

**Alenka Veler**

Založba Mladinska knjiga, Ljubljana

## **VIJUGE MED POPULARNIM, KAKOVOSTNIM IN IZVIRNIM**

Založba Mladinska knjiga ima bogato in žlahtno tradicijo izdajanja kakovostnih knjig za otroke in mladino. V vsej zgodovini je zajemala iz zakladnice klasičnih del, negovala izdajanje izvirnih leposlovnih del za otroke in mladino ter obenem stregla tudi širokemu okusu bralcev. V svojem prispevku bom izhajala iz izhodišč, ki smo jih dobili razpravljavci pred simpozijem Oko besede 2016, pripravljenih po članku Kaje Bucik Vavpetič *Popularna mladinska fantazijska književnost in njen položaj v slovenskem literarnem prostoru (Otrok in knjiga 93)*, in ki se nanašajo na založniški vidik teme, o kateri smo ob tej priložnosti govorili.

### **Uvod**

V svoji razpravi bom zapisano podkrepila s podatki o prodaji knjig, ki jim brez dvoma lahko rečemo popularne, ter opozorila na najpomembnejše založniške dogodke v obdobju zadnjih petih let. Osredotočila se bom na knjige, ki so namenjene mladostnikom od 12. leta, kjer je večja verjetnost, da je izbor knjige za branje stvar lastne odločitve in izhaja iz prostočasnega branja. Za časovni okvir petih let sem se odločila predvsem zato, da je mogoča relevantna umestitev najbolj prodajanih<sup>1</sup> in po podatkih, ki so dostopni na Cobissu, tudi najbolj branih novejših izdaj.

Za zanimivost ob lestvici najbolj prodajanih knjig za mladino med leti 2011–2016 na vpogled ponujam lestvico najbolj prodajanih knjig otroškega in mladinskega leposlovja od začetka delovanja založbe do danes.

Lestvica najbolj prodajanih knjig otroškega in mladinskega leposlovja založbe Mladinska knjiga med leti 1945–2016:

– Domače leposlovje	
1. <i>Martin Krpan</i>	239.130
2. <i>Pod svobodnim soncem</i>	192.906
3. <i>Mehurčki</i>	190.669

---

<sup>1</sup> Seštevek prodanih izvodov po vseh prodajnih poteh ZMK.

4. <i>Solzice</i>	180.300
5. <i>Bratovščina Sinjega galeba</i>	155.060
– Prevodno leposlovje	
1. <i>Pika Nogavička</i>	140.213 + 4.161 v stripu
2. <i>Mali princ</i>	136.102 + 2.040 v stripu
3. <i>Ostržek</i>	117.500
4. <i>Heidi</i>	79.200
5. <i>Jonathan Livingston Galeb</i>	55.651

Lestvica najbolj prodajanih knjig mladinskega leposlovja založbe Mladinska knjiga med leti 2011–2016:

1. <i>Mali princ</i>	11.137
2. <i>Krive so zvezde</i>	8.342
3. <i>Harry Potter – Kamen modrosti</i>	4.830
4. <i>Kdo si, Aljaska?</i>	4.710
5. <i>Lažna mesta</i>	3.700

Že prvi pogled na seznam pove, kaj je tisto, kar je najbolj zaznamovalo obdobje zadnjih pet let. Z Johnom Greenom, ki je na lestvice najbolj branih in prodajno uspešnih naslovov prinesel odmik od fantazijske književnosti, smo dobili kakovostnega avtorja, ki ga bere zelo širok krog bralcev. Pomenljivo je tudi, da njegovih del ne berejo samo otroci, ampak tudi odrasli. Na lestvici sta še dve deli starejšega datuma, na prvem mestu celo dolgoživa in vztrajna prodajna uspešnica založbe Mladinska knjiga, ki spada med klasike.

### Prodaja in branost vs. kakovost

V izhodiščih za simpozij je bila teza, da je za večino založnikov vrednost knjige razpeta med dvema poloma: prodajo, ki zagotavlja dobiček, in kvaliteto, ki lahko prinese prepoznavnost v obliki nagrad in dobrih recenzij. Darka Tancer Kajnih, ki je tezo postavila, ob tem ne zanika, da sta oba kriterija pomembna, sprašuje pa se, kako suvereni so založniki v svojih uredniških programih danes. John Green je idealen za odgovor na to vprašanje.

