



dr. Samo Rugelj

Negotove poti slovenskega založništva

Pred dnevi je prijatelj poslovno odšel v Beograd, pa sem ga prosil, naj mi prinese zadnjo knjigo Paula Austerja *Zimski dnevnik* (nekakšen drugi del njegove avtobiografije, ki jo je začel pred tremi desetletji z delom *Iznajdba samote*), za katero sem vedel, da so jo pred kratkim prevedli pri Geopoetiki, srbski založbi, ki jo spremljam od svojega zadnjega obiska beograjskega knjižnega sejma. Po njegovi vrnitvi sva se dobila na kavi, izročil mi je broširano knjigo, ko pa sem mu hotel poplačati kupnino, je samo odmahnil z roko, češ, pusti, saj je bila samo dobrih sedem evrov. (Za primerjavo: v Angliji ta knjiga v trdi vezavi v knjigarnah stane, preračunano v evre, dobrih 21 evrov, broširana pa bo izšla šele konec leta 2013; če si trdo vezano prek angleškega Amazona naročite v Slovenijo, vas pride 17 evrov, podobno vsoto pa plačate tudi, če si jo v Slovenijo naročite prek ameriškega Amazona. Tudi mehko vezana angleška knjiga bo predvidoma dražja od srbske izdaje.) Zahvalil sem se mu za darilo, ga v zameno povabil, naj še kaj naroči na moj račun, ob tem pa pripomnil, da bi pri nas ta knjiga, če bi izšla, stala najmanj trikrat več in bi morala za to, da bi sploh izšla, najbrž dobiti subvencijo. Glede na to, da prijatelj ni iz knjižnega posla, na splošno pa je v ekonomiji zelo domač, ga je paradoksalna primerjava takoj pritegnila in zastavil mi je nagradno vprašanje: Kako je to mogoče? Zares, sem pomislil sam pri sebi, kako je to mogoče. Potem pa sem zajel sapo in začel: Da ti bi lahko odgovoril na to vprašanje, se moram najprej vrniti približno četrto stoletja nazaj ...

Slovenska knjižna panoga pred četrto stoletja

Pred četrto stoletja se je roman odgovornega urednika Sodobnosti *Čarovnikov vajenec* skoraj zlahka prodajal v deset tisočih izvodih, večina

kakovostnega prevodnega leposlovja pa je bila tiskana v tri, štiri tisoč izvodih in se je po spodobnih, a ne previsokih cenah relativno hitro prodala. Tudi s slovenskim leposlovjem je bilo podobno: že omenjeni *Čarovnikov vajenec* je pri Pomurski založbi v prvem natisu leta 1987 izšel v šest tisoč izvodih (in bil potem še mnogokrat ponatisnjen), *Mistifikcije* Branka Gradišnika, relativno hermetična zbirka kratkih zgodb, je istega leta pri založbi Borec izšla v tri tisoč izvodih. Založb, ki sta izdali ti dve knjigi, nisem navedel po naključju: s tem želim prikazati, da visoke naklade knjig niso bile le domena velikih založb. Časi za založništvo so bili torej v primerjavi z današnjimi precej boljši, knjižnih naslovov je bilo precej manj (manj kot dva tisoč na leto) in knjige so se v pomembnem deležu prodajale individualnim kupcem. Imeti knjigo doma je bila vrednota, trda vezava knjige je bila standardna izdaja in mehke, broširane izdaje knjig so na Slovenskem veljale za nekaj skoraj nespodobnega, za nekaj, kar si skoraj ne zasluži plasmaja na trg.

