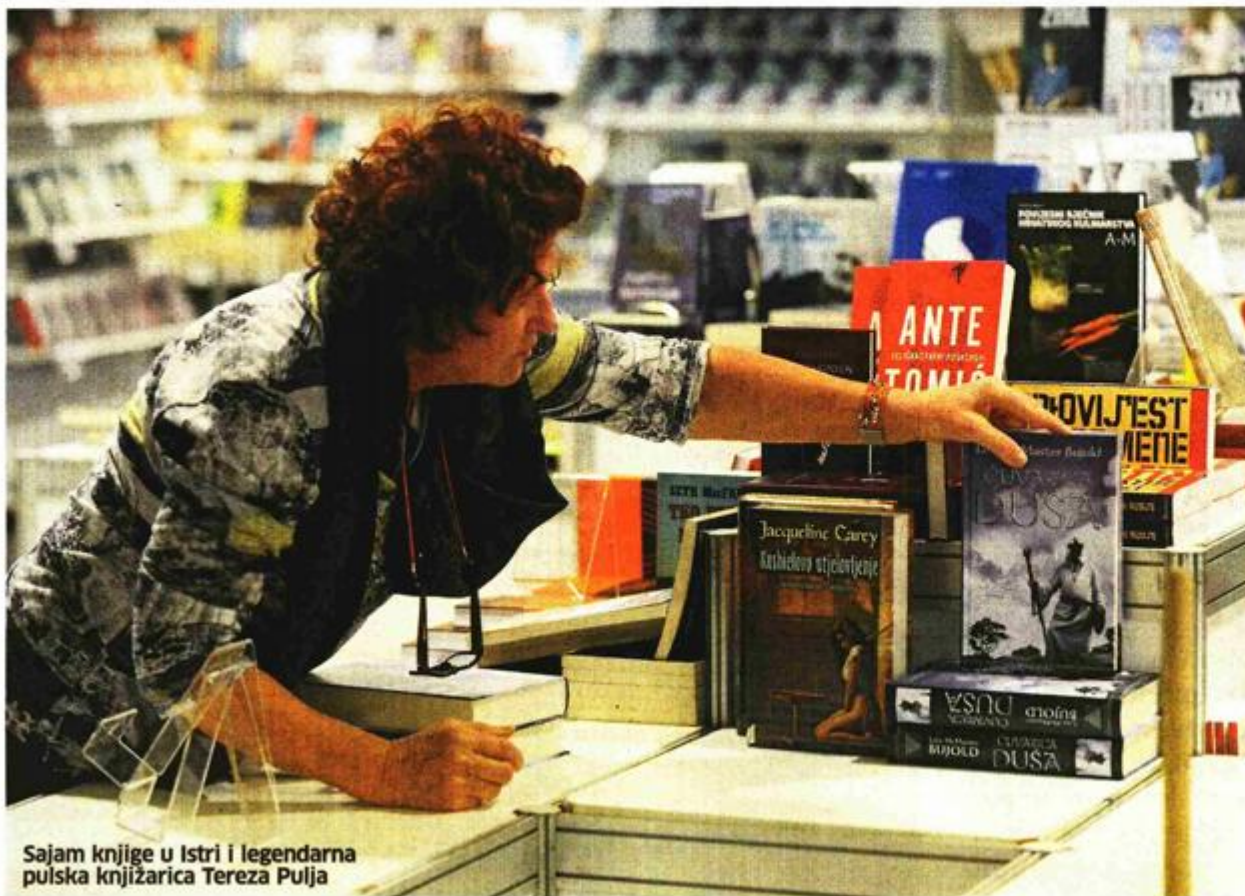


SA(N)JAM KNJIGE U ISTRI U OKRUŽENJU GOSPODARSKE DEPRESIJE I STRMOGLAVO

KIOSK-IZDAVAŠTVO



Sajam knjige u Istri i legendarna pulska knjižarica Tereza Pulja

RASTE INTERES AMERIČKE PUBLIKE ZA STRANE PISCE

Ivan Sršen osnivač je prve književne agencije u Hrvatskoj. Literarna agencija Sandorf promovira pisce iz regije, iz svih zemalja bivše Jugoslavije na većim svjetskim izdavačkim tržištima.

