

SLOVENSKO ZALOŽNIŠTVO MED NEKAPITALIZMOM IN ANTIKAPITALIZMOM

Povzetek: Članek primerja angleško in slovensko založništvo na začetku 20. stoletja in pokaže, da se je prvo razvijalo kot industrijska panoga, drugo pa kot obrtna dejavnost. Razlogov za to ne išče le v različnih velikostih obeh knjižniških trgov, ampak tudi v različnih vrednotah: če je bilo viktorijskemu etosu nedoumljivo, da bi založnik dajal prednost poslanstvu pred komercialnimi oziri, je bilo v Sloveniji stanje ravno obratno. V drugem delu skuša članek pokazati, da je taka vrednostna usmeritev preživela vse do danes in je s tolerantnim odnosom do monopolov ena od glavnih zavor pri tem, da bi se slovensko založništvo razvijalo podobno kot drugje v zahodni Evropi.

Ključni pojmi: založništvo, vrednota, industrija, antikapitalizem, nekapitalizem, obrt, socializem, trg, kultura, monopol.

Med obrtjo in industrijo: Slovenija in Anglija

Davnega poletja 1898 je v Ljubljani, na tedanjem Dvornem trgu 3, odprl knjigarno Lavoslav Schwentner; slabih sto let kasneje ga bo Enciklopedija Slovenije opisovala kot prvega modernega slovenskega založnika¹. In res, mož je bil eden prvih Slovencev, ki se je knjigotrštvu zavezal z dušo in telesom: preden je začel s svojimi knjigarnarskimi posli v Ljubljani, je vodil manjšo knjigarno v Brežicah, nato pa obiskoval knjigotrški tečaj na Dunaju in se dodatno učil poklica po knjigarnah v Pragi. Že kmalu se bo pokazalo, da mu prodajanje knjig v lastni knjigarni pod današnjo knjižnico Otona Župančiča ne bo dovolj in pečati se bo začel z založniško dejavnostjo: nanj se bodo takorekoč od prvega dne obračali vsi tisti avtorji, ki jim bodo preozki konzervativni okvirji obeh nacionalnih knjižniških družb, Mohorjeve in Maticice. Tako bodo pri njem izdali svoja temeljna dela vsi štirje poeti slovenske moderne, Cankar pa celo večino svojih knjig: poleg tega bo Schwentner do leta 1920, ko se bo nehal ukvarjati z založništvom, spravil na svet še zgledno število prevodov iz svetovne književnosti, otroških knjig in praktičnih priročnikov. S tem bo udaril temeljni kamen založništvu kot dejavnosti, ki poteka zunaj okrilja Cerkve in je kot tako vezano predvsem na laično družbo - z nastankom nove, jugoslovanske države pa mu bodo sledili še številni drugi².

* mag. Miha Kovač, Založba Mladinska knjiga.

¹ Gl. Enciklopedija Slovenije 11, Mladinska knjiga, Ljubljana 1996.

² Več o tem gl. Moravec 1994, 65-165.

Naj najprej opozorimo na nekaj značilnosti, ki so od Schwentnerja naprej v Sloveniji založništvo definirale kot samosvojo kulturno dejavnost in jih, kot bomo poskusili pokazati v nadaljevanju, del javnega mnenja še danes razume kot samoumevne in občeveljavne vrednote, čeprav gre v resnici za predsodke in arbitrarne sodbe, ki so slovenska posebnost. Ali, kot sta v svoji študiji o vplivih kulturnih vrednot na gospodarstvo zapisala Hampden-Turner in Troopenars (Hampden-Turner in Troopenars 1995, 2), vsaka kultura ima "...svojo tiho dimenzijo, to je niz prepričanj, ki so nezavedna, saj jih imajo člani skupnosti za tako samoumevne, da se jih niti ne zavedajo". Ta predpostavka je zanju ključ za razumevanje gospodarskega življenja: če je namreč res trg tista skrita roka, ki uravnava gospodarsko življenje, kot je to verjel Adam Smith, potem je kultura "svojo globoko strukturo prepričanj" tista nevidna roka, ki uravnava trg, pravita Hampden-Turner in Troopenars, te "...kulturne preference ali vrednote pa so tudi temelj nacionalne identitete in temelj gospodarske moči - ali pa slabosti." (Hampden-Turner in Troopenars 1995, 3).

Naš namen bo torej nakazati, kakšna je bila in kako je na razvoj slovenskega založništva vplivala tista "tiha dimenzija", ki se skriva pod tistim, čemur tudi pri nas pravimo delovanje tržnih zakonitosti: tovrstne slovenske posebnosti bomo poskušali še posebej izpostaviti s tem, da bomo razvoj slovenskega založništva primerjali z razvojem angleškega, ki je v 20. stoletju vzpostavil "...najbolj razvito institucionalno strukturo od vseh nacionalnih založniških industrij v svobodnem svetu" (Feather 1996, 192) in s tem postal glavni določevalec organizacijskih in programskih trendov v dejavnosti. Pri tem razmišljanju se bomo oprli na doslej edini raziskavi s tega področja: na študijo dr. Dušana Moravca Sodobni tokovi v slovenskem založništvu ter na obsežen zgodovinski prikaz Johna Featherja *A History of British Publishing*.

Založnikova bolečina: avtorski honorarji

Začnimo s tistim, kar je za vsakega založnika in avtorja najbolj pereče in aktualno, z avtorskimi honorarji.

Leta 1909 je bil Ivan Cankar svojemu založniku Schwentnerju dolžan 4000 kron za rokopise, ki mu jih še ni oddal (Moravec 1994, 22); Schwentner je v intervjuju v Glasu naroda več kot dvajset let kasneje (19. decembra 1935) priznal, da so Cankarjevi honorarji na knjigo v povprečju znašali "med 400 in 500 kronami", kar pomeni, da mu je bil pisatelj dolžan nič več in nič manj kot rokopise za okroglo deset knjig (Moravec 1994, 60). Za primerjavo naj povemo, da naj bi štipendija za "slovenske vseučiliške privatne docente, ki bi imeli postati profesorji na bodočem slovenskem vseučilišču" znašala 1600 kron letno (Moravec 1994, 60). Še več, Župančič je kot mestni arhivar po Aškerčevi smrti dolga leta dobival mesečno plačo 200 kron, "...Mestna hranilnica ljubljanska je bila pripravljena plačati 'dobro izvežbanega' korespondenta z znanjem več jezikov z 250 kronami, knjigovodja pa jih je prejemal le 120 in praktikant komaj 80; dobro plačani magistratni (najvišji)

uradniki so se povzpeli do 450 kron, srednji do 300 in seveda manj.⁵ Za ilustracijo velja morda navesti še podatek, da je tedaj Župančič za stanovanje plačeval najemnino 80 kron, par boljnih čevljev je stal 8 kron, kilogram kave 4,40 krone, povratna ladijska karta do Amerike pa 120 kron (Moravec 1994, 62).

Če torej Cankarjev dolg prevedemo v naturalije, ugotovimo, da je bil Schwentnerju dolžan nič več in nič manj kot 32 povratnih kart do Amerike, oziroma skoraj dve letni Župančičevi plači, oziroma slabo tono kave⁶.

Ti podatki postanejo še bolj zanimivi, če nanje apliciramo sodobne zahodne založniške standarde za izračun avtorskega honorarja: tako so v Veliki Britaniji koncem 19. stoletja stekla dolgotrajna usklajevanja med leta 1883 nastalo Society of Authors in založniki, njihov končni rezultat pa je bila ugotovitev, da je za "...avtorja idealno, če dobi 10% od maloprodajne cene knjige, s tem, da si avtor pridrži vse pravice za prodajo knjige v Združene države in za prevode" (Feather 1996, 178); odsihmal se v Britaniji vsa pogajanja med založniki in avtorji vrtijo okoli te številke, pri čemer slabši avtorji praviloma dobijo nekaj procentov manj, avtorji uspešnic pa nekaj procentov več. Še več, to pravilo se je zelo hitro utrdilo kot norma v svetovnem založništvu in čeprav nimamo podatkov o tem, ali ga je Schwentner leta 1909 poznal ali ne, lahko ob predpostavki, da so Cankarjeve knjige stale "...med 2 in 4 kronami, tiste z boljšo vezavo pa 5,50 kron" (Moravec 1994, 61), sklepamo, da bi moral Schwentner prodati od 10 do 20 tisoč navadno vezanih knjig, da bi pokrtil ta avans - če bi seveda Cankarju plačeval običajni procent od prodanega izvoda⁷.

Založnik kot mecen: založnik kot izmeček

Iz Moravčeve študije ni mogoče natančno razbrati, kakšne so bile naklade Cankarjevih knjig: ne le, da ga ta segment založništva ni pretirano zanimal, ohrani-

⁵ Moravec 1994, 61; cit. po E. Holz, *Gospodarski položaj mestnega uradništva ljubljanskega v drugi polovici 19. stoletja*, Zbornik zgodovina Ljubljane, 1984, 245

⁶ Če bi to vsoto pretvarjali v današnje zneske na podlagi letalskih vozovnic, bi njegov dolg znašal cca 30 000 dem (z Swissairom je denimo mogoče letiti iz Ljubljane v New York za slabih 1000 dem), če pa bi jo pretvarjali na podlagi cen kave, pa 18000 dem (kg barčafeja stane približno 17 dem).

