

Tina Kozin

Doba globoke mediatizacije in slovenska literatura: vidiki sodobnega vrednotenja leposlovja

Vrednotenje literarnega dela je danes razumljeno kot kontinuiran, večplasten proces, ki se udejanja čez širok razpon raznolikih individualnih dejanj ter družbenih in institucionalnih delovanj. Kompleksnost tega procesa se je s prehodom v informacijsko družbo še poglobila, saj se je veliko oblik vrednotenja iz materialne preneslo tudi v digitalno stvarnost. Na tem mestu seveda ne morem obravnavati vseh vidikov mnogoplastnega, razpršenega in pogosto zelo prikritega procesa vrednotenja literature danes; zanimajo me predvsem nekateri njegovi vidiki, ki zaradi mediatizacije družbe lahko zaznamujejo visokoinstitucionalizirane oblike vrednotenja ali legitimacijske prakse literarnega polja in ki jih lahko spremljamo tudi na področju slovenske književnosti. Zaradi narave teh oblik vrednotenja se ne osredotočam na posamezne avtorje, temveč na slovensko literarno polje sploh. Pri tem izhajam iz predpostavke, da ni vsako vrednotenje literature hkrati tudi literarno vrednotenje. Worthmann (2013, 397) ugotavlja, da trenutno ni mogoče razpoznati konsistentne rabe izraza ‚literarno vrednotenje‘, kar pomeni, da se tudi razumevanja dejanj literarnega vrednotenja razlikujejo; menim, da lahko o literarnem vrednotenju govorimo zgolj takrat, ko gre za vrednotenje, ki kot osnovno vrednost literarnega besedila zasleduje njegovo literarnost,¹ in ko vrednoti po jasno izoblikovanih, ekspliciranih merilih za literarnost.²

Herrnstein Smith (1995, 181) literarno vrednotenje razume širše; meni, da vključuje pet različnih oblik vrednotenja, in sicer: (1) primarno avtorjevo vrednotenje literarnega dela (sem sodi vse, kar zajema proces pisanja do končne oblike besedila); (2) številna prikrita, običajno nebesedna vrednotenja besedila, ki se kažejo v tem, da nekdo izbere določeno besedilo v branje ali mu da prednost pred drugimi besedili, sem sodijo tudi eksplicitna besedna vrednotenja določenega posameznika; (3) številna implicitna vrednotenja dela, ki jih izvajajo različni ljudje in institucije s tem, da ga bodisi kupijo, ohranijo, razstavijo, navajajo, citirajo, prevajajo, predelujejo, imitirajo, parodirajo, aludirajo nanj ...; (4) bolj eksplicitne, še vedno precej vsakdanje odkrite/

1 V sodobnem slovenskem akademskem prostoru so se z literarnostjo poglobljeno ukvarjali Alojzija Zupan Sosič (na primer 2010 ali 2017), Tomo Virk (na primer 2022) in Marko Juvan (na primer 1997).

2 Z vprašanjem literarnosti se na tem mestu ne morem ukvarjati, čeprav je temeljno za literarno vrednotenje. Najbolj splošno lahko rečemo, da kolikor se pojmovanja literarnosti razlikujejo, toliko se razlikujejo tudi merila literarnega vrednotenja.



javne besedne sodbe dela, vezane na neformalne družbene kontekste tistih bralcev ali katerihkoli ljudi, za katere ima to delo tak ali drugačen pomen (kaže se v obliki pripočil za branje, neformalnih izrazov osebnih bralskih prioritet, ki pa so, tako kot implicitna vrednotenja, del sistemov kulturnih dejavnosti in družbene interakcije, skozi katere se delo kontinuirano ohranja – vendar tudi prepričuje in preoblikuje); (5) visokoinstitucionalizirane oblike vrednotenja³ v bolj ali manj profesionalnih dejavnostih akademikov in znanstvenikov, učiteljev ali časopisnih kritikov.

Ločevanje oblik vrednotenja literature, ki ga je predlagala Herrnstein Smith pred približno tremi desetletji, prodorno opozarja na kompleksnost tega fenomena že takrat. Danes je v tipološkem pogledu uporabno zgolj do neke mere, pod predpostavko, da ga ne tolmačimo kot literarno vrednotenje, temveč širše, torej kot vrednotenje literature, ki izhaja iz zelo raznolikih meril vrednotenja. Ob tem, da so bile številne oblike vrednotenja, ki jih Herrnstein Smith uvršča v visokoinstitucionalizirano vrednotenje, v svoji profesionalnosti in/ali vsaj nepristranskosti predstavljene kot vprašljive,⁴ se pojavljajo nove; kot bom pokazala v nadaljevanju, je ob avtorjevem primarnem vrednotenju nujno potrebno upoštevati tudi avtorjevo sekundarno vrednotenje lastnega dela, ki ima lahko pomemben vpliv na vse druge oblike vrednotenja, celo na visokoinstitucionalizirano.

Sekundarno vrednotenje lastnih del je avtorjem omogočil predvsem razmah sodobnih informacijsko-komunikacijskih tehnologij (IKT), ki je zadnja desetletja zaznamoval človeški in naravni svet. Floridi (2016, 20) v povezavi s tem piše o »četrti revoluciji v postopku razmestitve in ponovnega ovrednotenja naše osnovne narave in vloge v vesolju«, zaradi katere spreminjamo našo metafiziko iz materialistične v informacijsko, znotraj nje pa se spremeni tudi kriterij za obstoj: biti pomeni biti sposoben interakcije, četudi je interakcija le posredna. Prišlo je do informatizacije celotnih (družbenih) okolij in življenjskih dejavnosti, z njo najtesneje povezani so naši razumevanje sveta, interakcija z njim in drugimi, predvsem pa tudi naše samorazumevanje.⁵ Če smo nekoč govorili o nastanku novih družbenih identitet, zdaj govorimo še o *konstrukciji* digitalnih skupnosti in novih (lastnih) digitalnih identitet – avatarjev, ki vplivajo ne le na to, kako nas vidijo in razumejo drugi ter kako se sami, pač pa tudi na našo percepcijo časa in prostora. Medtem ko Floridi sodobni svet raziskuje z ontološkega

