
Prikazi

Martyn Lyons, 2010. *A History of Reading and Writing In the Western World*. Palgrave Macmillan.

Oxfordski doktorand i australski profesor Martyn Lyons u posljednjih je 20-ak godina objavio niz rasprava o ranonovovjekovnoj povijesti Europe s naglaskom na Francusku revoluciju i Napoleonsko doba te o povijesti knjige u Europi i Australiji, a *Povijest čitanja i pisanja u Zapadnom svijetu* sinteza je razmišljanja o njegovoj drugoj znanstvenoj preokupaciji. U toj knjizi Lyons kreće od sadašnjice i njome završava. Sadašnjica mu daje poticaj, jer počinje s tezom da se suvremenim brzim promjenama u tekstualnoj i vizualnoj komunikaciji treba pristupiti iz povijesne perspektive i završava njome kao posljednjim dijelom povijesnog pregleda čitateljskih i spisateljskih praksi. Nepoznavanje povijesti, smatra Lyons, rezultiralo je nepotpunim razumijevanjem promjena jer se bez povijesne perspektive ne može niti znati što je u stvari novo, te je knjiga i napisana sa svrhom primjene povijesne perspektive na istraživanje i razumijevanje knjige, čitanja i pisanja. Iako vjeruje da buduća istraživanja ne bi smjela razdvajati povijest čitanja od povijesti pisanja, Lyons napominje da i u njegovoj knjizi prevladava problematika čitanja, jednostavno stoga što je takvo trenutno stanje istraženosti.

Prvi dio knjige posvećen je sintetiziranju i promišljanju različitih pristupa čitatelju, a na samom početku autor čitanje određuje kao subjektivni čin. „Samo kroz čin čitanja, konfrontiranjem čitatelja s tekstom, literatura postaje živa“ (str. 3). Povjesničar čitanja suočava se s mnoštvom individualnih priča, a svaka je jedinstvena. Međutim, ako se povijest čitanja svede na bezbrojnost pojedinačnih doživljaja, ona završava u „stanju subjektivne anarhije“, gdje opći zaključci nisu ni mogući ni legitimni. Rješenje problema Lyons vidi u djelu francuskog sociologa Pierrea Bourdieua, koji smatra da čitatelj tekstu pristupa s akumuliranim „kulturnim kapitalom“. Drugim riječima, čitatelji ipak nisu posve sami – oni pripadaju određenim socijalnim grupama, i iako tek čitatelj oživljava literaturu dajući tekstu smisao, on to ne čini posve proizvoljno, nego kao član zajednice koja dijeli određene vrijednosti. Zajednice interpretiraju u zadanom vremenu i povijesnom kontekstu, te nam stoga uvid u zajednicu može, barem dijelom, osvjetliti i pojedinačne čitatelje.

Lyons nadalje smatra da povijest čitanja (i pisanja) ima četiri temeljne zadaće (str. 9 – 10): 1. pronaći ciljanog čitatelja (ili publiku), tj. čitatelja kojeg autor ili nakladnik želi i traži; 2. pronaći stvarnog čitatelja i njegove reakcije na tekst (kroz normative akte, zakone, zapise, progone, instrukcije, autobiografije, pisma itd.); 3. kontekstualizirati susret čitatelja s tekstom (proučavajući materijalni oblik knjige, prodajne kanale, čitateljev habitus i sl.) i 4. „demonstrirati demokratizaciju“ spisateljskih praksi u cjelini njihovih „razgranatosti“. Poradi lakšeg snalaženja u dugom vremenskom razdoblju, Lyons navodi i pet prekretnica u povijesti čitanja: 1. izum kodeksa; 2. srednjovjekovni izum tihog čitanja; 3. izum tiska; 4. industrijalizaciju knjige i pojavu masovne čitateljske kulture u 19. stoljeću i 5. kompjuterizaciju.