⁷ Naj kot zanimivost opozorim, da je Kraigher v *Umetnikovi trilogiji* eni od junakinj položil v usta trditve, da so Cankarjevi založniki "za usak stotak, ki ga je prejel kot honorar, izmolzli tisočak iz ljudstva" (Moravec 1994, 37). Tu stavek tako morda ni zgolj metafora, ki naj pokaže izkoriščevalsko ravnanje Cankarjevega založnika, ampak kar opis dejanskega stanja, oziroma namig, da so bili ti standardi morda znani tudi v Sloveniji, le da so pri slovenskih avtorjih vzbujali neprimerno manj entuziazma kot pri angleških. Schwentnerju v bran je pri tem seveda treba povedati, da Kraigherja očitno ni zanimalo, koliko od tisočaka, ki ga je "izmolzel od ljudstva", je založnik moral plačati za stroške tiska, skladiščenja in distribucije, koliko so mu za rabate vzeli drugi knjigararji in koliko ga je stala vezava kapitala. Še več, zanimalo ga ni niti to, koliko od tega zaslужka je šlo za kritje izgub pri finančno zgrešenih založniških projektih, pa čeprav je enega takega zagrešil tudi sam: za Kontrolorja Škrobarja mu je namreč Schwentner izplačal 2000 kron avansa, prodal pa le dobrih 500 izvodov, kar pomeni, da je "samopašni založnik", kot je Schwentnerja imenoval Kraigher, s tem lahko pokrtil le avtorski honorar, že za pokritje stroškov tiska pa je moral vzeti pri drugih, bolj dobičkonosnih - zakaj pa ne - Cankarjevih knjigah.

lo se je tudi zelo malo tovrstnih podatkov⁶. Vseeno pa iz njegovega pisanja z gotovostjo lahko sklepamo vsaj to, da praviloma niso presegle 4000 izvodov: Moravec namreč opozarja, da so bile naklade pri obeh nacionalnih knjižnih družbah "...v primeri z onimi pri 'privatnem' založniku (= Schwentnerju, op.mk) sorazmerno visoke in krog bralcev širši že pri Matici (okoli štiri tisoč in več) kaj šele pri Mohorjevi." (Moravec 1994, 25). Skratka, če bi njune avtorsko-založniške odnose merili z vatlom, kot se je koncem 19. stoletja uveljavil v zahodnem založništvu, bi moral Cankar Schwentnerju ne samo dostaviti rokopise za najmanj deset knjig, ampak bi moral slednji tudi prodati od vsake najmanj po 2000 izvodov, preden bi mu bil spet karkoli dolžan. Toda, Cankar mu je od leta 1909, ko je ta dolg nastal, do konca življenja sicer res dostavil rokopise še za 14 knjig, ki jih je Schwentner vse natisnil, vendar, kot smo videli zgoraj, na meji naklad, ki bi mu tudi po tedanjih kriterijih razvitega založništva omogočale normalen zaslužek. Še več, ker je Cankarju plačeval predujme in honorarje tudi potem, ko je nastal omenjeni dolg, in veliko prej, preden - če sploh - je prodal omenjene količine knjig, se težko izognemo sklepu, da je Schwentner Cankarja preplačal oziroma ga je prav po mecensko preživljal. Če to povemo še nekoliko drugače, Schwentner Cankarja ni tiskal (samo) iz komercialnih ozirov, ampak očitno (tudi) zaradi drugih vzgibov. Čeprav je kot založnik "...znal spretno izkoristiti trg.momente" (SBL, 254), nas finančne posledice načina, s katerim je opravljal svoj poklic, opozarjajo, da je bil hkrati prepričan, da mora z njim izpolnjevati tudi določeno poslanstvo.

Vprašanje, ali je bilo v Schwentnerjevi osebni ekonomiji to poslanstvo nacionalne, kulturne, politične ali kakšne druge narave, seveda presega domet tega pisanja, tisto, kar je zanimivo za našo rabo je dejstvo, da se tedanji pisateljski srenji tak odnos med avtorjem in založnikom ni zdel samo nekaj normalnega, ampak so bili celo prepričani, da je neprimerno, da bi jih založniki preveč pogosto opozarjali na njihov del obveznosti. Moravec namreč opozarja, da so bili Schwentnerjevi avtorji "...samozavestni, prav nič skromni, takrat in pozneje velikokrat kar zahtevni: ko bi ustregel vsaki njihovi želji (in mnogim je ustregel), bi mu - če se malo drastično izrazimo - prav kmalu 'raznesli' mlado podjetje". (Moravec 1994, 17). Pa ne le to: ko je Schwentner Cankarja opozoril na njegove dolgove, mu je ta nič kaj prijazno svetoval, naj pogodbe "...objavi v humoristični Bodeči neži." (Moravec 1994, 22).

Še ostreje kot v že omenjeni Umetnikovi trilogiji je "samopašnega založnika"⁷ obdelal Lojz Kraigher v monografiji o Ivanu Cankarju, kjer je ugotavljal, da je Schwentner "zanemarljiv" in "razočaral" pisatelja (ko mu ni plačeval novih predujmov), da je "...zavlačeval tisk te ali on knjige, da mu je plačeval 'škandalozno malo', da ga ni čakal na ljubljanski postaji in ga vzel na stanovanje" (Moravec 1994, 22);

⁶ Tako je denimo Dane Škerl, sin založnika in lastnika Akademsko založbe Silvestra Škerla, v pismu dr. Moravcu potožil: "S sestro sva po očeti smrti pregledala njegovo zapuščino, vendar nisva našla ničesar, kar bi bilo v zvezi z Akademsko založbo. Je pa to razumljivo, ker so med vojno najprej Italijani, po vojni pa naši (ob predaji knjigarne in založbe) zaplenili vso dokumentacijo ter jo odpeljali delno v Vevče delno pa ne vem kam." (Moravec 1994, 250). Najbrž lahko upravičeno domnevamo, da je podobna usoda doletela tudi dokumentacijo večine ostalih medvojnih založb.

⁷ Gl. opombo 5.

skratka, Schwentnerju naj bi šlo samo "za bogatitev in njegov konto v banki". S takim mnenjem o Schwentnerju Kraigher očitno ni bil osamljen, saj ga je z njim delil vsaj še slikar Maksim Gaspari, ki ga je upodobil s polno vrečo denarja in s Cankarjevo knjigo v žepu, ko se vrača domov v zaslužen pokoj na Vrnsko: "...s profiti od Cankarjevih knjig si je lahko privoščil Schwentner oddih - drugače si te cenene karikature ni mogoče razložiti.", pribija k temu Moravec (Moravec 1994, 38).

Komercialno podjetje ni kulturno dejanje

Da tak odnos med založnikom in avtorji ni bil značilen samo za Schwentnerja in njegove kliente, nas opozarja tudi zgodba o založbi Modra ptica, za katero Moravec pravi, da je njen lastnik Janez Žagar v tridesetih letih odigral podobno vlogo kot Schwentner ob prelomu stoletja: v dejavnosti je takorekoč določal trende in so se po njem ravnali vsi, ki so kaj dali nase. Žagarjev največji novum je bil, da je prodajo knjig svoje založbe utemeljil skozi široko razprostranjeno mrežo naročnikov, v knjižni program pa je uvrščal predvsem najznamenitejše svetovne romane iz 19. in 20. stoletja, s čimer je odkril prazno tržno nišo, saj je bil že prvi roman, Hamsunovi Potepuhi, "pravi bestseller" (Moravec 1994, 176). Ta poslovno-programaska inovativnost je seveda blagodejno učinkovala na založbino finančno stanje: kar se naklad tiče, je šlo Modri ptici bolje kot Schwentnerju, saj je v najboljših letih imela po 5000 naročnikov svoje redne letne knjižne zbirke (4-5 naslovov) in svoje istoimenske mesečne revije - in če so bili založniški pogoji v stari Jugoslaviji vsaj približno podobni današnjim, so njeni lastniki nedvomno tudi zaslužili bolje kot Schwentner. "Žagarja so nekateri razglašali celo za kapitalista," poroča Moravec, "ki ima v hranilci 100.000 din od lanskega izkupička, ki je znašal 400.000 din" (Moravec 1994, 178); Vladimir Bartol, tesen Žagarjev sodelavec in -morda tudi zaradi tega stavka - ena od najbolj samosvojih figur iz slovenske literarne zgodovine, je take očitke "smeje zavračal" in zapisal v svoj dnevnik: "In tudi če bi bila resnica, kaj zato?" (Moravec 1994, 180).

S čimer smo prišli do ene od pomembnejših predpostavk za razumevanje duha, ki je skozi vse 20. stoletje dajal ton slovenskemu založništvu. Poleg vsega novega, kar sta s svojimi programi in poslovnimi pristopi prinesla v slovenski kulturni prostor, se iz zgodbe o Janezu Žagarju in Lavoslavju Schwentnerju lahko naučimo tudi tega, da je bil v prvi polovici tega stoletja status kapitalista nekaj, kar se za založnika kratkomalo ni spodobilo in mu je ga bilo mogoče vreči v obraz kot očitek*.

* *Tovrstna negativna nastrojenost do kapitalistov v tistem času ni odlikovala samo pisateljev, ampak lahko tvegamo domnevo, da je bil antikapitalizem značilen kar za dobršen del tedanje slovenske družbe: Janez Evangelist Krek, ki je bil takrat nesporni politični "oče naroda", je leta 1917 denimo na ustanovnem sestanku Nove založbe posebej poudaril, "da smo v socialnem ozirju vedno v boju proti kapitalizmu, proti izkoriščanju posameznika, slojev, stanov in narodov" (Moravec 1994, 103). Iskanje duhovnih vezi med Kreckom in njegovimi morebitnimi samoupravnimi dediči pa seveda daleč presega namen tega pisanja.*

Slovenska kultura: trdnjava antikapitalizma?

Če je bilo denimo za Petra Kozino⁹ kot lastnika in ustanovitelja tržiške tovarne čevljev nekako samoumevno, da je kapitalist, ne glede na to, ali si o tem dejstvu in kapitalizmu nasploh mislimo kaj dobrega ali kaj slabega, potem za založnika kapitalistični status še zdaleč ni bil nekaj samoumevnega, saj sicer besede kapitalist v zvezi z njegovo osebo ne bi bilo mogoče uporabiti kot psovko. Drugače povedano, če se zdi, da je bilo v tedanji družbi samoumevno, da so čevlji tržni predmet, lastniki proizvodnih pogonov pa kapitalisti, potem je znotraj tedanjega vrednostnega sistema založništvo očitno ravno obratno rokovalo s predmetom, ki je po svoji naravi visoko nad "kapitalistično stvarnostjo", in mu, če ga vanjo spustimo, s tem storimo silo. To so bili torej časi, ko sta bila knjiga in čevljev še zelo različna, ne le, da sta imela popolnoma drugačne proizvodne in prodajne lastnosti, knjiga tudi za razliko od čevlja za tedanje kulturno elito kratkoma ni veljala za tržno blago¹⁰.

