



JÜRGEN BOOS

Prepričala ga je obsedenost s poezijo

Z direktorjem Frankfurtskega knjižnega sejma
o Sloveniji kot častni gostji sejma leta 2022 ter
o položaju založništva, knjig, literature in avtorjev

Petra Vidali

Kateri je bil najmočnejši argument za odločitev, da bo Slovenija leta 2022 častna gostja knjižnega sejma v Frankfurtu?

"Pa eni, bolj razumski strani je bila to izjemna motiviranost agencije za knjigo in tudi podpora ministrstva za kulturo. Po drugi pa je bila odločilna strast. Pred nekaj leti sem spoznal Aleša Štegerja in fasciniral me je njegov strastni odnos do poezije. Skušal sem mu priti do dna in ugotovil sem, da je s poezijo obsedena cela dežela. Tudi sicer sem želel, da bi na sejmu nekaj več pozornosti posvetili poeziji, ker poezija v svetu in morda posebej v Nemčiji nima vloge, ki bi jo morala imeti. Vprašal sem se, zakaj imajo v Sloveniji vsi radi poezijo in zakaj vsi pesnijo. Sinoči smo sedli za naključno izbrano mizo in ugotovili, da sedimo s štirimi pesniki. Bilo je res lepo! Zlasti sem si zapomnil **Glorjano Veber**."

Predvidevam, da ste prišli preverit, kako napreduje projekt?

"Ne zares. Popolnoma zaupam direktorici agencije za knjigo Renati Zamida in njeni ekipi. Tukaj sem, da bi čim bolj razumel. Moram razumeti, ker moram to 'prodati' svetovni založniški srednji in nemški publiki. Zase moram ugotoviti, kaj je tisto posebno v Sloveniji. Izlet je precej zanimiv, pred dvema dnevoma sem ga začel z večerjo s Slavojem Žižkom. Res je impresiven, ampak ne vem, koliko je slovenski. Danes pa gremo k Ani Roš. Naslednje leto izide njena knjiga pri eminentni založbi Phaidon. (Imajo prav serijo Chefs in jo prodajajo pod sloganom "Phaidon - home to the best chefs in the world", op. p.)"

Denar šteje, pomembna pa je kreativnost

Prizadevanja agencije za knjigo potrebujejo močno finančno in logistično podporo ministrstva za kulturo in celotne vladne infrastrukture, ampak za zdaj ostaja bolj na ravni obljub, se zdi. Ste se pogovarjali tudi na tej ravni?

"Kultura vedno potrebuje denar. Tudi na včerajšnjem odprtju Dnevov poezije in vina je Aleš Šteger prosil za več denarja za festival. Ja, pomembno je, da sem srečal ministra za kulturo, in denar je pomemben. Imeli smo častne goste sejma, ki so porabili za projekt res veliko denarja, ampak vseeno je treba povedati, da ne gre za denar, ampak, kot sem že rekel, za motiviranost in za to, da ugotovite, kaj

pravzaprav hočete pokazati. Ne gre za dogodek, ampak za proces, ki se je že začel. Z ministrom in drugimi smo včeraj razpravljali o ideji, iz katere naj izhaja vsa prezentacija. Kaj hočete pokazati? Zgodovino, prihodnost, sedanjost, spreminjanje družbe, zgolj literaturo, bogastvo kulture?"

Imate kakšno posebno priporočilo za majhne države oziroma majhne knjižne trge?

"Majhne države imajo včasih celo prednost, ker so v nekem smislu bolj pregledne. V Sloveniji že poznaš akterje, med katerimi izbiraš tiste, ki jih boš predstavil - ne govorim samo o literaturi, pomembno je, da se predstavijo vsa področja kulture. Lažje jih spraviš na kup. Po drugi strani je to, da se vsi poznajo, lahko tudi oteževalna okoliščina, ampak vseeno verjamem, da je v takih okoliščinah predvsem prednost. Zelo dobro izkušnjo smo imeli z Islandijo kot častno gostjo. Tristo tisoč prebivalcev ima, toliko kot Ljubljana. Njihov proračun za gostovanje je bil tri milijone evrov, potem je prišla kriza in ga je prepolovila. Uspelo jim je najti nekaj privatnih sponzorjev - to bo morala tudi Slovenija -, predvsem pa so nabrano izjemno pametno porabili. Pohišstvo so kupili kar v Frankfurtu in ustvarili tipično islandsko dnevno sobo. Ljudje so v njej z veseljem posedali in brali. Za kreativnost gre."

