

Samo Rugelj



Nazaj v knjigarne?

Pa ga imamo! Zakon o enotni ceni knjige, ki naj bi po eni strani okrepil knjigarne, po drugi pa preprečil t. i. diskontno prodajo novih knjig v vele-trgovinah. Seveda bo ta zakon na tako specifičnem knjižnem trgu, kot je slovenski, po mojem mnenju imel še druge, ne nujno zgolj prijetne posledice. Vse skupaj izhaja iz smeri razvijanja slovenskega založništva v zadnjih dveh desetletjih. Še posebej bo novi zakon vplival na t. i. odvisne založnike, kot bom za potrebe tega besedila poimenoval založnike brez knjigarn, ki so glede knjigarniške prodaje prepuščeni poslovni politiki tistih založb, ki so lastnice knjigarn.

Slovenske knjigarne: kratka zgodovina

V sedemdesetih in osemdesetih letih prejšnjega stoletja so bile knjigarne, poleg akvizitorske (torej direktne) prodaje, za knjige najpomembnejša prodajna pot. Osamosvojitve Slovenije in spreminjanje njenih kulturnih vrednot pa sta v devetdesetih letih povzročila krčenje knjigotrške mreže, saj so se nekatere knjigarne začele zapirati oziroma vsaj zmanjševati prostor, namenjen knjigam, na drugi strani pa smo bili priča vzponu drugih popkulturnih trgovin, kjer so prodajali glasbo, v tretjem tisočletju pa potem vse intenzivneje tudi filmske nosilce. Videti je bilo, da knjige v tej konkurenci nimajo velikih možnosti.

Po letu 2004, ki je postreglo tudi s "časopisnimi knjigami", smo bili priča obračanju tega trenda: zaradi vzpona širokopasovnih internetnih povezav, ki so omogočale vse bolj nemoteno pretakanje velikih datotek, so se tako glasba na zgoščenkah kot filmi na video formatih znašli v prodajnih težavah in se soočili z upadanjem prodaje, police s temi izdelki pa so se začele manjšati in krajšati. Na drugi strani pa knjige teh težav (še)

niso imele, kar je neposredno vplivalo na pojav novih knjigarn, predvsem takih, ki so jih odprli kar založniki sami (knjigarn, ki niso neposredno vezane na kako založbo, je bilo in jih je še vedno le malo). In ne samo to; v zadnjih desetih letih beležimo veliko povečanje števila prodajnih mest za knjige, saj so se te razširile na mnoge druge maloprodajne lokacije. Vzporedno s tem se je krčila akviziterska mreža in večina tistih založb, ki so gradile predvsem na akviziterstvu, se je znašla v poslovnem zatonu.

Potem pa je leta 2008 prišla kriza, ki je iz leta v leto vse močnejše vplivala tudi na založništvo. K temu je pomembno prispevalo tudi vse večje administrativno zanemarjanje slovenske knjige, kar je bilo zaznavno tudi v upravljanju javnih institucij, povezanih z njo.

Leto 2012 – usodno leto za slovensko knjigo

Predstavljajte si, da nova institucija komaj dobro zaživi (to se je z Javno agencijo za knjigo (JAK) zgodilo v toku ustanovnega leta 2009, ko je tudi na knjižno založništvo že trkala kriza), potem pa se dobri dve leti po tem že začne spopadati s prvimi poskusi destabilizacije. Ko je bila Pahorjevi vladi (2008–2011) na zadnji poletni dan leta 2011 izglasovana nezaupnica, je to tako za ministrstvo za kulturo kot za JAK pomenilo precejšnjo spremembo načrtane smeri.

Janševa vlada (2011–2013) je namreč v začetku leta 2012 ukini-la ministrstvo za kulturo in ga preselila pod t. i. superministrstvo za izobraževanje, znanost, kulturo in šport (minister je postal Žiga Turk), pod velikim vprašajem pa sta se znašli dve ključni instituciji za film in knjigo, in sicer Slovenski filmski center (ustanovljen konec leta 2010 kot naslednik Filmskega sklada Republike Slovenije, ustanovljenega leta 1994) in JAK. Sprva je bila napovedana celo ukinitve obih teles oziroma umestitev obeh nazaj na novoustanovljeno ministrstvo, kar je za kulturnike predstavljalo velik šok.

