

Η ΝΕΑ ΔΙΑΦΘΩΡΩΣΗ ΤΩΝ ΕΚΔΟΣΕΩΝ ΣΤΙΣ ΗΠΑ¹

André Schiffrin*

Τον περασμένο Μάρτιο, οι ισχυροί ιθύνοντες των μεγάλων αμερικανικών εκδοτικών ομίλων καθώς και μερικοί ανεξάρτητοι μικροί εκδότες συγκεντρώθηκαν στο Παρίσι προσκεκλημένοι της γαλλικής κυβέρνησης. Η παρισινή έκθεση βιβλίου ήταν αφιερωμένη στις Ηνωμένες Πολιτείες και προφανώς όλα διαδραματίστηκαν σύμφωνα με τα πρότυπα μιας φάρσας του Φεντώ. Όταν οι εκπρόσωποι των μεγάλων ομίλων εγκατέλειπαν τη σκηνή από τη μια πόρτα, οι μικροί εκδότες εισέβαλλαν από την άλλη, ούτως ώστε κάθε δυνατότητα αντιπαράθεσης, συζήτησης ή διαλόγου αποφεύχθηκε επιμελώς. Το θέατρο των αμερικανικών εκδόσεων βρισκόταν εκεί, τα αντίθετα άκρα όμως πα-



ρέμειναν χωρισμένα όπως ήταν πάντα. Οι Γάλλοι δίχως αμφιβολία δυσκολεύονται να κατανοήσουν αυτή την πόλωση του εκδοτικού πεδίου. Παρόλο που μερικοί μεγάλοι όμιλοι ελέγχουν σχεδόν το 60% της βιομηχανίας των εκδόσεων, το πνευματικό τοπίο κυριαρχείται ακόμα, στη Γαλλία, από τους μικρούς παραδοσιακούς εκδοτικούς οίκους, που συχνά είναι οικογενειακές επιχειρήσεις. Και οι μεγάλοι όμιλοι πρέπει, για να εξασφαλίσουν τις πωλήσεις τους και την αξιοπρέπειά τους, να συντηρούν εκδοτικά προγράμματα που πολλές πανεπιστημιακές εκδόσεις θα ζήλευαν. Στην υπόλοιπη ήπειρο, οι εκδόσεις διατηρούν ακόμα αρκετές ομοιότητες με ό,τι συνέβαινε στις ΗΠΑ πριν από είκοσι χρόνια. Οι μεγάλες εταιρείες των μέσων μαζικής ενημέρωσης δεν έχουν ακόμα εξαγοράσει τους κυριότερους οίκους. Τα αναμενόμενα κέρδη από τις πωλήσεις των βιβλίων δεν έχουν εξισωθεί ακόμα με αυτά που περιμένουν από την κινηματογραφική ή τηλεοπτική παραγωγή. Και μια μεγάλη ποικιλία βιβλίων, πολιτικών ή λογοτεχνικών, που έχουν πολύ καιρό τώρα εξαφανιστεί από τα βιβλιοπωλεία μας, γεμίζει ακόμα τα δικά τους. Πώς όμως οι αμερικανικές εκδόσεις κατόρθωσαν να μοιάσουν με τη βιομηχανία των μέσων μαζικής ενημέρωσης σε τόσο σύντομο χρονικό διάστημα; Ξεκίνησα τη σταδιοδρομία μου ως εκδότης στα τέλη της δεκαετίας του πενήντα δουλεύοντας για κάποιον εκδοτικό οίκο που βασιζόταν στη μαζική παραγωγή βιβλίων τσέπης, τον New American Library of World Literature, (Νέα Αμερικανική Βιβλιοθήκη της Παγκόσμιας Λογοτεχνίας). Το σύνθημά του ήταν «Καλά βιβλία για εκατομμύρια». Αν και είχε δημοσιεύσει το *Forever Amber* και άλλα μυθιστορήματα που προκάλεσαν αίσθηση την εποχή εκείνη, παρείχε ακόμα μερικά από τα καλύτερα σύγχρονα κείμενα στη χαμηλότερη τιμή. Η

διακίνηση γινόταν σε όλη τη χώρα, όχι μόνο μέσω των βιβλιοπωλείων αλλά και στα καπνοπωλεία, τα πολυκαταστήματα ή αλλού, όπου με 25 σεντς (η τιμή ενός πακέτου τσιγάρων) οι Αμερικανοί είχαν πρόσβαση στον Faulkner, τον Kerouac, τον Pratolini ή τον νεαρό Mailer, ή ακόμα στο *Ήθη και Σεξουαλικότητα στην Ωκεανία* (*Coming of Age in Samoa*) της Margaret Mead και στο *Sweden: The Middle Way on Trial* του Marquis Child.

