

Andrej Ilc

BITI UREDNIK¹

Ko sem prebral naslov, ki sem si ga na prošnjo Darje Lavrenčič Vrabec izmislil dobesedno v petih sekundah, sem se kar malo ustrašil! Obeta namreč tako rekoč ontološki, miselno domišljen uvid v bit početja, ki se ga grem že tretjino svojega življenja. Kaj takega bi gotovo zmogel moj cenjeni predhodnik na uredniškem mestu Niko Grafenauer. Kar sledi pa je bolj kot to praktična refleksija, poskus skice ideala, h kateremu stremim, a se mu le (pre)redko približam.

Začel bi s temile besedami Grahama Greena:

Najbrž je otroštvo edino obdobje, v katerem imajo knjige sploh kak resničen vpliv na nas. Pozneje v življenju jih sicer občudujemo, zabavajo nas in dodajajo k našim prepričanjem, vendar je v odraslosti veliko bolj verjetno, da bomo v knjigah našli le potrditve tega, kar je že zasidrano v naših mislih. /.../ Za otroka pa so vse knjige preroške, pripovedujejo mu o prihodnosti, in prav tako kot prerokba o dolgem potovanju ali smrti v vodi, knjige vplivajo na njegovo življenje. Najbrž je prav ta njihova moč tista, ki nas pri knjigah tako vznemirja.²

Ni se nam treba v celoti strinjati z Greenom, a dejstvo je, da se knjige, ki smo jih imeli priložnost brati v otroštvu, globoko vtisnejo v nas, in to tako slabe kot dobre. In tu že pridemo do vloge urednika in njegove neizmerne odgovornosti. V trenutku, ko pri nas izhaja več knjig za otroke in mladino kot kdajkoli, se moramo najbrž vprašati tole: zakaj bi otrokom dajali slabe knjige, če je toliko dobrih? Vizija Ursule Nordstrom, legendarne urednice pri ameriški založbi Harper Collins, nekakšne tamkajšnje Kristine Brenkove, osebe, ki je svetu med drugim odkrila Maurica Sendaka, izdajala pa tudi Shela Silversteina in Tomija Ungererja, je bila zelo preprosta: izdajati »dobre knjige za poredne otroke«. Svoje delo je med drugim videla tudi v tem, da nekako »spravi knjige mimo staršev, ki jih kupujejo«, do otrok, v prepričanju, da se bodo znali ustvarjalno odzvati na dela ustvarjalnih posameznikov. Urednik (v zgodovini tega dela založništva so sicer eminentne urednice v večini – moški so se očitno raje ukvarjali s po njihovem mnenju resnejšimi rečmi) se po mojem mnenju ne sme preveč obremenjevati s tem, kaj je primerno za otroke ali kaj imajo otroci radi. Nasprotno: mora jim zaupati in spoštovati njihovo zmožnost razumevanja. Enako mora dosledno zahtevati tudi od »svojih« avtorjev. Drugače hitro pristanemo pri didaktičnosti, ki je v sodobni produkciji žal mrgoli. Priznam,

¹ Besedilo je bilo v nekoliko spremenjeni obliki predstavljeno v okviru Strokovne srede 9. 2. 2011 v Mestni knjižnici Ljubljana.

² Graham Greene: Izgubljeno otroštvo. Prevedla Špela Breclj. V: *Sodobnost* 4/2011, str. 434–438.

da besedil, ki že vnaprej obljublajo, da bodo otroke naučila tega in onega, skoraj nikoli ne preberem do konca. Slikanice, ki vzgajajo ubogljive, čustveno programirane potrošnike, se mi ne zdijo nič manjši problem od slikanic, ki so poskušale otroke navdušiti za kako od minulih ideoloških opcij.

Kako potem osrečiti urednika? Čisto preprosto: tako kot otroka. Z dobro zgodbo. Samo to je pomembno. Lahko je čisto nova ali pa tudi ne, samo da je povedana na prepričljiv, jasen, avtentičen način. Otroci so dejansko pametnejši, kot si navadno predstavljamo odrasli. Vedo, kdaj glas, ki jih nagovarja, ni pristen. In ko se to zgodi, je zgodba v težavah. Morda bo zdržala branje ali dve, gotovo pa ne petsto, kot bi jih morala. Sporočilo mora biti vedno v službi zgodbe, ne obratno. Naravnost k sporočilu je smrt iskrene literarne izmenjave z otroki.