Taka drža je slovensko založništvo na začetku tega stoletja seveda ujela v nerešljiv paradoks: če založnik ne sme biti kapitalist, potem tudi založništvo ne sme biti dejavnost, ki bi jo uravnavali enaki kriteriji kot vse druge tržne dejavnosti. Če je založnik v Avstro-ogrski oziroma v prvi Jugoslaviji želel tiskati in prodajati knjige, ni mogel delovati drugače, kot da se je držal določenih, v tedanjih družbah priznanih pravil igre, ki so bila v percepciji takratnih pisateljev pač kapitalistična, saj je za tako veljala celotna družbena ureditev obeh držav. Osebo bogatenje kot nagrada za tistega, ki posel organizira in prevzame nase tudi vse finančno tveganje, je bilo le najvidnejše znamenje te, s stališča tedanjega vrednostnega sistema, očitno negativne ujetosti. In prav zato, ker je bilo tedaj pisanje in uživanje knjig dojeto kot dejavnost, ki po svoji naravi presega tovrstno surovo in banalno kapitalistično stvarnost, je imel pisatelj pravico biti vzvišen nad založnikom natančno toliko, kolikor je bil ta ujet v kapitalistična pravila igre.

Naj mi bo pri tem dovoljeno tvegati tezo, da je, če sledimo opisani logiki sklepanja, založnik iz te manjvredne kapitalistične ujetosti lahko izstopil le tako, da se je tudi on namesto bogatenju zavezal poslanstvu, ki mu je bil zavezan tudi pisatelj. Ker pa za izpolnjevanje tega poslanstva ni imel daru, ampak denar, je to pač lahko storil le tako, da je skrbel za pisateljevo blagodat in je, če nam je dovoljena malce pesniška metafora, denar spreminjal v dar. Zato ni bilo denimo nič slabega, če so se avtorji požvižgali na dejstvo, da si s plačilom avtorskega honorarja določene pravice do dela pridobi tudi založnik, in isti izdelek prodali dvakrat.

⁹ Nekdanjega lastnika tovarne Peko smo si za vzor zbrali arbitrarno, predvsem zato, ker bo v slovenskem založništvu ob izteku 20. stoletja knjige zelo popularno primerjati s čevlji.

¹⁰ Naj mi bo dovoljeno samo namigniti, da gre razloge za tak posvečen status knjige iskati v nacionalni konstituciji Slovencev. V nacionalni mitologiji namreč velja, da so se Slovenci kot narod brez države ohranili predvsem zaradi svojega jezika, kar pomeni, da so bili tisti, ki so vzpostavili slovensčino kot knjižni jezik. Ikerati tudi čuvaji nacionalne identitete; če mi je dovoljeno biti malce grob, znotraj takega miselnega sistema knjige dojete kot posoda, v kateri je hranjena substanca, ki nas dela za to, kar smo. Vprašanje, ali gre za tezo, ki vzdrži zgodovinsko preverjanje, ali pa zgolj za konstrukt, s katerim si kulturniška inteligenca pomaga vzdrževati privilegiran status, puščamo raje ob strani. Več o tem gl. Rastko Močnik, *Raziskave za sociologijo književnosti*, DZS, Ljubljana 1983.

Tako sta Prijatelj in Kraigher svoje prevode brez kakršnihkoli skrupolov prodala tako Schwentnerju kot Dramatičnemu društvu oziroma Ljubljanskemu zvonu (Moravec 1994, 30), še več, znotraj te paradigme ni bilo nič nenavadnega niti to, če je imel avtor založnika takorekoč za svojega pribočnika, za katerega je bilo samoumevno, da ga "...čaka na ljubljanski postaji in ga vzame na stanovanje."¹¹

Prvi dokaz za tezo, da je tako razumevanje založništva preživelo do današnjih dni, bomo poiskali kar pri samem Moravcu: tako se mu je - v sicer izjemno korektni študiji - med drugim zapisal stavek, da je pri Schwenterjevi odločitvi, da natisne 900 strani debelo Prijateljevo monografijo o Kersniku, s katero je založnik več kot verjetno šel zavestno v izgubo, "...šlo prav gotovo za izrazito nekomercialno podjetje, ali z drugo besedo - za kulturno dejanje." (Moravec 1994 33). Kar drugače povedano pomeni, da sta kulturno dejanje in nekomercialno podjetje tudi zanj sinonima: da nekaj, kar je "komercialno podjetje", ne more biti tudi "kulturno dejanje". Naj opozorim le še na to, da je ta vrednostna predpostavka ujeta v samo strukturo Moravčeve študije, saj se je v njej ukvarjal predvsem s programi založb do leta 1941 ter z načinom, na katerega so te pridobivale posamezne avtorje in s pomočjo hišnih urednikov snovale in ujčkale posamezne založniške projekte. Predmet njegovega zanimanja so bila torej "kulturna dejanja", ne pa "komercialna podjetja": naklade, prodaja, struktura cene, načini skladiščenja in distribucije, ter načini urejanja avtorskih pravic, ki so poleg avtorskega in uredniškega dela neizogiben segment založniške dejavnosti, so v njegovi študiji ostali ob strani. S tega zornega kota je naslov njegove študije *Novi tokovi v slovenskem založništvu* seveda zavajajajoč. V njej je obravnaval le en, s stališča razvoja panoge morda celo ne njen najpomembnejši del, ki bolj kot v založniško spada v literarno zgodovino¹². Moravca je založništvo zanimalo samo toliko, kolikor je bilo servis kulture, vseh tistih njegovih lastnosti, zaradi katerih je založništvo več kot samosvoja ekonomska dejavnost, pa se ni dotaknil.

V tem se Moravec tudi pomembno loči od svojega britanskega kolega Johna Featherja.

Britansko založništvo: trdnjava kapitalizma?

Kratek skok v zgodovino angleškega založništva nam namreč že na gramatikalni ravni pokaže pomembno razliko, saj tam za označevanje založniške dejavnosti tradicionalno uporabljajo dva takorekoč klasična kapitalistična izraza, *trade* ali *industry*. A to še ni vse, tam tudi pisanje in uživanje knjig ni nekaj, kar bi bilo takorekoč po definiciji iztrgano iz "grobega kapitalističnega vsakdana". John Feather nas v svoji študiji denimo opozarja, da je v Britaniji "...literatura v najširšem smislu že v 16.stoletju postala komercialno blago" (Feather 1996, 25), že tedaj pa je

¹¹ *Gl.opombo 5*

¹² V opombi naj mi bo dovoljeno povedati, da je ob izidu Moravčeve študije predvsem založniška sreča njen naslov razumela kot razlago najnovejših založniških prijemov, kot so koprodukcijski tiski ali pa denimo uporaba interneta, zato je na še večje čudenje naletel podnaslov študije *"Od Schwentnerja do prvih publikacij Akademije"*.

bilo tudi samoumevno, da je bil predvsem "tiskar" tisti, ki je imel pravico do dobička, saj je on "...financiral in organiziral natis in prodajo knjige." (Feather 1996, 25). Še več, če je bil Schwentner založnik s poslanstvom in se je predvsem kot tak tudi zapisal v slovensko zgodovino, se je, če malce karikiramo, v Angliji tržna smer razvoja založništva skozi čas samo še krepila, tako da so, kot pravi Feather, zadnji založniki s poslanstvom propadli za časa vladanja kraljice Viktorije, saj tedaj "...poslanstvo kratkomalo ni bilo več dovolj, v kapitalističnem etosu viktorijanskega založništva so lahko preživeli le tisti, ki so imeli tržno pamet."¹⁵ (Feather 1996, 141).

V Veliki Britaniji so šolski zgled tovrstnega tržnega obnašanja v branži postavili bratje MacMillan, očetje ene največjih sodobnih založniških multinacionalk, ki so bili kot škotski puritanci možje trdnega verskega in političnega prepričanja. Vendar pa, opozarja Feather, jom to prepričanje nikoli ni preprečilo, da ne bi tiskali knjige, za katero se jim je zdelo, da bo prinesla profit, če je bila le napisana v skladu z njihovimi osnovnimi kriteriji kvalitete. Lahko so tudi zavrnilo knjigo avtorju, s katerim so se intimno še tako strinjali, če so ocenili, da ta ne bo prinesla denarja in da ne izpolnjuje njihovih založniških standardov (Feather 1996, 141). Tedaj je bil pač "...trg gospodar in najuspešnejši so postali tisti založniki, ki so razumeli, kako se bo ta razvijal." (Feather 1996, 142).

Toda, zmotili bi se, če bi verjeli, da zaradi te tržne naravnosti britansko založništvo ni počelo tistega, čemur bi v slovenski nacionalni mitologiji rekli kulturno dejanje. "Trgovina in kultura sta bila v založništvu vedno tesna zaveznika in sta to danes morda bolj, kot sta bila kdajkoli doslej", pravi Feather (Feather 1996, 224) in kot najčistejši zgled, ki potrjuje točnost te teze, navaja zgodbo o založbi Penguin Books, ki je od tridesetih let tega stoletja naprej sinonim za uspešno žepno knjigo.

Komercialno podjetje je kulturno dejanje

Njen ustanovitelj Sir Allen Lane na programski ravni pravzaprav ni naredil nič posebnega, knjige, ki so po obliki in formatu spominjale na žepne, so tedaj že izhajale tako v Nemčiji kot v Ameriki. V Nemčiji je izhajala knjižna zbirka Albatross, ki jo je, paradokсно, zasnoval Anglež John Holroyd-Reece. Lane si po njenem ptičjem vzoru ni izbral samo imena svoje bodoče založbe, ampak si je pri Albatrossu "sposodil" tudi format in živopisne naslovnice. Toda tisto, kar je bilo zares novo in genialno, je bila ideja o trženju te zbirke. Lane se je namreč odločil, da bo svoje knjige poskušal prodajati tam, kjer dotlej knjig ni prodajal še nihče, po cenah, ki naj bi knjigo spremenile v splošno dostopno blago široke porabe. Ali, če to pove-

¹⁵ Delna izjema v tem pravilu je bil Victor Gollancz, ki je v prvi polovici 20. stoletja v svoji založbi tiskal predvsem levičarske avtorje in ustanovil tudi *The Left Book Club*, ki je imel na vrhuncu svojih moči 50.000 članov in bil kot tak seveda visoko profiten. Gollancz je kar nekaj knjig tiskal na neprofitni podlagi, to je zaradi lastnega političnega prepričanja, čeprav je lahko domneval, da ne bodo rentabilne, kot član *Popular Front* pa je investiral veliko denarja tudi v aktivnosti, ki so pomenile neposredno podporo britanski levici. Vendar se je, ko se je zaradi tega znašel na robu bankrota, ustavil in v njegovi založniški politiki je znova prevladala tržna logika. (Feather 1996, 188-89).

mo s sodobno menedžersko metaforo, razmerje med Albatrossom in Penguinom je bilo podobno razmerju med japonskimi in ameriški podjetniki v drugi polovici 20. stoletja: če je bil Holroyd-Reece inventiven in si je z novo knjižno zbirko izmislil nov produkt, a ni čisto dobro vedel, kaj bi z njim, je bil Lane inovativen, saj je domislil, kako bi bilo tak produkt sploh mogoče tržiti.

