

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Simona Janež

Knjižno založništvo v Sloveniji in nove tehnologije

Diplomsko delo

Ljubljana, 2010

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Simona Janež

Mentorica: doc. dr. Vesna Čopič

Knjižno založništvo v Sloveniji in nove tehnologije

Diplomsko delo

Ljubljana, 2010

Knjižno založništvo v Sloveniji in nove tehnologije

Diplomsko delo ponuja vpogled v področje založništva v Sloveniji in novih tehnologij. Digitalizirane vsebine knjig, tehnologija tiska na zahtevo, spletne knjigarne, spletna iskalna orodja ter naprave za branje e-vsebin, so v zadnjih letih pomembno spremenili način delovanja knjižnih založb in odprli nove možnosti za knjigotrško-založniške povezave. Raziskuje, kakšno prihodnost ima v teh okvirih klasična knjiga ne samo kot fizični nosilec informacij, temveč tudi kot pomembno komunikacijsko sredstvo. Nove tehnologije predstavlja kot priložnost in ne grožnjo samemu založniškemu področju, avtorjem in bralcem. Stanje slovenskega knjižnega založništva je predstavljeno z vidika knjižne produkcije, ključnih značilnosti in problemov ter kulturne politike na tem področju. V nadaljevanju so predstavljene nove tehnologije in možnosti, ki jih predstavljajo digitalne tehnologije na področju razvoja založništva, sedaj in v prihodnosti. S predstavitvijo dveh teorij o položaju knjige v informacijski družbi, predstavljenih ter problematiziranih prednostih in slabostih knjižnega založništva v Sloveniji v zaključku razpravlja o možnostih, ki jih ponujajo nove tehnologije za razreševanje problematike slovenskega knjižnega založništva.

Ključne besede: (elektronska) knjiga, e-bralnik, (elektronsko) založništvo, tisk na zahtevo

Book publishing in Slovenia and new technologies

The thesis offers insight into the publishing industry in Slovenia and new technologies in the book publishing sector. Today the digitalized content of books, the print on demand technology, online bookstores, web search tools and e-book devices have radically changed the ways in which book publishing houses work and opened new opportunities for synergies of the book marketing and publishing sphere. It explores the future role of classic books, not only as physical carriers of information, but also as important communication tools. New technologies in publishing are presented as an opportunity, rather than a threat to publishing industry, for authors as well as the readers. The current situation of Slovenian book publishing is presented on the basis of book production, its key features and shortcomings and the Culture Policy in the field. New technologies and the current and future opportunities given by digital technologies for the development of publishing are also analyzed in the thesis. The thesis presents two theories which define the role of the book in information society and pros and cons of book publishing in Slovenia. The conclusion of the thesis is a discussion on possibilities new technologies can offer for solution of certain problems of Slovenian book publishing.

Key words: (electronic) book, e-book reader, (electronic) book publishing, print on demand

KAZALO VSEBINE

1	UVOD	6
1.1	CILJI IN POMEN.....	7
1.2	RAZISKOVALNA VPRAŠANJA.....	8
1.3	METODOLOGIJA	8
2	KNJIGA V INFORMACIJSKI DRUŽBI	9
2.1	KNJIGA IN ZAČETKI INFORMACIJSKE DRUŽBE	9
2.2	SPREMEMBE V TRADICIONALNEM ZALOŽNIŠTVU	9
2.3	E-ZALOŽNIŠTVO.....	11
2.4	ROBERT DARNTON IN KOMUNIKACIJSKI KROG KNJIGE.....	13
2.5	SPREMEMBE V KOMUNIKACIJSKEM KROGU KNJIGE.....	14
2.6	TEORIJA DOLGEGA REPA – DOLGI REP SODOBNEGA KNJIGOTRŠTVA	15
3	KNJIŽNO ZALOŽNIŠTVO V SLOVENIJI	18
3.1	ZAČARANI KROG SLOVENSKEGA KNJIŽNEGA ZALOŽNIŠTVA	18
3.2	DRŽAVNA PODPORA KNJIGI	20
3.2.1	<i>OBLIKE PODPORE IN FINANCIRANJE PODROČJA KNJIGE</i>	20
3.3	ZNAČILNOSTI SLOVENSKEGA KNJIŽNEGA ZALOŽNIŠTVA	22
3.3.1	<i>SLOVENSKA ZALOŽNIŠKA PRODUKCIJA</i>	22
3.3.2	<i>KNJIŽNIČNA MREŽA IN IZPOSOJA</i>	26
3.3.3	<i>NIZKA POTROŠNJA ZA KNJIGE</i>	29
3.3.4	<i>SLABO RAZVITA KNJIGARNIŠKA MREŽA</i>	30
4	NOVE DIGITALNE TEHNOLOGIJE - DIGITALNA PRIHODNOST KNJIGE	34
4.1	TEHNOLOGIJA TISKA NA ZAHTEVO.....	34
4.1.1	<i>ESPRESSO BOOK MACHINE</i>	36
4.2	E-KNJIGA IN E-BRALNIK	40
4.2.1	<i>E-BRALNIK</i>	40
4.2.2	<i>E-KNJIGA</i>	44
4.2.3	<i>PREDNOSTI IN SLABOSTI</i>	46
4.2.4	<i>NEREŠENA VPRAŠANJA GLEDE ZAŠČITE AVTORSKIH PRAVIC</i>	47
4.3	SAMOZALOŽNIŠTVO.....	49
4.3.1	<i>ZALOŽBA EKSLIBRIS</i>	49
4.3.2	<i>ZALOŽBA KATR</i>	50
4.4	SPLETNA STORITEV KNJIGE NA TRGU	50
5	ZAKLJUČEK SLOVENIJA	53
6	SKLEPNE MISLI	59
7	LITERATURA	61

KAZALO TABEL, SLIK, MODELOV IN GRAFOV

MODEL 2.1: DARNTONOV KOMUNIKACIJSKI KROG KNJIGE (OSENČENE DELE JE DODAL MIHA KOVAČ)	14
GRAF 2.1: DOLGI REP IN KRATKA GLAVA NA GRAFIKONU POVPRASHVANJA	16
TABELA 3.1: VSA SREDSTVA MINISTRSTVA ZA KULTURO ZA KNJIGO – V EUR	21
TABELA 3.2: ŠTEVILO IZDANIH KNJIG IN BROŠUR 2003–2009	23
TABELA 3.3: ŠTEVILO NASLOVOV KNJIG IN NAKLADA KNJIG (LETI 2007 IN 2008)	24
TABELA 3.4: SOFINANCIRANE KNJIGE IN REVIJE	25
TABELA 3.5: NAKLADE SOFINANCIRANIH KNJIG	25
TABELA 3.6: GIBANJE: OBISK, ČLANI IN IZPOSOJA V SLOVENSKIH KNJIŽNICAH 1995–2007	27
TABELA 3.7: PRODAJA KNJIG V KNJIGARNAH	31
TABELA 3.8: UČINKI SOFINANCIRANJA KNJIGARN	32
SLIKA 4.1: ESPRESSO BOOK MACHINE	37
SLIKA 4.2: ESPRESSO BOOK MACHINE 2.0	38
SLIKA 4.3: AMAZON KINDLE	41
SLIKA 4.4: SONY READER	41
SLIKA 4.5: BARNES & NOBLE: NOOK	41
SLIKA 4.6: BOOKEN	42
SLIKA 4.7: APPLE IPAD	42

1 UVOD

V zadnjih letih se je na področju tehnologije knjige zgodilo ogromno sprememb. Neverjetno hiter razvoj elektronske tehnologije in še posebej novih elektronskih medijev pa tradicionalnemu založništvu in knjigotrštvu v svetu ni povzročil le številnih problemov, ampak ponudil tudi nove priložnosti in izzive.

Z uvajanjem novih tehnoloških sprememb se je pomembno spremenilo samo delovanje knjižnega založništva ter odnos med samimi akterji na knjižnem trgu. Tehnološki in organizacijski razvoj na področju knjižnega založništva je ustvaril razmere, v katerih lahko brez resnejšega finančnega tveganja v tujini izda knjigo vsak, ki ima kreditno kartico, dostop do interneta in je sposoben pisati v angleščini ter tako knjigo ponudi na globalnem knjižnem trgu (Epstein 2010). Pojavile so se naprave, ki so združile računalnik in zaslon, ki ob pomoči dotika omogočajo deskanje po spletu, pošiljanje pošte, gledanje filmov, listanje časopisov, igranje iger, telefoniranje in seveda prebiranje knjig. Kljub razmahu multimedijskih tehnologij pa knjiga kot medij s specifičnimi lastnostmi še vedno velja za glavni in najpomembnejši prenosnik znanja. Zato je skrb za širjenje in življenje knjige po besedah Sama Ruglja hkrati tudi »skrb za širjenje in ohranjanje znanja« (Rugelj 2007). Knjiga ostaja temeljni nosilec znanja, informacij ter vsakovrstne ustvarjalnosti in ima danes v razvitem svetu mesto dobrine s posebnim pomenom (Grilc 2005, 155; Kovač 2005c, 34).

Z raziskovanjem knjižnega založništva ter raziskovanjem knjige kot medija se v Evropi ukvarja malo ljudi. Zato je na voljo razmeroma malo uporabnih in primerljivih statističnih podatkov o delovanju knjižnega založništva v različnih evropskih državah (Kovač 2002, 44). Pričujoče besedilo je namenjeno predvsem razumevanju razmer v slovenskem prostoru. Želim predstaviti glavne značilnosti slovenskega knjižnega založništva z vsemi svojimi posebnostmi, prednostmi in slabostmi ter nove tehnologije, ki pred slovenske založnike, knjižničarje in knjigotržce postavljajo nova vprašanja in nove izzive.

Diplomsko delo zajema trende, ki so se na razvitih knjižnih trgih začeli nakazovati pri razvoju tiska po naročilu in elektronskih knjig ter e-bralnikov in ki bodo v naslednjih letih zelo verjetno zaznamovali tudi slovenski knjižni trg. Dandanes so tudi v Sloveniji

na voljo e-bralniki, ki s pomočjo tehnologije elektronskega papirja omogočajo branje tehnološko naprednih knjig.

Pri raziskovanju te tematike si zastavljam vprašanje o prihodnosti knjige: kakšna je prihodnost tiskane in e-knjige, bo tiskana knjiga preživela? Čeprav je v zadnjih petnajstih letih precej medijskih poznavalcev napovedovalo, da bodo t. i. elektronske knjige ne samo spremenile, ampak tudi nadomestile vse tiskane knjige in da je s tiskano knjigo konec, se je izkazalo, da so bile napovedi precej neutemeljene (Gomez 2008, 116). Po eni strani je pojav elektronskih knjig spodbudil razmišljanje o koncu klasične knjige, po drugi strani pa je znatno povečanje knjig spodbudilo številna razmišljanja o naravi knjige kot medija in o vlogi knjižnega založništva v sodobnih družbah. Mnogi se sprašujejo, ali je bralska prihodnost resnično zapisana elektroni ali pa bomo literarni svet še naprej raziskovali »na papirju«.

1.1 CILJI IN POMEN

V diplomski nalogi se bom ukvarjala s področjem založništva, založništva v Sloveniji in pojavom novih digitalnih tehnologij. Razvoj digitalne tehnologije je namreč pomembno vplival na svet knjig, saj so digitalni tisk, internetne knjigarne in osebni računalniki spremenili načine, na katere distribuiramo, proizvajamo ter pišemo in urejamo knjige. Namen diplomske naloge je predstaviti nove možnosti in rešitve, ki jih predstavljajo nove tehnologije za razreševanje problematike slovenskega knjižnega trga.

Predstavila bom stanje v slovenskem založništvu z vidika knjižne produkcije, ključnih značilnosti in problemov ter kulturne politike na tem področju. V nadaljevanju so predstavljene nove tehnologije in možnosti, ki jih predstavljajo digitalne tehnologije na področju razvoja založništva sedaj in v prihodnosti.

Diplomska naloga je sestavljena iz treh poglavitnih delov. Prvi del je namenjen knjigi v informacijski dobi s predstavitvijo modela Roberta Darntona o komunikacijskem krogu knjige. Ta model je eden izmed možnih metodoloških pristopov pri proučevanju branja in knjižnega založništva, za katerega Miha Kovač meni, da je model uporaben, ko želimo z njim razložiti, kako knjigotrštvo sploh deluje, in opozoriti na spremembe, ki se dogajajo zaradi tehnoloških in organizacijskih inovacij (Kovač 2009a, 68). V

nadaljevanju področje založništva navežem na teorijo dolgega repa avtorja Chrisa Andersona.

Drugi del je namenjen pregledu stanja na slovenskem knjižnem trgu z vidika knjižne produkcije, ključnih značilnosti, prednosti in problemov ter kulturne politike na tem področju. Položaj slovenskega založništva je in bo z vidika tržne in jezikovne omejenosti knjižnega trga odvisen tudi od državne podpore, zato je predstavljen tudi model državne podpore knjigi.

Druga pomembna tema v diplomskem delu so nove tehnologije, ki jim bo namenjeno tretje poglavje. Predstavljena je tehnologija tiska na zahtevo, e-knjige in e-bralniki, spletna storitev katalog knjig na trgu ter izdajanje knjig v samozaložništvu, ki še nikoli do sedaj ni omogočalo tako enostavnega in poceni izdajanja knjig.

V zaključku na podlagi predstavljenih prednosti in slabosti knjižnega založništva v Sloveniji predstavim možnosti, ki jih ponujajo nove tehnologije za razreševanje problematike slovenskega knjižnega založništva. Zadnji del je namenjen sklepnemu razmišljanju o prihodnosti tiskane in e-knjige.

1.2 RAZISKOVALNA VPRAŠANJA

Osnovna raziskovalna vprašanja, ki si jih zastavljam v okviru diplomskega dela, so: Kakšen je pomen knjige v informacijski dobi? Kakšno je stanje na slovenskem knjižnem trgu? Bo knjiga kot medij »preživela«? Največ vprašanj v zvezi s prihodnjim razvojem založništva in vloge knjige je povezanih s sodobnimi tehnologijami, ki spreminjajo delo založnikov, knjigotržcev ter knjižničarjev in nenazadnje vplivajo tudi na nas bralce, je najpomembnejše vprašanje, kako bo potekal razvoj slovenskega knjižnega založništva skozi možnosti, ki jih prinašajo nove tehnologije in novonastale razmere, ki pred slovenske založnike, knjigotržce in knjižničarje ter nas bralce, prinašajo nove odgovore.

1.3 METODOLOGIJA

Pri pisanju diplomske naloge bom uporabila metodo analize vsebine (analiza primarnih in sekundarnih virov). Z analizo domačih in tujih pisnih virov, ki obravnavajo področje založništva in novih tehnologij bom preučila primarne pisne vire (dokumenti) in sekundarne vire (literatura, članki).

2 KNJIGA V INFORMACIJSKI DRUŽBI

2.1 KNJIGA IN ZAČETKI INFORMACIJSKE DRUŽBE

Knjiga je v svoji celotni zgodovini prehajala skozi različne formate. Format kodeksa začne s pojavom krščanstva izpodrivati zvitek, kot dominantni format za hranjenje informacij, v času med 1. in 4. stoletjem. Zaradi svojih trdnih platnic je kodeks obstojnejši kot zvitek, iskanje po njem pa je bistveno lažje in hitrejše. V srednjeveški Evropi je z izumom tiska prišlo do velikih sprememb v načinu hranjenja, posredovanja in proizvodnje informacij. Tisk je omogočil informacije proizvajati hitreje in v neprimerno večjih količinah kot v rokopisni kulturi. Besedila so postala standardizirana in fiksirana, dostopna večji množici ljudi, kar je pomembno vplivalo na intelektualno življenje novoveške Evrope (Kovač 2009a, 62).

Miha Kovač meni, da lahko razvoj založniške in tiskarske industrije razumemo tudi kot začetek industrije informacij nasploh, saj je tiskana knjiga postala prvi medij, s katerim je bilo mogoče množično in na tržni osnovi proizvajati in menjavati ideje (Kovač 2009a, 48). Roger Chartier (1995) opozarja, da je kodeks v svojem času povzročil podobno radikalne spremembe v načinu hranjenja, posredovanja ter dostopanja do informacij kot izum tiska pred petsto leti in pojav svetovnega spleta proti koncu prejšnjega stoletja (Chartier v Kovač 2009a, 28). S pojavom svetovnega spleta se je neznansko povečala količina dostopnih informacij, s tem pa se je spremenil tudi naš odnos do njih (Kovač 2009a, 16).

2.2 SPREMEMBE V TRADICIONALNEM ZALOŽNIŠTVU

Cilj klasičnega založniškega procesa je povezati avtorja in bralca. V založniškem procesu založba avtorjevemu delu doda novo vrednost, s tem ko delo skrbno uredniško pregleda, svetuje izboljšave, naroči najprimernejše ilustrativno gradivo, zagotovi primerno grafično oblikovanje in izbere tiskarno. Tako založnik avtorjevo »intelektualno stvaritev« materializira v obliki knjige in jo ponudi potencialnim bralcem oz. kupcem (Žnideršič 1995a, 82).

Če je klasični knjižno-založniški model temeljil na dejstvu, da sta besedilo in njegov nosilec neločljivo povezana, pa pri branju elektronskih besedil to ni več potrebno, saj

vsebine prosto krožijo med različnimi nosilci. Prav iz tega dejstva so razvidne temeljne lastnosti klasičnega knjižno-založniškega modela: v zadnjih tristo letih so založniki, knjigotržci in knjižničarji proizvajali, prodajali in izposojali nosilce vsebin, ki so bili neločljivo povezani z vsebino, tako da je vsak posamezen dostop do vsebine zahteval tudi poseben primerek nosilca po načelu en nosilec – en uporabnik – ena vsebina (Kovač 2008, 48–49). Pri elektronskem branju so stvari popolnoma drugačne.

Ključni razlog, zakaj se elektronske knjige niso razširile, tako kot so leta 1995 napovedovali mnogi analitiki, Miha Kovač vidi v tem, da založnikom elektronskih knjig ni uspelo razviti poslovnega modela, ki bi omogočal vsaj tako uspešno trženje knjižnih vsebin, kot je mogoče na tiskanih nosilcih. Proces prehoda se bo zares začel, ko bodo založniki in knjigotržci za elektronsko knjigo izumili poslovni model, ki jim bo omogočal vsaj tako ekonomsko racionalno poslovanje, kot jim je to omogočala tiskana knjiga. Pojav elektronskih knjig je namreč jasno opozoril na pomembno lastnost tiskane knjige, na »zraščeno« knjižne vsebine z njenim nosilcem. Ena od temeljnih lastnosti tiskanih knjig je ta, da do vsebine lahko bralec dostopa le tako, da si jo nabavi skupaj z materialnim nosilcem. Tisto, kar loči elektronsko knjigo od tiskane, je dejstvo, da elektronska knjiga ni zraščena s svojim nosilcem, njeno vsebino pa je mogoče brez večjih težav prosto prenašati (Kovač 2005a, 73). To pa pomeni, da lahko elektronsko besedilo njegov lastnik kopira (in s tem posoja) v poljubno velikem številu izvodov, ne da bi mu bilo treba ob vsaki kopiji kupiti ali ustvariti tudi materialni nosilec vsebine. Pri tem se pojavlja vprašanje zaščite in plačila elektronskih besedil, saj je izkušnja glasbenih in filmskih producentov pokazala, da se brez ustreznih računalniških programov zaščite ni mogoče zaščititi pred nezaželenim razmnoževanjem in pridobiti vsebin, ne da bi za to karkoli plačali. Izkušnja glasbene in filmske industrije jasno kaže, kakšna usoda bi lahko doletela knjižne založnike. Če bi bile elektronske knjige dostopne neomejeno, lahko upravičeno domnevamo, da bi podobno kot na področju glasbenega založništva, pričele nastajati spletne strani, na katerih bi si bilo mogoče s pomočjo sistema izmenjav vsak z vsakim (peer-to-peer system) v svoj bralnik mogoče brezplačno naložiti katerokoli aktualno knjižno vsebino (Kovač 2005a, 74).