Kaj je še pomembno? Jezik. Slikanica, na primer, mora biti, z Bachovimi besedami, dobro uglašena. Toliko opevani navdih je samo osnova, bistvena je struktura, notranja konsistenca. Pisanje in urejanje slikanic je enako zahtevno kot pisanje in urejanje dobre poezije. Nekdo je slikanico primerjal s sonetom: tudi v njej ne sme biti enega samega zloga preveč. Ena napačna nota lahko uniči vse. Italo Calvino je v svojih *Ameriških predavanjih* pisal o »izrazni ekonomiji«. Že omenjeni Maurice Sendak, avtor nekaterih ključnih avtorskih slikanic, je nekoč zapisal: »Zame se vse začne s pisanjem. Nikoli nisem porabil manj kot dve leti za besedilo posamezne slikanice, čeprav imajo v povprečju le 380 besed.« (Sam sem kot nekakšen ideal izrazne ekonomije avtorjem pogosto priporočal meni zelo ljubega Toona Tellegena, ki zna na poldrugi strani povedati vse, kar je pomembno, in to z najpreprostejšimi besedami.) Da bi se na koncu izšlo, je, skratka, potreben filigranski pristop in poglobljeno sodelovanje med avtorjem, ilustratorjem in uredniki (govorim v množini, ker sta »v igri« še likovni urednik in urednik oblikovalec).

Iz doslej povedanega se mogoče že da slutiti, kaj me kot urednika vodi pri odločanju in izbiri. Večkrat so me že vprašali, kako se odločam, in moj odgovor je bil za marsikoga presenetljivo neotipljiv: govoril sem nekaj o »nosu«, pa intuiciji in podobnem. Včasih sem se zatekel kar k angleščini: *gut feeling*. Precej prozaično, vem. Ta slavni uredniški »nos« oziroma *gut feeling* je nekakšna mešanica določene količine daru in »kilometrince«, izkušenj, tako bralnih kot drugih, ki se naberejo v tem »poslu«. Tudi tiste »iz druge roke«, recimo knjižničarske ali knjigotrške, so neprecenljive. Uredniki si pogosto ne upamo priznati, da pomembno vlogo pri naših izbirah igra tudi osebni okus. (Avtorji, ki doživijo zavrnitev, se lahko tolažijo s tem, da očitno niso po našem okusu, medtem ko nekateri, ki jih neprestano objavljamo, to očitno so.) A trdim: dober (osebni) okus je predpogoj za to, da je lahko nekdo dober urednik. Tisti, ki ima okus, je izbirčen, in to je za knjige samo dobro. (Kristina Brenkova je to povzela takole: »Nisem bila samo firbčna, bila sem tudi zelo izbirčna.«) Seveda zgolj okus ni dovolj, pa če je še tako dober. Tveganje in koraki v neznanu so neizogiben del igre. Vsi uredniki s(m)o zmotljivi, vseeno pa morajo za to, da preživijo, imeti ugodno razmerje med zadetki v polno in strelji v prazno. In še: ne streljajte na urednika, kadar se zmoti, temveč si, preden mu sodite, ogledjte večjo sliko – njegov program. Kot je nekje izrekel kolega Zdravko Duša, ki ima kaj pokazati: »Urednik ne izbira naslovov, ampak kreira program.«

Več kot en šef me je poskušal prepričati, da je sicer lepo, če imamo ideale, a je najbolje, da jih pustimo doma. Ni res. Založništvo dandanes sicer poka od pragmatičnosti in cinizma, a vse, kar se v njem zgodi kakovostnega in trajnega, se zgodi zato, ker je nekdo v nekaj iskreno verjel, ker je imel nek ideal, ki mu je predano

in pogosto tudi vztrajno in trmasto sledil. Brez idealov, prepričanja, odločnosti, predanosti, vztrajnosti, trme in tveganja (meje sočasne, ves čas jih je treba preizkušati) ni dobrega urednika. (Po tihem si želim, da bil eden zaščitnih znakov dobrega urednika tudi večno nastlana miza in nepospravljena pisarna.)

