

Rušenje mitov: leposlovne uspešnice v Evropi in Sloveniji

Miha Kovač, Rüdiger Wischenbart

Filozofska fakulteta Univerze v Ljubljani, Slovenija; Inštitut za germanistiko Univerze na Dunaju, Avstrija
miha.kovac@siol.net; ruediger@wischenbart.com

Članek se ukvarja z analizo leposlovnih knjižnih uspešnic v Evropi v letih 2008–2009. Avtorja razvijeta metodo, s katero izmerita dejavnik vpliva posameznega avtorja uspešnic v Evropi ter opišeta mehanizme, ki vplivajo na to, da se posamezna knjiga spremeni v uspešnico; obenem tudi opozorita na velike razlike pri nastajanju lestvic in na to, da sam način sestavljanja lestvic lahko vpliva na to, katere knjige se uvrstijo na lestvico. Analiza pokaže, da na lestvicah uspešnic v večini obravnavanih držav v obravnavanem obdobju prevladujejo izvorna leposlovna dela in prevodi, ki prihajajo iz največjih evropskih jezikov in švedščine; ta proces je hkrati izrazito enosmeren, saj na lestvicah uspešnic na evropskem zahodu ni prevodov iz manjših evropskih jezikov in iz vzhodne Evrope. V zadnjem delu članek nekoliko podrobneje analizira razmere v Sloveniji in opozori na precejšnjo razliko med strukturo knjižnične izposoje in lestvicami uspešnic.

Ključne besede: knjigotrštvo / knjižni trg / uspešnice / lestvice uspešnic / knjižnice / knjižnična izposoja

UDK 655.42

I.

Na vprašanje, kaj je knjižna uspešnica, ni enostavnega odgovora. Oxfordov angleško-angleški slovar navaja, da je izraz »bestseller« prvi uporabil časnik *Kansas Times and Star* leta 1889, prvi poskusi natančneje opredeliti, kaj je knjižna uspešnica, pa segajo v čas po drugi svetovni vojni. Definicije so nihale od različnih statističnih opredelitev (»knjižna uspešnica je knjiga, ki jo v desetih letih po izidu kupi 1% prebivalstva« F. L. Mott) do tavitološke definicije (»knjižne uspešnice so knjige, ki se uvrstijo na lestvice uspešnic« R. Dudovitz), ki se zdi, kot bomo videli, z današnjega zornega kota še najbolj smiselna (oboje cit. po Miller).

Vsak razmislek o knjižnih uspešnicah v drugem koraku zahteva še razmislek o tem, kaj so lestvice uspešnic in kako nastajajo. Običajno jih razumemo kot odraz prodaje knjig na trgu – več izvodov posamezne knjige

je prodanih, višje na lestvici uspešnic je knjiga. Vendar ni vedno tako: ena najuglednejših lestvic, ki jo objavlja *New York Times* (od 1931) namreč že od svojih začetkov nastaja tako, da uredništvo razpošlje v izbrane knjigarne vprašalnike, v katerih povpraša po najbolje prodajanih knjigah. Na teh vprašalnikih navede skupino knjižnih naslovov, za katere predpostavlja, da se najbolje prodajajo, knjigarnarji pa potem na podlagi prodaje v svoji trgovini določijo njihov vrstni red. Seveda imajo knjigarnarji tudi možnost, da dopišejo knjižni naslov, za katerega ocenijo, da se v danem tednu izjemno dobro prodaja, a ta rubrika pogosto ostaja prazna (več o tem gl. Miller 290–291, ki sicer navaja podatek 4000 knjigarn, in http://wikipedia.org/wiki/New_York_Times_Bestseller_List).

Tak način sestavljanja lestvic seveda omogoča manipulacije in ni natančen. Morda najbolj znamenita tovrstna zgodba je vezana na sodni spor, ki ga je sprožil William Peter Blatty na začetku osemdesetih let: potem ko je njegov roman *Izganjalec hudiča* (*The Exorcist*) v sedemdesetih letih kar nekaj časa preživel na vrhu lestvice *New York Timesa*, je bilo realno pričakovati, da se bo nekaj podobnega zgodilo tudi njegovemu naslednjemu romanu *Legija* (*Legion*), a se je knjiga pojavila na lestvici z nekajtedensko zamudo, na njej pa je ostala le en teden, s čimer naj bi *Times* založbo in avtorja oškodoval, saj naj bi tako kratko bivanje knjige na lestvici negativno vplivalo na njeno prodajo. Blatty in njegov založnik sta se odločila za tožbo, a sta spor gladko izgubila: založniki *New York Timesa* so namreč trdili, da niso nikoli razglašali svojih lestvic za natančen odraz razmer na knjižnem trgu. Še več, na sodišču so priznali, da je lestvica v bistvu uredniški konstrukt, kar je njihovim odvetnikom omogočilo, da so se sklicevali na prvi amandma ameriške ustave, ki govori o svobodi tiska. Sodišče jim je v celoti prisluhnilo in zavrglo Blattyjevo tožbo – s čimer je ena najbolj slavnih lestvic uspešnic na svetu tako rekoč dobila sodni certifikat, da ni odraz prodajnih razmer na knjižnem trgu (Miller 297–298).

II.

Pravo revolucijo pri razvoju lestvic knjižnih uspešnic je povzročil sistem Bookscan, ki ga od leta 1995 razvija in upravlja korporacija Nielsen, ki se sicer ukvarja z spremljanjem dosega različnih medijev predvsem v anglosaških državah. Sistem poenostavljeno rečeno deluje tako, da se vsaka prodaja knjige v knjigarni računalniško zabeleži na blagajni; posledično to pomeni, da sistem z lekarniško natančnostjo beleži knjigarniško prodajo knjig. Sistem trenutno deluje v devetih državah, v ZDA, Veliki Britaniji, Avstraliji, Irski, Danski, Italiji, Novi Zelandiji, Španiji in Južnoafriški re-

publiki (več o tem gl. <http://www.nielsenbookscan.co.uk>). Za pripravo svojih lestvic uspešnic ga uporablja tudi najuglednejša britanska strokovna revija za založnike in knjigotržce *Bookseller*.

Z razvojem tega sistema je postalo očitno dvojje: prvič, dejanska prodaja na knjižnih trgih je nekoliko drugačna od tiste, kot so jo dotlej slikale lestvice, urejene kot denimo tista v *New York Timesu*, in drugič, kot je opozorila že Laura Miller, tudi same lestvice posredno vplivajo na knjižni trg in so zato svojevrstno marketinško orodje. To se je po uvedbi Nielsenovih lestvic zelo jasno pokazalo na avstralskem knjižnem trgu. Do leta 2000 je namreč tam lestvico z največjo težo in odmevnostjo objavljala *Australian Book Review* (ABR). To (in njej podobne lestvice v nekaterih avstralskih dnevnikih) so urejali in zbirali uredniki kulturnih strani ter njihovo vsebino »notorično filtrirali« (Davis, *The Decline* 116) – in to ne samo tako, da določenih knjižnih zvrsti sploh niso uvrščali na lestvice, ampak tudi tako, da so o tem, katere knjige se prodajajo in katere ne, povpraševali predvsem po knjigarnah v mestnih središčih ali na univerzitetnih kampusih, kamor je zahajalo zahtevnejše bralno občinstvo. Posledično so na avstralskih lestvicah prevladovali avstralski avtorji resnejših leposlovnih in esejističnih del, na njih pa ni bilo »kuharskih knjig, ne knjig o tem, kako na hitro obogateti, niti biografij športnikov« (Davis, *The Decline* 117).