– Nije to klasična agencija koja cilja na što veći broj ugovora. Do sada smo za dvadesetak autora sklopili 70-ak ugovora, što je prilično mali broj, ali zadovoljni smo, uspostavili smo dobre kontakte s izdavačima u inozemstvu s kojima surađujemo u oba smjera – oni kupuju prava od nas za objavu naših autora i obratno, mi ugovaramo prijevode. Počeli smo 2008. od regije, susjednih zemalja, Slovenije, Italije, Austrije, Mađarske i Bugarske, da bismo 2012. prodali prava za roman Roberta Perišića »Naš čovjek na terenu« na području SAD-a i potom se prodao još u 15 zemalja. Sada imamo mrežu kontakata u petnaestak zemalja, svih većih jezika, francuskog, španjolskog, engleskog i njemačkog; imamo kontakte i u Kini, Koreji, Japanu, Brazilu... Uvijek je tu presudna kvaliteta domaćeg autora kojeg nudimo, a do toga je dug put, kontinuirani kontakti, da strani izdavač uvidi zašto bi objavljivao našeg autora, kaže Sršen.

SAD u postotku objavljuje najmanji broj prijevoda koji čine tek tri-četiri posto njihove produkcije, međutim, i taj postotak predstavlja velik broj knjiga u tako velikom izdavačkom pogonu. Sršen veli da se unazad desetak godina taj postotak, pa makar i u promilima, ali kontinuirano povećava i interes američke publike za strane pisce raste. Agencija Sandorf, nakon Perišića, potpisala je ugovore na Olju Savičević Ivančević i Bekima Sejranovića s uglednom izdavačkom kućom McSweeney's iz San Francisca. »Adio kauboj« Olje Savičević u američkom prijevodu izaći će već u veljači, a Sejranovićev roman »Nigdje niotkuda« krajem iduće godine.

napokon kolabiralo

Kiosk-izdavaštvo, koje se od dobrodošle promidžbe knjiga i književnosti u samo nekoliko godina prometnulo u obezvrjeđivanje knjige kao kulturnog proizvoda, umanjilo je istinsku želju čitatelja da knjigu kupi i pročita, smatra Uzeir Husković

Duška PALIBRK

Na 21. Sa(n)jmu knjige u Istri do 13. prosinca u Puli se predstavlja oko 250 nakladnika s gotovo 20 tisuća naslova. Iza velike većine tih brojni stoje hrvatske izdavačke kuće, sve relevantne u zemlji, a među njima i one male koje se rijetko pojavljuju na sajmovima knjiga, uz gostujućih 30-ak srpskih nakladnika te nešto slovenskih i talijanskih. U 11 sajamskih dana 50 autora promovirat će svoje nove knjige, bogata je i nakladnička produkcija za mlade i djecu, a više od 6.000 antikvarnih naslova predstaviti će riječki Ex Libris. Bit će tu i stripova, časopisa pa i gramofonskih ploča, među ostalima i na štandu Art&Musica.

Na prvi pogled, lijepe su to brojke u okruženju dugotrajne gospodarske depresije, kad se knjige na vrh ljestvica najčitanijih popnu s desetak prodanih primjeraka. I Uzeir Husković, vlasnik izdavačke kuće Hena com iz Zagreba, koja je zadnju godinu-dvije posebno živnula i koju najavljuju kao ovogodišnjeg izdavača Sajma knjige u Puli, kaže da broj objavljenih naslova i naklade u Hrvatskoj strmoglavo padaju.

Naklade 500-600 primjeraka

Hena com objavljuje od 1995., prvi objavljen naslov im je »Mrtvacima ulaz zabranjen« Nenada Brixyja, i nakon pet-šest godina usporenijeg rada, lani pokreću aktivniji i sadržajniji izdavački program.

Ovu će godinu okončati s

ukupno 35 novih naslova i to 15 domaćih i 20 stranih autora. Znači, može se, krizi unatoč?

– Za takve promjene bilo je potrebno stvoriti mnoge preduvjete koji nisu bili nimalo jednostavni. Stanje hrvatskog izdavaštva danas nije isto kao ranijih godina. Od 2009. broj objavljenih naslova na godišnjoj razini u Hrvatskoj naglo opada, a prosječna tiraža pala je na 500-600 tiskanih primjerala, ponovljena izdanja su vrlo rijetka. S tako malim tiražama gotovo je nemoguće samofinanciranje godišnjeg programa. U ovom našem, da tako kažem, novom početku odredili smo da izdavački program sačinjavaju domaća i strana proza. Strana prevedena proza s izvornih jezika vrlo je raznovrsna, u njoj je

sadržan značajan uzorak književnosti 15-ak zemalja iz Europe i izvan nje. Program domaće proze obuhvaća najvažnije domaće autore poput Ante Tomića, Marine Vujčić, Tene Štivičić, Ivce Ivaniševića, Zlatka Gala i drugih. U Hena comu tri su stalna urednika: domaće biblioteke »Nokaut« i »Verbarij« uređuju književni kritičar Božidar Alajbegović i književnica Marina Vujčić, dok većinu strane proze u kojoj su uglavnom romani odabire i uređuje Nermina Husković i djelomično Božidar Alajbegović, kaže Husković.

