

WWW.BLICNEWS.COM

BLIC

NEWS

- broj 91
- 3. oktobar 2001.
- cena 40 dinara

Politika Ekonomija Svet Kultura Život Sport

I Otpor je izmišljen u SAD

Jugoslovenski ambasadori: život sa pet zvezdica

1,5DM Crna Gora; 1,5KM BiH; 60DEN Makedonija; 4,90 DEM (2.50 EUR) BRD



9 771450 188400 7

I mozak je vrsta džepa

Bestseler je fenomen tzv. popularne kulture i teško je, ako ne i sasvim nemoguće, govoriti o bestselleru nezavisno od nje. U najdoslovnijem smislu reči bestseller je knjiga koja se najbolje prodaje, što će reći da ovaj naziv ništa o samom delu i ne govori, nego određuje njegov položaj na tržištu. Svojstva tog proizvoda, prema tome, nisu od posebne važnosti - sve dok se stvar dobro prodaje. Ipak, tokom vremena bestseller je postao pojam koji određuje i neke osobine ovog proizvoda, pre svega one odlike koje omogućuju da postane popularan i prodavan. Preokret od ocenjivanja vrednosti i značaja dela na

Zamisliti cara Davida, autora psalama, ili jevanđeliste kao pisce bestselera zapravo je besmisleno

praćenje stepena popularnosti i uspešnosti na tržištu odlikuje kulturu kojoj pripada bestseller. Bestseller je poseban tržišni izraz popularnosti koja je obeležila masovnu kulturu 20. veka. I sama masovna kultura jedno je od dostignuća ovog problematičnog razdoblja istorije čovečanstva i o njoj se uvek vode oštre rasprave. Takve rasprave vode se, naravno, i o bestsellerima, njihovoj korisnosti i opravdanosti, od glorifikacije uspeha i zarade do zgražavanja nad uprošćavanjem neophodnim da bi nešto bilo pristupačno svima, i kiču u koji se pretvara zarada koja je sama sebi svrha, kako je to pokazivao još Herman Broh.

Drugi sastojak neophodan u javnosti za eru bestselera je medijska svest, takođe proizvod prošlog veka. I u ranijim vekovima su ljudi zavisili od odabira i distribucije informacija, mediji poput novina i tada su oblikovali javno mnjenje, ali prava medijska svest nastala je onda kada su mediji preuzeli punu dominaciju nad oblikovanjem javnosti. Mogućnost da se odjednom i na svim nivoima preko medija raširi određeno, tačno ili ne, saznanje, važna je za bestseller koji mnogo ređe nastaje spontano, tako što se od usta do usta prenese glas o nekoj uspešnoj knjizi, nego tako što mediji oblikujući liste bestselera dodatno pojačavaju uspešnost odabranih naslova. Bestseller je, dakle, čvrsto vezan za stoleće svetskih ratova i tehnologije, informatike i uslužnih delatnosti, stoleće materijalne civilizacije i duhovnog nemira. Nekadašnjeg čoveka i njegov humanistički ideal na mnogim mesti-

Bestseller je, dakle, čedo 20. veka i svaki pokušaj da se pojava bestselera prati unazad kroz istoriju, preko granica stvarnog trajanja, i da se navodno otkrije nepoznata istorija osuđen je na neuspeh. Ili na groteskne rezultate ako se kao bestseleri ranijih stoleća počnu smatrati sasvim drugačije vrste tekstova

ma zamenio je samo informatički i medijski otisak ili prazna slika u kojoj ničega više nema.

