

BOMO DELALI KNJIGE LE ŠE ZA ELITO?

Are We Going to Publish Books Only for the Elite?

Morda se vam zazdi založniška kolumna v družbi strokovnih in tehničnih prispevkov o branju nebodigatreba, kot se večkrat počutimo založniki nekoliko nebodijhtreba v tistem slovenskem okolju, ki se trudi s spodbujanjem branja. Zato sem zelo hvaležna urednici te publikacije za možnost izraziti nekaj založniških razmišljanj. V pisanju se osredotočam na branje mladih – če knjižnih moljev ne bomo vzgajali od mladih kril, odraslih knjižnih moljev med Slovenci pravzaprav ne bo oziroma bodo tako redki, da založniki ne bomo več mogli izdajati knjig v slovenskem jeziku. Odrasli bralci, ki jih je v njihovi mladosti tudi nekdo spodbudil k branju, po zakonu narave žal odhajajo.

Kaj imamo pravzaprav založniki s tem, ali Slovenci berejo ali ne? In s tem, koliko bodo brali v prihodnje? Veliko. Ne samo zato, da bomo v prihodnosti sploh še prodali kaj knjig, pač pa predvsem zato, da bomo oblikovali prave vsebine na pravi način za določene ciljne bralce. Ne vem sicer, ali je slovenska strategija bralne pismenosti končana ali ne, a v gradivu, ki ga uspem najti na spletu, založniki sploh nismo omenjeni. Recimo, ko kot cilj to gradivo obravnava povečevanje dostopnosti do knjig in drugega bralnega gradiva in zapiše (citiram):

- »• sistematično spodbujati vlaganja v nastajanje kakovostnih knjig in drugega bralnega gradiva,
- podpreti knjižničarsko dejavnost in različne projekte za učinkovito promocijo branja v skupnosti,
- omogočiti posameznikom in posameznikom dostop do raznovrstnega bralnega gradiva ter svetovanje pri izbiri in uporabi tega v vseh življenjskih obdobjih« (Nacionalna strategija za razvoj bralne pismenosti, predlog, 5. 4. 2017).

Kot bi knjige v Sloveniji nastajale same od sebe. Samo knjižnice so omenjene, tudi knjigotržcev ni v zadnji alineji. No, saj če bo šlo tako naprej, bodo morda res kmalu izumrli, iz knjigarn pa bodo nastali hoteli ali prodajalne ovitkov za telefone.

Laično ocenjujem, da je Hrvaška pri tem naprednejša, njena *Nacionalna strategija za poticanje čitanja* je precej konkretnejša in življenjska. Pri enakem cilju (povečevanje dostopnosti do knjig in drugega bralnega gradiva) zapiše, da se ta cilj zagotavlja tudi s podporo založniške dejavnosti. Založništvo vključuje tudi v swot-analizo in strateške cilje ter seveda ukrepe. Medtem ko je slovensko gradivo polno floskul in seznamov želja, so v hrvaški navedeni

konkretni strateški cilji, razdelani na operativne cilje in ukrepe za njihovo doseganje, založnike vključuje in jih zavezuje. Ali bodo cilji izvedeni, je seveda drugo vprašanje, a namere so konkretne. Slovenski tovrstni cilji zagotovo ne bodo izvedeni, ker jih ni ... no, vsaj na spletu jih ne najdem.

To je primer iz naše okolice. Če gremo na drug, spodnji konec sveta, nas v smislu zavedanja soodvisnosti in nujnosti sodelovanja preseneti dokument Združenja avstralskih knjižnic z naslovom *Kako avstralske knjižnice podpirajo založniško industrijo*. Da, v Avstraliji knjižničarji priznajo, da morajo biti povezani z založniki, pohvalijo se celo s tem, kako podpirajo založniško industrijo. Ta je jasno poslovno usmerjena, a ji je ciljni bralec izjemno pomemben, kot je tudi slovenskim založnikom. Pri nas imamo založniki večkrat občutek, da smo s knjižničarji na nasprotnih bregovih, namesto da bi imeli skupne cilje in da bi sodelovali v smislu pridobivanja bralcev. Pa očitki, da se trudimo preživeti, kot bi se knjižničarji ne zavedali, da če ne bo založnikov, ne bo knjig in tudi knjižnice potem ne bodo potrebne. Ta krog se je žal v Sloveniji že začel vrteti. Manj bralcev, manj knjig, manj zaposlenih v knjižnicah, še manj denarja za knjige ...