3 Kot so pokazale že številne raziskave procesov kanonizacije – v Sloveniji velja na tem področju izpostaviti predvsem raziskave Marka Juvana in Marijana Dovića –, tudi na procese visokoinstitucionaliziranih oblik vrednotenja vplivajo številni neliterarni dejavniki. Juvan (2000, 149) na primer ob refleksiji izbire pesnikov za nacionalni kanon opozarja, da so postopki interne izbire polni bojov za prevlado med politično, razredno-slojno, regionalno, ideološko-vrednostno ali generacijsko nasprotnimi kulturnimi elitami, ki skušajo svoje predstave, tradicije, pisatelje ali literarne konvencije uveljaviti kot občenarodne.

4 Tako so na primer teorije, ki se ukvarjajo s procesi kanonizacije, pokazale na to, da domala nobena oblika visokoinstitucionaliziranega vrednotenja ni nepristranska, ločena od širših (kulturno)političnih, ekonomskih, ideoloških silnic ali osebnih interesov.

5 Podrobneje o tem Floridi (2015, 210–227).

vidika, pa tudi z vidika sprememb sodobne etike, do zelo podobnih ugotovitev prihajata Couldry in Hepp (2017) v svoji fenomenološko zastavljeni raziskavi sodobnega družbenega sveta. Izpostavljata, da danes ne govorimo več o posredovanosti družbenega sveta, pač pa o njegovi globoki mediatizaciji,⁶ temeljni prepletenosti z mediji,⁷ »ko sami elementi in gradniki, iz katerih se vzpostavlja občutek družbenega, temeljijo na tehnološko utemeljenih procesih posredovanja. Zato so načini, s katerimi fenomenološko osmišljamo svet, nujno prepleteni z omejitvami, možnostmi in razmerji moči, ki so značilne za medije kot komunikacijske infrastrukture« (2017, 16–17). Razumeti družbeno v času globoke mediatizacije sveta pomeni razumeti ne le, da je družbeno nekaj, kar konstruiramo ljudje, temveč tudi, da v procesu te konstrukcije temeljno vlogo igrajo tehnologije posredovanega/mediatiziranega komuniciranja, pa podatkovno vodene infrastrukture in komunikacije,⁸ na katere se današnji družbeni vmesniki vse bolj opirajo.

V literarni vedi v zadnjih desetletjih že potekajo raziskave o vplivu, ki ga imajo mediji na literarni prostor, na tem mestu izpostavljam le nekaj tistih vidikov tega vpliva, ki so povezani z vrednotenjem leposlovja in/ali avtorjev. Straumann (2013) v razpravi o vplivu medijev na literaturo 20. stoletja v angleškem govornem prostoru piše o mediatizaciji,⁹ do katere je poudarjeno začelo prihajati s prihodom avdiovizualnih medijev v 20. stoletju. Zaradi vse večje množičnosti medijev in posledične konkurence med njimi je medijsko obravnavanje knjig in avtorjev začelo izhajati iz medijske učinkovitosti kot osrednjega kriterija – prednost pri obravnavi so torej dobili knjige in avtorji, ki jih je mogoče spremeniti v medijsko učinkovite zgodbe. Mediatizacija literature

6 To, da družbeni svet ni le posredovan, temveč je mediatiziran, pomeni, da je družbeni svet, kot ga poznamo, zgrajen (skorajda zgolj še) v posredovani komunikaciji in prek nje, da se njegova dinamika in struktura spreminjata predvsem zaradi vloge, ki jo imajo mediji (nenehno in pravzaprav rekurzivno) pri njegovi konstrukciji. Dejstvo, da se oblike in vzorci družbenega sveta deloma vzdržujejo v medijih in njihovih infrastrukturah ter in prek njih, pomeni še, da tudi če počnemo stvari brez neposredne uporabe medijev, obzorje naših delovanj ostaja družbeni svet, za katerega so mediji temeljne referenčne točke in viri (Couldry in Hepp, 2017, 15–16).

7 Pod mediji avtorja razumeta vse »tehnološko zasnovane medije komuniciranja, ki institucionalizirajo komunikacijo«. To pa so vsi sodobni množični mediji (na primer televizija, radio, časopisi), vse mobilne naprave in platforme, ki jih uporabljamo za medsebojno komunikacijo – vključno s podjetji, ki stojijo za temi platformami in infrastrukturami (Couldry in Hepp, 2017, 32–33).

8 Medtem ko Floridi, kot zapisano, definicijo našega bivanja opredeljuje z interakcijo, Couldry in Hepp – na ravni fenomenologije družbenega – poudarjata komunikacijo, precej sorodno, torej, saj komunikacijo opredelujeta kot skupek praks, s katerimi »osmišljamo« naš svet in oblikujemo dogovore (preproste ali zapletene) za usklajevanje našega delovanja; v tem smislu je komunikacijska razsežnost naših praks ključnega pomena za oblikovanje družbenega sveta (Couldry in Hepp, 2017, 15–16 in 30–33).