Ko pa so po letu 2000 avstralski mediji začeli objavljati lestvico Nielsen Bookscan, se je začela kazati drugačna slika avstralskega knjižnega trga: tako so denimo med prvimi 130 najbolje prodajanimi naslovi v božični prodajni sezoni leta 2004 bila le 4 leposlovna (na devetem, petinšestdesetem, stotretjem in stočetrtm mestu) ter tri esejistična dela avstralskih avtorjev (na petintridesetem, štiriinšestdesetem in stoštirinajstem mestu). Nenadoma je bilo torej videti, kot da bi Avstralci spremenili svoj bralni okus in namesto domačih leposlovnih del začeli brati lahkotnejše tuje avtorje, kakršen je denimo Dan Brown (ki se dotlej na avstralskih lestvicah sploh ni pojavljal!), ter začeli množično kupovati »kuharice ter knjige o igralskih kriketa« (Davis, *The Decline* 118) – in to ne glede na to, da ni empiričnih dokazov, da bi se v tem času prodaja resnejših in izvernih leposlovnih del drastično spremenila.

Seveda pa ta videz ugašana leposlovja ni le posledica pojava bolj natančnih lestvic knjižnih uspešnic, ki so v avstralskih medijih kazale realnejšo sliko prodajnega dometa domačih leposlovnih avtorjev: Davis opozarja, da se je v tem času v Avstraliji pomembno spremenil vrednotni sistem in obenem celotna medijska krajina (leposlovje naenkrat ni bilo več razumljeno kot eno od osrednjih orodij pri vzdrževanju avstralske identitete, zaradi česar so se zmanjšale državne podpore avtorjem in založnikom tovrstnih del; branju in knjigam so v šolskih kurikulumih začeli odvzemati prostor drugi mediji; delež branja je med vsemi prostočasovnimi aktivnostmi upadel z 29% na

25%; prevladujoča družbena paradigma tistega časa je bil neoliberalizem, ki je tudi v knjižnem založništvu vzpostavil nenormalno visoka kapitaliska pričakovanja, zaradi česar so se založniki usmerjali predvsem v produkcijo knjig, za katere so verjeli, da bodo prinesle visoke dobičke; gl. Davis, *The Decline* 120–127). Povedano drugače, nove, natančnejše lestvice uspešnic so se v Avstraliji pojavile v času, ko je zaradi spremenjenih družbenih okoliščin domače leposlovje že tako ali tako izgubljalo družbeni ugled in vpliv: stare lestvice torej niso izgubile merodajnosti zgolj zato, ker so se pojavila natančnejša informacijska orodja, ampak tudi zato, ker domače in/ali bolj zahtevno leposlovje naenkrat ni bilo več osrednji književni žanr. Tehnologija, ki je omogočala pripravo drugačnih lestvic, je torej prišla do izraza predvsem zato, ker so spremenjeni družbeni paradigmi nove, drugačne lestvice bolj ustrezale. Ta obrat k novim lestvicam, na katerih so prevladovala lahkotnejša dela, pravi Davis, je trend izrivanja leposlovja še dodatno pospešil in deloval kot samoizpolnjujoča prerokba: ko je postalo natančno vidno, kateri knjižni žanri se dobro prodajajo, so se založniki v skladu s prevladujočim vrednotnim okoljem in duhom časa še bolj usmerili vanje, saj se je zdelo, da le tako lahko dosežejo zelene dobičke. Ta spremenjena podoba je imela povraten vpliv na poslovno strategijo založb, ki so v skladu z prodajnimi trendi, kot so jih kazale lestvice, začele spreminjati svoje programske strategije. Avstralska podružnica založbe Simon & Schuster je denimo leta 2004 napovedala, da ne bo več objavljala prvencev avstralskih avtorjev, največja avstralska založba Allen & Unwyn, ki je leta 1996 objavila 60 leposlovnih del domačih avtorjev, pa jih je leta 2004 samo še 28. Ta obrat je bil še toliko bolj možen, opozarja Davis, ker se je v tem času vrednotni obrat zgodil tudi znotraj avstralskih založb: oddelki za trženje so začeli postajati pomembnejši od uredniških oddelkov, hkrati pa se je prodaja knjig začela množično širiti na netipična maloprodajna mesta (Davis, *The Decline* 120).

III.

S tem smo prišli do še enega pravzaprav šokantno neraziskanega vprašanja znotraj založniških študij: namreč, na kakšen način poteka v založbah način odločanja o tem, kako in kaj objaviti, ter ali imajo te odločitve posreden vpliv tudi na samo oblikovanje lestvic uspešnic. Eden doslej najbolj prepričljivih opisov delovanja mehanizmov, po katerih se knjige spreminjajo v uspešnice, je nastal v neznanstvenih krogih: ameriški esejist Malcolm Gladwell je v knjigi *Prelomna točka* postavil tezo, da se knjižne (pa tudi filmske in glasbene) uspešnice in modni trendi skozi družbo širijo podobno kot epidemična obolenja. Pri slednjih, pravi Gladwell, je ponavadi tako, da

jih sproži ozka skupina posameznikov, ki ima veliko družabnih stikov; kot zgled tovrstnega širjenja nalezljivega obolenja navaja epidemijo gonoreje v Colorado Springsu iz leta 1986, ki se je razširila na vse mesto, analize pa so pokazale, da je daleč največ ljudi okužila skupina 168 oseb, ki so bile sicer med seboj nepovezane, a so obiskovale iste lokale in imele ogromno stikov. Podobno je tudi z uspešnicami in modnimi trendi, pravi Gladwell: ne glede na vložke v oglaševanje se začnejo knjiga, glasbeni izdelek ali pa modni dodatek intenzivno širiti skozi družbo šele, ko jih za svoje vzame peščica, ki pa ima zaradi takih ali drugačnih vzrokov velik vpliv na razmeroma širok krog ljudi. Seveda pa bi bili ti ljudje pri širjenju knjig, modnih trendov in glasbenih sporočil neuspešni, še dodaja Gladwell, če ne bi imeli opraviti z izdelkom, ki tako rekoč po svoji naravi prenaša sporočilo, ki se tistih, ki jim je namenjeno, prime bolj kot ostala – podobno kot so tudi nekateri virusi nalezljivi bistveno bolj kot drugi. Pri čemer je seveda logično, da se epidemična obolenja v nekaterih okoljih širijo hitreje kot v drugih: spremenjene higienske razmere so konec koncev praktično iztrebile kugo in kolero v Evropi, podobno kot so spremenjene kulturne razmere povzročile, da danes viteške romane ali trubadursko liriko prebirajo predvsem še literarni zgodovinarji.