Naj se vrnem k bralni pismenosti. Trdim, da moramo biti založniki otroških in mladinskih knjig vključeni v prizadevanja za njeno povečevanje, v spodbujanje branja pri mladih, to mora biti naša dolžnost. Povezovati se moramo z drugimi deležniki, ki to počnejo, sami ne moremo veliko storiti. Res je, večina založb dela knjige za preživetje, to je naša poslovna dejavnost, z njihovo prodajo se trudimo pokriti stroške, med njimi tudi naše plače. Če v letu dosežemo dobiček, smo seveda veseli, tega nas ni sram, to pomeni, da smo delali dobro in prav. Živeti moramo v sodobnem neoliberalizmu in z davki zagotavljamo denar za plače javnih uslužbencev, knjižničarjev, učiteljev, uradnikov, zaposlenih na ministrstvih, zagotavljamo denar za njihove stole, telefone, ne nazadnje wc-papir. V zameno marsikdaj nad nami vihajo nosove, češ knjige so predrage, delate samo za dobiček – kot bi bilo to sramotno ... A mi smo tisti, ki lahko naredimo dobre knjige, ki se bodo bralcev dotaknile, ki bodo zgradile bralce, lahko pa po drugi strani njihov bralni okus zapeljemo v površinske, komercialne vode. Le kako bi knjižničarji bralcem zagotavljali dobre knjige, če ne bi bilo nas? Soodvisni smo. Velikokrat me kdo vpraša, kako lahko izdajamo dobre knjige, kako denimo najdemo dobre knjige v tujini. Odgovor je preprost – poslušamo naše kupce, knjižničarje, učitelje, mlade bralce, knjigarnarje, pa kot se zljajnano sliši, poslušamo tudi sebe, katera knjiga se nas

dotakne. V tem je skrivnost, odprti smo za *good vibes*, kot bi danes rekla mladina. Zavedamo se, da smo odvisni od bralcev, njihovih staršev, učiteljev, knjižničarjev, knjigarnarjev ... in da moramo vlagati energijo, denar ter ne nazadnje sebe, da vsi ti dobijo kar najboljše. Kar pa še ni zagotovilo, da bomo preživel.

Kako bi lahko snovalci strategij in drugih programov spodbujanja branja vključili založnike? Zagotovo s spodbujanjem in zahtevanjem uvajanja in zagotavljanja vsaj minimalnih založniških standardov: da bi bila besedila lektorirana, prelom dober, papir pri slikanicah ne bleščeč itd. Pa z vključevanjem založnikov v projekte spodbujanja branja pri skupinah bralcev z manj možnostmi ali v ranljivih skupinah oziroma pomoči pri izdaji knjig zanje. Ogromno truda, časa, energije in ne nazadnje denarja smo v naši založbi vložili v pripravo knjig za slabovidne in slepe, za gluhe, za otroke priseljencev, oklevajoče bralce itd. Vsake strokovne pomoči smo bili in bi bili veseli. Pa vključevanje založnikov v različna izobraževanja, seminarje, konference, ki so sicer namenjeni kaki drugi, sorodni stroki. In seveda vključevanje založnikov v promocijske akcije za spodbujanje branja, a ne s figo v žepu. Vključevanje založnikov seveda mislim množinsko, v Sloveniji obstaja več kot ena založba. Kot pravijo ljudske modrosti: »Eden ni nobeden« in »Več glav več ve«. Saj veste, več nas je.

Res je, da vključevanje založnikov v praksi ni povsem preprosto. Že dve stanovski združenji delata zmedo. Društvo slovenskih založnikov združuje okrog štirideset fizičnih oseb, zaposlenih v založništvu, vprašanje pa je, koliko je to založb, ocenjujem, da kar dosti pod dvajset (podatkov ne uspem najti). Skupno kosilo enkrat letno, kakšno predavanje, pa organizacija noči knjigarn in založniškega kongresa, predvsem to je njihova dejavnost. Brez denarja, le s članarinami, se kaj dosti ne da storiti. Vključevanje Društva slovenskih založnikov kamor koli ima izjemno omejen obseg dosega slovenskih založb. Druga organizacija pa je Zbornica založnikov in knjigotržcev pri Gospodarski zbornici Slovenije, katere članice so založbe, 43 jih je. Tu je doseg mnogo večji, ukvarjala naj bi se z dejanskimi problemi založništva, čeprav je v središču njene delovanja organiziranje slovenskega knjižnega sejma. Ta organizacija bi se morala ukvarjati tudi z vključevanjem v spodbujanje branja ter s problemi, ki jih založnikom prinašajo nove vsebine, tako televizijske kot spletne.