Eden od temeljnih pogojev uspešnosti projekta so bile nizke maloprodajne cene, zato bi bilo vse skupaj rentabilno le pri zelo visokih nakladah. Točka pokritja je bila pri 17.500 prodanih izvodih od vsakega od prvih desetih naslovov. Vsaj na začetku je Penguinu kazalo slabo, saj je imel junija 1935, mesec pred izidom prvih desetih zvezkov zbirke, le po 7000 naročil za vsak naslov in založniška srenja se mu je privoščljivo smejala, saj od začetka skoraj nihče ni verjel v njegov projekt¹⁴. Jonathan Cape, tedaj nesporna založniška avtoriteta, je Lanejev načrt celo komentiral z besedami, da "...ima mladi mož nesporno pravico, da si svobodno izbere način, na katerega bo bankrotiral" (Feather 1996, 209). Toda, tako kot v vsaki pošteni poslovni legendi, je tudi tu prišlo do obrata v zadnjem hipu. Laneju je namreč uspelo prepričati šefa nabave ene največjih britanskih veleblagovniških mrež Woolworth's, da je naročil večjo količino njegovih knjig. Legenda k temu še dodaja, da je bila ključna oseba v vsej zgodbi v resnici žena omenjenega šefa, ki so se ji male žepne knjižice zdele strahovito lične in je moža, ki jim je bil najprej nenaklonjen, prepričala, naj jih naroči. Za našo poanto pa je seveda bolj pomembno dejstvo, da je s tem Laneju uspel tisti korak, o katerem je sanjal od začetka, saj je knjige začel prodajati po do tedaj naravnost heretičnih prodajnih poteh. In ko so se čez dober mesec knjige zares pojavile na policah Woolworth's-ovih veleblagovnic, se je začel pravi prodajni bum, ki je odločilno vplival na podobo angleškega in ameriškega založništva v naslednjih petdesetih letih¹⁵.

Za nas je pomembno predvsem dejstvo, da je Lane knjigo skušal spremeniti v blago široke porabe in ji odpreti nove trge. Ali, če smo natančnejši, knjiga je iz knjigarne izstopila zato, da bi vanje pripeljala nove stranke, ki dotlej knjig sploh niso kupovale: "Založbe, ki so se ukvarjale s produkcijo žepne knjige za najširši trg, so v branžo prinesle prodajne in promocijske tehnike, ki so se resnim založnikom sicer res zdele neprivlačne, vendar pa so s tem pripeljale knjige v roke številnih, ki drugače nikoli ne bi prebrali ali kupili knjige. Tako so v knjigarne pripeljale nove stranke in na ta način več kot koristile celotni branži" (Feather 1996, 213). Ne gre namreč spregledati, da je pri Penguinu izdala svoje knjige večina pomembnih sodobnih avtorjev, hkrati pa je Lane zelo hitro odprl tudi posebno programsko linijo, v katero je uvrščal največje klasične avtorje. Projekt, ki se je začel kot strogo komercialno podjetje (legenda spet pravi, da je Lane začel o njem razmišljati, da bi rešil založbo svojega strica, ki je vse bolj tonila v rdeče številke) in ki po svoji finančni konstrukciji kot strogo komercialno podjetje teče še danes, je tako postal

¹⁴ V angleškem založništvu velja pravilo, da knjigarjarji založniku knjigo plačajo, ko jo prejmejo, ne pa ko jo prodajo končnemu kupcu oziroma bralcu; vsaj s stališča založnika so naročene knjige zato tudi že prodane knjige.

¹⁵ Več o tej zgodbi gl. Feather 1996, 214-226 in Allen Lane and the Penguin editors, *Edited by Steve Hare*, Penguin Books 1995.

več kot pomembno kulturno dejanje, ki je "...sredi dvajsetega stoletja v mnogočem ukrojilo kulturno počlubo Britanije." (Feather 1996, 210).

Različne vrednote, različne institucije

Poskusimo torej povleči črto: če je na začetku tega stoletja v Sloveniji beseda kapitalist kot oznaka za založnika imela slabšalni prizvok, knjiga pa je pomenila nesporno "nekapitalistično" vrednoto takorekoč že samo po sebi, "...so za nekatere založnike v Angliji knjige v devetnajstem stoletju sicer še vedno pomenile kulturno poslanstvo, za druge, in morda so bili ti celo v večini, pa so že bile zgolj blago, pri čemer so bili avtorji njihovi dobavitelji, bralci pa odjemalci. In naj so bile knjige kakšnega založnika še tako dobre in plemenite, on sam pa se je sam sebi zdel še tako kulturno pomemben - če ni obvladal (poslovnega, op. mk) etosa, je bil obsojen na propad." (Feather 1996, 178).

Drugače povedano, slovenska pisateljska srenja svojemu prvemu založniku ni priznala tistega, kar je bilo, če gre verjeti Featherju, v angleškem založništvu od 16. stoletja naprej nekaj vedno bolj samoumevnega: namreč, da s svojim kapital-skim vložkom in z organizacijskim znanjem - sicer na drugi ravni, a vseeno tako kot avtor - tvega z izdajo rokopisa, zato ima kot tak legitimno pravico najmanj do tega, da se mu vloženo delo in kapital povrne. Ta razlika postane še bolj drastična, če primerjamo Janeza Žagarja in Allena Laneja, ki sta svoj založniški projekt začela v istem desetletju tega stoletja. Če je bil največji greh prvega, da so ga osumili kapitalizma, je drugi lahko storil pomembno "kulturno dejanje" le tako, da je do popolnosti obvladal kapitalistična pravila igre in spremenil knjigo v tržno blago par excellence. Če torej v Sloveniji tridesetih let, za mnoge pa še danes, "kulturno dejanje" izključuje "komercialno podjetje", potem v Angliji oba pojava hodita z roko v roki, zato konec koncev tudi ne sme čuditi, da se je Feather, ravno obratno kot Moravec, ukvarjal zgolj z "zemeljskimi" dimenzijami založništva, in je uredniško-vsebinske dileme omenjal le mimogrede, kot nekaj, kar pravzaprav ne sodi v njegovo knjigo.

Vrednotna sistema, ki sta na začetku tega stoletja obvladovala slovenski in britanski založniški prostor, sta bila diametralno nasprotna, že oba zgodovinarja založništva pa nam nakazujeta, da sta si v mnogočem diametralno nasprotna še danes, saj je v Angliji knjiga za razliko od Slovenije postala tržno blago, založništvu je na otoku kot posebni tržni dejavnosti uspelo razviti institucionalne mehanizme, ki so omogočili, da je knjiga ohranila vse svoje proizvodne in prodajne specifičnosti in da je kot taka več kot uspešno opravljala tisto, čemur v Sloveniji pravijo kulturno poslanstvo.

Ti institucionalni mehanizmi, ki jih je poosebljal leta 1900 podpisani National Book Agreement (v nespremenjeni obliki je veljal vse tja do leta 1996), zahtevajo posebej podrobno obravnavo in nas v nadaljevanju tega teksta ne bodo zanimali; za našo rabo je na podlagi angleških zgledov pomembna predvsem ugotovitev, da se je ob prelomu stoletja naše založništvo razvijalo na bistveno drugačnih vrednostnih temeljih kot v najbolj razvitih delih tedanje Evrope.

V nadaljevanju bomo skušali predvsem nakazati, da se je tak "antikapitalističen" način dojemanja založništva, kot se je razvil v Schwentnerjevem času, v Sloveniji ohranil vse do današnjih dni.

Sto let založnikove s(r)amote: pisatelj kot založnik

Zgornjo tezo bomo poskušali ilustrirati z javnimi polemikami, ki so se sprožile jeseni 1995, ko so Finmedija in z njo povezane družbe na ljubljanski borzi kupile večino delnic največje slovenske založbe Mladinske knjige¹⁶. Ta nakup namreč ni bil zgolj običajna borzna transakcija, saj je bila Finmedija že večinski lastnik DZS, druge največje slovenske založbe. Po podatkih analitske službe MKZ leta 1995 pokrivala približno 33% slovenskega knjižnega trga, DZS pa 27%, s tem pa se je pod eno kapitalsko kapo združilo okoli 60% slovenskega založništva, kar je seveda v neposrednem nasprotju z duhom tržnega gospodarstva. Celo obstoječi slovenski Zakon o varovanju konkurence v 10.členu namreč posebej prepoveduje "zlorabo prevladujočega položaja na trgu", do katere lahko pride, če si kako podjetje v posamezni dejavnosti zagotovi tržni delež, ki je "v republiki Sloveniji večji kot 40%". V komentarju k omenjenemu Zakonu je nato posebej poudarjeno, da to merilo ni neovrgljivo: "Če npr. stoji podjetju, ki ima 45 odstotkov tržnega deleža, nasproti podjetje s 35 odstotki, že ne moremo reči, da ima prvo podjetje prevladujoč položaj, saj obstaja sorazmerno močno konkurenca; ta je popolnoma drugače kot tedaj, ko nobeno od konkurenčnih podjetij nima deleža, ki bi presegal 5 odstotkov" (Zakon o varstvu konkurence s komentarjem, GV, Ljubljana 1993, 60).