Naslednje leto, torej leta 1988, je prišlo do pomembne formalnopravne spremembe na področju jugoslovanske gospodarske zakonodaje, in sicer do sprejetja Zakona o podjetjih. Ta je odprl vrata kapitalizmu v Jugoslavijo, omogočil zasebno podjetniško pobudo in bil, tako je moje osebno mnenje, poleg kulturnega vrenja v Sloveniji ob koncu osemdesetih let eden pomembnih razlogov za relativno hiter prihodnji razpad bivše skupne domovine, saj je Slovenija tudi gospodarsko in podjetniško močno odstopala od ostalih republik. Zakon o podjetjih je, skupaj s poznejšim konceptom privatizacije, usodno posegel tudi na področje slovenskega založništva, saj je v letih, ki so sledila, povzročil raznovrstno poslovno vrenje znotraj založb in med njimi, poskuse medsebojnega uničevanja in kupovanja ter vnovičnega prilaščanja tedaj spet nikogaršnje zemlje na določenih delih slovenskega založniškega trga. Konsolidacija slovenskega založništva je trajala kakih deset let, do konca devetdesetih, hkrati pa je bilo to prvo pomembno križišče, kjer sta se slovenski knjižni trg, s tem pa tudi slovenska knjižna kultura, razcepila.

Poglejmo najprej založniško smer, pri kateri so se v tem desetletju zgodili pomembni strukturni procesi, ki jih lahko razvrstimo v tri kategorije: a) večina iz socializma izhajajočih manjših založb je razpadla, saj se ni zmogla uspešno prestrukturirati v zasebno podjetniško sfero, njihova osnovna sredstva pa so bila tako nizka, da niso pritegnila nobene pozornosti v okviru certifikatske privatizacije; b) veliki založniški trojček (Mladinska knjiga, Cankarjeva založba in Državna založba Slovenije) se je konsolidiral v dva velikana s povsem različnima poslovnima politikama:

Mladinska knjiga je pripojila Cankarjevo založbo in se začela intenzivno ukvarjati s svojo osnovno dejavnostjo, torej izdajanjem in prodajanjem knjig, Državna založba Slovenije pa je svoje prihodnje prioritete našla v drugih poslovnih aktivnostih, založniški program je počasi opuščala, v svojem poslovnem portfelju pa je zadržala izjemno močno in vplivno trgovsko verigo knjigarn; c) poslovne priložnosti in osebni interesi so tako na slovenski knjižni trg pripeljali nove založbe, na eni strani tiste z jasnimi lastniki, z različnim kulturnim ozadjem in z raznimi poslovnimi vizijami, na drugi strani pa tudi tiste, ki so v spremenjenih razmerah videli svoje novo kulturno poslanstvo ter so se v obliki raznih zavodov in društev zavezali izdajati kakovostne knjige v javnem interesu.

Medtem ko so se založniki "postavljali na novo", v novih, kapitalističnih okoliščinah, so splošne knjižnice gradile na obstoječem. V praksi je to pomenilo, da so se v devetdesetih letih razširile, modernizirale, vpeljale finančno strožjo poslovno politiko knjižnične nabave, se strokovno okrepile in močno povečale svoj kulturni vpliv. Samo med letoma 1995 in 2000 se je, kot kažejo statistični pregledi, število izposoj v splošnih knjižnicah povečalo z 12,8 milijona na 19,3 milijona oziroma za skoraj natančno petdeset odstotkov (v naslednjih desetih letih je bilo povišanje potem "samo" še 20-odstotno). Za približno toliko se je dvignil tudi obisk knjižnic (s 5,3 milijona na 7,4 milijona obiskovalcev na leto, kar je pomenilo, da so bili obiski knjižnic precej pogostejši kot poprej).

Do konca devetdesetih let se je slovensko založništvo torej vsestransko prilagajalo novim situacijam, nekatere njegove veje so propadale, druge so rasle nove, ki pa so se seveda spopadale tudi z začetniškimi težavami (vzpostavljanje kakršne koli resnejše podjetniške poslovne operacije "z nule" je v tistih časih trajalo od pet do deset let), medtem pa je splošni knjižnični sistem delal v dokaj normalnih pogojih, kar mu je, ob zavzetem in strokovnem delu, omogočilo vsestranski porast uporabnikov in storitev.