V šestnajstih letih mojega založništva se je okolje nastajanja in prodaje knjig tako v svetu kot pri nas zelo spremenilo. Med mojo elektronsko pošto se je nedavno znašel dokument *The Business of Books 2019* (Frankfurter Buchmesse's Business Club, 2019), ki pravi: »Odgovornost založnikov se je dramatično spremenila. Ne samo da morajo previdno izbirati, kar predlagajo kupcem, naučiti se morajo tudi vključevati zelo različna občinstva, vsako posebej, in to temeljito kot le lahko.« Občinstva, ki so izpostavljena mnogim novim, mnogo lažje dostopnim, lažje obvladljivim in predvsem bolj vsečnim vsebinam, ki zahtevajo manj truda. Klasična knjiga tu vsekakor izgublja. Prej omenjeni

dokument pravi, da večina raziskav kaže, da prosti čas, namenjen branju, najhitreje upada pri mladih generacijah, tako v Veliki Britaniji kot v Španiji, Franciji in ZDA. Le raziskava nemškega Združenja založnikov in knjigotržcev navaja, da se količina prostega časa, namenjenega branju, pri populaciji od 12 do 19 let v zadnjih dveh desetletjih ni spremenila. Obstaja pa razlika med dekleti (polovica jih redno bere – koliko je to, ni razloženo) in fanti (le tretjina je rednih bralcev). To me spomni, da mi je pred petnajstimi leti ustanovitelj največje irske založbe s knjigami za mlade The O'Brien Press dejal, da pravijo, da fantje ne berejo, ker ni pravih knjig zanje. Pa temu ne verjamem – naj natisneš še toliko »fantovskih« knjig, ne bodo brali več, ker jih preprosto zanimajo druge stvari. Založniška praksa mi je to dokazala. Kar pa ne pomeni, da fantje nebralci kot odrasli ne berejo. Poznam kar nekaj primerov, ko so bralci postali v srednješolskih ali študentskih letih.

Založniki se moramo danes za bralce torej boriti z mnogimi vsebinami, televizijskimi in spletnimi. Kdo bo ostal bralec? Sploh kdo? Kakšne knjige jih pritegnejo in kaj storiti, da bodo hkrati čim bolj kakovostne? Nedavno mi je pisatelj

srednje generacije, nadvse priljubljen gost po šolah, pripovedoval o spremembah, ki jih opaža neke v zadnjem desetletju. Včasih so ga učenci poslušali kot prilepljeni, ni bilo razlik med njimi. Zdaj pravi, da bo moral spremeniti svoj program nastopa, da bo privlačnejši. Danes se namreč v nekem kotu dvorane ustvari krog tistih, ki ga z zanimanjem poslušajo, običajno so to najbolj aktivni učenci, ki se udeležujejo recimo tudi gledališkega krožka in podobno, on jih je imenoval, zanimivo, »elita«. Večji del učencev pa kaj kmalu izgubi pozornost in se začne odkrito dolgočasiti. Lahko temu rečemo, da bere elita, berejo tisti, ki se zavedajo, da knjiga vodi k boljši izobrazbi, k širini življenjskih pogledov, praviloma k boljšemu življenju? Ker berejo, se lažje osredotočijo, se lažje učijo, so uspešnejši ... Skrbeti bi nas moralo, ker je v naših šolah to manjšina in se jih večina zanaša na uspeh brez dela in truda, ki je v Sloveniji tako číslan. V ZDA se 86 % mladih med 7. in 16. letom