Sodobni založniki se zavedajo, da sodobna digitalna tehnologija še ne omogoča nastanka racionalnega poslovnega modela, znotraj katerega bi bilo knjižne vsebine

mogoče razširjati na način, ki bi vsem, ki so vključeni v knjižno verigo, omogočal nadomestilo za vloženo delo (Kovač 2005a, 74).

Zato so poskušali nekatere lastnosti klasičnega knjižnega založništva prenesti v elektronsko založništvo in tako začeli elektronska besedila opremljati s posebnim sistemom zaščit, zaradi katerih je besedilo potem, ko smo ga naložili v nosilec, postalo z njim neločljivo povezano. Posledično je to pomembno zavrlo razvoj elektronskega založništva, saj so bila taka besedila manj »fleksibilna« od tiskanih knjig. Če bi denimo želeli komu posoditi elektronsko izdajo knjige, bi jo lahko posodili le skupaj z bralno napravo (Kovač 2009a, 81–83).

Miha Kovač še dodaja, da če »klasični založniki ne investirajo v razvoj, ki bi pripeljal do tega, da bi tiskano knjigo nadomestili elektronski bralniki, tega ne počno zaradi morebitne »tehnološke konzervativnosti«, ampak ker se zavedajo, da bi s tem padel njihov doslej dobro delujoč poslovni model. S tem založniki ne branijo le sebe, ampak na posreden način tudi avtorje in način, na katerega deluje knjiga kot medij (Kovač 2007a, 17).

Elektronsko založništvo ne more delovati brez ustrezne zaščite pred kopiranjem, saj nima nobenega smisla tržiti, proizvajati in urejati knjig, ki bi jih lahko prosto kopirali, saj založniki z njihovo prodajo ne bi pokrili svojih stroškov dela. Tudi Jason Epstein opozarja, da bo enotna konvencija o avtorski pravici (uniform copyright convention) osnova za nadaljnje urejanje razmer na področju e-založništva (Epstein 2010).

2.3 E-ZALOŽNIŠTVO

Elektronsko založništvo se je začelo s t. i. projektom Projekt Gutenberg, ki deluje še danes (Ločniškar-Findler in Findler 2003, 160). Projekt Gutenberg je najstarejša in verjetno tudi najbolj znana spletna knjižnica prosto dostopnih besedil knjig, glasbenih vsebin in slikovnega gradiva v elektronski obliki. Besedila so zaradi pretečenih ali sploh nikoli obstoječih avtorskih pravic večinoma v javni lasti, dostopnih pa je tudi nekaj besedil z veljavnimi avtorskimi pravicami, ki so objavljena s privoljenjem avtorja.

Začetki Projekta Gutenberg segajo v leto 1971, ko je Michael Hart natipkal »Deklaracijo neodvisnosti« in s tem ustvaril prvi dokument v elektronski obliki. S tem se je začela

serija prepisov knjig svetovnih klasikov s ciljem, da se razširi splošno pismenost in spoštovanje do književne dediščine.

Miha Kovač meni, da je načeloma težko verjeti, da bi elektronsko založništvo ne samo v Sloveniji, ampak kjer koli drugje na svetu ogrozilo klasično knjigo kot tako, po drugi strani pa postaja očitno, da je za nekatere knjižne vsebine elektronski nosilec vendarle vsaj tako ali celo bolj primeren od papirja.¹ Predvsem jezikovni tečajji, slovarji, enciklopedije, imeniki ter nekatere vsebine, namenjene otrokom, so se v elektronskem mediju precej uveljavile (Kovač 2002, 54).

Pomemben razlog, da se elektronskega založništva izogiba veliko avtorjev in založb, je tudi vprašanje zaščite avtorskih pravic, ki ostaja eno najpomembnejših vprašanj pri elektronskem založništvu. Založnik in avtor sta povezana s sistemom varovanja avtorske pravice. Ta sistem zagotavlja avtorju vse pravice glede njegovega avtorskega dela in svobodnega razpolaganja z njim. Sistem varstva avtorske pravice je v Sloveniji urejen z Zakonom o avtorski in sorodnih pravicah (ZASP), ki je bil sprejet spomladi leta 1995 (Žnideršič 1995a, 84). Sistem varovanja avtorskih pravic tako ščiti oba: avtorja in založnika, saj jima na ta način zagotavlja svoj delež pri izkupičku od prodaje knjige.

V digitalni dobi se je spremenila tudi vloga založnikov in knjigarnarjev, ki so imeli v preteklosti veliko vlogo in moč pri odločanju, katere knjige bodo natisnjene, saj so velikokrat izbirali le besedila, za katera so predvidevali, da bo zanje obstajalo dovolj zanimanja in da bo njihova prodaja povrnila vložena sredstva. Tudi knjigarnarji so zaradi omejenega prostora na policah izločali dela, za katera so ocenili, da so nezanimiva in nepomembna. Ta »filtrska« vloga založnikov in knjigarnarjev postaja v e-založništvu vse manj pomembna, saj teh omejitev v spletnih knjigarnah z neomejenim prostorom ni več (Kovač 2009a, 121).

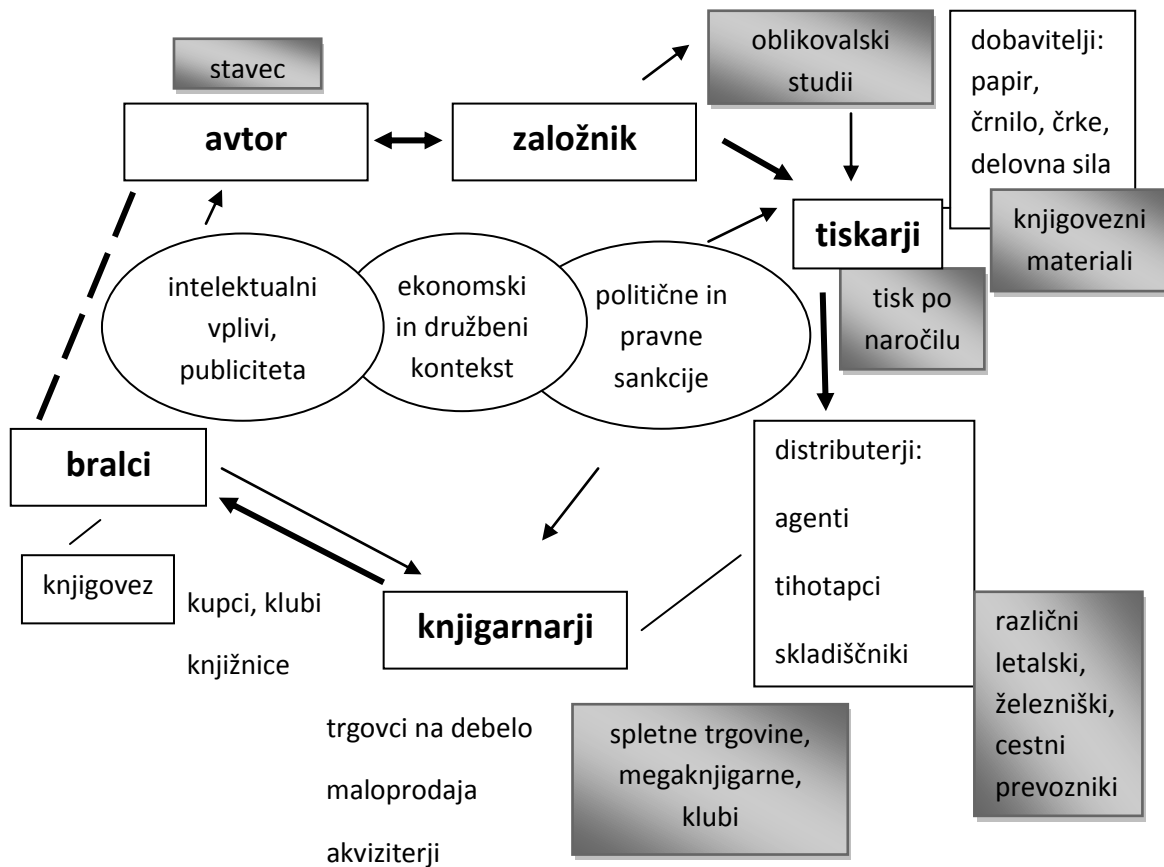
¹ Danes je elektronsko založništvo najbolj razvito v tistih sferah, v katerih avtorji niso neposredno ekonomsko odvisni od svojega pisanja, denimo v akademski sferi, kjer sredstva za samo raziskovanje delno prihajajo od drugje (Kovač 2007a, 18).

2.4 ROBERT DARNTON IN KOMUNIKACIJSKI KROG KNJIGE

Eden od ključnih modelov za razumevanje tiskane knjige kot sodobnega množičnega medija je model komunikacijskega kroga knjige, kot ga je leta 1990 zasnoval ameriški zgodovinar Robert Darnton in ga predlagal kot enega izmed možnih metodoloških pristopov k proučevanju knjižnega založništva. Model predpostavlja, da od konca obdobja inkunabel naprej knjiga potuje skozi družbo na podoben način (Darnton v Kovač 2005a, 70–71). Robert Darnton postavlja tezo, da imajo načeloma vse tiskane knjige podoben življenjski krog, ki teče »od avtorja do založnika (če njegove vloge ne prevzame knjigotržec), tiskarja, distributerja, knjigarnarja in bralca« (Darnton v Kovač 2005c, 18). Čeprav je Darntonov model komunikacijskega kroga med zgodovinarji knjige naletel na kar nekaj kritik² in se je v zadnjih letih na področju tehnologije knjige zgodilo ogromno sprememb, ki so vsaj deloma začele spreminjati komunikacijski krog knjige in s tem postavile razvoj tradicionalne založniške infrastrukture na nove temelje, še vedno ostaja temeljni metodološki model za proučevanje knjige.

² Med drugim kritika Thomasa Adamsa in Nicholasa Barkerja, da se Darntonov model ukvarja »z ljudmi namesto s knjigami«. Kritika sta nato razvila svoj model s šestimi elementi, ki sestavljajo življenjski cikel knjige, in sicer: založništvo, izdelava knjige, distribucija, recepcija knjige in njeno preživetje (Kovač 2009a, 67–68).

Model 2.1: Darntonov komunikacijski krog knjige (osenčene dele je dodal Miha Kovač)



Vir: Kovač (2009a, 75).

Ta model, ki se pojavlja v različnih tehnoloških, družbenih, časovnih in kulturnih kontekstih, lahko po Kovačem mnenju apliciramo tudi na sodobno knjižno založništvo. Z uporabo tega modela je mogoče nazorno pojasniti, kje so se zmotili tisti, ki so verjeli, da bo elektronsko založništvo omogočilo neposreden stik med bralcem in avtorjem, brez posredovanja založnikov in knjigotržcev (Kovač 2005a, 71). O tem govori izkušnja Stevena Kinga, ki je izdal svoj roman *The Plant* zgolj v elektronski obliki in ga tržil le na svoji spletni strani.

2.5 SPREMEMBE V KOMUNIKACIJSKEM KROGU KNJIGE

Znan je primer neuspelega poskusa ameriškega pisatelja Stevena Kinga, ki je leta 2000 poskušal na svoji spletni strani v nadaljevanjih tržiti svoj roman *The Plant*. S tem je v bistvu poskušal ukiniti komunikacijski krog knjige in brez posredovanja založnikov,

tiskarjev in knjigarnarjev vzpostaviti neposreden stik z bralci in s kupci knjig. Toda s prodajnega stališča so bili rezultati katastrofalni,³ saj se je izkazalo, da uporabniki niso bili dovolj dosledni pri plačevanju, zato je Steven King nadaljnje projekte opustil. Kot je zapisal Jeff Gomez, se je namesto da bi postal »nočna mora za založnike, Kingov poskus spremenil v nočno moro za njega samega« (Gomez 2008, 182).

Razlogi za to so očitni: Steven King je svoj roman tržil le s pomočjo svojega imena in ga prodajal le po enem prodajnem kanalu, odpovedal pa se je vsem tistim prodajnim kanalom (knjigarne, knjižni klubi, supermarketi, kioski ...), ki jih za prodajo tiskane knjige uporabljajo knjižni založniki in knjigotržci. Tako je bila elektronska izdaja njegove knjige na prodaj le na enem mestu, na katerega zahajajo le njegovi največji oboževalci, nikakor pa ne vsi potencialni kupci njegovih knjig.

Miha Kovač pravi, da nas ta primer opozarja, da knjige kot medija ni brez tiste vloge, ki jo imajo pri njenem širjenju in utrjevanju založniki, tiskarji in knjigarnarji. Po mnenju Mihe Kovača »ne glede na razvoj digitalne tehnologije knjiga kot medij brez klasičnega komunikacijskega kroga, značilnega za tiskano knjigo, vsaj zaenkrat ni sposobna obstati (Kovač 2005a, 71). Kingova izkušnja kaže, da brez komunikacijskega kroga, v katerega so vključeni tržniki in številni distributerji, vsaj zaenkrat še ni uspešne prodaje knjižnih besedil. Elektronski mediji bodo morali razviti svoj lasten poslovni model, ki pa ga po Kovačevih besedah ne bo »diktirala zgolj tehnologija, ampak tudi tradicija in širše družbene okoliščine« (Kovač 2009a, 86). Kljub temu je ta korak pomenil določeno prelomnico, saj je roman objavljaj na spletnih straneh kot samozaložnik (Pečko Mlekuš 2001, 27).

2.6 TEORIJA DOLGEGA REPA – DOLGI REP SODOBNEGA KNJIGOTRŠTVA

Amazon kot največja spletna knjigarna ustvari četrtnino svojega prometa z naslovi, ki jih ni med njenimi prvimi sto tisoč najbolje prodajanimi knjigami. Avtor teorije dolgega repa, Chris Anderson, verjame, da je do te spremembe prišlo zaradi sprememb v

³ Prvo nadaljevanje je bilo prodano v nakladi 120.000 izvodov, zadnje, šesto pa le še v nakladi 40.000 izvodov. Povprečne naklade tiskanih Kingovih knjig (samo za anglosaško tržišče) se gibljejo od štirih milijonov navzgor (Kovač 2005a, 71).

ekonomiki knjižnega založništva, ki je posledica sprememb v tehnologiji knjižne produkcije (Anderson 2006, 23). Chris Anderson prodajno krivuljo⁴ knjižnih naslovov na ameriškem trgu opisuje kot seštevek dolgega repa, ki ga sestavljajo male tržne niše, in velike glave knjižnih uspešnic. Drugače rečeno, na samem začetku prodajne krivulje so knjižne uspešnice, letno prodane v nekaj milijonih izvodov, na drugi strani pa skoraj milijon knjig, letno prodanih morda celo v enem samem izvodu (glej Graf 2.1).

Graf 2.1: Dolgi rep in kratka glava na grafikonu povpraševanja



Vir: Strohmeier (2009).

Na Grafu 2.1 kratko glavo predstavlja nekaj sto ali tisoč največjih uspešnic, dolgi rep pa sestavljajo na tisoče in tisoče naslovov, po katerih ni kakšnega prevelikega zanimanja, vseeno pa se vsake toliko časa najde nekdo, ki bi katero izmed teh knjig kupil.

Ta izjemna demokratizacija glasbene in knjižne produkcije se je, kot pravi Chris Anderson, zgodila zaradi treh dejavnikov. Prvi dejavnik je v razvoju tehnologije, ki je tako pocenil proizvodne postopke, da lahko danes praktično vsakdo izda ploščo ali knjigo. Drugi dejavnik predstavlja internet, ki je postal poceni in učinkovito marketinško ter distribucijsko orodje. Tretji dejavnik je v razvoju iskalnikov, ki

⁴ Prodajna krivulja z veliko glavo je bila najprej značilna predvsem za ameriško glasbeno industrijo v sedemdesetih in osemdesetih letih, ko so glasbene založbe večino prometa ustvarile z uspešnicami. Tako je bilo zato, ker so prodajno strategijo narekovale prostorske kapacitete trgovin z gramofonskimi ploščami, promocijo pa so zagotavljale televizijske in radijske postaje. Vse se je začelo spreminjati z nastankom spletnih glasbenih trgovin, spletnih radijskih postaj, s prihodom mp3 predvajalnikov in z nastankom spletnih strani, na katerih so si lahko uporabniki brezplačno izmenjevali glasbene datoteke (Anderson 2006, 31).

nadomeščajo klasična iskalna in marketinška orodja. Prav razvoj slednjih je bil po mnenju Chrisa Andersona odločilen za nastanek dolgega repa.

Spletna knjigarna si lahko privoščiti tako veliko ponudbo, ker tržno najzanimivejše knjige hrani v skladiščih namesto na dragih knjižnih policah, vse tiste knjige iz dolgega repa svoje ponudbe pa sproti naroča od založnikov. Poleg tega je spletna knjigarna odprta 24 ur na dan sedem dni v tednu, v njej pa lahko nakupujejo ljudje s celega sveta (Pečenko 2006, 30).

Pri dolgem repu je resnično izjemna njegova velikost. Če združimo dovolj neuspešnic, s tem pravzaprav ustvarimo trg, ki tekmuje z uspešnicami. Povprečna klasična trgovina Barnes & Noble ponuja okoli 100.000 naslovov. Več kot četrtnina prodanih knjig prek spletne knjigarne Amazon pa so naslovi, ki ne sodijo v 100.000 najbolje prodajanih. Tako ugotovimo, da najbolj uspešna spletna podjetja (Google, Ebay, Netflix, Amazon, Rhapsody) tako ali drugače zaslužijo z dolgim repom, razlaga Chris Anderson (Anderson 2009, 36).

Poglavje zaključujem z dokazom, da se tudi v Sloveniji že nekaj časa srečujemo s pojavom dolgega repa, kar je potrdila Metka Zver (zaposlena pri Mladinski knjigi), ki je povedala, da v Mladinski knjigi pojav dolgega repa poznajo razmeroma že dolgo časa in z njim tudi učinkovito upravljajo. »Pri več kot 60.000 knjižnih naslovih, ki jih ponujamo v naši knjigarni, jih 85 % prodamo v manj kot 10 izvodih na leto,« je v prispevku za revijo Naglas, ki izhaja kot mesečnik Mladinske knjige, povedala Metka Zver. Poleg tega je treba upoštevati, da Andersonova teorija govori predvsem o spletnih trgovinah, ki niso obremenjene s fizičnim prostorom in zato lahko svojo ponudbo širijo brez vseh omejitev. Še vedno pa drži tudi to, »da dobro knjigarno rešujejo velike uspešnice, knjige, ki nam jih uspe prodati v nekaj tisoč izvodih in ki zaradi velike publicitete privabijo številne kupce« (Zver 2010, 3).

3 KNJIŽNO ZALOŽNIŠTVO V SLOVENIJI

Prikaz stanja v knjižnem založništvu ni enostavna naloga. Empiričnih podatkov je malo, marsikateri od tistih, ki so na voljo, so v veliki meri relativni,⁵ saj temeljijo na ne povsem kompatibilnih metodah zbiranja, poleg tega je samo področje kompleksno, na katero vpliva mnogo dejavnikov. Podati celovito sliko slovenskega knjižnega založništva je na tem mestu preobsežna naloga, zato se bom v tem poglavju omejila na ključne značilnosti slovenskega knjižnega založništva, ki določajo to stanje, in so z vidika uporabe novih tehnologij tudi najpomembnejše. Da pa bo analiza stanja v slovenskem založništvu kar se da uporabna in pregledna, so vzporedno predstavljene oblike državne podpore knjigi, ukrepi, s katerimi država posega v področje založništva v Sloveniji in poskuša reševati nekatere najočitnejše probleme. Finančni in statistični podatki so podani v obliki tabel.

Najprej pa si za uvod pogledjmo stanje slovenskega knjižnega založništva, ki ga Miha Kovač poimenuje tudi začarani krog slovenskega knjižnega založništva.