Αν το *Forever Amber* ήταν απαραίτητο για να πληρώνονται οι λογαριασμοί, η NAL παρέμεινε αποφασισμένη να παρέχει μεγάλο εύρος επιλογών. Η ιδεολογία –διότι υπήρχε ιδεολογία– ήταν πως όλος ο πληθυσμός έπρεπε να έχει πρόσβαση στο καλύτερο του παγκόσμιου πολιτισμού. Η πολιτική αυτή άρχισε στη δεκαετία του τριάντα, την εποχή του *New Deal* και διατηρήθηκε κατά τη διάρκεια όλου του Δευτέρου Παγκοσμίου Πολέμου, όπου δωρεάν αντίτυπα αυτών των βιβλίων προσφέρονταν στους στρατιώτες. Η έκδοση

«καλών βιβλίων για εκατομμύρια» ήταν το αποτέλεσμα μιας συνειδητής και αποφασιστικής προσπάθειας.

Σήμερα, σε οποιαδήποτε προθήκη αεροδρομίου, αυτό που προβάλλεται είναι τα κυριότερα best-seller μαζί με μερικούς άλλους τίτλους δημοφιλών συγγραφέων. Οι τίτλοι που ανέφερα –ή οι σύγχρονοι αντίστοιχοί τους– εξαφανίστηκαν από αυτά τα δίκτυα διανομής και, αλλού, είναι διαθέσιμοι μόνο επειδή κάποιες πανεπιστημιακές εκδόσεις ή κάποιος μικρός εκδότης τα επαναδημοσίευσε, συχνά σε υψηλή τιμή.

Μπορέσαμε να δούμε, αυτά τα τελευταία χρόνια, την εφαρμογή της θεωρίας της αγοράς στον τομέα του πολιτισμού. Γοητευμένοι από την πολιτική ιδεολογία της Margaret Thatcher και του Ronald Reagan, οι ιδιοκτήτες των εκδοτικών οίκων ορθολογικοποίησαν την πολιτική τους επιβάλλοντας το νό-

μο της αγοράς. Κατά τη γνώμη τους, δεν πρέπει οι ελίτ να επιβάλλουν τις αξίες τους στους αναγνώστες. Το κοινό πρέπει να επιλέγει αυτό που θέλει – κι αν αυτό που θέλει είναι κακό, τόσο το χειρότερο. Κάποιοι εκδοτικοί οίκοι με εξίσου ένδοξο παρελθόν όπως ο Knopf δε δίστασαν να επανεκδώσουν βιβλία –όπως το *American Psycho*– τόσο διεστραμμένα και βίαια που άλλοι εκδοτικοί όμιλοι τα είχαν αρνηθεί. Το πρόβλημα του εκδότη δεν είναι πια να εκπληρώσει την παραδοσιακή πολιτισμική αποστολή του, αλλά να πλουτίσει. Η ανάπτυξη της ιδεολογίας της αγοράς συνοδεύτηκε από μια νομοθεσία που μετέβαλε βαθιά τη φύση των εκδόσεων. Τόσο στις Ηνωμένες Πολιτείες όσο και στη Μεγάλη Βρετανία, περιορίστηκαν δραστικά οι επιχορηγήσεις στις βιβλιοθήκες. Κάποια εποχή, σε αυτές τις δύο χώρες, οι αγορές των βιβλιοθηκών ήταν αρκετά σημαντικές ώστε να καλύπτουν το κόστος της ποιοτικής μυθολογίας και μυθολογίας.

Ο εκδοτικός μηχανισμός διαμορφώθηκε επίσης από το γεγονός πως, στις μεγάλες εταιρείες, οι αποφάσεις ως προς την έκδοση δεν λαμβάνονται πια από τους εκδότες αλλά από εκδοτικές επιτροπές, στις οποίες οι οικονομικοί και εμπορικοί σύμβουλοι διαδραματίζουν βασικό ρόλο. Αν θεωρήσουν πως κάποιο βιβλίο δεν πρόκειται να πετύχει έναν ορισμένο αριθμό πωλήσεων –έναν αριθμό που αυξάνει κάθε χρόνο– οι άνθρωποι αυτοί υποστηρίζουν πως η εταιρεία δεν μπορεί να επιτρέψει την έκδοσή του – ειδικότερα αν πρόκειται για κάποιο νέο μυθιστόρημα ή οποιοδήποτε άλλο σοβαρό βιβλίο. Η λογοκρισία της αγοράς, όπως την αποκαλεί η ισπανική εφημερίδα *El País*, γίνεται όλο και πιο ισχυρή μέσα από ένα μηχανισμό αποφάσεων που βασίζεται στην προϋπαρξη κάποιου κοινού. Η υπόσχεση μιας εξασφαλισμένης επιτυχίας και η φήμη του συγγραφέα κρίνουν την επιλογή. Η έκδοση από κάποιο μεγάλο οίκο νέων συγγραφέων και νέων κριτικών συγγραμμάτων γίνεται όλο και πιο δύσκολη.