9 Avtorica uporablja izraz *Medialisierung*, ki je na nemškem govornem področju pogosto uporabljen sinonimno z izrazom *Mediatisierung*. Prevajam ga kot mediatizacija, ker je pri nas ta bolj uveljavljen, pri čemer njenega razumevanja ne kaže enačiti z zelo precizno fenomenološko opredelitvijo, ki jo podajata Couldry in Hepp, temveč jo moramo vzeti v tistem splošnejšem komunikološkem pomenu, ki se nanaša na vprašanje, kako mediji zaznamujejo komunikacijo in različna področja družbenega življenja. Mediatizacija je sicer proces, ki zaznamuje celotno zahodno kulturo, po Straumann (2013, 140) poudarjeno od izuma dnevnega tiska dalje, podobno Crnović (2014, 50–51). Za to, kako so različna razumevanja mediatizacije vplivala na njuno pojmovanje tega koncepta, glej Couldry in Hepp (2013).

in avtorjev se naslanja na mehanizme, ki so učinkoviti tudi na drugih področjih družbenega – na primer v politiki ali svetu zabavne industrije –, najizrazitejši so personalizacija¹⁰, eventizacija¹¹ in škandalizacija (Straumann, 2013, 140–141). Medijsko vrednotenje del in/ali usmerjanje medijske pozornosti na avtorje in dela po Straumann lahko v interakciji z drugimi instancami vrednotenja sprožata in podpirata tudi sam proces kanonizacije – če so besedila in avtorji deležni velike medijske prisotnosti, namreč to lahko vpliva na njihovo raziskovanje in poučevanje.¹² Po Kampmann (2013, 136–137) je naraščajoča eventizacija literarnega posla proces, ki traja že več desetletij. Ob tem sama medijska uprizoritev literarnih dogodkov ni nič novega, novost pri eventizaciji literature pa je visoka frekvenca dogodkov in njihova uporaba v knjigotrštvu, ko na primer literarni festivali, podelitve literarnih nagrad in knjižni sejmi opozarjajo na določene teme, avtorje ali literaturo določenih držav. Ritmu teh dogodkov je vsaj delno prilagojena tudi knjižna produkcija založb; za primer lahko navedemo Cankarjevo leto, s katerim se je Slovenija ob stoti obletnici smrti poklonila svojemu velikemu književniku. Različne založbe so v tistem letu izdale enajst knjižnih izdaj s ponatisi Cankarjevih besedil ali njihovimi odlomki.¹³ Ponatisnjene so bile tri njegove knjige kratke pripovedi, roman, knjiga esejev, knjiga poezije, Cankarjeva Skodelica kave je v prirejeni obliki izšla kot slikanica, izšli so dve knjigi njegovih misli oziroma citatov iz leposlovnih besedil, knjiga Cankarjevih pisem in antološki izbor njegovih besedil s prevodi.¹⁴

K eventizaciji lahko prištejemo vsako praznovanje novih knjižnih objav kot (medijsko spremljanih) dogodkov, ta vrsta eventizacije pogosto temelji na konceptu, da

10 Personalizacija je (ob eventizaciji in škandalizaciji) eden izmed priljubljenih postopkov poročanja tabloidnih medijev, zaznamuje pa jo osredotočanje na posamezno osebo in manj na področje njenega/njegovega delovanja. Za personalizacijo so značilni tudi razkrivanje zasebnosti posameznika/ce, poenostavljena predstavitev kompleksnih povezav in kontekstov, znotraj katerih deluje, ustvarjanje bližine z bralci/občinstvom in nagovarjanje njihovih čustev (primerjaj na primer BPB, 2024, ali Crnović, 2014, 51). Na področju literarnega vrednotenja v Sloveniji bi lahko o personalizaciji (pa tudi emocionalizaciji) govorili na primer v številnih medijskih predstavitev romana *Belo se pere na devetdeset* Bronje Žakelj, kjer se je v ospredje postavljala tragična usoda avtorice namesto romana in njegovih leposlovnih značilnosti.

11 V slovenščini se uporablja tudi izraz podogodkovljenje, sama ju v razpravi uporabljam sinonimno. Po Crnović (2014, 51) so dogodki »vnaprej ustvarjene priložnosti za družbeno ali pa vsaj skupno samoinsceniranje posameznikov, ki v tem iščejo posebno ali posebej zanimivo v lastnem življenju. Dogodke bistveno zaznamujejo obljube po zabavi, akciji in hrupu v kolektivu, eventizacija pa v naše družbeno življenje prinaša zakonitosti zabave.«

12 Po drugi strani pa Kampmann (2013, 135) odmevnost v javnosti razume kot predpogoj za kanonizacijo besedila oziroma avtorja. Do te najprej pride z recenzijami, od 20. stoletja imajo vse večjo vlogo trženje samih založnikov in, ne le v dobi spleta 2.0, tudi priporočila bralcev drug drugemu, zavoljo katerih se nekatera besedila uveljavijo kot vredna pozornosti ali branja.

13 Ob ponatisih Cankarjevih besedil je v tistem letu izšlo še več znanstvenih ali strokovnih monografij, posvečenih Cankarju, razstavnih katalogov, gledaliških listov in podobnega.

14 Od tega je Mladinska knjiga, založba z najširšo distribucijsko mrežo, izdala tri različne knjige, s katerimi je Cankarja približala zelo raznolikemu bralskemu občinstvu: v eminentni zbirki *Kondor* je izšla knjiga *Kako sem postal socialist in drugi spisi*, knjiga kratke pripovedi *Moje življenje* je kataloško opredeljena kot knjiga za mlade nad štirinajst let, ob tem pa so za najširše bralsko občinstvo izdali še *Šopek Cankarjevih pisem iz Slovenskih goric na Rožnik*. Cankarjeva založba, (pod)enota Mladinske knjige, je v tistem letu izdala še knjigo *Srce ne pozna malenkosti: misli Ivana Cankarja iz sto leposlovnih in drugih spisov ter pisem*.

založnik avtorja pozicionira kot blagovno znamko. Sami avtorji so vključeni v eventizacijo literature še tako, da hodijo na bralne turneje, vzdržujejo lastno spletno prisotnost in dajejo intervjuje. Z rednim poročanjem o dogodkih mediji poskrbijo, da ti dogodki dobijo visoko stopnjo relevantnosti, hkrati pa nadzirajo tudi čustvene implikacije posredovanega.