Ta dogajanja v knjižni panogi so bila seveda zavita v splošni družbeno-ekonomski kontekst. Od konca osemdesetih do konca devetdesetih let so se v Sloveniji lepo ugnezdile kapitalistične vrednote in stil življenja, ki pa v novodobnem potrošništvu ni našel ustreznega odmeva pri kupovanju knjig, kjer je prišlo do novega razkola: knjiga je pri večinskem prebivalstvu začela izgubljati simbolno vrednost, hkrati pa ni pridobila ustrežno visoke in razširjene tržne vrednosti. To drugo križišče slovenske knjižne kulture lepo ponazori eminentna prevodna leposlovna zbirka XX. stoletje, ki je izhajala od leta 1993 do konca tisočletja. Eden njenih urednikov, Zdravo Duša, je ob neki priložnosti dejal, da je šlo, vsaj kar se njihove založbe tiče, za zadnji poskus, da bi v skladu s tržnimi zakonitostmi

splasilali leposlovno knjižno zbirko. Njena usoda je znana: prve knjige iz zbirke so še izhajale v nakladi okoli tri tisoč izvodov (prva knjiga, ki naj bi ponazorila nivo zbirke, je bil *Ulikses*), zadnje pa so izhajale samo še v nakladi okoli osemsto izvodov. Za padec, ki je hkrati pomenil sestop iz tržne v netržno kategorijo, ta pa je v svojem poznejšem nastajanju od tedaj naprej usodno odvisna od pritoka javnega denarja, je bilo potrebnih samo dobrih pet let, ki sovpadajo z velikim skokom knjižničnega obiska.

Založniki so seveda imeli rešitev, kako se približno uspešno spopasti z zmanjševanjem prodaje posameznega knjižnega naslova. Začeli so izdajati več knjig. Med letoma 1990 in 2000 tako beležimo skokovito povečanje števila izdanih knjig s približno 2.000 na 4.000 naslovov; s tem manevrom so skušale založbe uravnotežiti svoje prihodke, kar jim je do neke mere tudi uspevalo. Ta trend se je nadaljeval tudi v naslednjem desetletju, v katerem smo potem vsako leto beležili tudi do 6.000 novih knjig (na tem mestu se ne bomo spuščali v samo strukturo teh naslovov, čeprav bi bila pomenljiva tudi analiza teh).

Slovenska knjižna panoga v tretjem tisočletju

Gledano nazaj, ko smo seveda lahko vsi generali, je bilo obdobje med letoma 1988 in 2000 ključno za nadaljnje delovanje knjižnega založništva. V tem času je prišlo do spremembe funkcioniranja slovenskega prebivalstva glede konzumacije knjig. Nakupovanje knjig se je, sploh pri zahtevnejšem leposlovju in neleposlovju, v tem času začelo prevešati v njihovo knjižnično izposojanje, založbe pa se teh trendov niso dovolj zavedale in so še zmeraj gradile na sicer vse nižji simbolični vrednosti knjige, ki pa so jo hotele še vedno spodobno ovrednotiti v luksuzno opremljenih knjigah po (pre)visokih cenah. Diskusija o višini cen knjig je bila ravno v tem obdobju najbolj intenzivna, in če bi v tem času pri knjigah, ki so bile namenjene množičnemu nakupu in potrošnji, prišlo do spremembe paradigme, torej do bistvenega znižanja njihove cene ob spodobno visoki pričakovani prodaji, bi bilo danes morda vse precej drugače.