3.1 ZAČARANI KROG SLOVENSKEGA KNJIŽNEGA ZALOŽNIŠTVA

Slovensko založništvo se srečuje s težavami, ki se po eni strani odražajo v vse višjih cenah knjig, po drugi strani pa v vse nižjih nakladah. Slovenija je namreč država, ki sodi po številu letno novo izdanih knjižnih naslovov v sam evropski vrh, medtem ko so povprečne naklade knjig med najnižjimi v Evropi. Razkorak med številom izdanih naslovov in povprečno naklado se odraža tudi v vse nižjih donosih slovenskih založnikov. Vzroke za to gre iskati tako na strani uporabnikov knjig, ki se vse težje odločajo za nakup, kakor tudi v sami dostopnosti knjig in nenazadnje tudi v neoptimalnem (dragem) poslovanju samih založnikov. Posledice vse težavnejšega poslovanja slovenskih založnikov knjig in še posebej založnikov slovenskega leposlovja

⁵ Dejstvo je, da v državah članicah Evropske unije ni enotnih knjižnih statistik. Miha Kovač ugotavlja, da so v velikem številu držav članic te podatke zbirali precej naključno in nenatančno, zaradi česar je nemogoče delati kakršnekoli resne primerjave med njimi. Razlogi za te razlike pa so predvsem zgodovinski, saj je založniška industrija, z njo pa tudi knjižna in bralna kultura, imela v različnih državah različen status in pomen, kar je vplivalo na način, na katerega so zbirali podatke o knjigah in knjižnih založništvih na različnih koncih Evrope in v ZDA (Kovač 2009a, 141).

se odražajo predvsem v krčenju nedonosnih izdaj, vse pa se konča tudi z izstopom založnikov iz dejavnosti in preregistracijo v druge dejavnosti⁶ (Kovač in Žnideršič 2002).

Koncentriranje tržnih subjektov na področju založništva so zaznamovali naslednji dejavniki:

- a) priključitev manjših založb k večjim;
- b) ukinjanje posameznih ne dovolj dobičkonosnih založb;
- c) izstopanje nekdanjih velikih založb iz založniške dejavnosti;
- d) preusmerjanje teh založb na druga poslovna področja;
- e) krepitev založb z izrazito komercialnim programom (Rugelj 2007, 4).

Vendar podatki o relativno slabih nakupovalnih navadah ne pomenijo, da smo Slovenci in Slovenke slabi bralci: v splošnih knjižnicah se je število izposojenih enot med leti 1990 in 1999 več kot podvojilo (iz 7 milijonov na 16 milijonov). To drugače povedano pomeni, da si je povprečen Slovenec leta 2000 izposodil kar 8,5 knjižničnih enot. Miha Kovač je mnenja, da se glede knjig Slovenci obnašajo ekonomsko racionalno: namesto da bi za knjigo plačali več, kot bi želeli ali zmogli, si jo raje zastonj sposodijo v razmeroma dobro delujoči in založeni mreži knjižnic. Tako stanje pa ima svoje dobre in slabe lastnosti. Množična izposoja dokazuje, da ima knjiga v Sloveniji svoje bralce in uporabnike, vendar pa le množična izposoja založnikom na dolgi rok ne prinaša zaslužka. Po besedah Mihe Kovača so slovenski založniki ujeti v svojevrsten začaran krog: upadanje prodaje jim nižajo naklade knjig, zaradi nizkih naklad in razvejanih prodajnih poti poslujejo slovenski založniki z višjimi nabavnimi in s prodajnimi stroški, le-ti jih silijo v dvigovanje cen in v intenziviranje prodajnih aktivnosti, ki pa v primeru, če so neuspešne, zgolj zvišujejo zaposlenost, zmanjšujejo zaslužek in ustvarjajo dodatne pritiske na cene, ki odganjajo kupce v knjižnice (kar še dodatno niža prodane naklade knjig) (Kovač 2002, 60–61).

Takšno je stanje na slovenskem knjižnem trgu. Da bi razumeli, kako na takšno stanje posega država, so v nadaljevanju predstavljene oblike državne pomoči knjigi.

⁶ Založba DZS, ki je bila sredi 90. let drugi največji založnik, je prenehala izdajati splošne knjige in je svojo založniško dejavnost omejila le na učbenike in slovarje (Kovač 2002, 53).

3.2 DRŽAVNA PODPORA KNJIGI

Slovenski knjižni trg je po ekonomskih kriterijih majhen, zato zahteva posebno skrb države do dela založniške produkcije in ustvarjanja.

V Sloveniji so kulturnopolitični cilji na področju knjige osredotočeni na zagotavljanje najboljših pogojev delovanja celotne knjižne verige. Tako so državne podpore deležni avtorji, založniki, knjižnice in knjigarne kot tudi izvajalci programov in projektov s področja razvijanja bralne kulture (Grilc 2007, 12). Po mnenju Uroša Grilca zgolj takšen pristop zagotavlja trajnostni razvoj knjige, v ta namen pa je slovenska kulturna politika razvila različne oblike in inštrumente podpore posameznim členom verige knjige.

3.2.1 OBLIKE PODPORE IN FINANCIRANJE PODROČJA KNJIGE

Glede na obstoječe stanje na področju knjige se izvajajo različni ukrepi državne podpore. Državno podporo knjigi lahko razdelimo v tri sklope.

- a) Država posamezne segmente, ki se skladajo z javnim interesom na različnih področjih (kultura, šolstvo, znanost idr.), podpira z različnimi **oblikami neposrednih podpor**.
- b) Država neposredno podpira založniško panogo s **priznavanjem nižje, 8,5 % stopnje DDV-ja na knjigo**.⁷
- c) Država posredno podpira založniško panogo z **odkupi knjig in drugega knjižničnega gradiva za knjižnice** (Grilc 2006, 63–64).

Neposredne oblike podpore knjigi, ki jih izvaja Ministrstvo za kulturo, se nanašajo na:

- izdajanje knjig s področja leposlovja in humanistike,
- izdajanje leposlovnih knjig za otroke in mladino,
- izdajanje revij s področja leposlovja, kulture in humanistike,

⁷ Ta način podpore je značilen za praktično vse evropske države z izjemo Slovaške (19 %), Danske (25 %) in Rusije, kjer so knjige obdavčene po običajni, višji stopnji DDV, in pa države Anglija, Irska, Poljska, Norveška in Hrvaška, kjer je stopnja DDV na knjigo 0 %. Španija in Malta sta svojo prejšnjo ničelno stopnjo dvignili na 4 oz. 5 %, sedem novih članic EU ima knjigo obdavčeno s 5 %. Španija, Francija in Italija imajo za obdavčevanje dve različni stopnji.

- izdajanje otroških in mladinskih revij s kulturnimi vsebinami,
- zahtevnejše večletne knjižne projekte,
- mednarodno dejavnost na področju založništva (sejmi, izmenjave, konference),
- prevajanje del slovenskih avtorjev v tuje jezike,
- literarne festivale,
- razvijanje bralne kulture,
- izvirno slovensko slikanico (»Rastem s knjigo«),
- izvirno mladinsko leposlovje (»Rastem s knjigo«),
- razvoj knjigarniške mreže,
- nacionalno promocijo slovenskega leposlovja in humanistike na knjižnih sejmih v Bologni, Leipzigu in Frankfurtu,
- avtorje in prevajalce s področja leposlovja in humanistike (delovne štipendije),
- knjižnično nadomestilo,
- izobraževanje na področju knjige (Grilc 2007, 12–13).

Podpora založniške dejavnosti je postala del sheme državnih pomoči v letu 2003. V Tabeli 3.1. so zbrani podatki za sredstva, ki jih je Ministrstvo za kulturo namenilo za knjigo med leti 2003 in 2007.

Tabela 3.1: Vsa sredstva Ministrstva za kulturo za knjigo – v EUR

	2003	2004	2005	2006	2007
Založniške postavke	3.134.130,36	4.567.167,23	4.632.743,90	4.959.602,66	5.089.778,00
Ostale postavke	814.339,36	938.573,36	1.141.095,49	1.217.217,49	1.669.367,68
Skupaj	3.948.469,72	5.505.740,58	5.773.839,39	6.176.828,52	6.761.152,68

Vir: Ministrstvo za kulturo (2008b, 98).

3.3 ZNAČILNOSTI SLOVENSKEGA KNJIŽNEGA ZALOŽNIŠTVA

Dejansko stanje na področju knjige v Sloveniji danes zaznamujejo naslednje značilnosti:

- velik obseg knjižne produkcije,
- velik obseg knjižne produkcije, ki je v javnem interesu,
- nizke naklade izdanih knjig,
- razpršenost producentov,
- dobro razvita mreža splošnih knjižnic,
- visoka izposoja knjig v splošnih knjižnicah,
- nizka potrošnja za knjige,
- slabo razvita mreža knjigarn,
- nizek delež prodanih knjig v knjigarnah,
- nepovezanost akterjev, ki delujejo na področju knjige (avtorjev, založnikov, knjižnic, knjigarn) (Ministrstvo za kulturo 2008a).

To so značilnosti, s katerimi lahko opišemo slovenski knjižni trg. V nadaljevanju so poleg teh značilnosti, ki pomenijo določeno prednost ali slabost slovenskega knjižnega trga, predstavljeni podporni ukrepi Ministrstva za kulturo, ki se nanašajo na neposredno državno podporo področju. Podatki so pridobljeni iz končnih poročil izvajalcev javnih kulturnih programov in izvajalcev kulturnih projektov, poročil Ministrstva za kulturo in Statističnega urada Republike Slovenije.

3.3.1 SLOVENSKA ZALOŽNIŠKA PRODUKCIJA

Prva značilnost slovenskega knjižnega trga je izredno visoko število izdanih knjižnih naslovov. A trend vse večjega števila tiskanih knjig ni le slovenska posebnost, temveč globalni svetovni trend. Gabriel Zaid v svoji knjigi *Toliko knjig* navaja podatek, da je med letoma 1950 in 2000 na svetu izšlo več kot 36 milijonov knjižnih naslovov, kar je v povprečju 4000 knjižnih naslovov na dan (število izdanih naslovov na svetu od leta 1950 do leta 2000 se povečalo z 250.000 na en milijon) (Zaid 2006, 17). Po zaslugi Statističnega urada pa vemo, da se je tudi pri nas število izdanih naslovov zelo povečalo: leta 1950 je izšlo 509 knjižnih naslovov, leta 2007 pa že desetkrat več, 5129 knjižnih naslovov (glej Tabelo 3.2).

Tak razvoj je šel seveda skupaj z globljimi družbenimi procesi, povezanimi s širjenjem izobrazbe in povečevanjem pomena znanja v sodobni družbi ter z razvojem megaknjigarn (Kovač 2007b, 24). Čeprav vsaj doslej v nobeni od razvitih držav še ni bila opravljena korenita sociološka analiza, ki bi pojasnila družbene razloge za razcvet izdajanja novih knjižnih naslovov, pa velja v založniških krogih skoraj soglasje, da so te trende v veliki meri spodbudile tehnološke spremembe, ki so omogočile bistveno enostavnejšo in cenejšo izdelavo knjige. Hkrati pa je velika večina založnikov prepričana, da bodo z več izdanimi knjižnimi naslovi bolj razpršili in s tem zmanjšali tveganje, poleg tega pa obstaja tudi večja verjetnost, da se bo med njimi skrivala tudi kakšna uspešnica (Dessauer v Kovač 2005b, 12). Ta preskok z relativno majhnega števila novo izdanih knjig z nizkimi nakladami je bil možen, ker se je tiskarska tehnologija razvijala tako, da so bili fiksni stroški vedno nižji.

Tabela 3.2: Število izdanih knjig in brošur 2003–2009

Leto	Število izdanih knjig in brošur
2003	4534
2004	4460
2005	4563
2006	3960
2007	5129
2008	6358
2009	6485

Vir: Ministrstvo za kulturo (2008b, 90; 2010, 57).

Število izdanih naslovov se skozi vsa leta povečuje. Založniki in drugi poslovni subjekti so v letu 2007 izdali 5129 naslovov knjig in brošur, v letu 2008 pa 6358, kar je bilo za četrtno več kot prejšnje leto. V letu 2009 je po podatkih Narodne in univerzitetne knjižnice izšlo 5012 knjig in 1473 brošur, skupno torej 6485 knjig in brošur, kar še vedno potrjuje trend naraščanja števila izdanih knjig.

Povečalo se je tudi število izvodov izdanih knjig. Statistični urad Republike Slovenije je v statističnih informacijah objavil naslednje podatke za naklado knjig v letih 2007 in

2008: v letu 2007 je bilo izdanih 5,2 milijona izvodov, v letu 2008 pa 6,7 milijona izvodov ali skoraj za tretjino več kot v letu 2007 (glej Tabelo 3.3).

Tabela 3.3: Število naslovov knjig in naklada knjig (leti 2007 in 2008)

	2007		2008	
	Naklada knjig	Število naslovov knjig	Naklada knjig	Število naslovov knjig
Skupina UDK - SKUPAJ	5.167.810	3.067	6.753.238	3.813

Vir: Statistični urad Republike Slovenije (2009).

Največja slovenska založba Mladinska knjiga je v letu 2009 izdala 492 knjižnih enot (316 novih izdaj in 176 ponatisov) v skupni nakladi 1,4 milijona izvodov. Cankarjeva založba je izdala 56 knjižnih enot (49 novih izdaj in 6 ponatisov) v skupni nakladi 96.977 izvodov (Mladinska knjiga 2009, 37).

Maja Breznik ugotavlja, da se slovenski založniki odločajo za programe, ki jih je lažje in predvsem ceneje tržiti oz. kjer je povpraševanje bolj ali manj zagotovljeno že vnaprej, kot so denimo učbeniki. Podatki iz raziskave *Bralne kulture v novih razmerah založniške produkcije*, ki je potekala v okviru Mirovnega inštituta iz Ljubljane med letoma 2001 in 2003, kažejo, da se slovenski založniki najraje odločajo za program knjig za otroke in mladino, program šolskih učbenikov, atlasov in leksikonov ter poljudnih priročnikov (Breznik 2005, 47).

Država z različnimi podpornimi mehanizmi skuša vzpostaviti prijaznejše družbeno okolje tudi za manj komercialno, družbeno pomembno knjižno produkcijo, a nima veliko vpliva na poslovno politiko tržno naravnanih založnikov in knjigarnarjev, ki se na svoj način prilagajajo zahtevam trga ter si s tem zagotavljajo obstoj na njem (Rugelj 2007, 8).

Čeprav se založniki pogosto pritožujejo nad dodeljenimi sredstvi, se sredstva nominalno povečujejo, kar omogoča tudi vedno višje število izdanih sofinanciranih knjig in revij, kar prikazuje Tabela 3.4. Podatki se nanašajo na število sofinanciranih

knjižnih naslovov in revij s postavke založništvo in delež vseh sofinanciranih knjig med vsemi izdanimi knjigami.

Tabela 3.4: Sofinancirane knjige in revije

Sofinancirane knjige in revije	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Število sofinanciranih knjižnih naslovov s postavke založništvo	313	335	321	347	325	383	398
Število sofinanciranih revij s postavke založništvo	43	46	45	46	50	47	50
Delež sofinanciranih knjig med vsemi izdanimi knjigami v %	6,9	7,5	8,2	10,9	7,2	8,99	7,94

Vir: Ministrstvo za kulturo (2007, 79; 2010, 58).

Rezultati sofinanciranja v letu 2009 kažejo, da so bili na področju založništva glede na pretekla leta doseženi dolgoročni cilji o številu sofinanciranih knjig. Število sofinanciranih knjig s strani Ministrstva za kulturo se vseskozi povečuje, medtem ko je bilo leta 1996 sofinanciranih 213 knjižnih naslovov, je ta številka v letu 2009 narasla na 398.

Posebno skrb pa mora Ministrstvo za kulturo namenjati tudi ohranitvi že do sedaj precej nizkih naklad sofinanciranih knjig. Podpora knjižni in revijalni produkciji s področij leposlovja in humanistike zavzema največji delež znotraj podpore na področju knjige. Cilj Nacionalnega programa za kulturo 2004–2007 je bil zvišati povprečno naklado knjig s 500 leta 2002 na povprečno 650 leta 2007, kar jim je tudi uspelo.

Tabela 3.5: Naklade sofinanciranih knjig

Naklade sofinanciranih knjig	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Povprečna naklada sofinancirane knjige	605	621	619	663	669	664	650

Vir: Ministrstvo za kulturo (2008b, 93; 2010, 58).

Iz raziskave *Bralne kulture v novih razmerah založniške produkcije* je razvidna tudi ocena državne subvencije na področju založništva s primerjavo subvencioniranih in nesubvencioniranih naslovov. Maja Breznik podaja ugotovitev primerjave, »da državne subvencije knjižnih naslovov ne posegajo v »naravno ravnovesje« založniškega trga, temveč le omogočajo, da se zahtevnejša dela sploh objavljajo, ker »založniška industrija« ni sposobna prevzeti tveganja za tovrstno založništvo« (Breznik 2003, 23). Tako subvencija dejansko omogoča le, da naslovi iz subvencioniranega programa sploh izidejo, ugotovili pa so tudi, da je prodajna uspešnost subvencioniranih in nesubvencioniranih naslovov primerljiva, kar spodbija pogosto stališče, da se subvencionirane knjige tiskajo za skladišča (Breznik 2003, 42).

Novo tehnološko rešitev predstavlja tehnologija tiska na zahtevo, ki bo lahko v veliko pomoč založnikom pri odločitvah o nakladi, saj omogoča, da knjige, shranjene v elektronski obliki, niso nikoli razprodane (več o sami tehnologiji, prednostih in slabostih v poglavju 4.1).

3.3.2 KNJIŽNIČNA MREŽA IN IZPOSOJA

V Sloveniji imamo izredno dobro razvito in razvejano mrežo splošnih knjižnic. V letu 2007 smo imeli poleg Narodne in univerzitetne knjižnice (NUK) v Ljubljani tudi 64 visokošolskih, 145 specialnih, 61 splošnih knjižnic in 631 šolskih knjižnic (Može in Svetlin Kastelic 2010).

Prva prednost knjižnic pred knjigarnami je, da so knjižnice na voljo tudi v tistih krajih, kjer ni nikakršnih možnosti za preživetje knjigarne. Knjižnice pa imajo še eno veliko prednost, knjižnično gradivo posojajo za določen čas, vendar brezplačno, obiskovalcem računajo samo vpisnino in članarino. Naslednja tabela prikazuje številčne podatke o obisku, številu članov in izposoji v knjižnicah (NUK, visokošolske oz. univerzitetne in splošne), za obdobje od leta 1995 do leta 2007.

Tabela 3.6: Gibanje: obisk, člani in izposoja v slovenskih knjižnicah 1995–2007**Narodna in univerzitetna knjižnica (NUK)**

	Obisk (1000)	Člani, uporabniki (1000)	Izposoja (1000 enot)
1995	228	-	236
2000	175	11	241
2003	190	13	361
2004	207	13	419
2005	219	14	530
2006	226	14	569
2007	212	13	325

Visokošolske oz. univerzitetne knjižnice

	Obisk (1000)	Člani, uporabniki (1000)	Izposoja (1000 enot)
1995	1003	-	2092
2000	1708	133	3191
2003	1856	199	3812
2004	1726	162	2862
2005	1596	151	2264
2006	2449	177	2879
2007	2383	132	2676

Splošne knjižnice

	Obisk (1000)	Člani, uporabniki (1000)	Izposoja (1000 enot)
1995	5352	427	12812
2000	7423	492	19351
2003	8493	505	18701
2004	8869	532	20411
2005	8925	515	20888
2006	9191	539	24880
2007	9572	526	25644

Vir: Statistični urad Republike Slovenije (2010).