V Sloveniji je imelo leposlovje tudi zaradi svoje narodnokonstitutivne vloge dolgo časa veliko simbolno vrednost in je bilo temu primerno medijsko izpostavljeno; s tranzicijo, prehodom v neoliberalizem kot način vladanja in upravljanja, z globalizacijo in prehodom v informacijsko družbo je to vrednost v veliki meri izgubilo in postalo ena od kulturnih dobrin (na trgu) ali prostočasnih dejavnosti, kar je zaznamovalo ne le dejanja in merila vrednotenja literature, pač pa literarno polje v celoti. Vse to je treba imeti v mislih, ko govorimo o mediatizaciji v takem ali drugačnem pomenu tega pojma. Nedvomni vidiki mediatizacije literature pri nas so hiperprodukcija dogodkov, povezanih z leposlovjem in branjem, ukinjanje prostora in sredstev za poglobljeno refleksijo literarne produkcije v množičnih medijih in selitev te refleksije v specializirane spletne medije z ožjim bralskim krogom, tabloidno poročanje o literarnih dogodkih (poudarjanje vizualnega gradiva, ustvarjanje ,zgodb', izpostavljanje avtorja namesto knjige, poenostavljeno, čustveno in/ali všečno poročanje, pogosto kar povzemanje promocijskega gradiva založnikov in/ali prirediteljev ...), zasledovanje vidnosti in uspešnosti namesto kakovosti, odsotnost vrednostnih meril za vrednotenje literature in odsotnost refleksije samih vrednostnih meril.

K hiperprodukciji dogodkov kaže prišteti tudi vse večje število literarnih nagrad; trenutno v Sloveniji podelimo devetnajst pomembnejših nagrad za različna področja literarnega ustvarjanja (oziroma dvajset, če je Prešernova nagrada za življenjski opus podeljena književnici_ku); pred letom 2000 je bilo to število deset (oziroma enajst), pred letom 1990 pa pet (oziroma šest). Podeljevanje literarnih nagrad odpira več vprašanj, ki jih na tem mestu ne morem obravnavati, med njimi je nedvomno vprašanje meril vrednotenja. Komisije, ki izbirajo nagrajence, zelo redko eksplicirajo vrednotenjska merila, delno jih je mogoče razbrati iz njihovih utemeljitev, toda v javnost običajno pridejo zgolj posamezni pasusi le-teh. Čeprav so mehanizmi podeljevanja nagrad že običajno v veliki meri nevidni,¹⁵ je iz dostopnega gradiva, predvsem tistega, vezanega na podeljevanje Jenkove nagrade,¹⁶ razvidno, da je pri podeljevanju nagrad prihajalo do upoštevanja nekaterih meril, ki jih ne bi mogli šteti za literarna. V tem

15 Merila vrednotenja lahko zamegljijo tudi bolj ali manj ozaveščene osebne preference posameznih članov komisij. Na to je na primer pokazala Mojca Pišek ob podelitvi nagrade zlata ptica za leto 2013 pesniku Blažu Božiču. Avtor je dobil nagrado za pesniški prvenec, ki pa je bil v času podelitve nagrade dostopen šele v dveh knjižnicah, s čimer naj bi prišlo tudi do kršitev pravilnika nagrade (Pišek, 2013; za več primerjaj Slabo vzdušje na kulturni sceni | Dnevnik).

16 Za to nagrado so namreč v arhivu Društva slovenskih pisateljev ohranjeni tudi zapisniki nekaterih sej komisij.

smislu najpogostejša (torej literarnemu vrednotenju zunanja) merila so aktualnost tematike in razmerje dela do družbene resničnosti.¹⁷ To področje, kot rečeno, zahteva samostojno raziskavo, ki bi odgovorila tudi na vprašanje, kaj je funkcija literarnih nagrad. Dücker (2013, 219) v njih še vedno vidi sredstvo kulturnopolitičnih institucij za formativno poseganje v literarno in širše kulturno polje, Kampmann (2013, 136–137) pa jih povezuje z eventizacijo literature. Pritrditi velja obema, je pa res, da se danes literarne nagrade pogosto povezujejo s promocijo literature in branja, avtorjev, zato je poudarjen njihov dogodkovni vidik. V Sloveniji sta (bili) vsaj dve pomembnejši literarni nagradi tudi neposredno povezani z medijskima hišama: nagrada fabula, ki sta jo soustanovili medijska hiša Dnevnik in Študentska založba (danes Beletrina), nato pa je iz nje izšla nagrada novo mesto, danes nagrada Maruše Krese, ki jo podeljuje založba Goga, in nagrada kresnik, ki jo je ustanovila medijska hiša Delo.

Ob mediatizaciji literarnega prostora in posledični hiperprodukciji dogodkov ne gre spregledati dejstva, ki ga Straumann sicer ne omenja, je pa sestavni del (tudi) slovenske literarne ustvarjalnosti, namreč da je mediatizacija tako rekoč sistemsko podprta: medijski odzivi na določen literarni dogodek, izid leposlovne knjige, festival in podobno predstavljajo eno izmed pomembnih meril za vrednotenje določenega projekta ali avtorja v okviru razpisov javnega financiranja umetniške produkcije. Pri tem gre za izrazito kvantitativno vrednostno merilo, saj se strokovne komisije, ki nastopajo v vlogi odločevalcev, načeloma ne ukvarjajo s samo vsebino medijskih odzivov oziroma morebitnimi vrednostnimi sodbami, ki jih odzivi implicitno ali eksplicitno podajajo.

