

**UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE**

Andreja Milošič

Mentorica: izr. prof. dr. Manca Košir

Somentor: dr. Andrej Blatnik

**SLOVENSKO ZALOŽNIŠTVO
MED DRŽAVNIMI PODPORAMI IN TRGOM**

Diplomsko delo

Ljubljana, 2005

1. UVOD.....	2
2. KRATKA ZGODOVINA ZALOŽNIŠTVA NA SLOVENSKEM	5
2.1 Od začetkov do Schwentnerja.....	5
2.2 Od Schwentnerja do nastopa socializma.....	8
2.2.1. Slovenska nacionalna mitologija na področju knjige	13
2.3 Prvi premik: obdobje socializma in založništvo kot dejavnost posebnega družbenega pomena	15
2.3.1. Politika državnega subvencioniranja knjig v času socializma.....	18
3. SLOVENSKO ZALOŽNIŠTVO PO OSAMOSVOJITVI.....	23
3.1 Drugi premik: obdobje po letu 1991 in privatizacija slovenskega založništva ...	23
3.1.1. Zgodba o privatizaciji DZS in njene težnje po monopolnem položaju	24
3.1.2. Porast majhnih in srednje velikih privatnih založb v samostojni Sloveniji	27
3.1.3. Nova družbena realnost.....	28
3.1.4. Knjiga je čevelj	30
3.1.5. Kritika nove družbene realnosti	32
4. SLOVENSKO ZALOŽNIŠTVO V TRETJEM TISOČLETJU	34
4.1 Dvojna narava knjige	34
4.2 Vloga države in denarnih podpor v slovenskem založništvu.....	35
4.2.1. Nacionalni program za kulturo	38
4.2.1.1. Vloga slovenskih knjigarn in knjižnic v okviru slovenskega založništva	40
4.2.2. Davčna problematika na področju založništva in vprašanje fiksnih cen	45
4.2.3. Pojem »kulturne industrije«.....	49
4.3 Koncentracija in globalizacija na področju založništva.....	52
5. KRIZA ZALOŽNIŠTVA IN SODOBNI TRENDI.....	54
6. ZAKLJUČEK	60
7. SEZNAM VIROV	64
7.1 Knjige.....	64
7.2 Članki, zborniki in gradivo z medmrežja.....	65

1. UVOD

Zgodovina Slovencev je v svojih temeljih zgodovina slovenskega jezika. Slednji odloča tudi o naši prihodnosti v mozaiku združene Evrope. Je bistvena sestavina narodne identitete, knjiga kot medij, na katerem se jezik shranjuje in prenaša, pa naše glavno orožje. Četudi tvori poudarjanje kulturnega poslanstva knjige enega temeljnih povezovalnih momentov slovenske nacionalne mitologije in opravičuje vzvišen družbeni status kulturnikov ter literatov, knjigi ne gre odrekati njene pomembne vloge v oblikovanju narodne zavesti.

S prvima knjigama, *Catechismus* in *Abecedarium*, ki ju je leta 1550 po besedah Žnideršiča spisal prvi slovenski založnik, Primož Trubar, (Žnideršič 1995: 119) se je namreč pričela dvigovati narodova zavest. Nastopilo je bogato obdobje slovenskega pisanega jezika, ki je kot jezik neke nacije, ne le naroda, svojo legitimnost pridobil leta 1991 ob osamosvojitvi Republike Slovenije.

Naši jezikovni temelji, ki smo jih upravičeno ali neupravičeno tradicionalno izpostavljali kot konstitutivni steber naše drugačnosti in s tem edinstvenosti, so se z vstopom tržnega gospodarstva na neodvisna slovenska tla krepko zamajali. Knjiga vse bolj postaja prodajni artikel kot vsak drug. V obdobju pred premikom leta 1991 sta se v javnosti poudarjala predvsem vsebina nekega dela in znanje, ki ga knjiga hrani na svojih straneh, danes pa se vse pogosteje govori o materialni plati knjige. Postaja tržno blago, ki je znotraj založniške dejavnosti podvrženo tržnim zakonom. Založništvo se vse bolj podreja konkurenčni in dobičkonosni naravi tržnega gospodarstva, kjer velja, da knjiga doseže svoj cilj šele in samo takrat, ko je prodana, in sicer v čim večjem številu izvodov.

Vprašanja, ki izhajajo iz dvojne narave knjige, se pravi iz njene vsebinsko-materialne shizofrenosti, se glasijo: ali je primarna založnikova naloga literarno mecenstvo ali k dobičku usmerjeno trgovanje? Ali mora založnik poleg skrbi za lastno preživetje na svobodnem trgu opravljati tudi širšo kulturno funkcijo in čemu naj pri svojem delu daje prednost? Ali je državna skrb in nadzor nad založniškimi programi v dobrobit narodne zavesti v času socializma predstavljala legitimno obliko obnašanja

oblasti do založniške dejavnosti? Ali pa je današnji zadržan odnos države, ki lahko v imenu novo rojene demokracije v končni fazi pripelje do prevlade *best-sellerjev* na slovenskem knjižnem trgu, bolj upravičen? Je predsodek prvo ali drugo vprašanje? Kakšna je vloga državnih podpor pri izdajanju slovenskih knjig danes in do katerih sprememb je prišlo na tem področju po osamosvojitvi?

V okviru diplomske naloge nas bo zanimalo predvsem vprašanje kulturnega poslanstva založniške dejavnosti, ki se danes zaradi spremembe družbenega sistema in sistema financiranja sooča s precejšnjimi omejitvami. Iskali bomo odgovore na zgoraj zastavljena vprašanja in poskušali osvetliti nekatere razlike in hkrati podobnosti med slovenskim založništvom nekoč in danes.

Postavila sem nekaj hipotez, za katere sem verjela, da jih bo nadaljnja teoretska analiza in primerjava tekstov potrdila, pri čemer se je v ozadju tega prepričanja skrival majhen dvom, ki se je skozi prebiranje literature izkazal za več kot upravičenega. Hipoteze, ki nas bodo vodile skozi nalogo, so naslednje:

1. K dobičku usmerjeno založniško podjetje je v Sloveniji nov pojav, ki izpodriva knjigo kot dobrino nacionalnega pomena.

2. Vstop tržnega gospodarstva v slovensko založništvo ima za posledico vse večjo marginalizacijo njegove kulturne funkcije, ki je nekoč predstavljalo bistvo založniške dejavnosti.

3. Tržna logika v založniških procesih ogroža kakovost izdanih del in preko komercializacije knjige negativno vpliva na jezikovno kulturo Slovencev.

K preverjanju pravilnosti zastavljenih tez bomo pristopili skozi primerjavo domače in tuje literature, spisane predvsem na temo slovenskega založništva v današnjem času, pri čemer bo naloga oblikovana kot teoretski tekst. Zanimala nas bo analiza in primerjava virov, ki na eni strani zagovarjajo stališča slovenske kulturniške srenje, na drugi pa stališča novo pečenih zasebnikov. Kot najuporabnejši za nalogo so se izkazali prispevki izpod peres tistih teoretikov založništva, ki so dejavnost spoznali

tako na domačih kot na tujih tleh in ki so tudi praktično delovali na njenem področju. Takšni so na primer Blatnik, Kovač, Rugelj in Žnideršič med domačimi avtorji ter Schiffrin med tujimi.

Zaradi boljše preglednosti je naloga strukturirana v posamezna poglavja in podpoglavja. Začenja se s kratko zgodovino založništva na Slovenskem od začetkov preko Schwentnerja kot prvega slovenskega modernega privatnega založnika v času slovenske moderne do nastopa obdobja socializma. V okviru socializma nas bosta zanimala predvsem založništvo kot dejavnost posebnega družbenega pomena in mehanizem neformalne cenzure, ki ga je v obliki založniških svetov izvajala tedanja oblast. Dotaknili se bomo specifičnosti, ki jo je znotraj SFRJ zavzemalo slovensko založništvo in politike državnih subvencij v tedanjem režimu.

V tretjem poglavju bomo sledili premiku, ki se je v Sloveniji dogodil po njeni osamosvojitvi leta 1991, in bistvo katerega je predstavljala privatizacija slovenskega založništva. Vprašali se bomo, zakaj so problematične monopolne korporacije, ki so popolnoma podrejene tržni logiki in kakšna usoda je po letu 1991 doletela eno izmed naših največjih založb, DZS. Hkrati s pojavom nove zakonodaje se je pojavilo tudi ogromno število novih privatnih majhnih založb, velike pa so podlegle monopolnim prevzemom. Konkurenčnost na trgu ter dobiček sta vse bolj postajala tista kriterija, ki sta samovoljno racionalizirala založniške proizvodne procese tudi na račun nižanja kakovosti izdanih del. Nižale pa so se tudi državne denarne pomoči in zmanjševala stopnja državnega intervencionizma na področje kadrovske, finančne in programske politike založb.

V četrtem poglavju se bomo podrobneje posvetili značilnostim slovenskega založništva v tretjem tisočletju ter razmerju med državnimi podporami in trgom. Zanimal nas bo doprinos nacionalnega programa za kulturo in vprašanje knjižničnega nadomestila. Kje se nahaja jabolko spora v primerih davčne problematike na področju založništva, problematike fiksnih cen in distribucijske mreže? Kakšna je in kakšna naj bo po mnenju nekaterih avtorjev vloga knjigarn ter knjižnic in predvsem države pri izdajanju strokovnih knjig ter sodobnega slovenskega leposlovja? To poglavje bomo zaključili z omembo koncentracije in globalizacije na področju založništva.

V petem poglavju se bomo dotaknili krize založništva in nekaterih predlogov, kako jo reševati. Vse več pozornosti bo v postmoderni vizualni potrošniški družbi tudi na področju knjige treba posvetiti trženju in oblikovanju. Slednje v okviru tradicionalne ljubezni Slovencev do lepe knjige, ki traja že od Schwentnerja dalje, sicer ne bo nekaj novega. Omenili bomo nekatere sodobne založniške trende, med njimi pa izpostavili tehnologijo *print on demand*. Hiter razvoj računalniške tehnologije in njegov vpliv na sodobno založništvo postaja vse težje obvladljiv.

Naloga bo zaključena s sklepom, v katerem bom argumentirala, zakaj je bil skriti dvom pri postavljanju hipotez veliko bolj upravičen, kot sem pričakovala.

Predvsem zaradi prostorske omejitve in tudi pomanjkanja ustreznega poznavanja posameznih področij, bodo v nalogi izpuščeni nekateri vidiki, ki so na področju sodobnega založništva prav tako zelo zanimivi. Omejili se bomo predvsem na razlike v financiranju založniške dejavnosti nekoč in danes in s tem pogojene kulturne funkcije, izpustiti pa bomo morali vidik splošne funkcionalne organizacije založništva in kadrovske politike. Prav tako tudi podrobnejše ekonomske analize ter analize slovenske kulturne politike doma in v okviru Evropske unije v nalogi ne bo. Med drugim bo tudi zgodovinski pregled razvoja založništva zaradi omejenosti v prostoru in namena pričujoče naloge močno skrčen.

2. KRATKA ZGODOVINA ZALOŽNIŠTVA NA SLOVENSKEM

2.1 Od začetkov do Schwentnerja

Pisalo se je leto 1456, ko je Johannes Gansfleisch, znan po materinem priimku Gutenberg, na predelani vinski preši natisnil okoli dvesto izvodov latinske Biblije. Čeprav je s svojo iznajdbo postavil razvojne temelje tiskarska na evropskih tleh in omogočil možnosti za množično proizvodnjo knjig, pa Gutenberg umre v revščini. Zaradi dolgov so mu zaplenili stiskalnice in tiskarski pribor. (Ilich 2004: 76-77)

Niti dejstvo, da predstavlja Biblija najbolj brano knjigo, tako rekoč svetovni *best-seller*, mu ni pomagalo preprečiti njegove žalostne usode. H Gutenbergovemu finančnemu zlomu je velik delež prispevala visoka stopnja nepismenosti tistega časa, saj naj bi kar devetdeset odstotkov njegovih sodobnikov ne znalo brati. Pismenost kot privilegij najvišjih slojev se demitologizira v času renesanse, ko se pojavijo zametki srednjega razreda, ki se z željo uspešnejšega trgovanja želi izobraževati. Nova zaveza doseže tako širši krog bralcev šele v času protestantizma, ko začne izhajati v posameznih nacionalnih jezikih. Najpomembnejši preboj pa založniški dejavnosti uspe v 18. stoletju, ko se institucionalizira obvezno šolstvo, s čimer naglo poraste odstotek pismenih Evropejcev. Uveljavljati se prične pojem prostega časa, ki znanega mecena in pisanje po naročilu zamenja z anonimnim bralcem in pisanjem na zalogo. (Blatnik 2004: 46-47)

Za Slovence je ključnega pomena obdobje protestantizma, ko dobimo leta 1550 prvi slovenski knjigi, *Catechismus* in *Abecedarium*, ki pomenita začetek slovenske pismenosti in književnosti. Kot sem že omenila, naziva Žnideršič Primoža Trubarja prvi slovenski založnik (Žnideršič 1995: 119), ki je štiri leta vodil v Urachu ustanovljeni Biblijski zavod in v času svojega angažiranega delovanja v imenu protestantske vere ter spoštovanja Lutrovih načel, napisal 22 knjig v slovenščini. Primož Trubar združi svoj narod pod skupnim imenom Slovenci in je prvi, ki ga tako naslavlja tudi v pisani besedi, in sicer v narečju iz okolice rojstne Raščice na Dolenjskem, ki je pravzaprav predstavljalo ljubljanski mestni govor. V narečju, ki ga je razumela večina slovenskega kmečkega prebivalstva, je Trubarju uspelo preprostim ljudem približati pisano besedo in reformatorski verski nauk. (Ilich 2004: 99-101)

Izmed pomembnih del slovenskih protestantov je treba omeniti še prvi popolni prevod Biblije v slovenščino Jurija Dalmatina, ki je izšel leta 1584 in istega leta izdane prve slovnice slovenskega jezika, *Arcticae Horulae*, ki jo je v latinščini spisal Adam Bohorič. Dalmatinova Biblija na približno 1500 straneh zajema okrog 200 lesorezov, je velikega formata (pribl. 36x25 cm) in je izšla glede na takratne razmere v veliki nakladi 1500 izvodov. Iz Wittenberga so jih morali na slovenska tla pretihotapiti. Slovenski protestanti so svoja dela do leta 1575, ko Janž Mandelc v Ljubljani odpre prvo tiskarno, tiskali v Nemčiji. Protireformacija kmalu zatire ta razvoj, katerega temelji so že bili

postavljeni in tako v letih med 1615 in 1672 ne izide nobena knjiga v slovenščini. (Žnideršič 1995: 119-120)

Naslednji pomemben korak v razvoju slovenskega založništva je leta 1689 naredil Janez Vajkard Valvasor, ko je v tiskarni in bakroreznici na svojem gradu Bogenšperk izdal svoje delo *Die Ehre des Hertzogthums Crain*. Izšlo je v štirih knjigah, v katerih je na okrog 3500 straneh objavljenih več kot 550 bakrorezov. Kljub neizpodbitni pomembnosti tega dela je Valvasorja doletela enako žalostna usoda neuspešnega založnika kot Gutenberga in tudi njemu so zaradi dolgov zaplenili celotno premoženje vključno z njegovim gradom. (Žnideršič 1995: 120) Tradicija založništva kot nevarnega in preganjanega posla, kot se je to zgodilo v času reformacije ali predvsem kot dejavnosti, ki prinaša pogubo in finančni zlom, nikakor pa ne dobička, je v slovenski javnosti globoko zakoreninjena. Finančni uspeh so tako sodobniki zamerili prvemu slovenskemu modernemu založniku, ki je na začetku 20. stoletja v Ljubljani vodil svojo zasebno založbo in knjigarno, Lavoslavu Schwentnerju, a o tem v naslednjem poglavju. Ta diskurz, ki kot nevidna roka vodi slovensko kulturno javno mnenje, je prisoten še danes ali kot po Antončiču navaja Berginc:

Založnik opravlja za svoj narod pomembno kulturno funkcijo in v tem odnosu ni prostora za profit. Delo, ki ga založnik opravlja, je pomembno za obstoj slovenskega naroda in že misel na dobičkonosnost te dejavnosti je bogoskrunska, saj bi to pomenilo, da kuje dobiček na račun narodovega obstoja. In zato je dober založnik samo reven založnik (Antončič v Berginc 2001: 6).

V drugi polovici 19. stoletja se ustanovita najstarejši slovenski založniški hiši, Mohorjeva družba leta 1852 in Slovenska matica leta 1864. Obe s katoliško cerkvijo povezani založbi delujeta še danes. Pokrovitelj Mohorjeve družbe je po osamosvojitvi Slovenije postal mariborski škof.

Mohorjeva družba se v Celovcu ustanovi na pobudo A. M. Slomška kot cerkvena bratovščina z imenom Društvo svetega Mohorja. Njen namen je izdajanje lahkotnejših slovenskih knjig za kmečko prebivalstvo, ki ga je želela izobraziti in dvigniti njegovo narodno zavest. Svoj vrhunec je doživela leta 1918, ko je svoje knjige in koledar z vzgojnimi ter kulturnimi članki dobavljala več kot

90 000 članom. Leta 1924 se zaradi italijanske okupacije ustanovi Goriška mohorjeva družba, leta 1947 pa ponovno Družba svetega Mohorja v Celovcu, saj se je bil leta 1927 sedež družbe preselil v Celje. Vse tri lokacije so aktivne še danes. Na začetku druge svetovne vojne nacisti zaplenijo tiskarno in premoženje v Celju, mnogo knjig pa uničijo. Pod vodstvom F. S. Finžgarja (v letih med 1923 in 1952) se družba preoblikuje v moderno založbo katoliške usmeritve, ki med drugim izdaja pomembna dela slovenskih literatov, med njimi Ivana Tavčarja, Janeza Ciglerja, Josipa Jurčiča, Simona Gregorčiča, Frana Seliškega Finžgarja in psihološka dela Antona Trstenjaka.

Slovenska matica se od ustanovitve naprej angažirano zavzema za idejo o neodvisni slovenski kulturi in slovenski narodni identiteti, ves čas svojega delovanja pa teži tudi k izdajanju znanstvenih publikacij. Med njene najpomembnejše izdaje sodijo *Slovenske narodne pesmi* v 17 zvezkih Karla Štreklja, *Zgodovina likovne umetnosti v zahodni Evropi* v treh knjigah Izidorja Cankarja, *Zgodovina slovenskega slovstva od začetka do Zoisove smrti* v 5 zvezkih Franceta Kidriča, *Slovenija* v dveh knjigah Antona Melika in *Zgodovina slovenske književnosti* v sedmih knjigah, delo literarnih zgodovinarjev. Izdaja tudi pomembna domača leposlovna dela in prevode iz tuje književnosti, na primer Župančičevi in kasneje Borovi prevodi del Williama Shakespeara. Kakor delovanje Mohorjeve družbe, je bilo tudi njeno med drugo svetovno vojno prekinjeno s strani nacističnih okupatorjev. (Berginc 2001: 12-14; Žnideršič 1995: 122-124)

2.2 Od Schwentnerja do nastopa socializma

Do leta 1898, ko mlad knjigarnar, Lavoslav Schwentner, odpre v Ljubljani pod današnjo Mestno knjižnico Otona Župančiča svojo privatno knjigarno in kmalu zatem tudi založbo, se na Slovenskem založniške hiše ustanavljajo glede na politično prepričanje. Tako se liberalci zavzemajo za izdajo svojih del, katoliki pa se angažirajo za tisk svojih.

Schwentner je bil prvi slovenski privatni založnik, ki so ga pri delu vodile tržne zakonitosti v današnjem pomenu besede. Knjiga mu je predstavljala »izdelek, ki se mora dobro prodajati« (Berginc 2001: 15). Vendar pa Schwentner ni bil samo uspešen trgovec, ampak tudi kulturni delavec, ki se je iskreno zavzemal za razvoj slovenske pisane besede. Slednje je tudi sam poudarjal, v smislu, da je vseskozi njegov namen izdajanje izvirnih slovenskih del, zlasti piscev, katerih svobodomiselne in napredne ideje so bile spregledane s strani obeh nacionalnih, katoliško usmerjenih velikih založb, Mohorjeve družbe in Slovenske matice. Zato v njegovem založniškem programu ne najdemo veliko prevodov. Schwentner je torej v sebi združeval oboje; čut za poslovanje in občutek, da na slovenskem prostoru opravlja s svojimi knjigami pomenljivo kulturno funkcijo.

Slednjega primanjkuje sodobnim slovenskim založnikom, saj je moč zaznati nazadovanje in vse manjšo strokovnost uredniškega poklica. Uredniki se vse bolj posvečajo številkam namesto črkam, kar pa ima vsaj eno pozitivno posledico – če znajo izpolnjevati predpisane obrazce Ministrstva za kulturo in tujih financerjev, piše Blatnik, lahko na ta način pridobijo več denarja za svoje knjige kot po običajnih prodajnih poteh. Poudarja, da bi morala priljubljena fraza o založništvu kot gospodarski dejavnosti, ki je hkrati tudi kulturna dejavnost, imeti viden vpliv v vsakodnevni založniški praksi, ne le ob zahtevkih založnikov, da prodajna cena knjig naj ne bi vsebovala 8-odstotnega DDV-ja. Očitno je založništvo izgubilo status dejavnosti, ki ustvarja izdelke, ki so po svoji vsebini več kot le tržno blago, hkrati pa je izgubilo tudi status veččine, za katero so potrebna specifična znanja, saj kot v primeru DZS podjetniki vse bolj zasedajo mesta glavnih urednikov. (Blatnik 2005: 49-57) O tem podrobneje v nadaljevanju naloge.