Polazeći potom od triju navedenih pretpostavki, tj. pet prekretnica u povijesti čitanja, četiriju zadaća istraživanja i spoznaje da se o čitatelju mnogo može saznati istražujući zajednice kojima u zadanom prostornom i vremenskom kontekstu pripada, Lyons počinje pregled povijesti čitanja i, u manjoj mjeri, povijesti pisanja. Prepričavanje pregleda bilo bi suvišno, pa će se prikaz zadržati samo na važnijim spoznajama autora, tj. onima koje u dostupnoj literaturi možda nisu dovoljno naglašene. Govoreći o srednjem vijeku, Lyons tako ističe uspon srednjovjekovnih monarhija koje su stvorile činovništvo i tekstove neophodne u zakonodavstvu, administraciji i financijama. Činovnička pismenost mora se uzeti u obzir i podrobnije istražiti, jer je povećala broj pismenog stanovništva i potencijalnih čitatelja knjiga. Govoreći o izumu tiska, autor ponavlja i ističe činjenicu koja se uslijed fascinacije Gutenbergovom revolucijom također često previđa: tisak je isprva promijenio tek živote obrazovne i kulturne elite, života običnih ljudi nije se dotakao ponegdje i stoljeća nakon Gutenberga. Tisak je omogućio veću „difuziju literature kultiviranim elitama“ (str. 33) nego ikada prije, jer su proizvođene uniformirane naklade, sa standardnim pravopisom, bez skribalne iskvarenosti teksta – i u tom ga se kontekstu, barem isprva, može smatrati komunikacijskom revolucijom. Iznimno mnogo prostora autor posvećuje ranome novom vijeku. Upozorava da je tijekom cijeloga tog razdoblja broj svjedočanstava o seljacima i njihovu čitanju zanemariv; o njihovim navikama, uključujući i čitateljske navike, ponajviše saznajemo od onih koji su te navike željeli reformirati ili ih dokinuti. Vrlo je važno da Lyons u kontekstu čitanja više ne govori o pučkoj kulturi iz čega je razvidno da je taj koncept, iznimno popularan tijekom druge polovice 20. stoljeća, danas napušten. Koriste se izravni i neopterećeni pojmovi: seljaci, svjetovni čitatelji i sl. Lyons naime prihvaća tezu da striktna podjela na visoku i nisku kulturu ne postoji, da je takva dihotomija sterilna i statična. Pisani je materijal cirkulirao i među nižim i među višim „klasama“, presudne su bile razlike u korištenju tekstem i načinima njegova razumijevanja. Podjele na pismene i nepismene također su nedostatne, jer su razine kompetencija čitanja i pisanja uvijek bile različite: pismenost ima različita značenja u različitim socijalnim i povijesnim okolnostima, ovisi o prilika i potrebama, ona ne postoji u „društvenom vakuumu“ i ima značenje samo u odnosu prema specifičnim zahtjevima i potrebama. Usto, „nepismen“ uvijek sudjeluje u pisanoj kulturi, čak i ako je njegov kontekst predominantno oralan.

Posebno je zanimljiv dio knjige koji se odnosi na rađanje modernog nakladništva. Između 1830. i Prvoga svjetskog rata proces proizvodnje knjige u cijelosti je industrijaliziran, pojavljuje se masovno čitateljstvo, a željeznica omogućuje distribuciju i promociju na nacionalnoj i međunarodnoj razini. Usto, zamjetan je golemi rast europske populacije od druge polovice 18. stoljeća i koncentracija te populacije u urbanim središtima, koja su otvorila nova, često se koristi i pojam *prirodna*, tržišta za knjige. Lyons stoga smatra da se nakladništvo, kao specijalizirana profesija, pojavilo u 19. stoljeću. Nakladnik tada postaje poduzetnik, odgovoran je za investicije i akvizicije, mora donositi niz poslovnih odluka (o formatu, cijeni, ugovoru s autorom, novim i ponovljenim

izdanjima, organizaciji tvrtke i sl.), mora razviti promotivne i distributivne strategije itd. Plakati postaju sredstva najave i promocije knjiga, na željezničkim se postajama pojavljuju pultovi s knjigama – W. H. Smith otvara prvi takav pult u Londonu 1848. godine (str. 147). Knjiga time izlazi u javnost, a pola stoljeća od 1880-ih do 1930-ih zlatno je doba knjige, jer je to je vrijeme kada je dosegnuta univerzalna pismenost, a knjiga nije imala konkurenciju drugih medija.