Omenjeno odsotnost vrednostnih meril za vrednotenje literature pa lahko odkrijemo že na najbolj osnovni ravni same literarne produkcije. Digitalno okolje omogoča bistveno lažji dostop do knjige, namreč z digitalnim tiskom (tisk na zahtevo), ki je izdajo knjige pospešil in opazno pocenil – iz česar v veliki meri izvira tudi sodobna hiperprodukcija novih knjižnih naslovov. Z vidika vrednotenja pri tako nastalih knjigah običajno umanjata dva posrednika: urednik in založba, oba sicer pomembni siti za knjige, ki naj bi prišle do knjižnega trga. To omenja tudi Beilein (2013, 120–126), ki v digitalizaciji vidi nove izzive za teorijo vrednotenja literature.¹⁸ Kako je z vidika vre-

17 Glede ekspliciranja vrednotenjskih meril je zanimiva izjema komisija, ki je podelila Jenkovo nagrado za leto 2015 (prejel jo je Miklavž Komelj za knjigo *Noč je abstraktnjša kot n*). Ta komisija je natančno opisala potek izbiranja nagrajenca in tudi jasno izoblikovala merila za njegovo izbiro (nekatera izmed njih so izrazito neliterarna). Komisija je širši krog nominirancev najprej izbrala glede na osebna stališča in preference vsakega člana. Med kriteriji za izbor petih nominirancev za Jenkovo nagrado pa se je, po analizi del in razpravi, kot najodločilnejši izkazal ustvarjalni razvoj znotraj opusa posameznega avtorja. Komisija je bila pozorna še na jezikovno inovativnost pesnikov, njihovo dojemljivost za dogajanje v družbi, sposobnost obvladanja različnih diskurzov sodobnega sveta, retorično bogastvo in drznost pesniškega jezika ter pogum za jezikovni eksperiment. Pri vrednotenju je imela prednost estetska vrednost posameznih del, pomembna pa sta bila tudi njihovo sporočilo in včasih družbena kritičnost. Niso želeli izbrati le najbolj reprezentativnih avtorjev tistega obdobja, ampak take, ki so pokušali z ustvarjanjem doseči spremembo in oblikovati kulturni prostor.

18 Beilein ob omenjena posrednika dodaja še tretjega, in sicer knjigotržce. Slednji imajo v nemškem literarnem polju izrazitejšo funkcijo kot v slovenskem, saj neposredno vplivajo tudi na knjižni program založb.

dnotenja in prodaje s knjigami, ki izidejo v samozaložbah in/ali na zahtevo v Sloveniji, bi bilo treba še raziskati. Znano je, da je v samozaložbi izšla kulturna Šalamunova zbirka *Poker*, ki je danes nesporen del slovenskega pesniškega kanona in je dočakala že tri ponatise. V zadnjih desetletjih so bile med pesniškimi knjigami, ki so izšle v samozaložbi, resnih oblik institucionalnega vrednotenja deležne le še knjige Anje Golob, ki pa sama posveča veliko pozornosti tako distribuciji kot promociji svojih knjig, pri čemer ji je v prid tudi dejstvo, da se je javno uveljavila, še preden je svoje knjige začela izdajati v samozaložbi. Prav tako ne gre spregledati, da njene knjige predstavljajo posebnost v našem (samo)založniškem prostoru tudi zaradi izjemne estetske dovršenosti, ki je v tesni korelaciji s tematskimi in pomenskimi razsežnostmi knjig.

Načeloma sicer velja, da nobena poglobljena obravnava vrednotenja literature še vedno ne more mimo založb, saj slednje samo dejanje vrednotenja določajo v (vsaj) treh vidikih. Kot pišeta Rockenberger in Röcken (2012, 145–158), je pomemben vidik (implicitnega) vrednotenja literarnih del že to, pri kateri založbi so izšla, uveljavljenost in renome založbe v kulturnem prostoru vplivata na bralca in njegovo obravnavo besedila. Določene izdaje del lahko predstavljajo celo (pred)stoppno kanonizacije avtorja, vendar so to predvsem kritične izdaje besedil ali zbranih avtorjevih del. Poleg tega, da založbe na bralsko recepcijo vplivajo s pozornostjo, ki jo pred izidom in po njem namenijo knjigi ter njeni širitvi med bralci,¹⁹ vrednotenje literarnih del poteka že znotraj založbe, v procesu samega nastajanja knjige. Literarne založbe so v Sloveniji z vidika vrednotenja literature še vedno zelo pomemben dejavnik, sploh tiste, ki izdajajo državno subvencioniran knjižni program. Državna podpora vrhunski knjižni produkciji naj bi namreč minimalizirala vdor tržne logike²⁰ v snovanje programa literarnih izdaj. Žal že primer poezije kaže, da se tudi v snovanje subvencioniranih leposlovnih programov vse bolj vpleta tržna logika, saj prevodne, vse bolj pa tudi izvirne knjige poezije iz teh programov izginjajo: edina knjižna zbirka v Sloveniji, namenjena sistematičnemu izdajanju klasikov prevodne poezije, je zbirka *Nova lirika*, ki izhaja pri Mladinski knjigi. V njej naj bi letno izšle štiri knjige prevodne poezije, toda v letu 2023 ni izšla nobena knjiga. Zdi se, da kaže v usihanju ali celo odsotnosti recepcijsko najzahtevnejših literarnih oblik na trgu videti še en vidik eventizacije²¹ literarnega polja.

Toda v informacijski dobi nekatere vloge, ki naj bi jih odigrale založbe, vendarle vse bolj prevzemajo avtorji sami – gre predvsem za vloge, povezane s širjenjem in

19 Ta pozornost je implicirana že v sami zasnovi knjige, v tem, ali knjiga ima spremno besedilo ali ne, kdo ga napiše, kdo je avtor besedil za zavihek, kako so ta oblikovana, kakšne reference vključujejo in podobno. Potem: kdaj in kako je predstavljen izid knjige, s kakšnimi drugimi izstopajočimi dogodki se morebiti povezuje in tako naprej.

20 Po Crnović (2017, 23) tržna logika temelji na maksimizaciji lastnih interesov, imperativu novičarske vrednosti, usmerjenosti k občinstvu, populizmu in delovanju glede na povpraševanje.