Φυσικά οι νέες ιδεολογίες δεν αναπτύσσονται εν κενώ. Αποτελούν μέρος του *Zeitgeist* (του πνεύματος της εποχής) καθώς επίσης και μιας νέας δομής, που βασίζεται στην ανάπτυξη μεγάλων πολυεθνικών ομίλων επιχειρήσεων. Η αύξηση της συνένωσης οδήγησε σε μια θεαματική αύξηση των κερδών. Από τη δεκαετία του είκοσι, χάρη στην ευημερία και την ύφεση, το μέσο κέρδος όλων των εκδοτικών οίκων πέρασε γύρω στο 4%, μετά φόρων. Αυτό συμπεριλαμβάνει συγχρόνως τους καθαρά εμπορικούς οίκους και αυτούς που προσπάθησαν, για να διαμορφώσουν την κουλτούρα της εποχής μας, να διατηρήσουν μια ισορροπία ανάμεσα στην ανάγκη για κέρδος και την ανάγκη για υπευθυνότητα. Οι ιδιοκτήτες αυτών των τελευταίων, όπως ο Α. Knopf ή άλλοι, δεν αποσύρθηκαν φτωχοί. Η εμπορική αξία του οίκου τους αυξανόταν χρόνο με το χρόνο.

Είναι σημαντικό να εξετάσουμε τον τζίρο σε ό,τι αφορά τους ευρωπαϊκούς οίκους που παρέμειναν ανεξάρτητοι. Στη Γαλλία, ο Gallimard, ο πιο έγκυρος από τους παραδοσιακούς εκδοτικούς οίκους, έχει ετήσιο κέρδος σε ποσοστό λίγο μεγαλύτερο από 3%, παρότι το γεγονός ότι κατέχει τα σημαντικότερα και αρχαιότερα κεφάλαια στην Ευρώπη και έναν ανθηρό τομέα παιδικών βιβλίων. Ο Seuil, ο δεύτερος μάλλον εγκυρότερος οίκος, πέτυχε τον προηγούμενο χρόνο ένα ποσοστό κέρδους ακριβώς λίγο μεγαλύτερο από 1%. Σήμερα, αυτοί οι δύο οίκοι βρίσκονται ακόμα στην κυριότητα των οικογενειών του ιδρυτή τους.

Ο νόμος του κέρδους

Στις Ηνωμένες Πολιτείες και τη Μεγάλη Βρετανία, όπου όλο και περισσότερο οι ανεξάρτητοι εκδοτικοί οίκοι περνούν στα χέρια μεγάλων ομίλων επιχειρήσεων, οι νέοι ιδιοκτήτες επιμένουν ώστε το

ποσοστό κέρδους του κλάδου των εκδόσεων να είναι όμοιο με αυτό που απαιτούν από τις άλλες θυγατρικές τους – τον Τύπο, την καλωδιακή τηλεόραση και τον κινηματογράφο. Ο στόχος ορίστηκε άρα μεταξύ 12 και 15%.

Για να ανταποκριθούν σε αυτές τις προσδοκίες, οι εκδότες έκαναν ριζικές αλλαγές στη φύση αυτών που δημοσιεύουν. Η ποιοτική μυθολογία, η ιστορία τέχνης, η κριτική εξαφανίστηκαν από τους καταλόγους των μεγάλων ομίλων. Η πολιτική στρέφεται τώρα στην πληρωμή τεράστιων προκαταβολών σε ό,τι ελπίζουν πως θα έχει τεράστια επιτυχία στις πωλήσεις. Αλλά, καθώς κάθε όμιλος ακολουθεί την ίδια πολιτική, οι προκαταβολές ανεβαίνουν όλο και ψηλότερα από όσο μπορούμε λογικά να περιμένουμε από την πώληση ενός βιβλίου. Αυτές οι τεράστιες προκαταβολές πέρασαν στο λογαριασμό των κερδών και ζημιών, και οι ζημιές είναι σημαντικές, και ο εκδότης πρέπει να κάνει ακόμα περισσότερες περικοπές, περιορί-

ζοντας τα έξοδα με μέση κυκλοφορία και παρακρατώντας απ' όλα ό,τι μπορεί να μείνει για την προώθηση και τη διαφήμιση ενός νέου Jeffrey Archer ή ενός νέου Danielle Steele. Στην πραγματικότητα, οι πρόσφατες απολύσεις στον οίκο Harper Collins στο Λονδίνο μάλλον αποτελούσαν, σύμφωνα με τον βρετανικό τύπο, την άμεση συνέπεια μιας υπερόγκης προκαταβολής 32 εκατομμυρίων λιρών που πληρώθηκε στον Archer.