V letih med 1995 in 2007 je izposoja v slovenskih splošnih knjižnicah vztrajno rasla. Miha Kovač navaja podatke, da si je v letu 2007 dobrega pol milijona članov slovenskih splošnih knjižnic sposodilo 24 milijonov knjižničnih enot. Če bi vse izposojene knjige obiskovalci knjižnic tudi zares prebrali, bi to pomenilo, da bi povprečni prebivalec

Slovenije prebral skoraj 12 knjig, povprečni član knjižnice pa kar 48.⁸ Vendar je raziskava, ki jo je leta 2006 objavil Eurobarometer, pokazala precej drugačno sliko. V Sloveniji je le 37 % ljudi prebralo več kot 5 knjig na leto (Kovač 2009a, 16). Miha Kovač meni, da tako visoko število knjižničnih izposoj najbrž pomeni, da knjižnični obiskovalci po izposojenem gradivu »brkljajo« podobno kot po spletu, v zelo malo tistega, kar si sposodijo, pa se zares poglobijo (Kovač 2009a, 16). Tudi Maja Breznik opozarja, da se pri pretiranem poudarjanju kvantitativnih podatkov pozablja na dejstvo, da z nakupom ali izposojajo knjige v knjižnici same knjige še nismo prebrali (Breznik 2005, 29).

Evropske statistike opozarjajo, da so vsaj v Evropski uniji prihodkovno praviloma bolj uspešne tiste založniške industrije, ki delujejo v državah z nizko knjižnično izposojjo, hkrati pa opozarjajo še na podatke, da so v Evropi knjižnične izposoje v majhnih jezikovnih skupnostih praviloma višje kot v velikih. Seveda pa je popolnoma nesmiselno, če bi prodajo knjig v Sloveniji skušali zviševati tako, da bi zniževali knjižnično izposojjo. Cene knjig bi ostajale visoke, saj bi zaradi nerazvitih distribucijskih kanalov tudi trg poceni knjig še naprej ostal nerazvit. V Sloveniji bi tako veljalo, po mnenju Mihe Kovača in Teje Zorko, razmišljati predvsem o razmerju med prodajo in izposojjo knjig na način, ki bi koristil vsem udeležencem v knjižni verigi (Zorko in Kovač 2006, 99–100).⁹

Za slovenske založbe so knjižnice izredno pomemben kupec njihovih proizvodov, zato svojo poslovno in cenovno politiko velikokrat pogosto prilagajajo prav tem izredno pomembnim kupcem (Gregorin 2006, 113). Knjižnice tako založnikom predstavljajo zanesljivega in rednega plačnika, ki je po besedah Sama Ruglja »na knjižnem trgu vreden suhega zlata«. Vendar pa se, zaradi vse manjših državnih subvencij, tudi število

⁸ Najvišjo izposojjo v splošnih knjižnicah dosegajo skandinavske države z 10–12 izposojami na prebivalca na leto ter državi Nizozemska in Velika Britanija. Države z najnižjo izposojjo knjig v splošnih knjižnicah so: Italija, Grčija, Portugalska in Španija, tudi z manj kot eno izposojjo na prebivalca na leto (Publishing Market Watch 2004, 36).

⁹ Razmislek o tem, ali bi bilo možno aplicirati knjigotrško dejavnost na obstoječo dobro razvito knjižnično mrežo tako, da bi prineslo koristi obema stranema, sta avtorja Miha Kovač in Teja Zorko predstavila v dveh prispevkih za revijo Knjižnica z naslovom *Aktualne povezave med knjižnično in knjigotrško dejavnostjo s pregledom razvoja javnih knjižnic* ter v prispevku *Začaran krog slovenske porabe knjige in potencialna vloga splošnih knjižnic pri njegovem razreševanju*.

s strani knjižnic odkupljenih knjig v zadnjih letih vse bolj zmanjšuje. To je založnike vodilo k temu, da so z leti cene knjig le še bolj poviševali. Splošne knjižnice so primerljive naslove pred leti odkupovale v petstotih izvodih, danes jih odkupijo le še okoli dvesto do tristo izvodov (Rugelj 2005, 103–104).

Podatki o knjižničnih izposojah pričajo o pomenu in vlogi knjige v slovenski kulturi. O tem, kakšne možnosti imajo pri tem e-knjige in e-bralniki, kakšna tehnologija sploh so e-bralniki in e-knjige ter kako je z uvajanjem le-teh v Sloveniji, sledi več v poglavju 4.2.

3.3.3 NIZKA POTROŠNJA ZA KNJIGE

Najpomembnejši prodajni trg za slovenske založnike je domači trg. S prodajo knjig in ostalih proizvodov na domačem trgu ustvarijo več kot 96 % čiste realizacije. Za založnike knjig je domači trg najpomembnejši in pravzaprav edini prodajni trg (specifika jezika). V letu 2000 in tudi v 2001 so založniki s prodajo na tujih trgih ustvarili manj kot 4 % celotne prodaje (Kovač in Žnideršič 2002, B30).

Po podatkih ankete o porabi v gospodinjstvih je v letu 2007 slovensko gospodinjstvo porabilo za nakup knjig povprečno okrog 40 EUR, kar je precej nizek znesek, pomeni približno 15 EUR na člana gospodinjstva (Može in Svetlin Kastelic 2010). Podatek o povprečnem znesku, ki ga gospodinjstvo porabi za knjigo, je nizek deloma tudi zato, ker imamo v Sloveniji zelo dobro razvito knjižnično mrežo s številnimi knjižnicami, ki beležijo visoko število knjižničnih izposoj. Danes je ponudba knjig na slovenskem knjižnem trgu z vidika cenovne dostopnosti bistveno bolj uravnotežena, saj se je v zadnjih letih na trgu pojavilo več zbirk žepnih knjig različnih založb. Te so pomenile novost na slovenskem knjižnem trgu ne le v produkcijskem smislu, temveč tudi v smislu dostopnosti knjige na doslej zanjo nedostopnih prodajnih mestih. Eden izmed vzrokov za nizko raven potrošnje knjig v Sloveniji je tudi neenakomerna dostopnost knjige na celotnem območju Slovenije, kar je posledica slabo razvite knjigarniške mreže (Grilc 2007, 66).

3.3.4 SLABO RAZVITA KNJIGARNIŠKA MREŽA

Razlogov za slabo razvito knjigarniško mrežo in sedanje stanje v knjigarniški prodaji je več. Najdemo jih lahko v specifični zgodovini slovenskega založništva, nekaterih demografskih značilnostih Slovenije in položaju slovenskega založništva, ki posledično vpliva na poslovno politiko slovenskih založb.

Zahtevnejšo in aktualno produkcijo s področja leposlovja in humanistike je mogoče najti v knjigarnah v 8-ih slovenskih krajih nad 5000 prebivalci. Kolikor toliko široko ponudbo knjig pa je mogoče zaslediti v 44-ih krajih od skupaj stotih, ki štejejo nad 5000 prebivalcev (Grilc 2006, 62).

V začetku šestdesetih let se je v Sloveniji razvila zastopniška prodaja knjig, v sedemdesetih letih pa so začeli delovati knjižni klubi, zaradi česar se je delovanje slovenske založniške industrije pomembno ločilo od načina njenega delovanja v ostalih socialističnih državah. Zastopniška prodaja se je v socialistični Sloveniji naglo razvijala tudi zato, ker ni bila dovoljena na drugih področjih (Kovač 2002, 56).¹⁰

Med razlogi, zaradi katerih je v Sloveniji postala pomembna direktna prodaja knjig, je tudi struktura poseljenosti Slovenije, ki je izrazito nenaklonjena knjigarniški prodaji. Tovrstna poseljenost je poleg zastopniške vplivala tudi na razvoj klubske prodaje knjig. Knjižni klub je po nastanku v sedemdesetih letih hitro dosegel in presegel število 100.000 članov (Žnideršič v Kovač 2002, 57). Glede na to, da dobršen del prebivalcev živi predaleč od knjigarn, je založniška industrija na to reagirala racionalno in inventivno, saj je s pomočjo zastopnikov ali pa knjižnega kluba vsem tem ljudem knjižno ponudbo tako rekoč prinesla na dom (Kovač 2002, 57).

Uroš Grilc poudarja, da sama narava knjige, kot posebnega kulturnega produkta, zahteva razvijanje tudi drugih prodajnih poti (knjižni klubi, akviziterstvo, internet ipd.), vendar so te poti le dopolnilo in ne morejo nadomestiti knjigarniške mreže kot temeljne infrastrukture za približanje knjig potencialnim potrošnikom. To dokazujejo

¹⁰ Zastopniška prodaja je za založnika najbolj učinkovita takrat, kadar ponuja razmeroma drage knjige, stroške potnika in strošek prodaje je namreč treba pokriti iz maloprodajne cene knjige. Za ta tip prodaje je značilno, da se proda veliko knjig, a hkrati malo naslovov.

najbolj razviti knjižni trgi, ki imajo za svojo trdno osnovo in temelj razvoja panoge razvejano knjigarniško mrežo, ki jo države na različne načine podpirajo (Francija, Danska, Norveška, Finska). Po podatkih Ministrstva za kulturo je v obdobju 2003–2005 narasel delež prodanih knjig v knjigarnah na nekaj več kot 30 %, a ta delež je še vedno občutno prenizek in ne zagotavlja pogojev za trajnostni razvoj panoge (glej Tabelo 3.7). Dejstvo je, »da tako razvita knjigarniška mreža ne more zagotoviti enakomerne dostopnosti knjige na celotnem območju Slovenije, prav od razvoja in kvalitete rasti knjigarniške mreže pa bo v prihodnje najbolj odvisna konkurenčnost slovenskih založnikov« (Grilc 2006, 62).

Tabela 3.7: Prodaja knjig v knjigarnah

	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Delež vseh knjig, prodanih v knjigarnah v %	24,4	30,1	31,4	37	36,1	37

Vir: Ministrstvo za kulturo (2007, 80; 2009, 58).

Uvedba ciljne podpore razvoju knjigarniške mreže je strateško eden najpomembnejših ciljev kulturne politike na področju knjige. Spodbujanje razvoja knjigarniške mreže od leta 2003 ciljno podpira Ministrstvo za kulturo, pri čemer se omejuje izključno na tiste projekte in programe knjigarn, ki segajo na področje kulture in umetnosti, književnosti in humanistike ter bralne kulture. Želi podpirati »dobre knjigarne« kot kulturna središča, ki soustvarjajo lokalno kulturno ponudbo. Z vidika doseganja učinkov sofinanciranja knjigarn je ključni cilj zvišanje prodaje knjig v knjigarnah, saj je to najcenejši način prodaje. Pogoji za sofinanciranje od knjigarn zahtevajo ustrezno zastopanost slovenskih založb ter raznoliko založniško in revijalno produkcijo. V letu 2004 je bila v proračunu oblikovana posebna proračunska postavka, namenjena izključno knjigarniški mreži. Po prepričanju Uroša Grilca uvedba državne podpore knjigarnam »nedvomno prinaša pomemben kvalitativni premik v slovenski kulturni politiki, ki je po zgledu nekaterih progresivnih kulturnih politik evropskih držav naravnana k spodbujanju potrošnje za knjige kot nepogrešljivega dela spodbujanja bralne kulture« (Grilc 2007, 43).

Tabela 3.8: Učinki sofinanciranja knjigarn

Knjigarniška mreža	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Regionalna pokritost: število mestnih občin, v katerih delujejo sofinancirane knjigarne	5	6	6	4	6	6	7
Število sofinanciranih knjigarn	12	23	26	27	26	21	19

Vir: Grilc (2007, 48); Ministrstvo za kulturo (2008b, 91; 2010, 58).

Javna agencija za knjigo je leta 2009 s posebnim razpisom podprla razvoj knjigarniške mreže oz. delovanje knjigarn za razvijanje bralne kulture in literarnih prireditev, katerih cilj je bil povečati dostopnost in zanimanje za knjigo po vsej Sloveniji. Pogoje in kriterije za sofinanciranje knjigarn je izpolnilo 19 knjigarn, kar je manj kot leta 2008 in precej manj kot leta 2007. Število podprtih »dobrih knjigarn« iz leta 2006 in 2007 je pokazalo, da je prišlo do neke kritične meje, saj si večjega števila (kot sta pokazali leti 2006 in 2007) ne moremo obetati (Ministrstvo za kulturo 2008b).

Dolgoročni cilj kulturne politike je spodbuda trajnemu razvoju knjigarniške mreže kot pomembnemu delu kulturne infrastrukture ter oblikovanje regijsko enakomerno razvite mreže knjigarn s kvalitetno ponudbo, knjigarn z ustreznimi programi promocije knjig in bralne kulture ter knjigarn, ki zagotavljajo dostop do raznovrstne založniške produkcije (Grilc 2007, 50–51). Ministrstvo za kulturo že nekaj časa financira knjižne programe nekomercialnih založb po principu sofinanciranja posameznih knjižnih zbirk (poleg projektnih razpisov za posamezne knjige), kar je po mnenju Sama Ruglja precejšen napredek glede na minulo obdobje, ko so financirali predvsem posamezne naslove. Koncept ministrstva sloni predvsem na sofinanciranju produkcije knjig (avtorskih oz. prevajalskih honorarjev, stroškov plačevanja avtorskih pravic za prevode, lektura, oblikovanje in tisk), le v manjši meri pa subvencije pokrivajo t. i. infrastrukturne stroške (stroški delovne sile (uredniške in druge), delovnih prostorov, stroški funkcioniranja založniškega podjetja in stroški izdajanja knjig) (Rugelj 2007, 3).

Samo Rugelj meni, da je državno financiranje knjig v zadnjih petnajstih letih doseglo velik napredek pri spreminjanju tega področja v moderno urejeno kulturno dejavnost,

a se hkrati nekaterih strateških področij založništva, kot so konkretnejše spremljanje učinkov porabe proračunskih sredstev za založništvo, resnejše prevetritve kriterijev za razdeljevanje sredstev in tesnejše težnje k optimizaciji delovanje proračunskih sredstev, še ni lotilo (Rugelj 2007, 7).

Ustanovitev Javne agencije za knjigo (v nadaljevanju JAK) je pomenila pomemben korak v smeri vsebinsko bolj preiščenega in učinkovitega pristopa h knjigi z vidika državne politike, ki postavlja trdnjše temelje za prihodnji razvoj slovenske knjige. JAK je bila ustanovljena tudi z vidika preglednejšega izvajanja postopkov financiranja, saj bo odslej skrbela za javnosti dostopne podatke o vseh državnih podporah na področju knjige, ki se izvajajo v Sloveniji, in podatke o tujih virih financiranja¹¹ (Zakon o javni agenciji za knjigo 2007).

Navedene značilnosti slovenskega knjižnega trga potrjujejo, da ima slovenska knjiga temelje, ki predstavljajo stabilno podlago za njen razvoj. Med prednosti lahko vsekakor štejemo bogato in množično produkcijo, visoko knjižnično izposajo, državno pomoč knjigi ter vlogo in mesto knjige v slovenski kulturi. Obenem pa ostajajo nekatere slabosti, na katere morajo biti v prihodnje pozorni tako akterji na knjižnem trgu kot tudi vladna politika do knjige (slaba potrošnja za knjige, nizke naklade, neenakomerna dostopnost knjige v knjigarnah, primanjkljaj dobrih knjigarn), pri čemer pa jim bodo lahko v pomoč nove tehnologije. Slovenski založniki bi lahko z vpeljavo tehnologije tiska na zahtevo izkoristili bogato produkcijo, z nižjimi cenami knjig bi privabili več kupcev ter s tem spremenili trend nizke potrošnje za knjige. E-knjige in e-bralniki pomenijo novo možnost branja in nove poglede na tiskano knjigo, zato je naslednje poglavje v celoti namenjeno predstavitvi novih tehnologij, ki so že spremenile delovanje globalnega knjižnega trga in ki bodo v prihodnje zaznamovale tudi delovanje knjižnega založništva v Sloveniji.

¹¹ Slavko Pregl v *Programu dela in finančnega načrta Javne agencije za knjigo za leto 2010* navaja jasne cilje, da bodo v sodelovanju z ustreznimi raziskovalnimi in izobraževalnimi institucijami oblikovali bazo podatkov, pri kateri bo šlo za analize učinkovitosti dosedanjih državnih vlaganj v knjigo v javnem interesu, analize smotrnosti, strokovnosti in preglednosti procedur pri dodeljevanju javnih sredstev, analize in ugotavljanja dejanskega položaja avtorjev, založništva, knjižne distribucije in nakupov ter analize strukture vseh segmentov knjižnega trga.

4 NOVE DIGITALNE TEHNOLOGIJE - DIGITALNA PRIHODNOST KNJIGE

Pojav digitalne tehnologije je v temelju spremenil sam način izdelave tiskane knjige, ki sicer v svoji petstoletni zgodovini ni doživela veliko revolucij. Sam tiskarski postopek se v prvih tristo letih po izumu tiska ni bistveno spremenil. S pojavom parnega tiskarskega stroja se je začel tehnološki razvoj, ki je knjigo pomanjšal in razmnožil, tako da je omogočil tiskanje enako obsežnih vsebin v manjšem formatu in s tem knjigo spremenil v množični medij. Procesi njene produkcije in trženja so se v celoti digitalizirali. Digitalna tehnologija je radikalno zmanjšala fiksne stroške, saj je postalo ekonomsko možno posamezni knjižni naslov natisniti v enem izvodu naklade (Kovač 2007a, 12). Zaradi strukture tiskarskih stroškov je še sredi osemdesetih let prejšnjega stoletja veljalo, da se knjig ne splača tiskati v manj kot 1500 izvodih naklade, danes pa je digitalna tehnologija tako radikalno zmanjšala fiksne stroške, da je postalo ekonomsko možno posamezni knjižni naslov natisniti v enem samem izvodu naklade, medtem ko so naklade 500 izvodov postale nekaj povsem običajnega (Kovač 2007b, 24).

Izjemno pomembno inovacijo je prinesel izum tiska po naročilu, ki omogoča produkcijo knjig v izjemno majhnih nakladah, po tako nizki ceni na izvod, kot jo je pri klasični tiskarski tehnologiji mogoče doseči šele z naklado nekaj tisoč izvodov. Tako je ne samo v teorijo, ampak tudi v prakso stopila druga revolucija na področju knjig: digitalna revolucija.

4.1 TEHNOLOGIJA TISKA NA ZAHTEVO

Ena od težav pri prodaji knjig je, da se večina naslovov proda le v nekaj izvodih. Če se prodajajo v tako nizkih številkah, se trgovci sprašujejo o smiselnosti zaloge. Trgovci namreč potrebujejo učinkovit in ekonomsko vzdržen način prodaje in skladiščenja knjig, ki se prodajo le v nekaj izvodih letno. Amazonova rešitev je bila tiskanje po naročilu. V idealnem svetu knjige ostanejo v digitalni obliki, dokler jih nekdo ne kupi, takrat jih natisnejo na laserskem računalniku in so videti kot povsem običajne knjige z mehкими platnicami. Stroški produkcije in skladiščenja knjige, ki je natisnjena po naročilu in se nikoli ne proda, so tako ničelni. Za knjigarnarje to pomeni, da ne bodo razmišljali o tem, katere knjige bi prodali prek tiskanja po naročilu in katerih ne, saj tudi stroškov napak v zvezi s to odločitvijo tako rekoč ne bo. Takšna je idealna oblika.

Trenutna resničnost pa je, da večino knjig po naročilu natisnejo povrh inventarja z majhnimi nakladami v višini nekaj sto izvodov. Toda zaradi vse cenejše tehnologije se ta številka vse bolj približuje idealizirani obliki enega izvoda (Anderson 2009, 110).

Tehnologija tiska po naročilu predstavlja uspešen odgovor na številne ovire, ki jih doživljajo založniki, pa naj si bo to pomanjkanje kapitala, slaba knjigarniška mreža, majhno jezikovno področje, visoki stroški pri majhnih nakladah ali vračanje neprodanih izvodov knjig založnikom. Tehnologija tiska na zahtevo ponuja tehnično rešitev, ki omogoča tiskanje knjig kjer koli in kadar koli je to potrebno (Curman 2000, 3–6).