Ima, međutim, bestselera. Ima u jednom veku više neodoljivo popularnih knjiga no što ih je ukupno bilo u čitavoj istoriji čovečanstva, samo što one ne traju. Bestseller je, dakle, čedo 20. veka i svaki pokušaj da se pojava bestselera prati unazad kroz istoriju preko granica stvarnog trajanja i da se na-

vodno otkrije nepoznata istorija, osuđen je na neuspeh. Ili na groteskne rezultate, ako se kao bestseleri ranijih stoleća počnu smatrati sasvim drugačije vrste tekstova. Najrasprostranjenije knjige na svetu su, na primer, „sveti“ spisi religija, ali dovoljno je pomisliti na Bibliju, pa odmah videti koliko je pojam bestselera neprimenljiv na poplavu prevoda i izdanja biblijskog teksta - a Biblija je najprevodjenije i najviše izdavano delo u istoriji čovečanstva. Zamisliti cara Davida, autora psalama, ili jevanđeliste kao pisce bestselera zapravo je besmisleno. Isto tako je besmisleno videti Homerove epove ili Šekspirove drame, Montenjev oglede ili Petrarkine stihove kao bestselere. Iako je tokom 20. veka knjiga ovih autora štampano više od bilo kojeg bestselera, jer njihova dela traju dugo i stalno smo im

se vraćali, to nije dovoljno da bi pripadala toj posebnoj kategoriji bestselera. Potrebno je nešto drugo, vezano za brzinu i trenutak, način prezentacije i položaj na tržištu i u kulturi.

Šta je onda bestseller? Međutim, ni lakšeg pitanja, ni očiglednijeg odgovora, ni težih posledica te lažice. Jer bestseller je izraz kojim se u izdavaštvu obeležava ona knjiga koja se u svojoj vrsti, neposredno po objavljivanju, najbolje prodaje na tržištu. Zbog nje se tržište pomno nadgleda i prati, odnosno oblikuje i usmerava, sve to upravo u potrazi za najuspešnijim delima. Dakle, knjiga je bestseller onda kada se prodaje fenomenalno brzo, izazivajući poput zaraze navalu kupaca. To je toliko važno za izdavačku industriju, za čitav deo privrede koji je vezan uz sudbinu knjige i izdanja, jer je ultimativna potreba svakog izdavača da opstane na tržištu, a to znači da bude uspešan u prodaji svojih izdanja. Bestseleri su najočigledniji znak takve uspešnosti. Značaj i važnost uspešnosti u prodaji toliko su veliki da su i stvorili jednu posebnu vrstu knjiga koje se pišu sa svešću, idejom i namerom da postanu bestseleri. Takva dela su se tokom vremena izdvojila u neku vrstu paražanra. Posle ovog izdvajanja bestseller više nije oznaka za

bilo koje delo ako ono postane popularno na tržištu, već pojam onog dela namenjenog takvoj popularnosti na tržištu. Mnoga dela, pisana sa najdubljim kulturnim i književnim potrebama, umeju da postanu slavna i da potuku neke rekorde prodaje, pa ipak ona su izdavački uspeh, ali ne i pravi bestseller. Pravi bestseller je smišljeni, željeni hit, nešto što po svojoj strukturi i odlikama želi da se nametne kupcima i korisnicima masovnih proizvoda kulture.

Pojam bestselera je, prema tome, sa jedne strane neutralna oznaka za najbolju prodaju, a sa druge strane oznaka za kulturno usmerenje prema takvoj, posebno velikoj prodaji.

Ona prva osobina ne podleže posebnoj analizi. Njoj je svojstveno da će mnoge knjige, sasvim različite, moći da postanu tako uspešne, i ovakvih primera ima vrlo mnogo. Ova druga je pak izazov svoje vrste. Uprkos bilo kakvom blagom ili teškom zgražavanju nad popularnošću koja je sama sebi svrha ili je puko oruđe zarade, dalo bi strašne rezultate ispitivanje koje bi pokazalo koliko autora bi se zaista odreklo takvog uspeha po svaku cenu. Postoji li recept za pisanje i stvaranje bestselera? Teško, jer da ga ima, mnogi se ničim drugim ne bi ni rukovodili nego priručnikom za instant uspeh. Ipak, ima nekih osobina koje su zajedničke bestsellerima. Jedna je neka vrsta shematičnosti i tipiziranosti - bestseleri se moraju uklopiti u horizont očekivanja najvećeg broja ljudi, samim tim ne može biti prevelikih iznenađenja. Priče koje oni saopštavaju svedoče o

U Britaniji žene kupuju svojim muškarcima roman „Dnevnik Bridžet Džouns“ da bi iz njega naučile šta one osećaju i očekuju