Εννοείται πως όλοι οι οίκοι δεν είναι ικανοί να επιτυγχάνουν τα αναμενόμενα ποσοστά κέρδους. Διαφορετικές εκθέσεις δείχνουν πως τα αποτελέσματα μερικών από τους μεγάλους ομίλους είναι πολύ λιγότερο λαμπρά από ό,τι ήταν πριν από πέντε χρόνια, όταν ακολουθούσαν μια παραδοσιακή και διαφοροποιημένη πολιτική. Αλλά, αν η μία από τις επιχειρήσεις ενός ομίλου επιτύχει ένα εξαιρετικό



αποτέλεσμα, ο όμιλος απαιτεί και οι υπόλοιποι να κάνουν το ίδιο. Όταν τίθενται τόσο εξωπραγματικοί στόχοι κέρδους, το αρκετό δεν είναι ποτέ αρκετό. Ο Newhouse, για παράδειγμα, αγόρασε την αυτοκρατορία Random House για εξήντα περίπου εκατομμύρια δολάρια. Δέκα χρόνια αργότερα, η αξία της τοποθέτησής του είχε αυξηθεί περισσότερο από ένα δισεκατομμύριο δολάρια – αλλά αυτό πάλι δεν ήταν αρκετό. Ανέμεναν διαρκώς υψηλότερα ετήσια κέρδη από κάθε τομέα του εκδοτικού οίκου με αποτέλεσμα κάθε τομέας να αλλάζει τον κατάλογό του μέχρι που ο χαρακτήρας ολόκληρου του ομίλου αλλοιώθηκε εντελώς.

Η ιστορία του ομίλου Reed Elsevier, που κατέχει, εκτός από οίκους εξδιδεικευμένους σε εμπορικού περιεχομένου βιβλία, το *Publishers Weekly* και διάφορες ιδιοκτησίες στα μέσα μαζικής ενημέρωσης, είναι τυπική. Τα κέρδη μερικών τμημάτων του αγγίζουν μέχρι και το 30% ετησίως, και έχουν, και αυτά, κληθεί να παρουσιάσουν σχέδια

αύξησης των ετήσιων κερδών τους. Αφού εξαγόρασε μερικούς από τους πιο διακεκριμένους αγγλικούς εκδοτικούς οίκους –τους Methuen, Heinemann, Secker & Warburg–, ο Reed ανήγγειλε τον Αύγουστο του 1995 πως σκόπευε να τους ξαναπουλήσει απλώς επειδή δεν κατόρθωναν να εκπληρώσουν τους στόχους τους. Σε γενικές γραμμές, όταν τέτοιοι εκδοτικοί οίκοι εξαγοράστηκαν, απογυμνώθηκαν από το δυναμικό τους, ο κατάλογός τους συγχωνεύτηκε σε έναν κοινό κατάλογο βιβλίων τσέπης, οι εκδότες τους απολύθηκαν και πολλοί από τους συγγραφείς τους υποχρεώθηκαν να αποχωρήσουν. Στο τέλος αυτής της διαδικασίας, αυτό που αφέθηκε στην πώληση είναι σχετικά λίγο και ενισχύει στους νέους ιδιοκτήτες την ιδέα πως οι εκδόσεις δεν είναι η επένδυση που πίστευαν πως έπρεπε να είναι. Πριν από μια εβδομάδα, ο Reed ανήγγειλε πως δεν είχε βρει αγοραστές και πως θα συνέχιζε το δικό του πρόγραμμα πωλήσεων. Μπορούμε εύκολα να φανταστούμε το τίμημα που πλήρωσαν το προ-

σωπικό του και οι συγγραφείς του για μήνες αβεβαιότητας και απελπισίας. Στο κάτω κάτω της γραφής, η αποδοτικότητα του εκδοτικού τομέα του ομίλου στο σύνολό του ήταν 12%. Το ποσοστό κέρδους που πολλοί οίκοι στις Ηνωμένες Πολιτείες και τη Μεγάλη Βρετανία αναζητούν ανεπιτυχώς θεωρείται ανεπαρκές από όσους έχουν ακόμα πιο αποδοτικές επενδύσεις.

Οι διευθυντές του Reed αποφάσισαν, πως αντί να επενδύουν στις παραδοσιακές εκδόσεις («μαζικές εκδόσεις» όπως κοιμιά τις αποκαλούσαν), θα επικεντρώνονταν στο νέο πεδίο της πληροφόρησης. Όλο και περισσότεροι είναι οι εκδότες που συζητούν να επικεντρωθούν στην επικερδή κορυφή της πυραμίδας της πληροφόρησης, προσφέροντας σε ηλεκτρονικούς υπολογιστές ή άλλα ηλεκτρονικά μέσα μαζικής ενημέρωσης την πληροφόρηση που μέχρι τώρα διαθέταμε συμβουλευόμενοι απλώς ένα βιβλίο. Δεν έχουμε καμία ιδέα για την τιμή που θα πληρώνουμε στο μέλλον για να έχουμε πρόσβαση στην πληροφόρηση. Μπορούμε όμως να διακρίνουμε το σώμα κάποιου κινδύνου στο γεγονός πως αυτοί που στρέφονται προς αυτόν τον νέο τύπο πληροφόρησης αποβλέπουν σε μια μεγάλη πιθανότητα κέρδους. Είναι ανησυχητικό να διαπιστώνουμε πως οι δημόσιες βιβλιοθήκες και τα άλλα δημόσια ιδρύματα θα έχουν όλο και μικρότερη πρόσβαση στην πληροφόρηση ή θα πρέπει να πληρώνουν για πληροφορίες που μέχρι τότε θα είναι δωρεάν.