Leta 2000 je pomenil tisk na zahtevo po oceni Giuseppea Vitiella morda le 0,1 % založniške produkcije ali celo manj, vendar število knjig, natisnjenih na zahtevo, vztrajno narašča. Giuseppe Vitiello meni, da tehnologija tiska na zahtevo ni le tehnološki dosežek, ampak tudi kulturni in politični dosežek. Za manjše jezikovne in kulturne skupine je revolucionaren zato, ker podira nacionalne meje in omogoča manjšim, neznanim avtorjem, da izdajo svojo knjigo z relativno malo denarja. Zagotavlja preživetje akademskega založništva. Spodbuja dialog in medkulturno izmenjavo ter svobodo izražanja. Predstavlja možnost za prodor tujih jezikov na anglosaški trg, ki je eden najbolj samozadostnih na svetu, kjer prevedene knjige predstavljajo le 2 % vseh izdanih knjig (Vitiello 2000, 5–7; Epstein 2010). Z drugimi besedami tehnologija tiska na zahtevo tako ponuja možnosti za živahnejši in bolj diferenciran knjižni trg.

Eno prvih tovrstnih povezav sta vzpostavila največji svetovni spletni trgovec s knjigami Amazon in ameriško-britansko podjetje za tisk na zahtevo Lightning Source¹² (Alexander 2008, 9). Sistem deluje precej enostavno: kupec v Googlovem sistemu najde knjigo, jo naroči pri enem izmed spletnih trgovcev, ta pa naročilo preusmeri v tiskarno, kjer tiskajo na zahtevo. Ko natisnejo želeni izvod knjige, jo posredujejo spletnemu trgovcu, ta pa poskrbi, da knjiga pride do kupca. Slednji plača knjigo trgovcu, ta pa potem po dogovorjenem razmerju denar razdeli med založnika in ostale posrednike (Kovač 2009a, 106). Nekaj težav še vedno povzroča distribucija: pri nakupu

¹² Podjetje Lightning Source je leta 2008 natisnilo preko milijon izvodov knjig na mesec, povprečna naklada je bila 1.8 knjige (Alexander 2008, 11).

v spletni knjigarni kupec dobi knjigo po pošti, kar še vedno traja nekaj dni, če pa ga takrat, ko pride poštar, ni doma, mora ponjo na pošto. Dodatna težava ostaja, vsaj za nekatere tudi plačilo s kreditno kartico po spletu, saj kar nekaj kupcev tej obliki poslovanje še vedno ne zaupa (Kovač 2009a, 107).

Toda potencial tiskanja po naročilu je izjemen in to ne samo za knjige, ki se običajno prodajo v nekaj izvodih. Največji stroški za založnika so stroški vračanja knjig iz knjigarn, ki jih prostovoljno prevzamejo kot del običajne prakse v tej industriji. Knjigarne namenoma naročijo preveč knjig, da bi zagotovile dovolj izvodov, preden bi pred ponatisom pošli; ker pa stroške vračanja neprodanih izvodov prevzamejo založniki, knjigarnarji z naročanjem več izvodov, kot jih potrebujejo, ne tvegajo veliko. A če bi vedeli, da bi pred naslednjim ponatisom povpraševanju lahko zadostili z majhnimi naročili prek tiskanja po naročilu, bi morda naročili le toliko izvodov, kot jih dejansko potrebujejo, s čimer bi se stroški vračanja občutno znižali (Anderson 2009, 111).

Slavko Pregl je navedel podatek, da pri nas mnogi založniki prodajo v treh letih manj kot 20 % naklade, »kar nam daje namige o tem, kako se v takih primerih posluževati novih pristopov, kakršna je tehnologija tiska na zahtevo«. Pri njej ni treba natisniti visokih naklad, dovolj je realna naklada, dodatni izvodi pa se tiskajo na zahtevo bralcev (Pišek 2010). Tisk na zahtevo v navezavi na spletno knjigarno in založnikov digitalni arhiv ponuja možnost, da ostanejo vse izdane knjige vedno na zalogi, ne da bi jih bilo treba fizično skladiščiti, kar pomembno povečuje tržne možnosti založnikov in hkrati zmanjšuje njihove režijske stroške.

4.1.1 ESPRESSO BOOK MACHINE

Jason Epstein, ena ključnih osebnosti ameriškega založništva,¹³ je že pred poldrugim desetletjem predvidel, da bo sestavni del digitalne revolucije nekakšen stroj za izdelavo knjig, v katerega bi bralec vnesel digitalno datoteko, ki bi jo aparat samodejno natisnil,

¹³ Jason Epstein je ena ključnih osebnosti ameriškega založništva, glavni urednik založbe *Random House*, ustanovitelj *Anchor Books*, ustvarjalec knjižne zbirke *Library of America* in soustanovitelj *The New York Review of Books*.

obrezal in zvezal v kakovostno mehko knjigo. Po naključju je izvedel, da taka naprava že obstaja, njen prototip je prvi izdelal Jeff Marsh. Epstein se spominja:

Prototip ni bil kaj dosti večji od pisarniškega fotokopirnega stroja. Sestavljen je bil iz črno-belega osnovnega tiskalnika, štiribarvnega tiskalnika za naslovnico, spenjalnega mehanizma in naprave za obrezovanje, vse skupaj pa je upravljal računalnik. Opazoval sem Jeffa Marsha, kako je iz svojega računalnika poslal datoteko v napravo, ki je v štirih minutah natisnila, zvezala in obrezala knjigo v kakovostni mehki vezavi. Cena potrošnega materiala je znašala en cent na stan. Tega trenutka ne bom nikoli pozabil (Maličev 2008, 24).

Jason Epstein je bil mnenja, da je Jeff Marsh svoj prototip razvil mnogo prezgodaj, prezgodnji začetek pa bi pomenil podjetniški polom za tak tiskarski stroj. Toda ostala sta v stikih. Ko se je leta 2003 (štiri leta pozneje) Jason Epstein odločil, da je za novost napočil pravi čas, je skupaj z Danom Nellerjem, izkušenim strokovnjakom za maloprodajo, odkupil Maršev patent in v New Yorku ustanovil podjetje On Demand Books (ODB). V sodelovanju z Marshem so izdelali več testnih modelov in jih postavili na različne kraje po svetu.

Slika 4.1: Espresso Book Machine



Vir: Leiter (2007).

Slika 4.2: Espresso Book Machine 2.0



Vir: On Demand Books (2010a).

»Naša želja je, da bo Espresso nekoč povezan s knjižno produkcijo še v drugih jezikih. Končni rezultat tega razvoja bo en sam večjezični knjižni katalog, v katerem bodo na voljo vse datoteke vseh knjižnih naslovov iz vseh virov v vseh jezikih,« še dodaja Jason Epstein (Maličev 2008, 25). Izbira publikacij je že zdaj velika, saj se je podjetje On Demand Books povezalo z največjim svetovnim distributerjem ter trgovcem knjig na debelo Ingram Company in njihovim hčerinskim podjetjem Lightning Source, ki je največje podjetje na svetu za tisk knjig po naročilu, saj si lasti več kot milijon knjig v digitalnem formatu več kot 8000-ih založnikov. Septembra 2009 je podjetje podpisalo tudi dogovor s podjetjem Google, s katerim so pridobili dostop do več kot dveh milijonov knjig Google Books, ki so v javni domeni. Poleg tega ima EBM dostop do več kot milijon knjig v javni domeni, ki so v lasti Združenja za prosto vsebino (Open Content Alliance) (On Demand Books 2010b).

Ime je naprava dobila zaradi svoje hitrosti pri izdelavi knjige in cenovne ugodnosti za uporabnika. Dejansko gre za nekakšen »kavomat za knjige«, kar je potrdil tudi Jason Epstein, ko je govoril o razlogih izbire imena, saj naprava v slogu kavnega avtomata servira uporabnikom knjige, ki si jih zaželi, prihodek od prodaje pa razdeli vsem, ki so do njega upravičeni. Napravo so poimenovali Espresso zato, »ker podobno kot kavni avtomat končnemu uporabniku izdaja narejene izdelke, po enega naenkrat, in to hitro ter praktično kjer koli« (Maličev 2008, 25).

Prvo tako napravo so v ZDA predstavili 21. junija 2007 v New York Public Library. Mesec dni so zainteresirani javnosti ponudili možnost brezplačne izdelave nekaterih knjig, ki so v lasti organizacije Združenja za prosto vsebino, ki si prizadeva za javno dostopen arhiv digitaliziranih besedil, v Evropi pa so prvo postavili v Blackwellovi knjigarni v Londonu aprila leta 2009.

To bo očitna prednost za bralce na najrazličnejših lokacijah, saj jim bo treba prispevati le kreditno kartico in serijsko številko knjige, ki jo želijo, in že bodo lahko naročili katero koli besedilo, ki je kdaj nastalo. Nobena knjiga ne bo pošla in bralci bodo vedno lahko našli nekaj zase. Avtomate, zmožne na zahtevo natisniti in zvezati majhne količine digitaliziranih besedil, že uporabljajo Ingram, vodilni ameriški veletrgovec s knjigami, Barnes & Noble ter drugi trgovci na drobno in založniki v skladiščih. Prihodnje, cenejše različice, ki se razvijajo zdaj, pa bo mogoče namestiti v javne knjižnice, po šolah in univerzah, poštnih uradih in drugih primernih krajih. Jason Epstein napoveduje, da bodo avtomati naposled postali običajni kosi stanovanjske opreme, kot so dandanes faksi (Epstein 2008, 31). Po drugi strani je mnenja, da nove tehnologije omogočajo, da nekaterih kategorij knjižnih del sploh ni potrebno natisniti, saj lahko do njih dostopamo preko zaslona. To velja predvsem za številne priročnike, tehnične podatke, znanstvene publikacije, navodila, imenike in podobno, medtem ko bomo knjige, »ki predstavljajo osnovni dialog med sedanostjo in preteklostjo – knjige, brez katerih bi se naša civilizacija razkrojila,« še naprej shranjevali in brali v klasični obliki potiskanega papirja (Maličev 2008, 24).

Jeff Gomez napoveduje, da s pojavom tovrstnih tiskarsko-knjigotrških knjigomatov dolgi rep ne bi bil več zgolj posebnost spletne prodaje knjige, ampak bi se preselil tudi v »zidane« knjigarne in knjižnice, saj bi povsod tam, kjer bi stal tak stroj, z njegovo pomočjo lahko kupili katero koli knjigo, ki je kdaj koli kjer koli izšla. Miha Kovač tako razmišlja, da bi ob tej radikalno večji dostopnosti tiskanih knjig vse ostalo podobno kot prej, knjige bi še vedno izdajali založniki, kupovali in izposojali bi si jih v knjigarnah in knjižnicah, ljudje pa bi jih praviloma še naprej brali na papirju v formatu kodeksa in ne na elektronskih bralnikih (Kovač 2009a, 109). Espresso in njemu podobni stroji tako ohranjajo vez med knjižno vsebino ter njenim nosilcem in tako izkoriščajo vse prednosti klasičnega komunikacijskega kroga knjige (Kovač 2009a).

Majhnost slovenskega trga je bil glavni vzrok, da se v Sloveniji ni nikoli razvil množičen trg mehkovozanih knjig. Tehnologija tiska po naročilu pa ponuja možnost natisniti majhne naklade črno-belih knjig po enaki ceni,¹⁴ kot če bi tiskali 10.000 knjig. Taka tehnologija bi bila izjemnega pomena za male založbe, inštitute, univerze in podobne založnike. Vendar pa je uvajanje tehnologije tiska na zahtevo predrago, da bi si to lahko privoščil en sam založnik, zato pa bi bilo nujno zagotoviti tudi druge vire financiranja (državna sredstva, EU sredstva ...) (Kovač in Žnideršič 2002, D/13).

Še prej pa velja opozoriti na nekatere podobnosti med razvojem tiska po naročilu in e-bralnih naprav, saj razvoj tiska po naročilu podpira zelo podobna založniško-knjigotrska infrastruktura kot razvoj e-bralnikov.

4.2 E-KNJIGA IN E-BRALNIK

4.2.1 E-BRALNIK

Elektronski bralniki so se prvič pojavili konec devetdesetih let, vendar precej neuspešno. In to predvsem zaradi treh razlogov: zasloni in akumulatorji so bili slabe kvalitete, baza elektronskih knjig je bila majhna in cena visoka. Po neuspešnih začetkih ob koncu devetdesetih let elektronski bralniki zadnji dve leti dobivajo nov zagon. Izbira e-bralnikov se iz leta v leto povečuje, raste število funkcij, predvsem pa uporabnost. Med vodilnimi proizvajalci naprav za branje e-knjig so spletna knjigarna Amazon (z nadgrajenimi različicami Kindla), proizvajalec zabavne elektronike in založnik Sony, francoski Bookeen, nizozemski iRex ter Barnes & Noble, ki je proti koncu leta 2009 poslal na trg svoj bralnik Nook, spomladi 2010 pa je na trg prišel tudi novi Applov iPad. Naslednje slike prikazujejo modele najbolj znanih proizvajalcev e-bralnikov ter tabličnega računalnika iPad, znamke Apple z aplikacijo iBooks, ki omogoča branje e-knjig.

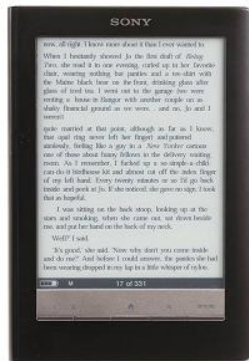
¹⁴ Cena vključuje le stroške tiskanja, kar ni primerljivo s celotno ceno izvoda knjige, ki jo natisnemo po naročilu.

Slika 4.3: Amazon Kindle



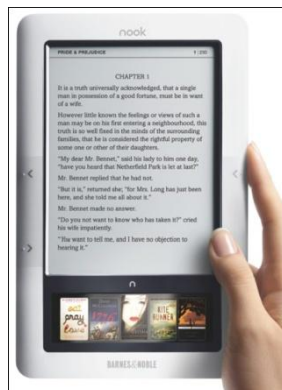
Vir: Forstnerič (2010).

Slika 4.4: Sony reader



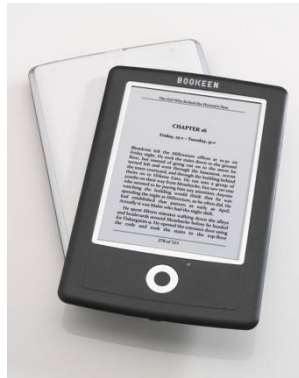
Vir: Forstnerič (2010).

Slika 4.5: Barnes & Noble: Nook



Vir: Barnes & Noble (2010).

Slika 4.6: Booken



Vir: Bookeen (2010).

Slika 4.7: Apple iPad



Vir: Apple (2010).

Razloga za večjo uspešnost bralnikov gre iskati predvsem na dveh ravneh: imajo boljše zaslone ter akumulatorje kot generacija iz devetdesetih let in na trg so jih poslala podjetja, ki poleg bralnika ponujajo tudi veliko število e-knjig. Šele ko je na trg vstopil Amazon, ki je hkrati s ponudbo e-bralnikov ponudil tudi veliko število e-knjig (v enotnem¹⁵ e-formatu), je prodaja e-bralnikov dobila nov zagon (Kovač 2009b, 1).

Elektronski bralniki za prikaz slike uporabljajo tehnologijo elektronskega papirja.¹⁶ Ta ima v primerjavi z zasloni LCD in OLED dve prednosti: ne uporablja izsevne svetlobe,

¹⁵ Na neuspeh v devetdesetih letih je vplivalo tudi dejstvo, da so se z e-bralniki ukvarjali založniki, ki so uvajali različne e-formate knjig, kar je z vidika bralcev precej omejilo uporabo vsebin.

¹⁶ Prvi elektronski papir je leta 1974 razvil Nick Sheridan v Xeroxovem razvojnem centru Palo Alto Research Center (PARC) (Gabrijelčič 2008, 38).

temveč le odbito, to je osvetlitev, ki je prisotna v prostoru, in nam omogoča, da lahko e-papir brez težav prebiramo ob nočni svetilki ali na močnem poletnem soncu. Druga velika prednost pa je majhna poraba energije. Ko je vsebina zaslona enkrat prikazana, za njeno vzdrževanje ne potrebujemo več elektrike (Gabrijelčič 2008, 38). Bralniki e-knjig delujejo na dva načina: ali bralnik priključimo na računalnik in vanj prenesemo besedilo posredno iz interneta ali pa ima bralnik vgrajen modem, s katerim direktno prenašamo besedila z izdelovalčeve spletne strani (Ločniškar-Fidler in Fidler 2003, 157). Ključno za uspeh Amazonovega Kindla je povezava z omrežjem Whispernet, ki omogoča, da elektronske knjige kupujemo brez posredovanja na splet priključenega osebnega računalnika, kar je veljalo za vse prejšnje bralnike. Z brezžično povezavo tako postane nakupovanje knjig v Amazonovi knjigarni (v kateri je na voljo več kot 650.000 naslovov e-knjig) enostavno in dostopno kjer koli po svetu (Gabrijelčič 2008, 72).

V Sloveniji so se premiki z uporabo e-bralnikov začeli s projektom »*Slovenske avtorje berem napredno, listam e-papir!*«, ki poteka v Knjižnici Bežigrad v Ljubljani. Projekt izvajajo v sodelovanju z Založbo Ruslica in podjetjem EPTS d. o. o., ki je na slovenski trg pripeljalo bralnik elektronskih besedil Kolibri V3. Za izposojajo imajo na voljo pet e-bralnikov Kolibri V3, na katerih so naložene elektronske knjige klasičnih in sodobnih slovenskih avtorjev. S projektom želijo spodbuditi branje sodobnih slovenskih avtorjev na novem nosilcu, bralce spoznati z novo napravo ter izvedeti, ali je v splošne knjižnice smiselno vključiti e-bralnike kot storitev v stalni ponudbi (Mestna knjižnica Ljubljana 2010).

Cena bralnikov je še vedno visoka in je primerljiva z nakupom dvajsetih ali tridesetih tiskanih knjig, bralec pa mora poleg bralnika plačati še elektronske knjige (Kontler-Salomon 2010, 29). Med prvimi je v Sloveniji s prodajo e-bralnikov začela Mladinska knjiga Trgovina. Trenutno na svoji spletni strani Emka.si ponuja poleg zaščitnih ovitkov in napajalnega adapterja za bralnike e-knjig tri različne e-bralnike: Bookeen Cybook Opus (215 EUR), Bookeen Cybook (250 EUR) in Bookeen Cybook DeLuxe (379,20 EUR) (Emka 2010).

4.2.2 E-KNJIGA

Napovedi, da se bodo pojavile elektronske knjige, segajo že v leto 1945. Vannever Bush je tedaj v časopisu *Atlantic Monthly* objavil članek »As we may think«, v katerem je pisal o napravi, ki jo je poimenoval »memex«, razširjen človekov spomin. Ta naprava naj bi omogočala shranjevanje knjig in zapiskov, bila bi avtomatizirana, imela bi tipkovnico, omogočala bi iskanje in hitro delovanje (Pečko Mlekuš 2001, 26).

Od takrat so se napovedi o koncu tiskanih knjig stopnjevale, še posebno, ko se je število elektronskih knjig in drugih publikacij hitro povečevalo. To obdobje Robert Darnton poimenuje tudi začetno obdobje ali čas pretiranega navdušenja nad elektronskimi publikacijami, ki mu sledita obdobje razočaranja, ko uporabnik ugotovi, da njegova pričakovanja niso povsem uresničena, in čas streznitve, ko so uporabniki prišli do spoznanja, da pojav elektronskih knjig ne pomeni nujno konca tiskanih knjig, ampak celo nasprotno, oba medija se lahko dopolnjujeta, oz. je vsak primeren za določene potrebe in skupine uporabnikov (Darnton 1999).

