



Milan Matos,

direktor založbe Mladinska knjiga

SMO NAROD KNJIGE

Prav v teh dneh sem v članku Draga Jančarja prebral poročilo Louisa Adamiča o stanju založništva oziroma knjigotrštva v Ljubljani pred drugo svetovno vojno, v katerem pravi, da »...je v Sloveniji takoj za agrikulturo vodilna industrija kultura...« V Ljubljani je bilo sedem velikih knjigarn, ki so bile velike kot železnine, manufakture ali drogerije, da so bile dobro založene in dobro obiskane, da »... založnikom tako rekoč ni bilo treba oglaševati, kajti v Sloveniji je skoraj vsakdo – trgovci, kmetje, duhovniki, študentje – kupoval knjige...« Če je bila knjiga prodana v manj kot tisoč izvodih, je to bil neuspeh. Tako pred dobrimi 60. leti.

S tem citatom se lahko ponašamo; Slovenci smo res kulturni narod, že od nekdaj imamo radi knjige in pravzaprav smo narod knjige – s knjigo smo obstali in postali narod. V današnjih časih pa so se stvari žal (ali pač nujno) spremenile. Slovenci imamo knjige še vedno radi in po prebrani knjigi na prebivalca se lahko primerjamo z vsemi državami po svetu, razen morda s skandinavskimi, kjer berejo izredno veliko, kjer veliko in radi berejo in kjer je branje velika kulturna tradicija. Razmere pa so zaskrbljujoče v tem smislu, da se trendi slabšajo – število naslovov stagnira (v zadnjih letih, po padcu leta 1990/91, morda rahlo raste). Skupna količina izdanih knjig je omejena in se giblje med 5 in 6 milijoni knjig, kar je sam na sebi dober podatek, vendar pa to po drugi strani pomeni, da Slovenci letno izdamo manj kot 3.000 naslovov. V primerjavi s produkcijo v velikih državah, kjer letno izdajo do 50.000 novosti, je to seveda malo, vendar si vsega ne bomo nikoli mogli privoščiti; pomembno je, da si privoščimo in imamo v slovenščini tisto, kar je pomembno, tisto bistveno, s katerim gremo v korak s svetovnimi idejami, svetovnim znanjem, svetovno kulturo.

Glede na obstoječe stanje mora biti knjiga stalna skrb ne samo založnikov in kulturnih delavcev, temveč tudi vse javnosti in države. Zelo hitro se namreč lahko zgodi, da bodo prišli knjiga, založništvo in knjigotrštvo (kolikor že niso) v krizo, ki bo dolgoročno škodljiva, ki nas bo dolgoročno pahnila na obrobje.

Ekonomske razmere v založništvu trenutno niso najboljše, vendar smo tega založniki nekako že dolga leta navajeni. Žal moramo reči, da so se z našo osamosvojitvijo celo na določen način poslabšali; uveden je bil »slavni« prometni davek na knjigo in tako nam država na nek način vzame vsako dvajseto knjigo. Samo Založba Mladinska knjiga plača 180 milijonov SIT prometnega davka in skupna vsota tega denarja je večja, kot ga država vrača v obliki subvencij ali v obliki nakupov knjig za splošno izobraževalne knjižnice. Za založništvo ali knjigotrštvo to seveda pomeni določen deficit, ki se nam je pojavil v zadnjih štirih letih, in zato še enkrat podpiramo idejo, da bi se ta denar (če ga država že mora zajemati, da bi, kot pravi, po

davčni plati izenačila vse blago), ki se odliva iz založništva in knjigotrštva, ponovno prilival v pospeševanje izdaje knjig oziroma nabave knjig za knjižnice. Upam, da bo še sedanja, ali pa vsaj prihodnja vlada leta 1997 tej ideji prisluhnila in to postorila. Slabo je, da imamo Slovenci davek na knjigo, in žalostno, da se sredstva, ki se odlivajo, ne vračajo spet v razvoj založništva.