U izdavaštvu ovoga tipa, ističe, danas je neosnovano govoriti o financijskim uspjesima, a kamoli o nekom »bum« poslovanju. Programski naslovi financijski se vrlo teško zatvaraju i uz potpore koje su svakako presudne i neminovne. Kaže da je prodaja knjiga u knjižarama pala na katastrofalnu razinu, a i važan je dio knjižarske mreže u Hrvatskoj u krizi i velikoj nelikvidnosti prema izdavačima. Regionalno tržište je vrlo slabo i uglavnom zainteresirano za manji broj međusobno objavljenih naslova i autora.

– Distribucija knjiga u Hrvatskoj definirana je kroz dva osnovna kanala: knjižarsku mrežu i mrežu gradskih knjižnica. Knjižarska mreža pretež-

no pripada nakladničkim knjižarama što je prvi i najvažniji problem. Osim što se u ponudi i strukturi takvih knjižara apriori ističu samo njihova vlastita izdanja, one su postale neredovite platitice i veliki dužnici izdavačima. Postojanjem važne neovisne knjižarske mreže Tisak media možemo konstatirati da nije sve tako crno i bezizlazno. Kiosk-prodaja iznikla iz kiosk-izdavaštva napokon je kolabirala te je, po mom dubokom uvjerenju, glavni nosilac problema hrvatskog nakladništva koji traje već desetak godina. Kiosk-izdavaštvo, koje se od dobrodošle promidžbe knjiga i književnosti u samo nekoliko godina prometnulo u obezvrjeđivanje knjige kao kulturnog proizvoda, time je i umanjilo istinsku želju čitatelja da knjigu kupi i

pročita, smatra Husković. Ivan Sršen, pisac i prevoditelj te suvlasnik i urednik izdavačke kuće Sandorf iz Zagreba, kaže da nakladnici teško dolaze do svojih prava, konkretnije, do svog novca za prodane knjige. Mukotrpna su to pregovaranja, jer je cijela branša u minusu. Zajednica nakladnika i knjižara kao strukovni ceh nešto pokušava, ali potrebna je intervencija »odozgo«, mjerodavnih i nadležnih.

Autorski honorari i potpore

Izdavačka kuća Sandorf na pulskom Sajmu predstavlja sedam novih knjiga, a među njima su i zahtjevni poduhvati, prijevodna stručna literatura, opsežne studije iz filozofije, povijesti... Tu izdavači, pa i na većim tržištima,

Autorski honorari i potpore

Izdavačka kuća Sandorf na pulskom Sajmu predstavlja sedam novih knjiga, a među njima su i zahtjevni poduhvati, prijevodna stručna literatura, opsežne studije iz filozofije, povijesti... Tu izdavači, pa i na većim tržištima,

REGIONALNO TRŽIŠTE – ZATVORENO!

– Regionalno tržište, nažalost, nije otvoreno. Ovisi isključivo o naporima pojedinaca i nekoliko izdavača. To je složeno pitanje, i ekonomsko i političko u koje ne bih ulazio, ali kada bi se doista otvorilo, svima bi nam od toga bilo bolje. U Hrvatskoj i dalje postoje strahovi da regionalni standardi nisu ujednačeni i da bi nas preplavile jeftinije knjige. U Sandorfu smo, recimo, 2011. objavili koprodukciju »Povijest gej i lezbijskog života i kulture« koja je te godine na beogradskom Sajmu knjiga nagrađena kao najbolji izdavački projekt. Tada sam mislio da će takvi koprodukcijski projekti 2016. godine biti sasvim normalna i učestala pojava, kaže pisac i izdavač Ivan Sršen.

moraju posegnuti za dodatnim oblicima financiranja. U slučaju strane literature, to su fondacije iz zemalja otkud potječe pisac, pa veleposlanstva i vlade, EU-potpore.

– I prije su nam bile dostupne europske potpore, olakšale su izdavačima koji objavljuju lijepu književnost i čitateljima omogućile da dodu do dobrih klasika koji dosad nisu bili prevedeni. Izdavaštvo je, međutim, dugoročan posao i odgovornost je nakladnika da kreira vlastiti program. Samo dugoročno možete doći do rezultata. Postoje ciklusi kada izdavač radi na većim knjigama koje tek kroz nekoliko godina donesu zaradu, ali nikad ne znate kako će se plasirati određena knjiga. Mislim da izdavač prvo treba znati što želi predstaviti publici i onda iznaći oblike financiranja. Sandorf je od početka krenuo sa širokim spektrom polja humanistike što se pokazalo dobrom uređivačkom politikom. Knjige kao što su Arheološki rječnik i Povijest suvremene Rusije rade se godinama, uvijek je više posla nego što možete predvidjeti, pa zato treba ostaviti vremena i prostora za dodatne troškove da bi se dovršili takvi projekti, kaže Sršen, ističući da su za uspjeh presu-



OG PADA NAKLADA I

ŠTVO

dni dobri suradnici.