V treh letih od nastanka je JAK uspelo vzpostaviti dialog s slovenskim založništvom. Agencija je posegla na področja knjige, ki poprej niso bila dobro pokrita, dovolj spretno je uvedla specializacijo producentov za različne segmente plasmaja knjig (recimo založniki knjig, založniki revij, producenti bralne kulture in dogodkov), ki je prej ni bilo. Pred njo so bili novi izzivi – denimo to, kako ustrezno in na nacionalni ravni odgovoriti na prihodnji prodajni plasma knjige v digitalnem okolju, ki je ponekod, na primer v Ameriki, že začelo rušiti tradicionalno prodajo tiskanih knjig,

in kako bolj optimalno razdeljevati sredstva programskim založnikom ter učinkoviteje spremljati njihovo delo.

Končni rezultat "rezanja" obeh institucij je bilo poznejše zmanjšanje števila delavcev in uvedba participacije producentov, ki so morali po novem ob prijavljanju projektov plačevati nekakšno prijavnino. Založniki so spet potegnili krajši konec, saj je javna podpora pri knjigi veliko bolj razdrobljena ter usmerjena na veliko več projektov kot pri filmu, kar za zreducirani kader JAK predstavlja veliko večji administrativni napor, ki onemogoča bolj načrtno vsebinsko ukvarjanje s panogo kot tako. Posledice tega bomo vse bolj čutili v prihodnosti.

Kaj pa se je medtem dogajalo s knjižno pokrajino? Leto 2012 je bilo zadnje leto, ko je izšlo več kot šest tisoč knjižnih naslovov. Seveda je to število nujno presejati oziroma pogledati še z drugačnimi očmi. Podrobnejše štetje oziroma odštevanje (učbenikov, ponatisov, broširanih izdaj knjig, priložnostnih izdaj, ki dejansko ne pridejo na trg in so dostopne le v zelo omejenem okviru, itn.) pokaže, da je bilo novih knjig dejansko dobra polovica. Da je novih knjižnih naslovov toliko, torej približno tri tisoč, so tedaj ocenili tudi v eni večjih slovenskih knjigarn.

Slovensko založništvo je tako med letoma 2010 in 2012, ko se je celotna številka gibala okoli šest tisoč novih knjig, proizvedlo približno tri tisoč novih knjižnih naslovov, ki imajo nekoliko širši bralski ali tržni domet. Toda tudi med njimi je bilo kar nekaj specializiranih knjig, recimo akademske in strokovne izdaje, ki so nastale v različnih aranžmajih in so namenjene ozki ciljni publiki. Nekatere so bile del osnovne javne podpore strokovnim monografijam prek JAK. Poleg tega je vsako od teh let izšlo tudi nekaj manj kot tisoč knjig za otroke in mladino, vendar je Center za mladinsko književnost, ki to literaturo redno pregleduje, številnim od njih prisodil precej slabe ocene. Če k temu prištejemo/odštejemo še vse več žanrskih romanov, lahko zaključimo, da je osrčje slovenskega založništva vsako od let med letoma 2010 in 2012 sestavljalo manj kot dva tisoč novih knjig. Približno polovica od teh jih nastane v okviru nekaj večjih slovenskih založb, kjer ustrezno poskrbijo za njihov nadaljnji plama, kar pomeni, da imajo dovolj razvite prodajne poti (od svojih knjigarn do prodaje po drugih kanalih in na drugih prodajnih mestih), s čimer iz svojih knjig lahko iztisnejo dovolj prihodka za nemoteno delovanje. Druge založbe so pri plasmaju svojih knjig odvisne od večjih knjigarniških verig, ki so v lasti drugih založnikov, in od lastne iznajdljivosti pri ustvarjanju svojih prodajnih poti.

