

ИЗДАВАШТВО КАО КЊИЖЕВНИ ЖАНР¹

Хтео бих да вам говорим о нечему што се обично узима здраво за готово, али се потом показује као нимало саморазумљиво: уметност објављивања књига. И најпре бих начас застао на самом појму издаваштва, јер ми се чини да је обавијен знатном количином недоумица. Кад некога питате: шта је то издавачка кућа?, уобичајени одговор, и разложнији, био би следећи: реч је о секундарној индустријској грани где се новац покушава зарадити објављивањем књига. А шта би требало да буде *добра* издавачка кућа? Добра издавачка кућа била би – ако ми се дозволи таутологија – она за коју се претпоставља да објављује *само* добре књиге. Значи, да дамо овлашну дефиницију, књиге којима издавач тежи да се поноси, уместо да их се стиди. С ове тачке гледишта, таква издавачка кућа тешко би могла да се покаже као особито корисна у економском смислу. Објављивање добрих књига никада није никога учинило страховито богатим. Или, барем, не у мери упоредивој с оним што се може догодити када на тржиште избаците минералну воду или компјутер или пластичне кесе. Како изгледа, једно издавачко предузеће може да оствари знатну зараду само ако се добре књиге преплаве многим другим стварима веома другачијег квалитета. А када сте преплављени, лако вам се може десити и да се утопите – и тако у потпуности нестанете.

Било би добро, потом, подсетити да је издаваштво у бројним приликама доказало да је брз и сигуран начин да се протраће и списају богате имовине. Чак би се могло додати да је, уз *roulette* и *cocottes*, оснивање издавачке куће увек било, за младог човека племенитог рода, један од најуспешнијих начина да проћерда своју судбину. Ако је тако, човек се пита како је уопште улога издавача вековима привлачила тако много људи – и како се и даље сматра привлачном, и на неки начин мистериозном, чак и данас. Није тешко, на пример, приметити да ретко које звање толико прижељкују неки економски моћници, који га често стичу дословно по високој цени. Када би такве особе могле истаћи да *објављују* замрзнуто поврће, уместо да га производе, по свој прилици би биле задовољне тиме. Можемо онда да закључимо да је издаваштво, поред тога што је пословна грана, увек било питање престижа, оно барем јер је посреди врста пословања и, уједно, уметност. Уметност у сваком смислу, и извесно опасна уметност, будући да је, када се бавите њоме, новац суштински елемент. С ове тачке гледишта, лако можемо устврдити да се мало тога променило од Гутенбергових времена.

Па ипак, ако погледом пређемо преко пет векова издаваштва, покушавајући да мислимо само издаваштво као уметност, одмах ћемо видети како испливавају парадокси сваке врсте. Први би могао бити овај: на основу којих критеријума се може

¹ Овај текст је Роберто Каласо прочитао 17. октобра 2001. у Москви, у сали Музеја архитектуре Шусев, где се одржавала изложба посвећена издавачкој кући „Adelphi“.

судити о величини неког издавача? О томе, као што би обично рекао мој шпански пријатељ, „no hay bibliografía“, нема библиографије. Можемо прочитати веома учене и подробне студије о делатности неких издавача, али веома ретко се наилази на суд о њиховој величини, као што се, међутим, нормално дешава када је реч о писцима и сликарима. Прва, и можда најубедљивија, води нас до почетака издаваштва. Са штампом се догодио феномен који ће се касније поновити с рођењем фотографије. Изгледа да смо у ове изуме били упућени од учитеља који су непосредно досегли недостижну изврсност. Ако хоћете да схватите суштину фотографије, довољно је проучити Надарово дело. Ако хоћете да схватите шта може бити велика издавачка кућа, довољно је бацити поглед на књиге које је штампао Алдо Мануцио. Био је Надар издаваштва. Био је први који је замишљао једну издавачку кућу с аспекта форме. Овде „форму“ треба разумети на битно различите начине. На првом месту, форма је пресудна у избору и редоследу наслова који се објављују. Али форма се односи и на текстове који прате књиге, као и на начин на који се књига презентује као предмет. Стога укључује корице, графику, пагинацију, слог, папир. Сам Алдо обично је, у форми писма или *epistulae*, писао кратке уводне текстове који су претече не само свих модерних увода, предговора и поговора, него и свих клапни, презентационих текстова за књижаре и данашње рекламе. Први пут је било назначено то да су све књиге објављене од неког издавача могле бити виђене као карике јединственог ланца, или сегменти једног каиша књига, или фрагменти посебне књиге формиране од свих књига које је објавио тај издавач. Ово је, очито, циљ, најсмелији и најамбициознији, једног издавача, и такав је остао петсто година. А ако вам се чини да се ради о тешко изводљивом подухвату, биће довољно подсетити да и књижевност, ако у својој дубини не скрива немогуће, губи сваку магију. Нешто аналогно се, верујем, може рећи о издаваштву – или барем о овом посебном начину да се буде издавач, виду који извесно није био чест протеклих векова, али је понекад давао знамените резултате. Да бих назначио оно што може настати из ове концепције издаваштва, указаћу на две књиге које је објавио Алдо Мануцио. Прва је објављена пре петсто две године с нејасним насловом *Hyperrotomachia Poliphili*, што би значило „Љубавна борба у сну“. Али о чему се радило? Било је то оно што би се данас звало „првим романом“. Поврх тога, дело непознатог аутора (и дан-дanas загонетног), писано неким имагинарним језиком, врста *Финејановој бдења* састављеног само од мешавина и укрштаја латинских и италијанских речи. Прилично смела операција, рекао бих. Али, како је књига изгледала? Било је то издање in folio, илустровано дивним гравирама које су представљале савршену визуелну противтежу тексту. Али овде се мора додати нешто: по огромној већини страствених љубитеља књига, ово је *најлепша књига* која је икада одштампана. Што свако од вас може да провери, ако вам се некада задеси у рукама копија овог издања или, у горем случају, факсимил. Ова књига очито је била подухват генија, јединствен и непоновљив. А при њеном стварању издавач је имао капиталну улогу.