Ένα ακόμα στοιχείο πίεσης βαρύνει στον τομέα των εκδόσεων. Οι μισθοί ήταν σχετικά χαμηλοί. Τα εισοδήματα των εκδοτών ήταν χοντρικά της τάξης των εισοδημάτων ενός καθηγητή, τα εισοδήματα των βοηθών εκδοτών αυτά ενός βοηθού καθηγητή. Σήμερα οι μισθοί των εκδοτών άγγιξαν μοναδικά ύψη, φτάνοντας μέχρι και εκατομμύρια. Σύμφωνα με μια πρόσφατη μελέτη του *PW*, ο διευθυντής των Mc-

Graw-Hill κερδίζει πάνω από ένα εκατομμύριο δολάρια ετησίως, περισσότερα και από τον διευθυντή της Εκκοπ ή της Philip Morris.

Ένα ακόμα αποτέλεσμα του περάσματος στους ομίλους επιχειρήσεων είναι η αυξανόμενη φροντίδα των εκδοτών να μιμηθούν τον τρόπο ζωής των συναδέλφων τους του Χόλλυγουντ. Τα γραφεία των εκδοτών γίνονται όλο και πιο φανταχτερά, μοιάζουν περισσότερο με γραφεία τραπεζίτη παρά με αυτά των προκατόχων τους. Κατά συνέπεια οι μισθοί και τα έξοδα παραστάσεως αυξήθηκαν. Την εποχή που αποχώρησα, οι συσκέψεις πωλήσεων στον Random House κόστιζαν η καθεμιά ένα εκατομμύριο δολάρια – δύο φορές το χρόνο. Αυτά τα γενικά έξοδα έπρεπε να πληρωθούν πριν ακόμα δηλωθούν τα ετήσια κέρδη. Ο λόγος που τόσοι εκδότες δηλώνουν πως δεν μπορούν να επιτρέψουν την έκδοση ενός βιβλίου που θα κάνει λιγότερα από δεκαπέντε ή είκοσι χιλιάδες αντίτυπα δεν είναι πως σε αυτό το επίπεδο δεν θα έχουν κέρδος, αλλά πως κάθε βιβλίο πρέπει να μπορεί να συνεισφέρει στα γενικά έξοδα, εκατό χιλιάδες δολάρια συνήθως ή περισσότερα, για να καταφέρει να λάβει θέση στον κατάλογο.

Όλα αυτά αποτελούν μέρος της μεταμόρφωσης της ιδεολογίας των εκδόσεων. Όταν οι άνθρωποι δεν μπορούν πια να είναι περιήφανοι για τα βιβλία που εκδίδουν και δε θεωρούν πως η ύπαρξή τους δικαιολογείται από αυτό που πρόσφεραν στον κόσμο, χρειάζονται πιο πεζές ανταμοιβές, το χρήμα και η κοινωνική θέση έρχονται να γεμίσουν το ηθικό κενό.

Το βάρος της πολιτικής

Η τρίτη βασική αλλαγή είναι πολιτικής τάξεως. Μπορεί να απεικονισθεί με ένα πρόσφατο γεγονός. Οι Basic Books, έγκυρες εκδόσεις στον τομέα των κοινωνικών επιστημών, ιδιοκτησία σήμερα του Harper Collins, δημοσίευσαν μια βιογραφία του Deng

Xiaoping, γραμμένη από την κόρη του. Είναι κακογραμμένη, γεμάτη λάθη και κενά, είναι το είδος του βιβλίου στο οποίο κανένας δυτικός εκδότης δεν θα είχε ρίξει δεύτερη ματιά σε φυσιολογικές συνθήκες. Ωστόσο όχι μόνο δημοσιεύτηκε από τις εκδόσεις Basic, αλλά επιπλέον προωθήθηκε στην αγορά από μια μαζική διαφημιστική εκστρατεία που θα πρέπει να κόστισε το λιγότερο εκατό χιλιάδες δολάρια, κατά τη διάρκεια της οποίας η συγγραφέας ήρθε από την Κίνα και παρουσιάστηκε στο κοινό και στον τύπο. Γιατί τέτοια σπατάλη ενέργειας; Πολύ απλά επειδή ο Rupert Murdoch, ο ιδιοκτήτης του Harper Collins, ήθελε να κερδίσει από την κινεζική κυβέρνηση την άδεια να εγκαταστήσει στην Κίνα το καλωδιακό του δίκτυο Sky. Είχε ήδη δεχτεί να λογοκρίνει τις εκπομπές του, καταργώντας πρώτα τις ειδήσεις του BBC, αλλά προφανώς αυτό δεν ήταν αρκετό. Χρειάζονταν μια μικρή επιπλέον προσπάθεια – εξ ου και η δημοσίευση αυτού του ενοχλητικού τόμου.