V letu 2012, ko sem se dodobra seznanila z avtorjevim pisateljskim opusom in se odločala, katero njegovo delo bomo objavili najprej, še ni kazalo, da bodo Greenove knjige za nekaj časa popolnoma spremenile podobo svetovnih lestvic prodajnosti in priljubljenosti. Avtor je v tistem trenutku sicer že bil ovenčan s številnimi pomembnimi literarnimi nagradami in je imel svoj zelo zvest in predan krog oboževalcev – ne le kot pisatelj, temveč tudi kot vloger s sto tisoči sledilcev – a njegovih knjig na vrhovih svetovnih lestvic še ni bilo.

Ko smo kupovali pravice za roman *Krive so zvezde*, se je v naši hiši pojavil dvom, ali na programu mladinskega leposlovja za leto 2013 potrebujemo dve knjigi, v katerih je osrednji motiv bolezen, rak (v istem letu smo kupili pravice za *Sedem minut čez polnoč* Patricka Nessa). Ker imam pri izbiri programa proste roke, smo pravice seveda kupili. Avtorja sem vzljubila v trenutku, zdelo se mi je, da ima *Krive*

so zvezde največ možnosti za uspeh. Ob izidu se še ni pokazalo, kakšno 'zlato kuro' smo nabavili, a kmalu je prišel bum, ki se ni zgodil ob marketinški podpori naše hiše, ampak zgolj in samo s priporočili od ust do ust. Dobili smo največjo prodajno uspešnico mladinskega leposlovja naše založbe v zadnjih nekaj letih.

Pri oblikovanju osrednjega dela svojega programa imam torej svobodo in izbiram knjige, v katere verjamem. Glede na to, da se v založniškem poslu »nobenmu k... ne sajna, kuga bo zares zažgal,« kot je v romanu *Sreča* duhovito povzel Will Ferguson, je po mojem mnenju to tudi edina smiselna pot.

Ker je Mladinska knjiga splošni založnik in hkrati največja slovenska založba, strežemo tudi zelo širokemu krogu bralcev in potrebi po bolj lahkotnih vsebinah. Da bi zgolj čakali na naslednjo veliko stvar, je seveda iluzorno. Ves čas zasledujemo trende, zelo pozorno spremljamo svetovne lestvice in čeprav v zadnjih petih letih nobena od knjig, od katerih smo pričakovali izstopajoče prodajne rezultate, ni prišla na prvih pet mest lestvice naših najbolj prodajanih knjig v zadnjih petih letih, so rezultati prodaje vseeno zgovorni.

Tabela 1: Lestvica najbolj prodajanih knjig žanrskega leposlovja založbe Mladinska knjiga med leti 2011–2016 (nad 2.000 izvodi)

	Naslov	Trda izdaja	Žepna izdaja	Skupaj	Izposoja (Cobiss)
1	<i>Vampiriska akademija</i> (VA)	910	3.167	4.077	20.729
2	<i>Poljub smrti</i> (VA)	851	2.922	3.773	14.908
3	<i>Krvna zaveza</i> (VA)	748	2.930	3.678	12.927
4	<i>Zadnja žrtev</i> (VA)	778	2.534	3.312	11.177
5	<i>Klic duha</i> (VA)	815	2.417	3.232	11.644
6	<i>Ledeni ugriz</i> (VA)	653	2.390	3.043	17.189
7	<i>Za večno</i> (serija Nesmrtni)	768	1.908	2.676	12.791

Kot sem ob različnih priložnostih že poudarila, tudi zaradi ugotovitev Kaje Bucik Vavpetič v prej omenjenem članku, ponovno izpostavljam: do žanrskih in popularnih knjig se v založbi ne vedemo čisto nič drugače kot takrat, ko izdajamo knjige v bolj kakovostnem delu programa. Prizadevamo si, da so dobro prevedene, lektorirane, urejene in oblikovane po najvišjih založniških standardih.