V strokovni literaturi zasledimo več različnih definicij e-knjige. Elektronska knjiga (e-knjiga, e-book) je v elektronski obliki shranjena knjiga, lahko tudi kateri koli drug dokument. V novejši strokovni literaturi najpogosteje zasledimo opredelitev, da je e-knjiga dokument v digitalni obliki, ki je zapisan na magnetnem, optičnem ali drugem mediju, in ga je možno procesirati na računalniških ali drugih sorodnih napravah (Pečko Mlekuš 2001, 27). E-knjige lahko beremo na zaslonu namiznega ali prenosnega računalnika, napravi imenovani bralnik e-knjig ali v novejšem času tudi na naprednejših mobilnih telefonih in dlančnikih.

Ko so e-knjige leta 1997 prodrle na trg, vendar precej neuspešno, Miha Kovač odgovarja, da je bil glavni razlog za polom, da so e-knjigo razvijali ljudje, ki niso razumeli ne knjižno-založniškega poslovnega modela ne kulturne in družbene vloge, ki jo opravlja tiskana knjiga. Po njegovem mnenju je v devetdesetih letih prejšnjega stoletja e-knjiga propadla iz več razlogov – kulturnih, tehnoloških in poslovnih. Zagovorniki e-knjig delajo veliko napako, ko gledajo le na tehnološke lastnosti elektronskih bralnikov. Pozabljajo namreč, da »se branje knjig dogaja v določenem kulturnem kontekstu in da obstaja poslovni model, ki omogoča učinkovito

posredovanje knjižnih vsebin« (Kontler-Salomon 2010, 28–29). Miha Kovač razmišlja, da je prva razlika med elektronsko in tiskano knjigo, da je tiskana knjiga uspešno zadostila potrebi po vedno večji količini besedil, ki se je pojavila v pozni srednjeveški družbi, medtem ko za počasen razvoj e-knjige razloge lahko iščemo tudi v dejstvu, da bralniki vsaj v začetku niso pomenili odgovora na nobeno resno informacijsko potrebo bralcev na koncu drugega tisočletja (Kovač 2009a, 41). Kajti prodaja e-knjig je bila od vsega začetka deloma zanemarljiva zato, ker so bile vse od sredine devetdesetih let cene e-knjig skoraj enake maloprodajnim cenam tiskanih knjig. Bralci pa za prenos elektronske različice niso bili pripravljene plačati skoraj toliko kot za fizično knjigo (Epstein 2008). Miha Kovač še dodaja, da so se šele z Amazonovim Kindlom, ki je na trg prišel leta 2007, cene e-knjig prepolovile v razmerju do tiskanih knjig (Kovač 2009a, 83).

Med ponudniki e-knjig izstopajo po številu naslovov in bogati ponudbi, namenjeni obiskovalcem spletnih strani, založbe iz držav ZDA in Velike Britanije. Za prvo slovensko e-knjigo velja roman z naslovom *Drobtinice*,¹⁷ ki ga je napisal pisatelj Miha Mazzini. Ponudba brezplačnih e-knjig v Sloveniji ni tako bogata kot npr. Projekt Gutenberg, a lahko najdemo kar nekaj naslovov naših klasikov. Virtualna slovenska knjigarna Beseda¹⁸ ponuja na svojem spletnem naslovu¹⁹ blizu tristo naslovov knjig bolj ali manj znanih slovenskih avtoric in avtorjev. Nekaj slovenskih besedil v e-obliki pa najdemo tudi na spletni strani²⁰ Zbirka slovenskih leposlovnih besedil, ki jo urejata Miran Hladnik in Primož Jakopin.

Založba Ruslica²¹ je prva slovenska založba in knjigarna elektronskih knjig, ki izdaja in prodaja e-knjige klasičnih in sodobnih slovenskih avtorjev. V zbirki imajo trenutno 119 knjig 74 avtorjev (podatki na dan 7. julij 2010). Kupiti je mogoče elektronske knjige

¹⁷ E-knjiga je v različnih formatih na voljo za brezplačen prenos na pisateljevi spletni strani: <http://www.mihamazzini.com/drobtinice/index.html>.

¹⁸ Podatki na dan 7. julij 2010: 297 knjig v besedi, skupaj poslanih 662.283 elektronskih knjig, dela 69 avtorjev, skupno 43.055 strani branja.

¹⁹ Virtualna spletna knjigarna Beseda je dostopna na naslovu: <http://www.omnibus.se/beseda/>.

²⁰ Zbirka slovenskih leposlovnih besedil je dostopna na naslovu: <http://lit.ijs.si/leposl.html>.

²¹ Založbo Ruslica je ustanovila Večerova založba ČPZ Večer d. d.

različnih zvrsti slovenskih avtorjev in v slovenščino prevedenih tujih avtorjev. Med njihovo ponudbo najdemo knjige avtorjev: Bogdan Novak, Feri Lainšček, Vinko Möderndorfer, Vladimir Bartol, Evald Flisar, Lojze Kovačič, Vitomil Zupan, Ciril Zlobec, Ivan Cankar, Josip Jurčič, France Prešeren, Janko Kersnik in drugi. Cene posamezne e-knjige se gibljejo med 2 in 10 EUR. Format in oblika e-knjige sta prilagojena za različne e-bralnike, vse, kar mora imeti naprava, na kateri beremo e-knjigo, pa je naložen brezplačni bralni program Microsoft Reader, ki je dostopen tudi na internetni strani založbe.

4.2.3 PREDNOSTI IN SLABOSTI

Mnogi se še vedno sprašujejo, katere so sploh prednosti e-bralnikov in e-knjige. Na e-bralniku v obsegu knjige lahko uporabnik hrani vso svojo knjižnico, kar je precej primerno za potovanja. Bralniki omogočajo tudi, da bralec besedilom dodaja lastne zaznamke, kar je posebej dobrodošlo pri študijskem e-gradivu. Elektronske knjige imajo (tako kot drugi elektronski/digitalni dokumenti) bistvene prednosti predvsem pri fizičnem prostoru, ki ga potrebujemo za fizično hrambo ter iskanju po njih. Med prednosti štejemo še, da so e-knjige na voljo takoj, ko izidejo, njihova dostopnost je 24 ur na dan, 7 dni v tednu, 365 dni v letu ter da pri e-knjigah zaloge in naklade niso pomembne. E-knjiga po preglednosti ne zaostaja za tiskano knjigo in ima danes vse njene elemente. Iskanje gesel, ključnih besed in odlomkov je enostavno in hitro. E-knjiga ne potrebuje knjižne police, omogoča tudi več interaktivnosti kot npr. zvočno branje teksta (žal še ne v slovenščini), predvajanje videoposnetkov ter animacij. E-knjige so v večini primerov tudi cenejše, saj pri njih odpadejo stroški tiskanja in distribucije (Ločniškar-Findler in Findler 2003, 168–170).

Med slabosti štejemo dejstvo, da se e-bralnik lahko poškoduje in z njim tudi vsa e-knjižnica. Cene e-bralnikov so še vedno precej visoke, gibljejo se od 200 EUR dalje, izbira knjig pa še vsaj zaenkrat ni primerljiva s klasičnimi tiskanimi knjigami. Pojavljajo se težave s prenosom slikovnih in zvočnih informacij, nerešena ostajajo tudi vprašanja glede zaščite avtorskih pravic (Kovač 2009b, 2).

4.2.4 NEREŠENA VPRAŠANJA GLEDE ZAŠČITE AVTORSKIH PRAVIC

Za avtorsko delo, ki je izdano v elektronski obliki, veljajo enake zakonske uredbe o intelektualni lastnini in avtorski pravici kot za delo, izdano v tiskani obliki.

Pri trženju e-knjig so nujni sistemi za zaščito avtorskih pravic (Digital Rights Management, v nadaljevanju DRM), saj bi si brez ustrezne zaščite lastniki bralnikov lahko prosto izposojali datoteke, s čimer bi uničili knjižni trg. Amazon svoj sistem zaščite izvaja tako, da je pri njem kupljene e-knjige možno brati samo na njihovem e-bralniku Kindlu in jih z njega ni možno prenesti na druge bralnike oz. bralne pripomočke, ki ne uporabljajo kindlovega računalniškega programa. Omogoča pa jim, da kupljene e-knjige hranijo pri njem in jih po potrebi naložijo v nov Kindle, če zamenjajo starega oz. omogočajo sinhronizacijo Kindla z drugimi bralnimi napravami (Kovač 2009b, 3).

Večina slovenskih založnikov nima urejenih e-pravic za dela, ki jih izdaja, zato Miha Kovač še posebej opozarja, da bo to pri morebitnem uvajanju e-knjig v Sloveniji pomenilo dodatno resno oviro, saj kot že prej omenjeno, izkušnje kažejo, da dobi prodaja e-bralnikov in e-knjig zagon šele, ko je ponudba naslovov v e-formatu dovolj velika (Kovač 2009b, 3).

Veliko bolje ta problem zaenkrat rešujejo pri tisku po naročilu, saj sistem deluje tako, da tiskarski stroj avtomatično uniči datoteko, potem ko knjigo natisne, ob novem naročilu pa datoteko ponovno naloži, zato deluje sistem veliko bolj pregledno kot e-knjige (Kovač 2009b, 4).

Miha Kovač navaja, da trg e-knjig trenutno obsega le dobre 3 % celotnega knjižnega trga, že predvideni dvig na 15 % delež celotnega knjižnega trga, pa bi po ocenah nekaterih analitikov ZDA, drastično zmanjšal promet v klasičnih knjigarnah, kar bi privedlo do propada vsaj dveh tretjin knjigarn in posledično založnikov tiskanih knjig, ki bi ostali brez ključnega vira prihodkov. Predvideva se namreč, da bi se na e-knjižni trg preusmerili tisti bralci, ki danes kupujejo največ knjig, saj se njim nakup bralnika tudi najbolj splača. Hkrati pa analitiki knjižnih trgov ugotavljajo, pojasnjuje Miha Kovač, da »na največjih svetovnih trgih obstaja sodobna različica Paretovega pravila, da 20 %

vzrokov povzroči 80 % posledic oz. da 20 % kupcev knjig kupi 80 % tiskanih knjig. Taka selitev intenzivnih bralcev, pa bi pomembno spremenila razmerja moči v knjižni industriji (Kontler-Salomon 2010, 29).

Glede plačevanja avtorskih pravic se je v ameriški založniški industriji oblikovala praksa, da se za avtorske pravice pri e-knjigah, zaradi ničnih stroškov tiska in distribucije, plačuje približno trikrat več kot pri tiskanih knjigah (to pomeni od 5–10 % za tiskane knjige in 25 % pri e-knjigah). Drugi problem predstavlja odločitev Evropske komisije, da prodajalci e-knjig v resnici ne prodajajo knjig, ampak nudijo storitve (dostop do e-vsebine s pomočjo bralnika), v davčni politiki Evropske unije pa izjem z nižjo davčno stopnjo ne sme biti, kar pomeni, da davek na e-knjigo znaša od 18 do 22 %. Tako v večini evropskih držav seštevek davka in avtorske pravice pomeni skoraj polovico cene e-knjige, kar založnike sili v oblikovanje primerljivih cen tiskanih in e-knjig (Kovač 2010a, 58).

Miha Kovač opozarja, da razlogi, zakaj elektronska knjiga še ni izpodrinila tiskane, niso zgolj tehnološke narave, ampak predvsem sociološke in ekonomske. Poslovni model knjižnega založništva namreč temelji na neločljivi povezanosti knjižne vsebine z njegovim nosilcem, v elektronskem založništvu pa te povezanosti ni (Kovač 2007a, 9). Prodaja bralnikov in e-knjig narašča, ne glede na vse pa je še vedno težko pričakovati, da bodo bralci v celoti prešli s tiskanih na e-knjige. Vsaj v tem trenutku se tudi po mnenju Mihe Kovača najverjetneje zdi, da bo e-branje pomenilo zgolj nov, dodaten format za branje knjig in da bodo bralniki ter drugi nosilci informacij, na katerih bo možno brati e-knjižna dela, v najboljšem primeru knjižni trg razširili na podoben način, kot so ga so ga mehko vezane knjige pred pol stoletja (Kovač 2009b, 2).

Dandanes vlada prepričanje, da bomo digitalizirane knjige in druga besedila brali predvsem na računalniških zaslonih ali na bralnih napravah, toda mnogi dvomijo, da bo ta način distribucije spletnih knjig kdaj povsem prevladal. Vse kaže, da utegnejo elektronske knjige v bližnji prihodnosti zaživeti kot enakopravne klasičnim knjigam. Še posebej, če bosta izpolnjena dva pogoja: cenovno ugodna bralna naprava ter nov poslovni model za prodajo e-knjig.

4.3 SAMOZALOŽNIŠTVO

Najnazornejši zgled sprememb, ki so se v zadnjih letih 20. stoletja zgodile v načinu proizvodnje in porabe knjig, predstavljajo založniki, ki so začeli omogočati izdajanje knjig v samozaložništvu, kot sta denimo podjetje Lulu ali Xlibris. Pojav »samozaložniških založb« najprej v Združenih državah, nato pa tudi v Evropi, je neposredna posledica razvoja tehnologije tiska po naročilu. Podjetje Xlibris lahko v nekaj dneh natisne katero koli delo v črno-beli tiskarski tehniki, ki ga dobi po elektronski pošti. Avtor lahko preko spletne strani opravi korekture, naroči lektoriranje in urejanje svojega dela, podjetje pa mu v skladu z anglosaško avtorskopravno prakso uredi avtorske pravice in ISBN. Nekateri od teh založnikov imajo sklenjeno tudi pogodbo s spletnim prodajalcem knjig podjetjem, kot sta Amazon in Barnes & Noble, kjer tako izdelana knjiga avtomatsko postane dostopna na voljo vsem, ki kupujejo v tej spletni knjigarni (Kovač 2005, 13).

To pomeni, da je ob prelomu tisočletja lahko vsak, ki je na katerem koli koncu sveta napisal knjigo v angleščini ter imel kreditno kartico, računalnik in dostop do interneta, svojo knjigo izdal v nekaj dneh ter jo preko spletne knjigarne ponudil vsem, ki imajo dostop do njenih spletnih strani.

Naprava EBM pomeni novo možnost za samozaložnike, ki bodo svoje knjige lahko natisnili brez premišljevanja o tem, koliko knjig izdati, koliko denarja nameniti za stroške, založnika in morebitnega agenta, saj bodo preprosto pripravili dokument v PDF formatu, stopili do stroja in si natisnili želeno količino izvodov lastne knjige.

Možnosti za izdajo knjige se širijo tudi v Sloveniji. V nadaljevanju sta predstavljeni dve spletni založbi, in sicer založba Ekslibris in založba KATR.

4.3.1 ZALOŽBA EKSLIBRIS

Ekslibris je spletna založba in knjigarna, ki deluje po principu tiskanja po naročilu. Poleg tiskanih knjig lahko naročimo tudi knjigo v elektronski obliki, ki jo dobimo v obliki diska, shranjenega v škatlici, ki prikazuje naslovno in zadnjo stran knjige. Avtor po lastni potrebi odkupi želeno število izvodov, založba pa poskrbi za nadaljnjo promocijo knjige. Za vse izvode, ki se prodajo preko založbe, avtorju izplačajo avtorski honorar,

poleg tega pa avtorjem prepuščajo vse avtorske pravice. Nudijo uredniške storitve, lektoriranje, tehnično svetovanje za tisk, oblikovanje naslovnice, prodajo po knjižnicah, dostavo na dom/dogovorjeni naslov, organizacijo predstavitvenih dogodkov in objavo na spletni strani (Ekslibris 2010).

4.3.2 ZALOŽBA KATR

Spletna založba KATR se na svoji internetni strani promovira kot prva slovenska print on demand založba, kjer avtorjem knjigo natisnejo brezplačno, avtor namreč dobi en izvod svoje knjige popolnoma brezplačno. Knjigo na željo avtorja založba prodaja preko spletne knjigarne, vse knjige pa se natisnejo šele po prejetem naročilu. Prav tako nudijo vso strokovno in tehnično pomoč pri izdaji knjige, le da ima avtor manj besed pri oblikovnem delu, saj založba, z razlogom večje prepoznavnosti, ugleda ter posledično tudi prodaje, prepušča oblikovanje profesionalnim oblikovalcem in uporablja enotno tipografijo, format in vezavo. Bralci lahko v spletni knjigarni naročijo katero koli knjigo, ki je na voljo po enotni ceni 25 EUR²² (KATR 2010).

4.4 SPLETNA STORITEV KNJIGE NA TRGU

Na razvitih knjižnih trgih imajo katalogi knjig na trgu²³ razmeroma dolgo tradicijo, saj se je prvi tak katalog v ZDA pojavil že leta 1870. Ti katalogi so pomenili tudi dobro podlago za nastanek spletnih knjigarn, ki s svojo ponudbo presegajo vse klasične knjigarne.

Korporacija Nielsen Bookscan je razvila tehnologijo, preko katere vsak dan sledi prodaji knjig v skoraj vseh pomembnih knjigarnah v anglosaškem svetu. Tako lahko vsi založniki in knjigarnarji, ki so vključeni v sistem, za vsak knjižni naslov natančno vedo,

²² Cena posameznega izvoda pri založbi Ekslibris je 6 EUR (velja za format A5, barvno naslovnico in črno-belo notranjost, do 200 strani, broširano), cena pri višjih nakladah je primerno nižja, medtem ko pri založbi KATR vse knjige stanejo 25 EUR. Pri obeh založbah avtorskega honorarja ne izplačujejo vnaprej, saj si ga mora avtor prislužiti z vsakim prodanim izvodom knjige. Založba Ekslibris navaja, da običajno izplačajo 2 EUR bruto na prodani izvod, založba KATR pa približno ocenjuje, da avtor pri 1000 prodanih izvodih prejme približno 2000 EUR bruto honorarja.

²³ V angleščini je uveljavljen izraz za tovrstne kataloge Books in print.

koliko ga je bilo prodanega, kdaj in kje, kar omogoča bistveno bolj natančno načrtovanje knjigarniških naročil in založniške produkcije (Kovač 2007b, 24).

Praviloma so kataloge pripravljala podjetja, ki so se specializirala za distribucijo knjig in so jim bili le-ti nujen pripomoček pri delu. Na razvitih in velikih knjižnih trgih, kot sta britanski in ameriški, distribucijo knjig izvajajo za to specializirana podjetja, ki od založnikov knjige kupujejo in jih nato prodajajo naprej knjigarnarjem. Na nekaterih srednje velikih trgih, kot je denimo nizozemski, se s tem ukvarjajo podjetja, ki so v lasti založnikov. Na še manjših trgih, kot je npr. danski, pa vlogo distributerja prevzame največji založnik, ki potem tovrstne usluge prodaja svojim manjšim konkurentom (Kovač 2009a, 137–138). Na slovenskem knjižnem trgu pa ne poznamo ne enega ne drugega tipa distribucijskih podjetij, pač pa distribucijo izvaja vsak založnik sam. Obstaja le nekaj malih distribucijskih podjetij, ki knjige distribuirajo za manjše založnike. Tako stanje pa je po mnenju Mihe Kovača eden od glavnih razlogov, zakaj slovenska založniška industrija ni razvila kataloga knjig na trgu. Velik pomen pa pripisuje tudi dejstvu, da imajo slovenski založniki že od nekdaj težave z dogovarjanjem o skupnih interesih. To pa pomeni predvsem dvoje: da je v slovenskem založništvu še vedno dovolj denarja, da si lahko privoščijo tako »butično prodajo knjig« in da je njihov vrednostni sistem tak, da ne dopušča sodelovanja takrat, kadar gre za »korist vseh igralcev na trgu« (Kovač 2009a, 138). Najpomembnejša težava, ki je v osemdesetih in devetdesetih letih ovirala pripravo kataloga knjig na trgu, je bila kulturno-organizacijska in ne tehnološka, saj ni bilo mogoče doseči dogovora med ključnimi založniškimi, knjigotrškimi in knjižničnimi organizacijami o načinu priprave in uporabe takega kataloga. »Tako stanje se je začelo spreminjati šele v zadnjih letih, a ne zaradi spremembe poslovne kulture med slovenskimi knjižnimi profesionalci, ampak zato ker so nekatere tržne in tehnološke spremembe pomembno predrugačile slovensko založniško krajino, ne da bi njeni akterji to v celoti opazili in reflektirali« (Kovač 2009b, 7).