Schwentner je deloval kot laični založnik, ki je predvsem zaradi lastne odprtosti in svobode, ki jo je nudil svojim piscem, predstavljal konkurenco obema nacionalnima in tradicionalno uveljavljenima založbama. Med pisci, katerih dela je objavljajal, so bili vsi najpomembnejši predstavniki slovenske moderne; Oton Župančič, Josip Murn, Dragotin Kette, Anton Aškerc in Schwentnerjev osebni prijatelj, Ivan Cankar. Založnik ni samovoljno posegal v njihova dela, s čimer jim je omogočilo izdajo del, ki so bila v okviru konzervativnih okvirjev obeh večjih založb močno cenzurirana ali celo

zavrnjena. Četudi sta avtorjem nacionalni založbi prinesli več ugleda in višje honorarje, so znali ceniti svobodo misli, ki jim jo je dopuščal Schwentner. Sam se je pogosto zavedal, da mu bo to prineslo izgube in javna negodovanja. Po drugi strani pa je Schwentner pogosto moral opravičevati svoje poslovne odločitve pred rosno mladimi slovenskimi literati, ki so zelo samozavestno vztrajali pri svojih zahtevah, ki bi, če bi jih njihov založnik vse upošteval, pripeljali Schwentnerjevo založbo v stečaj. (Moravec 1994: 7-63)

Tudi Cankar je svojega založnika dojemal kot mecena, ki se vsakič, ko ne izpolni njegovih pričakovanj in mu ne izplača oziroma celo bolje – ne založi zanj toliko denarja, kot bi želel, obnaša oderuško. Takšne kritike seveda ni naslavljal nase, ko je rokopise svojih del poleg Schwentnerju prodal še konkurenčnim založbam, kar je založnika postavilo v finančno kočljivo situacijo. Kljub občasnim nesoglasjem pa je njuno sodelovanje do pisateljeve smrti obrodilo dvajset izdaj od Cankarjevih sedemindvajsetih izdanih del. Ali kot pravi Moravec (1994: 23), »Cankar bi brez Schwentnerja nemalokdaj pisal za predale«. Toliko bolj nenavadne so zato negativne kritike, naslovljene na založnika s strani njegovih sodobnikov, kot sta na primer karikatura Maksima Gasparija, ki ga upodablja z vrečo denarja in Cankarjevo knjigo v žepu in Kraigherjeva oznaka Schwentnerja kot »samopašnega založnika«. Očitno lahko prav v navezavi na Schwentnerja govorimo o začetkih slovenske nacionalne mitologije, ki založnika dojema kot delavca, ki ustvarja v dobrobit svojega naroda in izvršuje pri svojem delu načelo kulturnega poslanstva. Pri opravljanju te funkcije pa ne sme biti uspešen v denarnih zadevah, se pravi, da je zanj najprimerneje in sploh najbolj plemenito, da ostaja revež. (Moravec 1994: 7-63)

Preden se bomo v nadaljevanju naloge vprašali o pomenu takšne nacionalne mitologije za stanje v slovenskem založništvu, kakršno je danes, pa zaključimo tukajšnjo pripoved o odnosu med Schwentnerjem in Cankarjem z naslednjimi Moravčevimi mislimi, »drug drugemu sta bila potrebna in koristna, moralno ali materialno; da bi le bilo več takih sožitij v naši kulturni zgodovini (in sedanjosti)« (Moravec 1994: 63). Še danes se slovenski kulturniki premalo ali sploh ne zavedajo dejstva, da se bo založba, ki se bo popolnoma odrekla izdajanju komercialnih del, skoraj gotovo znašla v stečajnem postopku in vsi nekomercialni programi z njo vred.

Založba ne more izplačevati avtorjem dovolj visokih honorarjev, če njihovih knjig ne more prodati v dovolj velikih nakladah.

Schwentnerjev vpliv na tradicionalno kulturno javno mnenje se je oblikoval tudi skozi njegovo ljubezen do lepe knjige na oblikovni ravni. Seveda Schwentnerju ni šlo le za uresničevanje svoje naklonjenosti do lepega, ampak se je dobro zavedal, da bo prijetna zunanja podoba knjige privabila tudi večje število kupcev. Bil je prvi, ki se je posvetil dotlej hudo zanemarjenim izdajam otroške in mladinske literature in je zaslužen za dela, kot so Župančičeve *Pisanice*, *Lahkih nog naokrog* in ilustrirane prevedene pravljice ter slikanice kot sta *Sneguljčica* in *Trnuljčica*. Izpostaviti je potrebno tudi dela za odrasle, med njimi predvsem Cankarjeve knjige, ki so jih opremljali najpomembnejši slovenski arhitekti in slikarji, kar je bila za tedanji slovenski knjižni trg novost. Med ilustrativne primere sodijo arhitekt Jager, ki je opremil *Vinjete*, impresionist Jama s *Knjigo za lahkomišelné ljudi*, pa Gaspari in karikaturist Hinko Smrekar, ki je ilustriral *Hlapca Jerneja*, *Pohujšanje*, *Za križem* in druga Cankarjeva dela. (Moravec 1994: 7-63) Na tej točki je bila rojena tradicionalna ljubezen Slovencev do lepe knjige, ki na knjižnih policah krasi njihova stanovanja. Prav ta ljubezen bo čez slabih sto let oteževala razvoj mehko vezanih knjig na slovenskem knjižnem trgu, ki bi lahko pocenil zelo visoko maloprodajno ceno bolj prestižnih trdo vezanih izdaj.

Slovensko založništvo je v času med obema vojnama v vzponu, vršila se je laizacija založništva, ki je bilo do začetka 20. stoletja tesno povezano s katoliško cerkvijo. Založniška dejavnost se razvije v sodobno stroko, ki jo je mogoče primerjati z založništvom razvitih evropskih držav. Uredništva v tem cvetočem času veliko pozornosti namenjajo kakovostni redakcijski pripravi rokopisov in za oblikovanje in ilustriranje knjig najemajo najboljše umetnike svojega časa. V manj kot pol stoletja izide na slovenskih tleh veliko število kakovostnih prevodov iz svetovne klasične literature, o pomanjkanju katerih lahko govorimo v 19. stoletju in prej. Slovenci dobimo v branje prevode A. S. Puškina, H. Ibsna, A. P. Čehova, S. M. Cervantesa, F. M. Dostojevskega, H. B. Stendhala, G. Boccaccia, E. Zolaja in mnogih drugih. Vse več se izdaja tudi strokovnih in znanstvenih del, hkrati pa se vzpodbuja razvoj sodobnega domačega leposlovja.

Med drugo svetovno vojno večina slovenskih založb preneha delovati, tiste, ki nadaljujejo s svojo dejavnostjo, pa po koncu vojne nov socialistični režim nacionalizira ali zapleni. Ohraniti se uspejo le tri, in sicer Mohorjeva družba, Slovenska matica in Akademija znanosti in umetnosti, ustanovljena leta 1938. Tako morata z izdajanjem knjig prenehati med prvo svetovno vojno ustanovljeni Tiskovna zadruga in Nova založba, prva s strani liberalno usmerjenih kulturnikov (urednik je bil dr. Ivan Prijatelj, glavni prevajalec Oton Župančič) druga s strani katoliških izobražencev (ključna sta bila Izidor Cankar in Fran Saleški Finžgar), ki obe zalagata slovenski prostor s kakovostnimi deli domačih in zlasti Tiskovna zadruga tudi tujih avtorjev. Leta 1929 se ustanovi Modra ptica (»hišni avtor« je bil Vladimir Bartol), ki se trudi kljub takratni spolitiziranosti ostajati politično nevtralna založba. Njen namen je bil ponuditi Slovencem vsa najboljša dela svetovnih klasikov, predvsem 19. in 20. stoletja, s čimer je odkrila pravo tržno nišo, saj je bilo v takratnem času občutiti veliko pomanjkanje takšnih knjig. Na svojem vrhuncu delovanja je imela Modra ptica okrog 5000 naročnikov. Omeniti je potrebno še založbi Hram, ki jo ustanovi Ciril Vidmar, in Akademsko založbo Silvestra Škerla.¹ (Žnideršič 1995: 126-129)

Zanimiva in v pogledu okupirane Evrope edinstvena je bila ilegalna partizanska založniška dejavnost v letih med 1941 in 1945, ko letno izhaja od 200 do 300 knjig, predvsem z ilegalno propagandno vsebino. Tako se na primer leta 1944 redno tiska 51 mesečnih revij, 6 tednikov, 2 dnevnikov in 72 'žepnih' časopisov. Med najpomembnejše literarne izdaje tega časa sodijo pesniške zbirke *Previharimo viharje* in *Pesmi* Mateja Bora, *Pesmi* Karla Destovnika-Kajuha in *V ognju groze plapolam* Franceta Balantiča. Svojevrsten dosežek ilegalnega založništva predstavlja luksuzna, bibliofilska izdaja *Zdravljice* v 1500 izvodih velikega formata na pergamentnem papirju, potiskanem z rdečimi črkami in zlatimi vinjetami ter dodatno okrašenimi z natisnjenimi celostranskimi lesorezi. (Žnideršič 1995: 128-129)

¹ Za podrobnejši prikaz teh založb in obdobja med obema vojnama glej Žnideršič, Martin (1995) Pregled razvoja založništva in knjigotrštva na Slovenskem od začetkov do danes. V Martina Orožen (ur.) *Informativni kulturološki zbornik. Seminar slovenskega jezika, literature in kulture*, 119-136. Univerza v Ljubljani: Oddelek za slovanske jezike in književnosti Filozofske fakultete.

2.2.1. Slovenska nacionalna mitologija na področju knjige

Na tem mestu je zanimivo omeniti Kovačevo razmišljanje o slovenskem založništvu kot o obrtni dejavnosti, ki pred komercialnimi vidiki daje prednost poslanstvu v nasprotju z angleškim založništvom kot industrijski panogi, ki v duhu viktorijanskega etosa tradicionalno razmišlja ravno obratno. Po Kovačevem mnenju gre za razliko, ki je ključna za razvoj obeh založništev in ki jo prepoznava kot razliko v vrednotah dveh različnih kultur.

Lastnost Slovencev, da založniško dejavnost že od Schwentnerja dalje dojemamo predvsem kot kulturno dejavnost s poslanstvom dvigovanja ter ohranjanja narodne zavesti in ljubezni do izvirne slovenske knjige, ni samoumevna, opozarja Kovač, temveč je del slovenske kulturne specifikke. Je del javnega mnenja, katerega lastnost je, da v posameznika projicira vrednote, ki jih ta potem podzavestno dojema kot samoumevne in svoje, »čeprav gre v resnici za predsodke in arbitrarne sodbe, ki so slovenska posebnost« (Kovač 1997: 44). Kovač se pri razlagi kulturne specifikke domačega knjižnega trga navezuje na študijo, ki sta jo opravila Hampden-Turner in Trompenaars in navaja njuno ugotovitev:

če je namreč res trg tista skrita roka, ki uravnava gospodarsko življenje, kot je to verjel Adam Smith, potem je kultura 's svojo globoko strukturo prepričanj' tista nevidna roka, ki uravnava trg, pravita Hampden-Turner in Trompenaars, te '/.../' kulturne preference ali vrednote pa so tudi temelj nacionalne identitete in temelj gospodarske moči – ali pa slabosti« (Hampden-Turner in Trompenaars v Kovač 1997: 44).

Govorimo lahko o diskurzu, na katerem sloni slovensko javno mnenje, ne da bi o njem reflektiralo. Sprejema ga kot samoumevnega, njegove vrednote pa za svoje. Pozablja ali pa hoče pozabiti, da je ta diskurz le eno izmed možnih gledišč.

Kovač na podlagi primerjave dveh študij; Moravčeve *Sodobni tokovi v slovenskem založništvu* in britanske študije Johna Featherja *A History of British Publishing*, ugotavlja, da je tisto, kar v Veliki Britaniji že od 16. stoletja naprej založnika odlikuje in priča o njegovih sposobnostih, namreč finančni uspeh, da to isto

slovenskega založnika žali. V tem smislu so v prvi polovici 20. stoletja Janezu Žagarju, lastniku založbe Modra ptica, očitali, da je kapitalist. Kot sem že omenila, je Žagar v slovenskem prostoru odkril tržno nišo; veliko pomanjkanje kakovostnih prevodov svetovnih klasičnih romanov 19. in 20. stoletja, zaradi česar je vodil donosen posel, saj je bil že njegov prvi roman, Hamsunovi *Potepuhi*, kot navaja Kovač, pravi *best-seller*. Oznaka kapitalist v povezavi z založniškim poslom, ki je v britanskem prostoru nekaj samoumevnega, celo nujnega in pohvalnega, je predstavljala v slovenskem javnem mnenju žalitev oziroma očitek in tako je v veliki meri še danes. Prva polovica dvajsetega stoletja je čas, ko sta bila knjiga in čevlji še zelo različna produkta. (Kovač 1997: 43-47)

Kovač domneva, da predstavlja antikapitalizem prevladujočo držo slovenske družbe skozi vso 20. stoletje. Kulturna javnost tako na začetku kot na koncu prejšnjega stoletja založnika, ki se obnaša kot kapitalist, prepozna kot človeka, ki se je odpovedal slovenstvu, ali celo kot mafijca. Potemtakem je precej nenavadno, da kljub splošnemu zgražanju nad 'vse večjo komercializacijo slovenskih založb' zahtevajo od njega izplačilo zelo visokih avtorskih in prevajalskih honorarjev; mnogokrat celo višjih od tistih, ki pripadajo njihovim kolegom v razvitejših zahodnih založništvih s kapitalistično tradicijo. (Kovač 1999: 180)

Kovač polemizira s slovensko nacionalno mitologijo, ki Slovence kot narod brez države neposredno povezuje s slovenskim jezikom kot njihovim konstitutivnim temeljem. Tisti, ki so zaslužni za razvoj slovenskega knjižnega jezika, pa naj bi bili čuvaji nacionalne identitete. Takšen pogled knjigo dojema samo kot posodo, v kateri je shranjena ta zelo pomembna substanca, imenovana slovenska nacionalna identiteta. Kovač se ob tem sprašuje, ali takšna mitologija vzdrži zgodovinsko preverjanje ali pa je samo pripomoček za vzvišen status kulturniške inteligence.

Ravno nasprotno se je dogajalo skozi zgodovino britanskega založništva, kjer je literatura v najširšem pomenu status tržnega, komercialnega blaga dobila že v 16. stoletju in ga nato intenzivno razvijala vse do danes. Nič nenavadnega ali celo spornega ni uporabiti klasična kapitalistična izraza, kot sta 'trade' in 'industry', v navezavi na založniško dejavnost. V Veliki Britaniji komercialno ravnanje namreč ne izključuje

kulturnega poslanstva nekaterih britanskih založniških hiš, temveč ga, ravno nasprotno, vzpodbuja. Komercialno založniško podjetje lahko hkrati opravlja kulturna dejanja, in kot v primeru Lanejevega *Penguina*, celo zelo uspešno.² V tem prepoznava Kovač temeljno razliko med gospodarsko najrazvitejšim založništvom v Evropi, britanskim, ki razvija najsodobnejše trende v svoji dejavnosti in slovenskim, tradicionalno »antikapitalističnim« (Kovač 1994: 47-52). Tržno razmišljanje je izziv, s katerim se morajo danes soočati vsi tisti slovenski založniki, ki so bili do osamosvojitve Slovenije varni v naročju socialističnega družbenega sistema in jim je bilo takšno razmišljanje tuje, celo ničvredno.

2.3 Prvi premik: obdobje socializma in založništvo kot dejavnost posebnega družbenega pomena

Žnideršič v svoji raziskavi *Vpliv države na slovensko založništvo 1945 – 1999* kot osnovno ugotovitev navaja protisloven odnos, ki ga ima država do založniške dejavnosti vse od leta 1945 do danes. Slovenska oblast namreč vseskozi priznava, celo poudarja, da izvaja založništvo pomembno kulturno funkcijo in da je založniško delo na tako majhnem knjižnem trgu, kot je slovenski, zlasti v primerih sodobne domače književnosti, prevodov tujega leposlovja ter strokovnih in znanstvenih knjig ekonomsko skoraj popolnoma nerentabilno. Ker so ravno ta področja ključna za razvoj slovenske kulture in ker majhnost slovenskega prostora neugodno vpliva tudi na maloprodajno ceno učbenikov, oblast vseskozi deklarativno izjavlja, da je nujno potrebno uvesti spremembe, ki bodo pomagale izboljšati težak položaj slovenskega založništva. Vendar pa, kot ugotavlja Žnideršič, ta pomoč nikoli ni bila zadostna, da bi se lahko založbe obnašale netržno in izdajale le knjige, ki so družbeno in kulturno pomembne in ki se odlikujejo s svojo kakovostjo in izvirnostjo. (Žnideršič 1999: 115)

Po drugi svetovni vojni so bile z izjemo treh že omenjenih založb vse ostale založbe in tiskarne podržavljene ali zaplenjene s strani nove oblasti. Tako postane v novi domovini, SFRJ, založniška dejavnost javna dobrina ali kot navaja leta 1978 sprejeti Zakon o založništvu, »dejavnost posebnega družbenega pomena«. Ustanovitelj

² Podrobneje o tem glej Kovač, Miha (1999) *Skrivno življenje knjig. Protislovja knjižnega založništva v Sloveniji v 20. stoletju*. Ljubljana: Oddelek za bibliotekarstvo na Filozofski fakulteti.

nove založbe je bil lahko le državni organ, oblast ni dovoljevala nobene zasebne pobude. (Žnideršič 1995: 129) V tem smislu je ilustrativna naslednja želja nove oblasti, »p/rivatne tiskarne, ki bodo še delovale, bodo dobivale naročila od države, ki jim bo tudi predpisala odstotek zaslužka.« (Žnideršič 1999: 120)

V prvih letih po vojni je na slovenskih tleh delovala Komisija za agitacijo in propagando, s kratico Agitprop, ki je pomenila neposredno vodenje kulturne politike s strani Partije. Agitprop je popolnoma nadziral programsko in tudi ostale politike založb, leta 1952 pa je bil ukinjen po vsej SFRJ. (Žnideršič 1999: 118-121)

Socialistična oblast se je ves čas zavedala, da predstavlja knjiga z znanjem in informacijami, ki jih nosi na svojih straneh, orožje, ki se lahko, če ni pod stalnim nadzorom, obrne proti njej in ji škoduje. Tako je bil, kot piše Petric (1994: 22), »vnos iz tujine neprimerne, 'družbeno škodljive', knjige mnogo bolj sankcioniran kot ilegalni uvoz orožja.«

Leta 1953 se na jugoslovanskih tleh uvede sistem samoupravljanja, za katerega Kanzianova zapiše, da je predstavljal omehčano različico planskega gospodarstva, značilnega za ostale socialistične države Vzhodne Evrope. Samoupravni socializem je v primerjavi z njimi t.i. »delovnim organizacijam« oziroma podjetjem (Žnideršič 1999: 127) omogočil višjo stopnjo avtonomije in samostojnega odločanja. (C. Kanzian 1998: 137)

Programske zasnove novo ustanovljenih založb so bile v skoraj popolni domeni države, saj so jih sprejemali in nadzirali založniški sveti, ki so pomenili neformalno obliko cenzure. Zanimivo je, da na slovenskih tleh razen z izjemo krajšega obdobja agitpropa nikoli ni bilo uradne cenzure, kot je bilo to značilno za druge socialistične države. Založniški sveti, ustanovljeni leta 1955 v okviru Temeljnega zakona o založniških podjetjih in založniških zavodih, so skrbeli za to, da založbe ne bi izdajale 'družbeno neprimernih knjig'. Varovali naj bi bili družbeni interes in svoj obstoj opravičevali s posebnim pomenom, ki ga ima za državo založniška dejavnost. Zadolženi so bili za sestavljanje založniških programov, brez njihovega soglasja pa ni smela iziti nobena publikacija. Bili so nadzorni organ, ki se je zanimal pretežno za

vsebino izdanih knjig, ne pa za njihovo proizvodnjo, stroške in prodajne ter tržne poti. (Žnideršič 1999: 116-123)

Socialistični režim je svoj nadzor nad izdajanjem knjig izvajal tudi preko kadrovske politike, saj je na mesta direktorjev založb in glavnih urednikov postavljali umetnike, pesnike in pisatelje, ki so bili v stalnih stikih s političnimi predstavniki oblasti. Poročati so jim morali o svojem delu in skrbeti, da je založba izdajala 'politično zaželeno' dela, zavračala pa tista, ki bi na kakršen koli način ogrožala novo oblast. Tako so slovenski literati v varnem zavetju svojih visokih položajev, v kolikor so se obnašali konformistično, izdajali politična in leposlovna dela ne glede na to, ali so se ta prodajala ali ne, ali jih je sploh kdo bral ali ne. Do 80. let 20. stoletja so se tako v največji meri izdajala politična dela, med njimi zbrana dela Lenina, Marxa, Engelsa in Kardelja, in tudi domače leposlovje.