### Nagrade vs. prodaja in branost

Eno od izhodiščnih vprašanj za simpozij je bilo tudi, koliko na prodajo in branost vplivajo nagrade. Kot ugotavlja že Kaja Bucik Vavpetič, ne kaj dosti. Nagrade zagotovo pomagajo pri večji prepoznavnosti posameznih del, avtorjev. Kakovostne, izstopajoče knjige bi se v poplavi izidov ob kritiški podhranjenosti in pomanjkanju medijske podpore novim izidom, izgubile, tako pa dobijo vsaj nekaj pozornosti. V tabelo sem umestila knjige za mladino naše založbe, ki so v zadnjih petih letih prejele znak zlata hruška, tri od njih tudi priznanje zlata hruška za prevedeno knjigo. Mislim, da so podatki zgovorni.

Tabela 2: Knjige iz programa mladinskega leposlovja (2011–2016), ki so prejele znak zlata hruška

	Naslov	Trda izdaja	Žepna izdaja	Skupaj	Izposoja (Cobiss)
1	<i>Krive so zvezde</i>	1.125	7.207	8.342	15.642
2	<i>Kdo si, Aljaska?</i>	1.698	3.012	4.710	7.500
3	<i>Lažna mesta</i>	777	2.923	3.700	4.460
4	<i>V morju so krokodili</i>	993	979	1.972	7.459
5	<i>Trinajst razlogov</i>	753	776	1.529	8.079
6	<i>Kot v filmu*</i>	??	??	1.436	6.694
7	<i>Na begu</i> (Hrup in kaos)	600	737	1.337	5.711
8	<i>Če ostanem</i>	616	721	1.337	3.423
9	<i>Eleanor in Park</i>	450	817	1.267	1.949
10	<i>Rdeče kot kečap</i>	485	501	986	3.520
11	<i>Zakaj in zato</i> (Hrup in kaos)	441	525	966	2.692
12	<i>Sedem minut čez polnoč**</i>	964		964	4.929
13	<i>Kit na plaži***</i>	873		873	1.715
14	<i>Vojna pošasti</i> (Hrup in kaos)**	425	345	770	2.226
15	<i>Tehanu</i> (Saga o Zemljemorju)	507		507	1.710
16	<i>Zgodbe iz Zemljemorja</i> (Saga o Zemljemorju)**	427		427	1.248
17	<i>Drugi veter</i> (Saga o Zemljemorju)	425		425	621

\* Prejemnica nagrad modra ptica, desetnica, večernica. Številu prodanih izvodov lahko prištejemo še 21.500 izvodov, ki jih je JAK odkupil za projekt Rastem s knjigo.

\*\* Prejemnica priznanja zlata hruška za prevodno delo.

\*\*\* Tudi k tej knjigi je treba prišteti 22.000 izvodov, ki jih je JAK odkupil za projekt Rastem s knjigo

Kljub temu da nagrajevana dela niso nujno tudi prodajno uspešna, pa so temeljni del programa, ki ga želi založba negovati in razvijati. S tem ohranjamo zvestobo tradiciji in nadaljujemo delo, ki so ga začeli naši predhodniki, pionirji kakovostnega založništva za otroke in mladino pri nas.

## Izvirno vs. prevodno

Do zdaj je bilo govora predvsem o prevodnih delih, v drugem delu svojega prispevka pa se bom pomudila še pri izvirnem leposlovju in bom najprej poskusila odgovoriti na dve izhodiščni simpozijski vprašanji, ki se dotikata tudi tega, ali k dobičku usmerjeno založništvo pri nas že izpodriva knjigo kot dobrino nacionalnega pomena in ali se zaradi želje ali celo nuje po hitri in dobri prodaji založniki raje odločajo za prevode preverjenih tujih uspešnic (predvsem iz angleškega jezika). Glede na programsko usmeritev založbe Mladinska knjiga je odgovor seveda ne. Za preživetje zaposlenih in vpletenih je za založniški posel uspešna prodaja izjemnega pomena, a pri oblikovanju leposlovnega programa na naši založbi vendarle ves čas iščemo ravnotežje med objavljanjem kakovostnih prevodnih del iz različnih jezikov, izvirnega leposlovja in lahkotnejšega, prodajno uspešnega žanrskega leposlovja.