Naposljetku, zanimljiva su i autorova razmišljanja o čitateljima i piscima u „digitalnom dobu“. Od međuratnog razdoblja čitanje knjiga natjecalo se s mnoštvom drugih aktivnosti slobodnog vremena, uključujući radio, kinematograf, novine itd. Radni dan ostavlja kratke vremenske fragmente koji se mogu posvetiti čitanju, koje treba uhvatiti između doma i posla, posla i sna, u pauzama za ručak, u prigradskim vlakovima, između glačala i usisivača. Sve je to rezultiralo smanjenjem interesa za knjigu, no Lyonsova teza da je ona u međuvremenu „naučila raditi u tandemu s elektroničkim medijima umjesto da se natječe s njima“ izniman je doprinos i na neki način anticipacija današnje debate o ključnoj ulozi sadržaja. Lyons je svjestan da je za mlade ljude čitanje knjige tek jedan oblik zabave – knjiga više nije hram kulture. No Lyons je također svjestan da je današnja mijena knjige – tek jedna od mijena kojih je u prošlosti bilo mnogo. Zato kao ključni problem i ističe zakonodavstvo: zakoni o autorskim pravima nastali su u kontekstu kulture tiska i vrlo su loši za novo digitalno okruženje, u kojem je tekst nestabilniji i podložniji promjenama nego prije i u kojem svatko može objaviti knjigu (str. 196). No kao što se zakonodavstvo prilagodilo rađanju nakladništva u 19. stoljeću, jer Bernska konvencija bila je preduvjet za „globalnu ekonomiju knjige“, tako će mu se, prije ili poslije, ponovno prilagoditi.

Lyons to nije napisao, ali može se nadodati: nepoznavanje povijesti nije samo rezultiralo nepotpunim razumijevanjem promjena, već i vrlo egoističnim promatranjem svijeta isključivo iz pozicije vlastitog komoditeta, neka jedna rečenica ostane kao svjedok tome: „Nervozna pitanja o smrti tiskane riječi problem su Zapada, rijetko ih se čuje u Africi ili Južnoj Americi“ (str. 199). (**Zoran Velagić**)

Laura J. Miller. 2007. *Reluctant Capitalists. Bookselling and the Culture of Consumption*. Chicago – London: The University of Chicago Press.

Iako objavljena prije četiri godine, knjiga Laure J. Miller zaslužuje pozornost i prikaz, jer je riječ o za sada teorijski vjerojatno najpotkovanijoj knjizi o suvremenom knjižarstvu. Autorica je istražila kulturu trgovanja, posebice kulturu maloprodaje i potrošnje, dokazujući da debata o suvremenim promjenama u knjižarstvu – riječ je o zamjeni malih knjižara golemim prodajnim lancima, a autorica se na žalost ograničila na američko knjižarstvo – odražava jačanje uloge maloprodaje i *kulture šopinga* u svakodnevnom životu, kao i opće uvjerenje da slobodna kupnja u samoposluzi postaje način ispunjenja pojedinca.

Dosadašnje rasprave o knjižarstvu uglavnom su polazile od nekoliko pretpostavki, koje Miller donekle smatra predrasudama: prvo, od suprotstavljanja trke za profitom i zahtjeva za književnom izvrsnošću, pri čemu se podrazumijevalo da postoji razlika između vrijednih i bezvrijednih, između ozbiljnih i loših knjiga; drugo, od bojazni da će standardizacija koju provode veliki lanci umanjiti mogućnost izbora i treće, od vječnog straha od komercijalizacije nakladništva i knjižarstva koji je utemeljen u prijatni autoritetu kulturne elite. Miller smatra da se knjižarstvo ne može objasniti kulturno-tržišnom dihotomijom, jer je tržišni dio jednadžbe do sada uvijek bio ignoriran. Prema njoj, obje komponente, i kulturna i tržišna, moraju biti podjednako zastupljene i ne mogu se odvojiti jedna od druge – u knjižarstvu ekonomske aktivnosti jesu posljedica određenog kulturnog nazora, ali nisu konzekvenca konflikta kulturne i tržišne komponente. Cilj je njezine knjige stoga ponovno propitati ambivalentnost knjižarskog posla i odgovoriti na dva pitanja: zašto pokušaji racionalizacije i optimizacije trgovanja knjigama izazivaju toliko mnogo kontroverzi i kolika je uopće važnost istraživanja veliki knjižarskih lanaca u kontekstu suvremenog knjižarstva, a težište istraživanja je upravo razvoj takvih lanaca i susljedni konflikt s neovisnim knjižarstvom. Najvažnija hipoteza istraživanja sažeta je u sljedećim rečenicama: „(...) istražiti kulturu trgovanja, posebice kulturu maloprodaje i potrošnje. Dokazujem da debata o knjižarstvu nije trivijalna ili izolirana, već da odražava središnju ulogu maloprodaje u svakodnevnom životu i opće uvjerenje da šoping ima iznimno važno mjesto u ispunjenju pojedinca“ (str. 11).