Skratka, po Gladwellu je širjenje vsake uspešnice odvisno od moči njenega sporočila, od okolja, ki omogoča širjenje določene vrste sporočil, in od ljudi, ki to sporočilo širijo. Čeprav pomenijo osnovo za večino Gladwellovih prodajno izjemno uspešnih esejističnih knjig in člankov v *New Yorkerju* znanstvene študije, ki jih »prevede« v tekoč in običajnim bralcem razumljiv jezik, je več kot značilno, da v *Prelomni točki* ni citiral niti ene raziskave, ki bi se ukvarjala z mehanizmi širjenja knjižnih uspešnic, ampak je svojo teorijo utemeljil – recimo temu tako – metaforično s pomočjo socio-medicinske študije o epidemiji gonoreje v Colorado Springsu. Tako je slej ko prej zato, ker resnih študij o programskih mehanizmih odločanja v knjižnih založbah ni. Na tem področju torej orjemo ledino, pri čemer velja Gladwellov opis razumeti zgolj kot izhodišče za nadaljnje raziskave, ki bi lahko podrobneje opisale mehanizme ustvarjanja knjižnih trendov.

IV.

Tvegajmo hipotezo, da gre v svetu knjig tisto peščico ljudi, ki prva sproži širjenje določenega »knjižnega virusa« iskati med knjižnimi profesionalci: med uredniki (v večjih založništvih tudi med literarnimi agenti), tržniki, knjigarnarji, knjižničarji, drugimi avtorji in tistimi, ki v takih ali drugačnih medijih pišejo o knjigah in s tem svoje so-bralce usmerjajo k knjižnim vsebinam. Taka hipoteza se zdi logična: če delo samo po sebi ne prepriča urednika ali

literarnega agenta, da je objavljivo, ga urednik pač ne bo uvrstil v program založbe, oziroma ga literarni agent ne bo začel ponujati založbam. Še več, če bo urednik ali literarni agent nad delom navdušen – rečeno z Gladwellovo prisposodbo, če ga bo delo okužilo – se bo za ustrezen status dela v programu založbe potrudil bolj kot za druga dela, ki se mu bodo sicer zdela vredna objave, a z manjšim bralnim dometom in manjšim »okužbenim« potencialom. To primarno navdušenje urednika nad knjigo ni zanemarljivo, saj je pri vsaki knjižni založbi, ki izda letno več kot nekaj deset knjig, praktično nemogoče, da bi bila vsa dela deležna enake promocijske in prodajne podpore. Še huje je v knjigarnah, kjer je med nekaj deset tisoč naslovi možno prodajno posebej izpostaviti le omejeno število knjig, način, na katerega so v knjigarni razporejene knjige (kako so zložene po žanrih, katere so v ospredju in katere ne, na kakšen način so izpostavljeni avtorji...) pa, kot je pokazala Claire Squires, posredno pomembno vpliva na kupce knjig in na njihovo percepcijo knjižnih žanrov (Squires), hkrati pa pomeni tudi odraz mnenja knjigarnarjev o prodajljivosti posameznega naslova.

Skratka, poleg sposobnosti prepoznati zanimivo in prodajljivo knjižno besedilo je eden od pogojev za uspešno opravljanje uredniškega poklica zmožnost vplivanja na druge založniške in knjigotrške profesionalce in s tem posredno na bralce; bourdieuevsko rečeno, uredniškega poklica ni brez ustrezne količine socialnega in kulturnega kapitala. Od tu se v naslednjem koraku ponujata še dve hipotezi: prvič, obstoj knjižnega trga je eden od predpogojev kulturne odprtosti. Če namreč v nekem jezikovnem okolju obstoji več založb, ki so sposobne med širši krog bralcev pošiljati knjižna besedila in v katerih delajo uredniki z različnimi stopnjami in različnimi oblikami resistance na različne »knjižne viruse«, obstoji bistveno več možnosti, da bo inovativno in nekonvencionalno knjižno delo našlo pot do bralcev in morda postalo knjižna uspešnica, kot pa, če je takih založb in urednikov le nekaj. Drugič, če privzamemo Gladwellov okvirni opis širjenja uspešnic, je na mestu predpostavka, da se v različnih družbenih okoljih različni »knjižni virusi« širijo na različne načine. Ob tem velja opozoriti še na to, da je, kot je pisal Greco (*The Book Publishing Industry*), način organizacije knjižne založbe in s tem razmerja moči znotraj nje odvisen predvsem od velikosti in strukturiranosti trga, na katerem založba deluje: na različno velikih trgih in v različnih tržnih nišah (leposlovje, priročniki, otroške knjige ipd.) bodo posledično različne založbe strukturirane različno, to pa bo v njih vzpostavilo različna razmerja moči. Tako stališče se zdi logično: na visoko strukturiranih knjižnih trgih, kot je slovenski, kjer obstoji ogromno prodajnih poti, kot so denimo knjigarne, telefonska prodaja, akviziterska prodaja, prodaja preko knjižnega kluba in v megamarketih (Kovač, »Meje rasti«), bo prodajni uspeh knjige odvisen tudi od uspešne koordinacije

prodaje, zato bo v slovenskih založbah moč prodajnega oddelka ne glede na vrednotno nastrojenost okolja zelo verjetno močnejša kot denimo v danskih, kjer prodajo večino knjig v knjigarnah. To seveda pomeni, da knjižne uspešnice v kulturno različnih okoljih ne bodo različne le zato, ker sta denimo slovenski knjižni okus in prevladujoča družbena paradigma drugačna od danske, ampak tudi zato, ker je danski knjižni trg večji in drugače strukturiran od slovenskega, posredno pa so tudi mehanizmi odločanja v danskih založbah delujejo drugače kot v slovenskih.

Če bi torej hoteli bolje razumeti logiko nastajanja evropskih knjižnih uspešnic, bi morali vedeti, kakšne založbe jih izdajajo in kako v njih potekajo formalni in neformalni procesi programskega odločanja, raziskati »osebne zgodovine« različnih uspešnic v Evropi in preveriti, ali so si tudi vsebinsko podobne. Vse skupaj bi seveda zahtevalo bistveno večji raziskovalni projekt, kot ga lahko zaobjamejo naše trenutne kadrovske in finančne možnosti, zato se bomo v drugem delu pričujočega besedila posvetili temeljni – recimo temu tako – infrastrukturni raziskavi, brez katere tak projekt sploh ne bi bil mogoč: preverili bomo, kakšne so razlike med različnimi evropskimi lestvicami knjižnih uspešnic in vsaj okvirno nakazali, v kakšne žanre sodijo dela, ki se pojavljajo na njih. To nam bo omogočilo preveriti še eno hipotezo o sodobnih zabavnih industrijah: v delu raziskav o sodobni popularni kulturi namreč prevladuje prepričanje, da med uspešnicami prevladujejo anglosaška dela, ki naj bi bila, tako kot vsi proizvodi kulturne industrije, med sabo zamenljiva in nadomestljiva, zaradi česar je eden od ciljev sodobnih založniških industrij vzpostaviti skupnost uporabnikov s prilagojenim množičnim, skupnim okusom, ki konzumirajo uniformirane izdelke (značilna zagovornica tovrstnega razumevanja knjižnih trgov je denimo Breznik 59–61). Ker je angleščina osnovni jezik komunikacije tudi v založniškem svetu (Thompson 40–44), je seveda ob tem na mestu še predpostavka, da zaradi jezikovnih in širših družbenih razlogov evropske knjižne trge obvladujejo tako imenovani »hollywoodski bestsellerji«, za katere bi bilo v skladu z zgoraj povedanim smiselno pričakovati, da tudi takrat, kadar niso izvorno napisani v angleščini, pridejo na različne evropske knjižne trge prek angleških prevodov, saj je skupni jezik komunikacije vsaj navidez eden od predpogojev uniformnega delovanja založniških industrij.