Obnašanje kulturniške inteligence v času SFRJ se zdi sporno Kovaču, ki pravi, da jih je Partija izrabila za ohranjanje svojega monopolnega oblastniškega položaja in propagiranje pomena NOB-ja pri ohranjanju slovenske nacionalne identitete. Zato je na uredniške stolčke postavljala literate in jih na ta način utišala, da ne bi predstavljali potencialne grožnje partijski idejni hegemoniji. (Kovač 1999: 121) Postali so lojalni in obvladljiv kolešček v socialistični idejni proizvodnji, ki sicer v Jugoslaviji in Sloveniji ni bila tako rigorozna kot v drugih socialističnih deželah, a še zmeraj sovražna in restriktivna do vsega drugače mislečega. Kovač piše, da so na slovenskih tleh že na začetku 20. stoletja med kulturniško in politično inteligenco prevladoval antikapitalistične in netržne vrednote, celo korporativistične, ki so predstavljale plodna tla za kasnejšo socialistično revolucijo. (Kovač 1999: 86-87)

Z vrednotami, ki niso bile v popolnem nasprotju s socialističnimi nazori, so se kulturniki podredili režimu, da so lahko opravljali svoje delo kot sinekuro oziroma donosno službo brez veliko skrbi in dela, pač pa s precejšnjo količino družbene moči ali kot piše Kovač (1999: 122),

Tako si niso zagotovili samo sredstev za preživljanje in dovolj časa za ustvarjanje, ampak tudi dostop do poti, ki so njim in njihovim kolegom omogočali plasma svojih izdelkov, in to

/.../ po honorarskih postavkah, ki so bile včasih celo v nominalnih zneskih višje od zahodnih /.../ V bolj družboslovnem jeziku bi to držo kulturniške inteligence v socialističnih založbah morda najlažje označili z /.../ cinična distanca: njeni pripadniki so službo jemali zgolj kot neko zunanjo prilagoditev oblasti, kot prevaro, ki v ničemer ne zadeva /.../ tistega, kar si zares mislijo o oblasti. Toda hkrati so že bili žrtev lastne prevare, saj realni domet posameznikovega delovanja ni odvisen od njegovega prepričanja /.../ 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 /.../

2.3.1. Politika državnega subvencioniranja knjig v času socializma

Kot sem že zapisala, Žnideršič navaja, da državnega denarja za pomoč pri izdajanju ekonomsko nerentabilnih knjig, deklariranih kot »družbeno posebno pomembnih«, nikoli ni bilo dovolj. Največ državnih subvencij je založništvo prejelo v začetnih letih novega sistema, se pravi v 50. letih prejšnjega stoletja, potem pa so se te vsote postopoma vse bolj zmanjševale. (Žnideršič 1995: 129) Tako so založbe v najboljših časih prejemale subvencije za 250 do 280 knjig letno, v slabših časih in po osamosvojitvi Slovenije pa le za 150 knjig. (Žnideršič 1999: 115) Od 1996 do 2003 je Ministrstvo za kulturo subvencioniralo od 206 do 313 naslovov na leto. (Grilc 2005: 171)

V 60. letih je država založbam podeljevala subvencije, ki so bile nižje od vsote, ki so jo te iste založbe morale prispevati v sklad za pospeševanje založništva (izjemo je predstavljala DZS). Tudi zato so se založbe, katerih primarna funkcija v tem času ni bila tržno naravnana, pričele pečati z drugimi gospodarskimi dejavnostmi, kot so trgovina, uvoz-izvoz in tiskarne, ker so jim te prinašale največ denarja in pokrivale druge nastale izgube. V letu 1961 na primer je založniška dejavnost predstavljala le manjše deleže celotnega dohodka posameznih založb, in sicer so bili ti naslednji:

<i>Državna založba Slovenije</i>	23,5 %
<i>Ljudska pravica (=Cankarjeva založba)</i>	5,0 %
<i>Mladinska knjiga</i>	6,1 %
<i>Obzorja, Maribor</i>	2,1 % (Žnideršič 1999: 126)

V socializmu je bila besedna zveza 'komercialna knjiga' razumljena slabšalno, če pa so založbe želele izdajati tudi nekomercialna dela, ki so jim zaradi premajhne državne denarne pomoči in po založniški kalkulaciji prinašala izgubo, so morale pričeti razmišljati bolj tržno in racionalno, da ne bi prišle v stečaj. V obdobju med 1964 in 1974 se uveljavi t.i. gospodarska reforma, ki podjetjem, ki jih upravljajo t.i. delavski sveti, podeljuje čedalje višjo stopnjo avtonomije. Tudi založbe razen v vsebinskem pogledu pričnejo vse bolj poslovati po pravilih tedanje tržne logike, saj se nadzor nad njimi v obliki založniških svetov izvaja predvsem na programski ravni in se ustavi pri izračunavanju stroškov in prodajne cene. Subvencije so tako določenim knjigam omogočile, da so te sploh izšle, včasih so bile zaslužne tudi za znižano prodajno ceno teh knjig, vendar pa bistveno niso vplivale na finančno plat založniške dejavnosti. (Žnideršič 1999: 127-128 in 140)

Dejstvo, da je Jugoslavija pristopila k obema mednarodnima konvencijama o avtorskih pravicah, Bernski in svetovni, je založnikom omogočilo, da so se pričeli odpirati in poslovati izven meja svoje države, se učiti od svojih evropskih kolegov in predvsem Slovenija je bila v okviru SFRJ tista, ki je to priložnost znala najboljše izkoristiti. Zelo hitro je navezala neposredne stike z zahodnimi založbami, pričela poslovati z avtorskimi pravicami, Mladinska knjiga pa je že v 60. letih kot prva vstopila v sistem sodobnega koprodukcijskega tiska, najprej za izdajanje otroških knjig, nato še za izdajanje velikih ilustriranih knjig za odrasle. V istem času je slovensko založništvo pričelo z novo marketinško tehniko, in sicer s prodajo po pošti, ki so jo druga podjetja osvojila šele po osamosvojitvi Slovenije. Veliko inovativnost je Mladinska knjiga pokazala tudi pri ustanovitvi prvega knjižnega kluba v Sloveniji, Sveta knjige, ki ga je po vzoru nemškega kluba Bertelsmann ustanovila leta 1970. Na vrhuncu se je klub ponašal s 150 000 člani, danes jih ima okoli 100 000. Žnideršič piše, da je slovensko založništvo že v poznih šestdesetih sledilo sodobnim tokovom zahodnega evropskega založništva in se do neke mere naučilo tržno obnašati, zaradi česar je precej založb neposredno po osamosvojitvi in spremembi družbenega režima v Sloveniji preživel. (Žnideršič 1995: 130-131) Vendar pa se je le manjšini uspelo ohraniti do leta 2005, saj med najpomembnejše slovenske založbe danes spada mnogo takih, ki so nastale komaj po osamosvojitvi.

Konec sedemdesetih in v začetku osemdesetih let so se državne olajšave in podpore vse bolj zmanjševale in v letih 1976 in 1977 na primer znašale le 1,57 in 1,47 odstotkov celotnega prihodka od prodaje knjig. To je pomenilo, da so založbe več kot 93 odstotkov celotnega dohodka od prodaje knjig ustvarile na trgu. (Žnideršič 1999: 136) Tudi učinek svobodne menjave dela, ki je bila uvedena v okviru Zakona o založništvu, sprejetega leta 1978, je bil zelo majhen; okoli enega odstotka vseh prihodkov. Zakon, ki je založništvo definiriral kot »dejavnost posebnega družbenega pomena«, je »svobodno menjavo dela« opredeljeval kot tista »dogovarjanja med porabniki in proizvajalci«, ki naj bi na majhnem slovenskem trgu pomagala racionalizirati delovanje slovenskih založb, s čimer bi bil tudi državni denar, namenjen založbam, porabljen najbolj učinkovito. Zakon je narekoval ukinitev nesmiselnega podvajanja enakih ali podobnih knjižnih naslovov s strani konkurenčnih založb in ukinitev nepotrebnih zalog, saj naj bi založnik v okviru »svobodne menjave dela« proizvajal za vnaprej znanega kupca. (Žnideršič 1995: 129) Zakon, ki v praksi in celoti nikoli ni bil uresničen, je veljal nekje do leta 1994. Založniško dejavnost je postavljaj na izrazito netržne temelje poslovanja in hkrati v imenu »posebnega družbenega pomena«, ki ga ta dejavnost ima za slovenski narod, opravičeval svoj popoln družbeni nadzor nad njeno dejavnostjo, ki je morala biti javna. Zaradi svoje netržne naravnosti je bil zakon za slovensko založništvo, ki je, kot sem že omenila okoli 95 odstotkov svojih prihodkov ustvarilo na trgu, čisto neživljenjski. (Žnideršič 1999: 134-135)

Zakon o založništvu je restriktivno onemogočal tudi ustanavljanje novih založb, zaradi česar je v celotnem obdobju socialistične oblasti na slovenskih tleh delovalo dokaj stalno število založb, in sicer okoli dvajset takšnih, ki so se ukvarjale izključno z založništvom in še enkrat toliko takšnih, ki jim je to predstavljalo stransko dejavnost (na primer muzeji, inštituti, fakultete). O Državni založbi Slovenije, Mladinski knjigi in Cankarjevi založbi, v povojnem času zelo pomembnih treh založb, ki so bile vse ustanovljene leta 1945 in spadajo med največje slovenske založbe še danes, nekoliko kasneje.

V osemdesetih letih so založbe tožile, da pomenijo državne subvencije le znižanje prodajne cene, neprodane zaloge pa se kopičijo in obremenjujejo njihovo dohodkovno strukturo. Zaradi splošne gospodarske krize in visoke inflacije je padala

kupna moč bralcev, ki niso kupovali več politične literature in leposlovja, temveč so zahtevali praktične knjige, kot so priročniki, leksikoni in slovarji. Ta vzorec je postal po letu 1991 še bolj očiten. Knjiga vse bolj postaja tržno blago, ki mu država od osemdesetih let dalje namenja vse manj ugodnosti, založništvo pa se vse bolj izenačuje z ostalimi gospodarskimi dejavnostmi. Osemdeseta predstavljajo čas, v katerem lahko založbe začno izdajati knjige in revije brez političnih omejitev, primer za to predstavlja Nova revija.

Leta 1989 v okviru gradiva *Nekateri vidiki družbenega in gospodarskega položaja domače knjige* založniki vse bolj slutijo nevarnost, da bi lahko založniška dejavnost zavoljo novih političnih usmeritev v tržno gospodarstvo popolnoma izgubila svojo kulturno funkcijo. Založbe izdajajo zmeraj manj knjig, drugi, na primer društva, pa vse več, kar priča o uveljavljanju podjetništva tudi na kulturnih področjih. Založništvo se bo moralo preoblikovati v tržno naravnano dejavnost, saj državne denarne podpore, ki so vse manjše, pokrivajo komaj osmino knjižnih naslovov. Žnideršič (1999: 137-139) navaja še nekaj predlogov, navedenih v omenjenem gradivu, ki ga je pripravil CK ZKS:

1. Založništvo je treba /.../ zasnovati na podjetniški logiki, kajti tržno zasnovani gospodarski odnosi ne dovoljujejo več monopola založniških organizacij.
2. Zasnovati je treba ustrezno davčno politiko, ki naj korigira trg v elementih, kjer je to nujno in potrebno. Biti mora odsev kulturne politike države in zagotavljati izhajanje družbeno potrebnih knjig, zlasti prvih natisov.
3. Čimprej novelirati (oziroma razveljaviti) zakon o založništvu in tako pospešiti preoblikovanje založniške dejavnosti na tržni podlagi /.../
4. Treba je zagotoviti družbena sredstva za odkup enega ali dveh izvodov slovenske knjige za potrebe splošnoizobraževalnih matičnih knjižnic (tako zagotoviti odkup okrog 150 izvodov)

Zanimivo je, da ti predlogi z izjemo tretje točke še vedno predstavljajo jedro debat o problemih, ki zadevajo slovensko založništvo, a več o tem v naslednjih poglavjih.

Omenila sem že leta 1945 ustanovljene povojne socialistične založbe. Namen Državne založbe Slovenije je bil izdajati šolske knjige, sodobno in klasično domačo ter

tujo književnost, znanstveno, umetniško in politično literaturo. (Žnideršič 1995: 131) Od začetka do danes prednjači v izdajanju učbenikov in ima vse do ukinitve pravila 'en predmet – en učbenik' monopol nad posameznimi predmeti. Leta 2001 se javno odpove izdajanju leposlovja, ker ji ta ne prinaša dobička. (Berginc 2001: 21-22) Med njene najpomembnejše izdaje sodijo *Zbrana dela slovenskih pesnikov in pisateljev*, katerih je v 41 letih izdala 153, *Slovenski pravopis*, *SSKJ* in druge.

Ob ustanovitvi je bil namen Mladinske knjige izdajanje otroške in mladinske literature za predšolske in šolske otroke. Imela je tudi oddelek za politično vzgojo mladine. (Žnideršič 1999: 120) Prvo delo, ki ga je izdala, je bilo *Ciciban čita*, kasneje izda najbolj ambiciozen založniški projekt v Sloveniji; *Enciklopedijo Slovenije* v dvanajstih knjigah in indeksu, pri katerem je sodelovalo okrog 70 honorarnih strokovnih urednikov in okrog 500 avtorjev posameznih člankov.³ Kakor Državna založba Slovenije, ima tudi Mladinska knjiga dobro razvito knjigarniško mrežo, in sicer je lastnica okoli 25 knjigarn. (Žnideršič 1995: 131)

Cankarjeva založba je bila s strani CK KPS tri tedne po koncu vojne ustanovljena z namenom, da bi nadaljevala tradicijo medvojnega ilegalnega založništva in propagande. (Žnideršič 1995: 132) Kasneje uveljavi mnogo mladih slovenskih literatov in izda veliko pomembnih del, med njimi zbirke *Sto romanov*, *Dvajseto stoletje* in *Spoti* ter *Leksikon Cankarjeve založbe* in druga.

Preden preidemo na naslednje poglavje, ki bo na kratko opisalo pomemben premik, ki se je v slovenskem založništvu zgodil po osamosvojitvi Slovenije, naj zaključim pripoved o socializmu z nekaterimi svojimi mislimi. Ko sem prebirala literaturo, me je presenetila stopnja, do katere je nekdanja socialistična oblast izkoriščala pojem kulturnega poslanstva za svojo propagando in družbeni nadzor. Pojem, ki v slovenski tradicionalni zavesti predstavlja pomembno vrednoto, se je ves ta čas poudarjal kot nekakšna floskula brez pravega pomena; le deklarativno in kot

³ Zanimivo zgodbo o zapletih, ki so spremljali obsežno izdajo Enciklopedije Slovenije ter njeno začetno ujetost v socialistično propagando in politični nadzor, lahko preberete v Kovač, Miha (1999) *Skrivno življenje knjig. Protislovja knjižnega založništva v Sloveniji v 20. stoletju*, 88-120. Ljubljana: Oddelek za bibliotekarstvo na Filozofski fakulteti.

pripomoček restriktivne politike. Presenetilo me je, da je že v tistem času založnik, ki je želel izdajati kulturno pomembne in slovenske izvirne knjige, moral razmišljati ter delovati tudi tržno in podjetno, če ni želel propasti. Prav tako se mi zdi zelo zanimiva ugotovitev, da so jugoslovanske družbene razmere v okviru sistema samoupravljanja omogočile slovenskemu založništvu povezovanje navzven in neposredno sodelovanje z drugimi evropskimi založništvii. Slednje je na slovenska tla že v 60. in 70. letih prineslo prvi knjižni klub, Svet knjige, prodajo po pošti in koprodukcijski tisk, ki še danes spadajo med sodobne založniške tehnike. Državna denarna pomoč, ki je bila zanemarljivo majhna že takrat, se je skozi leta še dodatno zniževala in predstavljala le nekaj odstotkov celotnega založniškega prihodka in tako je še danes. Razlika se je pojavila drugje; danes se namreč knjige, ki jih nihče ne bere oziroma ne kupuje, vse manj ali sploh ne izdajajo več. To je problematično v toliko, v kolikor je zaradi tega ogrožen obstoj sodobnega slovenskega leposlovja in izvirnih znanstvenih in strokovnih del, ki predstavljajo kulturne in razvojne temelje slovenske družbe. Na tem mestu se mora vključiti država, danes Ministrstvo za kulturo in Ministrstvo za visoko šolstvo, znanost in tehnologijo, saj gre za njene lastne interese.

3. SLOVENSKO ZALOŽNIŠTVO PO OSAMOSVOJITVI

3.1 Drugi premik: obdobje po letu 1991 in privatizacija slovenskega založništva

Videli smo, da so se slovenske založbe že pred osamosvojitvijo naučile tržnega razmišljanja in delovanja, saj so imele hkrati to možnost in potrebo. Delovale so v skoraj popolni konkurenci, zaradi česar niso bile specializirane, saj bi s tem omejevale svoj domet na trgu. Politične intervencije so bile vse redkejše, založniški sveti pa dovolj liberalni, da so lahko založniki sami odločali o svojem založniškem programu domačih del in tudi prevodov. Vse to je založbam omogočilo, da so po prehodu v nov demokratični politični sistem in družbo tržnega gospodarstva povečale število knjižnih naslovov, izdanih na leto. (Žnideršič 1999: 142-143) Slednje je tudi posledica številčnega ustanavljanja majhnih privatnih založb, ki se od leta 1989, ko jim je to omogočeno, borijo za preživetje na svobodnem in odprtem slovenskem knjižnem trgu, ki je zaradi svoje majhnosti še posebej težaven.

Privatizacija spreminja družbeno oziroma kolektivno lastnino v privatno. Slovenske založbe, ki so bile v času socializma v popolni državni lasti, se po 26. decembru 1991, ko postane Slovenija samostojna republika, preoblikujejo v podjetja v mešani lasti oziroma v delniške družbe (Državna založba Slovenije to stori že prej). Država postane le še eden izmed lastnikov podjetja v zasebni lasti, večinski lastniški delež pa je lahko v lasti posameznih delničarjev ali drugih podjetij, ki sta jim direktor založbe in glavni urednik neposredno odgovorna.

3.1.1. Zgodba o privatizaciji DZS in njene težnje po monopolnem položaju

Tranzicijsko obdobje, v katerem je samostojna Slovenija morala socialistični samoupravni družbeni red zamenjati s parlamentarno demokracijo in tržnim kapitalizmom, je zapisalo zanimivo zgodbo o Državni založbi Slovenije (skrajšano DZS), ki jo podrobno opisuje Kovač v svojem delu *Skrivno življenje knjig*.⁴ Pomanjkanje ustrezne zakonodaje na področju lastninjenja, ki je bila v prvih letih šele v nastajanju, je DZS izkoristila za uresničevanje svojih teženj po sovražnih prevzemih konkurenčnih slovenskih založb. V slovenskem prostoru si je skušala zagotoviti monopolni založniški položaj. Poglejmo na kratko to zanimivo zgodbo.

Proces privatizacije je med vsemi založbami prvo zajel DZS, ki je leta 1990 spremenila svoj statut iz podjetja v družbeni v podjetje v mešani lasti. Leta 1992 se je preoblikovala v Državno založbo Slovenije d. d. in tako za svoje poslovanje postala odgovorna delničarjem in ne več delavcem kot v samoupravnem socializmu. Delniška družba mora ščititi interese svojih lastnikov, ki so vanjo vložili svoj zasebni kapital, in sicer z ustvarjanjem čim večjega dobička, ki jim ga izplača v obliki dividend ali v primeru prodaje delnic oziroma deležev. Na kakšen način založba ustvarja dobiček, je popolnoma prepuščeno njej oziroma menedžerjem, ki jo vodijo. V DZS so na vodstvenih položajih menedžerji s splošno ekonomsko izobrazbo zamenjali kulturniško elito, ki je bila na ta mesta postavljena v prejšnjem režimu. Novo vodstvo DZS je svoj

⁴ Podrobno opisano zgodbo o DZS in njenih prevzemanjih drugih založb ter poskusu, posredno ustvariti si monopolni položaj, glej v Kovač, Miha (1999) *Skrivno življenje knjig. Protislovja knjižnega založništva v Sloveniji v 20. stoletju*, 121-181. Ljubljana: Oddelek za bibliotekarstvo na Filozofski fakulteti.

sistem upravljanja popolnoma podredilo pravilom kapitalne družbe. Po osamosvojitvi, ko je kupna moč Slovencev padala, je DZS vrtoglavo višala cene učbenikov za osnovne in srednje šole, s čimer je v kriznem času ustvarjala svoj dobiček. Leta 1994 je DZS namreč še zmeraj pokrivala več kot 50 % učbeniškega trga in tako zavestno izkoriščala svoj monopolni položaj. (Kovač 1999: 136-144)

Leta 1995 je vodstvo DZS na borzi kupilo 55% delnic svoje največje konkurentke, Mladinske knjige, da bi si s tem zagotovilo prevlado na slovenskem knjižnem trgu. To sovražno potezo je storilo kljub temu, da je bil tržni delež Mladinske knjige njihovemu prej kompatibilen kot konkurenčen, saj je DZS slovenski trg zalagala zlasti z učbeniki, Mladinska knjiga pa s knjigami za splošni trg in kljub temu, da vodstvo ni čisto natančno vedelo, kaj mu bo ta prevzem sploh prinesel. Svojih teženj po monopolu niso uspeli uresničiti, ker so se sami ujeli v zakonske pasti. Ko je Agencija za plačilni promet, nadziranje in informiranje leta 1995 končno zaključila z revizijo v Mladinski knjigi, je postalo jasno, da je 66,7 % njenega kapitala družbenega, le 33,0 % pa delniškega, kar je pomenilo, da je DZS lastnica samo okoli 15 % Mladinske knjige. Ker je poskus sovražnega prevzema Mladinske knjige spodletel, so bili nekateri nadebudni menedžerji DZS odstavljeni. (Kovač 1999: 155-171)

Ker leta 1995 še nista veljala Zakon o varovanju konkurence in načelo konkurenčnosti, ki ga v slovenski družbi tržnega gospodarstva danes varuje urad za varstvo konkurence, je bil nakup 55% delnic največjega konkurenčnega podjetja sploh mogoč. Skupaj sta DZS in Mladinska knjiga pokrivali namreč več kot 60% knjižnega trga, sledila pa jima je Cankarjeva založba s komaj 4%. Ustvaril bi se lahko bil slovenski založniški imperij, monopolna korporacija brez konkurence. Posledice bi lahko bile pogubne za manjše in srednje velike založbe, ki bi postale popolnoma odvisne od njene distribucijske mreže, rabati za prodajo knjig v njenih knjigarnah bi rasli, prostor v njenih medijih za marketing manjših založb pa bi se krčil ali vsaj dražil. Tudi tekma v akcijskem zniževanju cen posameznih knjig bi pogubila majhne. (Kovač 1999: 169)