21 Crnović (2017, 31) kot pomemben vidik eventizacije izpostavlja, da v naše življenje vnaša zakonitosti zabave, katere temeljni značilnosti sta užitek in zadovoljstvo občinstva.

posledičnim vrednotenjem izdanih del.²² To jim omogoča prav omenjeni razmah IKT: z avatarji lahko konstruirajo všečno javno podobo in dosežejo večjo prepoznavnost med bralci tudi tisti avtorji, ki jih množični mediji spregledajo.

Po drugi strani pa javni profili avtorjev bralcem omogočajo neposredno, individualizirano in interaktivno komunikacijo z avtorjem. Ta je z vidika vrednotenja literature pomembna tudi zaradi tako imenovanega prenosa vrednosti,²³ do katerega bi težko prišlo, če bi bralec poznal avtorja zgolj po imenu.

Avtor prek neposredne komunikacije z bralci lahko vpliva na interpretacije in vrednotenja svojih del.²⁴ In vpliva lahko tudi na interpretacijo in vrednotenje drugih literarnih knjig in dogodkov, celo določenih javnih tem. Lahko bi dejali, da so prav avtorji, ki so se znali udomačiti v novem okolju IKT, z globoko mediatizacijo pridobili številne možnosti in (relativno) simbolno moč, ki so bile v analogni družbi in v času razmaha avdiovizualnih medijev rezervirane kvečjemu za tako imenovane zvezdniške avtorje.²⁵ Okolje IKT namreč ponuja tudi veliko več možnosti za spoznavanje in mreženje, kot ga je omogočalo analognu okolje.²⁶

22 Tu niso mišljene le promocijske dejavnosti, kot so nastopi v javnosti in v medijih, pač pa tudi povezovanje z akterji, ki jim lahko omogočijo stik s tujimi založniki in posledično prevode njihovih del.

23 Prenos vrednosti bi v tem primeru lahko opredelili kot tisto vrednotenje literarnega besedila, ki ga zaznamujejo delu samemu drugotni dejavniki. Izraz povzeman po Beileinu (2013), ki v svoji razpravi o različnih instancah vrednotenja literature z izmišljenim primerom kaže, kakšnim oblikam vrednotenja je lahko podvrženo literarno besedilo še pred izdajo, že v založbi. V primeru, ki ga navaja, se založba odloči za sodelovanje z avtorjem, ker je ta simpatičen vodji založbe. V tem primeru, tako Beilein, gre za prenos vrednosti, ker se založnikove simpatije do avtorja prenesejo na besedilo in se slednjemu tako poveča vrednost. Tovrstno vrednotenje je, meni Beilein, zelo razširjeno v literarnem svetu, tudi v tisti literarni kritiki, ki vidike avtorjeve biografije vedno znova vrednotenjsko prenaša na besedila (Beilein, 2013, 123–124). Beilein v obeh primerih sicer uporablja izraz „literarno vrednotenje“, ki pa je za vrednotenjska dejanja omenjenega založnika bržkone neprimeren, saj ne gre za neposredno vrednotenje literarnega dela, poleg tega tudi ne temelji na kriterijih literarnosti.

24 Kaupmann v podobnem smislu izpostavlja medijske intervjuje z avtorji. Poleg učinka priljubljenosti za avtorja ima intervju lahko tudi posledice za kanonizacijo pomena literarnega dela: avtorji imajo možnost vplivati na interpretacijo dela in s tem na kanon interpretacije z lastnimi interpretacijami, literarnimi reminiscencami ali informacijami o kontekstu, v katerem je nastalo. (Kaupmann 2013, 138.)

25 Izraz povzeman po Straumann (2013, 142–143), ki na primeru Nabokova prikazuje, kako so nekateri avtorji, nikakor ne le najbolj prodajani knjigi, postali javne osebnosti, katerih status v javnosti je (bil) primerljiv s statusom zvezdnika. Osnovna razlika med zvezdnikom in vplivnežem je ta, da so zvezdniki medijsko konstruirani, medtem ko gre pri vplivnežih za samoinscenacijo, lastno konstruiranje javne podobe.

26 Za primer lahko vzamemo nagrajeni vrhunski pesnici Anjo Golob (Jenkova nagrada 2014 in 2016, kritiško sito 2020) ter Kristino Hočevar (zlata ptica 2008, Jenkova nagrada 2013). Dela obeh so že vključena v znanstvene raziskave, antologije, toda medtem ko ima Kristina Hočevar, ki se v javnosti razen kot pesnica ne pojavlja, prevedeno le eno pesniško knjigo, pa še ta prevod je izšel pri slovenski in ne pri tuji založbi, namreč pri DSP v okviru zbirke *Litterae slovenicae*, ima v javnosti zelo prepoznavna Anja Golob knjižni prevodni opus precej večji, obsega šest integralnih prevodov pesniških zbirk in en prevodni knjižni izbor (podatki Anje Golob). Poleg tega je Anja Golob svojevrstni unikum v slovenskem pesniškem prostoru, saj je vsaka njena knjiga razprodana, tudi njihovi ponatisi, pri čemer so naklade njenih zbirk, ki so izšle v samozaložbi, precej višje od običajnih naklad pesniških zbirk v Sloveniji, ki se za subvencionirane knjige vrtijo okoli številke dvesto petdeset. To kaže pripisati avtoričinemu velikemu osebnemu angažmaju, pa tudi dejstvu, da je znala zgraditi široko prepoznavno javno podobo: najprej se je uveljavila kot gledališka kritičarka, nato kot pesnica, prevajalka, kolumnistka, kot glavna in odgovorna urednica ter direktorica prodorne založbe VigeVageKnjige, zelo je dejavna na družbenih omrežjih (Kristina Hočevar na njih ni prisotna) in znana kot velika promotorka poezije.