Skozi primerjavo in analizo evropskih knjižnih uspešnic bomo torej preverili, kako unificirani so v resnici evropski knjižni trgi, oziroma ali res delujejo po zgoraj opisanih kriterijih kulturne industrije, ali pa so, tako kot nakazujejo ugotovitve Gladwella in Greca, ti trgi in nanje vezani bralni okusi bolj raznoliki kot verjamejo nekateri analitiki, na njih pa delujejo kompleksnejša pravila kulturne industrije, ki jih ni možno ujeti v nekaj preprostih formul.

V.

Glede lestvic knjižnih uspešnic obstojijo v Evropi precejšnje razlike: medtem ko imajo na evropskem zahodu te razmeroma dolgo tradicijo, je na evropskem vzhodu tradicija objavljanja lestvic bistveno krajša, za povrh pa – z delno izjemo Slovenije – nikjer ne deluje sistem, ki bi bil primerljiv z Nielsen Bookscanom. Zaradi tako različnih tradicij in sistemov zajema podatkov bomo knjižne uspešnice v obeh delih Evrope obravnavali ločeno.

Prve rezultate raziskave evropskih lestvic knjižnih uspešnic, ki je potekala med marcem 2008 in aprilom 2009, sva avtorja pričujočega besedila objavila v reviji *Publishing Research Quarterly* (Kovač in Wischenbart). Za osnovo sva vzela lestvice, kot jih v Angliji objavlja strokovna revija za založnike in knjigotržce *The Bookseller*, na Nizozemskem *Boekblad*, v Nemčiji *Buchreport* in *Spiegel*, v Španiji *El Cultural* (Spain), v Franciji *Livres Hebdo/Ipsos* in na Švedskem *Svensk Bokhandel*. V drugem delu raziskave, ki je potekala med oktobrom 2008 in septembrom 2009, smo naštetim dodali še italijansko lestvico. Z izjemo britanske, ki temelji na sistemu Nielsen Bookscan, te lestvice niso povsem natančen odraz prodaje na trgu; a ker nastanejo na reprezentativnem vzoru, ki pokrije približno 30% trga, vključno z megamarketi (a brez spletne prodaje), lahko domnevamo, da tako dobljeni podatki ne odstopajo bistveno od tistega, kar bi pokazal sistem Nielsen Bookscan.

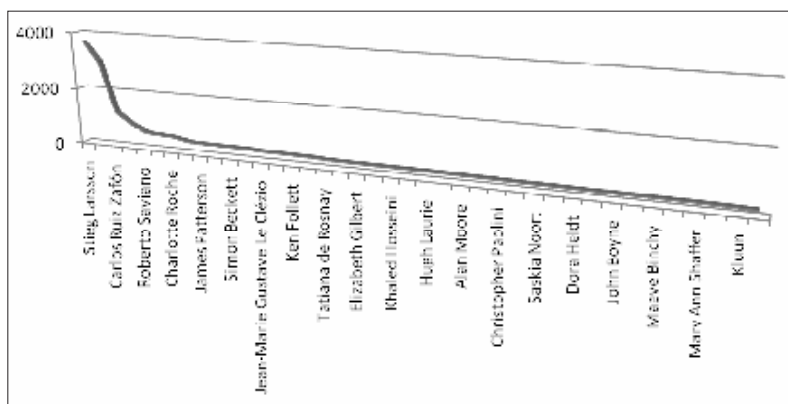
Razlogov, zaradi katerih smo izbrali ravno te trge, je kar nekaj: čeprav so si razmeroma podobni po tistih demografskih kazalcih, ki so ključni za oceno velikosti in absorpcijske moči knjižnega trga (kot so stopnja izobraženosti prebivalstva, družbeni bruto proizvod, razvitost medijske infrastrukture ipd.; več o tem gl. Kovač, *Meje rasti*), se pomembno razlikujejo glede na število prebivalcev in glede na jezikovne meje in izvozne potenciale. Tako je denimo britanski knjižni trg za evropske razmere razmeroma velik, z ogromnim izvoznim in uvoznim potencialom in tudi z ogromnim realiziranim izvozom; španski in francoski trg sta podobno velika kot britanski, pri čemer ima španski podobno velik izvozni potencial, a manjšo izvozno realizacijo, francoski pa relativno manjši izvozni potencial od obeh. Na drugi strani sta podobno velika kot britanski tudi italijanski in nemški trg, a v primerjavi z britanskim trgom z majhnim in tudi nerealiziranim izvoznim potencialom, nizozemski in švedski trg pa sodita med manjše zahodnoevropske knjižne trge, ki pa ju hkrati zaznamuje relativno velik odstotek ljudi, ki so sposobni branja v tujih jezikih (Kovač in Wischenbart). Poleg tega sodijo ti trgi v različne jezikovne skupine in delujejo v okoljih z zelo različnimi kulturnimi in političnimi tradicijami. Skratka, med seboj so si dovolj različni, da pomenijo reprezentativen vzorec za celoten zahodnoevropski knjižni trg.

Uporabili smo razmeroma preprosto metodologijo: v vseh državah smo analizirali prvih deset del na lestvici uspešnic, pri čemer smo se osredotočili na avtorje, saj so se nekateri na različnih lestvicah pojavljali z več različnimi naslovi. Za vsak mesec na prvem mestu lestvice je avtor dobil 50 točk, za drugo mesto 49 in tako do desetega mesta. Za tako visoko število točk smo se odločili, ker upamo, da bomo raziskavo v prihodnosti lahko razširili s prvih 10 na prvih 50 del na lestvicah. Tako zbrane točke imenujemo dejavnik vpliva posameznega avtorja.

Že na prvi pogled nam lestvica najbolj uspešnih avtorjev v obdobju oktober 2008 – september 2009 v zahodni Evropi pokaže presenetljivo sliko: dobro tretjino vseh točk sta zbrala dva avtorja, prva deseterica pa je zbrala kar 60% vseh možnih točk v obravnavanem obdobju:

	Oktober 2008 / September 2009	Dejavnik vpliva	Delež zbranih točk
1	Stieg Larsson	3697	19,13%
2	Stephenie Meyer	3012,5	15,59%
3	Carlos Ruiz Zafón	1161,5	6,01%
4	Paolo Giordano	805,5	4,17%
5	Roberto Saviano	552,5	2,86%
6	Charlotte Roche	527	2,73
7	John Grisham	497	2,57%
8	James Patterson	384,5	1,99%
9	Herman Koch	368	1,92%
10	Simon Beckett	360	1,90%
			Najboljših deset: 58,83%
			Najboljših 5: 47,76%

Če te podatke prevedemo v graf, dobimo skorajda šolsko sliko dolgega repa, kot ga je v svoji študiji opisal Anderson (*Dolgi rep*):



Že na prvi pogled je torej očitno, da je bilo v obravnavanem obdobju na več lestvicah izrazito uspešnih le nekaj avtorjev/-ic, iz spodnje preglednice za obdobje med marcem 2008 in aprilom 2009 pa je – kljub nekaj izjemam – mogoče razbrati še, da je dejavnik vpliva posamezne/-ga avtorja/-ice obratno sorazmeren s številom lestvic, na katerih se pojavlja:

Avtor/-ica	Naslov	Jezik izvornika	Lestvice uspešnic	Skupne točke
Stieg Larsson	Millennium (3 deli)	Švedščina	F, SP, SE, NL, UK	2601,5
Stephenie Meyer (*)	4 titles + The Host (adult UK)	Angleščina	I, SP, D, UK	2156,5
Khaled Hosseini	2 titles	Angleščina	NL, SE, D	1172
Roberto Saviano (**)	Gomorra	Italijanščina	I, D, F, SP, NL, SE	1104
Carlos Ruiz Zafón	El juego del angel	Španščina	SP, NL, I, D	893,5
Ken Follett	World Without End	Angleščina	F, D, SE, SP	825
Muriel Barbery	L'élégance du hérisson	Francoščina	F, D, SP	786
Charlotte Roche	Feuchtgebiete	Nemščina	D, NL, UK	709
John Boyne	Boy with the Striped Pajamas	Angleščina	SP	527
Cecelia Ahern	The Gift	Angleščina	UK, D	465
Elizabeth Gilbert	Eat, Pray, Love	Angleščina	NL	430
Henning Mankell	Kinesen	Švedščina	SP, SE, D, NL	404
Anna Gavalda	La consolante	Francoščina	F, D, SP	401
Liza Maklund	En plats i solen & Livsstd	Švedščina	SE	374
Paolo Giordano	La solitudine dei numeri primi	Italijanščina	I, SP, NL	368
Jean-Marie Le Clézio	Ritournelle de la faim; L'Africain	Francoščina	SE, F	334
Jens Lapidus	Snabba Cash	Švedščina	SE	321
Andrea Camilleri	Mehrere Titel	Italijanščina	I, SP, D, UK	289,5
Jean-Louis Fournier	Où on va, papa?	Francoščina	F	287
Eduardo Mendoza	El asombroso viaje de Pomponio Flato	Španščina	SP	285
Mark Levengood	Hjärtat får inga rynkor	Švedščina	SE	285
Katie Price	Angel Uncovered	Angleščina	UK	284
Siegfried Lenz	Schweigeminute	Nemščina	D,	282
J.K. Rowling (*)	Beedle the Bard; Deathly Hallows	Angleščina	SP, D	243
Jan Guillou	Men inte om det gäller din dotter	Švedščina	SE	243
Jeroen Smit	De Prooi	Nizozemščina	NL	241
Marc Levy	Toutes ces choses qu'on ne s'est pas dites	Francoščina	F	240
Simone van der Vlugt	Blauw water	Nizozemščina	NL	239
Guillaume Musso	Je reviens te chercher	Francoščina	F	234

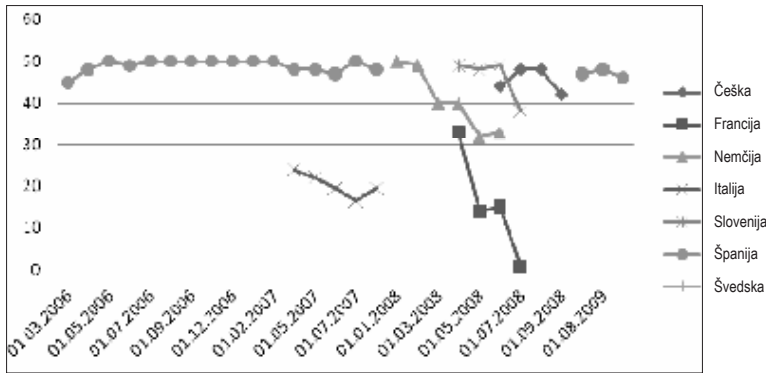
* naslovi so namenjeni vsem starostnim skupinam; ker se v nekaterih državah pojavljajo na lestvicah uspešnic otroških ali mladinskih knjig, smo jih iz nadaljnjih primerjav izločili

** v Italiji klasificirano kot leposlovje, drugje kot reportažno delo

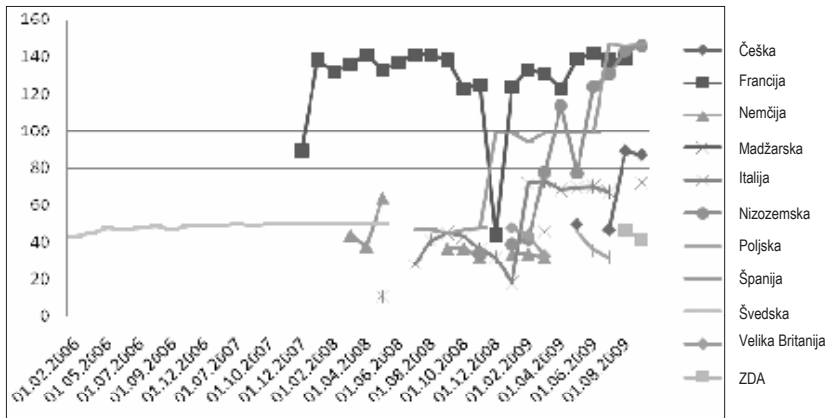
Ta tabela nas opozarja še na dve jezikovni dejstvi: prvič, od 30 avtorjev na zgornji tabeli jih 8 piše v angleščini, ostali pa v drugih evropskih jezikih. Podobna razmerja je pokazala tudi tabela za obdobje oktober 2008 – september 2009, na kateri jih je od 40 avtorjev z najvišjimi dejavniki vpliva 19 pisalo v angleščini, 21 pa v drugih evropskih jezikih (gl. http://www.wischenbart.com/en/cac/index_cac_en.htm). Seveda pa tu ne gre kar za vse evropske jezike: poleg uspešnic, napisanih v največjih evropskih jezikih, so v obravnavanem obdobju kot uspešnice preskakovale jezikovne meje le še knjige, napisane v švedščini.

In drugič, tudi brez podrobne vsebinske analize lahko zapišemo, da je prvih deset avtorjev na obravnavanih lestvicah uspešnic pisalo knjige, ki sodijo v zelo različne žanre: če njihovo vsebino poskusimo povzeti s preprostim, tako rekoč marketinškim opisom, je denimo *Eleganca ježa* Muriel Barbery roman z močno filozofsko noto, romani Stiega Larssona so družbeno kritične kriminalke, Stephenie Meyer je avtorica žanrskih uspešnic, po katerih snemajo še uspešnejše hollywoodske filme, *Samotnost praštevil* Paola Giordana je roman o zapletenih medčloveških odnosih, Charlotte Roche pa je avtorica del z dokaj esplotivno seksualno vsebino itd. Prav tako je podrobnejši pregled lestvic uspešnic pokazal, da se tiste knjige, ki preskočijo z ene lestvice na drugo, gibljejo po dveh različnih modelih. Pisci, kot so Ildefonso Falcones, Stieg Larsson, Muriel Barbery, Carlos Ruiz Zafon in drugi so bili najprej izrazito uspešni v svojem domačem okolju, saj so na domačih lestvicah po več mesecev vztrajali na prvem mestu. Ko pa so njihove knjige prevedli in izdali na drugih evropskih trgih, sta se izkristalizirala dva modela gibanja knjig po lestvicah uspešnic, ki ju bomo opisali na dveh najbolj izrazitih primerih, na *Morski katedrali* Ildefonsa Falconesa in na trilogiji *Millenium* Stiega Larssona.