Prav tako se tudi zgodba o apetitih, ki jih je založba kazala za prevzem Cankarjeve založbe, ni zaključila tako, kot bi si bila želela DZS, saj večinski lastninski

delež Cankarjeve založbe pripada danes Mladinski knjigi. Slednja je tako postala največja slovenska založba. Vendar pa DZS ni ostala popolnoma praznih rok, saj ji je v letih 1999 in 2000 uspelo kupiti Tehniško založbo v Ljubljani in založbo Obzorja v Mariboru, ki pa je do danes že morala prenehati s svojo dejavnostjo. DZS se na slovenskem trgu vse bolj uveljavlja kot veletrgovina, ki zraven pisarniškega materiala, učbenikov in množice drugih izdelkov prodaja tudi knjige. Leta 2001 se je namreč javno odpovedala izdajanju izvirnega slovenskega leposlovja, ker ji to namesto dobička prinaša izgubo. S tem korakom se je pomembno oddaljila od njene nekoč primarne funkcije; založniške dejavnosti. Čeprav je ta odločitev predstavljala znak za alarm, da je s slovenskim založništvom nekaj narobe in da je zato potrebno sprožiti širšo analizo, kot pravi Rugelj (2005: 90), pa je Ministrstvo za kulturo ob tem ostalo tiho, kot da gre za poslovno odločitev popolnoma interne in zasebne narave, ki nima nič opraviti s kulturnimi interesi slovenske države. Nekoč Državna založba Slovenije je z menjavo lastnikov menjala tudi dejavnost in slogan, lahko bi celo rekli imidž. Vse bolj trgovina in vse manj založba je leta 2001 pod taktirko novega vodstva lansirala slogan - **Drzni Znanilci Sprememb**, Slavko Pregl pa v Književnih listih hudomušno doda svojega - **Dostojanstvo Zgubljena Stvar**. (Berginc 2001: 7)

Kovač ugotavlja, da se je vodstvo DZS obnašalo tradicionalno antikapitalistično, ko svojih dobičkov ni skušalo povečati z večjo konkurenčnostjo na trgu, temveč z odpravo konkurence. Slednje je v popolnem nasprotju s temeljnimi vrednostnimi predpostavkami tržnega gospodarstva, negativno vpliva na razvoj dejavnosti in tudi na pestrost intelektualnega življenja v neki državi. Najbolj sporno se mu zdi, da se javnost ni spopadla z vprašanjem, kako rešiti te specifično založniške zagate na ravni ekonomskih kategorij ter s tem na učinkovit način preobraziti slovensko založništvo v tržno uspešno 'založniško industrijo', temveč je nastopila načelno proti založništvu kot potencialno kapitalistični dejavnosti in s tem zavrla nadaljnji razvoj. (Kovač 1999: 170-171)

Tudi Maja Breznik opozarja na sporno apatičnost slovenskih politikov ob sovražnih prevzemih manjših založb, ki so se trudile izdajati nekomercialna dela, kot na primer Cankarjeva založba, s strani večjih in bolj profitno naravnanih, vendar zavzema ravno nasprotno stališče od Kovačevega,

Politiki in političarke so na to vprašanje gledali ves čas izključno z gospodarskega stališča, ne pa tudi s kulturnega ali socialnega. O škodi divje privatizacije na področju založništva je govoril le malokdo, kdor pa si je drznil ob kulturnih argumentih spregovoriti še o socialnih ali pa je odprl vprašanje dostopnosti kulture, je bil ozmerjan kar za levičarskega fundamentalista. Uradno stališče politike je značilno izrazil neki politik, tedaj po funkciji predsednik vlade, ki je /.../ na vprašanje, kako gleda na delo DZS /.../ odgovoril, da založba posluje uspešno, zato naj bi bila nadaljnja razprava o delu založbe nepotrebna. (Breznik 2005a: 78)

3.1.2. Porast majhnih in srednje velikih privatnih založb v samostojni Sloveniji

Zakon o založništvu iz leta 1978, ki ni dovoljeval ustanavljanja založb v privatni lasti in je sploh onemogočal vsakršno ustanavljanje novih založb, je leta 1989 nadomestila nova zakonodaja, ki je to dovoljevala. Posledica tega je bila, da je svojo srečo preizkusilo okoli 300 novih majhnih založb v privatni lasti. (Žnideršič 1995: 135) Ali kot na drugem mestu po podatkih Agencije za plačilni promet, nadziranje in informiranje navaja Žnideršič (1999: 141), je bilo leta 1989 v Sloveniji 14 podjetij, ki so imela založništvo opredeljeno kot glavno dejavnost, leta 1991 že 71, leta 1994 pa 137. Po podatkih Združenja založnikov in knjigotržcev Slovenije pa naj bi bilo leta 1995 že 631 organizacij, ki so se stalno (teh je bilo 220) ali občasno ukvarjale z založniško dejavnostjo; mednje prištevamo tudi muzeje, inštitute, društva in samozaložnike.

Treba je poudariti, da so nekatere morale vrata svoje dejavnosti zapreti že po prvi ali drugi izdani knjigi. Tistim pa, ki je na slovenskem knjižnem trgu uspelo preživeti, pa nas še danes zalagajo s svojimi knjigami. Med njimi naj omenim samo nekatere, ki so si v tem času uspele ustvariti prepoznavno ime: ValeNovak, Založba Rokus, Založba Karantanija, Založba Mondena, Založba Mihelač, Didakta, Slovenska knjiga, založba *cf, Modrijan, Založba Učila, Studia Humanitatis, Založba Kres in druge. Seveda so večje tradicionalne založbe bile in so še v veliki prednosti pred njimi, saj imajo bolj razvito knjigarniško in distribucijsko mrežo, računalniško tehnologijo, ki omogoča cenejši tisk in že utečene poslovne odnose s tujimi založništvii, s katerimi že vrsto let sodelujejo pri koprodukcijskem tisku in kupovanju ter prodaji avtorskih pravic.

(Berginc 2001: 28-29) Za razumevanje tranzicijskega obdobja slovenskega založništva je ključnega pomena, da izpostavimo nagel porast privatnih založniških podjetij, ki jih je bilo predvsem na začetku devetdesetih let v nasprotju s stanjem do leta 1989 vrtoglavo dosti. V času socialistične nadvlade je na slovenskih tleh delovalo namreč ustaljeno število založb, in sicer okrog 20 založb stalno in še enkrat toliko občasno. (Žnideršič 1999: 141)

3.1.3. Nova družbena realnost

Oznaka 'založniško podjetje' je vse bolj prisotna v slovenskem vsakdanu in v javnem diskurzu, ki v novih razmerah tržnega kapitalizma vse bolj odraža sodobno potrošniško družbo. Tako na primer navaja Petric (1994: 60-62) v svoji brošuri, namenjeni začetnikom na področju založništva ali tistim, ki se želijo preizkusiti v samozaložništvu,

/založništvo je podjetje /.../ prehoditi moramo celotno pot podjetnika. Korak za korakom. Sploh mora biti trden zadnji korak, korak, ko je naše početje tudi plačano /.../ Knjiga je torej /.../ tudi nacionalna vrednota, kulturno blago, vendar tudi blago, s katerim tržimo. Tržimo pa zato, da zaslužimo. Svoj denar vlagamo v proizvodnjo zato, da ga oplemenitimo, dobimo povrnjeni vložek in plačano delo.

Konkurenčnost na trgu in zlasti dobiček postajata ključna kriterija, ki govorita o uspešnosti poslovanja neke založbe. Kulturno poslanstvo, tolikokrat poudarjeno v prejšnjem režimu in sploh v okviru slovenske nacionalne mitologije, pa danes zavzema drugo mesto. Ali kot navaja Vozeljeva (2001: 1-3),

/založništvo je posebna veja gospodarstva, ki zahteva specifične poslovne odločitve in specifičen pristop k trženju svojih izdelkov – knjig. Knjiga kot izdelek združuje dve, pogosto nasprotujoči si karakteristiki. Na eni strani je ekonomska, na drugi pa kulturna dobrina /.../ Založništvo je ena izmed panog gospodarstva /.../ primarni cilj je preživetje v poslovnem smislu, torej da ustvarja dobiček. Hkrati pa nosi pomembno družbeno-kulturno funkcijo /.../

Knjige vse bolj izgubljajo uporniški naboj in funkcijo povezovanja ljudi, njihove vsebine so vse manj prežete z angažiranostjo in vedno manj so orožje, ki bi

lahko predstavljalo grožnjo obstoječemu političnemu sistemu. Tabuji padajo, zato knjige vse težje šokirajo in na ta način privabljajo svoje bralce. Postajajo ena izmed oblik zabave, ki jo posamezniki lahko izberejo za preživljanje svojega prostega časa. Tako se že v osemdesetih letih prejšnjega stoletja pojavi zahteva trga, da se na knjigarniške police namesto politične in leposlovne literature postavijo slovarji in praktični priročniki, med katerimi so še posebej popularne kuharske knjige. Danes se jim pridružujejo *best-sellerji*, ki so najpogosteje prevodi tujih detektivk, t.i. doktor romanov in znanstvene fantastike. Skratka, lahkotno branje je tisto, ki prednjači. Ker knjigam danes konkurirajo ostali množični mediji kot sta televizija in internet ter neskončne druge možnosti zabave, je njihov boj za obstanek vse težji.

V tem vrtincu potrošniške družbe, v kateri se zabava proizvaja po načelih svobodnega trga, se kaže tendenca, ki hoče spremeniti tradicionalno slovensko dojemanje knjige kot nečesa prestižnega, kot nosilke znanja in kot nacionalne vrednote, ki krasi knjižne police naših stanovanj. V slovenski javni zavesti skuša udomačiti pojem knjige kot nečesa nadomestljivega, nečesa, ki se potroši in se navsezadnje lahko po uporabi vrže tudi v smeti ali podari neznancu, ki čaka na železniški ali avtobusni postaji. Tudi ljudje z nižjo stopnjo izobrazbe naj bi knjigo sprejeli za svojo, kot nekaj, kar je zabavno in kar polepša dan ter nas kratkočasi. Slovenska knjiga naj zgubi svoj 'vzvišen status', saj ta negativno vpliva na njeno prodajo; Slovenci namreč tradicionalno poceni knjig ne kupujemo radi; zdi se nam lahko celo, da je z njimi kaj narobe. (Berginc 2001: 33-34)

Knjiga, za nakup katere se bo odločil povprečen slovenski kupec, mora biti tudi lepa, ne samo vsebinsko zanimiva ali informativna. Že od Schwentnerja dalje, o čemer lahko beremo v drugem poglavju, Slovenci gojimo ljubezen do lepe knjige. Če ima knjiga dvojno naravo, se pravi svojo vsebinsko in materialno plat, bo slovenski kupec pozoren na obe. Govorimo lahko o fenomenu 'knjige na metre', ki je bil močno navzoč v sedemdesetih letih prejšnjega stoletja, do neke mere pa se je ponovil z Delovo akcijo, ki je ugodno ponujala knjižno zbirko *Vrhunci stoletja*. V sedemdesetih so Slovenci namreč množično opremljali svoja stanovanja z obsežnimi in ličnimi knjižnimi zbirkami, med katerimi je bila najpopularnejša zbirka *Sto romanov*, ki jo je izdala Cankarjeva založba. Takrat je knjiga, kot opisuje Zdravko Duša, še predstavljala

statusni simbol in prestižen izdelek, danes pa jo vse bolj izpodrivajo drugi, kot so avto, osebni računalnik, modna oblačila itn. Sicer so nekateri dvigovali nosove nad kupci teh zbirk, češ da so snobi, ker kupujejo knjige samo za okras in ne za branje. Presoja, ali je bilo to res ali ne, ni na mestu, neizpodbitno pa je, da so takšne domače knjižne police zelo blagodejno vplivale na založniški posel. *Sto romanov*, zbirka, ki se je prodajala z novo prodajno tehniko - od vrat do vrat, je dosegla zavidljivo visoke naklade. Podobno kot 'knjige na metre' je kulturne snobe zmotila tudi naslednja novost na domačih tleh, in sicer katalog knjižnega kluba Svet knjige,

užalil jih je s tem, ko je postavljaj med iste platnice beletrijo in priročnike, pesniške zbirke in kuharske knjige – ja, kuharske knjige, to bolečo metaforo za popolni padec založniškega dostojanstva. (Duša 2005: 38-41)

Omeniti je potrebno dodaten razlog, zakaj Slovenci kupljenih knjig ne mečemo v koš in jih ponavadi ne podarjamo neznancem. Ne samo, da jih nekateri preveč cenijo, drugi uporabijo za hišni okras, spet tretji oboje, knjige v Sloveniji so na splošno tudi predrage za takšno ravnanje.

3.1.4. Knjiga je čevlji

Naslednja preobrazba, ki je doletela knjigo v novih družbenih razmerah, je simbolno enačenje te s čevljem. Frazo, da je knjiga čevlji, moramo razumeti v prenesenem pomenu, in sicer so jo v slovenski prostor vnesli novi založniški menedžerji. Kovač v tem kontekstu govori celo o menedžerskem narcisizmu, saj so ti z njo hoteli prepričati svoje podrejene in širšo slovensko javnost, najbrž pa tudi sami sebe, da lahko dober menedžer, četudi brez izkušenj, vodi katerokoli gospodarsko dejavnost. Enako kot vodiš proizvodnjo čevljev, vodiš in upravljaš tudi proizvodnjo knjig, ne glede na njene specifičnosti, saj je »knjiga konec koncev artikel tako kot čevlji«. (Kovač 1999: 147)

Vendar pa se takšno razmišljanje ni porodilo na slovenskih tleh; Kovač (1999: 34) v svojem delu navaja D. Elliota, »starosto britanskih knjigarnarjev in založnikov«, ki

enako kot slovenski založniki, vendar nekaj desetletij pred njimi, toži o vse manjši profesionalnosti svojega poklica,

zaspana, udobna dejavnost se je spremenila v agresiven posel /.../ želim, da se ohrani spomin na našo dejavnost, kakršna je bila, preden so nadzor v njej prevzeli capini. Slabi, zli ljudje so s svojimi nakupi, prodajami, prevzemi in združitvami – predvsem pa s svojim pohlepom – uničili knjigotrštvo /.../ Ustvarili so 'posel', v katerem kot da ni razlike med knjigo in katerikoli drugim izdelkom. Spremenili so dejavnost /.../ ker so mislili, da med knjigo in čevljem ni nobene razlike /.../

Kovač nasilne prevzeme med slovenskimi največjimi založbami, ki so na kratko opisani zgoraj, poimenuje »lastniška vojna«, ki je pomembno finančno in kadrovsko izčrpala obe največji založbi, DZS in Mladinsko knjigo, ter pustila za seboj žalostno pogorišče. Njena ključna posledica je bila tudi izrivanje kompetentnih in profesionalnih založnikov iz založb, ki so jih nadomestili t.i. splošni menedžerji. (Kovač 1999: 21-22)

V zanimivem članku v reviji Ampak takšne menedžerje s svojega zornega kota oriše Boris A. Novak, ki je na začetku devetdesetih let še bil urednik za knjižni program, namenjen otrokom in mladini v DZS (takrat je bila še Državna založba Slovenije; to je čas, tik preden se je preimenovala v DZS, kot zapiše A. Novak; s prepotentno interpretacijo, da ta kratica označuje nov slogan - **Drzni Znanilci Sprememb**). Resnična zgodba naj bi se na novoletni zabavi zgodila takole,

vrata so se hrupno odprla in med urednike je na aroganten način vdrla skupina okajenih članov uprave, t.i. menažerjev /.../ Eden izmed njih je sezul čevlj, ga vrgel na /.../ mizo /.../ in zariplo zavpil, kot da kriči bojno geslo: 'Knjiga je čevlj!' /.../ bilo je jasno, da je vrženi čevlj pravzaprav rokavica, vržena v obraz književnosti in kulture, pisateljev in urednikov. S to /.../ poniževalno gesto nam je menažer hotel dopovedati, da knjiga ni nič drugega kot – tržno blago /.../ eden izmed ključnih članov uprave je nenehno uporabljal formulacijo 'mi, korporacija' /.../ kakor da je zamenjal ime 'Partija' z imenom 'Korporacija'. Konflikt se je končal z naslednjo zahtevo /.../: 'Gospod Novak, vi ste odličen urednik, vendar v firmi povzročate turbulenco. Mi, korporacija, tega ne moremo dovoliti. Zato vam damo štiri dni časa, da napišete odpoved...' /.../ Rešil me je škandal, ki je izbruhnil naslednjega dne: Delo je poročalo, da je skupina članov uprave DZS uporabljala službene kreditne kartice za nakup žeblicev, nogavic /.../ Menda je bil celo čevlj, ki je priletel na mizo, kupljen s službeno kreditno kartico. (A. Novak 2001: 3)

Gnev, ki ga je občutil D. Elliot, pa v nasprotju s slovenskimi razmerami ne predstavlja prevladujočih občutkov v okviru britanskega stanja duha, kot na drugem mestu navaja Kovač. V Veliki Britaniji namreč tradicionalno velja, da se z založništvom ne morejo ukvarjati ljudje, ki imajo le splošno menedžersko izobrazbo ali izkušnje na vodilnih položajih v podjetjih, ki niso neposredno povezane z založniško dejavnostjo. Biti najprej založnik in šele potem poslovnež, ne pa obratno. Vzorec, ki tudi v britanskem založništvu ne pretehta zmeraj na svojo stran, pa je zanimiv ter zelo pomenljiv in vreden razmisleka tudi v novih razmerah slovenskega založništva. (Kovač 1999: 147)

3.1.5. Kritika nove družbene realnosti

Eno izmed negativnih posledic prilagajanja slovenskega založništva logiki tržnega gospodarstva predstavlja vse več napak, ki jih lahko zasledimo v sodobnem tisku. Založniški proizvodni procesi in redakcijsko delo pri pripravi teksta se namreč zaradi vse večje želje po dobičku racionalizirajo tudi v škodo manjše, tako vsebinske kot jezikovne, kakovosti izdanega dela. Pojavlja se skušnjava, da bi se na disketi oddan rokopis neposredno oddal v tisk; brez vmesnega uredniškega dela, ki zahteva svoj čas in povečanje založniških stroškov. V ekonomskem interesu založbe je, da čimbolj minimalizira čas, potreben za uredniško delo, delo prevajalcev, lektorjev in korektorjev, se pravi čas za popravljanje jezikovnih in stvarnih napak ter za usklajevanje terminologije in s tem minimalizira čas proizvodnje knjige. Tako bo lahko prodana knjiga čimprej pokrila svoje proizvodne stroške, znižali pa se bodo tudi stroški uredniškega, prevajalskega, lektorskega in korektorskega dela. V te namene se v založbe uvaja delo z računalniki, ki bi naj pospešili in olajšali delo zaposlenih, vendar pa lahko ti, če jih postavimo zgolj v ekonomski kontekst, pripomorejo namesto k večji natančnosti k večji površnosti oziroma se celo prelevijo v pripomoček za delanja napak. (Kovač 1999: 131-132)

K čimprejšnjemu dobičku usmerjenih menedžerjev ne zanima, kakšne posledice nosi takšno omejevanje kakovostne priprave teksta za njihovo založbo ali celo širše; za jezikovni razvoj neke nacije. Nekateri ne zaupajo ljudem, da se bodo odvrnili od založbe, v kateri se proizvajajo knjige z napakami; tako vsebinskimi kot jezikovnimi,

saj Slovenci knjigo še zmeraj v prevladujoči meri dojemamo kot vir znanja, na katerega se lahko zanesemo. Morda nekaj več odstopanj dovoljuje le proizvodnja *best-sellerjev*.

Maja Breznik aplicira koncept taylorizma na slovensko založništvo, kakor se je razvijalo v zadnjih petnajstih letih (od osamosvojitve Slovenije dalje), katerega bistvena značilnost je, da se je industrializiralo. Slovenski založniški sistem naj bi enako kot nekak dovršen stroj proizvajal knjige, vendar pa ljudje na posamezne dele njegove proizvodnje ne morejo bistveno vplivati. Sistem kot celota teče sam od sebe, zaposleni pa izgubijo vsakršen nadzor nad organizacijo svojega dela. Breznikova navede razliko med nekoč in danes kot razliko med tem, da so materialni pogoji založništva (uredniško delo, lektoriranje, prevajanje, tisk, distribucija, prodaja, javne mreže izposoj itd.) nekoč predstavljali le orodje za doseg nematerialnega cilja, v današnjem času pa so postali materialni pogoji cilj sam zase. Nekoč je bila funkcija založniške dejavnosti izobraževanje in kultiviranje slovenskih bralcev, širjenje spoznanj in kulturnih vrednot, celo odpravljanje socialnih razlik, danes je njena glavna funkcija ustvarjanje presežne oziroma dodane vrednosti. V ta namen se v založbah kot gospodarskih panogah vse pogostejše zaposlujejo menedžerji, piarjevci, tržniki, oglaševalci, finančniki in podobni, tradicionalni poklici kot so uredniki, lektorji, korektorji, prevajalci in strokovni sodelavci pa so postali odvečni oziroma omejeni na honorarno delo. (Breznik 2005a: 59-61)

Naslednjo pomanjkljivost tržno usmerjenega založništva Breznikova prepoznava v t.i. monokulturnosti slovenskih založb. Na podlagi obsežne raziskave *Bralne kulture v novih razmerah založniške produkcije* iz leta 2001 ugotavlja,

da so bralne kulture, ki jih razvijajo slovenske založbe, namenjene, najprej, branju s prisilo, kakor so šolski učbeniki, leksikoni, literarna berila in podobno, za katere zagotavljajo izobraževalne institucije stalno povpraševanje in odkup; zatem pa so namenjene tudi komercialnim rabam, kakor so poljudni priročniki in lahkotno leposlovno čtivo. (Breznik 2005a: 64-65)

To pomeni, da slovenske založbe svoje založniške programe racionalizirajo glede na ekonomske zahteve, svojo pozornost pa vse manj, če sploh, namenjajo razvijanju bralne kulture Slovencev in skrbi za čimbolj pestro in raznoliko ponudbo knjig na trgu.