zaveda, da je za njihovo prihodnost zelo pomembno, da so dobri bralci. In ista raziskava pravi, da 62 % otrok bere čez poletje v prostem času in preberejo v povprečju med počitnicami po 8 knjig (*Kids & family reading report: 6th edition*, 2019). Koliko jih povprečen slovenski učenec? Prostočasno branje je tam zelo pomembno, nekako vgrajeno, privzgojeno je v vsakodnevno življenje. Res so to le opažanja, a pri nas je tega manj, čeprav Društvo Bralna značka Slovenije pri širitvi prostočasnega branja premika gore, pa tudi mnoge druge aktivnosti splošnih knjižnic so pri širitvi prostočasnega branja nepogrešljive. Po moji oceni je ena od izvornih težav v tem, da so šolske knjižnice preslabo založene z novimi, zanimivimi knjigami. *Pastircev* otroci zagotovo ne bodo brali v prostem času. Morda je tudi zato raziskavica o branju, ki smo jo pred leti naredili v eni od ljubljanskih šol, prikazala ugotovitev, da je treba branje skrivati, saj je največji frajer tisti, ki ne bere. Da je učenec sram priznati, da berejo. Kar kaže pravzaprav na krizo naših vrednot.

“

Ko sem bila

še na faksu, sem včasih pogrešala tiste trenutke, ko bi prišel kdo v predavalnico in rekel kaj v smislu: »A si prebral/-a to in to knjigo?«, »Če vas zanima kaj na to temo, preberite ...«, »Res toplo vam priporočam, da v roke vzamete ...«. Včasih sem imela občutek, da nočemo brati in razmišljati – radi bi le bili intelektualci.

Nina, 28 let

”

Tudi na vsakoletnem mladinskem literarnem festivalu Bralnice pod slamnikom, ki ga organizira naša založba, ugotavljamo, da se jih aktivno udeležujejo predvsem manjše skupine za branje zainteresiranih, zato na različne načine vključujemo mlade, ki z branjem ne pridejo pogostejše v stik, in si pri tem pomagamo tudi s povezovanjem generacij. Tisti, ki nimajo priložnosti doma, tako lahko spoznajo moč knjige. V ZDA raziskava potrjuje pomembno vlogo staršev kot vzornikov za branje v prostem času, to je odgovor 82 % otrok, ki radi berejo (Kids & family reading report: 6th edition, 2019). Ne smemo pa seveda zanemariti prizadevanj kar lepega števila šolskih knjižničark, ki vlagajo ne samo delo, pač pa tudi sebe, da bi mlade navdušile za branje, če že doma nimajo tovrstnih vzornikov.

Z upadanjem interesa za branje pri mladih se torej ne srečujemo le pri nas. Države po svetu se s tem problemom spopadajo na različne načine in z različnim uspehom. Najpomembnejša pri tem je kontinuiteta aktivnosti za spodbujanje branja in seveda njihova raznolikost in pogostost. Vsakoletni nacionalni tedni otroških knjig oziroma branja pri mladih so se za uspešne pokazali tako pri Nizozemcih kot Avstralcih (te spremljam in imam o tem ustne informacije), pa še zagotovo kje. Avstralci imajo za pospeševanje branja pri mladih ustanovljen The Children's Book Council of Australia, neprofitno ustanovo, kot je denimo naše Društvo Bralna značka. Ta podeljuje nacionalne nagrade knjigam za mlade, organizira tedne branja in druge bralnospodbujevalne aktivnosti ter izobraževanja. Kazalo bi se razgledati po svetu in presaditi pozitivne izkušnje in aktivnosti. Med njimi je zagotovo tudi veliko finančno manj zahtevnih. Pri spodbujanju branja so pomembne predvsem ideje, ki ne zahtevajo nujno veliko denarja.

Enega od izvirnih grehov za stanje na tem področju pri nas vidim v slabi založenosti šolskih knjižnic z novjšimi knjigami. Če bi šole upoštevale le normativ, ki bi ga morale, bi imeli mladi bralci na voljo knjige o njihovem svetu, knjige v njihovem jeziku, knjige, ki bi jih zagotovo raje brali. Rešitev? Preprosta: zahteva, da se v računovodskih izkazih šol knjižijo stroški knjig kot posebna postavka, ločena od materialnih stroškov, in morda občasen nadzor te postavke. Zdaj se stroški nabave knjig beležijo med materialne stroške, kot wc-papir, denimo. Neka ravnateljica nam je potožila: če ne kupimo knjig, se nam nihče ne pritoži, če ne kupimo wc-papirja, imamo takoj starše nad seboj. Tako se znesek za nakup knjig zmanjšuje in zmanjšuje, odvisen je od iznajdljivosti ravnatelja in njegove naklonjenosti knjigam. Kdo je pristojen za to? So snovalci Nacionalne strategije bralne pismenosti ta problem in njegovo reševanje vključili? Tudi ta predlog finančno ni zahteven, je pa bolj organizacijsko.