Toda, v našem primeru se je zgodilo točno to, po analizi plansko analitske službe MKZ je naslednja največja založba, CZ, omenjenega leta pokrivala 6% knjižnega trga, ostali del trga pa si je razdelilo približno 150 založb. Pri tem je seveda več kot zanimivo, da tako, več kot očitno ogrožanje načel svobodne konkurence, ni zbudilo ne ostre reakcije državnih organov, ki bi morali takorekoč po dolžnosti braniti obstoječo tržno družbeno ureditev niti tistih delov slovenske javnosti, ki se predstavlja kot odločen zagovornik tržnega gospodarstva, iz česar bi seveda brez večjih težav lahko sklepali, da je pri nas še vedno živo za socializem značilno dojemanje monopolov kot nečesa neproblematičnega¹⁷. Namesto branilcev tržnega gospodarstva so se oglasili predvsem slovenski pisatelji, ki pa jih v skladu s tradicijami iz Schwentnerjevih časov seveda ni motil novo nastali monopol, ampak predvsem strah za lastno eksistenco.

Čeprav je bilo na to temo prelitega veliko tiskarskega črnila, se bomo zaradi ekonomičnosti osredotočili na časopisno poročilo, ki ga je z okrogle mize Kluba Nove revije v sobotni prilogi dela 6.aprila 1996 objavila Marjeta Kajzer Novak: na

¹⁶ Omenjeni nakup je povzročil pravo pravno vojno med MKZ, Finmedijo in Agencijo za privatizacijo, ki v času oddaje v tisk tega besedila še ni bila končana in bi, če bi jo želeli natančno predstaviti, terjala samostojen tekst.

¹⁷ Naj bo avtorju teh vrstic k vsemu temu dovoljeno pripomniti le še to, da se mu zdi taka uekapitalistična drža gospodarskih in političnih krogov vsaj tako problematična kot antikapitalizem kulturnikov; tu jo puščamo ob strani le zato, ker pač ni tema tega pisanja.

omenjeni debati so se namreč v kondenzirani obliki zgostili vsi predsodki, zmote in retorični prijemi, ki so sicer opredeljevali javni razmislek o tej aferi in o založništvu nasploh - in ki so več kot pomembni tudi za naše dokazovanje konstituitete s Schwentnerjevimi in z Žagarjevimi časi.

V svojih interpretacijah tega dogodka so namreč udeleženci okrogle mize skušali vzpostaviti paradigmo, da se je s tem nakupom na eni strani znašla slovenska kultura kot "...ena od najbolj konstitutivnih prvin slovenskega naroda" (Kajzer-Novak 1996), obenem pa "podjetniki", ki so prevzeli slovenske založbe in jih slovenska knjiga že jutri - in z njo "konstitutivne prvine slovenskega naroda" - morda ne bo več zanimala. "Po najbolj črnem scenariju si je mogoče zamisliti, da se bo ob koncu lastninjenja večinski lastnik naštetih produkcijskih faz knjige odločil, da je ta trg za slovensko knjigo premajhen in bo pričel izdajati in tiskati knjige, na primer, v italijanščini ali angleščini zaradi večje solventnosti ali česa podobnega. Nam pa bojo spet ostali sodi, zemljanke in podobno skrivanje rokopisov, kar smo že vse skusili", je na omenjeni mizi zgoraj začrtano dilemo ubesedil Rudi Šeligo (Kajzer-Novak 1996). Ta trditev je seveda šolski zgled fantazmagoričnega konstrukta, saj reševanje "solventnostnih" težav slovenskih založb z izdajanjem knjig v italijanščini ali angleščini še zdaleč ne bi bilo preprosto, ne le, da bi si morala taka slovenska založba poiskati ustrezne avtorje ali organizirati ustrezne avtorske ekipe, v teh državah bi si morala tudi vzpostaviti ustrezne prodajne službe. Drugače povedano, če bi želela prodreti na italijansko ali angleško tržišče, bi morala, podobno kot vsak podjetnik, ki se spušča na tuje trge, tako na ravni uredniške kot prodajne plati založniškega posla izjemno natančno poznati lokalne razmere, hkrati pa bi morala imeti odkupljene avtorske pravice za ustrezno količino slovenskih knjig, ki bi bile dovolj univerzalne, da bi jih bilo mogoče prodajati tudi v tujih jezikih, ali pa bi morala taka založba pripeljati v svoje okrilje ustrezno količino italijanskih ali angleških avtorjev in ji na trg plasirati spretneje od domačih založb. Ne le, da nas majhna količina slovenskih knjig, ki vsako leto izidejo zunaj naših meja, prepričuje, da je takih knjig zelo malo, tudi praksa v svetovnem založništvu nas uči, da si ustanavljanje podružnic zunaj matičnih jezikovnih meja lahko privoščijo le največje tovrstne evropske korporacije, ki si za delo na tujem najemajo preverjene lokalne uredniške in prodajne specialiste, hkrati pa svoje knjižne projekte zastavljajo tako univerzalno, da so njihovi izdelki primerni za prodajo na več različnih trgih. Za nameček pa so ti založniški velikani finančno dovolj močni, da si lahko privoščijo tudi nekaj milijonov dem izgube, ki jih tako tveganje neizogibno nosi s sabo. Če bi kateri od slovenskih založb uspelo rešiti svoje "solventnostne težave" na italijanskem ali angleškem trgu, bi to pomenilo, da imamo opraviti z pravim podjetniški podvigom, za katerega po izkušnjah avtorja teh vrstic v tem trenutku pri nas še nekaj časa ne bo usteznega avtorskega potenciala ter socialnega in finančnega kapitala¹⁸. Če je torej Rudi Šeligo vodstvu DZS in Finmedie pripisal sposobnost, da prodre na tuje trge, potem to pomeni, da bodisi ne ve nič o delovanju svetovnega založništva bodisi je DZS pripisal finančne

¹⁸ Pravi mojstri tovrstnega "multinacionalnega" založništva so Nizozemci, pa čeprav tudi sami majhna jezikovna skupnost: Wolters Kluwer in Elsevier sodita med največje evropske založniške multinacionalke, pri čemer slednja celo kotira na New Yorkski borzi.

in menedžerske sposobnosti, ki bi jih postavile v prvo ligo evropskega založništva - tam pa bi jim bilo seveda več kot verjetno ukvarjanje z Rudijem Šeligom deveta skrb. Če znova parafraziramo Kraigherja, se je pisatelj ustrašil, da ga samopašni založnik ne bo več čakal na železniški postaji.

A to še ni vse, če so se nekateri bali, da jim bodo slovenski založniki pobegnili čez mejo, potem so drugi izražali sum, da je v omenjeni zgodbi založništvo zgolj krinka za nečedne posle: "...pri sedanji poskusih prevzema nekaterih založb v resnici sploh ne gre za kakšno željo izdajati kakršnekoli knjige, temveč predvsem za obračanje in rast kapitala. Zakaj naj bi se ljudje, ki očitno znajo obračati denar pri kakšnem Dadasu ali Finmediji, dolgoročno sploh mudili z izdajanjem knjig, razen kadar kratkoročno to ni kamuflaža za kaj drugega, ko pa je v Sloveniji toliko donosnejših področij... Lahko torej domnevamo, da se za zanimanjem trgovcev za založništvo skrivajo še drugi, niti ne več legalni interesi?" (Kajzer-Novak, 1996)

S čimer smo se torej znova pripeljali tja, kjer smo bili že pri Žagarju in Schwentnerju: tisto, kar družbi obe citirani razumevanji "skritih namenov" DZS in Finmedije je, da si ne prva ne druga ne znata predstavljati, da bi bil v Sloveniji založnik lahko kapitalist in da bi se bilo z zalaganjem knjig mogoče ukvarjati na tržnih osnovah. Zanju je slovenski založnik lahko kapitalist le, če iz Slovenije izstopi in se odpove slovenskemu knjižnemu trgu in s tem slovenstvu ali pa prestopi prag zakona. Sintagma "slovenski kapitalistični založnik" je devetdeset let po Schwentnerjevih mukah s Kraigherjem in Cankarjem za tako imenovano kulturno javnost še vedno *contradictio in adiecto*.

Avtorski honorarji letijo v nebo

Da bi bila podobnost s Schwentnerjevimi časi še očitnejša, je bilo ob omenjeni aferi kot enega od osrednjih problemov slovenskega založništva in kot dokaz pokvarjenosti velikih založnikov mogoče prebrati tudi očitke o prenizkih avtorskih honorarjih: avtorji naj bi namreč dobivali "...tudi za zahtevne prevode in drugo leposlovje honorarje, ki so že davno zdrknili pod vrhno vsoto (s podatkom o sedanjem vrhu - 55 000 SIT kot najvišji honorar za zahtevne leposlovne prevode in 108000 SIT, oboje seveda bruto, lahko postrežeta avtorska agencija in Ministrstvo za kulturo), pri čemer finančno tako uspešni založbi, kot to poudarja njen direktor (=direktor Mladinske knjige, op.MK), nič ne prepričuje, da bi honorarje zvišala tudi nad navedene predloge. Saj menda glede na sorazmerno majhen odstotek, ki ga v ceni knjige predstavlja honorar, njen uspeh ali neuspeh ni odvisen ravno od te postavke?" (Kajzer-Novak 1996)

Toda, hkrati tovrstna kritika zamolčuje, da so ti honorarji v relativnih ali pa celo v absolutnih zneskih še vedno višji kot v večini - tudi od Slovenije bogatejših - evropskih držav. Iz poročila Evropskega sveta združenj književnih prevajalcev (CEATL; Zbornik Društva slovenskih književnih prevajalcev 19, Ljubljana 1995, 97.), ki so ga objavili tudi v zborniku Društva slovenskih književnih prevajalcev, je namreč razvidno, da v nominalnih zneskih toliko kot slovenski (cca 20 dem na stran) zaslužijo tudi danski in finski prevajalci, medtem ko dobijo njihovi grški kolegi 10

dem na stran, slovaški pa le 4 dem. Podoben, za slovenske avtorje več kot ugoden rezultat dobimo tudi, če avtorske honorarje obračunamo kot procent od maloprodajne cene knjige. Če predpostavimo, da je še znosna maloprodajna cena za pesniško zbirko 2900 SIT, povprečna tiskana naklada pa 700 izvodov, to pomeni, da založnik z njo obrne dva milijona tolarjev, če proda vso naklado, hkrati pa je povprečen pavšalni honorar za zbirko tam okoli 400.000 SIT, kar pomeni, da v tem primeru založba plača avtorju honorar v višini 20% od maloprodajne cene - evropski standard pa je, kot smo videli, 10%. To razmerje bi bilo seveda še slabše, če bi za osnovo izračuna vzeli realne prodane naklade, saj se mnogoteri domača leposlovna knjiga proda v nakladi, ki je tudi pol nižja od 700 izvodov. Ko slovenski kulturniki in kulturnice tožijo, da so za svoje delo slabo plačani, si torej vztrajno tiščijo oči pred dejstvom, da njihove stvaritve bere in kupuje zelo malo ljudi. Ministrstvo za kulturo je sicer res zelo radodarno, ko skuša s svojimi honorarskimi tarifami določiti založbam, kako naj plačujejo avtorje, a toliko bolj skopo, ko je tako visoke honorarje potrebno subvencionirati iz proračunske malhe.