Ampak vstop avatarjev v komunikacijski krog knjige ima za posledico tudi to, da na mesto enotnega množičnega občinstva prihajata vse bolj segmentirano, diferencirano občinstvo in njegova recepcija medijskih vrednotenj. Straumann (2013, 145) v tem vidi še en pomemben vidik mediatizacije literarnega prostora, ki izhaja prav iz širjenja interneta in družbenih medijev. Domneva, da bo to vodilo v osredotočenost množičnih medijev na prodajne uspešnice ter v vse večjo razdrobljenost individualnih interesov in vrednotenj. Desetletje po objavi njene razprave se ta domneva kaže kot pravilna, z njo povezana pa je za celostno, poglobljeno raziskovanje domala ne-ulovaljiva recepcija literature. Eno izmed oblik te recepcije predstavljajo tudi (bolj ali manj) tesne digitalne skupnosti okoli javnih profilov knjižnih vlogerjev ali blogerjev (Facebook, X, Instagram ...), za katere Straumann (2013, 144) ugotavlja, da v blogih v glavnem uveljavljajo svoj osebni bralski okus in vrednotenje. Imajo, tako kot avtor, določeno mero vpliva na vrednotenje knjig – moč tega vpliva je sorazmerna s številom in strukturo njihovih sledilcev.

V vseh navedenih primerih gre običajno za tesen preplet tistih vidikov vrednotenja, ki jih pri Herrnstein Smith zasledimo pod alinejami (2) in (4), pogosto tudi (3). Pri tem ne gre spregledati pomembnega dejstva, da so se vsi vidiki vrednotenja iz fizične, materialne stvarnosti prenesli še v digitalno in s tem, kot je bilo omenjeno, postali bolj prepleteni med seboj, predvsem pa so tudi ekspanzivnejši.

Naj strnem: vrednotenje je imanentno slehernemu branju literature in slehernemu srečevanju z njo, vsebovano je tudi že v odločitvi za nebranje. So pa merila vrednotenja zelo raznolika in pogosto zabrisana, nereflektirana – ter prepletena, na primer: medtem ko izbor izpostavljenih knjig v množičnih medijih pogosto temelji na kriterijih medijske učinkovitosti, je ta učinkovitost lahko tudi produkt uspešnih promocijskih aktivnosti neke založbe ali samopromocije nekega avtorja. Dokler ali ker je leposlovje (tudi) tržno blago in integralni del razvoja človeške družbe, so vsi tu navedeni vidiki njegovega vrednotenja obenem vidiki njegovega preživetja, jih je pa pomembno prepoznavati, predvsem takrat, ko ga vrednotimo literarno. Koliko na literarno obliko vrednotenja literature vplivajo vse druge oblike njenega vrednotenja, bo morda pokazal čas, ki naj bi bil glavno sito za ločevanje literarno močnih in šibkejših del. Vsaj delno pa bi to lahko pokazala tudi raziskava vrednotenjskih meril tistega sodobnega vrednotenja literature, ki naj bi po svoji naravi bilo primarno literarno – torej vrednotenja, ki ga zasledimo v bolj ali manj strokovnih recenzijah ter razpravah in ki naj bi izhajalo iz jasnih predpostavk o tem, kaj je literarnost nekega knjižnega dela.

Viri in literatura

- Beilein, M., Verlagswesen und Buchhandel im deutschsprachigen Bereich. *Handbuch Kanon und Wertung: Theorien, Instanzen, Geschichte* (Ur. G. Rippl, S. Winko). Stuttgart Weimar 2013, 120–127.
- BPB: Bundeszentrale für politische Bildung, 2024, <https://www.bpb.de/themen/medien-journalismus/krieg-in-den-medien/500433/personalisierung/>
- Couldry, N. in Hepp, A., *The Mediated Construction of Reality*, Cambridge 2017.
- Couldry, N. in Hepp, A., Conceptualizing Mediatization: Context, Tradition, Arguments. *Communication Theory* 23, 2013, 191–202.
- Crnović, D., Uprizarjanje moškosti v predvolilni predsedniški kampanji 2012: primer Boruta Pahorja. *Družboslovne razprave = Social science forum*, 30/75, 2014, 49–64.
- Crnović, D., *Performativnost spola v medijskih reprezentacijah politike*: doktorska disertacija, 2017. Povezava: Performativnost spola v medijskih reprezentacijah politike (uni-lj.si)
- Dücker, B., Literaturpreise und -wettbewerbe im deutsch- und englischsprachigen Raum. *Handbuch Kanon und Wertung: Theorien, Instanzen, Geschichte*. (Ur. G. Rippl, S. Winko) Stuttgart Weimar 2013, 215–220.
- Floridi, L., *The ethics of information*, Oxford; New York (NY) 2015.
- Floridi, L., *Informacija: zelo kratek uvod* (Prev. Maja Žorga Dulmin). Ljubljana 2016.
- Herrnstein Smith, B., Value/Evaluation. *Critical Terms For Literary Study* (Ur. F. Lentricchia in T. McLaughlin). Chicago and London 1995, 177–185.
- Juvan, M., Vprašanje o literarnosti – nekaj uvodnih opažanj. *Slavistična revija* 45/1997, 1–2, 207–223.
- Juvan, M., *Vezi besedila. Študije o slovenski književnosti in medbesedilnosti*, Ljubljana 2000.
- Kampmann, E., Medien im deutschsprachigen Raum. *Handbuch Kanon und Wertung: Theorien, Instanzen, Geschichte* (Ur. G. Rippl, S. Winko). Stuttgart Weimar 2013, 134–139.
- Pišek, M., Slabo vzdušjena kulturni sceni. *Dnevnik*, 13. 6. 2013. Dosegljivo na: Slabo vzdušje na kulturni sceni | Dnevnik
- Rockenberger, A./Röcken, P., Editionen. *Handbuch Kanon und Wertung: Theorien, Instanzen, Geschichte* (Ur. G. Rippl, S. Winko). Stuttgart Weimar 2013, 167–169.
- Ruf, O., Wie wertet man Literatur? *Handbuch Kanon und Wertung: Theorien, Instanzen, Geschichte* (Ur. G. Rippl, S. Winko). Stuttgart Weimar 2013, 393–396.
- Straumann, B., Medien im englischsprachigen Bereich. *Handbuch Kanon und Wertung: Theorien, Instanzen, Geschichte* (Ur. G. Rippl, S. Winko). Stuttgart Weimar 2013, 140–145.
- Virk, T., *Zakaj je literatura pomembna*, Ljubljana 2022.