Για τον Murdoch, η χρησιμοποίηση των εκδόσεων για άλλους σκοπούς αποτελεί απλώς μέρος της «δουλειάς». Ο τύπος έδωσε ιδιαίτερη προσοχή στην πρόταση του Harper Collins να πληρώσουν στον Newt Gingrich (κοινοβουλευτικός εκπρόσωπος, ρεπουμπλικάνος και ακροδεξιός) μια προκαταβολή τεσσεράμισι εκατομμυρίων δολαρίων. Ακόμα και με την υπόσχεση μιας έκδοσης σε βιβλίο τσέπης και ενός δεύτερου βιβλίου, είναι φανερό πως το ποσό αυτό ξεπερνούσε κάθε λογική προοπτική πωλήσεων. Κάτω από αυτές τις συνθήκες, η βιασύνη του Murdoch να συμβουλευτεί τον Gingrich για το μέλλον των πολύτιμων φοροαπαλλαγών του στον τηλεοπτικό τομέα, πριν ακόμα υπογραφεί το συμβόλαιο, γίνεται ακόμα πιο αποκαλυπτική.

Στις Ηνωμένες Πολιτείες, το πολιτικό περιεχόμενο των βιβλίων γνώρισε δραματική αλλαγή από τότε που οι μεγάλοι όμιλοι επιχειρήσεων απέκτησαν τόσους εκδοτικούς οίκους. Οι Harper, Random House και Simon & Schuster υπήρξαν οι προμαχώνες του φιλελευθερισμού και του New Deal. Τώρα η τρέχουσα παραγωγή στρέφεται σαφώς προς τα δεξιά. Εφόσον οι εκδότες, σε γενικές γραμμές, είναι ακόμα οι ίδιοι, μπορούμε να υποθέσουμε πως υποβάλλονται σε νέες πιέσεις. Πραγματικά, ένας από τους κυριότερους λόγους που οι συνάδελφοί μου και εγώ εγκαταλείψαμε το Πάνθεον ήταν η σαφής οδηγία των ιθυνόντων του νέου Random House, σύμφωνα με την οποία έπρεπε να εγκαταλείψουμε το είδος των πολιτικών δημοσιεύσεων για τις οποίες το Πάνθεον ήταν γνωστό, και να στραφούμε προς εκδόσεις της δεξιάς. Το Random House, φυσικά, αρνήθηκε στη συνέχεια την ύπαρξη μιας τέτοιας υπόδειξης. Αρκεί όμως να κοιτάξουμε, πέντε χρόνια αργότερα, τους καταλόγους του για να δούμε μέχρι ποιου βαθμού εγκατέλειψε τις εκδόσεις πολιτικής και κοινωνικής κριτικής και τις αντικατέστησε με συγγραφείς της δεξιάς.

Το ίδιο συμβαίνει σε όλη τη βιομηχανία των εκδόσεων. Σε μια πρόσφατη έρευνα για τα καινούργια πολιτικά βιβλία, το *Publishers Weekly* δημοσιεύει τον κατάλογο σαράντα τίτλων περίπου, όλοι ουσιαστικά της δεξιάς, με εξαίρεση δύο, έναν από τον The New Press και έναν από τον Brooding Institution, και οι δύο μη εμπορικοί εκδότες. Τα βιβλία της κεντροαριστεράς δημοσιεύονται τώρα κυρίως από μικρούς ανεξάρτητους και εναλλακτι-

κούς οίκους, όπως οι Beacom, South End και άλλοι.

Φυσικά, οι μεγάλοι εκδοτικοί όμιλοι θα ισχυρισθούν πως οι αποφάσεις αυτές τους επιβλήθηκαν από το νόμο της αγοράς. Είναι δύσκολο όμως να προσποιούμαστε πως δεν υπάρχουν αναγνώστες για εναλλακτικές απόψεις. Η ολοφάνερη επιτυχία των πρόσφατων πολιτικών βιβλίων του New Press επιβεβαιώνει συγχρόνως την ύπαρξη ενός σημαντικού κοινού και την ανάγκη εκδοτών που θα διαδραματίσουν έναν ρόλο ενάντια στο ρεύμα. Τα βιβλία που πραγματεύονται πολιτικά ζητήματα, ιδιαίτερα σε προεκλογικές περιόδους, υπήρχαν για πολλά χρόνια στους καταλόγους των αμερικανών εκδοτών. Το 1992 ωστόσο, κατά τις προεδρικές εκλογές, δεν υπήρξαν ουσιαστικά βιβλία που να απευθύνονταν στο ευρύ κοινό και να πραγματεύονταν τα μεγάλα προβλήματα που απασχολούσαν τους αμερικανούς πολίτες –η NAFTA, η κοινωνική ασφάλιση, το μέλλον του συστήματος πρόνοιας– παρά μόνο αυτά που υιοθετούσαν την

άποψη της δεξιάς και τα οποία συχνά επιχορηγούνταν από συντηρητικά ιδρύματα και στη συνέχεια εκδίδονταν από τους μεγαλύτερους εκδοτικούς ομίλους.

