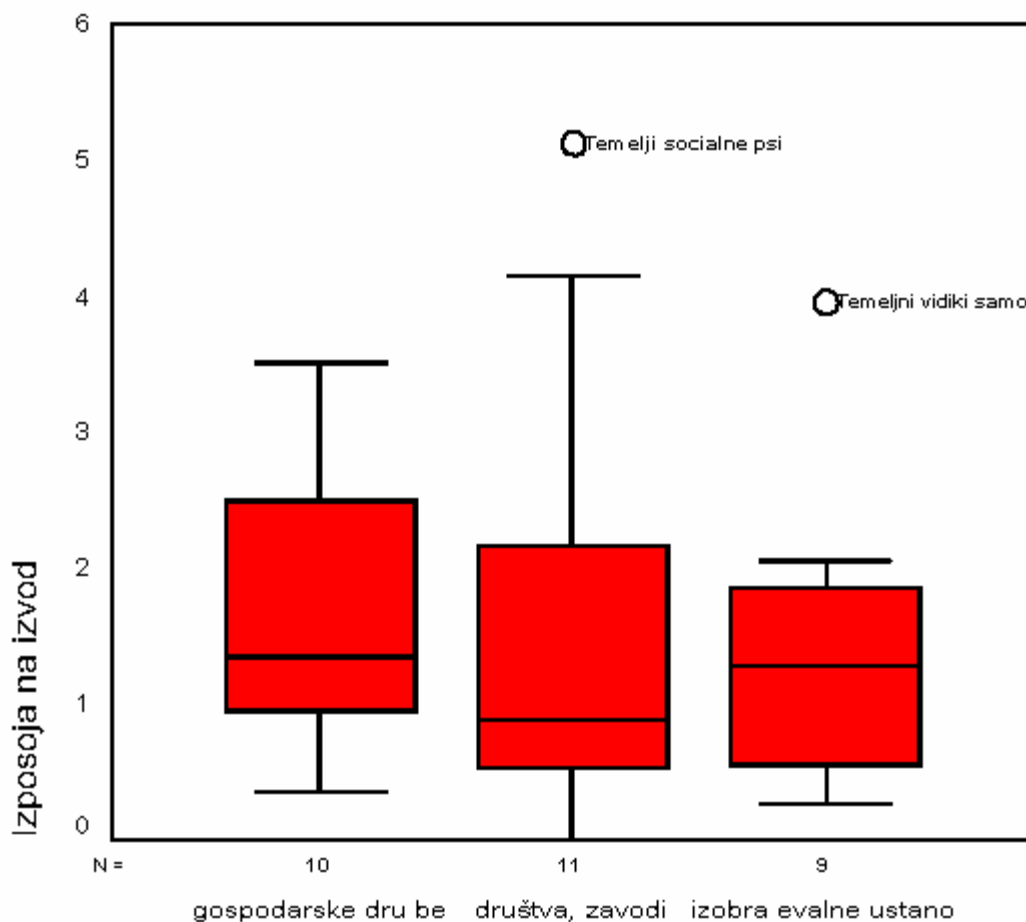
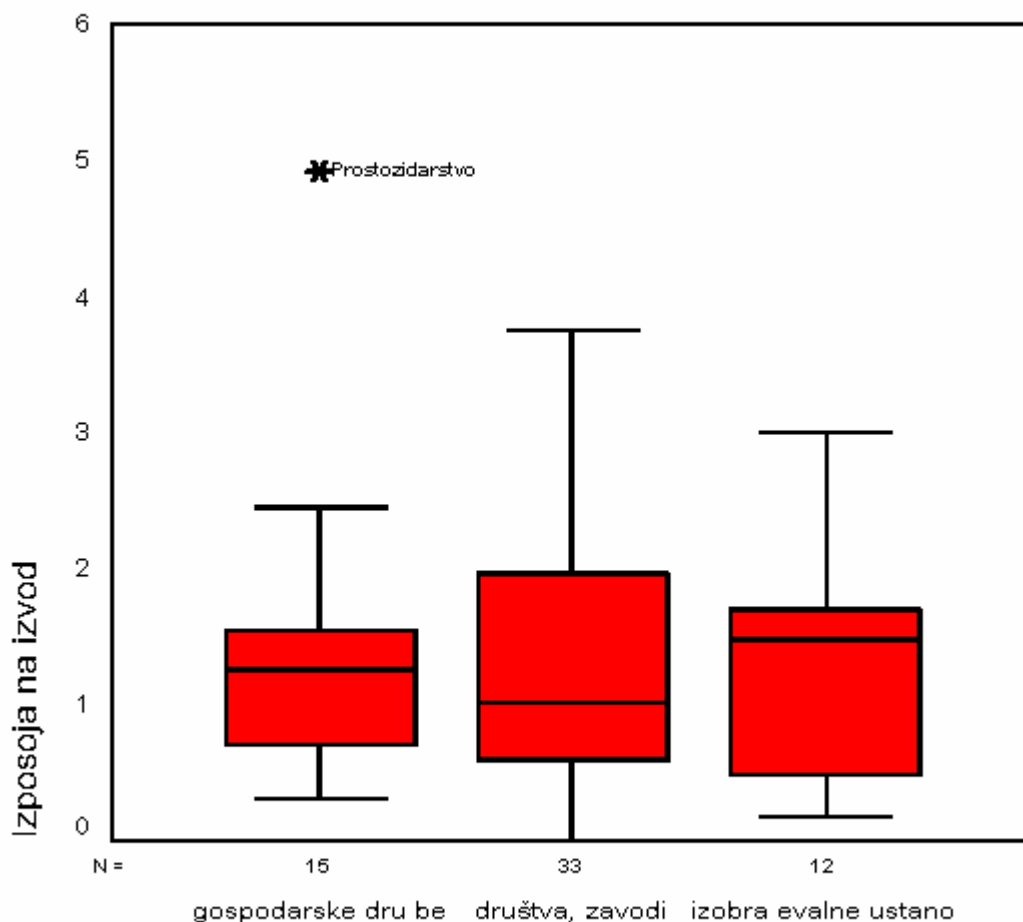