Prednosti su male zemlje, dodaje, što se ovdje lakše dođe do dobrih, kompetentnih suradnika. U zemlji velikoj kao polovica nekog svjetskog grada olakšana je komunikacija, svi se, posebice u branši više-manje poznaju. A je li se što popravila situacija s autorskim i honorarima prevodilaca i drugih tvoraca knjige? Husković kaže da je visina autorskog honorara u Hrvatskoj na europskoj i svjetskoj razini: 10-12 posto u brutu ili 8-10 posto u netu od maloprodajne cijene knjige bez PDV-a. Što se tiče književnih prijevoda, dodaje, tu primjećuje različitost od izdavača do izdavača. Ističe da Hena com svoje prijevode plaća u iznosu s kojim su prevoditelji zadovoljni. Sršen smatra da društva koja štite interese pisaca i prevoditelja dobro rade svoj posao.

Neregulirano tržište

– Vrše pritisak na izdavače i izvršnu vlast, pa je i Ministarstvo odvojilo neka sredstva za potporu autora, za pisanje novih književnih radova. Klima se poboljšala, međutim, naš standard i neregulirano tržište knjiga sve sudionike dovodi u nesigurnu situaciju. Zasad se tu ne vidi pouzdano rješenje. Mislim da bi trebalo te odnose regulirati, jer ovako svi strepimo što ako neki igrač propadne, hoće li i nas povući za sobom. Na reguliranom tržištu država je spremna uskočiti, kaže Ivan Sršen.

Statistike kažu da se u Hrvatskoj čita pet puta manje nego u EU-u, polovica hrvatskih građana lani nije pročitala nijednu knjigu, od 2008. do danas prodaja knjiga je prepolovljena. Naši sugovornici slažu se da je interes i potreba za čitanjem u Hrvatskoj na vrlo niskoj razini, ali veću prodaju knjiga ne treba očekivati prije povećanja ukupnog blagostanja i prihoda građana.

– Na razini promotivnih aktivnosti, u Hena comu doista činimo više negoli je to racionalno i moguće. Osim što se trudimo izdavački program učiniti što prepoznatljivim u kulturnoj i široj javnosti te osim uobičajenih predstavljanja novoobjavljenih naslova, osnovali smo i književnu tribinu koja već godinu dana vrlo uspješno djeluje. Tribina »Što je pisac htio reći« održava se svakog prvog utorka u mjesecu u Vinyl baru u Zagrebu, u srcu grada, urbanog života i gužve, kaže Husković.

Na pitanje koliko promociji knjiga danas pomažu manifestacije poput sajмова, veli da ovaj pulski svojom koncepcijom i sadržajem sto posto pogada suštinu struke – nakladništva i knjige. Nekoliko godina njegova izdavačka kuća Hena com nije sudjelovala na zagrebačkom Interliberu.

– Koncept pulskog Sajma



UZEIR HUSKOVIĆ
Izdavačka kuća Hena

Postojanjem važne neovisne knjižarske mreže Tisak media možemo konstatirati da nije sve tako crno i bezizlazno



IVAN SRŠEN
Izdavačka kuća Sandorf

Pulski sajam knjiga stvara privid drugačijeg života knjige u Hrvatskoj, ali ti prividi, ti snovi su uvijek važni jer bez njih, izgubili bismo orijentaciju

knjiga odgovara na mnoga pitanja, a ponajviše kako bi se knjiga trebala prezentirati u kulturnoj i široj javnosti. Interliber već godinama strukovno nema snage i ideje da se preobrazi u jedan domaći i regionalni sajam knjige i nakladništva. Ove godine smo ponovno sudjelovali, iako smo znali da je koncepcijski sve isto, samo zato što ne postoji alternativa, kaže Husković.

Susret publike i autora

I Sršen ističe da je pulski sajam jedino mjesto u Hrvatskoj gdje doista dolaze autori, domaći i strani, i oni su najvažniji dio sajma. »Medijska pažnja je njima usmjerenana, autori se dobro osjećaju, publika također. Takav način promocije knjige, gdje autor direktno publici predstavlja svoje djelo, publici koja tih dana diše i živi sa sajmom, tako bi trebalo funkcionirati kroz cijelu godinu. Pulski sajam tih dana stvara jedan privid drugačijeg života knjige u Hrvatskoj, ali ti prividi, ti snovi su uvijek važni jer bez njih, izgubili bismo orijentaciju«, zaključuje Ivan Sršen.