V svoj program, ki obsega leposlovje za mladino in otroke, vsako leto uvrščam najmanj dve izvorni leposlovni deli. Pomemben vir kakovostnih rokopisov v zadnjih

petih letih predstavlja razpis za nagrado modra ptica, ki jo založba Mladinska knjiga podeljuje za še neobjavljena leposlovna dela. Nagrada se podeljuje bienalno. Izmenjujeta se razpis za izvirno leposlovno delo za odrasle in razpis za izvirno leposlovno delo za mladino. Nagrado je založba zasnovala v želji, da pridobi še neobjavljene rokopise in si s tem razširi krog avtorjev. Gre za vsebinsko pomemben projekt, ki se je vsaj za uredništvo mladinskega leposlovja izkazal za zelo uspešnega: pridobili smo deli dveh avtorjev, ki doslej z uredništvom nista sodelovala (Vinko Möderndorfer, Miha Mazzini), njuni knjigi sta za slovenske razmere že dosegli dokaj velik krog kupcev, prva knjiga *Kot v filmu* Vinka Möderndorferja pa tudi priznanje stroke, saj je bila knjiga ovenčana še z nagradama desetnica in večernica, ter bila izbrana za projekt Rastem s knjigo.

### **Kako lahko naredimo uspešnico iz izvirnega dela?**

Eno od izhodiščnih simpozijских vprašanj je bilo tudi, s kakšno promocijo naj založniki učinkovito podprejo izvirno domačo leposlovno delo, za katerega menijo, da ne bi smelo biti spregledano, ali predvidevajo, da bi lahko postalo celo uspešnica. Z nagrado modra ptica lahko ponazorim odgovor na to vprašanje.

V velikanski produkciji Mladinske knjige je treba zelo skrbno izbirati naslove, ki bodo ustrezno podprti tudi z marketinškega in piarovskega vidika. Imamo nekaj izjemno močnih avtorjev na področju otroškega leposlovja, ki so znamka zase in zagotovilo za uspeh sami po sebi. Od sodobnih ustvarjalcev so to denimo Svetlana Makarovič, Anja Štefan, Andrej Rozman – Roza, Desa Muck. Na področju mladinskega leposlovja pa razen Dese Muck po tej plati uspešnega avtorja nimamo.

Eden od pomembnih ciljev nagrade modra ptica je intenzivna PR dejavnost, ki naj bi poskrbela za prepoznavnost nagrajenih del in avtorjev. Eno temeljnih načel, ki smo si jih zastavili pri nagradi je, da iščemo kakovostna, komunikativna leposlovna dela, ki bodo nagovarjala kar najširši krog bralcev. Ker je finančni in vsebinski vložek v nagrado ogromen (nagrada znaša 12.000 evrov bruto), je jasno, da je v ozadju tudi želja, da naredimo uspešnico. Časovnica promocijskih aktivnosti od razpisa do podelitve nagrade je zelo skrbno zasnovana in izpeljana, zato sem prepričana, da nihče od tistih, ki se s tem področjem ukvarja, modre ptice ne more spregledati. Glede medijske pokritosti se nimamo kaj pritoževati.

In kako se to pozna pri prodaji? Naši modri ptici, namenjeni mladim bralcem, sta dosegli takšne rezultate: *Kot v filmu* Vinka Moderndorferja 2.200 prodanih izvodov po vseh prodajnih poteh in ne glede na format knjige (izšla je tako v trdi kot v mehki izdaji) in *Zvezde vabijo* Mihe Mazzinija 1.200 prodanih izvodov. Če vemo, da je povprečna naklada izvirnega mladinskega leposlovnega dela 800 izvodov, je ta podatek spodbuden, a iz njega je razbrati tudi, da se vložek ne pokrije. Seveda to, da se nam vložek ne obrestuje v denarju, ne pomeni, da nismo bili uspešni, saj je razpis za nas izjemno pomemben tudi zato, ker z njegovo pomočjo pridobimo kakovostne rokopise za objavo, obenem pa vsaj v obdobju, ko razglasimo zmagovalca in izdamo knjigo, fokus poročanja obrnemo k področju mladinskega leposlovja. Prodajne številke same po sebi tudi ne povedo vsega, saj je imela denimo knjiga *Kot v filmu* še eno pot, ki za dolgoživost med bralci ni nepomembna: izbrana je bila za projekt Rastem s knjigo in tako dosegla 21.500 otrok.