Не треба, међутим, мислити да је Мануцио био велик само као приређивач ризница за библиофиле будућих векова. Други пример у вези са њим иде у потпуно другачијем правцу: три године после *Hyperrotomachie*, Мануцио је 1502. објавио издање Софокла у формату који је он дефинисао као *parva forma*, мала форма. Овде имамо

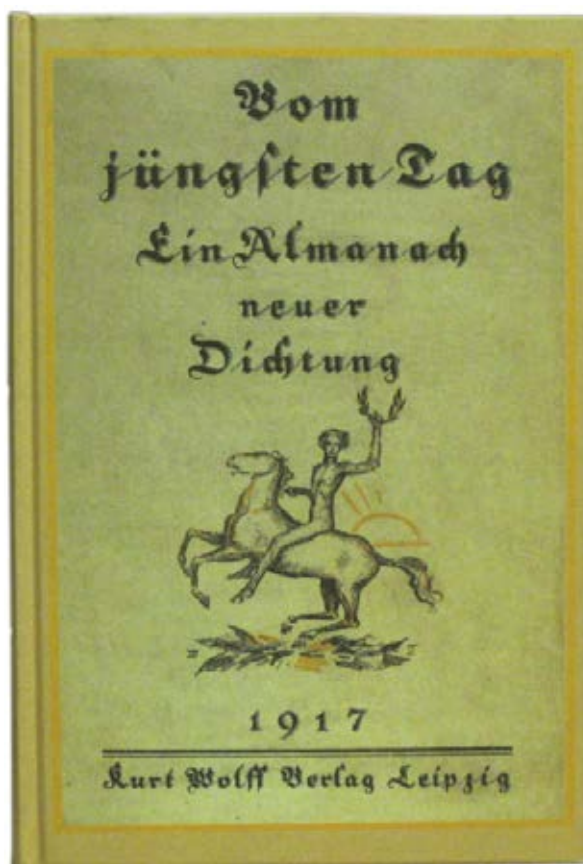


Слика 1. *Hypnerotomachia Poliphili*, издање Алда Мануција, Венеција, 1499.

фотокопију насловне и прве стране. Као што можете да видите, то је прва џепна књига у историји, први *raperback*. Прва књига која се, дословно, могла ставити у џеп. Изумевши књигу таквог формата, Мануцио је изменио поступање које прати читање. Тако се сам чин читања радикално променио. Док посматрате насловну страну, моћи ћете да се дивите елеганцији грчког курзивног слога који је овде први пут употребљен, да би потом постао драгоцен оријентир. Стога је Мануцио био кадар да постигне два опречна резултата: с једне стране, да креира књигу као што је *Hypnerotomachia Poliphili* којој неће бити равне, и која је готово архетип *једнствене књиге*. С друге, да креира потпуно другачију књигу, као што је Софокле, која ће пак бити свуда умножавана милионима пута, све до данас.