Tako pa je slovensko knjigotrštvo tretje tisočletje že pričakalo v diskriminirani poziciji nasproti knjižnicam, ki so bile v velikem naletu, saj so te svojim izposojevalcem, pogosto zastonj, celo brez vpisnine, lahko ponudile na tisoče novih knjig vsako leto. Založniki so se tedaj soočili z novo težavo, saj je DZS na začetku tretjega tisočletja izstopila iz knjižnega založništva in ostala zgolj pri izdajanju učbenikov ter je v skladu s tem

naravnavala tudi svojo trgovsko verigo knjigarn. Te so v naslednjih letih prodajale vse manj resnejših knjig, kar je dramatično zmanjšalo število prodajnih mest zanje, njihove knjigarne pa so vse bolj postajale prodajna mesta za knjižne razprodaje in trženje lahkotnejše žanrske literature. Ta se je novim tržnim razmeram namreč najustrezneje prilagodila.

Leta 2004 je prišlo do dveh dogodkov, ki sta pomembno sooblikovala nadaljnjo tržno podobo slovenske knjižne panoge. V začetku leta je, v skladu z odločbami, ki so bile izdane konec leta 2003, najprej zaživel t. i. triletni programski knjižni razpis, ki je približno 20 knjižnim založnikom s triletno pogodbo subvencijske podpore za izbrani knjižni program dal možnost stabilnejšega načrtovanja njihovega izdajanja. To je bila pomembna novost v primerjavi s prejšnjim enoletnim razpisom, osnovni namen pa je bil stabiliziranje in razvoj delovanja založnikov, ki izdajajo knjižni program v javnem interesu. Ti (pozneje še dvakrat ponovljeni) razpisi so med letoma 2004 in 2012 res stabilizirali izdajateljsko dejavnost večine programskih založb, vendar v tovrstnem konceptu javne podpore založniški dejavnosti nikjer ni bila resneje vgrajena tudi zahteva po ustreznem plasmaju knjige ter podpora njeni promociji in optimizaciji prodaje. Tudi na sistemskem nivoju je imelo delovanje knjigotrške dejavnosti ves čas zelo nizko podporo v primerjavi s podporo produkciji knjig in revij, poleg tega pa še ta podpora ni bila usmerjena neposredno k povečevanju prodaje knjig, temveč k sekundarnim dejavnostim knjigarn (organizacija dogodkov itn.). Po nastopu krize in reduciranja proračuna Javne agencije za knjigo je bil ta segment podpore kot eden prvih ukinjen, s čimer je knjigotrštvo, torej neposredna prodaja knjig individualnim kupcem, povsem izgubilo javno podporo.

Drugi dogodek se je zgodil spomladi 2004 s pojavom časopisno-knjižnih akcij, v okviru katerih sta časopisna dnevnik Delo in Dnevnik začela prodajo svetovnih oziroma knjižnih klasik ob prodaji časopisa za tedanjih 990 tolarjev, kar, preračunano v našo sedanjo valuto, znaša manj kot štiri evre. Obe akciji in obe knjižni zbirki, Vrhunci stoletja in Slovenska zgodba, sta imeli zaledje v minulih knjižnih naslovih, t. i. *back listi*, pri njih so bolj ali manj izpostavljeno sodelovali eminentni leposlovni knjižni uredniki, obe zbirki pa sta bili deležni tudi obilnega oglaševanja. Prodajni uspeh ni izostal, posamezni naslovi so se prodali tudi v več deset tisoč izvodih, širšemu prebivalstvu, ki so ga oglaševalske kampanje senzibilizirale in spodbudile k nakupu, pa so te akcije dale signal, da so tudi trdo vezane knjige v Sloveniji lahko zelo poceni. Tradicionalna knjižna panoga se je na te akcije – njihova glavnina je trajala dobro leto, odvijale pa so se na

kakih 1.500 prodajnih mestih po vsej Sloveniji – odzvala zadržano, tudi upravičeno kritično, ker je šlo v nekaterih primerih za knjige, ki so bile izdane brez ustreznega uredniškega in lektorskega pregleda. V principu pa so založbe večinoma obdržale enako založniško strategijo izdajanja knjig. Ne glede na to je bil neki namišljen okvir, kje se običajno prodajajo slovenske knjige in po kakšnih cenah, za vedno prebit.