Za Založbo Mladinska knjiga so bila zadnja leta kljub takšnim razmeram in kljub konkurenčnosti drugih založb in drugih novih medijev programsko najboga-tejša. V letu 1995 smo izdali rekordno število naslovov – kar 384 knjižnih naslovov – v nakladi, ki je pomenila, da smo za vsakega Slovenca izdali po eno knjigo. V vseh zadnjih letih se je program delno preoblikoval in aktualiziral, kot se je aktualiziralo tudi naše življenje. Velik poudarek smo dali slovenskim temam, spoznavanju in predstavljanju naše nove države, hkrati pa smo se trudili ohraniti vse tisto najkvalitetnejše, po čemer je Mladinska knjiga znana – otroški in mladinski program, ki ga imamo kar dobro tretjino. Pri več kot polovici tega programa sodelujejo domači avtorji, druga polovica pa so prevodi. Nadaljujemo pa tudi vso tisto pozitivno, dobro tradicijo pomembnih zbirk, kot so npr. Kondor, Sinji galeb, Čebelica, Lirika, ki so začele izhajati že pred desetletji; v teh zbirkah smo izdali že stoti in tudi že tristoti naslov. V Mladinski knjigi se zavedamo, da je naše poslanstvo kljub temu, da smo delniška družba, predvsem kulturno poslanstvo, naše poslanstvo so dobre knjige, prenašanje spoznanj, idej, znanja. Šele po tem kulturnem poslanstvu je rezultat lahko tudi dobiček, ki je seveda zaželen in nujen, saj je pogoj za uspešen razvoj in uspešno rast.

Glede novih medijev ne morem reči, da bistveno vplivajo na priljubljenost in porabo knjige. Nekateri mediji porabo knjige celo pospešujejo – tak primer so otroške knjige, kjer na primer slikanicam, knjigam pravljic ali pesmic prilagamo avdiokaseto – opažamo, da so knjige s kaseto bolj zaželeni kot tiste brez nje. Za videokasete tega najbrž ne moremo trditi, vendar bi rekel, da novi mediji knjige ne ogražajo. Do knjige in branja imamo ljudje vendar poseben, intimen odnos; branja, komuniciranja s knjigo ne more nadomestiti nobena televizija, noben CD-rom, nobena videokaseta in noben Internet. Želeli bi samo to, da bi vsi naši ljudje, zlasti otroci in mladina, spoznali knjigo, njeno moč, pristnost in posebnost, da bi knjiga ne bila pozabljena ali odrinjena in da ljudje, ki bodo prebili veliko časa pri takih ali drugačnih ekranih, ne bi ostali zgolj pri ekranih.

Javne kritike s strani društva književnikov ali s strani posameznikov na račun založb so seveda delno umestne. Tudi založbe ne delamo vseh stvari najboljše, tudi programsko morda ne. V Založbi Mladinska knjiga se trudimo, da bi svoje poslanstvo vendarle izpolnili. Gre seveda za tisto, kar moramo kot založniki postoriti, da bi bila knjiga pristopna, da jo populariziramo, da so programi taki, da pokrivajo vso pestrost interesov in so hkrati kar najbolj kvalitetni, bogati in kolikor mogoče pristopni. Vendar to ni samo naša naloga, temveč tudi naloga naše države in vseh institucij. Da ne bodo, denimo, mediji takoj, ko bo govor o knjigi, rekli: to je ekonomska propaganda, ki jo morajo plačati založbe, da bi pokrivali založništvo vsaj toliko kot, denimo, nogomet.

Zelo uspešen dogodek je bil zadnji mednarodni dan knjige, ki nas je vse pozitivno presenetil in moram reči, da so v tem primeru mediji odigrali pomembno vlogo. Pred kratkim sem obiskal knjižni sejem v Argentini, ki je relativno mlad, vendar za argentinsko državo pomeni enkratni dogodek. Odprtje sejma je bil največji, prvorazreden medijski dogodek, odprl ga je celo predsednik države, zbral se je ves diplomatski zbor in vsi, ki v Argentini nekaj pomenijo v kulturnem, gospodarskem in političnem življenju. Argentinci se izjemno zavedajo pomena

knjige, izjemno se zavedajo moči knjige in knjigo tudi izjemno podpirajo. Slovenije po »porabi« knjige na prebivalca ne dohajajo, vendar vedo, da bodo šele s knjigo in z razvitim knjigotrstvom in založništvom lahko stopili v svet razvitih in uspešnih narodov. Take podpore in takega entuziazma si kar v največji meri želimo tudi pri nas.