Poleg krize in globalizacije nakupovanja (e-različic) knjig je svoj vpliv na vse manjše število izdanih knjig napovedovalo tudi zmanjšanje

sredstev, ki ga imajo za nakup gradiva slovenske knjižnice. Nekatere so v letu 2012 za nakup knjig dobile celo četrtno manj denarja, trend padanja podpore pa se je nadaljeval tudi lani ter letos, ko se je razmerje med državnim in občinskim denarjem za nakup knjižničnega gradiva že krepko prevesilo v korist občin. Domače knjižnice so pomemben kupec knjig (njihov nakup predstavlja približno desetino slovenskega knjižnega trga), za nekatere knjižne naslove (recimo zahtevnejšo beletristiko, tako domačo kot tujo) pa je knjižnični odkup ključen prihodek v njihovem življenjskem ciklu. Upad nakupa je torej močno vplival na prihodke založb, ki izdajajo tovrstno literaturo.

Država z javnimi sredstvi prek JAK subvencionira približno štiristo knjižnih naslovov na leto (od tega večino prek t. i. programskih razpisov, pri katerih imajo založbe zagotovljeno triletno financiranje), s tem da znesek subvencije v povprečju pokrije stroške avtorskih honorarjev. Prejemnik subvencije se mora ob tem zavezati, da bo izplačal avtorske honorarje v predpisani višini, ki se razlikuje od tržne, pri čemer to za avtorje še zmeraj niso visoki zneski (avtor subvencioniranega romana za približno enoletno delo dobi honorar v višini bruto mesečne plače višjega uradnika). Programske založbe so bile v letu 2012 soočene z vnovičnim zmanjševanjem sredstev za izdajanje knjig, ta trend pa se je nadaljeval tudi v letošnjem letu.

Zmanjšanje javnih sredstev, namenjenih produkciji knjig, seveda povzroča klasično negativno povratno zanko: manj denarja za avtorske honorarje med drugim vpliva na število nastalih knjig. Poglobljanje krize je poleg manjšega knjižničnega odkupa prineslo tudi manjši knjigarniški nakup knjig, kar založnike, ki so lastniki knjigarn, sili v poudarjeno izpostavljanje lastnih knjižnih naslovov, kar bo v prihodnosti še dodatno hromilo manjše založnike. Vse to se je dogajalo in se še dogaja ob dejstvu, da je slovensko založništvo že v osnovi soočeno s konsolidacijo na različnih ravneh, tudi na globalni, v povezavi z dolgoročnim plasmajem prodaje e-knjig v slovenščini.

Potem pa je prišlo leto 2013.

Leto 2013 – tisoč knjižnih naslovov manj

Po treh triletnih programskih obdobjih, 2004–2006, 2007–2009 in 2010–2012, prek katerih se podpira večina knjižnih aktivnosti, ki predstavljajo t. i. založništvo v javnem interesu (sem poleg podpore knjigam spada še podpora revijam, bralni kulturi, mednarodnemu sodelovanju in raznim

knjižnim dogodkom ter literarnim prireditvam), smo ob koncu leta 2012 prišli do četrte triletke, ki se bo odvila v obdobju 2013–2015. Do triletnega programskega financiranja knjižnih aktivnosti je pred skoraj desetletjem v osnovi prišlo z namenom, da bi se stabiliziralo izdajanje knjig v javnem interesu in s tem zagotovilo kakovostnejše uresničevanje programskih in vsebinskih ciljev posameznih založb oziroma drugih producentov. Da bi bilo njihovo učinkovanje čim bolj smotno, so bili triletni programski razpisi do zdaj objavljeni konec novembra v iztekajočem letu triletke. Pri četrti triletki temu ni bilo tako, saj do konca leta 2012 do objave razpisa ni prišlo; objavljen je bil šele v začetku leta 2013, operativno izveden pa je bil šele sredi leta 2013.

Kakšne posledice je to imelo, ob krizi, ki je vse bolj pritiskala na naš knjižni trg? Založniki in drugi producenti vsebin, povezanih z javno podprtimi knjigami, niso mogli več povsem tekoče planirati svojih nadaljnjih aktivnosti. Če pogledamo natančneje, vidimo, da je na javna sredstva vezan pomemben del slovenskega založništva zahtevnejših knjig. Ta del ni tako občuten v smislu števila knjižnih naslovov (čeprav tudi v tem ni zanemarljiv), pomembna je predvsem "specifična teža" teh knjižnih naslovov. Kar nekaj tovrstnih knjig nastaja v okviru velikih založb, ki same po sebi niso eksistencialno odvisne od javne podpore, a vendar so od slednje eksistencialno odvisne knjižne zbirke oziroma posamezni knjižni naslovi. Načrtovanje novih naslovov v teh zbirkah je zaradi nejasne prihodnosti nedvomno oteženo že v velikih založbah, medtem ko je pri manjših, ki izdajajo skoraj izključno javno podprta dela, načrtovanje nadaljnjega poslovanja in izdajanja knjig s sedanjim vsebinskim profilom brez javne podpore praktično nemogoče.