4. SLOVENSKO ZALOŽNIŠTVO V TRETJEM TISOČLETJU

4.1 Dvojna narava knjige

Vsaka knjiga združuje svojo vsebinsko in materialno naravo; je hkrati fizični izdelek, ki ga lahko primemo v roke in kupimo ter intelektualni ali umetniški izdelek, ki se upira, da bi se njegova vrednost merila z denarjem. Ravno vsebina knjige predstavlja glavni razlog, zaradi katerega se založništvo kot gospodarska dejavnost ne podredi popolnoma zahtevam kapitalske logike. Četudi bi si nekateri tako želeli, v imenu koncepta svobodnega trga, pa država intervenira v primerih, ko bi zaradi svoje nekomercialne narave iz knjižne proizvodnje izpadla tista dela, katerih vsebine imajo širši kulturni in nacionalni pomen.

Kovač knjigo pojmuje kot dvoživko; hkrati je objekt, ki ga proizvajamo in distribuiramo na tržnih in profitnih osnovah ter s svojo vsebino vrednota, ki nastaja in se konzumira v neprofitnih sferah, kot so izobraževanje, znanost in kultura. Večina evropskih družb pojmuje dostop do informacij na knjižnem nosilcu kot preveč pomemben za državno blaginjo in mednarodno konkurenčnost, ki jo zagotavlja vseživljenjsko učenje, da bi lahko bil v celoti prepuščen razmeram na trgu. V okviru evropske tradicije se založništvo nahaja nekje vmes med gospodarsko in kulturno dejavnostjo.⁵ (Kovač 2005: 16-18)

Iz dvojne narave knjige izhajata dvojna narava njenega financiranja; po eni strani je založba kot neodvisno gospodarsko podjetje sama odgovorna za svoje preživetje na trgu, po drugi strani pa v imenu nacionalnega interesa v posameznih primerih intervenira država, in sicer s posrednimi ali neposrednimi oblikami pomoči. Skozi zgodovino založništva se tehnika premakne včasih v smeri prve, včasih v smeri druge oblike financiranja. Poglejmo na kratko, v katero smer se tehnika nagiba danes.

⁵ Več o tem in o ilustrativnem »učinku Sputnika« na evropsko izobraževalno politiko glej Kovač, Miha (2005) *Smeri razvoja slovenskega in evropskega založništva*. V Samo Rugelj (ur.) *Zgubljeno v prodaji*, 16-18. Ljubljana: Umco.

4.2 Vloga države in denarnih podpor v slovenskem založništvu

Na začetku je treba izpostaviti dve temeljni karakteristiki, ki ju ima politika državnih subvencij v slovenskem prostoru. Njena ključna lastnost je, da podeljuje državne subvencije izključno delom, ki nosijo nek širši nacionalni pomen, se pravi da predstavljajo nek nov prispevek k slovenski kulturi, znanosti, izobraževanju ali stroki. (Petric 1994: 38) Sem spadajo knjige, kot so izvirno slovensko ali prevedeno leposlovje, zlasti sodobna slovenska književnost, izvirna ali prevedena kritiška in esejistična dela, poučne in leposlovne knjige za otroke in mladino, strokovne knjige s področij družboslovja, humanistike in znanosti, prevodi slovenskih del v tuje jezike itd. (Žnideršič 1999: 144) Vloga države je v osnovi ta, da določenim nekomercialnim, a družbeno in kulturno pomembnim knjigam omogoči, da te sploh izidejo. Ker so znotraj založniške kalkulacije nerentabilne in trg ker ne kaže velikega zanimanja zanje, mora država zaradi lastnega nacionalnega interesa in vzpodbujanja strokovnega ter umetniškega napredka svojega naroda ta trg korigirati. Omogočila naj bi izdajo del, ki bi jo tržno usmerjeni založniki zavrnil, ker bi jim najverjetneje prinesla izgubo.

Druga bistvena lastnost politike državnih subvencij, ki smo jo že omenili, je, da država na načelni ravni veliko govori in obljublja, na praktični ravni pa zmeraj premalo pomaga. Od 50. let prejšnjega stoletja dalje se subvencije ves čas zmanjšujejo, zlasti po osamosvojitvi Slovenije pa se država vse manj zanima za založniško dejavnost, ki vse bolj prehaja v sfero gospodarstva, zaradi česar so tudi državne denarne pomoči in druge posredne oblike olajšav vse manjše. Slovensko založništvo se industrializira in komercializira, nekateri založniki pa ob tem poudarjajo, da v novih družbenih razmerah tudi poezije ne bi bilo več, če njihova podjetja ne bi tiskala in oglaševala *best-sellerjev*, saj bi skupaj s finančnim zlomom podjetja potonilo tudi tiskanje strokovnih in umetniških del. Letno dobi državno subvencijo okoli 200 knjig od 2500 do 3000, kolikor jih izide in ker »višina subvencij ne omogoča založbi normalne kalkulacije, /.../ morajo založbe kljub podpori pokrivati delno izgubo pri izdajanju subvencioniranih knjig« (Žnideršič 1999: 142). V letu 2002 je Ministrstvo za kulturo subvencioniralo 258 knjižnih naslovov od 3362 novih, leta 2004 pa 313 od 3404 novih naslovov. (Grilc 2005: 171)

Ker je slovenski knjižni trg eden najmanjših v Evropi, zaradi česar je tiskanje knjig povezano z velikimi stroški, mora država v toliko večji meri podpirati založniško dejavnostih v primerih, ko gre za izdajanje knjig, ki spadajo v slovenski nacionalni kulturni program. Vendar pa ne sme posegati na področja, kot so programska, finančna in kadrovska politika založb, ki so danes popolnoma avtonomne in interne narave. Ali kot piše Žnideršič (1999: 148),

/založbe so gospodarske organizacije (s čedalje večjim deležem privatnega kapitala) in morajo poslovati po gospodarskih pravilih. To pomeni, da morajo pri izdajanju knjig prevzeti nase tudi morebitna tveganja in izgubo, skladno z veljavnimi načeli 'svobode izdajanja' – 'Freedom to Publish' /.../ Po tem pravilu lahko založnik popolnoma prosto presoja, kakšne in katere knjige bo izdajal in pri tem ga ne sme omejevati nobena državna, politična ali verska oblast in nobeni predpisi. Prav tako mu oblast ne more predpisovati norm za npr. nagrajevanje avtorjev, ampak je to področje prostega sporazumevanja med avtorjem in založbo /.../ Država sicer lahko za tiste knjige, ki jih subvencionira, založbam predpiše splošne pogoje, toda založba se lahko, če ji ti pogoji ne ustrezajo, odloči, da knjige ne bo izdala (in tudi ne bo dobila subvencije).

Omenili smo že, da je Slovenijo po letu 1989 in bolj sproščeni zakonodaji zajel val množice novoustanovljenih majhnih privatnih založb, ki so prispevale k hkratnemu naraščanju števila izdanih knjižnih naslovov na leto in upadanju naklad posameznega naslova. Slednje je izrazito negativno vplivalo na cene slovenskih knjig, ki so zaradi majhnega knjižnega trga ter posledično majhnih naklad in hkrati visokih založniških proizvodnih stroškov že pred tem bile zelo visoke. Leta 1990 je tako na primer izšlo 1853 novih knjig, leta 1999 pa že 3976. 3917 novih naslovov, izdanih leta 2000, je na primer skupaj pomenilo 6 milijonov natisnjenih knjig. Vzporedno dosegajo naklade danes najnižje število izvodov, in sicer »naklada leposlovnih del slovenskih avtorjev, humanistike in družboslovja dosega 500 do 700 izvodov, prvenci poezije so tiskani v 200 do 300 izvodih, slovenske dramatike se tiska malo /.../, velikokrat v samozaložbi /.../ Tako majhnih naklad ni mogoče izdajati v okviru normalne založniške kalkulacije« (Jeras 2004: 41). »Podatki NUK-a za leto 2002 nam povedo, da je v Sloveniji za založniško dejavnost registriranih 1332 založnikov« (Grile 2005: 171) Zato je vloga države danes še toliko bolj pomembna in ključna za preživetje slovenskega izvirnega

ustvarjalnega dela na področjih družboslovja in književnosti in s tem posredno za preživetje slovenske jezikovne kulture. (Jeras 2004: 41)

O dodelitvi subvencij nekaj čez dvestotim naslovom na leto presoja strokovna komisija pri ministrstvu za kulturo. Vsako leto objavi javni razpis, ki omogoča slovenskim založnikom, da se s svojimi deli, če seveda ta izpolnjujejo predpisane pogoje, potegujejo za državne subvencije. Slednje naj bi pokrivalo okoli 70 odstotkov proizvodnih stroškov, torej stroškov tiska in avtorskih honorarjev. V praksi subvencije zadoščajo le za plačilo tiskarskih stroškov, kar se tiče avtorskih honorarjev, pa morajo svoj delež prispevati tudi založniki. Vložena denarna sredstva naj bi jim povrnila prodaja. »Pri določanju prodajne cene morajo založniki od proizvodnih stroškov (ki naj bi jim po merilih ministrstva za kulturo dodali izdajateljske stroške največ v višini 50 odstotkov od proizvodnih stroškov) odšteti dodeljeno subvencijo in tako znižati ceno knjigi.« (Jeras 2004: 42)

V reviji Ampak je bil oktobra 2001 objavljen članek Aleksandra Zorna z naslovom *Subvencije in knjige: kako bi Ministrstvo za šolstvo in znanost subvencioniralo knjige tako, da mu ne bi bilo treba dajati subvencij*. V njem opisuje, kako je tisto leto razpis izšel šele 17. avgusta, knjiga, ki bi se potegovala za subvencijo, pa bi morala iziti najkasneje do konca oktobra istega leta. Nemogoče je, da bi knjiga izšla v dveh mesecih, razen če je bil založnik s tem pogojem seznanjen že vnaprej. Zorn zato zapiše, da je bilo subvencije moč dobiti le po privatnih, sorodstvenih oziroma koruptivnih poteh. Subvencija je izgubila svojo temeljno funkcijo; da določenim delom omogoča, da ta sploh izidejo, saj naj bi se izplačala za nazaj; ko bi bila knjiga že izdana. Založnik bi moral zato založiti svoja sredstva za izdajo neprofitnega znanstvenega dela, ne glede na to, ali bo subvencijo sploh prejel ali ne. In če je pameten in podjeten, slovenskih znanstvenih knjig raje sploh ne bo izdajal. Ministrstvo bi s tem doseglo svoj namen; objavilo bi razpis za subvencije, ki jih razen tistim 'njihovim', ki so jih z nemogočimi pogoji seznanili že vnaprej, sploh ne bi bilo treba izplačati. (Zorn 2001: 3-5)

Do spremembe na področju subvencioniranja pride leta 2002, ko se Ministrstvo za kulturo odloči, da bo uvedlo sistem dvojnih razpisov, in sicer se bo en razpis nanašal

na posamezne knjižne projekte, drugi pa na celotne založniške programe. Na ta način pridobijo založniki več avtonomije, saj se v okviru subvencioniranega založniškega programa sami odločajo o posameznih knjižnih naslovih. Subvencije naj bi pridobile tiste založbe, ki po kakovosti in količini izdanih del na področjih umetnosti, kulture ter humanistike in družboslovja spadajo v vrh slovenskega založništva. (Jeras 2004: 42) Naslednje spremembe naj bi v slovenski kulturni prostor vnesla leta 2004 sprejeta *Resolucija o nacionalnem programu za kulturo*.

4.2.1. Nacionalni program za kulturo

Državni zbor Republike Slovenije je 27. februarja 2004 sprejel resolucijo o nacionalnem programu za kulturo za obdobje 2004-2007, ki naj bi z opredelitvijo kulturnopolitičnih prioritet, ciljev in ukrepov zagotavljala pogoje za trajnostni in celostni razvoj slovenske kulture. Nacionalni program za kulturo tako opredeljuje javni interes za kulturo z namenom zagotavljanja pogojev za kulturno ustvarjalnost, dostopnost kulturnih dobrin, kulturno raznolikost, slovensko kulturno identiteto in skupen slovenski kulturni prostor. Slovenski jezik prepoznava kot najpomembnejši razločevalni znak Slovencev kot naroda, ki mu kot enemu manjših nacionalnih jezikov zaradi procesov globalizacije, integracije in komercializacije grozi marginalizacija. Zato poudarja, da mora prva naloga slovenske kulturne politike ostati skrb za slovenski jezik. Ob vstopu Slovenije v Evropsko unijo je treba spodbuditi mednarodno prepoznavnost slovenske literature ter razvijati področje mednarodne dejavnosti slovenskega založništva, ki je z dejavnostmi, kot so prevajanje slovenskih avtorjev v tuje jezike, mednarodno sodelovanje založnikov, mednarodni literarni festivali in knjižni sejmi ter strokovno izobraževanje, zelo razvejana in pestra. Podporo naj bi prejeli projekti, ki mednarodno uveljavljajo slovensko literaturo.⁶

Slovenska kulturna politika naj bi s svojimi podporami zagotavljala predvsem pogoje za ustvarjalnost in dostopnost kulturnih dobrin, ker se zaveda, da dvomilijonski slovenski trg tega ne omogoča. Regulacija države je zato nujna za uravnotežen obstoj in

⁶ Resolucija o nacionalnem programu za kulturo 2004-2007 (ReNPK0407): 1-4, <http://www.kultura.gov.si/bin?bin.svc=obj&bin.id=15058> (21. 5. 2005).

razvoj slovenske kulture, pri čemer hkrati izjavlja, da ni dopustno, da bi država kulturo kakorkoli vsebinsko usmerjala, določala ali nadzirala. Oblikovati želi enotno vladno politiko na področju knjige, ki bo vključevala več vladnih resorjev, tako Ministrstva za kulturo, Ministrstva za šolstvo, znanost in šport ter Ministrstva za gospodarstvo.⁷

Splošna cilja, ki spadata v javni interes na področju knjige, sta zvišanje števila letno prodanih knjig per capita za 20% do leta 2007 in ohranjanje deleža produkcije knjig in revij s področij leposlovja in humanistike znotraj celotne založniške produkcije (okoli 20%) ter dvig ravni prodaje knjig in revij z navedenih področij za 25% (do leta 2007 zvišati povprečno naklado knjig iz 500 na 650, revij pa iz 400 na 500). Nacionalni program za kulturo zraven majhnega trga kot ključni problem slovenskega založništva, katerega rentabilnost je danes kritična, prepoznava nerazvito knjigarniško mrežo ter nizke naklade, ki posledično določajo zelo visoko povprečno ceno knjige. V knjigarnah se je lani prodalo samo 17% celotne prodane naklade, kar je občutno premalo, zaradi česar si je slovenska kulturna politika za prvi cilj zadala spodbuditev razvoja knjigarniške mreže. Odločila se je, da bo finančno podprla programe in projekte knjigarn, ki bodo delovali v javnem interesu, in sicer:

- promocija knjig, avtorjev in branja
- razvijanje bralne kulture (*povečanje števila bralcev na vseh starostnih stopnjah*)
- promocija knjigarn
- izobraževanje kadrov na področju knjigotrštva
- zagotavljanje enakomerne regionalne razpletene mreže knjigarn
- enotna informacijska podpora knjigarniški mreži (*zagotovitev dostopnosti ažurnih podatkov o slovenski založniški produkciji; vzpostaviti je potrebno sistem »knjige na trgu« (books in print)*)
- odkup določenega deleža nekomercialnih knjig s področij književnosti in humanistike, s poudarkom na sodobnih domačih avtorjih (*zmanjševanje nerentabilnosti založniške dejavnosti, ki je posledica komisijske prodaje njihovih knjig v knjigarnah, saj bi takšno sofinanciranje takoj doseglo založnika, hkrati pa vzpodbudilo knjigarnarja, da bo prodal tržno manj zanimivo knjigo*)

⁷ Prav tam: 2.

- spodbujanje lokalnih skupnosti k prednostni skrbi za knjigarne kot kulturne infrastrukture, ki je v javnem interesu (*'dobre knjigarne' naj bi predstavljale kulturna središča, ki bi soustvarjala lokalno kulturno ponudbo in nudila prostor, v katerem bi se prepletala raznovrstna kulturna ponudba ter vršila promocija založniške dejavnosti*)⁸

»V Sloveniji je registriranih okoli 120 knjigarn, v letu 2004 je pogoje in kriterije 'dobrih knjigarn' izpolnilo 24 knjigarn, ki so prejele podporo Ministrstva za kulturo, v letu 2003 je bilo takšnih le 13.« (Grilc 2005: 172)

Projektnim in programskim subvencijam, ki sem jih že omenila, se bo v prihodnje pridružila nova proračunska postavka sofinanciranja večletnih zahtevnejših knjižnih projektov. Večletno subvencioniranje se bo nanašalo predvsem na založniške programe nekomercialnega slovenskega in prevodnega leposlovja ter družboslovja in humanistike. Naslednjo pomembno novost predstavlja uvedba štipendij ministrstva za avtorje in prevajalce.⁹

4.2.1.1. Vloga slovenskih knjigarn in knjižnic v okviru slovenskega založništva

Zavest o pomenu dobro razvite knjigarniške mreže za uspešno prodajo knjig je v slovenski kulturni javnosti nova; v socializmu se namreč o tem še ni razpravljalo. (Žnideršič 1999: 128) Knjigarne so pomemben distribucijski kanal za prodajo knjig, saj kupcu omogočijo, da knjigo, ki se s svojo zunanjo podobo pomembno oglašuje že sama, prime v roke in jo prelista. Leta 1998 se je namreč kar 54% kupcev knjig, udeleženih v raziskavi *Knjiga in bralci IV*, opredelilo za knjigarno kot najprimernejšo pot do nakupa knjige. (Žnideršič 1999: 76)

Rugelj opozarja, da se slovenske knjigarne niso uspele prestrukturirati v skladu z novimi tržnimi razmerami, do odprtja novih, sodobnejših knjigarn pa ne prihaja. Noben veliki slovenski knjigotržec se ni odločil, da bi po tujem vzoru postavil verigo

⁸ Resolucija o nacionalnem programu za kulturo 2004-2007 (ReNPK0407): 32-33, <http://www.kultura.gov.si/bin?bin.svc=obj&bin.id=15058> (21. 5. 2005).