Debata o knjižarstvu rasplamsala se u drugoj polovici 20. stoljeća, kada su napori usmjereni prema racionaliziranju maloprodaje knjiga rezultirali otvaranjem prvih knjižarskih lanaca. Njihova centralizirana struktura omogućila je da se s brojnim udaljenim poslovnicama upravlja iz istog središta. Omogućena je veća specijalizacija i efikasnija podjela rada, kao i lakše treniranje osoblja. Budući da uniformirane procedure rezultiraju konzistentnim, predvidivim rezultatima, lanci favoriziraju standardizirane metode i standardizirani stil u svim poslovnicama, te su stoga sve poslovnice jednog lanca ponudile uniformirano iskustvo kupnje, koje se podudara s imidžom koji tvrtka nastoji izgraditi: „Od selekcije, narudžbe, oglašavanja, odluke o visini cijene, uređenja trgovine, rasporeda sekcija i izlaganja knjiga – manje ili više, o svemu se odlučuje u jednom središnjem uredu“ (str. 13). Nasuprot nametnutoj uniformiranosti, „neovisni knjižari sami sebe smatraju zaštitnicima lokalne solidarnosti, lokalnog karaktera i interesa, (...) korporativni i uniformirani knjižarski lanci unose otuđenost u društvene odnose, umanjuju posebnosti lokalnih zajednica i koriste svoju moć da unište konkurenciju“ (str. 14). Sukob neovisnih, manjih knjižara i knjižarskih lanaca prerastao je stoga u sukob ideologija: knjige, koje su dugo smatrane riznicama ideja, sredstvom poboljšanja čovječanstva, i u tom smislu manje-više svetim proizvodima modernim su prodajnim tehnikama svedene na proizvode bez svetosti, što je izvor silne nelagode.

Povijest suvremene debate o knjižarstvu prema Lauri Miller seže u razdoblje nakon Drugoga svjetskog rata. *Baby boom* nakon njega, silan razvoj školskog sustava i vizija kontinuiranog ekonomskog rasta obećavali su novu, masovnu generaciju čitatelja,

koji će biti željni i sposobni kupovati knjige. „Dijeleći opći američki optimizam da će gospodarski rast trajati vječno, predstavnici knjiške industrije vidjeli su pred sobom golemo novo tržište institucija i individualnih kupaca knjiga“ (str. 38). Usljedila su tri vala *konglomerizacije* američkog nakladništva. Tijekom prvog su različite tvrtke koje se ne bave nakladništvom kupovale nakladničke kuće; najčešći kupci bile su tvrtke poput IBM-a ili Xerox-a koje su imale viziju kompjuteriziranih razreda opremljenih „sinergijom“ vlastite tehnološke i upravljačke infrastrukture s jedne te sadržaja i prestiža nakladnika s druge strane. Tijekom 1970-ih počinje drugi val spajanja i preuzimanja, kada multimedijske kompanije počinju kupovati nakladnike. Formiraju se konglomerati poput Warner Communications-a ili Gulf & Western-a koji objedinjuju film, radio, glazbu, novine, časopise, knjige itd. Naposljedku, kasnih 1980-ih kreće treći val, sličan prethodnom u smislu povezivanja različitih medijskih kompanija, ali preuzimanja i spajanja postaju međunarodni fenomen. Nameće se globalna perspektiva, „kultivira se međunarodno tržište“. Usporedno s okrupnjavanjem u nakladničkoj tekao je i proces konglomerizacija knjižarske djelatnosti: rast knjižarskih lanaca počinje 1960-ih, kada se formiraju Walden Books i B. Dalton koji otvaraju stotine knjižara u trgovačkim centrima diljem SAD-a. Slijedili su novi i još veći lanci: Barnes & Noble se udružuju i preuzimaju Dalton, osniva se Crown Books, a potom Borders, koji guta Walden. Sredinom 1990-ih prosječni knjižarski *superstore* nudio je oko 125 000 naslova knjiga, a u ponudi je bilo i mnoštvo ostalih medijskih proizvoda. Takva veličina izmješta knjižarske lance iz trgovačkih centara i sve češće zahtijeva samostojeće zgrade. Miller nastavlja istražujući, opisujući i analizirajući brojne aspekte knjižarskog posla. Za ilustraciju, ovaj će se prikaz osvrnuti na sljedeće: promjenu knjižareve uloge, fizičko smještanje knjige u knjižarama i pretvaranje knjižara u zabavne centre.