Džozan K. Rouling



Agata Kristi

Mnogim prijateljima pre treba pokloniti priče o Hariju Poteru nego Džojsovu preradu priče o Odiseju, koja je obeležila čitav prošli književni vek

čovekovom životu i pogađaju one trenutke koji su za njega odlučujući, a imaju poseban emotivni naboj. Ljubav i smrt, susret i rastanak, sreća, bol i patnja, slučajnost i iznenađenje, i slično, sve to što se pronalazi u bestsellerima postoji i u drugim knjigama, ali nije istaknuto u prvi plan, celina dela nije podređena postizanju ovakvih efekata. To je ono što brzo i lako razlikuje, na primer, romane sestara Bronte i Džein Osten od Barbare Kartland i Helen Filding. Prvo su pisci velikih dela 19. veka, drugo autori popularnih bestselera. Ali i među njima ima ključnih razlika: pravila za srećnu ljubav u romanima Barbare Kartland su kič, pravila Bridžet Džouns u romanu Helen Filding su svedočanstvo o stvarnoj raspolućenosti savremene žene na prelasku u srednje doba. Toliko životna da danas u Britaniji žene kupuju svojim muškarcima roman „Dnevnik Bridžet Džouns“ da bi iz njega naučili šta one osećaju i očekuju, kako razmišljaju i gledaju na svet. Ali pravila po kojima u očima popularne kulture treba živeti da bi se dostigla sreća, ta trivijalizacija sakralnih zakona ipak su moćna stvar i mogu knjigu da učine savršeno popularnom, kao što je to slučaj sa knjigom „Ženski vodič za lov i ribolov“ Melise Benk čija glavna junakinja na svom primeru pokazuje delovanje priručnika za srećan život.

No to su ipak knjige koje pokušavaju da umaknu potpunom stereotipu, za razliku od Danijele Stil, Džeki Kolins ili Barbare Tejlor Bredford. Uostalom, upravo su razni priručnici za srećan život -

kako ga pronaći i zadržati, bilo da je reč o ljubavi ili kulinarstvu, o održavanju težine i forme ili popravljajući svog i tuđeg psihičkog stanja, o tome kakvi su izgledi za sreću s obzirom na karakter ili na horoskop, i slično - bestseleri.

Knjige koje na popularan način izlažu sve ono što bi trebalo da bude stvar ličnog iskustva i tzv. životne mudrosti su najpovlašćeniji deo lista bestselera jer one najčešće zavise samo od marketinške sposobnosti, a inače se među sobom uopšte ne razlikuju i u svima se može pročitati jedno te isto. Zato svaki veći izdavač orijentisan na agresivan tržišni nastup proizvodi ovakve priručnike i čini sve da ih nametne tržištu, da ih tako predstavi kao da ako čitate njegovu verziju ovih popularnih dela opšte namene, dobijate nešto što isti takvi proizvodi drugih izdavača nemaju. Uostalom, ne razlikuju se ni siže ljudskog života, u rasponu između sreće i nesreće, jednom kada se popularno obrade za bestseler tržište.

I ako ljubavni romani oblikuju najpovlašćeniji prostor osećajnosti, onda suprotan pol pripada izazovu smrti i smrtno opasnosti - krimipričama, hororima, političkim trilerima i avanturističkim obrascima. Začeta između antičkih povesti i višetih romana Edgara Alana Poea i Aleksandra Dime, Konana Dojla i Agate Kristi, lepeza popularnih žanrova među kojima ima najviše bestselera obuhvata pisce kakvi su Robert Laddam i Erih Lustbader, Steven King i Klajv Barker, Džon Leckare i Tom Klensi... Poseban deo je onaj žanrovski segment koji je

obuhvatio nasleđe utopija, futurizma i nauke - uobličen između Velsa i Verna, Zamjatina i Hakslija - koji je u ovom veku doživeo nezapamćenu produkciju koja obuhvata i pisce koje treba čitati i u jednom drugačijem kontekstu, dalekom od pitanja bestselera i popularnosti kao što su Stanislav Lem, Ursula Legvin ili Kurt Vonegat.