Nekateri pa so v bistvenem povečanju prodajnih mest za knjige in njihovem zalaganju z nižjecenovnimi knjigami videli poslovno priložnost, zato je nadaljevanje prineslo vzpon žepne knjige v Sloveniji, njeno stalno razširitev na več kot tisoč stalnih prodajnih mest po vsej Sloveniji, seveda s pomembnim pridržkom, da je bilo v to novo knjižno igro vključenih samo nekaj založb, ki so začele izdajanje broširanih knjižnih izdaj za ta prodajna mesta spretno kombinirati s trdimi knjižnimi izdajami in precej višjimi cenami, ki pa so bile namenjene predvsem knjižnični prodaji in prodaji v knjižnih klubih. Preostale založbe so bile iz te prodajne poti večinoma izključene, zato so ostale pri svojih obstoječih založniških strategijah, ki pa so ob nadaljnjem padanju prodaje vodile k novemu višanju cen, še nižji prodaji ter še višjim cenam in posledično pogosto tudi nižjim uredniškim standardom.

Zaradi zmanjšane števila knjigar, kjer so založniki resnejših (leposlovnih in neleposlovnih) knjig lahko prodajali svoje knjižne naslove, so se v tem času pojavile tudi kritike prodajne politike Mladinske knjige, ki je imela zdaj v lasti edino veliko knjigarniško verigo, da ta založba na svojih prodajnih mestih skrbi pretežno za prodajo svojih knjig. Kritike so bile razumljive, upravičene pa so bile, po mojem mnenju, le v manjši meri, saj so knjigarne Mladinske knjige praktično vsem založnikom omogočale in jim še omogočajo relativno poštene pogoje za prodajo njihovih knjig. Kot bomo videli v nadaljevanju, so to zdaj sprevideli tudi preostali založniki. Ob tem ne gre pozabiti, da se v Sloveniji do zdaj ni razvila močna in od knjigar neodvisna spletna knjigarna, ki bi lahko omogočila večjo prodajo širokega nabora knjig z letnim prometom vsaj na nivoju ene velike slovenske zidane knjigarne.

Slovenska knjižna panoga po letu 2010

Z letom 2009 je v Sloveniji nastopila gospodarska kriza, ki še traja, sčasoma pa je začela vplivati tudi na individualno knjižno potrošnjo, zato založniška dejavnost kot gospodarska panoga po letu 2010 beleži nenehen

padec. To seveda povzroča razne probleme, ki se vijejo od propada založb oziroma stalnega povečevanja dolgov do podizvajalcev (avtorjev in prevajalcev) ter nižanja cen za njihove storitve, prek prilagajanja knjižnega programa, saj založbe počasi ožijo manj komercialen program ter se preusmerjajo v bolj trivialne in priročniške žanre, do relativno kaotične situacije na trgu, ki je tudi zaradi odsotnosti zakona o fiksni ceni (občasno) preplavljena z nizkimi cenami knjig v razprodaji, kar pri kupcih ustvarja dileme, kakšna je sploh ustrezna vrednost nove knjige. Tej situaciji so svoj del dodale tudi javno podprte knjige po izjemno nizkih cenah od tri do pet evrov, ki naj bi potencialnim kupcem približale cenovno ugodne kakovostne knjige, hkrati pa so imele nejasen učinek na splošno zavest o kupovanju knjig. Glede na to, da se zadnje serije teh knjig niti približno niso več razprodale, lahko zaključimo, da niti res nizka cena ni več dovolj močan argument za avtomatično dobro prodajo knjige. V zadnjih letih lahko tako pri prodaji kakovostnejšega prevodnega leposlovja in nelep-slovja beležimo manj kot petsto prodanih izvodov na posamezen knjižni naslov, na kar se je z ukrepom odzvala tudi Javna agencija za knjigo, ki sedaj predpisuje samo še minimalno naklado 400 izvodov pri naslovih, ki so dobili njeno podporo. Kot kažejo moji podatki iz izmenjave informacij z založniki, zadnja leta ni nič nenavadnega, če se v prvih dveh letih od izida proda tudi samo tristo izvodov posameznega knjižnega naslova (s tem mislim znanega in kakovostnega avtorja ter kakovostne knjige), od tega več kot polovico v splošnih knjižnicah, kar pomeni, da se je število individualnih kupcev v knjigarnah približalo številki sto.