⁹ Prav tam: 33-34.

modernih knjigarn, ki bi zraven knjig ponujale še možnosti oddiha, multimedije, otroškega oddelka ter možnost druženja bralcev oziroma kupcev knjig z avtorji, prevajalci in založniki. Rugelj predlaga tudi ustanovitev megaknjigarne, na primer v ljubljanskem BTC-ju, ki bi lahko pomembno spremenila odnos slovenskih kupcev do knjige. Sodobna knjigarna mora biti kupcu prijazna, stopiti mu mora nasproti, mu svetovati in mu s preglednostjo svoje ponudbe olajšati nakup ter ga obvarovati pred nejasnostmi. Zlasti slednje se zdi Ruglju posebej pomembno; slovenski založniki in knjigotržci bi se naj povezali in uskladili preko skupnih krovnih projektov, skupnih promocijskih akcij in skupne želje po uspešnejši prodaji knjig. Na določenih področjih, kot sta na primer format in izgled knjige, je nujna standardizacija, saj ta kupcu olajša današnjo nepregledno izbiro najrazličnejših knjig, ki jih doma ne more postaviti niti na isto knjižno polico. Rugelj po vzgledu *Vrhuncev stoletja* predlaga, da bi knjige določene zbirke izhajale zmeraj ob istem dnevu in po enaki ceni, tako da bi se kupec na nakup lahko vnaprej pripravil. Smiselno se mu zdi, da bi se kontraprogramiranje, značilno za filmske programe v kinematografih, preneslo na založniške programe in omogočilo knjigam, ki ciljajo na isto publiko, da si med seboj ne bi konkurirale. To je dosegljivo z že omenjeno metodo izhajanja knjig v logičnih časovnih presledkih. (Rugelj 2005: 101-124)

Rugelj ugotavlja, da lahko kupec v povprečni slovenski knjigarni hitro dobi občutek, da se ne znajde, da situacije ne more obvladati, zaradi česar se ji raje izogne. Knjigarne namreč v zadnjih desetih letih vse bolj postajajo trgovine, ki zraven pisarniškega materiala in šolskih potrebščin prodajajo tudi knjige. Slednje so potisnjene nekam v ozadje, kupec se mora do njih sam preriniti, namesto da bi mu jih knjigarnar strokovno in prijazno predstavil ter ga vzpodbudil k nakupu. Zato bi bilo nujno, da bi se v knjigarnah zaposloval samo strokovno izobražen kader, ki bi knjige kot specifično tržno blago znal ljudem tudi približati in uspešno prodajati. (Jeras 2004: 58 in Rugelj 2005: 100-119)

Če naj bi se slovenskim knjigarnam povrnil njihov status, ki jih razločuje od drugih splošnih trgovin in če naj se preobrazijo v prijazne in sodobne kulturne centre, v katere bodo kupci radi zahajali, morata priskočiti na pomoč tako Ministrstvo za kulturo kot Mladinska knjiga, ki predstavlja danes največjo slovensko založbo z veliko stopnjo

kulturne in gospodarske moči. Brez sodelovanja slednje in brez denarnih pomoči države razvoj sodobne knjigarniške mreže, ki bi se razvijala regionalno enakomerno in tudi prebivalcem na podeželju omogočila pester knjižni izbor, ni mogoč. Po Rugljevem mnenju bi ministrstvo moralo podpreti tudi ustanovitev megaknjigarne, kjer bi se ljudje družili ob bogati in raznoliki knjižni ponudbi, kakor lahko to vidimo v nekaterih evropskih državah, ne pa da bi ji subvencijo odrekala zaradi komercialnega knjižnega programa, ki bi v njej prav tako našel svoje mesto. (Rugelj 2005: 101-115)

Odvisnost od distribucijskih mrež velikih založb, zlasti Mladinske knjige s priključeno Cankarjevo založbo in DZS, predstavlja enega ključnih problemov slovenskih majhnih založb, ki se morajo velikim podrežati pri njihovih zahtevah. Ker povečini ne premorejo lastne knjigarne, lahko svoje knjige prodajajo le v njihovih. Na slovenskih tleh se tako ustvarja knjigarniški monopol, ki vse bolj ogroža načelo konkurenčnosti, značilno za koncept svobodnega trga. Od majhnih in srednje velikih privatnih založb Mladinska knjiga in DZS pobirata 40 in več odstotni rabat ter skoraj praviloma zamujata pri plačilu za njihove knjige, ki jih prodajo; uveljavljen rok je 45 dni, vendar se ga knjigarne ne držijo in zamujajo tudi do tri mesece. (Jeras 2004: 43)

Podobno kot je predlagal, da naj bi država intervenirala na področju razvoja knjigarniške mreže z razpisom poceni ali celo brezobrestnega srednjeročnega kredita za investicije v nove, moderne knjigarne, Rugelj tudi na področju komisijske prodaje predlaga enako rešitev. Ker predstavlja komisijska prodaja knjig v današnjih knjigarnah poslovno neprivlačen in nedinamičen način prodaje, ki podaljša in upočasni tok denarja od proizvodnje knjige do povrnjenih stroškov zanjo, kar neugodno vpliva tudi na njeno ceno, Rugelj predlaga njeno postopno ukinitvev. Država bi morala na začetku priskočiti na pomoč in knjigarnam omogočiti večletni poceni (ali spet brezobrestni) kredit, ki bi jim omogočil nakup knjižnih zalog, zaradi česar bi se posledično bolj potrudile za prodajo knjig, saj bi postalo to v njihovem neposrednem interesu. (Rugelj 2005: 102-115)

Največji in najpomembnejši kupec knjig v Sloveniji so nedvomno knjižnice, ki ponavadi odkupijo tretjino naklade ob izdaji. Nekatere založbe so želele izkoristiti to dejstvo sebi v prid in so predlagale, da bi posamezne izvode knjižnicam prodajale

dražje. Svoj predlog so argumentirale s primerjavo med založbo in videoteko, saj se obe ukvarjata z izposajo. Če velja, da mora videoteka kupiti videokaseto dražje kot individualni kupec, ker bo z njo služila denar, naj velja enako tudi za knjižnice. Če bi knjižnice res morale kupovati knjige po višji ceni, bi se njihov nakup močno zmanjšal in podlegel selekciji, saj se tudi same borijo za svoje preživetje. Ker so posredno dotirane iz državnega proračuna, se srečujejo s finančnimi težavami, zlasti na ravni lokalnih politik, pod pristojnosti katerih so prešle. Če bi pa knjižnice dvignile ceno pri vpisu, bi s tem tvegale, da izgubijo svoje člane, kar je zopet kontraproduktivno za založbe. (Berginc 2001: 37-38) Tisti namreč, ki največ berejo (letno 25 knjig in več), t.i. 'krepki bralci', si knjige hkrati sposojajo v knjižnicah in jih tudi največ kupujejo v knjigarnah. (Breznik 2005b: 22) Kupovanje knjig in njihova sposoja se ne izključujeta, ampak sta odvisni druga od druge in se pri spodbujanju branja celo podpirata. Pogosto si namreč kupec, preden jo kupi v knjigarni, ogleda knjigo v knjižnici. (Breznik 2005b: 40)

Nacionalni program za kulturo navaja ustanovitev posebnega proračunskega sklada za izvajanje knjižničnega nadomestila za avtorje knjižničnega gradiva, ki se navezuje na usklajenost z direktivo Evropske unije EU 92/100/CCE o pravici do javnega posojanja, dajanja v najem in ostalih pravicah, ki so povezane z intelektualno lastnino, ki v 5. členu določa, da lahko države namesto izključne pravice izkoristijo možnost derogacije ter se pri uresničevanju te pravice osredotočijo na lastne kulturno-politične cilje.¹⁰ Grilc (2005: 175-177) poudarja, da je zagotavljanje javne dostopnosti knjižničnega gradiva ena izmed velikih civilizacijskih pridobitev povojne Evrope. V tem duhu je Slovenija izkoristila možnost derogacije in avtorjem odvzela možnost, da v skladu s svojo izključno pravico do intelektualne lastnine dovolijo ali prepovejo javno izposajo svojih del v knjižnicah, vendar pa jim je zato dolžna zagotoviti poplačilno pravico oziroma knjižnično nadomestilo.

Sredstva za izvajanje knjižničnega nadomestila bodo letno dosegala višino 25% sredstev, ki jih država namenja splošnim knjižnicam za nakup knjižničnega gradiva /.../ Prva značilnost slovenskega modela je, da upošteva pet področij avtorskega dela, ki je predmet izposoje v

¹⁰ Resolucija o nacionalnem programu za kulturo 2004-2007 (ReNPK0407): 37, <http://www.kultura.gov.si/bin?bin.svc=obj&bin.id=15058> (21. 5. 2005).

splošnih knjižnicah: izvirne avtorje na področju knjige, prevajalce, ilustratorje, fotografe in avtorje na področju glasbe in filma /.../ Druga značilnost slovenskega modela je uvedba dveh instrumentov, s katerima se bo izvajalo knjižnično nadomestilo, in sicer v razmerju pol pol: poplačila živečim avtorjem /.../ in delovne štipendije kot štipendije za ustvarjalnost /.../ odgovornost za podeljevanje teh štipendij pa je prenesena na stanovska društva /.../ V letu 2004 je do knjižničnega nadomestila za leto 2003 upravičenih 1075 avtorjev /.../ posamezni avtorji pa so prejeli od najnižjega izplačila 13.334 SIT do najvišjega 967.989 SIT /.../ Obenem je v letu 2004 pet stanovskih društev /.../ podelilo 92 različnih vrst štipendij (Grilc 2005: 181-183)

Breznikova zelo kritično obravnava uvedbo knjižničnega nadomestila in jo vidi kot odziv ministrstva na interpretacijo založniške industrije, da namreč branje članov knjižnic predstavlja 'parazitsko branje', ki odteguje kruh tako založnikom kot avtorjem. Učinek uvedbe knjižničnega nadomestila je po njenem mnenju paradoksen; izplačevalo se ga bo namreč avtorjem, katerih dela so bila v preteklem letu največkrat izposojena, ne nujno pa tudi prebrana. Tako bodo do nadomestila upravičeni avtorji, ki ustvarjajo dela za prisilno branje; uvrstitev na seznam obveznih čtiv ali bralne značke je tako postala pobožna želja vsakega avtorja. Hkrati bodo nagrajeni avtorji, ki jih že nagrajuje komercialni trg; komercialne uspešnice se dobro prodajajo na trgu, hkrati pa knjižnice beležijo visoko stopnjo njihove izposoje. S tem bo država posredno vzpodbujala knjižnice, da nabavljajo čimveč *best-sellerjev*, ki se največ izposojajo, založnikom pa omogočila, da bodo breme kulturnega poslanstva prenesli na njena ramena. Ker bo odslej država poplačala avtorje za njihov uspeh in 'vrednotila' njihov kulturni prispevek, bodo lahko založniki zmanjševali avtorske honorarje, varčevali pri lektorjih in prevajalcih ter knjigi s tem vse bolj dajali videz zapiskov nepismenega srednješolca. Založbe bodo morda v okviru avtorskih pogodb, s katerimi silijo avtorje, da se odpovedo »vsem materialnim pravicam za vso dobo trajanja in za vse medije«, od njih zahtevale, da se v prihodnje odpovedo tudi knjižničnemu nadomestilu. (Breznik 2005a: 74-78)

Raziskava Mirovnega inštituta¹¹ ugotavlja, da je med člani slovenskih splošnih knjižnic daleč najbolj priljubljeno branje popularnih ameriških in britanskih *best-*

¹¹ Milohnic, Aldo (odg. nosilec), Maja Breznik, Janez Jug, Silva Novljan, Jasna Babic (2003) Bralne kulture v novih razmerah založniške produkcije: empirične ugotovitve, analiza položaja in predlogi za

sellerjev (4,5 izposoj na 100 prebivalcev). Tako ima devetkrat več bralcev kakor sodobno slovensko leposlovje, ki ga večinoma berejo upokojenci (0,5 izposoj na 100 prebivalcev). Ponudba slovenskih knjižnic se prilagaja okusu svojih bralcev. Zastavimo pa si lahko vprašanje, če se nemara ne poraja okus bralcev s knjižnično ponudbo, ki vse bolj podlega zahtevam »kulturne industrije«. Raziskava tako ugotavlja, da knjižnice z nabavo podpirajo branje manj zahtevnega leposlovja oziroma spodbuja število izposoj, kot smo že omenili, ne pa tudi kakovosti branja. Ker se poudarja zahteva po dvigu knjižnične izposoje v kvantitativnem smislu, (leta 1990 so zabeleženi 4 izvodi na prebivalca, leta 2001 že 11 izvodov) se izvaja pritisk na knjižnice, zaradi česar so postale privesek zabavne industrije, namesto da bi ohranjale svoje poslanstvo javne institucije. Breznikova je skeptična,

/n/ekdo /.../ bi se vprašal, ali je res vseeno, ali bralec in bralka bereta pogosto slabo preveden 'šund' ali jezikovno bogato in vsebinsko zahtevno literaturo. Ali ne naredi 'slaba' knjiga več škode kakor koristi? Drugi bi branil te bralne navade, češ da je najbolj pomembno samo branje, saj naj bi se bralec, potem ko se privadi branja, sam vzpenjal po lestvi zahtevnosti. Ali pa ni morda ravno nasprotno, da takšna literatura ravno preprečuje, da bi se bralec in bralka lotila česa zahtevnejšega? /.../ Vprašanje bralnih kultur je zatorej preveč pomembno, da bi ga prepustili samodejnemu ravnanju založnikov in nabavni politiki knjižničarjev. (Breznik 2005b: 22-23)

V okviru nacionalnega programa za kulturo naj bi se zato oblikovali prednostni kriteriji pri nabavi knjig v splošnih knjižnicah, s poudarkom na izvirnem leposlovju ter humanistiki in prevodih klasičnih del, s čimer bi Ministrstvo za kulturo poskusilo dvigniti raven bralne kulture Slovencev. Raziskava Mirovnega inštituta tudi priporoča, naj se ohrani instrument obveznega izvoda, ki pomembno prispeva k temu, da so vsi knjižni naslovi, tudi zahtevnejši, enakomerno zastopani po vsej Sloveniji, tudi v perifernih regijah. Ministrstvo je tudi to priporočilo upoštevalo.

4.2.2. Davčna problematika na področju založništva in vprašanje fiksnih cen

razvoj založniške politike RS: 4-9, http://www.mirovni-institut.si/slo_html/projekti/3%20uvod.pdf (19. 5. 2005).

Žnideršič leta 1999 navaja naslednje obremenitve, ki jih je slovenska država vpeljala takoj po osamosvojitvi, iz česar sklepa, da knjigi ni bila naklonjena,

- 25% dohodnine na avtorske honorarje (prej 15%, za samostojne kulturne delavce 6%);
- 5% davek na promet proizvodov in storitev, ki ga doslej ni bilo. Ta ukrep je slovensko knjigo podražil za 5%;
- 30% davek na dobiček založniških podjetij (prej so bila ta podjetja oproščena plačevanja davka na dobiček);
- povečane dajatve in različno obdavčenje dohodka zastopnikov, ki prodajajo knjige /.../;
- povečali so se tudi davki knjigarn in drugih knjigotrških organizacij.
- v letu 1999 je bil uveden DDV v višini 8% na prodajo knjig, ki je poslabšal ekonomski položaj slovenskih založb in za nadaljnjih 3% podražil slovensko knjigo (Žnideršič 1999: 146)

Po podatkih Davčne uprave Republike Slovenije znaša DDV na knjigo v osnovi 8,5%, davek od dohodkov pravnih oseb pa za založniška podjetja v osnovi 25%, spreminjajoč se glede na vrsto knjig. Po spremenjenem zakonu o dohodnini se v osnovi za avtorske honorarje zaračunava 25% davek na dohodek. Davčnih olajšav za potencialne sponzorje ali donatorje na področju knjige kot posredne oblike državnih pomoči v primeru fizičnih oseb ni, v primeru pravnih oseb pa so minimalne.¹²

Ker založniki ne morejo pričakovati, da bo država v celoti ukinila DDV na knjigo, ki je bil uveden pred komaj nekaj leti, predlagajo, da naj ga vsaj zmanjša ali denar usmeri nazaj na založniško področje kot pomoč knjigi, ki je v kriznem obdobju. Uvedba DDV-ja je namreč močno poostrila razmere na področju slovenskega založništva. (Jeras 2004: 42) Grilc v imenu Ministrstva za kulturo meni, da bi imela

ničelna stopnja obdavčitve knjige zelo negativne, celo uničujoče posledice za posamezne člene /.../ verige in posamezne segmente knjižne produkcije, ki bi se ob redukciji državnih pomoči kot nujni posledici uvedbe ničelne davčne stopnje kaj lahko znašli v težavah. Nasprotno pa je bistvena pomanjkljivost uvedbe 8,5% DDV-ja na knjigo v Sloveniji v tem, da vzporedno z uvedbo obdavčitve – pa čeprav le z nižjo stopnjo – ni prišlo do zagotovitve dodatnih proračunskih sredstev za sektor knjige in uvedbe novih oblik podpor različnim členom te verige. (Grilc 2005: 167-168)

¹² Davčna uprava Republike Slovenije, <http://www.gov.si/durs/> (1. 6. 2005).

Pri ničelni stopnji DDV-ja na knjigo vztrajata Velika Britanija in Irska, zaradi česar sta v sporu z direktivo Evropske unije in njeno fiskalno politiko, ki določa najnižjo davčno stopnjo, ki znaša 5%. (Grilc 2005: 165) Tri manjše slovenske založbe, Karantanija, Študentska založba in Mondena, upajo, da bo država v prihodnje ukinila DDV za nekomercialne knjige, s čimer bi jim pomagala preživeti. Predlagajo, da naj se denar od DDV-ja komercialnih programov pretaka nazaj v založbe, ki delujejo tudi v javnem kulturnem interesu. (Berginc 2001: 44-49)

Smith (2004: 11) prav tako meni, da predstavlja znižana stopnja DDV-ja na knjige pomembno obliko državne podpore proizvodnji knjig, ki jo podpira skoraj vseh 25 članic Evropske unije. Nadaljnjo znižanje DDV-ja na knjige najbrž ne bi pripomoglo k pomembni rasti knjižne prodaje, po drugi strani pa bi njegovo zvišanje skoraj gotovo imelo za posledico manjše število kupcev knjig. Vsaj kratkoročno, dodaja Smith. Med članicami Evropske unije ima 19 držav nižjo stopnjo DDV-ja na knjige od Slovenije (Češka, Estonija, Grčija, Italija, Latvija, Luksemburg, Portugalska, Španija in Švica imajo celo 5 ali manj odstotkov), višjo pa le 5 držav. Izmed petih držav, ki imajo višjo stopnjo od Slovenije, imata Madžarska in Litva ničelno stopnjo obdavčitve učbenikov, Islandija pa znižano stopnjo za islandske knjige. Po podatkih, ki jih navaja Smith, imajo ničelno stopnjo obdavčitve knjig Ciper, Norveška, Poljska in že omenjeni Irska in Velika Britanija.

V Sloveniji je do nedavnega veljalo, da so se cene knjig oblikovale prosto, zaradi česar založniku ni bilo treba natisniti cene knjige v kolofon ali na ovitek. V evropskih državah, v katerih je bil sistem fiksnih cen predvsem pod pritiski neoliberalističnega načela o svobodni konkurenci, ki spodbija opravičenost fiksnih cen, odpravljen ali pa sploh nikoli sprejet, lahko zaznamo pojav koncentracije založništva in knjigotrštva. Večje knjigarniške mreže povečujejo svojo moč in tržni delež, saj si lahko privoščijo velike popuste za knjige, s čimer s trga izrivajo manjše knjigarne v manjših mestih, ki jim v tej tekmi ne morejo konkurirati. Tako megaknjigarne resno ogrožajo obstoj majhnih knjigarn in decentralizirane distribucijske mreže, hkrati pa silijo založnike v 'industrijsko' založniško politiko. Zaradi visokih stroškov svojih velikih knjigarn in popustov, s katerimi ohranjajo svoj monopol, dajejo prednost tistim knjižnim naslovom, ki vzbudijo hitro povpraševanje in živahen promet, knjige z

majhno naklado in manjšim povpraševanjem pa kljub njihovi kakovosti in pomenu zavračajo. Breznikova¹³ predlaga vpeljavo fiksne cene za knjigo, ki bi veljala za vso Slovenijo in navaja tri razloge, ki jih je za uvedbo fiksne cene za knjigo leta 1981 branil francoski kulturni minister Jack Lang. Suvereno jih lahko zagovarjamo še danes,

- enakost državljanov v razmerju do knjige, ki bo dostopna po isti ceni na vsakem nacionalnem območju;
- vzdrževanje goste decentralizirane mreže distribucije, zlasti v manj dostopnih krajih;
- podpora pluralizmu pri ustvarjanju in izdajanju zahtevnejših naslovov

Debate o uvedbi fiksne cene za knjigo so razburkale slovensko stroko in o njih smo lahko brali v medijih, zlasti v Delu. Nekateri založniki tožijo, da bo ta sprememba poslabšala njihov položaj, Tanja Tuma, predsednica Društva slovenskih založnikov pa je nasprotnega mnenja. O tem je govorila v intervjuju v Delu,

/e/notna cena knjige, najvišja dopustna cena, ki je odtisnjena na ovitku in velja hkrati na vseh prodajnih poteh, naj bi slovenskemu knjižnemu trgu prinesla večje število naslovov, konkurenčnost, razvoj knjigarn in nižje cene knjig /.../ Največ razburjanja povzroča 5. člen splošnih pogojev, ki vsem prodajnim mestom dopušča do 5-odstotni popust za končne kupce. Ti so tudi splošne knjižnice /.../ V sistemu prostih cen te velik igralec dejansko lahko cenovno uniči /.../ Vsi zdaj v teh splošnih pogojih vidijo le cenovni diktat. A ta velja samo eno leto, potem lahko založnik dela, kar želi. In že med tem letom lahko ceno spusti. Bistveno pa je, da jo ponudi vsem Slovincem enako /.../ Res pa je, da enotna cena najbolj podpira knjigarne /.../ Splošni pogoji niso zakon, ne predvidevajo represije, zrasli so znotraj branže in bodo tako tudi kontrolirani (Delo 14. 2. 2005: 9)

Njenim stališčem zraven nekaterih založnikov nasprotujejo predvsem knjižnice, ki tudi v prihodnje pri nakupu knjig pričakujejo 30-odstotni popust, podpira pa jih država oziroma z besedami Grilca, vodja 'Sektorja za knjigo in knjižničarstvo ter Slovence v zamejstvu in po svetu' na Ministrstvu za kulturo RS, »zelo je pomembno, da

¹³ Milohnic, Aldo (odg. nosilec), Maja Breznik, Janez Jug, Silva Novljan, Jasna Babic (2003) Bralne kulture v novih razmerah založniške produkcije: empirične ugotovitve, analiza položaja in predlogi za razvoj založniške politike RS: 28, http://www.mirovni-institut.si/slo_html/projekti/4%20zaloznistvo.pdf (19. 5. 2005).

so založniki v letu 2003 sprejeli uvedbo enotne cene knjige, ki bo ob uspešni implementaciji lahko ključno prispevala k spodbujanju razvoja slovenskega knjižnega trga.« (Grilc 2005: 174-175)

Za primerjavo pogledimo podatke o članicah Evropske unije: 13 držav je sprejelo sistem fiksnih cen, od teh so ga Avstrija, Francija, Nemčija, Grčija, Italija, Nizozemska, Portugalska in Španija uzakonile, Danska, Madžarska, Luksemburg, Norveška in tudi Slovenija pa sprejele na podlagi posebnega dogovora. Sistem prostih cen ohranja prav tako 13 držav, in sicer Belgija, Ciper, Češka, Estonija, Finska, Islandija, Irska, Latvija, Litva, Poljska, Švedska, Švica in Velika Britanija. Stockmannova dodaja, da v založniški praksi nikjer ne obstaja popoln sistem prostih cen, kakor ga definira ekonomska teorija, temveč da je večina sistemov hibridov, ki združujejo tako elemente fiksnih kot prostih cen. Posamezne države tudi v okviru sistema fiksnih cen dovoljujejo posamezna odstopanja v smislu popustov za posamezne vrste knjig kot so učbeniki in ponatisi oziroma za specifične kupce kot so knjižnice. Evropska unija dovoljuje uzakonjenje sistema fiksnih cen na knjige znotraj posameznih držav članic, prepoveduje pa ga v primeru mednarodnega založniškega poslovanja. (Stockmann 2004: 50-56)

4.2.3. Pojem »kulturne industrije«

Breznikova (2004: 10) spremembe zadnjih desetih let na področju kulturne politike prepozna kot posledico prehoda iz socialdemokratskega modela, ki poudarja »družbeno dostopnost« kulture v neoliberalni model kulturne politike, ki deluje po principih podjetniške logike. Država ne posega več na področje kulture, ker se to odslej uravnava po pravilih trga. Tako naj bi ukinitve državne regulacije »družbene dostopnosti« kulturnih dobrin in zmanjševanje državnega subvencioniranja pripomogla k bolj uspešnemu zadovoljevanju potreb in želja porabnikov kulture, saj bi se nanje trg neposredno odzival in prilagajal. Breznikova vidi v tem predvsem spremembo na ideološkem horizontu.