Promjena knjižareve uloge možda je i najšokantnija. Knjižar je tijekom 20. stoljeća bio osoba koja je poboljšavala živote upoznavajući ljude s „dobrim“ knjigama, no samoposluga omogućuje kupcima da zaobiđu mišljenje i preporuku knjižara. Knjižarski lanci ne potiču selektivnost, ne razlikuju dobre i loše knjige, pa uloga knjižara više nije didaktička nego uslužna; njegova je zadaća zadovoljiti kupca, a ne suditi o njegovom čitateljskom ukusu jer se, slično kao i u drugim područjima, izbor štiva smatra privatnom stvari. „Razlika između današnje prodaje i praksi preporučivanja u odnosu na prošlost jest u tome da će današnji knjižari teško čitateljima preporučiti da pročitaju knjigu zato što će im donijeti moralni napredak i učiniti ih boljim ljudima. Radije, knjižari će reći kupcima da će im knjige donijeti zabavu, učinit će ih, barem privremeno, sretnijim ljudima.“ (str. 79).

Lanci dakle ne žele prodavati samo dobre knjige, predmet njihova interesa sve su knjige koje donose profit. Ako se knjiga ne može prodati, vraća se nakladniku. Tijekom 1990-ih knjiga je u knjižari uobičajeno živjela 3 do 6 mjeseci. Komercijalno isplativim knjigama pridaje se poseban tretman: izlažu se tako da se vide prednje korice, a ne hrbat, stavljaju se na „bolja mjesta“ - na ulazu, po sredini trgovine na posebnim mjestima ili uz blagajnu. Bolja mjesta imaju i svoju cijenu: Barnes & Noble je 1996.

godine mjesečno naplaćivao 3000 američkih dolara da bi knjigu stavio u izlog ili čak 10 000 dolara da bi samo ta jedna knjiga popunila cijeli izlog (str. 100). Iako je takva praksa uobičajena u maloprodaji izazvala je brojne negativne reakcije, jer se smatralo da se knjiga srozava na razinu masovnog konzumerizma pri čemu se zaboravlja se da je ona „nešto drugo“.

Autorica također opisuje i kako su se knjižare počele pretvarati u zabavne centre. Sve knjižare danas imaju kafiće, razna događanja su važan dio strategije, pa iako su gostovanja autora i dalje najpopularnija, ide se dalje: večer uoči izlaska novog Harry Pottera organiziraju se maskirane zabave, kada se objavi knjiga o psu kao ljubimcu knjižara poziva vlasnike skupa s ljubimcima, može se i usvojiti napuštenog psa i sl. Miller zaključuje: „Razvoj knjižare kao zabavnog centra odražava gotovo cjelovitu integraciju knjige u sklop zabavne industrije“ (str. 31). Uz žaljenje da se autorica ograničila samo na Sjedinjene Američke Države i da nije mogla sagledati i detaljnije obraditi i druge suvremene načine distribucije knjige, ta je rečenica najbolji zaključak uz njezinu monografiju. (**Zoran Velagić**)