Kaj se je nato zgodilo v letu 2013? To je bilo leto najhujšega padca prometa s knjigami v tretjem tisočletju, leto, v katerem je moralo panogo zapustiti največ ljudi, in leto, ko smo zabeležili največji padec števila izdanih knjig – s šest tisoč naslovov na pet tisoč. Ocenjuje se, da bo, če se bodo sedanji trendi nadaljevali, obseg prometa v založništvu do konca prihodnjega leta padel na polovico tistega iz leta 2008, kar seveda vse bolj vpliva na način knjigarniškega in drugega prodajanja knjig.

Knjigarniška prodaja v času krize

Kot kažejo podatki založnikov brez knjigarn, s katerimi sem govoril za potrebe tega besedila, se je v zadnjih petih letih prodaja njihovih knjig v knjigarniških verigah drugih založnikov začela radikalno zmanjševati.

K temu sta prispevali dve dejstvi: če je bila lastniška struktura založbe s knjigarnami urejena, so se ti vse bolj posvečali prodaji lastnih knjig, da bi tako nevtralizirali upad lastnih prihodkov, če pa založba s knjigarnami ni imela jasnega in angažiranega lastnika, je gospodarska kriza negativno vplivala in vpliva na prodajo knjig (predvsem zahtevnejših naslovov) drugih založnikov zato, ker te potrebujejo posebno obravnavo, tako glede njihove postavitve v knjigarnah kot glede prodaje, saj zahtevajo tudi sofisticirano poznavanje vsebine. Tako delo lahko uspešno opravljajo samo knjigarji, ki delajo kontinuirano, skozi daljše časovno obdobje, torej več let, na isti poziciji in lokaciji. To jim na eni strani omogoči podrobnejšo seznanitev s knjižnim programom, ki priteka od posameznih založb, tako v avtorskem, vsebinskem kot tudi konceptualnem smislu (kako, na kakšen način izdajajo knjige, kdo so ljudje, ki stojijo za založbo, itn.), na drugi strani pa lahko v tem času navežejo tudi intenziven stik s strankami ter spoznajo, po kakšnih knjižnih naslovih povprašujejo ter kakšne so na splošno njihove ideje in ambicije v zvezi z nakupovanjem knjig.

Jasno in zainteresirano lastništvo knjigarn predpostavlja čim večjo težnjo k doseganju čim višjih in čim uporabnejših vrednot iz prejšnjega odstavka. Če pa lastništvo ni zadovoljivo rešeno, se to v praksi pogosto odraža v začasnih ali celo trenutnih rešitvah na prodajnih mestih. To se kaže v:

a) (pre)nizkih plačah knjigarjev, zaradi česar si ta prodajna mesta ne morejo pridobiti kakovostnih kadrov z dolgoročno ambicijo dela na tem delovnem mestu (sploh glede na to, da jim javna služba v knjižnici nudi višjo plačo),

b) pogostem premeščanju kadrov iz ene knjigarniške poslovalnice v drugo, kar knjigarjem onemogoča kakovostno delo, strankam, ki so z določenim knjigarjem morda že vzpostavile stik, pa otežuje pogovarjanje in nakupovanje knjig, ter

c) najemanju študentov za delo v knjigarni, ki seveda ne morejo enako kakovostno opravljati dela kot redno zaposleni in motivirani knjigarji, saj se zavedajo, da je njihovo delo na tem delovnem mestu zgolj omejenega značaja.

Navedene "težave" so seveda najbolj prizadele ravno bolj sofisticirane knjižne naslove. Ti so, za razliko od bolj komercialnih knjig založnika, ki ima v lasti knjigarno, običajno manj izpostavljeni, nameščeni na knjižnih policah bolj v ozadih knjigarn, obrnjene s hrbtom in ne z obrazom knjige proti kupcu, poleg tega zahtevajo prodajo z angažmajem, saj same od sebe nagovorijo zgolj tiste kupce, ki jih tovrstne knjige zanimajo že ciljno same po sebi. Vse to seveda neposredno vpliva na delovanje in poslovanje manjših založb ter njihov založniški koncept.