Tabela 34: izposoja na izvod subvencioniranega naslova v splošnih knjižnicah



Izposoja subvencioniranih naslovov (glej tabela 34) dosega pri gospodarskih družbah 1,3 izposoje na izvod, pri društvih ali zavodih 1 izposoja na izvod, pri izobraževalnih ustanovah pa 1,5 izposoje na izvod.

Prvi vtis iz zgornjih tabel je, da je izdajanje družboslovnih in humanističnih naslovov, razen nekaterih izjem, bibliofilska dejavnost. Žal vsaj tako ravnaajo z njimi splošne knjižnice. Ne poskrbijo, da bi bile te knjige na voljo v splošnih knjižnicah, za vse ostalo

pa verjetno še slabše: za predstavitev knjig, svetovanje o knjigah s tega področja ipd., itn. Če smo za področje leposlovja ugotovili, da potrebuje bolj usklajeno načrtovanje politike subvencioniranja knjižnih naslovov in politike upravljanja splošnih knjižnic, toliko bolj to opozorilo velja za področje družboslovja in humanistike.

2.6. PRIPOROČILA

1. Priporočamo, da se določijo sestavni obvezni deli uredniškega kolofona, med katerimi naj bi bila tudi naklada, leto izdaje, prva izdaja/dotisk/ponatis, izvirni naslov dela ipd. Podatek o nakladi in letu izdaje sta pomembna za statistično spremljanje založniške dejavnosti in bralnih kultur, zato predlagamo, da se navajanje naklade in letnica izdaje vpelje ponovno kot obveznost založnikov.
2. Predlagamo, da se vpelje fiksna cena za knjigo, ki bi veljala za vso Slovenijo. V raziskovalnem poročilu so navedeni številni razlogi za vpeljavo fiksne cene: dostopnost knjige za vse prebivalce in prebivalke Slovenije pod enakimi pogoji, zlasti pa je fiksna cena ugodna za spodbujanje manjših knjigarn in razvejene knjigarniške mreže. Knjigotrštvo zdaj že velja za »kulturno dejavnost«, fiksna cena pa bo omogočila učinkovito uveljavljanje tega načela.
3. Obstoječa praksa subvencioniranja knjižnih naslovov upošteva »vsebinske« kriterije, ne pa tudi sociopolitičnih. Zato predlagamo, da se pri oblikovanju kriterijev subvencioniranja upoštevajo tudi učinki, ki bi jih kulturna politika želela doseči pri splošni bralni kulturi: dvigovanje bralne kulture, izobraževanje, politično emancipacijo, dvigovanje jezikovne kulture ipd. Priporočamo podpiranje ambicioznejših založniških programov za odrasle in otroke, ki bi spodbujali kvalitetno literarno in strokovno branje raznih zvrsti in raznovrstnih kultur. Predvsem bi bilo smiselno omejevanje vpliva anglosaksonskih *bestsellerjev*, ki je v množični bralni kulturi doseglo pretirane razsežnosti; omejevanje pa bi morali doseči predvsem pri izposoji v javnih knjižnicah, kjer je branje *bestsellerjev* postala hegemonna bralna kultura. Takšna prizadevanja pa bodo uspešna le, če bodo na voljo nadomestni založniški programi, zato priporočamo podpiranje tistih založb in založniških programov, ki bi spodbujali zahtevnejše branje. Priporočamo pa tudi spodbujanje tistih založb, ki bi se odločile, da razširijo svoj program s prvih štirih založniških programov na druge.
4. Priporočamo programe informiranja knjigotržcev in knjižničarjev, ki bi se lahko, morda, na skupnih posvetovanjih seznanili z založniškimi programi in jih zatorej lažje predstavljali potencialnim bralcem in bralkam v knjigarnah ali knjižnicah. Prav gotovo pa priporočamo seznanjanje knjigotržcev in knjižničarjev vsaj s knjižnim programom, ki ga subvencionira država. Navsezadnje bi bil skrajni čas, da tudi v Sloveniji vzpostavimo informacijski servis »Books in Print«, ki je v državah z bolj razvitim založništvom nepogrešljivi informator o knjigah, ki so dostopne na trgu.