## Približevanje bralcem

Modra ptica je torej poskus, kako narediti uspešnico iz izvirnega leposlovnega dela, vendar pri tem seveda najbolj uspešno nagovarjamo odrasle, ki knjige kupujejo. Poskušamo pa se približati mladim bralcem tudi neposredno, v zadnjih letih prek spletne strani fejsbuk.net. Tu objavljamo izčrpne informacije in dodatna gradiva h knjigam iz programa mladinskega leposlovja. Spletna stran ima dober obisk (okoli 7000 obiskovalcev na mesec), pridobila pa si je že tudi prepoznavnost med mladimi in pedagogi.

Še en poskus približevanja bralcem pa je zaživel v letu 2014, ko smo v sodelovanju s knjigarno Konzorcij v Ljubljani zasnovali bralni klub za mlade Fejsbukerji, ki ga vodi in oblikuje skupina petih mladostnikov: osnovnošolka Brina Vukovič in srednješolci Dora Adamič, Zala Zgaga, Živa Jamnik in Gašper Stražišar. Projekt je deloma nastal iz želje, da dobimo neposreden odziv na uredniško delo, predvsem pa iz potrebe knjigarne Konzorcij, da ob odprtju mladinskega oddelka v knjigarni ponudi še vsebine za mlade.

Princip dela je zasnovan po željah in potrebah vodij knjižnega kluba: knjige izbirajo sami, pri izboru nanje ne vplivamo, seveda pa se na naših srečanjih argumentirano pogovarjamo o delih, ki so uvrščena na debate. Izbirajo knjige različnih založb in različnih žanrov ter na dogodkih v knjigarni Konzorcij (vsak drugi ponedeljek v mesecu med oktobrom in majem) izbrane naslove najprej predstavijo, nato pa o njih debatirajo, k izmenjavi mnenj o prebranem povabijo tudi obiskovalce. Povprečno število obiskovalcev na dogodkih v lanski sezoni je bilo 20–25, se je pa okrog fejsbukerjev že oblikovalo jedro bralcev, ki so prišli prav na vse dogodke.

Pomembno se nam zdi, da imamo v hiši neposreden odziv na naše delo, izjemno dragoceno pa je tudi to, da se fejsbukerji razvijajo v večše moderatorje literarnih dogodkov. Vemo, da mladi najbolj verjamejo svojim vrstnikom. To, da jim branje priporočajo oni, je bolj prepričljivo od vseh nagrad in marketinških prijemov. Fejsbukerji administrirajo Facebook profil fejsbuk.net, v šolskem letu 2016–2017 pa so se spoprijeli z novim izzivom: vsak mesec v reviji *Pil* pripravljajo rubriko, v kateri priporočajo svoje najljubše knjige.

## Sklep

Za založnika je seveda pomembno, da za svoj program pridobi dela, ki bodo med bralci popularna in bodo prinesla dober zaslužek. Najlepše je, ko se poklopi kakovost in priljubljenost. Večinoma to žal ni mogoče, ampak če smo že primorani slediti trendom, to počnemo z vso odgovornostjo in ne odstopamo od najvišjih založniških standardov. Pri uredniškem delu je vredno zaupati v kakovost in vztrajati pri tem, da je program izdaj zasnovan celostno in zajema iz različnih jezikov ter žanrov, obenem pa neguje poslanstvo izdajanja izvirnega leposlovja. V naši založbi si prizadevamo za to, da izvirno leposlovje še posebej podpremo (nagrada modra ptica, Levstikova nagrada), a za večino naše kakovostne produkcije so vendarle ključnega pomena inštitucije, ki podpirajo domače avtorje: Bralna značka, JAK in projekt Rastem s knjigo, Pionirska – center za mladinsko književnost, nagradi desetnica in večernica. Izkušnja s fejsbukerji kaže, da mladi berejo, ne samo popularno književnost. In ker vemo, da so mnenja vrstnikov pri izbiri pristočnega

branja najpomembnejši faktor pri odločitvi, kaj brati, je treba delati na tem, da se jim približamo z uporabo novih medijev in neposrednim stikom. Prav to zadnje je nujno, zato v naši hiši že resno snujemo prvi festival mladinske književnosti, ki bo namenjen mladostnikom, druženju z avtorji in druženju ob knjigah – pomlad bo ravno pravi čas za to.



Ida Mlakar Črnič in Darja Lavrenčič Vrabec



Janja Vidmar in Majda Koren