Nekatere evropske države, med njimi Francija, Finska, Nizozemska in Švedska »demokratizacijo« dojemajo kot »širjenje participacije«, zaradi česar so po drugi

svetovni vojni za potrebe regionalnega prebivalstva izven mest gradile enake kulturne ustanove kot v prestolnicah. Izkazalo se je, da so s tem ustregle le željam elitne publike, saj do širše participacije v teh ustanovah ni prišlo. (Breznik 2004: 35-36) Da bi rešile problem »kulturne participacije«, so potem prenesle pravice za odločanje o kulturnih vprašanjih na lokalne oblasti, ki so jim na razpolago dale tudi nekaj finančnih sredstev, s čimer so ohranile nad lokalnimi oblastmi določen nadzor. Paradoksalno je izgledalo, kot da vlade ponujajo lokalnim skupnostim pravice, te pa se jih otepajo; dejansko pa so v mnogih primerih državne administracije nanje prenašale le finančna bremena. Zgolj drobljenje oblasti na manjše upravne enote še ne predstavlja »demokratizacije«. (Breznik 2004: 39-41)

Snovalci avstrijske in italijanske kulturne politike pa »decentralizacije« in »demokratizacije« ne povezujejo nujno z »regionalizacijo«, temveč z »liberalizacijo« področja kulture in umetnosti. Kultura in umetnost naj bi bolje služili potrebam ljudi, če bi država opustila paternalizem, s katerim so se kulturne ustanove polenile oziroma zaspale. Postati morajo bolj odvisne od sebe in manj od države; naučiti se morajo, kako pritegniti številnejše občinstvo in pridobiti lastna sredstva, s trženjem ali s sponzorstvom. Breznikova dodaja, da se je ta pogled nekako paradoksalno pojavil vzporedno z ekonomsko recesijo.

Proces »liberalizacije« je zajel skoraj vse evropske države, med njimi v obliki »privatizacije« tudi Slovenijo, čeprav v pretežni meri glavni financer kulturnih dejavnosti ostaja država (stroški države se zmanjšajo za približno 10 odstotkov). Slovenska privatizacija »ne goji pretiranih upov, da bodo kulturne ustanove z modernejšim organiziranjem (trženje, sponzorstvo ipd.) sposobne pritegniti resne privatne vire financiranja /.../ izkušnje so pokazale, da so takšni trdi prijemi na področju kulture in umetnosti pogubni: ker tedaj postaneta kultura in umetnost popolnoma odvisni od zahtev trga in se, če preživita, instrumentalizirata za komercialno oglaševanje.« (Breznik 2004: 43-44)

Zagovorniki neoliberalnega modela zagovarjajo tudi na področju kulture trženje pred državnimi pomočmi, saj načelno zavračajo državni paternalizem, ki naj bi nedemokratsko odločal o tem, kaj bo kdo gledal, poslušal ali bral. Odnos med

umetnostnim producentom in porabnikom mora postati tržni odnos, menijo. Na trgu bodo brez državne pomoči preživele le tiste ustanove, ki bodo stregle potrebam in željam svojih uporabnikov. Pozabljajo, opozarja Breznikova, da odločitev porabnika ni »svobodna« odločitev, saj je omejena s ponudbo monopolnih proizvajalcev in distributerjev zabavne industrije. Predstava, da si bodo porabniki na trgu sami izbrali, kar želijo, je iluzorna, saj lahko izbirajo le med tistim, kar jim je ponujeno. In brez intervencije in korekcije trga s strani države bodo lahko izbirali samo še med produkti zabavne industrije, ki proizvaja v funkciji čimprejšnjega in čim večjega zaslužka.

Porabnik na primer ne bo mogel izbrati afriške poezije, če mu bodo na voljo le ameriški in britanski *best-sellerji*. »Predstava o splošnem okusu porabnika /.../ žal nima najnižje točke in vselej nezadržno drsi nižje in nižje, za sabo pa vleče rumeni tisk, televizijske žajfnice, šund literaturo in hollywoodske filme« piše Breznikova (2004: 45-46). Vendar pa predstava o splošnem okusu porabnika slej kot prej trči ob dejanskega porabnika, ki velikokrat odkloni ponujeno manj kakovostno in komercializirano kulturno produkcijo, s čimer takšna podjetja dolgoročno škodijo sama sebi in svojemu ugledu.

»Kulturna industrija« ima za posledico elitizem v kulturi in umetnosti, saj se mora zaradi potrebe po preživetju obdati z družbeno 'smetano', ki ima politično in ekonomsko moč. Na ta način so učinki »liberalizacije«, ki jo v svojih nacionalnih poročilih poudarjajo nekatere evropske države, ravno nasprotni od učinkov »demokratizacije«, ki vsaj teoretično težijo po večji dostopnosti kulturnih dobrin. (Breznik 2004: 46-48)

Ena bistvenih značilnosti industrijskih proizvodov je, da so ti med seboj zamenljivi in da se s časom obrabljajo. Breznikova izpostavi, da mora »kulturna industrija«, da sploh lahko postane industrijska, svoje proizvode preobraziti iz unikatnih v zamenljive in nadomestljive. Na področju založniške industrije se tako po šabloni proizvajajo *best-sellerji* in razni priročniki za domačo rabo, kot je priročnik za nego rastlin, ki so homogenizirani in hitro 'obrabljivi'. Cilj takšne kulturne industrije je skupnost porabnikov množične kulture, ki ji lahko pripiše »skupen okus«, se mu prilagodi in natrpa trg s svojimi uniformiranimi izdelki. Z neuresničenim namenom

seveda, da bo na koncu vsak posameznik lahko »svobodno« izbiral. Na ta način se razlika med 'visoko' in 'množično' kulturo še povečuje, namesto da bi se sprostila ali pa, še huje, kakovostni kulturni izdelki na trgu izgubljajo bitko za preživetje z lahkotnimi in popularnimi kulturnimi vsebinami. (Breznik 2004: 49) Marginalizira se kulturna funkcija same kulture.

4.3 Koncentracija in globalizacija na področju založništva

Po Breznikovi (2005b: 34-35) poteka proces koncentracije založništva na dveh ravneh, in sicer na horizontalni z združevanjem in prevzemi založniških hiš ter na vertikalni ravni z ustvarjanjem monopolov na področju distribucije. Proces koncentracije in globalizacije vse bolj postajata del slovenske vsakodnevne založniške prakse – DZS si ustvarja monopol na področju učbenikov, Mladinska knjiga na ostalih področjih, v lasti imata večino slovenskih knjigarn, slovenski založniki pa že vrsto let sodelujejo s tujimi založbami, spomnimo se koprodukcijskega tiska in trgovanja z avtorskimi pravicami. Po mnenju Kovača (V Breznik 2005b: 34) je »avtohtona kultura, kakršno predlagajo tradicionalisti, dejansko kulturna avtarkija, medtem ko je kulturno avtohtonost mogoče doseči le skozi »globalizacijo«. Zato bo po Kovaču (1999: 198-199) temeljna naloga slovenskega založništva v prihodnje ta, da bo našla in udeležila mehanizme, ki bodo zmogli blažiti posamezne negativne posledice delovanja tržnih zakonitosti, kot je na primer padanje vsebinske in jezikovne kakovosti izdanih knjig, hkrati pa s svojim delovanjem ne bodo ovirali ali celo nasprotovali razvoju tržne strukturiranosti založniške dejavnosti in njenemu vključevanju sodobnih informacijskih tokov. Za svoje delo je potrebno prevzemati odgovornost, če želimo preživeti v svetu globalizacije.

Že v dvajsetih in tridesetih letih prejšnjega stoletja so ameriški in britanski založniki uspešno približali knjigo širšemu bralstvu, in sicer preko knjižnih klubov in mehko vezanih knjig; šolski primer so Penguinove knjige, ki so jih ponudili v britanskih veleblagovnicah. Tudi med vojno se njihova produkcija ni zmanjšala, temveč so mehko vezane knjige, imenovane Armed Forces Editions, množično brali vojaki, po vojni pa se je zaradi potreb po izobraževanju prodaja knjig še povečevala. V šestdesetih letih postane založništvo v ZDA pomembna gospodarska panoga, ki se začne

koncentrirati in iz obrtniške kulturne dejavnosti se prelevi v posel, katerega glavna naloga je, da ustvarja dobiček. (Jeras 2004: 13-14) Na Wall Streetu začne veljati, da se v založništvo spleča vlagati. »/Z/aložništvo se je iz romantične kulturne dejavnosti spremenilo v biznis, ki so mu namesto nekdanjih uredniških zanesenjakov dajali ton visoko izurjeni menedžerji, uspešnost dejavnosti pa se je /.../ merila z rastjo in padanjem delnic na borzi« navaja Kovač (1999: 33). Sprva so založbe kupovali klasični konglomerati, ki so bili na primer lastniki tudi jeklarske ali tekstilne industrije, v naslednjih dveh desetletjih pa jih prevzemajo predvsem medijski konglomerati, ker se to izkaže za bolj donosno, saj jih povezujejo skupne prodajne poti in preko prevzemanja konkurenčnih založb tudi skupne programske linije. Tako se v letih 1961 – 1989 v ameriškem založništvu zgodi 573 tovrstnih prevzemov ali nakupov. V devetdesetih letih se je zgodil naslednji premik, in sicer so se začeli pojavljati konglomerati, ki so se usmerili nazaj na 'svojo temeljno dejavnost', tako da so lahko menedžerji pričeli uspešneje voditi t.i. »usmerjene skupine«. Končalo se je obdobje medijskih konglomeratov in nastopilo obdobje založniških multinacionalk z bolj jasno definiranimi cilji. (Kovač 1999: 33-34) Takšna je na primer danes največja založniška multinacionalka Bertelsmann, nemška založniška in medijska skupina, ki združuje okoli 100 založb v 13 državah po svetu, izda okoli 8000 knjig na leto in ima v 55 državah okoli 80 000 zaposlenih s približno 20 milijardami evrov prometa (podatek je za leto 2001). Leta 1998 je koncern Bertelsmann kupil največjo ameriško založniško skupino Random House. (Jeras 2004: 14)

Zanimivo in informativno zgodbo o industrializaciji ameriškega založništva lahko preberemo v Schiffrinovi knjigi *The Business of Books*.¹⁴ V njej avtor pripoveduje svojo lastno zgodbo urednika, ki daje vsebinski plati knjige zmeraj prednost pred vprašanjem njene komercialne uspešnosti. Po začetku druge svetovne vojne je moral z očetom, ki je bil Jud in z ostalimi člani družine emigrirati v New York, kjer je oče ustanovil založbo Pantheon. Na začetku je izdajala predvsem zahtevnejšo in aktualno literaturo za evropske emigrante. Leta 1956 je Schiffrin prevzel njegovo mesto in do konca vztrajal v zahtevnejših in politično ter družbeno angažiranih programih.

¹⁴ Schiffrin, Andre (2000) *The Business of Books. How International Conglomerates Took Over Publishing and Changed the Way We Read*. London in New York: Verso.

Sprva je povečini izdajal levo usmerjeno literaturo, kasneje se je loteval pomembnih družbenih vprašanj, še preden so ta našla svoje mesto na univerzitetnih predavanjih in v javnih debatah. Tako je Schiffrin zavzeto objavljala pionirska dela o rasizmu in vprašanju enakopravnosti med belci in črnci, o feminizmu in vprašanju emancipacije žensk, o zgodovini »od spodaj navzgor«, o ameriškem kolonializmu, o reaganizmu in drugih. Na seznamu njegovih knjig lahko najdemo Gunterja Grassa, Julia Cortazarja, Thompsonovo *Nastajanje angleškega delavskega razreda*, Foucaulta, F. R. Leavisa, Ronalda Lainga, Marguerite Duras, Sartra, Simone de Beauvoire, Noama Chomskega in druge klasične avtorje. Založba Pantheon sicer ni poslovala z velikimi dobički, vendar tudi z izgubo ne. Predstavljala je ugledno in mednarodno priznano nekomercialno založbo, v kateri so delovali uredniki, ki so bili zaradi svoje angažiranosti in profesionalnosti v družbi zelo cenjeni. Čeprav so izdajali zahtevna dela o občutljivih in marginaliziranih temah, ki so na ameriški trg prihajala, preden je bilo pripravljeno mesto zanje, so jih ljudje kupovali v velikih nakladah. Založba, ki je na prvo mesto zmeraj postavljala javni interes in kulturno ter družbeno poslanstvo in je v skladu s tem delovala tradicionalno obrtniško, je doživela industrializacijo svoje dejavnosti, ki jo je na koncu tudi zlomila. Ko jo je kupila korporacija Random House, se je še uspela obdržati, tudi zato, ker ni prinašala izgub in ker je korporacija z njo pridobivala na ugledu, po prevzetju s strani korporacije Newhouse pa je morala zapreti svoja vrata, ker ni v hišo prinašala 15% dobička, ki je sicer v okviru založništva skoraj nemogoč, a so ga zaradi velikih apetitov novi lastniki od nje zahtevali. Schiffrin v knjigi združuje svojo osebno založniško pot s širšimi družbenimi spremembami, ki so v drugi polovici 20. stoletja zajele ameriško založništvo in se skozi procese industrializacije, komercializacije, koncentracije in globalizacije razširile po vsem svetu.

5. KRIZA ZALOŽNIŠTVA IN SODOBNI TRENDI

Slovenski knjižni trg je specifičen v svoji majhnosti, saj je pogojen s komaj dvema milijonoma slovensko govorečega prebivalstva. Zaradi tako majhnih naklad je položaj slovenskih založnikov težek, dodatno pa ga otežuje dejstvo, da Slovenci vse manj kupujemo knjige. Žnideršič tako v okviru raziskave *Knjiga in bralci IV* ugotavlja, da leta 1998 kar 48% anketiranih v zadnjem letu ni kupilo nobene knjige; odstotek

nekupcev se je od leta 1979 konstantno povečeval. Slovenci glede kupovanja knjig sicer še spadamo v evropsko povprečje, bolj nas lahko skrbi podatek o konstantnem padanju odstotka tistih, ki se odločajo za nakup. Žnideršič slednje povezuje s spremenjenim družbenim položajem, zaradi česar so se spremenile in preusmerile tudi prioritete sodobnih potrošnikov ter ugotovitve, da se je v zadnjih letih bistveno poslabšal materialni položaj velikega dela prebivalstva. Skladno s tem se je pomanjšala tudi kupna moč potencialnih kupcev knjig. (Žnideršič 1999: 60-61) Med vzroki, zakaj anketiranci v preteklem letu niso kupili nobene knjige, so se najpogosteje pojavljali previsoke cene knjig, knjižnice kot alternativa nakupu, pomanjkanje časa za branje in prenapolnjenost domačih knjižnih polic. Kar 27% anketiranih pa je izjavilo, da sploh ne kupuje knjig. (Žnideršič 1999: 79)

Glede na to, da knjižnice v zadnjem času beležijo povišano izposajo svojih knjig, strah, da Slovenci vedno manj beremo, ni utemeljen. V novih družbenih razmerah pa vse večjo težo pridobivata vprašanji, ki si ju bodo morali zastaviti slovenski založniki, in sicer: kako najti pot do bralca in na kakšen način znižati ceno knjige, da bo jo ta lahko kupil.

Nekateri založniki zagovarjajo stališče, da slovenske knjige sploh niso drage oziroma da zaradi majhnosti trga in nizkih naklad ne morejo biti cenejše. A kot piše Blatnik (2005: 52), je za sodobnega potrošnika značilno, da različne cene medsebojno primerja, »cene knjig s cenami kino vstopnic, kosil, piva in podobnih užitkov /.../ In potem se nam knjige zdijo *zelo* drage, čeprav je mogoče s statističnimi primerjavami in ekonomsko utemeljitvijo dokazovati, da v bistvu niso. A bistvo je denarnici nevidno.«

38 slovenskih založb, ki je sodelovalo v Jerasini anketi (podatki se nanašajo na leto 2001), je izpostavilo tri največje težave, s katerimi se soočajo, in sicer majhne naklade, visoki rabati, ki jih zahtevajo knjigarne in visoki avtorski honorarji. Med ostalimi so se pojavile še slabe prodajne poti, slabo razvita knjigarniška mreža, problem neplačništva s strani knjigarn in kupcev, upadanje povpraševanja, nestimulativna davčna politika, komisijska prodaja in druge. (Jeras 2004: 36)

Po naglem porastu majhnih založb se je položaj na trgu dodatno poostril, saj je narasla konkurenčnost, boj za preživetje postal bolj neusmiljen, vse več knjig na trgu pa lahko pripelje do problema hiperprodukcije. Hiperprodukcijo, značilno za neoliberalistična založništva zahodnih držav, podrobneje opisuje Kovač.¹⁵

Problem visokih stroškov za avtorske honorarje bi bil lažje rešljiv, če bi postalo izplačilo avtorskih honorarjev odvisno od prodaje. V Sloveniji zaenkrat velja založniška praksa, da se honorarji avtorjem izplačujejo vnaprej, in sicer po dogovoru, pavšalno ali glede na število avtorskih pol (oziroma ilustracij ali fotografij). V tujini je temu nasprotno izplačilo honorarja vezano na prodajo in tržni uspeh. Določeno je v odstotkih od maloprodajne cene, s čimer se tveganje glede prodaje in prihodka porazdeli med založnika in avtorja. (Jeras 2004: 64) »Redki avtorji pri nas se odločajo za ta način, morda ne verjamejo založnikom, morda pa ne zaupajo svojim delom, da bi ta bila hitro prodana v velikih nakladah.« (Petric 1994: 31)

Problem visokih rabatov, ki jih od založnikov zahtevajo knjigarne in ki lahko znašajo do 35% cene, pa lahko založniki rešujejo tako, da izberejo pot, po kateri rabate kratko malo zaobidejo, in sicer s prodajo svojih knjig prek interneta. Zaenkrat ta prodajna pot v Sloveniji še ni razširjena, vendar bo najverjetneje tudi pri nas vzcvetela, ko se bodo slovenski kupci nanjo privadili. Trženje knjig prek interneta se je razmahnilo leta 1995, ko so se knjige pričele prodajati na spletnem naslovu *www.Amazon.com*. Založnik se mora vedno znova odločati, katera prodajna pot je v danem trenutku zanj najugodnejša, izbira pa lahko med knjigarnami, akvizitersko prodajo od vrat do vrat, prodajo preko telefona ali katalogov, naročanjem po pošti, prodajo preko knjižnih klubov ali zastopnikov in drugimi. (Jeras 2004: 52-58)

Eno izmed neugodnih posledic majhnosti slovenskega knjižnega trga predstavlja tudi nespecializiranost slovenskih založb. (C. Kanzian 1998: 147) Majhne založbe sicer iščejo tržne niše, ki bi jim pomagale preživeti, vendar pa si zaradi majhnosti trga ne morejo privoščiti popolne specializacije. Četudi njihove glavne programske linije ne

¹⁵ Kovač, Miha (1999) *Skrivno življenje knjig. Protislovja knjižnega založništva v Sloveniji v 20. stoletju*, 45-46. Ljubljana: Oddelek za bibliotekarstvo Filozofske fakultete.

zajemajo komercialnih del, pa po njih morajo poseči, če se ne želijo znajti v stečajnem postopku. (Petric 1994: 22-25) Ker nekomercialna dela izhajajo v najmanjših nakladah in ciljajo na publiko, ki je glede na stroko ali osebne interese in zanimanja zelo omejena, so založbe, ki jih izdajajo, odvisne od državnih subvencij. Ker se slednje, kot smo videli, znižujejo in niti ne pokrijejo vseh proizvodnih stroškov, morajo nekomercialne založbe posegati po uspešnicah, da bi z dobičkom, ki jim ga te prinesejo, lahko pokrile morebitne izgube pri izdajanju specializiranih strokovnih in zahtevnejših leposlovnih programov, kamor spada tudi sodobno slovensko leposlovje.