Darvinistični procesi v založništvu

Je pametno izbrati enega avtorja in ga potiskati v ospredje ali je bolje staviti na ekipo? V nemškem literarnem prostoru je od slovenskih literatov že nekaj časa najbolj prisoten Aleš Šteger, se zdi.

"To so težke odločitve. Pogled od

zunaj in notranji pogled iz Slovenije se pogosto razlikujeta, seveda pa bi vsi hoteli biti zraven. Običajno se konča tako, da je delegacija avtorjev precej velika. Saj tudi mora biti, ker ne gre samo za dogajanje na sejmu, branja in predstavitve bodo tudi drugod po Nemčiji. Mediji pa bodo v vsakem primeru izbrali dva ali tri avtorje. In to bodo avtorji, ki so v nemški in mednarodni javnosti že prisotni, ki že imajo prevode. Nesmiselno je pripeljati avtorje, ki še nimajo prevodov. To je neke vrste naravna selekcija, darvinistični proces tako rekoč. Ravno zato je tako pomemben pripravljalni čas. Zdaj je treba poskrbeti za prevode del, ki si to zaslužijo. Vaše priprave so dobre, k vam prihajajo nemški založniki in novinarji. Zakaj tudi novinarji? Šestdeset odstotkov člankov o sejmu se ukvarja s časnimi gosti sejma, o tem se da pisati, vsekakor bolj kot o sami prodaji avtorskih pravic. Mislim, da imate res srečo z agencijo, nekatere države so vzpostavile takšno institucijo šele takrat, ko so bile izbrane za gostjo. Pametno se mi zdi tudi, da boste eno leto prej častna gostja na sejmu knjig za otroke v Bologni. S takšno strategijo te res opazijo."

Ob uspešni "zunanji politiki" imamo, kot gotovo veste, specifične notranje težave. Beremo že še, knjig pa ne kupujemo. In dimenzije našega nekupovanja so res katastrofalne.

"Saj to pravijo povsod. Ampak vseeno ne bi govoril o krizi. Knjigarne so res v krizi. V Nemčiji so v krizi velike knjigarne. S tri tisoč kvadratnih metrov so se skrčile na maksimalno šeststo kvadratnih metrov. Majhne knjigarne so preživele samo zaradi predanih lastnikov, a če so se povezali z okoljem, jim gre zdaj spet kar dobro. Ljudje prihajajo v knjigarno na kavo ali sendvič in na srečevanja. Seveda ni recepta. Edina strategija, ki jo lahko priporočam založnikom in knjigarnam, je osebni pristop, eden na enega, nagovarjanje vsakega bralca in kupca posebej. Z družbenimi omrežji, z akviziterstvom, po telefonih in v živo, s prepričevanjem - 'vem, kaj imate radi, in zato je to to, kar potrebujete'. V centru Ptuja nisem opazil knjigarne in tudi ne stojnic na festivalu."

Odnos do knjig je povezan z vlogo piscev v družbi. V socialističnih državah so bili pisci, kot pravi Andrei

Makine, bogovi. Njihove besede so bile poslednja sodba in so odpirale vrata v nebeško kraljestvo. Zdaj so izgubili moč. Ampak najbrž ne samo na Vzhodu?

"Ne verjamem, da je mogoč univerzalni odgovor na to vprašanje. V nekaterih skoraj totalitarnih azijskih državah, ki preganjajo ali stigmatizirajo homoseksualce, nastaja v teh skupnostih izjemno dobra in tudi odmevna literatura. V tem primeru bi lahko rekli, da je pritisk premo sorazmeren z vlogo literature. Ravno včeraj pa smo se pogovarjali o tem, da so bili pri vas zlati časi ob koncu osemdesetih let, ko so bili pisatelji še zmeraj bogovi ali vsaj polbogovi, cenzura pa je že popustila."

Po svoje pričajo o posebnem pomenu literature v nedemokracijah okoljih tudi reakcije na nekatere vaše odločitve, ko ste recimo ob častnem gostovanju Kitajske povabili dva disidentska avtorja ali ko ste za slavnostnega govornika ob otvoritvi sejma želeli Salmana Rushdieja.