Založniški poslovni koncept v povezavi z javnimi knjižnimi sredstvi

Manjše in odvisne založbe so se na krizo začele odzivati v okviru svojih možnosti in so zato v smislu vezanosti na javna sredstva, ki v času krize postajajo vse pomembnejši del njihovih prihodkov, razvile dva osnovna pristopa. Ta dva pristopa sicer predstavljata tudi bolj ali manj pomemben del poslovanja večine drugih založb, ki imajo svoje knjigarne, vendar je primerjalno običajno finančno vseeno manj pomemben. Pri tem je treba poudariti, da se med javna knjižna sredstva upoštevajo vsa, s katerimi država in občine podpirajo knjige, od produkcije do knjižničnega odkupa.

Prvi koncept temelji na izdajanju komercialnih knjižnih naslovov, pri katerih se predvideva visoka branost in izposojanost v knjižnicah ter, odvisno od tipa knjige, spodobna prodajna realizacija prek knjigarn in drugih prodajnih kanalov. Slovenske splošne knjižnice odkupijo nekje tristo izvodov (petdeset gor ali dol) komercialnih knjižnih naslovov leposlovnega tipa, kar za založnika, ob predpostavki, da je osnovna cena knjige okoli trideset evrov, kar je precej običajno za tovrstno trdo vezano knjigo, predstavlja prihodek od šest do sedem tisoč evrov (od osnovne prodajne cene je namreč treba odšteti davek na dodano vrednost in knjižnični/distribucijski rabat). S tem prihodkom lahko založnik pokrije osnovne stroške nastanka knjige, torej stroške avtorskih pravic, morebitnega prevoda in tehnično-uredniške stroške. Če je odkupljenih izvodov nekaj več, lahko založnik pokrije tudi strošek natisa knjig, ki jih odkupijo knjižnice.

Kaj v praksi pomeni ta koncept? Preprosto to, da lahko komercialni založnik do stika z javnimi knjižnimi (knjižničarskimi) sredstvi pride že s tem, da izda komercialen naslov; ta lahko predstavlja njegovo osnovno prihodkovno platformo, ki jo nadgrajuje s prodajo iste knjige drugod.

Drugi koncept izdajanja je z javnimi knjižnimi sredstvi povezan že v fazi produkcije. Založbe, ki poslujejo po tem konceptu, imajo dovolj prepoznaven in profiliran založniški program, da lahko z njim kredibilno nastopijo na javnih razpisih JAK za pridobivanje produkcijskih knjižnih sredstev. Večina teh založb deluje in knjige izdaja znotraj t. i. programskih razpisov že od leta 2004. Tovrstni koncept izdajanja je naslednji: založba, ki izpolnjuje vse potrebne posebne kriterije (denimo, da je v zadnjih treh letih pred objavo triletnega programskega razpisa izdala najmanj osemnajst leposlovnih in/ali humanističnih knjižnih naslovov), na razpis prijavi knjižni program, ki ga pregleda in oceni strokovna komisija. Če založnik dobi dovolj visoke ocene, se njegov knjižni program uvrsti v t. i. triletno programsko financiranje, ki založniku omogoči kolikor toliko stabilno pridobivanje produkcijskih sredstev. Ta sredstva, odvisno od

posamezne založbe, znašajo od 4.500 evrov do 10.000 evrov na knjižni naslov (kar sicer ni povsem relevanten podatek, saj se lahko posamezni knjižni naslovi med seboj zelo razlikujejo, čeprav v splošnem velja, da gre za domače ali prevedene knjige z obsegom od petnajst do dvajset avtorskih pol). Nižji znesek programske podpore (torej 4.500 evrov) tako zadošča zgolj za plačilo osnovnih avtorskih honorarjev po tarifah JAK. V povprečju založbe dobivajo približno 6.000 evrov na knjižni naslov; ker so ob tem zavezane izplačevanju honorarjev po tarifah JAK, to v finančni praksi pomeni, da v primerjavi s klasično komercialno izdelano knjigo, pri kateri bi denimo prevajalcem izplačali tržne honorarje, dejansko dobijo vsaj dva tisoč evrov manj, saj gre razlika med tržnim in subvencioniranim honorarjem neposredno avtorju. Poleg tega je prejem produkcijske knjižne podpore neposredno povezan z raznimi dodatnimi administrativnimi deli in poročili, ki jih mora upravičenec polagati JAK, kar prejeta denarna sredstva v praksi dodatno obremenjuje z delom, ki ga pri klasičnem komercialnem založništvu ni.