Skratka: če uporabimo evropske standarde, so slovenski založniki mecenji dela svojih avtorskih in prevajalskih sodelavcev¹⁹. A ne le to, ker so hkrati povprečne plače v Sloveniji bistveno nižje kot na Danskem, Finskem ali v Grčiji, to pomeni, da so predvsem avtorji in prevajalci leposlovnih del kot poklicna skupina v razmerju do ostalih poklicev v Sloveniji ovrednoteni opazno višje, kot mnogi njihovi kolegi v Zahodni Evropi²⁰. So torej privilegirana družbena skupina. Njihov napad na novo

¹⁹ Ob tem velja seveda opozoriti, da je eden od absurdov zgodbe o honorarjih tudi to, da dobivajo avtorji nekaterih visokonakladnih del (slovarjev, nekaterih priručnikov in politično-publicističnih del) svoje honorarje obračunane v skladu z evropsko prakso, kar spet pomeni, da so plačani proporcionalno slabše kot avtorji nizkonakladnih del.

²⁰ Najbolj realno sliko višine avtorskih honorarjev dobimo, če jih primerjamo z družbenim bruto produktom na glavo prebivalca glede na kupno moč (v nadaljevanju: bdp), ki je najbolj splošen pokazatelj življenjskega standarda v posameznih državah. Za lažje razumevanje so podatki navedeni indekso, kot izhodišče za primerjavo pa je služila Avstrija: če je bil torej tam leta 1993 bdp na glavo prebivalca glede na kupno moč 100, potem je bil po omenjeni raziskavi v Sloveniji 48, na Slovaškem 29, na Danskem 105, na Finskem 82, v Grčiji 54, v Italiji 93, v Nemčiji 99, v Švici 124 in v Veliki Britaniji 88. Kupna moč v Sloveniji je bila torej dvakrat manjša kot v Avstriji, 66% večja kot na Slovaškem, 54% manjša kot na Danskem, 41% manjša kot na Finskem, 11% manjša kot v Grčiji, 48% manjša kot v Italiji, 52% manjša kot v Nemčiji, 61% manjša kot v Švici in 45% manjša kot v Veliki Britaniji: drugače povedano, nominalno enaka plača v dem je bila v Sloveniji vredna dvakrat več kot v Avstriji ali Nemčiji. Ali, če to prevedem v še bolj konkretne številke, če je nek prevajalec v Sloveniji zaslužil 1500 dem, je bil ta dohodek glede na gospodarske in socialne okoliščine ter relativna razmerja med plačami v posamezni državi v resnici "vreden" še enkrat več, kot če bi zaslužil enak znesek v Nemčiji ali Avstriji: ne moremo torej reči, da slovenski, danski in finski prevajalci zaslužijo enako, če oboji zaslužijo 20 dem na stran, ampak so, glede na razlike v plačah in standardu, slovenski prevajalski honorarji relativno za 120% višji kot na Danskem in 71% višji kot na Finskem. 65% višji angleški honorarji so ob 84% višjem švicarskem bdpju po po kupni moči 10% nižji od slovenskih, 125% višji švicarski pa so ob 158% večjem švicarskem bdpju po po kupni moči prebivalstva 13% nižji od slovenskih: če bi se slovenski bdp na glavo prebivalca glede na kupno moč povečal na raven švicarskega (= za 2,5 krat), prevajalski honorarji pa bi se povečali premasorazmerno s tem, bi naš povprečni prevajalec zaslužil 50 dem na stran, to je 5 dem več od svojega švicarskega kolega ali kolegice. Vir je Statistični letopis republike Slovenije za leto 1995, ta pa je podatke povzel po mednarodni primerjalni raziskavi, ki je potekala v okviru Združenih narodov.

menadžersko elito dela slovenskih založb lahko zato razumemo tudi kot poskus, da bi si te privilegije ohranili²¹.

Vendar za razliko od Scwenterjevih časov ti privilegiji v obdobju socializma niso segli samo na področje avtorskih honorarjev, ampak so, kot bomo pokazali v nadaljevanju, segli v samo delovanje založb.

Čas socializma: vsakomur po njegovih potrebah

Socializem je kot nedemokratska družbena ureditev temeljil na izključitvi nesocialističnih oblik političnega govora iz javnega življenja. Slovenski in jugoslovanski socializem sta bila specifična v toliko, kolikor sta dopuščala nekoliko več kot denimo sovjetski ali češki, vendar sta bila tam, kjer sta zavohala sovražnika, enako rigorozna. Pri nas je bilo sicer res mogoče tiskati Orwela ali Kundero²², zato pa vse do konca osemdesetih ni bilo mogoče izdajati *Sirca*, *Djilasa* ali vseh tistih mlajših avtorjev, ki so se iz takih ali drugačnih razlogov resneje zamerili Partiji. Tu je bila torej - nesporno višja kot v vseh ostalih socializmih, a vseeno ostra - zunanja meja ekonomske avtonomije založb. Čeprav bi jim knjige prepovedanih avtorjev vsaj v prvih izdajah zaradi visokih naklad prinašale velike dobičke, jim jih je državno-partijska oligarhija prepovedovala tiskati. Poleg tega je zaradi specifičnih, zgoraj nakazanih zgodovinskih razlogov imela pisana beseda v Sloveniji večji pomen kot drugje, saj jo je nacionalna mitologija povzdignila v enega od temeljnih momentov ohranjanja nacionalne identitete²³.

Obe opisani posebnosti sta v slovenskem založništvu proizvedli sloj, brez katerega ni bilo mogoče obvladovati založb - namreč urednike, ki so bili v procesu nastajanja knjige zaradi same narave posla nujno potrebni, obenem pa so bili za tedanje oblast vir neprestanih frustracij, saj bi z nepredvidljivimi programskimi ekskurzi lahko ogrozili delovanje sistema. Še več, uredniki so rokovali še z nečim pomembnejšim, namreč z reproduciranjem nacionalne identitete. Ne gre namreč pozabiti, da je Partija skušala svojo legitimnost graditi tudi na poudarjanju "pridobitev NOB" in upora proti okupatorju, torej na poudarjanju svojih zaslug za ohr-

²¹ Velja opozoriti, da konec socializma ni bil travmatičen samo za slovenske pisatelje. Gyorgy Konrad je podobna občutja madžarskih pisateljev opisal takole: "Z literaturo, kot smo jo poznali v socializmu - to je, z literaturo kot nacionalno institucijo - je konec. Konec je z našimi cenjenimi knjigami: države ne zanima več, kaj berejo njeni državljani in kaj pišejo njeni pisatelji. Mi pisatelji nismo več preroki - pa tudi heretiki ne več. Za nameček tudi politično oporečništvo ni bilo vedno zgolj domena literature: a v času, ko je kritično besedo mogoče slišati v parlamentu in jo prebrati v dnevnikih časopisih, ni več nobene potrebe, da bi jo iskali v knjigah med vrsticami... V parlamentarni demokraciji naši sodržavljani ne potrebujejo duhovnih vodij. Potrebujejo le dobre knjige" (Konrad, 69). In nato, na naslednji strani: "Leto ali dve po veliki spremembi, se pisatelji še vedno prepirajo okoli tega, ali izpolnjujejo poslanstvo. Začenjajo sumiti, da so postali zgodovina. Denarja je manj; in tudi moči imajo manj. Tržišče še ni našlo načina, po katerem bi bili lahko tudi oni dobičkonosni, države pa ne zanimajo več" (Konrad, 70).

²² Po pripovedovanju enega od vojvodinskih založniških kolegov je ena od založb madžarske manjšine v Novem Sadu v sedemdesetih letih živela od tega, da je tiskala dela Georga Orwela v nakladah, ki so bile višje od celotnega števila Madžarov v Jugoslaviji. Kupovali so jih seveda Madžari prek meje.

²³ Gl. op.10

njanje nacionalne identitete - del nacionalne identitete pa je bila, kot že rečeno zgoraj, tudi predpostavka o specifični vlogi ustvarjalcev pisane besede v nacionalni zgodovini. Zato se je Partija t. im. kulturniške inteligence bala, pretirano oster konflikt s "čuvaji nacionalne identitete" bi bil zanjo prenevaren, saj bi bilo lahko videti, da se skozi obračun s kulturniki ne odpoveduje samo njim, ampak kar slovenstvu - če pa bi jim pustila popolno svobodo, bi ti slej ko prej lahko proizvedli kaj, kar bi ogrožalo njeno "idejno hegemonijo". Njen odnos do urednikov v založbah je bil torej ambivalenten, po eni strani jih je rabila tako na neposredno-operativni ravni, kot za legitimiranje lastnega oblastnega položaja, hkrati pa se jih je bala, saj bi lahko ogrozili njen monopolni oblastniški položaj.

Ta vroče-hladni odnos se je razrešil skrajno pragmatično, namreč z vključitvijo kulturniške inteligence v adhokracijo, ki je vladala založbam. V socializmu "samopašni založnik" ni več le hodil "čakat pisatelja na postajo in ga jemal na stanovanje", ampak ga je vzel še v službo, tako da koalicije moči, ki je vladala založbam, zaradi specifičnosti njihove dejavnosti, niso sestavljali samo menedžerji in funkcionarji političnih organizacij, ampak tudi kulturniška inteligenca. Na povsem operativni ravni je to pomenilo, da so direktorji založb svoje položaje lahko dobili le s soglasjem Partije, ki so ji morali biti pač lojalni, če pa se je njihova založba znašla v rdečih številkah, so lahko zato odšli na CK po denar²⁴. Podobno je bilo tiho soglasje Partije potrebno tudi za imenovanje glavnega urednika, ki pa je bil praviloma iz vrst kulturniške inteligence²⁵, od koder so prihajali tudi njegovi eminentnejši, predvsem leposlovni in družboslovni uredniški kolegi. Na ta način niso prišli samo do sredstev za preživljanje in do dovolj prostega časa za ustvarjanje, ampak tudi do kanalov, ki so njim in njihovim kolegom omogočali plasma svojih izdelkov in to praviloma po honorarskih predpostavkah, ki so bile včasih celo v nominalnih zneskih višje od zahodnih²⁶; skratka, ti možje in žene - za ceno, da so se podredili nekaterim ideološkim omejitvam tedanjega režima - niso dobili le materialne varnosti, ampak tudi lep kos oblasti v kulturi.