Večina individualnih knjigarniških nakupov takih knjig se opravi v knjigarnah Mladinske knjige oziroma prek njene spletne strani, zato so v začetku letošnjega leta močno odjeknile govorice o morebitni prodaji te založbe novemu lastniku. Če bi bil to založnik z dolgoročnim strateškim interesom v panogi, to niti ne bi bilo nič takšnega, saj se po sesutju investicijske družbe, znotraj katere je Mladinska knjiga lastniško bivala kako desetletje, seveda pričakuje, da bo založba v okviru poplačevanja dolgov zamenjala lastnika. Problem pa se je pojavil zato, ker naj bi šlo za lastnika, ki ga menda zanimajo predvsem nepremičnine v okviru knjigarniške verige, kar bi lahko že srednjeročno, denimo v naslednjih treh letih, pomenilo precejšnjo ali celo popolno redukcijo knjigarn. V praksi bi to pomenilo, da bi vse tiste založbe, ki v okviru svojega poslovnega portfelja nimajo lastnih knjigarn, ostale brez ene najpomembnejših prodajnih poti za svoje knjige (na tem mestu bomo zanemarili dejstvo, da ima nekaj založb dobro razvite druge prodajne poti, od maloprodajnih lokacij, ki

niso knjigarne, prek direktne in kataloške prodaje, seveda pa njihov program večinoma ni osredotočen na kakovostno leposlovje in neleposlovje). Malce apokaliptična bližnja prihodnost slovenskega založnika bi bila torej lahko videti tako, da bi se po knjižnični prodaji svojih knjig znašel pred velikim, praktično nerešljivim vprašanjem, kam s preostalim delom naklade, kar pa bi zelo hitro ustavilo ali povsem preusmerilo njegov izdajateljski program. Preteča prodaja je preobrnila pogled na knjigarniško verigo Mladinske knjige, ki se zdaj obravnava skoraj kot nacionalna vrednota.

Negotova prihodnost slovenske knjižne panoge

Do zdaj napisano do neke mere že daje odgovor na vprašanje z začetka tega besedila. Večina dogajanja na področju slovenskega založništva je bila, gledano iz perspektive založb, ki nimajo svojih knjigarn, za razliko od srbskega trga, usmerjena stran od intenzivnega nadaljevanja prodaje knjig individualnim kupcem. Poslovne igre zgodnjega kapitalističnega obdobja, postopna izguba simbolne vrednosti knjige, nižanje naklad, večje število naslovov, višje cene, predvsem k produkciji usmerjena javna podpora, petletna kriza, ki še traja, itn., vse to je v zadnjega četrta stoletja favoriziralo vzpon knjižnic, h katerim so se hočeš nočeš začele obračati založbe resnejših knjig, ki so tam iskale svoj prihodek in prostor, ki jim bo omogočal vsaj preživetje.