Mladinska knjiga Trgovina trži ogromno količino knjig, ki so namenjene slovenskemu knjižnemu trgu, ponuja pa jih v svojih knjigarnah (najbolj množično v ljubljanski knjigarni Konzorcij, kjer ponujajo okrog 70.000 naslovov) kot tudi v spletni knjigarni Emka (ki ponuja več kot 20.000 domačih in tujih knjig, učbenikov za vse ravni

izobraževanja ter izdelke s področja papirništva in poslovnih daril). Spletni katalog Emka pokriva ne samo deset največjih, ampak tudi ogromno malih slovenskih knjigotržcev in založnikov. Zato bi bila vzpostavitev spletnega kataloga (projekt Knjige na trgu), ki bi omogočal samo pregled nad dobavljivimi knjigami izdanimi v slovenščini, po mnenju Mihe Kovača nesmiseln, saj tak katalog tako rekoč že nekaj časa nastaja sam od sebe kot posledica dejstva, da ogromna večina slovenskih založnikov prodaja svoje knjige skozi sistem Mladinske knjige Trgovine. Nadaljnja razmišljanja o tem projektu so smiselna le, »če bi bil možen tak konsenz o nadgradnji obstoječih založniško-knjigotrških kapacitet, da bi jih bilo možno povezati z digitalnim skladiščem, ki bi ga uporabljala večina založnikov, hkrati pa bi bil sistem kompatibilen s svetovnimi spletnimi trgovinami«, še dodaja Miha Kovač (Kovač 2009b, 8).

Že leta 2004 je bilo v Sloveniji načrtovano oblikovanje sistema spremljanja stanja na knjižnem trgu, ki bi zagotavljalo točne podatke o prodanih knjigah na prebivalca, število prodanih izvodov, nakladah, uporabnikom pa zagotavljalo dostop do aktualnih informacij o knjigah (Grilc 2005, 174). V Sloveniji je nadaljnji razvoj projekta Knjige na trgu načrtovan za začetek v letu 2010, dokončna vzpostavitev pa v letu 2012. Uvedba tovrstnega portala bi zajela v bazo vse knjige, ki se prodajajo na knjižnem trgu, kar bi bilo močno orodje za informiranje o celotni ponudbi na slovenskem knjižnem trgu. Zagotovo pa uvedba takega portala in njegovo tekoče vzdrževanje ni v komercialnem interesu založb, zato bi bilo potrebno najti druge vire financiranja (Kovač in Žnideršič 2002, D/14).

V zaključku diplomskega dela je moj namen predstaviti izzive in možnosti, ki jih prinašajo nove tehnologije, za razreševanje problematike knjižnega založništva v Sloveniji.

5 ZAKLJUČEK SLOVENIJA

S pregledom dostopnega gradiva sem ugotovila, da v Sloveniji pravih raziskav s področja uvajanja novih tehnologij na področju založništva še ni narejenih. Dr. Miha Kovač, izredni profesor na oddelku za bibliotekarstvo, informacijsko znanost in knjigarstvo Filozofske fakultete v Ljubljani ter glavni urednik pri Mladinski knjigi, je eden tistih Slovencev, ki zagotovo ve največ o razmerah na slovenskem knjižnem trgu, bralcih in knjigah, saj so predmet njegovih številnih raziskav. Trenutno je edini raziskovalec na področju knjižnega založništva v Sloveniji, ki je v okviru projekta *Knjige na trgu* objavil nekaj rezultatov raziskave *Katalog knjig na trgu, tisk po naročilu in elektronski bralniki* in mi jih za potrebe diplomskega dela dovolil objaviti na tem mestu.

Položaj slovenske knjige zaradi omejenega trga in pogojenosti z jezikom ostaja problematičen v nekaterih točkah, govorimo predvsem o nesodelovanju med založniki, knjigotržci in knjižničarji, velike odvisnosti založnikov od delovanja ter prodaje knjig v knjigarnah in kritično stanje knjigarniške mreže ter pomanjkanje informatizacije v knjigotrštvu. Vendar pa med ključne prednosti lahko štejemo vlogo in mesto knjige v slovenski kulturi, stabilno sofinanciranje dela založniške produkcije, ki je v javnem interesu, s strani države, dobro razvito mrežo splošnih knjižnic ter visoko izposojo knjižničnega gradiva v splošnih knjižnicah. S pregledom področja državnega financiranja sem tudi ugotovila, da država v tem trenutku ne namenja posebnih sredstev, ki bi bili namenjeni financiranju vpeljave novih tehnologij na področje založništva, razen kar je v okviru financiranja namenjeno delovanju Javne agencije za knjigo.

Dolgi rep

Digitalizacija založništva prinaša založnikom in uporabnikom založniških izdelkov nova vprašanja. Razmislek o teh spremembah lahko začnemo s spoznanjem, da je pojav dolgega repa prisoten tudi v slovenskih knjigarnah. Knjigarne Mladinske knjige, ki so po obsegu poslovanja zadovoljiv reprezentant slovenskega knjigarniškega stanja nasploh (52 knjigarn ustvari po večini ocen približno 80 % knjigarniškega prometa v Sloveniji), so v letu 2007 več kot pol knjig prodale v manj kot petih izvodih (Blatnik 2008, 140–141). Deset najbolj prodajanih knjig pa je ustvarilo 2,5 % prometa (Zver v Blatnik 2008,

141). Ta podatek nazorno priča o pojavu dolgega repa tudi v Sloveniji, čemur se bodo morali slovenski založniki posebej prilagoditi, pri tem bi jim predvsem pomagal obstoj kataloga knjig na trgu, ki pa ga tudi v letu 2010 še vedno ni, ter razmislek o uporabi tiska na zahtevo za knjige, ki jih v knjigarnah in na zalogi ni moč dobiti.

Tisk na zahtevo in katalog knjig na trgu

Za slovenski knjižni trg se glede **tiska po naročilu**, po mnenju Mihe Kovača, odpirata **dve možni smeri razvoja**. Prva možnost je navezava na spletne knjigarne, kot pomemben pripomoček pri dobavi in distribuciji razprodanih knjig. Druga možnost se nanaša na dobro razvejano mrežo splošnih knjižnic v Sloveniji. Glede na specifično demografijo slovenskega knjigotrštva (opisana v poglavju 3.3.4), bi potencialno lahko s pomočjo naprav, kot je EBM, maloprodajo knjig razširili tudi v kraje brez knjigarn, a s splošnimi knjižnicami in njihovimi podružnicami. Še posebej bi bil slovenski sistem tiska po naročilu uspešen, če bi imeli možnost dostopa do tujih ponudnikov vsebin, saj bi se s tem drastično povečala ponudba in dostopnost tujejezičnih knjig. S tem bi dodali knjižnicam novo dimenzijo in potencialno nov vir prihodkov, velja pa opozoriti, da bi se hkrati pomembno spremenila narava dela tako knjižnic kot knjigarn, zato bi take spremembe, po besedah Mihe Kovača, »zahtevale podrobno proučitev izkušenj v tujini in natančen organizacijsko-finančni razmislek doma, vsaj enoletno pilotsko uvajanje in testiranje ter seveda ustrezno izobraževanje knjižničarjev, knjigarnarjev ter založnikov in širok konsenz o tem, da je vse to smiselno« (Kovač 2009b, 6).

V založbi Mladinska knjiga so spomladi letos s pomočjo digitalne tehnologije testno natisnili pet del v nakladi dvesto izvodov. Miha Kovač pravi, da so bili v Mladinski knjigi s kakovostjo tiska zadovoljni in da so sedaj v fazi, ko se na ta način tiskajo tista dela, za katera imajo avtorske pravice, hkrati pa ocenjujejo, da za klasičen ponatis ni možnosti, je pa v nekaj letih povsem možna prodaja sto ali dvesto izvodov dela (Kovač 2010b, 18).

Za slovensko založništvo je značilna določena stopnja nepovezanosti panoge, saj nam v primerjavi z urejenimi evropskimi knjižnimi trgi manjka informacijski sistem knjige na

trgu,²⁴ ki bi omogočal celoten pregled nad izdanimi knjigami. Tako imamo kupci še dodatno omejene možnosti za naročanje knjig, ki jih knjigarne nimajo na zalogi.

Ključen dejavnik za delovanje sistema tiska po naročilu pa je, podobno kot pri e-bralnikih, **obstoj kataloga knjig na trgu**, povezanega z digitalnim skladiščem. Poslovni model, ki bi omogočal učinkovito delovanje tiska po naročilu in distribucije e-knjig, bi bil zato enak za oba tipa distribucije knjig in bi bil – idealizirano in hipotetično – kot ga je Miha Kovač opisal, nekako takole: datoteke vseh knjig bi založniki hranili (v svojem ali skupnem) digitalnem skladišču; ob oddaji besedila v digitalno skladišče bi knjigo vnesli tudi v katalog knjig na trgu, ki bi pomenil nekakšno informacijsko strukturo slovenskega knjižnega trga, saj bi do njega imeli dostop vsi klasični in spletni knjigarnarji. Če bi kupec želel kupiti knjigo bodisi v e-formatu ali tiskani verziji, bi jo s pomočjo kataloga knjig na trgu poiskal in naročil. Naročilo bi katalog posredoval v digitalno skladišče, kjer bi datoteko »predelali« v ustrezen format (za branje v e-bralniku ali tisk v Espresso tiskalniku). Ob dostavi e-datoteke v bralnik ali fizične knjige naročniku bi se izvršila samo še finančna transakcija (plačilo naročene knjige in delitev plačila med vse udeležence v verigi). Način dela bi bil podoben kot v že obstoječih knjigarnah za naročila knjig, ki jih imajo založniki na zalogi, ključna razlika bi bila predvsem v tem, da bi vzpostavitev takega sistema omogočala, da bi bile vse slovenske knjige v tiskanem in digitalnem formatu ves čas dostopne vsem potencialnim kupcem. Miha Kovač opozarja, da bi tak sistem uspešno deloval le, če bi bile cene v slovenščini izdanih knjig fiksne, saj bi na tak način preprečevali nelojalno konkurenco. Mali knjigotržci bi lahko s prostim dostopom do kataloga knjig na trgu in digitalnega skladišča knjige prodajali po bistveno nižjih stroških in znižanih cenah, saj jim ne bi bilo treba financirati delovanja celotne založniške infrastrukture, ki bi jo polno uporabljali (Kovač 2009b, 6–7).

²⁴ V Programu dela in finančnega načrta Javne agencije za knjigo za leto 2010 je zapisano, da je v izdelavi praktični elaborat za izdelavo medzaložniškega portala Knjige na trgu, ki bo omogočil podatkovni in vsebinsko razširjen pregled nad vsemi knjigami, ki so izšle. Projekt v okviru Narodne in univerzitetne knjižnice vodi dr. Eva Kodrič-Dačić, vendar vsaj do sedaj (oktober 2010) ni o poteku projekta objavljenih nobenih podatkov.

Miha Kovač je po drugi strani mnenja, da je v tem trenutku nesmiselno investirati zgolj v razvoj kataloga knjig na trgu, saj ta že obstaja (čeprav se ne imenuje tako, s tem pa ima v mislih spletni katalog Emka.si). Smiselno pa bi bil razmislek o tem, kako obstoječo založniško-knjigotrško-knjižnično infrastrukturo razviti tako, da bo omogočala razvoj e-založništva, e-knjižničarstva in tiska po naročilu ter hkrati pocenila poslovanje med založniki in knjigarji. Tega razmisleka pa ni mogoče opraviti brez ustreznega sodelovanja javnega in zasebnega sektorja, saj bo potrebno izdelati študije o tem, kako digitalna skladišča, tisk po naročilu in e-bralnike vključiti v obstoječo založniško-knjigotrško-knjižnično infrastrukturo, hkrati pa tudi pospešiti urejanje avtorskih pravic v spremenjenih okoliščinah. Poleg tega bo gradnja tovrstne infrastrukture možna le ob ustreznih finančnih državnih podporah, ki pa bo, po besedah Mihe Kovača, smiselna le, »če bo med ključnimi igralci v knjižnem sektorju obstajal dogovor o nadaljnjem razvoju« (Kovač 2009b, 9).

E-knjige in e-bralniki

Tako kot drugje po svetu tudi slovenskim založnikom predstavljajo **velik problem avtorske pravice**, saj nimajo urejenih e-pravic za dela, ki jih izdajajo. Miha Kovač še posebej opozarja, da bo ta težava pri morebitnem uvajanju e-knjig v Sloveniji pomenila dodatno resno oviro, saj primeri iz tujine jasno kažejo, da se prodaja e-bralnikov poveča šele, ko je ponudba knjižnih naslovov v e-formatu dovolj velika.

Miha Kovač meni, da se bo prodaja e-bralnikov, predvsem na manjših evropskih trgih, med katere spada tudi Slovenija, povečala le, če bo možno z njimi kupovati domače in tuje knjige. »S tega zornega kota bi bilo za slovenski knjižni trg in posledično za širši kulturni razvoj Slovenije slabo, če ne bi bilo možno brati in kupovati slovenskih izvirnih in prevodnih knjižnih e-del na enak način kot del v drugih jezikih oz. če bi imeli slovenski intenzivni bralci možnost na bralnikih brati zgolj e-knjige v angleščini« (Kovač 2009b, 3).

Kot možne **strategije razvoja e-bralnikov** Miha Kovač navede tri možne rešitve. V Sloveniji bo bralnike smiselno tržiti zgolj v navezavi na tehnološke in DRM (Digital Rights Management) rešitve enega od globalnih partnerjev. Njihova uporaba bo postala bolj množična, ko bo njihova cena sprejemljivejša, uporaba ilustrativnega

gradiva ter avdio in video vsebin preprostejša ali vezana na kakšno novo informacijsko napravo. Temeljni predpogoj je obstoj spletne knjigarne (ene ali več), v kateri bi bila na razpolago velika večina knjižnih besedil, ki jih ponuja slovenski knjižni trg. Predpogoj za delovanje takih spletnih knjigarn pa je katalog knjig na trgu, vezan na ustrezno digitalno skladišče knjig v slovenščini (skupen ali v lasti posameznih založnikov) (Kovač 2009b, 5). Prenosni čitalniki elektronskih vsebin so zaenkrat še predragi, da bi dosegli širšo uporabo, zato še ne moremo oceniti, kakšen bo njihov vpliv (na knjižnice in navade uporabnikov).

Kako sprejemamo nove tehnologije, so pokazale tudi že prve izkušnje izposoje e-bralnikov Knjižnice Bežigrad, s projektom *Slovenske avtorje berem napredno, listam e-papir*, katerega namen je bil razvijanje bralne kulture na področju branja leposlovnih del klasičnih in predvsem sodobnih slovenskih avtorjev v obliki elektronskih knjig, naloženih na bralnikih. Ciljna skupina projekta so bili mladostniki, odrasli in starejši obiskovalci knjižnice ter uporabniki s posebnimi potrebami (slabovidni in z motorično-gibalnimi okvarami). Iz zaključnega poročila projekta lahko izvemo, da je bilo število povpraševanj uporabnikov knjižnice po branju e-romanov sodobnih slovenskih avtorjev nad pričakovanji, prav tako izposoja, anketiranci, bralci in knjižničarji pa so projekt ocenili kot invativen, dobrodošel kot del stalne ponudbe ter uspešen, kar je vsekakor vzpodbudna ocena.

Za slovenski knjižni trg, ki zaradi omejenega jezikovnega prostora in temu primernih naklad, produkcija knjig pa je posledično draga in velikokrat nerentabilna, velja, da knjiga v elektronski obliki prinaša nove možnosti le pod pogojem, da se uredi zaščita avtorskih pravic, skupaj z ustrezno zakonodajo in predvsem z ugodno cenovno politiko.

Čeprav se večkrat zdi, da se malo založnikov, knjigarnarjev in knjižničarjev zaveda, da se na področju založništva in novih tehnologij dogajajo velike spremembe, ki pred njih postavljajo nove izzive in nevarnosti, pa na vprašanje, kakšna je prihodnost knjižnega trga, knjigotrška Mladinske knjige Trgovine Metka Zver (na letošnji 4. knjigotrški akademiji je prejela naziv knjigotrška leta 2010) odgovarja, da v Mladinski knjigi z velikim zanimanjem spremljajo dogajanje, povezano s prihodom e-knjig.

Zdi se, kot da nekje ne tako zelo globoko pod površjem brbota in da bo vsak hip prišlo do izbruha, ki bo spremenil knjižni svet, kot ga poznamo. V anglosaškem svetu se to pravzaprav že dogaja, v manjših evropskih državah, zlasti pri nas, pa se obnašamo, kot da bo tako za vse večne čase. In to je zelo nevarna pozicija, tako za založnike kot za knjigotržce. Da bomo čez nekaj let še vedno tu, bi morali že danes bistveno okrepiti našo prisotnost v spletnem svetu, dosti tesneje povezati Emko z našimi fizičnimi knjigarnami ter se pripraviti na to, da bomo čez nekaj let vodilni posrednik intelektualnih vsebin med avtorji in bralci. Knjige zagotovo ne bodo izginile. Lahko pa se zgodi, da izgine Mladinska knjiga. Zadnji čas je za temeljit razmislek in vizionarsko strategijo, ki bo to preprečila (Modic 2010, 5).

Naj zaključim z mislijo Mihe Kovača, da bo preživetje slovenskega knjižnega založništva na dolgi rok odvisno predvsem od slovenskih bralcev, avtorjev in založnikov in bo kot tako zelo jasn pokazatelj tistega, čemur v pogovornem jeziku pravimo »trdoživost slovenske kulture« (Kovač 2002, 62).

6 SKLEPNE MISLI

Knjiga kljub novim medijem

Kakor tehnologija stavka s premičnimi črkami tako so že in bodo elektronske tehnologije radikalno spremenile načine predajanja informacij, branja zgodb in oblikovanja kultur. Mnogi poznavalci področja menijo, da se napovedi o tradicionalni knjigi kot skorajšnji preteklosti ne bodo uresničile. »Tehnologije spreminjajo svet, toda človeška narava ostaja enaka. Knjige kot fizični predmeti ne bodo izumrle in se umaknile elektronskim signalom, ki bi jih brali z osvetljenih zaslonov v dlaneh«, zatrjuje Jason Epstein. Miha Kovač se strinja, da bo e-branje pomenilo zgolj nov, dodaten format za branje knjig in da bodo bralniki (in drugi nosilci informacij, na katerih bo možno brati e-knjižna dela) v najboljšem primeru knjižni trg razširili na podoben način, kot so ga mehko vezane knjige pred pol stoletja. Tudi Uroš Grilc ugotavlja, »da knjiga danes v razmerju do medijev, ki veljajo knjigi za konkurenta, ne le ohranja, temveč tudi povečuje svojo vlogo temeljnega medija znanja, ustvarjalnosti in informacij« (Grilc 2006, 57). Aleš Debeljak v eni od svojih kolumn pravi, da je knjiga danes »le eden od nosilcev informacij, ki pa jo je treba v digitalni dobi razumeti kot mnogoobrazni prevodnik med življenjskimi svetovi in kulturnimi sferami, ekologijo in religijo, filmom in svetovnim spletom« (Debeljak 2010, 40).

Univerzalni katalog digitaliziranih besedil, ki jih bo moč naložiti v različnih oblikah, je bistven sestavni del spletnega knjigotrštva prihodnosti. Isto velja za avtomate, ki bodo lahko na odmaknjenih lokacijah po kupčevem naročilu zanesljivo in poceni natisnili posamezen izvod knjige. Po Epsteinovem mnenju nove tehnologije ne bodo onemogočile maloprodajnih knjigarn, kajti poslovalnice knjigarniških verig, kolikor se jih bo obdržalo, bodo uspevale iz istih razlogov, kot uspevajo kinematografi kljub televiziji in videotrakovom. »Nove tehnologije preteklosti ne brišejo, marveč na njej gradijo« (Epstein 2008, 108).