²⁴ Izraz *iti na CK po denar* tu ni mišljen samo dobesedno, ampak tudi metaforično, saj so nekatere založbe prišle do dokajšnjega dela sredstev tudi tako, da jim je tedanja oblast dodelila monopolne pri zalaganju učbenikov.

²⁵ Ne gre spregledati, da so trije od štirih avtorjev *Pesmi štirih*, ki velja za zbirko, ki je prva presekala s povojnim socialističnim diktatom, vse tja do konca osemdesetih obvladovali ključne položaje v dveh največjih slovenskih založbah.

²⁶ Da je šlo za svojevrstno simbiozo politične oblasti in kulturniške inteligence, nas opozarja tudi način izplačevanja avtorskih honorarjev, ki je bil, kot smo opozorili že na začetku te naloge, v Sloveniji v zadnjem desetletju takorekoč svetovni fenomen, saj vsaj po vednosti avtorja teh vrstic ni nikjer na svetu tako, da bi ministrstvo za kulturo predpisovalo založbam, koliko naj plačujejo avtorjem, ampak se avtorski honorarji oblikujejo tržno, pač glede na to, koliko je za določen rokopis mogoče iztržiti z njegovo prodajo v knjižni obliki. DZS d. l. se je denimo zaradi tega še leta 1993 zgodilo to, da je za pripravo slovenskega slovarja poslovne angleščine, ki ga je v navezi z angleškim partnerjem pripravljala hkrati z nemško založbo, plačala slovenskim avtorjem nekaj manj kot 2000 dem več kot so Nemci nemškim avtorjem plačali za nemško izdajo. Kaj to pomeni za ekonomiko založbe glede na velikost nemškega in slovenskega knjižnega trga je seveda odveč opisovati.

V bolj družboslovnem jeziku bi to držo kulturniške inteligence v založbah morda najlaže označili z danes tako popularnim izrazom cinična distanca²⁷: njeni pripadniki so službo jemali zgolj kot neko zunanjo prilagoditev oblasti, kot prevaro, ki v ničemer ne zadeva njihovega notranjega življenja in tistega, kar si zares mislijo o oblasti. Toda, hkrati so že bili žrtev lastne prevare, saj realni domet posameznikovega delovanja ni odvisen od notranjosti njegovega prepričanja, ampak od načina, na katerega njegovo delovanje ustvarja družbeno vez. Kulturniška inteligenca je, vsaj v založbah, s tihim participiranjem pri samoupravnem obredju in s pristajanjem na to, da je ona tista, ki v spodobno plačanih službah skrbi za ohranitev slovenstva, pomagala reproducirati obstoječo družbeno ureditev z vsemi njenimi ideološkimi omejitvami vred, in to ne glede na to, kaj si je o njej in o teh omejitvah intimno mislila. Kljub temu, da so bili navznoter daleč zunaj, so bili navzven globoko notri²⁸. Tako je bilo vse tja do začetka osemdesetih let, ko se je z vedno večjim poudarjanjem tržnih momentov in z vedno večjo svobodo besede podobno kot v vsej slovenski družbi tudi v založništvu začel proces, ki je neizogibno peljal v konec samoupravnega socializma.

Tehnološka in družbena revolucija

V svetovnem založništvu sta se v zadnjih tridesetih letih zgodili dve pomembni tehnološko-organizacijski (r)evoluciji. Najprej so v šestdesetih in sedemdesetih začeli pri proizvodnji ilustriranih, priročniških knjig v večjem obsegu prakticirati tako imenovani koprodukcijski tisk: njegova temeljna zahteva je, poenostavljeno rečeno, da mora založnik osnovno zrcalo knjige prilagoditi tako, da so potem prelomi istega naslova v različnih jezikih enaki. To omogoča, da se več jezikovnih mutacij iste knjige tiska hkrati, pri čemer je na tiskarskih strojih treba menjati le črno-bele, tekstovne plošče, barvne pa ostajajo ves čas v stroju, kar pomeni, da se strošek barvne montaže, zagona strojev in izdelave barvnih filmov deli na več jezikovnih izdaj, s tem pa tudi na večje število izvodov knjige. Povsem konkretno, 3000 izvodov knjige je, ob minimalnem strošku menjave tekstovnih plošč in ustrezni koordinaciji koprodukcijskih partnerjev, nenadoma postalo mogoče tiskati z skoraj enakimi stroški na izvod knjige, kot če bi tiskali 50.000 knjig. Hkrati je, zaradi razvoja komunikacijskih mrež, postajala organizacija takih poslov vedno enostavnejša. Danes je s pomočjo faksov, DHL in hitrih ladijskih prevozov mogoče organizirati tisk knjige v Hongkongu in opraviti korekture zanjo, ne da bi se pri tem premaknili iz svoje ljubljanske pisarne - in to v času, ki je vključno z dobavo knjige samo za nekaj tednov daljši, kot če bi isto knjigo tiskali v Sloveniji.

²⁷ Teorija cinične distance je razvil P. Sloterdijk, pri nas pa je o njej veliko pisal S. Žižek (predvsem S. Žižek, *Zgodovina in nezavedno*, CZ 1982), seveda v povsem drugem kontekstu, kot ta termin uporabljajo avtorji iz kroga okoli Nove revije.

²⁸ Ta oznaka velja seveda predvsem za urednike leposlovnih in družboslovnih knjig, ki so v programih slovenskih založb prevladoval vse tja do konca sedemdesetih let. Poleg njih so v založbah seveda obstajali tudi uredniki stvarne literature, ki pa so bili v primeri s prvimi marginalizirani in se je njihov status začel pomembneje spreminjati šele v zadnjih letih socializma.

Druga tehnološka revolucija je povezana s širjenjem osebnih računalnikov, saj je nenadoma postalo možno, da založbe izvirne rokopise in prevode prevzemajo na disketah in na njih opravijo lekturo ter kolikor hočejo korektur, ne da bi jim jih bilo treba odnašati v tiskarno in čakati, da stavci vnesejo tisto, kar so lektorji in korektorji načekali po rokopisih - nato pa izdelavo stavka in preloma prepustijo eni od številnih firm, ki so specializirane za to, da tekst na disketi spravijo do faze tiskarskega filma ali pa to opravijo kar same. Kar ni samo pocenilo tiska, saj je prej enovit tiskarski posel razpadel na dva dela, pri čemer pri obeh deluje močna konkurenca, ampak je tak način dela naravnost silil svetovne založbe, da spremenijo organizacijo urednikovanja. Če si je bilo prej še mogoče predstavljati urednika kot specialista za svoje področje, ki je v tišini svoje sobe skrbno in osebno bdel nad svojim avtorjem ali prevajalcem, se je zdaj začel spreminjati v menedžerja, ki si je moral ustvariti najprej mrežo sodelavcev - specialistov, nato pa skrbeti, da so papirji in diskete v pravilni smeri krožile med avtorji, prevajalci, strokovnimi svetovalci, lektorji, korektorji in desktop strokovnjaki²⁹. Ta organizacijski trend, s katerim je mogoče radikalno skrajšati in s tem poceniti uredniško fazo dela, je v zahodnih založbah sicer obstajal že pred zmagoslavjem osebnih računalnikov, je pa svoj dokončen razmah doživel prav z njimi³⁰. Tak tip dela je seveda zahteval menedžerja z "močnim socialnim kapitalom"³¹, tj. z dobro razvito mrežo znanstev v svetovnem založništvu in z občutkom za tiste prazne tržne niše, ki so ne samo doma, ampak tudi na svetovnem trgu odpirale vrata v nove projekte.

Z uveljavljanjem takega načina dela v slovenskih založbah bi torej začel pridobivati na moči tip menedžerja, ki svojega vpliva ne bi gradil na zvezah s političnimi funkcionarji zunaj založbe ali s kulturniško inteligenco zunaj in znotraj založbe, ampak s profesionalnimi kolegi po svetu - in kot tak bi bil v socializmu več kot verjetno odveč tako partijski kot kulturniški inteligenci³², saj bi ogrozil njun vladajoči položaj v založbah. Prvim zato, ker ga niso mogli nadzorovati, drugim pa zato, ker ga niso razumeli. Za tak način dela niti ni bilo kake resnejše potrebe³³, saj je bil tržni moment kot merilo uspešnosti založb manj pomemben, za petdeseta, šest-

²⁹ Angleščina loči med dvema tipoma urednikov, med copyeditorjem in acquisitioning editorjem; če je prvi nekakšna kombiucija našega korektorja in lektorja, se drugi ukvarja s pridobivanjem ustreznih naslovov za svojo založbo in organizacijo dela na njih. Cf. Lynnette Owen. *Selling Rights, Blueprint 1992*, ter *Publishing now*, Peter Owen 1993.

³⁰ Najbrž je odveč pripominjati, da so se temu trendu najbolj odprle založbe, ki se ukvarjajo z izdajanjem priročnikov, medtem ko je pri akademskih založbah specializacija urednikov ohranila svojo težo. Spregledati pa seveda ne gre, da je bila ena od posledic takega načina dela tudi to, da se je večina uredniško-lektorskih opravil začela seliti iz založb, tako da velike ameriške in založniške hiše namesto redno zaposlenih urednikov in lektorjev, vedno več uporabljajo zunanje, honorarne sodelavce; neposredna posledica tega je, da so knjige vedno slabše urejene in je v njih vedno več napak. Več o tem gl. Sharpe in Gunther, *Editing Fact and Fiction*, Cambridge University Press 1994.

³¹ Burt, 1990

³² Tedanjo direktorico Mladinske knjige, ki je prva poskušala praktimirati tak način dela, so odrezali v sedemdesetih kot Kavčičev kader. Kako dober "network" v svetovnem založništvu je imela, dokazuje dejstvo, da je bila potem skoraj dvajset let direktorica oddelka za avtorske pravice v eni od vodilnih italijanskih založb.