Iniciativa splošnih knjižnic pa se na tem mestu še ni končala. Že nekaj let se v Sloveniji govori o vzpostavitvi portala za prodajo elektronskih knjig neposredno za bralnike in pametne telefone. To je praksa, ki je imela in ima, predvsem na anglosaškem trgu, velik vpliv na založništvo in strukturo njegovih prihodkov, hkrati pa je še dodatno spodkopala knjigarniški trg in povzročila zapiranje mnogih manjših, neodvisnih zidanih knjigarn ter celo Bordersa, druge največje ameriške verige knjigarn. Navkljub vabljivim obetom prodaje e-knjig pa slovenskemu knjigarniškem segmentu kot zasebni iniciativi do zdaj ni uspelo vzpostaviti tovrstnega portala. Razlog za to naj bi bili visoki začetni stroški izdelave portala z vsemi pripadajočimi stroški, ki jih prinaša ustrezno kodiranje prodanih in prenesenih datotek, zanesljiv in eleganten način njihovega spletnega plačevanja itn. Kot kažejo najnovejši dogodki na tem področju, so iniciativo tudi tu spet prevzele splošne knjižnice. V skupni organizaciji ter z dostojnimi finančnimi injekcijami v obliki članarin bodo tako podprle dokončno realizacijo portala, ki bo poleg prodaje e-knjig (celo prej) omogočal tudi njihovo izposajo.

Nova storitev bo najbrž zatrasirala vodilno vlogo knjižnic tudi na spletnem področju izmenjave knjižnih datotek, poraja pa se vprašanje, kako se bodo – ob vsem povedanem in glede na to, da si bodo lahko iz domačega naslanjača v prihodnje knjigo tudi izposodili, ne je le kupili – odzvali konzumenti knjig, ki že zdaj gravitirajo k izposoji tiskanih knjig v knjižnicah. Se bo kupovanju tiskanih izvodov kakovostnega leposlovja, če bo to v vsakem trenutku na voljo prek spleta brezplačno na bralnik, sčasoma odpovedala tudi še tista prej omenjena stoterica, ki iz intimnih, simboličnih, tradicionalističnih in ne vem še kakšnih razlogov vztraja pri kupovanju papirnatih leposlovnih romanov, pesmi, esejev, razprav itn.? Težko je reči, vsekakor pa najnovejši trendi kažejo, da bodo izdajatelji tovrstne literature v prihodnosti še bolj kot doslej postali neke vrste dobavitelji storitev izdajanja knjig javnim institucijam, kot so knjižnice. Zasebnih kupcev tako tiskanih kot elektronskih knjig bo v takšnem tržnem kontekstu gotovo še manj, v kolikor se cene e-knjig ne bodo približale zanemarljivim vsotam, pri čemer bodo založniški prihodki od take prodaje tako nizki, da bi z veliko boljšim poslovnim rezultatom lahko že davno prej močno znižali cene tiskanim knjigam.

Možni izhodi iz sedanje situacije

To besedilo zveni kot moralka, ki bralca nujno spodbuja k vprašanju: No, fino, to je vse lepo razloženo, kje smo se znašli, ampak mene zanima, kako iz tega ven. Odgovor ne more biti enoznačen, jasne in logične so samo njegove smernice, ki izhajajo iz predpostavke, da smo znova na pomembnem križišču slovenskega založništva. Te smernice lahko razdelimo v naslednje kategorije:

a) Javna podpora taki knjižni produkciji, ki ima tudi vsaj minimalni prodajni potencial. Pred nami je novo triletno obdobje podpore knjižnih programov izdajateljev, kjer ima komisija možnost, da podpre tiste knjižne programe kvalitetnejših in zahtevnejših knjig, ki imajo na trgu vsaj neke možnosti za prodajo, višjo od minimalne. Pogled na odobrene knjižne naslove pri projektnih, torej posamičnih knjižnih razpisih v zadnjih letih, namreč kaže, da je imela komisija zelo stroge kriterije, katere knjige so upravičene do podpore. To je projektne založnike sililo, da so prijavljali samo resnično zahtevne knjige na visokem strokovnem ali leposlovnem nivoju, vendar te potem na knjižnem trgu niso imele skoraj nobenega prodajnega odziva (beri: tudi precej manj kot sto individualno

prodanih knjig). Rahla prilagoditev kriterijev prej opisani situaciji v slovenskem knjižnem prostoru pri triletnem programskem razpisu bi pomenila poznejši izid knjig, ki se lahko vsaj teoretično, zaradi vsebine, prodajo kakemu kupcu več.