Kot je razvidno iz spodnjega grafa, se je *Morska katedrala* Ildefonsa Falconesa v večini držav uvrstila na lestvice uspešnic, nato pa je z njih zelo hitro izginila. Iz tega lahko domnevamo, da so njeni založniki več kot pri drugih knjigah investirali v njeno promocijo, saj so upali, da bo knjiga na njihovih trgih povzročila podobno »okužbo« kot na španskem: a se to ni zgodilo in knjiga je na vseh obravnavanih trgih sicer priplezala na lestvice uspešnic, nato pa z njih razmeroma hitro izginila.



Povsem drugačno usodo so imeli romani Stiega Larssona: potem ko so dobesedno zavladovali na vrhu švedske lestvice uspešnic, so se preselili na večino preostalih evropskih knjižnih trgov in se tam zasedli skoraj enako uspešno kot na švedskem. Vsaj kot smo uspeli raziskati ustno, skozi pogovore z urednikom francoskega prevoda Larssonove trilogije Marcom de Gouvainom, je francoski uspeh za sabo potegnil nemškega, saj so nemški mediji temu delu začeli posvečati pozornost šele, ko je zavladovalo francoskim lestvicam uspešnic.



Iz teh dveh primerov lahko torej sklepamo, da sta imeli obe deli različno »okužbeno moč«: če je Falcones uspešno okužil španske bralce, nato pa se je izkazalo, da sporočilo njegovega dela ni tako, da bi za sabo množično potegnili bralce v drugih evropskih okoljih, je Larsson ravno obratno svoja dela napisal tako, da so imela izjemno visoko odzivnost ne le v Evropi, ampak tudi v ZDA, saj gre za prvo prevodno delo, ki se je v novem tisočletju uvrstilo na prvo mesto ameriške lestvice uspešnic v reviji *Publishers Weekly*.

Razglabljanje o tem, kaj je tisto, kar je v Larssonovih knjigah tako množično »zagrabilo« evropske in ameriške bralce, v Falconesovih pa ne, seveda presega domet pričujočega besedila. Za našo trenutno rabo zadostuje ugotovitev, da marketinška podpora ni dovolj za to, da knjiga postane prava uspešnica: rečeno v Gladwellovem jeziku je za to potrebno pravo sporočilo v pravem okolju – in vsaj v primeru Falconesovih prevodov ta dva dejavnika očitno nista sovpadla na ustrezen način.

Že kratek pogled na oba grafa nam pokaže še to, da sta deli potovali iz izvirnika v različne evropske jezike brez posredniške vloge angleščine, podobno kot pri ostalih avtorjih pa tudi njuna dela v Evropi izdajajo različno velike založbe (več o tem Kovač in Wischenbart)¹. Na podlagi takih podatkov se sklep vsiljuje kar sam od sebe: zahodno evropski knjižni trg je dovolj odprt, da lahko na njem z uspešnicami prodrejo tudi majhne založbe, hkrati pa na teh knjižnih trgih angleščina ne igra (iz)ključne posredniške vloge pri prehajanju uspešnic iz ene knjižne kulture v drugo. Ob tem so tudi bralna okolja, knjižni trgi in mehanizmi odločanja v založbah v različnih zahodno-evropskih državah tako različno strukturirani, da je to območje v obravnavanem obdobju imelo le nekaj zares skupnih knjižnih uspešnic.

VI.

Skoraj identične razmere so tudi na češkem, madžarskem, poljskem, srbskem in slovenskem knjižnem trgu, saj jih je tudi tu v obravnavanem obdobju med 40 pisci z največjim dejavnikom vpliva le 13 pisalo v angleščini, 10 v ostalih evropskih jezikih, 17 pa je bilo domačih avtorjev:

	angleščina	13
	domači jezik	17
	drugo	10
	Najbolje prodajanih 10: PL/CZ/HU/SLO/SRB	
1	Stephenie Meyer (prevod: angleščina)	2419
2	Rhonda Byrne (prevod: angleščina)	1289
3	Khaled Hosseini (prevod: angleščina)	1349
4	Zdeněk Svěrák (domači jezik)	674
5	Michal Viewegh (domači jezik)	674
6	Carlos Ruiz Zafón (prevod: španščina)	610
7	Paulo Coelho (prevod: portugalsščina)	576
8	Roberto Saviano (prevod: italijanščina)	550
9	Jaroslav Kmenta (domači jezik)	548
10	Stieg Larsson (prevod: švedščina)	546
11	Gorica Nesović, Jelica Greganović (domači jezik)	397
12	Goran Vojnović (domači jezik)	393

13	Vladimir Pištalo (domači jezik)	384
14	Marie Poledňáková (domači jezik)	378
15	Hugh Laurie (domači jezik)	376
16	Marija Jovanović (domači jezik)	369
17	Malgorzata Kalicińska (domači jezik)	363
18	Felix Francis (prevod: angleščina)	300
19	Sherry Jones (prevod: angleščina)	326
20	László L. Lőrincz (domači jezik)	276
21	Bernhard Schlink (prevod: nemščina)	268
22	Helen Exley (prevod: angleščina)	267
23	Wojciech Cejrowski (domači jezik)	262
24	Randy Pausch (prevod: angleščina)	234
24	Jeffrey Zaslow (prevod: angleščina)	234
25	Raymond Kluun (prevod: angleščina)	227
26	Tone Pavček (domači jezik)	220
27	William P. Young (prevod: angleščina)	192
28	Muriel Barbery (prevod: francoščina)	196
29	Lenka Lanczová (domači jezik)	194
30	Agatha Christie (prevod: angleščina)	194
31	Stephen Clarke (prevod: angleščina)	192
33	Vlastimil Vondruška (domači jezik)	190
34	Spiró György (domači jezik)	188
35	Csernus Imre (domači jezik)	188
36	Jostein Gaarder (prevod: norveščina)	186
37	Haruki Murakami (prevod: japonsščina)	186
38	Jonathan Littell (prevod: francoščina)	182
39	Kate Mosse (prevod: angleščina)	181
40	Dana Čermáková (domači jezik)	180

Malce presenetljivo imajo na lestvicah na evropskem vzhodu domači avtorji še bolj dominantno vlogo kot na evropskem zahodu, pri čemer je, podobno kot na evropskem zahodu, opaziti prevode le iz nekaj evropskih jezikov, med katerimi močno prevladuje angleščina, sledijo pa ji španščina, nemščina, švedščina, italijanščina in nizozemščina. Prav tako so, kar zadeva vodilne prevodne avtorje, na evropskem vzhodu uspešni skoraj isti pisci kot na evropskem zahodu. Še več: podobno kot na evropskem zahodu tudi na vzhodu uspešnih domačih piscev ni možno strpati v iste žanre: Marija Jovanović denimo piše nekakšno srbsko verzijo »chick-lita«, Goran Vojnović piše o marginalcih v sodobni Sloveniji, Zdenek Sverak je humorist, Michal Viewegh na lahkoten način opisuje medčloveške odnose v sodobni Češki, Vladimir Pištalo pa je avtor romansirane biografije o Nikoli Tesli.