Τα προβλήματα των εκδόσεων οξύνθηκαν με την εμφάνιση μεγάλων αλυσίδων πώλησης, οι οποίες συμερρίζονται ευρέως την ιδεολογία του κέρδους των ομίλων των μέσων μαζικής ενημέρωσης. Οι αλυσίδες εστιάζουν όλη τους την ενέργεια και σημαντικούς οικονομικούς πόρους στα best-sellers. Σ' αυτό το είδος εμφυλίου πολέμου που διχάζει τη διανομή, τα ανεξάρτητα βιβλιοπωλεία υποστηρίζουν πως απειλούνται διαρκώς από τις αλυσίδες που εφαρμόζουν επιθετική πολιτική εγκαθιστώντας νέα υποκαταστήματα πολύ κοντά τους. Το αποτέλεσμα είναι πως όλο και περισσότερα από αυτά τα βιβλιοπωλεία εξαφανίζονται: στο κέντρο της Νέας Υόρκης δεν μένει πια παρά μόνο μια χούφτα, ο αριθμός τους έχει υποτριπλασιαστεί τους τελευταίους μήνες.

Σε μια σειρά από μηνύσεις που υποβλήθηκαν από το Σωματείο Αμερικανών Βιβλιοπωλών, οι ανεξάρτητοι εκδότες κατηγορήσαν τους μεγάλους ομίλους πως ευνοούν τις αλυσίδες με αθέμιτα μέσα. Οι όμιλοι αυτοί δίνουν πολλά χρήματα, που ονομάζονται *συνεταιριστικά* για να βεβαιωθούν πως τα best-sellers τους θα τοποθετούνται σε προνομιακή θέση στα ράφια. Οι μικροί εκδότες, που ποντάρουν σε ένα βιβλίο λιγότερο προσιτό, δεν



μπορούν να πληρώσουν αυτά τα επιπλέον συνεταιριστικά ποσά και κατά συνέπεια οι πιθανότητες να δουν τα βιβλία τους στα ράφια μειώνονται.

Μια εναλλακτική λύση;

Είναι δυνατή μια ανατροπή αυτής της τάσης; Η μόνη σοβαρή αλλαγή θα μπορούσε να προέλθει από μια αυστηρή εφαρμογή των νόμων κατά της συγχώνευσης πολλών ομοειδών επιχειρήσεων σε μία στις Ηνωμένες Πολιτείες και τη Μεγάλη Βρετανία – οι νόμοι αυτοί έχουν περιπέσει σε αχρηστία προκειμένου να επιτρέπουν στους πολυεθνικούς ομίλους επιχειρήσεων όπως αυτοί του Murdoch να κερδίζουν μία συνεχώς αυξανόμενη εξουσία. Οι ηγέτες της πολιτικής διατάζουν να αντιταχθούν σε αυτούς που ελέγχουν τα μέσα μαζικής ενημέρωσης και γρήγορα υποχωρούν στις απαιτήσεις τους.

Δεν θα ήταν ρεαλιστικό να περιμένουμε από τον Clinton ή τους ρεπουμπλικάνους να προκαλέσουν κατά μέτωπο τους μεγάλους ομίλους των μέσων μαζικής ενημέρωσης. Αυτό όμως δεν σημαίνει πως μια κινητοποίηση του Κογκρέσου είναι αδιανόητη. Δεν είναι πολύς καιρός, ο γερουσιαστής Paul Simon και άλλοι γερουσιαστές οργάνωσαν ακροάσεις γύρω από τις συγχωνεύσεις στα μέσα μαζικής ενημέρωσης, οι οποίες υποστηρίχθηκαν από άλλες ομάδες όπως η PEN, τότε πιο τολμηρές στο πολιτικό επίπεδο. Ακόμα κι αν κανένα μέλος του Κογκρέσου δεν επιθυμούσε να διακινδυνεύσει μια σύγκρουση με τους γίγαντες των μέσων μαζικής ενημέρωσης, παραμένουν οι ακροάσεις των πολιτών, τα συνέδρια και άλλοι τρόποι επέμβασης. Η πιο επικίνδυνη πλευρά της αύξησης της δύναμης των ομίλων επιχειρήσεων είναι το γεγονός πως δεν αμφισβητήθηκε, πως η νομοθεσία κατά της συγχώνευσης πολλών ομοειδών επιχειρήσεων σε μία δεν αποτελεί καν αντικείμενο συζητήσεων, πως ούτε καν εξετάζουμε άλλες μορφές και άλλες δομές.