b) Cenovna politika. Javno podprtim knjigam, pri katerih subvencija pokrije več kot polovico izdajateljskih stroškov, bi bilo treba precej znižati prodajne cene, nekako na polovico sedanje, oziroma jim zagotoviti dvojni izid v trdi vezavi (za knjižnice) in mehki vezavi (za individualne kupce); nekatere založbe to že počnejo. Pred leti je bila v formularjih Ministrstva za kulturo za pridobivanje knjižne subvencije še alineja, kjer so morali založniki navesti, kakšno ceno naj bi imela knjiga po izidu, s čimer so na ministrstvu založnike želeli spodbuditi, naj zaradi prejete podpore ceno knjige temu primerno prilagodijo/znižajo. Pozneje se je ta praksa izgubila, čeprav bi bila nižja, da ne rečem nizka, cena knjige logičen nasledek podpore. Ker seveda vsi založniki spremljajo, kaj počnejo drugi, se je sčasoma uveljavila praksa, da je cena subvencioniranih knjig enaka, kot če te subvencije sploh ne bi dobile, kar je tudi logična posledica analize prodajnih rezultatov, iz katerih vse bolj izostajajo individualni kupci, ki pri posameznem knjižnem naslovu na poslovno kalkulacijo skoraj ne vplivajo več.

c) Javna podpora prodaji knjig. Iz tujine, na primer iz Nizozemske, so znani uspešni in uveljavljeni javni modeli podpore promocije in prodaje knjig, pri katerih s pomočjo javnih sredstev sodeluje celotna panoga. Hkrati z zgornjima dvema manevroma bi bilo treba čim prej vzpostaviti kontinuirano podporo promociji kupovanja, ne samo branja knjig. Glede na dvajsetletno zgodovino zaviranja teh nakupovalnih navad tudi rezultatov ne gre pričakovati čez noč, je pa kontinuirano delo na tem področju nujno za srednjeročni vnovični dvig prometa s knjigami.

Kakšne možnosti pripisujem uveljavitvi zadnjega ukrepa, ki je edini finančno zahtevnejši (prva dva dejansko ne zahtevata nobenih finančnih sredstev, temveč samo treznejši premislek)? Precej majhne, saj imajo trenutno tudi stanovske organizacije na področju slovenskega založništva, denimo društva knjigotržcev, založnikov itn., praktično nične proračune, s katerimi še veliko manjših projektov ne morejo ustrezno izpeljati. Naj navedem primer: Spomladi se bo v okviru Gospodarske zbornice Slovenije odvila tematska konferenca na temo prihodnosti knjigarn, na katero so kot govorniki povabljeni tako univerzitetni predavatelji s področja založništva kot ljudje iz stroke, ki se vsak dan ukvarjajo s prodajo knjig. Pogoj za realizacijo konference je, da se vsi udeleženci odpovedo hono-

rarju za nastop, kar pomeni, da se že tako preprosta reč, kot je posvet na temo prihodnosti knjigarn, torej prihodnosti prodaje knjig individualnim osebam, lahko realizira samo, če zanj ni nihče nič plačan. Malce absurdno in iluzorno je v tem kontekstu razmišljati o resnejših finančnih projektih za podporo temu področju.

Ne samo razmišljanja in posvetovanja, tudi konkretne in jasne ter dolgoročno usmerjene aktivnosti na področju prodajanja knjig so nujne, če želimo sedanje stanje kupovanja knjig kdaj preobrniti v pozitivno smer. Iz krize bomo nekoč gotovo prišli, lahko pa se nam zgodi, da bomo v njej, če ne bomo zdaj začeli razmišljati in delati drugače, izgubili še zadnjo resno bazo kupcev zahtevnejših leposlovnih in neleposlovnih knjig. To bo morda še zadnji razcep poti na slovenskem knjižnem trgu v našem veku.