"Ja, res je. Predvsem pa, ko govorimo o vlogi literature danes, ne smemo biti dogmatski. Meje med posredniki se brišejo. Filmi, televizija, knjige, zvočne knjige, podcasti, blogi ... Gre pač za nove pristope."

Cel svet bere Moj boj

Dolgo smo se spraševali, ali bo elektronska knjiga premagala tiskano. Ampak to vprašanje je danes preseženo, ne?

"To je bilo nujno vprašanje v vsakem intervjuju. Pa sploh ni pomemben medij, pomembna je potreba po zgodbah."

Katero pa je danes pomembno vprašanje oziroma raje, kaj je danes pomemben problem?

"Morda je problem naslanjanje na velika imena. Če kdo s knjigo uspe, mora nujno napisati nadaljevanje in potem še bolj berejo samo tega avtorja. Tako cel svet bere Moj boj Karla Oveja Knausgärda. Pomembno je, da širimo prostor za druge, in zato - ne, predstavitev se ne sme osredotočiti na samo enega avtorja."

Skandinavci so sploh prodorni na svetovnem založniškem trgu. Videti je, da so iznašli formulo?

"Ne vem, ali gre za formulo, vem pa, da imajo Norvežani in Finci zelo prodorne literarne agencije. Zelo veliko denarja so vložili v prevode in promocijo literature. Ob pro-

doru skandinavskih kriminalk pa je treba upoštevati tudi, da imajo v tem žanru močno tradicijo, pred Larssonom in Nesbojem je bil vendarle svetovno znan že Mankell ... in ker so videli, kako dobri so v tem, so se posebej posvetili žanru. Zares pomembna pa je, kot rečeno, podpora države. Države se zavedajo, da morajo vlagati v gledališče ali film, to se zdijo reprezentativne umetnosti in politiki se lahko fotografirajo na rdečih preprogah, založništvo pa dojemajo kot posel, ki ne potrebuje podpore."

Med svetovnimi uspešnicami skoraj ne najdemo nemških naslovov. Kako to?

"Težko je. Naši newyorški izpostavi agencije za knjigo uspe na ameriški trg prodati okoli 20 naslovov na leto. To ni nič. Samo trije odstotki knjig, ki izidejo v ZDA, so prevodi. Pri vas je delež prevodov 35 odstotkov ali na nekaterih segmentih založništva celo 50 odstotkov. V Nemčiji je zanimanje za prevodno literaturo stabilno in v naslednjih treh letih moramo vsi skupaj delati za to, da se bo usmerilo na slovensko literaturo. Nemški prevod in uspeh na nemškem knjižnem trgu sta lahko tudi referenca za druge prevode."

Knjige vedno nagovarjajo posameznike. Odgovarjajo na eksistencialna vprašanja, od kod prihajam, kje sem, kam grem. Frankfurtski knjižni sejem je dogodek, ki zbere posameznike zato, da bi lahko izmenjali zgodbe in knjige."

*Kaj hočete pokazati?
Zgodovino,
prihodnost,
sedanjost,
spreminjanje družbe,
zgolj literaturo,
bogastvo kulture?*

*V centru Ptuja
nisem opazil
knjigarne in tudi ne
stojnic na festivalu*

Osebna izkaznica

Jürgen Boos (1961) je direktor največjega knjižnega sejma na svetu že od leta 2005. Prej je bil menedžer v nekaj pomembnih nemških založbah. Ob sejmu vodi tudi sejemsko agencijo za avtorske pravice in združenje za promocijo afriške, azijske in latinskoameriške literature. Ob nekaterih odločitvah za častne gostje je obveljalo, da ga posebej zanimajo politični vidiki gostovanj. Njegove odločitve so se zdele drzne, vendar vodi sejem zanesljivo in ohranja njegov primat v založniškem svetu.



Jürgen Boos: "Države se zavedajo, da morajo vlagati v gledališče ali film, to se zdijo reprezentativne umetnosti in politiki se lahko fotografirajo na rdečih preprogah, založništvo pa dojemajo kot posel, ki ne potrebuje podpore."

Foto: Igor NAPAST