Knjige, ki so upravičene javne podpore in jih podpira JAK, so že po definiciji take, da ne morejo iziti na tržen način (torej tako, da bi s prodajo knjige na vseh javnih in zasebnih trgih lahko pokrili stroške in ustvarili vsaj minimalen pozitiven finančni rezultat, kar omogoča nadaljnje poslovanje in razvoj, do neke mere tudi neodvisno od javnih sredstev), kar pomeni, da gre v principu za specifičen knjižni naslov, ki ima precej omejeno bralsko publiko. To običajno odraža tudi odkup tega knjižnega naslova v slovenskih splošnih knjižnicah: za razliko od knjig, pri katerih se pričakuje visoka izposoja, se odkupuje okoli sto izvodov (plus minus dvajset) subvencioniranih knjižnih naslovov. To pomeni, spet ob upoštevanju distribucijskih in knjižničarskih rabatov, da založnik od knjižnične prodaje subvencionirane knjige prejme približno dva do tri tisoč evrov.

Kaj pove primerjava obeh izdajateljskih konceptov in seštevke javnih prihodkov s področja knjig? Preprosto to, da se ti prihodki, ne glede na izdajateljski koncept, bistveno ne razlikujejo in v obeh primerih znašajo nekako od šest do osem tisoč evrov (seveda so tudi odstopanja, tukaj govorimo o povprečjih). Kakšen vpliv pa ima to na založništvo v kriznih časih?

Koncentracija založb na pretežno javno podprte in pretežno strogo komercialne

Ne glede na to, ali je založnik zavezan klasičnemu izdajanju knjig, pri katerem želi pokriti stroške knjige s prodajo na trgu, ali pa gre za

programskega subvencioniranega založnika, ki knjige izdaja z javno podporo, bo, kar se tiče javnih prihodkov v zvezi s knjigo, precej na istem. Klasični založnik bo imel samo prihodke iz prodaje splošnim in drugim knjižnicam, subvencionirani založnik pa bo imel prihodke s prodajo knjig splošnim knjižnicam in prihodek od subvencij, ki pa je podvržen dodatnim zahtevam in zakonitostim.

Če izdajanje knjig glede na njihov tržni potencial postavimo na daljico, pri čemer so na levi subvencionirani naslovi, na desni pa klasični, torej komercialni knjižni naslovi, vidimo, da oba skrajna robova lahko soobstajata tudi v kriznih časih. Na levem robu nastajajo knjige, ki so v takšni ali drugačni obliki naslonjene na javno podporo, pri čemer JAK predstavlja le eno od možnosti, druge so povezane z drugimi javnimi institucijami, katerih ena od dejavnosti je izdajanje knjig, od akademskih institucij prek inštitutov do muzejev itn., poleg tega so tu še razne evropske oblike podpore produkciji knjig ter raznim dogodkom, povezanim z njimi. Ocenjujem, da v tem okviru vsako leto nastane okoli tisoč knjižnih naslovov.

Na drugi strani so knjige, ki izhajajo v klasičnih založniških razmerah, s pokrivanjem založniških stroškov iz prodaje na vseh trgih. Tudi na tej strani daljice ocenjujem, da gre za približno tisoč knjižnih naslovov za odrasle, ki nimajo kake večje estetske, literarne ali kulturne vrednosti, njihov domet je predvsem zabavne narave in angažiranje ter zadovoljevanje potreb nezahtevnega bralca. Večina teh knjig nastane znotraj majhnega števila poslovno najbolj urejenih založb.