Seveda je naša raziskava opozorila na pomembno razliko med zahodno- in vzhodnoevropskimi lestvicami uspešnic: v obravnavanem obdobju na zahodnoevropskih lestvicah uspešnic nismo opazili niti enega dela,

ki bi bilo izvorno napisano v kakem od vzhodnoevropskih jezikov, prav tako pa na vzhodnoevropskih lestvicah nismo odkrili niti ene uspešnice, prevedene iz vzhodnoevropskih jezikov. Povedano drugače, na obravnavanih lestvicah so bili – poleg samoumevne angleščine – dominantni prevodi le iz največjih evropskih jezikov in švedščine², pri čemer so tudi tu – kot smo videli – dela najuspešnejših avtorjev sodila v izjemno različne žanre. Vsaj gledano s širšega evropskega stališča pomeni torej govorjenje o knjižni kulturni uniformnosti precej poenostavljen pogled na kompleksen niz odnosov med različnimi evropskimi književnostmi in knjižnimi industrijami, saj se dominantna vloga nekaterih knjižnih kultur v Evropi kaže kot kompleksen preplet knjižnih žanrov in založniških praks.

VII.

Kakšne pa so razmere v Sloveniji? Društvo knjigotržcev od junija 2009 pripravlja lestvico slovenskih knjižnih uspešnic tako, da zbira podatke iz 15 izbranih knjigarn, pri čemer ne uporabljajo vprašalnikov, ampak vsaka knjigarna pošlje svoje podatke o 10 najbolj prodajanih knjigah. Lestvica tudi ne ločuje med neleposlovnimi in leposlovnimi besedili, tako da se na njej včasih znajdejo publikacije, ki v skladu z Unescovo klasifikacijo sicer so knjiga, bi pa po načinu trženja bolj sodile v papirno galanterijo, kot so denimo prevodi darilnih knjižic britanske založbe Exley.

Če slovensko lestvico za čas od junija do decembra 2009 premerimo s podobnim vatlom kot ostale evropske lestvice, je med pisci leposlovnih besedil na njej premočen zmagovalec domači avtor Goran Vojnović (135 točk), sledijo mu Nizozemec Ray Kluun (105 točk), pa dve anglosaški avtorici, Kate Mosse (72 točk) in Elisabeth Gilbert (56 točk), zaključijo pa jo Finec Aarto Paasilinna (48 točk), Srbkinja Mirjana Mojsilović (26 točk), Španec Carlos Ruiz Zafon (22 točk), Američanki Kathleen Woodiwiss (16 točk) in Julie Garwood (13 točk), zašpili pa jo domači avtor Feri Lainšček (12 točk).

Zanimivo sliko da tudi preglednica založb, ki v Sloveniji izdajajo avtorje uspešnic v vseh, tudi neleposlovnih žanrih: če namreč ne glede na knjižno zvrst seštejemo vse točke vseh uspešnic, ki jih je izdala posamezna založba, je premočni zmagovalec največja založba Mladinska knjiga, sledita ji dve založbi v družinski lasti, Vale Novak in Učila ter Študentska založba, ki je v javni lasti:

<i>založba / mesec</i>	<i>junij</i>	<i>julij</i>	<i>avgust</i>	<i>september</i>	<i>oktober</i>	<i>november</i>	<i>december</i>	<i>skupaj</i>
MLADINSKA KNJIGA ZALOŽBA	59	64	50	29	39	41	46	328
VALE-NOVAK	49	31	19	30	15		20	164
UČILA INTERNATIONAL			13	31	30	33	33	140
ŠTUDENTSKA ZALOŽBA	20	20	20	20	20	20	15	135
ISKANJA		13	14	18	18	19	16	98
SANJE			11	27	16			54
MODRIJAN	12				17	16		45
DIDAKTA	15	16						31
ARA		11	12					23
ANU ELARA			16					16
FINANCE						14		14
AZIMUT							13	13
TEHNIŠKA ZALOŽBA SLOVENIJE						12		12
CZ							12	12

Ta razmerja postanejo še bolj intrigantna, če seštejemo zgolj točke leposlovnih avtorjev: Mladinska knjiga prvo mesto ohrani, saj ima med neleposlovnimi uspešnicami le štiri razmeroma nizko uvrščena dela, na drugo mesto pa se premočno prebije Študentska založba s svojo mega uspešnico *Čefurji raus*, s katero je zbrala še enkrat več točk kot Učila z vsemi svojimi leposlovnimi deli na lestvici.

V seštevku to seveda pomeni, da je bil, kar zadeva knjigarniške uspešnice, slovenski knjižni trg enak ostalim evropskim trgov: na njem se je pojavljala paleta žanrsko izjemno različnih avtorjev (kot so denimo Zafon, Paasilinna ali Mojsilović), le tri avtorice, ki bi jih pogojno lahko stlačili v kategorijo »hollywoodskih bestsellerjev« (Wooddivis, Mosse, Garwood), premočan zmagovalec lestvice pa je domač avtor Goran Vojnović. Še več: na absolutni lestvici uspešnic je sicer res premočan zmagovalec največja založba v državi, vendar uspeh male Študentske založbe dokazuje, da sta tako slovenski knjižni trg kot slovenski kulturni prostor dovolj odprta, da lahko mega uspešnico proizvedeta tudi »marginalna« založba in avtor, ki je tako rekoč marginalac po nazoru. Skratka, kar zadeva odprtost knjigarniške lestvice uspešnic, je stanje v Sloveniji povsem enako kot drugje v Evropi.

Pred večino ostalih evropskih držav imamo v Sloveniji to prednost, da lahko zelo natančno spremljamo knjižnično izposajo, kar je izjemno pomembno zaradi tega, ker je mreža knjižnic neprimerno bolj razvita

kot mreža knjigarn, knjižnična izposoja pa je precej višja od prodaje knjig (več o tem gl. Kovač, *Patterns and Trends*). Podatki o knjižnični izposoji, dostopni na spletni strani Izuma http://home.izum.si/cobiss/top_gradivo za leto 2009 nam pokažejo precej drugačno sliko kot podatki o knjigarniški prodaji: če odštejemo obvezno branje, mladinsko leposlovje in neleposlovna dela, so med prvimi desetimi najbolj pogosto izposojenimi sami anglosaški avtorji, med katerimi prevladujejo avtorice ljubezenskih romanov. Na premočnem prvem mestu je Kathleen Woodiwiss s 52690 izposojami, sledijo pa ji Julie Garwood (35911 izposoj), James Patterson (27082 izposoj), Amanda Quick (26595 izposoj), Nora Roberts (23199 izposoj), Danielle Steel (20149 izposoj), Nicholas Sparks (19767 izposoj), Dan Brown (19240 izposoj), Anita Shreve (19077 izposoj) in Stephenie Meyer (17897 izposoj). Najbolje prodajani in hkrati tudi najbolj izposojani slovenski avtor, Goran Vojnović, je šele na enaindvajsetem mestu.