Kaj še lahko storimo za boljšo bralno pismenost? Javna agencija za knjigo RS ima že zastavljenih nekaj odličnih akcij. Morda bi tisto s košarkarji razširili na vse športe, mogoče tudi na druge osebnosti, ki jih mladi občudujejo, in jo sistematično izvajali vsako leto. Nič novega, a deluje. Takšni in drugačni *influencerji* imajo danes vpliv na mlade in njihove vrednote, na tem bi morali delati. JAK sicer to že počne, a vseeno opozorim še na nekaj: pri vseh bralnospodbujevalnih aktivnostih je nujno zajeti vso Slovenijo. Slovenija ni le Ljubljana, kjer so mladi prezasuti z dogodki in aktivnostmi, preostala Slovenija pa po njih hlepi. Da ne bo brala le elita, je nujno spodbujati aktivnosti tudi na podeželju. Dosti težje je izvesti bralne dogodke v majhnem

kraju kot v velikem mestu. Predvsem pa trpi odmevnost teh dogodkov.

Pa smo še pri enem problemu: branje mladih in knjige zanje redko najdemo pot v medije, če se ne dogaja v Ljubljani in če ne gre za velike založbe. Vsako leto organiziramo mladinski literarni festival s prek 100 dogodki po vsej Sloveniji in več kot 8000 udeleženci, pa je tudi z najemom strokovnjaka za medije tako rekoč nemogoče, da bi se nekaj besed o festivalu zapisalo nacionalnim medijem, ki pišejo skoraj o vsaki krošnji v Ljubljani. Tu rešitve žal ne vidim. Podeželja zunaj Ljubljane za nacionalne medije tako rekoč ni.

Zdi se mi, da se pri nas ni bati, da bi brala le še elita (če so po SSKJ elita posamezniki, ki izstopajo po družbenem položaju, pomembnosti, kakovosti). Kvečjemu ti zadnji, ki izstopajo po kakovosti, bodo najverjetneje brali, to je tretjina elite. Prvi in drugi redko kažejo, da bi bili bralci. Tako se na Slovenskem knjigi piše še slabše kot na Danskem, kjer Morten Hesseldahl iz založbe Gyldendal (The Business of Books 2019, Frankfurter Buchmesse's Business Club, 2019) pravi: »Knjige vse bolj postajajo luksuzno blago, namenjeno samo majhni eliti. Literatura lahko da bo izginila iz okolja običajnih ljudi.« Je le naključje, da govori o eliti? O luksuznem blagu govori ne zaradi cene, pač pa zaradi redkosti, dodajam jaz. Žalostno je, da se tisti, ki imajo v rokah bralno pismenost slovenskih državljanov, to so predvsem politiki in vladne institucije (s častno izjemo JAK), tega ne zavedajo dovolj, ne zavedajo se, da bo gospodarstvu zmanjkalo izobražene delovne sile, če branja in knjig ne bo. In ne znajo ali nočejo aktivirati vseh deležnikov v verigi nastajanja in življenja knjige v aktivnosti za dvig bralne pismenosti.

VIRI IN LITERATURA

Frankfurter Buchmesse's Business Club. The Business of Books 2019. (2019). Frankfurt: Frankfurter Buchmesse GmbH.

How Australian Libraries Support the Australian Book Industry. Kingston: Australian Library and Information Association. <https://www.alia.org.au/sites/default/files/How%20libraries%20support%20the%20book%20industry.pdf> (dostopno 10. 8. 2019).

Kids & family reading report: 6th edition. New York: Scholastic. 2019.

Nacionalna strategija poticanja čitanja za razdoblje od 2017 do 2022. godine. (2017). Zagreb: Ministarstvo kulture Hrvatske.

Nacionalna strategija za razvoj bralne pismenosti, predlog. 5. 4. 2017. Ljubljana: Republika Slovenija, Ministrstvo za izobraževanje, znanost in šport.