Nekateri slovenski založniki torej vztrajajo, da zaradi razlogov, ki so že bili navedeni in tudi zaradi visokih redakcijskih stroškov, knjige ne morejo poceniti, vsaj tiste v trdi vezavi ne. Na tujih trgih, kot sta ameriški ali britanski, na primer velja, da cena mehko vezane knjige ne sme presegati cene kino vstopnice. Vendar pa se slovenski knjižni trg z njimi ne more primerjati; razlika v stroških za izdelavo trdo ali mehko vezane knjige je namreč le nekaj sto tolarjev, pri majhnih nakladah pa tudi razlike v maloprodajnih cenah ostajajo majhne. Da bi lahko ustrezno povečali razliko v ceni, bi morale mehko vezane knjige izhajati v nakladi okrog 20 000 izvodov, kar pa je na slovenskem knjižnem trgu skoraj nemogoče. Če bomo povprečnemu slovenskemu kupcu ponudili trdo in mehko vezano knjigo, ki bosta imeli približno enako ceno, se bo skoraj zagotovo odločil za trdo vezano, ker ta tradicionalno predstavlja lepo slovensko knjigo. (Jeras 2004: 47-48) Ali kot navaja Žnideršič (1999: 82), »k/ljub dejstvu, da 53% kupcev porabi na leto za knjige samo do 21 000 SIT, je očitno, da tradicionalna ljubezen Slovencev do lepe knjige še ostaja aktualna. 56% kupcev raje kupuje trdo vezane, lepo opremljene knjige in le 12% se raje odloči za mehko vezane knjige.«

Krizo založništva, ki je med drugim tudi posledica prevladujočega mnenja slovenskih kupcev, da je slovenska knjiga draga, (Blatnik 2005: 51) pa bodo morali založniki reševati sami, meni Berginc. Država, ki je sociološko nekaj imaginarnega in ki na splošno ni naklonjena spremembam, jim pri tem ne bo v veliko pomoč. Do bistvenih sprememb na zakonski ravni, ki bi lahko pomembno izboljšale položaj slovenskega založništva in mu pomagale pospeševati njegov gospodarski razvoj, ne bo prišlo, ker do radikalnih sprememb prihaja samo v revolucionarnih časih. Zato je pomembno, da se založniki sami soočajo s tekočimi problemi in iščejo najuspešnejše

načine, na katere se bodo lahko odzivali na nove družbene razmere, ki so postale naša nova resničnost. (Berginc 2004: 40)

Ena bistvenih značilnosti sodobne postmoderne potrošniške družbe je prevlada vizualnega nad jezikovnim, slikovnega nad besednim. Zato je vse več pozornosti treba namenjati vizualnemu oblikovanju, če hočemo na svobodnem trgu uspešno prodajati in preživeti. V okviru založniške dejavnosti postajajo vse bolj pomembni oddelki za marketing, ki se ukvarjajo z oglaševanjem in prodajo knjig. Če namreč založba izda novo knjigo, mora o tem obvestiti bralce oziroma potencialne kupce. Na voljo ji je oglaševanje in predstavitev knjige na tiskovnih konferencah, knjižnih sejmih, tematskih razstavah ali preko plakatov, interneta ter s pomočjo časopisnih recenzij in kritik. Vse bolj popularna in pomembna postajajo tudi osebna srečanja bralcev z avtorji in založniki, na primer v knjigarnah in knjižnicah ali na literarnih večerih. (Jeras 2004: 65-67)

Nekateri založniki tožijo, da avtorji, predvsem mladi ustvarjalci, vso oglaševalsko delo prepustijo njim in hkrati pričakujejo, da se bodo njihova dela hitro in množično prodala. Zavračajo samopromocijo, ki bi lahko pomembno sooblikovala njihovo zgodbo o uspehu. Avtor, ki ne zna ali noče oglaševati svojega dela, se lahko hitro znajde v situaciji, v kateri bo moral iskati sponzorja ali v okviru avtorske pogodbe sprejeti nadvse neugodne pogoje, kot na primer podpisati, da sprejema fiksni honorar za 1000 izvodov, ne glede na to, če bo njegovo delo ponatisnjeno ali ne. (Berginc 2001: 39-49) V ZDA je tako trend, v skladu s katerim mora pisatelj skrbeti in oglaševati blagovno znamko, ki je on sam, že nekaj čisto običajnega. (Blatnik 2004: 53) Na primer,

med letoma 1986 in 1996 je bilo v ZDA na seznamu stotih najbolj prodajanih knjig 63 naslovov, ki jih je napisalo le šest avtorjev: Tom Clancy, John Grisham, Stephen King, Dean Koontz, Michael Crichton in Danielle Steel. (Epstein, 2002) Zato pridobitniška logika sili založbe, da usmerjajo vse svoje sile v to, da obdržijo razvpite avtorje, da trošijo denar za vrtoglave honorarje in potratno oglaševanje, ki naj bi naredilo te pisatelje še bolj slavne. (Breznik 2005b: 35)

Številni slovenski založniki so mnenja, da bi država knjigam morala omogočiti, da se ceneje oglašujejo v medijih, »nacionalna televizija je na tem področju

popolnoma zatajila glede na to, da živi od naročnine občanov. Oddaj o knjigi je zelo malo in še te so suhoparne in dolgočasno narejene, nič kaj aktualne in provokativne, nekomunikativne in praviloma jih predvajajo v poznih nočnih urah, ko je gledanost relativno majhna» (Berginc 2001: 44). Branje je potrebno narediti vidno, poudarja Manca Košir, knjiga mora postati *medijski dogodek*, »kar ni v časopisu, o čemer ne poročata radio in televizija, to kot da se ni zgodilo. Branje knjige naj se zato seli iz intimističnega zasebnega prostora v javni prostor, postane priznana javna dobrina in enakovreden del medijskega menija o našem vsakdanjem življenju« (Košir 2005: 145-150). Knjiga je sposobna bralcu pomagati, da se refleksivno obrne vase, se poglobi v svoj intimni svet in za določen čas upočasni drveči čas, ki posameznika ves čas preganja in avtomatizira njegovo dožemanje. Branje naj nam bo v užitek, piše Koširjeva, sami izbirajmo, kaj in kako bomo brali, nato pa se o prebranem iskreno in odprto pogovarjamo z drugimi bralci, naj knjiga postane naš stroj za upočasnjevanje časa. (Košir 2005: 145-149)

Tehnološke novosti, kot so osebni računalniki, internet in E-knjige, ne bodo zlahka izpodrinile klasičnih knjig, saj bralcu omogočajo intimnost, podobno stanju meditacije, ko lahko prebrano interpretira po svoje, se sprosti, poglobi vase ali z besedami pisateljice Brine Svit, bralec »z računalnikom ne more v posteljo, s knjigo pa« (Rugelj 2005: 94). Vendar pa tehnični razvoj knjigi ne predstavlja samo grožnje oziroma konkurence, temveč ji lahko tudi pomaga. Tako lahko na primer tehnologija *tisk na zahtevo* (*print on demand*) občutno poceni knjigo, saj naj bi postala cena posameznega izvoda neodvisna od naklade, skrajšal pa naj bi se tudi proizvodni čas knjige. *Tisk na zahtevo* naj bi omogočil natis zelenega števila izvodov po naročilu, naročnik pa bi lahko kadarkoli in kjerkoli na svetu naročil enega ali nekaj tisoč izvodov. Slednje naj ne bi bistveno vplivalo na ceno. Založniško tveganje, ki ga predstavlja določanje optimalne naklade in velik začetni kapitalski vložek, bi se zelo zmanjšala, prav tako pa bi odpadle zaloge in knjige, vrnjene iz knjigarn. *Tisk na zahtevo* bi bil zelo vzpodbuden tudi za nekomercialna dela in dela majhnih jezikovnih skupin, saj bi jih pocenil in jih naredil lahko dostopne preko posameznih nacionalnih meja. (Jeras 2004: 102-112) Slovensko založništvo se zato ne sme zapirati pred izzivi in novostmi, ki jih tudi na področje založništva prinaša tehnološki razvoj, saj bi s tem

lahko zapadlo v kulturno avtarkijo, ki marginalizira od zunanjega sveta, meni Kovač. (Breznik 2005b: 34)

Potrebno je ravno nasprotno; slovenski založniki morajo prenehati razmišljati samozadostno, opustiti morajo svoj sen o založništvu kot obrtni dejavnosti ter se konstruktivno povezovati z vsemi členi, ki sodelujejo pri nastajanju knjige. Za svoje odločitve, tako vsebinske kot tudi poslovne, morajo prevzemati odgovornost, kot je to značilno za glavne in programske urednike razvitejših založništev, kot sta ameriško in britansko, piše Kovač. Ameriški programski uredniki, ki so odgovorni tako za programe kot za njihovo finančno uspešnost, zato tesno sodelujejo z oddelkoma za prodajo in marketing. Založništvo zahodnih držav že dolgo ne deluje več po obrtniški logiki, kjer mora vsak urednik znati vse, temveč prihaja do delitve dela, do specializacij in hierarhiziranja založniške in uredniške stroke, na podlagi katere se porazdelijo tudi njihove posamezne odgovornosti. (Kovač 1999: 29-72)

6. ZAKLJUČEK

Že prvi slovenski moderni založnik, Lavoslav Schwentner, je vedel, da se »knjiga mora dobro prodajati« in da je za preživetje njegove privatne založbe nujno, da ravna podjetno. Ideja, da ima enako kot knjiga tudi založništvo dvojno naravo, saj združuje svojo kulturno funkcijo s potrebo po finančnem preživetju in željo po uspehu, je padla na rodovitna tla. Schwentnerju so sledili drugi v podjetnem smislu racionalni založniki, na primer Janez Žagar s svojo založbo Modra ptica. Tako sta bila odkrivanje tržnih niš in založniška kalkulacija, značilna za današnje tržno gospodarstvo, v založniški praksi prisotni že v prvi polovici prejšnjega stoletja. Hkrati pa so prvi slovenski laični založniki vseskozi veliko pozornosti in naklonjenosti posvečali tudi kulturnemu poslanstvu, ki ga je imelo njihovo delo, saj lahko med njihovimi knjigami najdemo številna umetniška, strokovna in znanstvena dela slovenskih ustvarjalcev. Ta njihov prispevek k slovenski kulturi je pomagal soustvarjati slovensko nacionalno mitologijo, ki do neke mere še danes dojema založnika kot obrtnika, za katerega veljata pečenje z denarnimi posli in ustvarjanje dobička za sramotni dejavnosti. Založnikova primarna funkcija naj bi bila skrb za razvoj slovenskega jezika in kulture, njegovo delo pa del javnega interesa, saj soustvarja in ohranja slovensko nacionalno identiteto.

Ta pogled se je v času socializma še bolj utrdil v slovenskem javnem mnenju, saj je založništvo uradno postalo dejavnost posebnega družbenega pomena, katerega delovanje so nadzirali založniški sveti. Slednji so nadzirali predvsem programsko delovanje založništva, medtem ko se v denarne zadeve niso mešali. Subvencije naj bi dokazovale, da je založništvo del javnega interesa, vendar pa so bile zmeraj prenizke, da bi založniki lahko preživeli le z njihovo pomočjo. Na slovenskih tleh se je znotraj SFRJ razvil sistem samoupravnega socializma, ki nam je dopuščal nekaj več avtonomije in ni bil tako restriktiven kot v drugih socialističnih državah. Tako so lahko slovenski založniki že v 60. letih prejšnjega stoletja sodelovali z založbami iz zahodnih držav, se od njih učili novih tehnik, spoznavali razvoj računalniške tehnologije in že zelo zgodaj pričeli sodelovati v koprodukcijem tisku in trgovanju z avtorskimi pravicami.

Slovenskim založnikom zato logika tržnega gospodarstva ob osamosvojitvi leta 1991 ni predstavljala novosti, saj so njena pravila, če so želeli preživeti, morali uspešno vključevati v svoje delo že pred tem. Prvo hipotezo, s katero smo domnevali, da je *k dobičku usmerjeno založniško podjetje v Sloveniji nov pojav, ki izpodriva knjigo kot dobrino nacionalnega pomena*, moramo zato ovreči. Pojav ni nov, novo je samo javno izrekanje o njegovem obstoju. Prakse, ki jih slovenski založniki poznajo in vključujejo v svoje delo že nekaj desetletij, so komaj po osamosvojitvi postale del javnih razprav in polemik. Do neke mere pa lahko potrdimo domnevo, da *k dobičku usmerjeno založništvo izpodriva knjigo kot dobrino nacionalnega pomena*, saj na trg dostavlja vse več prevodov tujih *best-sellerjev*. Če je dobiček edini kriterij uspeha, ki mu založba sledi pri svojem delu, potem obstaja dejanska nevarnost, da knjiga izgubi svoje bistvo, ki naj bi zraven zabave bilo izobraževanje, informiranje in ohranjanje kulturne identitete. Takšen primer se je v Sloveniji zgodil leta 2001, ko je DZS javno napovedala, da se bo odrekla izdajanju leposlovja, ker ne prinaša dobička. Po drugi strani pa nekatere manjše slovenske založbe sploh ne bi mogle preživeti, če v svoj program ne bi vključevale uspešnic, saj jim te pomagajo pokriti stroške za izdajo zahtevnejše in nacionalno pomembne literature, ki se prodaja v precej manjšem številu.

Druga hipoteza, s katero smo domnevali, *da ima vstop tržnega gospodarstva v slovensko založništvo za posledico vse večjo marginalizacijo njene kulturne funkcije, ki je nekoč predstavljala njeno bistvo*, se povezuje s prvo. Ministrstvo za kulturo na deklarativni in načelni ravni sicer še zmeraj izpostavlja skrb za slovenski jezik in slovensko knjigo, ki ima pri tem bistveno vlogo, vendar jo v praksi velikokrat prepusti zakonitostim tržnega gospodarstva. Po mnenju Maje Breznik se država s prehodom iz socialdemokratskega modela kulturne politike v neoliberalnega vse bolj umika iz založništva. Svojo glavno skrb za širjenje kulturne participacije je zamenjala za idejo, da je treba kulturno izbiro prepustiti ljudstvu, ki bo samo izbralo, kaj želi in potrebuje. Vendar pa je njegova izbira le navidezno svobodna, saj je omejeno z vnaprej dano ponudbo, ki prihaja na trg s strani velikih mednarodnih korporacij. Te si ustvarjajo monopole tudi na področju kulturne oziroma zabavne industrije, kot jo imenuje Breznikova. Kultura, ki se industrializira, izgublja svojo kulturno funkcijo in podlega zahtevam imaginarnega povprečnega uporabnika. Knjiga postaja zamenljiv produkt, trošarina, ki izgublja svoj naboj, ki ga je imela včasih, ko je bila pojmovana kot orožje, ki lahko pomembno ogrozi obstoj vladajoče ideologije. V tem smislu industrializacija kulture, ki je posledica tržnega gospodarstva, dejansko pomeni marginalizacijo kulturne funkcije knjige, ki v končni fazi med ljudmi ne vzpodbuja več bralne kulture. Zato bi država morala intervenirati vsaj na tej točki in v praksi izraziti svojo skrb nad bralno kulturo svojih državljanov; ne le na kvantitativni ravni, koliko berejo, ampak tudi na kvalitativni, kaj berejo. O knjigi je zato potrebno spregovoriti v javnosti, v medijih, jo narediti vidno in ohranjati skrb za vzgojo bralca.

S tretjo hipotezo smo domnevali, da tržna logika v založniških procesih ogroža kulturno poslanstvo te dejavnosti in skozi komercializacijo knjige negativno vpliva na jezikovno kulturo Slovencev. To hipotezo lahko potrdimo, saj je največji problem sodobnega kapitalističnega družbenega sistema ravno v tem, da pada kakovost knjig, tako na vsebinski kot na jezikovni ravni. Vse več založniškega dela se opravlja honorarno, odpuščajo se lektorji, korektorji in tudi uredniki, ker naj bi, kot navaja Schiffrin, »preveč brali in premalo delali«.¹⁶ Zato se niža kakovost izdanih del, v katerih se pojavljajo jezikovne, slovnične in tudi vsebinske napake. Knjiga bralca ne

¹⁶ Schiffrin, Andre (2000) *The Business of Books. How International Conglomerates Took Over Publishing and Changed the Way We Read*. London in New York: Verso.

opismenjuje več, ne bogati njegovega jezika in ga tudi ne vzpodbuja h komunikaciji, ki je najpomembnejši način, na katerega preženemo osamljenost in atomiziranost sodobne družbe. Seveda morajo založniki racionalizirati svoje delo, če hočejo preživeti, vendar s tem ne smejo ogroziti knjige in njene narave. Nujno je, da spremljajo razvoj stroke v drugih državah, produktivno sodelujejo z njimi in na ta način poskušajo poceniti knjigo, da bo bralcu prijaznejša, vendar ne smejo knjige zaradi nižje cene spremeniti v nahajališče vsakovrstnih napak. Potrebno si je prizadevati za slovenski jezik in slovensko knjigo, če želimo neodvisno in enakovredno zastopati svoje interese v okviru pisanega mozaika Evropske unije.

7. SEZNAM VIROV

7.1 Knjige

Berginc, Igor (2001) *Slovensko založništvo ob prelomu tisočletja. Diplomaska naloga*. Univerza v Ljubljani: Oddelek za bibliotekarstvo Filozofske fakultete.

Blatnik, Andrej (2004) *Vplivi popularne kulture na ameriško prozo po modernizmu. Doktorska disertacija*, 45-54. Univerza v Ljubljani: Fakulteta za družbene vede.

Breznik, Maja (2004) *Kulturni revizionizem. Kultura med neoliberalizmom in socialno odgovorno politiko*. Ljubljana: Mirovni inštitut. Inštitut za sodobne družbene in politične študije.

Ilich, Iztok (2004) *Pota knjige*. Ljubljana: DZS.

Jeras, Tanja (2004) *Sodobni tokovi v založništvu in vloga majhnih založb. Magistrsko delo*. Univerza v Ljubljani: Oddelek za bibliotekarstvo, informacijsko znanost in knjigarstvo Filozofske fakultete.

Kovač, Miha (1999) *Skrivno življenje knjig. Protislovja knjižnega založništva v Sloveniji v 20. stoletju*. Ljubljana: Oddelek za bibliotekarstvo Filozofske fakultete.

Moravec, Dušan (1994) *Novi tokovi v slovenskem založništvu. Od Schwentnerja do prvih publikacij Akademije*. Ljubljana: DZS.

Petric, Bogdan (1994) *Korak v založništvo*. Ljubljana: Dan.

Schiffrin, Andre (2000) *The Business of Books. How International Conglomerates Took Over Publishing and Changed the Way We Read*. London in New York: Verso.

Vozelj, Vanja (2001) *Knjiga kot tržno blago. Primer Harryja Potterja. Diplomsko delo*. Univerza v Ljubljani: Fakulteta za družbene vede.

Žnideršič, Martin, Darka Podmenik, Gregor Kocijan (1999) *Knjiga in bralci IV*. Univerza v Ljubljani: Oddelek za bibliotekarstvo Filozofske fakultete.

7.2 Članki, zborniki in gradivo z medmrežja

A. Novak, Boris (2001) Knjiga je čevelj. *Ampak*, letn. 2, št. 5, maj: 3-4.

Blatnik, Andrej (2005) Vrhunci stoletja – trenutki razmisleka?. V Samo Rugelj (ur.) *Zgubljeno v prodaji. Slovenska knjiga med državo in trgom v tretjem tisočletju*, 49-57. Ljubljana: UMco.

Breznik, Maja (2005a) Slovensko založništvo med taylorizmom in onkraj njega. V Samo Rugelj (ur.) *Zgubljeno v prodaji. Slovenska knjiga med državo in trgom v tretjem tisočletju*, 59-84. Ljubljana: UMco.

Breznik, Maja (2005b) Založništvo. V Samo Rugelj (ur.) *Knjižna kultura*, 15-83. Ljubljana: UMco.

C. Kanzian, Romana (1998) Slowenien. V Gerlinde Hinterholz und Johannes Seymann (ur.) *Buchlandschaften*, 137-151. Dunaj: Buchkultur.

Davčna uprava Republike Slovenije, <http://www.gov.si/durs/> (1. 6. 2005).

Duša, Zdravko (2005) Tri revolucije knjige. V Samo Rugelj (ur.) *Zgubljeno v prodaji. Slovenska knjiga med državo in trgom v tretjem tisočletju*, 37-47. Ljubljana: UMco.

Grilc, Uroš (2005) Knjiga in razvoj: Knjiga kot ena temeljnih razvojnih kategorij družbe. V Samo Rugelj (ur.) *Zgubljeno v prodaji. Slovenska knjiga med državo in trgom v tretjem tisočletju*, 155-186. Ljubljana: UMco.

Jaklič, Tanja (2005) Samo fair igro hočemo. Samo to!: pogovor s Tanjo Tuma. *Delo*, leto 47, št. 37, 14. 2.: 9.

Košir, Manca (2005) Knjigo v vzgojo za medije. V Samo Rugelj (ur.) *Zgubljeno v prodaji. Slovenska knjiga med državo in trgom v tretjem tisočletju*, 133-153. Ljubljana: UMco.

Kovač, Miha (1997) Slovensko založništvo med nekapitalizmom in antikapitalizmom. *Teorija in praksa* 39, 3, maj/junij, 433-453.

Kovač, Miha (2005) Smeri razvoja slovenskega in evropskega založništva. V Samo Rugelj (ur.) *Zgubljeno v prodaji. Slovenska knjiga med državo in trgom v tretjem tisočletju*, 9-36. Ljubljana: UMco.

Milohnic, Aldo (odg. nosilec), Maja Breznik, Janez Jug, Silva Novljan, Jasna Babic (2003) Bralne kulture v novih razmerah založniške produkcije: empirične ugotovitve, analiza položaja in predlogi za razvoj založniške politike RS, http://www.mirovni-institut.si/slo_html/projekti/1%20naslovka.pdf (19. 5. 2005).

Resolucija o nacionalnem programu za kulturo 2004-2007 (ReNPK0407), <http://www.kultura.gov.si/bin?bin.svc=obj&bin.id=15058> (21. 5. 2005).

Rugelj, Samo (2005) Zgolj prodajati ali dobro prodajati knjige, to je zdaj vprašanje. V Samo Rugelj (ur.) *Zgubljeno v prodaji. Slovenska knjiga med državo in trgom v tretjem tisočletju*, 85-131. Ljubljana: UMco.

Smith, Kelvin (2004) Publishers and the public: governmental support in Europe. *Javnost* Vol. XI, 4, 5-20.

Stockmann, Doris (2004) Free or fixed prices on books – patterns of book pricing in Europe. *Javnost* Vol. XI, 4, 49-64.

Zorn, Aleksander (2001) Subvencije in knjige: kako bi Ministrstvo za šolstvo in znanost subvencioniralo knjige tako, da mu ne bi bilo treba dajati subvencij. *Ampak*, letn. 2, št. 10, oktober, 3-5.

Žnideršič, Martin (1995) Pregled razvoja založništva in knjigotrštva na Slovenskem od začetkov do danes. V Martina Orožen (ur.) *Informativni kulturološki zbornik. Seminar slovenskega jezika, literature in kulture*, 119-136. Univerza v Ljubljani: Oddelkek za slovanske jezike in književnosti Filozofske fakultete.