Нећу више говорити о Алду Мануцију, јер већ видим како се у вашој глави оцртава једно питање, питање које би се могло овако формулисати: Ха, све је то фасцинантно и припада слави италијанске ренесансе, али какве то везе има с нама и с данашњим издавачима, преплављеним растућом плимом CD ромова, интернет сајтова, електронских књига и DVD-ова – да не помињемо разноврсне инцестуозне спојеве свих ових механизма? Ако будете имали стрпљења да ме још мало пратите, покушаћу да одговорим на ово питање наводећи још неке примере. У ствари, ако бих вам неувијено рекао да би по мом мишљењу један добар издавач наших дана требало просто да

настоји да ради оно што је радио Мануцио у Венецији прве године шеснаестог века, могли бисте помислити да се шалим – док се ја уопште не шалим. Говорићу вам, тако, о једном издавачу из двадесетог века управо да бих вам показао како је делао тачно на тај начин, иако у сасвим другачијем контексту. Звао се Курт Волф. Био је немачки младић, отмен, богат, али и не толико. Хтео је да објављује нове писце високе књижевне вредности. Па је основао за њих едицију књижица, прилично необичних, вертикалног формата, коју је назвао „Der Jüngste Tag“, „Судњи дан“, називом који данас изгледа сасвим прикладно за едицију књига која је излазила у Немачкој углавном за време Првог светског рата. Ако погледате ове књиге црне боје, витке и строге, с етикетама налепљеним преко њих, као на школским свескама, можда ћете помислити: „Овако би требало презентовати једну Кафкину књигу.“ И, доиста, многе Кафкине приповетке објављене су у овој едицији. Међу којима и *Преображај*, године 1917, с лепом плавом етикетом и црним оквиром. У то време Кафка је био млад писац, недовољно познат и крајње ненаметљив. Али, ако прочитате писма која му је писао Курт Волф, одмах ћете схва-



Слика 2. Алманах *Vom Jüngsten Tag*, издање Курта Волфа, Лајпциг, 1917.

тити, из његовог бираног такта и дискретне пажње, да је издавач једноставно *знао* с ким се дописује.

Кафка, уосталом, сигурно није био једини млад писац ког је објавио Курт Волф. Исте те 1917, године прилично немирне за издаваштво, Курт Волф је сабрао у једном алманаху, под насловом *Vom Jüngsten Tag*, текстове неколико младих аутора. Ево алманаха и ево имена неких аутора: Франц Блај, Алберт Еренштајн, Георг Хајм, Франц Кафка, Елзе Ласкер-Шулер, Карл Штернхајм, Георг Тракл, Роберт Валзер. То су имена младих писаца који су се, те године, нашли окупљени под кровом исто тако младог издавача. И та иста имена, не искључујући ниједно, део су листе битних аутора које млад човек данас треба да прочита ако жели да сазна нешто о књижевности на немачком језику из првих година двадесетог века.

На овом месту би моја теза требало да се јасно укаже. Алдо Мануцио и Курт Волф нису радили ништа битно различито, с временском дистанцом од четиристо година. Упражњавали су, заправо, исту *уметност издаваштва* – иако ова уметност може проћи неопажена од очију већине, укључујући и саме издаваче. А ова уметност се може проценити у оба случаја истим критеријумима, међу којима је први и последњи *форма*: способност да се више књига обликује као да су поглавља једне једине књиге. И све то водећи рачуна – пасионирано и опсесивно – о изгледу сваког издања, о начину на који се презентује. И, коначно – што извесно није тачка од мањег значаја – и о томе како се та књига може продати што већем броју читалаца.

Пре четрдесетак година Клод Леви-Штрос је предложио да се једна од основних делатности људске врсте – то јест елаборација митова – види као посебан облик *bricolage*-а. Након свега митови су састављени од већ готових елемената, од којих многи произлазе из других митова. На овом месту скромно предлажем да се и уметност издаваштва узме као врста *bricolage*-а. Покушајте да замислите једну издавачку кућу као јединствен текст формиран не само од суме свих књига које су у тој кући објављене, него и од свих других њених саставних елемената, као што су корице, клапне, рекламе, количине одштампаних и продатих примерака, те разних издања у којима је исти текст презентован. Замислите издавачку кућу на овај начин и уронићете у веома особит пејзаж, у нешто што бисте могли сматрати књижевним делом по себи, које припада специфичном жанру. Жанру који се поноси својим модерним класицима: на пример широке области *Gallimard*-а, које се од мрачних шума и мочвара *Série Noire* простиру све до висоравни *Pléiade*, укључујући, међутим, и разне љупке провинцијске градове или туристичка упоришта која понекад личе на Потемкинова села од папир-машеа саграђена у овом случају не због Катаринине посете, него због сезоне књижевних награда. А добро знамо да, успе ли да се прошири на овај начин, издавачка кућа може задобити империјални карактер. Тако име *Gallimard* одзвања чак и на најудаљенијим подручјима до којих стиже француски језик. Или, на другој страни, можемо се наћи на пространим имањима *Insel Verlag*-а, која одају утисак да су дуго припадала неком просветљеном велепоседнику који је оставио своју имовину најоданијим и најпроверенијим управницима... Нећу више наваљивати, већ сте видели да би се на овај начин могле осмислити веома детаљне мапе.