Na neomejenih spletnih policah bo prostora za tako rekoč neomejeno paleto knjig, ki jih bo moč natisniti po naročilu ali brati na naprednih napravah za branje elektronskih besedil. Vendar si nas veliko, tudi Jason Epstein, sveta brez knjigarn ne predstavlja. Jason Epstein primerja knjigarne s svetišči, kot temeljne proizvode človeške narave in

dotik knjige, ki jo vzamemo in podržimo v roki, kot magično izkušnjo, ki poveže pisatelja z bralcem. Težko je predvideti, kaj bodo prodajale knjigarne v digitalni prihodnosti, toda trgovine s ponudbo skrbno izbranih novih in rabljenih del, še zlasti trdo vezanih, umetnostnih in najrazličnejših otroških knjig, ki jih ni mogoče poceni natisniti po naročilu, bodo verjetno ostale (Epstein 2008, 114). Toda če se bodo knjigarne hotele meriti s svetovnim spletom, se bodo morale razlikovati od množično usmerjenih veletrgovin. Knjigarne bodo morale biti takšne, kakršen splet nikoli ne more postati. Nazorno jih opiše Jason Epstein in jih označi kot »otipljive, domače in lokalne, morda s kavarnami, ki nam bodo ponujala užitek in modrost v družbi ljudi z enakimi zanimanji, kjer bomo lahko vedno našli knjigo, ki jo bomo potrebovali, in kjer nas bodo na polici vedno čakala presenečenja in skušnjave (Epstein 2008, 116).

Tiskana knjiga je odigrala nenadomestljivo vlogo, saj se do večine ključnih del evropske kulture in civilizacije zadnjih petsto let dostopamo predvsem in zgolj v formatu tiskane knjige (Kovač 2009a, 64–65, Epstein 2010). Ugotovila sem, da pojav e-knjig ne pomeni nujno konca tiskanih knjig, celo nasprotno, oba medija se lahko dopolnjujeta, vsak je namreč primeren za določene potrebe oz. skupine uporabnikov. Knjiga bo kot fizična oblika ostala pomemben medij komunikacije vse dotlej, dokler se ne bo pojavil model, ki bo omogočal več, boljšo in učinkovitejšo distribucijo vsebin. Tako bo prihodnost digitalna. Digitalna in natisnjena. To pa obenem ne pomeni tega, da lahko čisto brez zanimanja in kritičnega pogleda spremljamo dogajanja v naših družbah, ki so povezana s sodobnimi mediji.

Iznajdba tiskarskega stavka s premičnimi črkami je piscem odprla možnosti, ki jih v Gutenbergovem času ni bilo mogoče predvideti. Priložnosti, ki čakajo pisce in njihove bralce v bližnji prihodnosti, pa bodo še neizmerno večje (Epstein 2008, 110). Kakor v času Gutenbergove tehnologije ni bilo mogoče predvideti njenih posledic, so tudi posledice novih tehnologij zaenkrat nejasne, vendar vse kaže, da »ne bodo nič manj razburljive« (Epstein 2008, 18).

7 LITERATURA

Alexander, George. 2008. Print on demand and changing face of book publishing. *The Seybold Report* 8 (11). Dostopno prek: <http://web.ebscohost.com.nukweb.nuk.unilj.si/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=4&hid=15&sid=5d54b82-197c-4642-8705-a47ef3864115%40sessionmgr11> (11. junij 2010).

Amazon. 2010. *Kindle*. Dostopno prek: <http://www.amazon.com/Kindle-Wireless-Reader-3G-Wifi-Graphite/dp/B002FQJT3Q> (14. september 2010).

Anderson, Chris. 2009. *Dolgi rep: zakaj je prihodnost poslovanja v večji prodaji manj množičnega*. Ljubljana: Cankarjeva založba.

Apple. 2010. *iPad Apple*. Dostopno prek: <http://www.apple.com/ipad/features/> (14. september 2010).

Barnes & Noble. 2010. *Nook*. Dostopno prek: <http://www.barnesandnoble.com/nook/index.asp?PID=34324&cds2Pid=30195> (14. september 2010).

Blatnik, Andrej. 2008. Še ena knjiga (pre)več: kako smo nehali brati in začeli šteti. *Knjižnica* 52 (2–3): 135–145.

Breznik, Maja. 2003. Učinki založniške industrije in bralne kulture. *Knjižnica* 47 (4): 23–49.

--- 2005. Bralne kulture in založništvo. V *Knjižna kultura*, ur. Samo Rugelj, 15–77. Ljubljana: Umco.

Booken. 2010. *E-reader Booken*. Dostopno prek: <http://www.bookeen.com/en/cybook/?id=2&select=Gallery> (14. september 2010).

Curman, Peter. 2000. How the digital revolution will give new life to Gutenberg. V *Print on Demand: A Technological Revolution at the service of Cultural Diversity. Provisional Proceedings of the First International Workshops for Professionals*, 3–15. Svet Evrope.

Čepin Čander, Maja. 2009. Konzervativno verjamem v intelektualno premoč sveta knjig. *Dnevnikov objektiv*, 30. maj. Dostopno prek: http://www.dnevnik.si/tiskane_izdaje/objektiv/1042270647 (11. junij 2010).

Darnton, Robert. 1999. *The new age of the book*. Dostopno prek: <http://www.nybooks.com/articles/archives/1999/mar/18/the-new-age-of-the-book/> (7. september 2010).

Debeljak, Aleš. 2010. Jezik moderne civilizacije. *Sobotna priloga*, 40 (3. april).

Ekslibris. Spletna knjigarna in založba. Dostopno prek: <http://www.ekslibris.si/> (17. julij 2010).

Emka. 2010. *Bralniki e-knjig*. Dostopno prek: <http://www.emka.si/bralniki-e-knjig/CA/623> (14. junij 2010).

Epstein, Jason. 2008. *Založniške zgodbe: založniška preteklost, sedanost in prihodnost*. Ljubljana: Cankarjeva založba.

--- 2010. Publishing: The Revolutionary Future. *The New York Review of Books*. Dostopno prek: <http://www.nybooks.com/articles/archives/2010/mar/11/publishing-the-revolutionary-future/> (7. september 2010).

Forstenič, Jure. 2010. Brezpapirno branje. *Monitor*. Dostopno prek: <http://www.monitor.si/clanek/brezpapirno-branje/> (2. november 2010).

Gabrijelčič, Primož. 2008. E-papir. *Monitor* 18 (11): 38–42.

--- 2009. Tanka bela knjiga. *Monitor* 19 (12): 70–74.

Gregorin, Rok. 2006. *Veleknjigarne v Sloveniji: mit ali resničnost*. Ljubljana: Umco.

Grilc, Uroš. 2004. Books, culture and the European challenges they face. *The Public* 11 (4). Dostopno prek: <http://www.javnost-thepublic.org/media/datoteke/grilc-4-2004-5.pdf> (24. marec 2010).

--- 2005. Knjiga in razvoj. Knjiga kot ena temeljnih razvojnih kategorij družbe. V *Zgubljeno v prodaji: slovenska knjiga med državo in trgov v tretjem tisočletju: sedem pogledov na prihodnost slovenske knjige*, ur. Samo Rugelj, 155–186. Ljubljana: Umco.

--- 2006. Reforme in slovenska knjiga ali knjiga kot reforma? *Knjižnica* 50 (1–2): 57–74.

--- 2007. Državna podpora knjigi 2003–2005: model in učinki. V *Slovenska knjiga včeraj in jutri*, ur. Samo Rugelj, 11–52. Ljubljana: Umco.

Gomez, Jeff. 2009. *Print is Dead. Books in our Digital Age*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Gutenberg. 2010. *Projekt Gutenberg*. Dostopno prek: http://www.gutenberg.org/wiki/Main_Page (12. julij 2010).

KATR – spletna založba in knjigarna. 2010. Dostopno prek: <http://www.katr.si/> (17. julij 2010).

Kontler-Salamon, Jasna. 2010. Bo ob nekaj knjigarnah ostala samo še gromozanska e-pošast? Miha Kovač, raziskovalec knjig in založnik. *Sobotna priloga*, 28–29 (13. marec).

Kovač, Miha. 1999. *Skrivno življenje knjig: protislovja knjižnega založništva v Sloveniji v 20. stoletju*. Ljubljana: Filozofska fakulteta, Oddelek za bibliotekarstvo.

--- 2001a. Slovensko in evropsko knjižno založništvo: Stagnacija pod plaščem odličnosti. *Knjižnica* 45 (1–2): 81–98.

--- 2001b. Odkrivanje korenin informacijske družbe: Knjiga kot materialni objekt in komunikacijsko sredstvo. *Knjižnica* 45 (3): 7–24.

--- 2002. Meje rasti: Nekaj korakov k metodologiji raziskovanja knjižnega založništva. *Knjižnica* 46 (4): 43–63.

--- 2004. Patterns and trends in European book production: some initial observations. *The Public* 11 (4). Dostopno prek: <http://www.javnost-thepublic.org/media/datoteke/kovac-4-2004-2.pdf> (24. marec 2010).

--- 2005a. *Elektronsko založništvo: Komunikacijska revolucija ali papirnati tiger?* Informacijski viri in storitve knjižnic v elektronskem okolju. Strokovno posvetovanje Zveze bibliotekarskih društev Slovenije. Ljubljana: Zveza bibliotekarskih društev Slovenije.

--- 2005b. Protislovja vrednotenja znanstvenega dela: kako določiti pravo znanstveno založbo? *Organizacija znanja* 10 (1). Dostopno prek: http://home.izum.si/COBISS/OZ/2005_1/html/clanek_02.html (14. junij 2010).

--- 2005c. Smeri razvoja slovenskega in evropskega založništva. V *Zgubljeno v prodaji: slovenska knjiga med državo in trgom v tretjem tisočletju: sedem pogledov na prihodnost slovenske knjige*, ur. Samo Rugelj, 9–36. Ljubljana: Umco.

--- 2007a. Paradoksi kibervesolja: zakaj e-knjiga obstaja le na papirju? *Knjižnica* 51 (3–4): 9–21.

--- 2007b. Elektronska knjiga je papirnati tiger: smrt tiskane knjige? *Sobotna priloga*, 24–25 (1. december).

--- 2007c. Zakaj imajo knjige smisel? V *Slovenska knjiga včeraj in jutri: osem pogledov na pomen domače knjige*, ur. Samo Rugelj, 75–75. Ljubljana: Umco.

--- 2008. *Never mind the web. Here comes the book*. Oxford: Chandos Publishing.

--- 2009a. *Od katedrale do palačinke: tisk, branje in znanje v digitalni družbi*. Ljubljana: Študentska založba.

--- 2009b. *Katalog knjig na trgu, tisk po naročilu in elektronski bralniki*. Dostopno prek: www.nsk-slo.si/uploadane_datoteke/02_Gradivo_KOVAČ_2.doc (24. junij 2010).

--- 2009c. Paradoksi branja in znanja v Sloveniji. *Knjižnica* 53 (1–2): 123–140.

--- 2010a. Zakaj v Sloveniji ni resne ponudbe elektronskih knjig? *Bukla* 6 (58): 58.

--- 2010b. Dobro jutro, tisk na zahtevo! *Naglas* (181). Dostopno prek: http://www.mladinska.com/_files/5898/Naglas%20oktober%202010.pdf (24. oktober 2010).

Kovač, Miha in Martin Žnideršič. 2002. *Analiza stanja in razvojnih možnosti slovenskega založništva z vidika izboljšanja notranje učinkovitosti in možnih podpornih ukrepov vlade*. Ljubljana: GZS Združenje za tisk in založništvo in CIC.

Kovač Šebart, Mojca in Miha Kovač. 2006. Towards understanding patterns of book consumption in Europe. V *The Future of The Book in Digital Age*, ur. Bill Cope in Angus Phillips, 69–84. Oxford: Chandos.

Leiter, Richard. 2007. *Book On Demand? The Espresso Book Machine*. Dostopno prek: <http://thelifeofbooks.blogspot.com/2007/08/books-on-demand-espresso-book-machine.html> (2. november 2010).

Lešničar, Tina. 2008. Resno branje je še vedno vezano na tiskano knjigo. *Mag*, 3. december. Dostopno prek: <http://www.ff.uni-lj.si/fakulteta/aktualno/kronika/kliping/dec%202008/3754815.pdf> (11. junij 2010).

Ločniškar-Fidler, Mateja in Tomaž Fidler. Elektronska knjiga – knjiga brez papirja. *Knjižnica* 47 (1–2): 147–174.

Maličev, Patricija. 2008. Preživi samo tisto, kar je berljivo. Jason Epstein, legenda založništva. *Sobotna priloga*, 24–27 (6. december).

Mestna knjižnica Ljubljana. 2010a. *Bralniki v MKL*. Dostopno prek: <http://www.mklj.si/index.php/za-medije/arhiv-novic/363-bralniki-v-mkl> (16. junij 2010).

--- 2010b. Zaključno poročilo projekta Berem napredno, listam e-papir. *Interno gradivo*.

Ministrstvo za kulturo. 2006. *Poročilo o izvajanju NPK 2004–2007 za leto 2005*. Dostopno prek: http://www.mk.gov.si/fileadmin/mk.gov.si/pageuploads/Ministrstvo/Podatki/Letna_porocila/porocilo_NPK_za_letno_2005.pdf (7. september 2010).

--- 2007. *Poročilo o izvajanju NPK 2004–2007 za leto 2006*. Dostopno prek: http://www.mk.gov.si/fileadmin/mk.gov.si/pageuploads/Ministrstvo/Podatki/Letna_porocila/Porocilo_o_izvajanju_NPK_za_2006.pdf (7. september 2010).

--- 2008a. *Predlog Zakona o Javni agenciji za knjigo RS*. Dostopno prek: http://www.mk.gov.si/fileadmin/mk.gov.si/pageuploads/Ministrstvo/Zakonodaja/Predlogi_zakonov/Zakon_o_javni_agenciji_za_knjigo-predlog.pdf (14. junij 2010).

--- 2008b. *Poročilo o izvajanju NPK 2004–2007 za leto 2007*. Dostopno prek: http://www.mk.gov.si/fileadmin/mk.gov.si/pageuploads/Ministrstvo/Podatki/Letna_porocila/Porocilo_o_izvajanju_NPK_za_2007.pdf (7.september 2010).

--- 2009. *Poročilo o izvajanju NPK 2008–2011 za leto 2008*. Dostopno prek: http://www.mk.gov.si/fileadmin/mk.gov.si/pageuploads/Ministrstvo/Podatki/Letna_porocila/Porocilo_NPK_za_letu_2008.pdf (7. september 2010).

--- 2010. *Poročilo o izvajanju NPK 2008–2011 za leto 2009*. Dostopno prek: http://www.mk.gov.si/fileadmin/mk.gov.si/pageuploads/Ministrstvo/Drugo/aktualno/2010/Poro%C4%8Dilo_o_izvajanju_NPK_20082011_v_letu_2009/poro%C4%8Dilo_npk_09.pdf (21. julij 2010).

Modic, Katarina. 2010. Kupce poceni prodajni triki odvrnejo. *Naglas* (178–179). Dostopno prek: http://www.mladinska.com/_files/4725/Naglas%20178.pdf (7. september 2010).

Mladinska knjiga. 2010. *Letno poročilo 2009*. Dostopno prek: http://www.mladinska.com/za_medije/publikacije (7. september 2010).

Može, Andreja in Nadja Svetlin Kastelic. 2010. *Svetovni dan knjige 2010*. Dostopno prek: http://www.stat.si/novica_prikazi.aspx?id=3072 (7. september 2010).

Omnibus. 2010. *Beseda. Virtualna slovenska knjigarna*. Dostopno prek: <http://www.omnibus.se/beseda/> (17. julij 2010).

On Demand Books. 2010a. *Espresso Book Machine Version 2.0*. Dostopno prek: <http://www.ondemandbooks.com/home.htm> (12. julij 2010).

--- 2010b. *Espresso Book Machine Brochure*. Dostopno prek: http://www.ondemandbooks.com/EBM_Brochure.pdf (12. julij 2010).

Pečenko, Nikolaj. 2006. Kratka glava, dolgi rep: digitalna prihodnost knjig. *Sobotna priloga*, 30–31 (2. december).

Pečko-Mlekuš, Helena. 2001. Tiskan učbenik – kaj je že to?. *Knjižnica* 45 (4): 25–38.

Rightscom. 2004. *Publishing Market Watch, Sectoral Report 2: Book Publishing*. Dostopno prek: <http://www.rightscom.com/Portals/0/European%20Book%20Publishing%20Report.pdf> (17. junij 2010).

Rugelj, Samo. 2005. Zgolj prodajati ali dobro prodajati knjige, to je zdaj vprašanje. V *Zgubljeno v prodaji: slovenska knjiga med državo in trgom v tretjem tisočletju: sedem pogledov na prihodnost slovenske knjige*, ur. Samo Rugelj, 85–131. Ljubljana: Umco.

--- 2007. Slovenska subvencionirana knjiga na tržnem tnalu. *Sodobnost* 79 (10). Dostopno prek: <http://www.sodobnost.com/content.php?id=286242&cid=54093&arhiv=1> (17. junij 2010).

Ruslica. Večerova založba elektronskih knjig. 2010. Dostopno prek: <http://www.ruslica.si/> (17. julij 2010).

Schiffrin, Andre. 2007. *Posel s knjigami*. Ljubljana: Cankarjeva založba.

Slovensko leposlovje. 2010. *Zbirka slovenskih leposlovnih besedil*. Dostopno prek: <http://lit.ijs.si/leposl.html> (17. julij 2010).

Statistični urad Republike Slovenije. 2009. *SI-Stat podatkovni portal. Založniška dejavnost*. Dostopno prek: http://www.stat.si/pxweb/Database/Dem_soc/10_kultura/07_10040_zalozniska_dej/07_10040_zalozniska_dej.asp (17. junij 2010).

--- 2010. *Statistični letopis 2009. Kultura*. Dostopno prek: <http://www.stat.si/letopis/LetopisVsebina.aspx?poglavje=8&lang=si&leto=2009> (17. junij 2010).

Strohmeier, John. 2009. *The effects of the long tail on fandom*. Dostopno prek: <http://jstrohmeier.wordpress.com/2009/11/15/the-effects-of-the-long-tail-on-fandom/> (2. november 2010).

Vitiello, Giuseppe. 2000. Predgovor. V *Print on Demand: A Technological Revolution at the service of Cultural Diversity. Provisional Proceedings of the First International Workshops for Professionals*, 5–7. Svet Evrope.

Zaid, Gabriel. 2006. *Toliko Knjig!* Ljubljana: Sodobnost International.

Zakon o Javni agenciji za knjigo Republike Slovenije (ZJAKRS). Ur. l. RS 112/2007.
Dostopno prek: <http://www.uradni-list.si/1/objava.jsp?urlid=2007112&stevilka=5552>
(14. oktober 2010).

Zorko, Teja in Miha Kovač. 2005. Aktualne povezave med knjižnično in knjigotrško dejavnostjo s pregledom razvoja javnih knjižnic. *Knjižnica* 50 (1–2): 97–121.

--- 2007. Začarani krog slovenske porabe knjige in potencialna vloga splošnih knjižnic pri njegovem razreševanju. *Knjižnica* 51 (3–4): 67–95.

Zver, Metka. 2010. Zvezde. *Naglas* (173). Dostopno prek: http://www.mladinska.com/_files/3713/Naglas-Februar-2010.pdf (14. julij 2010).

Žnideršič, Martin. 1995a. Vpliv elektronskih medijev na založništvo, knjigotrštvo in sistem varovanja avtorskih pravic - in njihov odnos do knjižnic. *Knjižnica* 39 (3): 81–100.

--- 1995b. Založništvo v državah v tranziciji. *Knjižnica* 39 (4): 5–11.

--- 1996. Nove tehnologije in založništvo na malih trgih. *Knjižnica* 40 (1): 75–79.