Ivan Minatti, še eden velikih predhodnikov, prvi urednik zbirke Sinji galeb, mi je pred kratkim zaupal, da mu niti malo ni bilo lahko, ko se je odločil v program uvrstiti Saint-Exupéryjevega *Malega princa*. Tedanji glavni urednik se mu je zoperstavil z mnenjem, da je zgodba »preveč idealistična«, tudi prodajne službe so zmajevale z glavo in knjiga se sprva dejansko ni dobro prodajala. Ostalo je zgodovina. *Mali princ* je štirideset let in dvaindvajset ponatisov pozneje ena največjih uspešnic v zgodovini največje slovenske založbe. Marsikatero uredniško odločitev je kot pravilno potrdil šele čas.

Urednik v svojem življenju vstopa v dve vrsti odnosov. Prvi je z delodajalcem in ta je praviloma dosti bolj enoznačen. Antagonizem med uredniki in njihovimi delodajalci, ki jih najpogosteje poosebljajo kar prodajne službe, je večer, pogosto vzajemno prezirljiv in se ga da reducirati na razmerje med poslovnežem in umetnikom, s tem da je urednik anonimni umetnik, ki pušča sled z nevidnim črnilom. (Michael Kandel, urednik še ene meni zelo ljube avtorice Ursule K. Le Guin, je urednika posrečeno primerjal s slednim psom, njegovega delodajalca (založnika) pa z lovcem s puško.) V založniški dinamiki so uredniki nadloga in to draga, saj komplicirajo življenje in s svojimi nenehnimi pomisleki ovirajo in podaljšujejo proces nastanka knjige. Namenoma sem pretiraval, čeprav kakršne koli podobnosti z resničnim življenjem niso nenamerne.

Druga vrsta odnosa je seveda tista z avtorji. Ta je dosti bolj kompleksna. Urednik je v tem primeru prisiljen biti marsikaj: pedanten, nepopustljiv trener in oboževalec, potrpežljiv priganjalec (s kolegom urednikom smo pred kratkim pripeljali do uredniškega projekta, ki je trajal kar deset let – ni bilo zaman!), provokator in zaupnik, tudi nadomestna mama, če je treba (no, morda tudi zato med uspešnimi uredniki knjig za otroke in mladino prevladujejo ženske?). To, da urednik avtorju bolj ali manj zvito predlaga spremembe in izboljšave, je samoumevno, to, da avtorji, ki dobro vedo, da uredniki dajejo predloge, ne ukaze, nekatere sprejmejo, druge pa ne, prav tako. Ursula Nordstrom je verjela, da je vsak od njenih avtorjev genij, ki ga je potrebno negovati, spodbujati in mu omogočati, da bo naredil tisto, za kar je bil namenjen: čudovito knjigo. Uredniki smo tukaj zato, da avtorjem, kot se je v nedavnem intervjuju lepo izrazil Tomaž Pengov, dajemo pravi veter in napihujemo jadra. In ja: ko se enkrat odločimo zanje, nimamo druge izbire, kot da se iz slednih psov prelevimo v najbolj zveste pse čuvaje.

Moje trdno prepričanje je, da prav vsaka knjiga potrebuje urednika, danes nič manj kot nekoč. Splošno prepričanje, ki ga potrjuje tudi praksa, je, da se danes urednikuje manj in slabše kot nekoč. Knjig je preprosto preveč, po drugi strani pa je treba samokritično priznati, da v sodobnem založništvu na urednike prežijo številne (birokratske) skušnjave, ki nas vabijo stran od osnovnega poslanstva. (Drug problem so založbe, ki urednikov niti nimajo in knjige samo izdajajo – dobresedno.) To je velika škoda. Knjigi, ki ji je bila namenjena ustrezna uredniška pozornost, se to namreč vedno pozna (vsi pravijo: Kako dober avtor!), knjigi, ki ni imela te sreče, pa prav tako (vsi pravijo: Je ta knjiga sploh imela urednika?).