³³ Avtor teh vrstic se sam spomni ugovorov, češ toliko denarja pa še premoremo, da bomo kupili barvne filme za našo, slovensko izdajo te knjige, saj ne gre, da bi slovenske knjige tiskali po svetu.

deseta in deloma sedemdeseta leta pa je bilo značilno tudi to, da je, tako kot v njihovih predhodnicah v prvi polovici stoletja, v programih založb imelo največjo težo leposlovje. Koprodukcijški način dela je bil zaradi tega v večini slovenskih založb vse tja do osemdesetih let prej izjema kot pravilo in to ne glede na to, da so slovenske tiskarne takorekoč živele od nudenja tovrstnih uslug tujim založnikom.

V osemdesetih letih se je na slovenskem knjižnem trgu pri leposlovnih delih zgodil pomemben obrat v okusu kupcev knjig, ki je, če mi je dovoljeno to povedati v jeziku prvega dela tegale pisanja, Janeza Žagarja in Sir Allena Laneja povsem potisnil ob stran. Naklade posameznih zvezkov iz zbirke Zbrana dela slovenskih pisateljev, ki jih je DZS dotlej tiskala od 3 do 5 tisoč, so se denimo postopoma skrčile na nekaj sto izvodov, tuje leposlovje pa je skoraj povsem odmrlo⁵¹. Hkrati pa je radikalno začela naraščati prodaja t.im.praktičnih knjig, tj.priročnikov, leksikonov in slovarjev. S tem se je slovenski knjižni trg nekako uravnovesil s svetovnim, saj bi nam že bežen sprehod po frankfurtskem, londonskem ali ameriškem knjižnem sejmu pokazal, da tudi v svetovnem knjigotrštvu tovrstne izdaje prevladujejo nad leposlovjem⁵².

Iskanje vzrokov za tak obrat v okusu kupcev knjig je seveda kompleksen problem, ki daleč presega domet pričujoče analize. Naj mi bo dovoljeno nakazati le to, da gre, poleg razmaha industrije zabave⁵³ ter razcveta tistega, čemur pravi Christopher Lasch⁵⁴ narcisistična kultura, po mnenju avtorja teh vrstic vzroke zanj iskati tudi v dejstvu, da so se naklade leposlovnih knjig nižale vzporedno s padanjem potrebe po govornjenju med vrsticami⁵⁵, poleg tega je z nastankom nacionalne države literatura prenehala funkcionirati kot eden od temeljnih branikov nacionalne identitete.

Hkrati se je na koncu osemdesetih, vzporedno z ugašanjem socialistične družbene ureditve, začel še en proces: založbe so vse bolj ostajale brez netržnih virov financiranja, tako da so prodajni rezultati in obvladovanje stroškov postali neprimerno bolj pomembni kot partijska ustreznost in "družbena verificiranost" knjižnih programov. Založbe so morale svoje programe v celoti prilagoditi zahtevam trga, hkrati pa so morale izumiti način, s katerim bi bistveno zmanjšale svoje stroške poslovanja in se organizacijsko ter tehnološko prilagoditi temu, da bi v tako majhnih nakladah, kot jih dopušča fizična omejenost slovenskega knjižnega

⁵¹ c. bibliografija DZS 1-6.

⁵² Po ameriških podatkih denimo so resne leposlovne knjige leta 1993 pomenile le še 11 odstotkov ameriškega knjižnega trga. (Gil. Publisher's Weekly, 7 marec 1994, 32.)

⁵³ Allison Baverstock denimo opozarja, da je knjigi konkurenčno vse, s čimer ljudje preživljajo svoj prosti čas - od denimo ribolova, do gledanja videa, ukvarjanja z internetom in igranja Nintendo.

⁵⁴ Christopher Lasch, *Culture of Narcissism*, Warner Books 1979

⁵⁵ Jože Snoj, sicer dolgoletni urednik v Državni založbi Slovenije, je ta premik skoraj nostalgčno opisal takole: "Tako imenovani administrativni ukrepi vladajoče oblasti so bili po reakcijah, katere so izzvali, kulturno umetniško produktivni in so - paradoksnost - v vsestransko omejevanju družbi intenzivirali naše duhovno življenje. Knjiga je med nami živela in odmevala in ni bilo vprašanje, ali bo prodana ali ne. Bilo je vprašanje, ali bo prišla na program ali ne. Tóda, če oziroma, ko je izšla, je šla tudi med ljudi". (Jože Snoj, *Zarota, ki še traja*, Nova revija 101-102, September-Oktober 1990) Z malce zlobe bi si ob takem stališču lahko zastavili vprašanje, ali so nekateri slovenski pisatelji sploh zmožni "duhovnega življenja" v demokraciji.

trga, še lahko tiskale produkcijsko drage barvne priročnike, ki so jih kupci zahtevali v veliko večji meri kot leposlovne knjige - in edina rešitev je bila koprodukcija⁹⁹.

V slovenskem založništvu so se tako v nekaj letih morale zgoditi dve tehnološko-organizacijski in ena programska revolucija, za katere so zahodne založbe porabile nekaj desetletij neprimerno bolj mirnega in evolutivnega razvoja¹⁰⁰. Vsi ti trije obrati, uvedba desk-top založništva, preskok na koprodukcijske tiske ter programski zasuk z leposlovja na priročnike, so seveda povzročili, da je stara koalicija moči med menedžersko-partijsko in kulturniško elito postala odveč in to tako s političnega kot s tehnološkega zornega kota. Kar zadeva menedžersko-partijsko elito, je njen partijski del odplaknil sam konec sistema socialističnega samoupravljanja. Tisti, za katere se je bodisi formalno bodisi neformalno vedelo, da so le podaljšek partijske oblasti v založbah, so odšli sami, tisti, ki so ostali, pa so skušali vzpostaviti svojo legitimnost predvsem z še odločnejšim poudarjanjem svoje zgolj menedžerske funkcije.

Kar pomeni, da so v devetdesetih letih nastale razmere, v katerih je stara Schwentnerjeva paradigma začela razpadati: s koncem socializma se je nenadoma zazdelo, da "samopašni založnik" lahko opravlja svojo dejavnost, ne da bi pri tem pisatelju dajal več, kot to počno njegovi poklicni kolegi drugje po svetu, saj mora pri programskih usmeritvah bolj upoštevati tržne imperitive kot zahteve kulturne elite. Ostrina zgoraj omenjenih diskusij v hotelu Lev je slej ko prej eden od odsevov teh novih razmer.

A če je stari svet s svojimi vrednotami začel razpadati, to še ne pomeni, da ne bo že jutri kot Feniks vzniknil v novi preobleki. Ne le antikapitalistična nastrojenost pisateljskih razpravljalcev z omenjenega debatnega večera v Levu, ampak tudi povsem nekapitalistična tolerantnost gospodarske in politične elite do monopolov ter njena nezmožnost, da bi argumentirano parirala pisateljski eliti, nas opozarjata, da mnogi kulturni obrazci iz Schwentnerjevih in socialističnih časov še živijo in "s svojo globoko strukturo prepričanj", kot bi rekla Hampden-Turner in Trompenaars, kot nevidna roka še naprej skušajo uravnati naša življenja. Sklepa sta zato črnogleda; če se v slovenskem kulturnem prostoru ne bo vzpostavila drugačna vrednotna struktura, se založništvo tudi na domačem trgu ne bo razvijalo kot tržna dejavnost, kaj šele, da bi razvilo svoje potencialne tako, da bi postalo tudi pomemben izvoznik. Nagnjenost h monopolom pri distribuiranju in zalaganju intelektualne produkcije na slednjo slej ko prej ne more pozitivno vplivati, hkrati pa tovrstni monopolistični refleksi znižujejo tudi kompetitivnost znotraj same panoge, kar nas navaja k sklepu, da so slovenski založniki slabo pripravljeni na

⁹⁹ Državna založba Slovenije leta 1987 ni tiskala v tujini niti ene svoje knjige, leta 1994 pa že več kot 40% svoje produkcije.

¹⁰⁰ Ta programski obrat je bil izjemno uspešen, saj je samo v letih 1989-93 založba DZS prodala 60.000 primerkov *Vodnika naravne medicine*, 50.000 izvodov *Družinskega zdravstvenega vodnika*, 33.000 *Družinske zdravstvene enciklopedije*, 30.000 izvodov *Atlasa sveta*, 27.000 izvodov *Slovarja slovenskega knjižnega jezika v eni knjigi*, itd. Vzroke, da so založbe uspešno izvedle ta obrat, gre slej ko prej iskati v dejstvu, da so imele v Jugoslaviji neprimerno večjo avtonomijo kot v drugih socialističnih državah; na to nas opozarja tudi dejstvo, da v Sloveniji nobena od starih socialističnih založb ni propadla, medtem ko na Poljskem, Češkem in Madžarskem ravno obratno skoraj nobena ni preživela.

soočenje s tujo konkurenco, ki bo neizogibno prikorakala tudi na naš trg, kot se je to že zgodilo na Poljskem, Češkem in Madžarskem...

LITERATURA

- Bohinc, R. in drugi. 1993. Zakon o gospodarskih družbah s komentarjem, GV, Ljubljana (predvsem str. 254-444)
- Bravestock, A. 1993. Are Books Different?, Kogan Page, London
- Feather, J. 1996. A History of British Publishing, Routledge, London and New York
- Hampden-Turner, C. in Fons Trompenaars. 1995. The Seven Cultures of Capitalism, Piatkus, London
- Konrad, G. 1995. The Melancholy of Rebirth, translated by Michael Henry Heim, Harcourt Brace & Company, San Diego, New York, London
- Lasch, C. 1979. Culture of Narcissism, Warner Books, New York
- Moravec, D. 1994. Sodobni tokovi v slovenskem založništvu, DZS, Ljubljana
- Owen, I. 1992. Selling Rights, Blueprint, London
- Rus, V. 1992. Med antikomunizmom in postsocializmom, FDV, Ljubljana
- Zakon o varstvu konkurence s komentarjem 1993. Gospodarski vestnik, Ljubljana
- Zakon o prevzemih, Predlog za drugo obravnavo, Ljubljana, 20. 2. 1996.
- Weber, M. 1988. Protestantska etika in duha kapitalizma, ŠKUC, Ljubljana