Sestava lestvice najbolj pogosto izposojenih knjig je torej precej drugačna od lestvice prodajnih uspešnic: na njej več kot očitno dominira ena sama anglosaška avtorica, Kathleen Woodiwiss, ki ima med desetimi najbolj pogosto izposojenimi deli kar pet knjig; če dodamo še Julie Garwood, sta dve avtorici »hollywoodskih bestsellerjev« v slovenskih splošnih knjižnicah prisotni kar s sedmimi knjigami med desetimi najbolj pogosto izposojenimi deli, na lestvici najbolj izposojenih avtorjev pa je kar šest avtoric in en avtor, ki pišejo ljubezenske romane. To seveda pomeni, da je stopnja žanrske pluralnosti med knjižničnimi uspešnicami bistveno nižja kot med knjigarniškimi, saj kar sedem od desetih najbolj pogosto izposojenih del v slovenskih splošnih knjižnicah sodi v kategorijo ljubezenskih romanov, prevedenih iz angleščine, ki bi jih med vsemi deli, obravnavanimi v pričujočem besedilu, daleč najlažje označili kot »hollywoodske bestsellerje«. Vsaj na prvi pogled se torej zdi, da smo glede knjižnih uspešnic v Sloveniji proizvedli precejšen paradoks: medtem ko, vsaj glede na najbolj uspešne prodajne uspešnice, slovenske knjigarne in založbe vzdržujejo razmeroma solidno stopnjo vsebinske in nazorske pluralnosti, so knjižnice v »špicu« izposoj vzpostavile skoraj popolno kulturno uniformnost. S tega zornega kota je torej videti, da je, kar zadeva knjižno industrijo, zasebni sektor v Sloveniji žanrsko bolj odprt in pluralno naravnán kot javni.³

Že vnaprej pa velja opozoriti, da velja biti pri tovrstnih razmišljanjih previden. V Sloveniji namreč za razliko od mnogih drugih držav članic EU število knjižničnih izposoj daleč presega prodajo knjig (več o tem gl. v Kovač, »Patterns«): medtem ko je denimo število knjižničnih izposoj del Kathleen Woodiwiss v letu 2009 preseglo številko 36.000, je bila po dostopnih ustnih informacijah prodaja njenih del skoraj desetkrat manjša, največja prodajna knjižna uspešnica, Čefurji raus, pa je v dveh letih komaj dosegla prodajo

10.000 izvodov, kar je za skoraj 2000 manj od števila izposoj največje izposojevalne uspešnice zgolj v letu 2009. Tako stanje po eni strani potrjuje hipotezo, ki smo jo zapisali že leta 2002, da so namreč v Sloveniji knjižnične izposoje prevzele tisto vlogo, ki jo na velikih in bolj razvitih trgih imajo mehko vezane knjige; da so, povedano drugače, knjižnične izposoje v Sloveniji nadomestilo za množični knjižni trg. Pri čemer velja opozoriti še na to, da v Sloveniji praktično ničesar ne vemo o prodaji knjig na bencinskih črpalkah, megamarketih in kioskih: če bo tudi ta prodajna mesta nekoč povezal sistem, podoben Nielsenovemu, je povsem mogoče, da bo tudi lestvica prodajnih leposlovnih uspešnic postala podobna lestvici knjižničnih izposoj.

A to je zgolj ugibanje: o tem, na kakšen način knjižnične izposoje dopolnjujejo knjižno prodajo drugje v Evropi, namreč ne vemo skoraj ničesar, saj tovrstnih raziskav praktično ni, zato si tu ne moremo pomagati z analogijami. Povedano drugače, navedeni podatki so nas postavili pred novo raziskovalno vprašanje, namreč, kaj je tisto, kar proizvaja tako različne prevladujoče bralne okuse v slovenskih knjigarnah in knjižnicah: ali so te razlike posledice tega, da te ustanove delujejo v različnih družbenih mikrookoliših in da v njih obstajajo različni načini odločanja, vrednotne usmeritve in notranja razmerja moči, zaradi česar so knjigarnarji in knjižničarji prenašalci zelo različnih »knjižnih virusov«, ali pa imamo opravka s povsem specifično slovenskim fenomenom, ki ga moramo šele začeti analizirati?

Ne glede na to pa je povsem na mestu, če pričujoče besedilo zaključimo z ugotovitvijo, da je slovenskih trg knjigarniških uspešnic podobno odprt in pluralen kot evropski, namreč tak, da ga je nemogoče opisati s pomenostavljajočo analogijo na fordistično delujočo industrijo kulture, hkrati pa je prevladujoč okus obiskovalcev knjigarn drugačen od prevladujočega okusa obiskovalcev knjižnic. To nas seveda vrača k osnovni hipotezi, da o bralnih navadah Evropejcev in s tem tudi Slovencev vemo izjemno malo in da smo se tu znašli na še skoraj povsem neobdelanem raziskovalnem polju. To z vso svojo prepletenostjo razlik in oblik dominacij morda uteleša tisto najboljše, kar Evropo dela drugačno od ostalega sveta in je zato še toliko bolj vreden raziskovanja.

OPOMBE

¹ Larssona denimo v Franciji izdaja Actes Sud, srednjevelika založba iz Arla, v Angliji pa ga MacLehose Press, majhna neodvisna založba, specializirana za prevode, v Nemčiji pa je njegov založnik Heyne, ki je del največjega medijskega konglomerata Random House. Podobno sliko nam pokaže tudi analiza založnikov drugih evropskih knjižnih uspešnic.

² To dejstvo slej ko prej nakazuje, da je bila v obravnavanem obdobju v Evropi švedska književnost v svojevrstni ekspanziji. Vzroki zanjo bi zahtevali posebno analizo, ki jo v pričujočem besedilu puščamo ob strani.

³ Izraz *zasebni sektor* velja tu vzeti z določeno mero rezerve. Založbe, ki izdajajo leposlovne knjige, so v mnogih primerih prejemnice subvencij, ki jih za svojo dejavnost občasno dobijo tudi knjigarne, ki hkrati dobršen del svojih prihodkov ustvarijo s prodajo knjižnicam. S tega zornega kota bi tu morda lažje govorili o specifični obliki javno-zasebnega partnerstva.

SPLETNI VIR

Nielsen Bookscan: <http://www.nielsenbookscan.co.uk/controller.php?page=48>.

LITERATURA

- Anderson, Chris. Dolgi rep. Ljubljana: Cankarjeva založba, 2009.
- Breznik, Maja. »Slovensko založništvo med taylorizmom in onkraj njega.« Rugelj, Samo (ur.). *Izgubljeno v prodaji*. Ljubljana: Umco, 2005. 59–84.
- Gladwell, Malcolm. *Prelomna točka*. Ljubljana: Orbis, 2004.
- Greco, Albert N. *The Book Publishing Industry*. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Davis, Mark. »The Decline of Literary Paradigm in Australian Publishing.«
- Carter, D., Galligan, A. (ur.). *Making Books. Contemporary Australian Publishing*. St.Lucia: University of Queensland Press, 2007.
- Kovač, Miha. »Meje rasti. Nekaj korakov k metodologiji raziskovanja knjižnega založništva.« *Knjižnica* 46.4 (2002): 43–63.
- – –. »Patterns and Trends in European Book Production and Consumption: Some Initial Observations.« *Javnost* 11.4 (2004): 21–36.
- Kovač, Miha, in Rüdiger Wischenbart. »End of English (British?) Empire? Or Something Else?« *Publishing Research Quarterly* 25.2 (2009): 118–127.
- Miller, Laura. »The Bestseller List as Marketing Tool and Historical Fiction.« *Book History* 3 (2000): 286–304.
- Squires, Claire. *Marketing Books. The Making of Contemporary Writing in Britain*. Basingstoke: Palgrave MacMillan, 2007.
- Thompson, John B. *Books in the Digital Age*. Cambridge: Polity, 2005.