5. V raziskavi smo ugotovili tudi, da je poznavanje knjižnih naslovov slabo celo pri specialistih, ki skrbijo za nakup knjig v knjižnicah. To opozarja na slabo spremljanje novih knjižnih naslovov v časopisih in v elektronskih medijih, na neprimerno in nezadostno predstavljanje novih del, zato predlagamo, da se tudi v tej smeri poskrbi za boljše seznanjanje javnosti z založniško dejavnostjo, zlasti pa s subvencioniranim programom. Čeprav je informiranje o novih knjižnih izdajah odvisno od uredniške politike medijev, ki so pri tem popolnoma samostojni, bi lahko resorno ministrstvo uporabilo vsaj tiste inštrumente, ki jih ima na voljo (ne da bi posegalo v neodvisnost medijev), npr. s pomočjo ciljnih javnih razpisov za podelitve subvencij tistim medijem, ki s svojo uredniško politiko spodbujajo razvoj bralne kulture ipd.

6. Vsekakor priporočamo javni premislek o splošnem namenu, ki naj bi ga opravljale javne knjižnice. Raziskava je pokazala, da je zdajšnji »tihi družbeni dogovor« o bralni kulturi, da je vsako branje dobro, torej tudi anglosaksonskih *bestsellerjev*. Z raziskavo smo pokazali na učinke te kulturne politike, prav gotovo pa bi bilo vredno temeljitega premisleka, ali naj javne knjižnice še naprej opravljajo vlogo posrednika množične kulture ali pa naj si zadajo druge prioritete.

7. Raziskava je pokazala, da trenutno le institucija obveznega izvoda zagotavlja, da so vsi knjižni naslovi zastopani enakomerno po Sloveniji. Če bi zmanjšali število obveznih izvodov, bi ogrozili dostopnost zahtevnejših naslovov v perifernih regijah Slovenije, zato predlagamo, da se institucija obveznega izvoda ohrani v sedanji obliki.

8. Raziskava je pokazala, da je bralna kultura povezana z možnostjo izbire knjig v knjižnicah. Zato priporočamo, da se knjižnicam omogoča razvijati delovne pogoje (po priporočilih standardov), da bodo redno posodablale knjižnične zbirke v vseh svojih izposojevališčih, jih primerno predstavljale in omogočale prebivalcem samostojno izbiro.

9. Nazadnje priporočamo tudi redno spremljanje založniške dejavnosti po založniških programih, ki smo ga poskusno vpeljali v naši raziskavi. Vsekakor takšna klasifikacija ponuja boljši pregled nad založniško dejavnost, ker upošteva poleg vsebine knjižnih naslovov tudi njihovo »namembnost«, se pravi, katerim ciljnim skupinam so knjižni naslovi namenjeni. Takšni raziskovalni prijem zato omogoča kvalitativno oceno založništva in knjižničarstva, ne le kvantitativno. ov, ne le vsebine, pa tudi boljše spremljanje knjižnične izposoje. S kvalitativnim raziskovanjem bi bilo potrebno nadaljevati, ker je raziskava pokazala, da za zelo ugodnimi kazalci, kakor sta hitra rast števila novih knjižnih naslovov ali števila izposoj v javnih knjižnicah, prežita izrazita komercializacija knjižnih programov in prevladovanje nizke bralne kulture v javnih knjižnicah.