V času upadanja nakupovanja knjig bodo subvencionirani naslovi in založbe, ki jih izdajajo, lahko preživel zaradi seštevka prihodka subvencije, prodaje po knjižnicah in prodaje po knjigarnah ter drugod, knjižni naslovi s skrajnega desnega roba daljice pa bodo preživel zaradi znatnejše prodaje v knjižnicah ter iz prihodka od prodaje v knjigarnah in drugod.

Ko pa se z robov knjižne ponudbe začnemo pomikati proti sredini, torej proti knjižnim naslovom, ki imajo manjši tržni potencial, hkrati pa so vsebinsko še vedno dovolj relevantni in pogosto predstavljajo most med knjigami različnih zahtevnosti, ne tako redko pa tudi pot do zahtevnejših knjig, se razmere precej spremenijo.

V praksi je na slovenskem knjižnem trgu namreč težko prodati štiristo izvodov takih knjig (od tega dobro četrtino v splošne knjižnice, preostalo pa v prosti prodaji na drugih trgih, od knjigarn do drugih prodajnih mest), kar onemogoča povrnitev stroškov, povezanih z izdajo knjige. Ravno zaradi tega postopoma prihaja do ukinjanja določenih vsebinskih knjižnih segmentov (denimo malce zahtevnejšega leposlovja, ki ne dobi javne podpore, in neleposlovja), kar v polju celotnega založništva pomeni, da

se knjižni naslovi, predvsem govorim o knjigah za odrasle, koncentrirajo na skrajnih robovih založniške daljice.

Tako v sredinskem delu, če seveda upoštevamo celotno knjižno produkcijo, ostaja samo še okoli tisoč knjižnih naslovov, ki imajo ambicijo neposrednega pokrivanja izdajateljskih stroškov zgolj s prodajo na vseh trgih, tako javnih kot zasebnih, ob tem pa so dovolj kakovostni, da lahko vzbujajo nekakšno bralsko refleksijo. Seveda med njimi več kot polovica cilja na otroke in mladino, kar pomeni, da je takih knjižnih naslovov za odrasle morda samo še kakih petsto. Glede na to, da se je število izdanih knjig v letu 2013 zmanjšalo za več kot tisoč v primerjavi z letom poprej (s šest tisoč na pet tisoč), lahko ocenimo padec tovrstnih knjižnih naslovov na polovico v enem samem letu!

Naslanjanje izdajanja vsebinsko zahtevnejših knjižnih naslovov na razne oblike javne podpore v nadaljevanju seveda vpliva tudi na obseg nakupovalno-bralske potrošnje. Če so produkcijski stroški knjig, skupaj z urednikovanjem, bolj ali manj pokriti že ob njenem izidu, povsem pokriti pa s prodajo teh knjig v knjižnice, potem običajno, razen če gre pri založbi za ekvivalenten tretma knjig ne glede na finančne pogoje izida, v nadaljnjem procesu prodaje ne pride do intenzivnega ukvarjanja s knjigo, ne glede na to, da ima knjiga morebiti spodoben komercialni potencial. Večina založb pač postopa po načelu, da je ta knjiga že "pokrita" in njeno nadaljnjo prodajo/plasma prepustijo inerciji. To v praksi pomeni, da večina založnikov takih in teh knjig ne oglašujejo (izkušnje pri reviji Bukla denimo kažejo, da se letno v njej oglašuje manj kot dvajsetina subvencioniranih knjižnih naslovov), zanje ne poskušajo zagotoviti optimalne medijske pojavnosti prek recenziranja knjig ter ustrezne izpostavitve takih knjig na prodajnih mestih itn. Zato te knjige v bralskem (nakupovalnem pa sploh) smislu pogosto "umrejo", še preden bi dejansko morale zaživeti, razlog pa je posredno tudi to, da so bila v procesu produkcije vanje vložena (pre)znatna javna sredstva. Javna podpora se na tej točki torej ne kaže vedno nujno kot nujna pomoč, temveč predstavlja nekakšno berglo, s katero si založniki lahko pomagajo tudi na dolgi rok. S tem javno podprtim poslovnim modelom založniki torej lahko izdajajo knjige in živijo že od njihovega izdajanja samega (ne pa tudi prodajanja), stalen in dovolj stabilen dotok javnih sredstev pa že v osnovi onemogoča njihov razvoj in tudi intenziviranje njihovih poprodukcijskih, torej prodajnih aktivnosti. Ravno to se je zgodilo približno polovici založb, ki so leta 2004 vstopile v t. i. programsko financiranje. Razen v redkih primerih, ko se zanimanje za kako knjigo začne valiti samo od sebe v obliki ljudskega glasu, za večino knjig velja naslednje: do ljudi pridejo v primeru, če za