Ако посматрамо издавачке куће из овог угла, указаће нам се јасније једна од најмистериознијих тачака нашег заната: зашто један издавач одбацује одређену књигу? Пошто схвата, ако је објави, да би то било као увести погрешан лик у роман, фигуру која би ризиковала да поремети равнотежу целине или да је поквари. Друга тачка тиче се новца и примерака: ако пратимо ову линију, бићемо принуђени да узмемо у обзир да је капацитет читаности (или, барем, *кућовине*) одређених књига суштински елемент квалитета неке издавачке куће. Тржиште – или веза са оним непознатим, тамним бићем које се зове „публика“ – јесте први ордал издавача, у средњовековном значењу термина: ватрено крштење које може и да сагори знатне количине новчаница. Отуда бисмо могли да издаваштво дефинишемо као хибридни, мултимедијални жанр. А хибрид је без икакве сумње. Што се тиче мешања са осталим *media*, реч је о сада већ очитој чињеници. Упркос томе, издаваштво, као игра, остаје фундаментална, она иста стара игра коју је упражњавао Алдо Мануцио. А нови аутор који нам долази у сусрет с тешко схватљивом књигом за нас је веома сличан још увек неухватљивом аутору романа *Hyperrotomachia Poliphili*. Док год траје ова игра, сигуран сам да ће увек бити неког ко ће бити спреман да је страствено игра. Али ако једног дана правила буду морала да се радикално промене, као што се понекад прибојавамо, исто тако сам сигуран да ћемо умети да пређемо на неку другу делатност – и да ћемо моћи, такође, да се поново окупимо око стола за *roulette*, или *écarté*, или *black jack*.

Хтео бих да закључим с последњим питањем и последњим парадоксом. До којих се крајњих граница може пружити уметност издаваштва? Ле ли још увек могуће конциповати је у околностима кад тенденцијално понестају извесни њени суштински предуслови, попут новца и тржишта? Одговор је – изненађујуће – потврдан. Барем ако погледамо пример који нам је дошао из Русије. У жеку октобарске револуције, тих дана који су били, по речима Александра Блока, „мешавина тескобе, ужаса, покорности, наде“, када су штампарије већ биле затворене на неодређено време, а инфлација подизала цене из часа у час, група писаца – међу којима и један песник попут Ходасевича и један мислилац попут Берђајева, као и романиста Михаил Осоргин, који је потом био хроничар ових догађаја – одлучила је да се упусти у наизглед неразуман подухват отварања Књижаре писаца. Убрзо је Књижара писаца постала, по Осоргиновим речима, „једина књижара у Москви и целој Русији у којој је први посетилац могао да набави књигу ‘без овлашћења’“.

Оно што су Осоргин и његови пријатељи хтели да направе, била је мала издавачка кућа. Али околности су то онемогућиле. Па су Књижару писаца користили као врсту двојника издавачке куће. Не више као место где се производе нове књиге, него где се удомљују и циркулишу небројене књиге – понекад драгоцене, понекад обичне, често неразврстане, у сваком случају осуђене да се распу – које је бродолом историје довео на рафове њихове продавнице. Важно је било одржати у животу одређен начин поступања: и даље се бавити тим четвртастим предметима, прелиставати их, наручивати их, говорити о њима, читати их у интервалима између послова, коначно предавати их другима. Важно је било засновати и одржати неки ред, форму: сведена на минимумно и неизоставно одређење, то је управо уметност издаваштва. И тако је била упражњавана у Москви од 1918. до 1922, у Књижари писаца, која је доживела врхунац

своје племените историје када су оснивачи књижаре одлучили, пошто се типографско издаваштво није могло практиковати, да покрену објављивање серије дела у једном једином примерку писаном руком. Комплетан каталог ових дословно јединствених књига остао је у Осоргиновој кући у Москви и на крају се изгубио. Али, у својој нестварности, он остаје модел и поларна звезда за сваког ко покушава да се бави издаваштвом у тешким временима. А времена су увек тешка.

*(Са италијанској превео **Дејан Илић**)*