V založništvu ne gre toliko za denar kot za poslanstvo, razvoj, promoviranje novih del, avtorjev in pisateljev – pomagamo jim prodreti na založniški oder. Veseli smo vsakega novega imena, seveda pa je vsak tak razvoj praviloma tudi zahteven, drag in bo šele čez čas pripeljal do tega, da bomo lahko rekli: »dobro je bilo, prav je bilo, da smo izdali te knjige, da smo podpirali te avtorje«. V današnjem slovenskem založništvu lahko opazimo trend bistvenega povečanja števila založnikov – na zbornici je registriranih že več kot 130 založb. Po eni strani je to obogatitev in konkurenca na založniškem trgu, po drugi pa opažamo, da nekatere velike založbe, kot so Mladinska knjiga, DZS ali Cankarjeva založba, še naprej ohranjajo svoje vodilno mesto. Novi založniki namreč projekte, ki so kadrovske, časovne in finančno izjemno zahtevni, prepuščajo velikim založbam, saj imajo samo te založbe dovolj kapacitet za izvedbo velikih projektov. Pri naši založbi so med takimi velikimi projekti: Enciklopedija Slovenije, Novi slovenski leksikon, in npr. lani izdan Turistični vodnik Slovenije. Majhni založniki si praviloma takih podvigov ne privoščijo, ker so iz tega ali drugega razloga prezahtevni. Je pa zanimivo, da ob povečanju števila založb ni prišlo do povečanja števila knjigarn – prej obratno. Povečalo pa se je število prodajnih mest – knjiga je prišla v prodajo tudi na prodajna mesta, kjer je včasih ni bilo; to je predvsem zasluga upornosti ali volje prodajalcev, da knjigo postavijo na primer tudi v cvetličarne, v trgovine z igračami itn. Tudi knjigarne, ki se niso zaprle, se danes v mnogo večji meri ukvarjajo z drugimi artikli, ne pa s knjigami.

V zadnjih mesecih so se odprla tudi nekatera ekonomska vprašanja: kateri so razlogi za zapostavljenost knjigarn. Zakaj so neurejene, zakaj imajo slabe kadre in slabe prostore? Eden od razlogov je gotovo tudi ta, da knjigarne ne morejo zdržati tržne, grobe ekonomske tekme z drugimi branžami, ker zaradi specifik ne morejo ustvarjati in prinašati takšnega dobička na kvadratni meter kot druge dejavnosti. Prav zato bi morala država, mesta ali občine knjigarnam priznati kulturno poslanstvo, jim omogočiti eksistenco tudi v središču mesta – z olajšavami, subvencijami ali čim podobnim – ker bodo sicer knjigarne izginile ali pa se bodo prisiljene preseliti daleč na obrobje, daleč od ljudi, katerim so namenjene, ker si najemnine v središču mesta ne bodo mogle privoščiti.

Seveda pa se bomo s spremembami ekonomskega sistema in s povečanimi stroški srečali (in se že srečujemo) tudi založniki. Gotovo se morajo, in so se že povečali rabati, torej delež v prodajni ceni knjige, ki ga dobijo knjigarji. Ta delež mora postati večji, da bodo knjigarne lahko igrale tisto vlogo, ki naj bi jo imele – vlogo kulturnega središča. Priporočal bi tudi, da učbenike, ki jih danes odplačno delijo v šoli (v novem sistemu pa jih bodo najbrž delili z boni), prepustimo knjigarnam – da bodo šli starši in otroci vsaj enkrat, morda dvakrat na leto v knjigarno.

Še nekaj besed glede aktualne problematike v zvezi z lastniško strukturo Založbe Mladinska knjiga. Ko so hoteli prevzeti založbo nekateri delničarji, je šlo za poskus, da druga največja slovenska založba prevzame trenutno največjo založbo v Sloveniji. S takim prevzemom bi prišlo do monopolizacije, ki pa je škodljiva v vsaki branži, v založništvu pa še posebej. Takšna naveza bi pokrivala okrog 70 odstotkov založniškega trga, ta delež znotraj učbeniškega trga pa bi lahko bil seveda še večji. Vsak monopol je dolgoročno neproduktiven, nenaraven, škodljiv. Konkurenčna

drža je seveda dobra, pomeni tudi večjo ustvarjalnost, tekmovalnost in odprtost, monopol pa lahko pomeni pasivnost, višje cene, in kar je najhujše – usodno programsko osiromašenje. Tako bi založbe slej ko prej izgubile svoj obraz, svojo identiteto, in v veliki meri tudi svoje kulturno poslanstvo. Kapitalu pri takem grobem posegu seveda ne gre za program, ampak za dobiček in lahko rečemo, da je to po svoje normalno. Vendar v založništvu cilj delovanja ne sme in ne more biti zgolj dobiček in v Založbi Mladinska knjiga se tega močno zavedamo. Naše enainpetdesetletno delovanje pomeni bogato tradicijo, ti nas zavezuje k nadaljevanju kulturnega poslanstva, ki ga ne smejo ogroziti nobeni posegi.