njo strastno stojijo avtor in/ali založnik. Prav to pa pogosto izostane pri t. i. vnaprej "sfinanciranih" knjižnih projektih. Že ob izidu zaprta finančna konstrukcija knjige tako pogosto zapre ali vsaj močno zmanjša energetski naboj pri družbenem plasmaju knjige.

Vstopi Zakon o enotni ceni knjige

Na majhne in odvisne založbe, ki imajo preživetje zagotovljeno že z vnaprej vračunanimi (javnimi in "običajnimi" knjigarniškimi) prihodki in si ne prizadevajo za čim večjo lastno prodajo, novi zakon ne bo imel posebnega vpliva. Na spletni strani svoje knjigarne bodo popravile prodajno ceno (običajno založbe na svojih spletnih knjigarnah nove knjige prodajajo z manjšim popustom), na drugi strani pa bodo knjigarnam prepustile, da prodajo običajno kvoto njihovih knjig. Tudi na večje založbe, ki imajo svoje knjigarne, zakon ne bi smel vplivati negativno, saj bi se moral, tak je bil vsaj namen zakona, vsaj del dosedanje knjižne prodaje na drugih prodajnih lokacijah preseliti nazaj v knjigarne.

Problem pa se bo pojavil pri sredinskem segmentu založb, ki skušajo preživeti tudi (ali predvsem) s prodajo svojih knjig na trgu, vendar nimajo svojih knjigarn. Ob padajoči knjigarniški prodaji v zadnjih, kriznih letih so te založbe začele intenzivno razvijati lastne kanale za prodajo knjig, od lastne spletne do lastne direktne prodaje, ki temelji na bazah dosedanjih kupcev njihovih knjig. Glavna naloga tovrstne prodaje je bila, da je privabila kupce in ustvarila zvesto publiko, ki je potem začela spremljati knjižni program neke založbe in je kupovala njihove nove knjige z določenim popustom, kar je imelo pozitivne učinke na obeh straneh: stalni kupec je dobil knjigo nekoliko ceneje, založnik pa je do denarja od prodaje svojih knjig prišel hitro in brez posrednika, ki knjige prodaja zgolj na komisijski način, denar od prodane knjige pa včasih zadržuje celo pol leta. To je tovrstnim založnikom izboljšalo in povečalo finančni tok za njihove knjige ter jim omogočalo delovanje v kriznih pogojih. Nekatere založbe so na ta način zadnja leta začele ustvarjati tudi tretjino letnega prihodka.

Poslej tovrstna prodaja knjig ne bo več mogoča. Likvidnost teh založb se bo še poslabšala. Če knjigarniška prodaja njihovih knjig ne bo nadomestila izpada tega "neposrednega" prihodka, se bodo prihodki teh založb še zmanjšali. Njihovo nadaljnje izdajanje knjig bo še bolj oteženo.

Zakon o enotni ceni knjige se bo v tem primeru, da knjigarne ne bodo resno prevzele iniciative tudi pri prodaji tistih knjig, ki niso iz njihove založbe, izkazal za administrativni ukrep, ki bo še otežil poslovanje

založb, ki so skušale izdajati knjige na najbolj običajen in konvencionalen način: izbrati knjigo avtorja, v katero verjameš, plačati vse stroške v zvezi z njenim izidom, potem pa s prihodkom od prodaje pokriti te stroške in knjige izdajati naprej. Javni pomen knjigarn, zaradi katerega je bil sprejet ta zakon, s tem ne bo uresničen. Če bo šlo za založbe, ki izdajajo dobre in pomembne knjige, bo to res velika škoda. Vprašanje pa je, kdo jo bo opazil. Knjižna karavana bo šla namreč svojo pot naprej.

Opomba: Predelan del besedila, ki bo v celoti objavljeno v knjigi Izgubljeni bralec: Slovensko knjižno založništvo v času krize, ki bo jeseni izšla pri založbi Litera.