Kategorije bestselera obuhvataju po pravilu i dokumentarnu prozu, razne uspomene i memoare, a u nekim kulturama i popularne biografije državnika, naučnika, uspešnih poslovnih ljudi. Knjige generala Normana Švarckopfa posle Zalivskog rata ili Li Ajakoke nakon što je preporodio američku automobilsku industriju,

Pravi bestseler je smišljeni, željeni hit, nešto što po svojoj strukturi i odlikama želi da se nametne kupcima i korisnicima masovnih proizvoda kulture

ili sada hitovi superuspešnog Bila Gejtisa i očekivana bestseler-autobiografija superbludnog Bila Klintonu - sve je to sastavni deo industrije izdavačkih uzbuđenja, puki odjek medijske politike. Ipak, postoje slučajevi kada se i u ovom polju dešavaju neshvatljivi preokreti, pa su tako višetomni Čerčilovi memoari ovome, nakon što je sišao sa scene politike, doneli - Nobelovu nagradu za književnost. Onu nagradu koju nisu dobili Tolstoj i Borhes, tek koliko da se o pravdi nagrađivanja nešto kaže.

Mnogo važniji od ovih prolaznih talasa knjiga su bestseleri za decu, jer među njima vrlo često budu i knjige koje imaju bolju sudbinu od popularnosti. Od Tvena do Kerola ide jedna linija knjiga koje oblikuju mlade čitaoce i među koje nije ta-

ko lako umetnuti bestselere pravljene po industrijskom modelu. Miln, Tolkin i Adams razlikuju se mnogo manje nego bilo koje poređenje klasika literature i popularnih bestselera. Zato je pravi izazov pojava jednog svetskog hita kakve su knjige Džoa Rouling o Hariju Poteru. Četvrti tom njene sage potukao je sve bestseler-rekorde tako što je u prvom vikendu prodato, i to preko Interneta, više od milion primeraka novog nastavka priče o neobičnom dečaku i njegovim čudesnim avanturama. Njene knjige su mnogo više od pitanja popularnosti, to mnogo više liči na rađanje moderne bajke. I ako mi je ovde dozvoljeno da se oslonim na sud moje osmogodišnje ćerke, koja je odrasla na najboljoj literaturi za decu, to je sjajna bajka. Moglo bi se reći da je upravo bajka izvor one moći koja pokreće najbolje što popularnost može da dosegne: sve su bajke pisane po obrascu, za sve se unapred zna, i kraj i smisao čitavog događaja su unapred naručeni, pa ipak bajke neodoljivo zaokupljaju čitaoce i nema toga ko im može odoleti.

Nešto od te snage izvorne priče o sreći i pravdi, sposobnostima i potrazi za uspehom sačuvano je u obrascima popularne literature. Onda kada popularna literatura nije samo trivijalna borba za poziciju na tržištu, ona redovno obnavlja nešto od simboličkog mehanizma bajki koje su oblikovale naša čitalačka bića i našu osećajnost. Kada nam dođe da se najviše namrštimo na neki popularni bestseler o kojem se stalno govori, umesto da se pažnja posveti nekoj zaista velikoj i vrednoj knjizi do koje

je nam je najviše stalo, nije dovoljno samo sržbu ublažiti mišlju kako je čitanje popularne literature ipak neuporedivo mnogo bolje od nečitanja, da i ono doprinosi kultivisanju duše, nego se valja setiti i toga da u tom i takvom čitanju ostaje živ još neki delić radosti koju pružaju bajke.

Zato mnogim prijateljima pre treba pokloniti priče o Hariju Poteru nego

Džojsovu preradu priče o Odiseju, koja je obeležila čitav prošli književni vek i za koju je Džojso verovao, sa puno osnova, da će narednih trista godina biti predmet tumačenja. A mi ćemo se zadovoljiti da pročitamo „Ulisa“ i u novom, tek objavljenom prevodu Zorana Paunovića, koji je redak dobitak za srpsku kulturu.

ALEKSANDAR JERKOV