Ο πολλαπλάσιασμός των ανεξάρτητων μικρών εκδοτικών οίκων προσφέρει μια άλλη προοπτική. Αν και τα ονόματά τους –Dalkey Archive, Graywolf Press, Verso Books, Thunder's Mouth, Milkweed– παραμένουν ακόμα άγνωστα στο ευρύ κοινό, έχουν κατ' αρχήν μια πολύ διαφοροποιημένη παραγωγή σημαντικών βιβλίων. Το μερίδιο αγοράς όμως αυτών των εκδόσεων παραμένει μηδαμινό, το πολύ 1% του συνόλου των πωλήσεων. Καθώς δεν έχουν βοήθεια από μεγάλα ονόματα, δεν έχουν πουθενά εύκολη πρόσβαση στο δίκτυο των βιβλιοπωλείων.

Το πρόβλημα είναι συγχρόνως πολιτικό και οικονομικό. Μέχρι οι κυβερνήσεις να νιώσουν αρκετά ισχυρές ώστε να αμφισβητήσουν την εξουσία των τεράστιων ομίλων, η οποιαδήποτε λύση δεν μπορεί

να είναι παρά μερική. Ωστόσο, αυτές οι νέες εναλλακτικές λύσεις μας προσφέρουν την αρχή μιας επιλογής. Υπάρχει μια νέα γενιά εκδοτών που θέλει να αγωνιστεί εναντίον του «εμπορικά λανθασμένου» και, ιδιαίτερα στο χώρο της μυθοπλασίας και της ποίησης, αυτοί οι νέοι οίκοι φτάνουν να αντικαταστήσουν τους παλαιότερους και σημαντικότερους αντιπάλους τους.

Όταν μαζί με τους συναδέλφους μου έφυγα από το Πάνθεον το 1990, με είχαν πλησιάσει πολλοί που πρόσφεραν κεφάλαια ή μια θέση σε κάποια από τις ονομαστές επιχειρήσεις. Μου φαινόταν όμως πως σε ένα νέο εκδοτικό τοπίο –που δεν θα βασιζόταν πια στο κέρδος– χρειαζόταν μια νέα δομή. Γι' αυτό δημιουργήσαμε τον The New Press, του οποίου η δομή στηρίζεται στη δομή των πανεπιστημιακών εκδόσεων χωρίς όμως να είναι ιδιοκτησία κάποιου πανεπιστημίου. Σκοπός μας ήταν να προσεγγίσουμε το ευρύτερο κοι-

νό με σοβαρά έργα, στον πολιτικό, κοινωνικό ή πολιτιστικό τομέα, και σε τέσσερα χρόνια, αφού εκδώσαμε περίπου εκατόν πενήντα βιβλία, μάθαμε πως αυτό το κοινό υπήρχε.

Η αναζήτηση του κέρδους, που είναι το σήμα κατατεθέν του καπιταλισμού στο τέλος αυτού του αιώνα, έχει κολλήσει σαν σιδηρούν προσωπείο πάνω στην πολιτιστική μας παραγωγή. Αντίθετα με την Ευρώπη, χάσαμε τα περισσότερα απομεινάρια του καπιταλισμού του 19ου αιώνα, αυτές τις οικογενειακές επιχειρήσεις των οποίων οι ιδιοκτήτες ήταν σε θέση να αποφασίσουν αν έπρεπε να μεγιστοποιήσουν ή όχι το κέρδος. Στις υπόλοιπες βιομηχανίες τα αποτελέσματα τέτοιων αλλαγών μπορεί να μην είναι το ίδιο επικίνδυνα. Αν ένας μικρός αριθμός διεθνών κατασκευαστών ρούχων προσφέρει μια όλο και πιο περιορισμένη επιλογή μπλου τζην, ο πολιτισμός δεν απειλείται. Αν όμως οι τροφοδότες του πολιτισμού εκτιμούν πως

μια μόνο ιδέα μπορεί να είναι το μοναδικό πρότυπο, τότε όχι μόνο το μέλλον μας αλλά ακόμα και η ικανότητά μας να συζητάμε για ό,τι πρόκειται να συμβεί, θα κινδυνεύσουν.

Μετάφραση από τα γαλλικά

Σύλβια Κιούση

Γαλλικό Ινστιτούτο Αθηνών - Κέντρο Λογοτεχνικής Μετάφρασης

* Ο André Schiffrin είναι εκδότης (Νέα Υόρκη).

ΣΗΜΕΙΩΣΗ

1. Επιθεώρηση *Liber*, τ. 29, Δεκέμβριος 1996.