Worthmann, F., Wie analysiert man literarische Wertungen? *Handbuch Kanon und Wertung: Theorien, Instanzen, Geschichte* (Ur. G. Rippl, S. Winko). Stuttgart Weimar 2013, 397–402.

Zupan Sosič, A., Literarnost ponovno. *Primerjalna književnost*, 33/3, 2010, 199–220. URN:NBN:SI:DOC-9DENKVHW

Zupan Sosič, A., *Teorija pripovedi*, Maribor 2017.

Doba globoke mediatizacije in slovenska literatura: vidiki sodobnega vrednotenja leposlovja

Ključne besede: vrednotenje leposlovja, globoka mediatizacija družbe, mediatizacija literarnega polja, avtorjevo primarno in sekundarno vrednotenje literarnega dela

Vrednotenje literarnega dela je kontinuiran, večplasten proces, ki se udejanja čez širok razpon raznolikih individualnih dejanj ter družbenih in institucionalnih delovanj. Kompleksnost tega procesa se je s prehodom v informacijsko družbo še poglobila, veliko oblik vrednotenja se je iz materialne preneslo tudi v digitalno stvarnost. V razpravi me zanimajo predvsem tisti vidiki vrednotenja, ki zaradi mediatizacije literarnega polja, pa tudi diktata tržne logike lahko zaznamujejo visokoinstitucionalizirane oblike vrednotenja ali legitimacijske prakse literarnega polja in ki jih spremljamo tudi na področju slovenske književnosti. Tako je ob avtorjevem primarnem vrednotenju danes nujno potrebno upoštevati avtorjevo sekundarno vrednotenje lastnega dela, v splošnem pa prepoznavati mehanizme mediatizacije (eventizacija, personalizacija, škandalizacija) in posledice, ki jih ima mediatizacija družbe na literarno polje: uveljavljanje vrednostnega merila medijske učinkovitosti namesto kakovosti (in posledično zasledovanje vidnosti, uspešnosti, in ne kakovosti), medijsko vrednotenje del in/ali usmerjanje medijske pozornosti na avtorje, hiperprodukcija dogodkov, ukinjanje prostora in sredstev za poglobljeno refleksijo literarne produkcije v množičnih medijih ter selitev te refleksije v specializirane spletne medije z ožjim bralskim krogom, tabloidno poročanje o literarnih dogodkih. Neposredni posledici globoke mediatizacije družbe sta tudi segmentacija in diferenciacija nekdanjega enotnega bralskega občinstva, nastajanje bolj ali manj tesnih (digitalnih) bralskih skupnosti; ker mediji povezujejo zelo različna družbena polja, je recepcija literarnih del bolj heterogena, kar pomnoži in hkrati razprši še dejavnike, ki vplivajo na vrednotenje literarnih del.

The Age of Deep Mediatiation and Slovenian Literature: Aspects of The Contemporary Evaluation of Literature

Keywords: evaluation of fiction, deep mediatization of society, mediatization of the literary field, author's primary and secondary evaluation of literary work

The evaluation of a literary work is a continuous, multifaceted process, which takes place through a wide range of diverse individual actions and social and institutional activities. The complexity of this process has deepened with the transition to the information society, and many forms of evaluation have been transferred from the material to the digital realm. In this paper, I am particularly interested in some of those aspects of valuation which, due to the mediatiation of the literary field, as well as the dictates of market logic, can characterise highly institutionalised forms of evaluation or legitimisation practices in the literary field, and which we can also observe in the field of Slovenian literature. Thus, alongside the author's primary evaluation, it is necessary today to take into account the author's secondary evaluation of his or her own work, and, more generally, to recognise the mechanisms of mediatiation (e.g. eventisation, personalisation, scandalisation) and the consequences that the mediatiation of society has on the literary field: the imposition of the evaluative criterion of media efficiency instead of quality (and consequently the pursuit of visibility, success rather than quality), the media evaluation of works and/or the focus of media attention on authors, the hyperproduction of events, the elimination of the space and means for in-depth reflection on literary production in the mass media and the relocation of this reflection to specialised online media with a narrower readership, the tabloid coverage of literary events. As a direct consequence of the profound mediatiation of society, the formerly unified reading public is being segmented and differentiated, and more or less close (digital) reading communities are being formed; because the media connect very different social fields, the reception of literary works is becoming more heterogeneous, which multiplies and at the same time disperses the factors influencing the evaluation of literary works.

○ avtorici

Tina Kozin je urednica, pesnica, radijska ustvarjalka, literarna kritičarka, prejemnica Stritarjeve nagrade in študentske Prešernove nagrade. Doslej je objavila tri knjige poezije in knjigo literarnokritičskih besedil o sodobni slovenski prozi, v zadnjem času pa se posveča tudi pisanju scenarijev in libretov.

E-naslov: tina.kozin@gmail.com

About the author

Tina Kozin is an editor, poet, radio producer, literary critic, recipient of the Stritar award and the student Prešeren award. So far, she has published 3 books of poetry and a book of literary-critical texts on contemporary Slovenian prose, and lately she has also been devoting herself to writing screenplays and librettos.

Email: tina.kozin@gmail.com