

Julija Ščerbinjina

# VREME BIBLIOSKOPA

*Savremeno doba u  
ogledalu bibliokulture*

*Preveo s ruskog  
Andrij Lavrik*



2024  
**CLIO**





*Ljubovi Mihajlovnoj Barbašov,  
mojoj učiteljici književnosti*



# *Predgovor*

Dragim čitaocima u Srbiji,

Od časa kada se pojavilo prvo izdanje ove knjige prošlo je nekoliko godina, ali ona ne samo što nije prestala da bude aktuelna nego je stekla zanimljiviji, aktuelniji i značajniji sadržaj. Uprkos tome što su početkom dvehiljaditih brojni naučnici predviđali skori sumrak tradicionalnog oblika publikovanja, i čak proricali neminovnu smrt papirne knjige, ona uporno savladava sva iskušenja sudbine, razvija se, stvara nove i ponekad neočekivane forme. Tehnički progres oprema knjigu dodatnim funkcijama, omogućavajući joj da organski sraste s digitalnom sredinom.

Svaka knjiga je istovremeno i ogledalo svoga vremena, i filter aktuelnih činjenica, i lakmus gotovo svega što postoji u kulturi na svakoj istorijskoj etapi. Književnost, kao sadržajna osnova knjige, predstavlja prostor u kojem se, kao u ogledalu, vide karakteristične crte savremenog doba. Makar to bili i samo umetnički odrazi.

„Književnost... se pojavljuje, ona govori, ona uvek čini nešto drugo, različito od sebe same, koja, uostalom, nije ništa drugo do ono nešto što je različito od nje same.“ Ova višeslojna misao Žaka Deride se, u osnovi, svodi na jednostavniju: obrisi društva se rekonstruišu, ponavljaju, umnožavaju u obrisima književnosti i kulture knjige.

Međutim, ljudi našeg doba nisu naročito voljni da upoznaju sami sebe ni na koji način, pa ni posredstvom književnosti. To je generacija imitatora koji često koriste knjige, svaki čas im se

okreću, vole da ih listaju, uvek su spremni da govore o njima – jedino što ih krajnje retko i čitaju. Luj Oktav Uzan, francuski izdavač i bibliofil s međe XIX i XX veka, zvao je takve ljude biblioskopima (od grč. *skopein* – gledati).

„Biblioskop nije ushićeni ljubavnik već ravnodušni putnik“ – objašnjava Uzan. – „On će razgledati, opipati, omirisati i pomilovati knjige koje nikad neće pročitati. Zadovoljiće se poznanstvom s površinskom stranom predmeta i nikad neće uložiti nikakav napor da pronikne u njega. Biblioskop je posmatrač knjiga, on ih kupuje po savetu svog agenta, nosi ih u pomodnu knjigoveznicu, a zatim ih drži nerazrezane, netaknute na policama, kao što se dragocene tričarije drže u vitrini, pod staklom.“

Ako iz tog opisa uklonimo arhaične detalje pretprošlog veka, dobićemo dobru sliku sasvim prepoznatljivog savremenog tipa. Ali arhaiku je bolje ostaviti, da bismo videli kako ju je izmenio naš savremenik, kakve čudne metamorfoze je pretrpela tradicionalna praksa postupanja s knjigama, kako su se u novim kulturnim uslovima mnogi pojmovi neočekivano promenili. Tako ćemo, na primer, videti kako danas izgleda *razrezana* knjiga.

Mi, ljudi XXI veka, često se ogledamo u knjigama, retko videći u njima nešto drugo do same sebe. Pratimo razvoj radnje, zapažamo opšte ideje i – to je sve. Često ih koristimo kao sredstvo samoiskazivanja: nameštamo ih po policama kako nam se sviđa, služe nam kao elementi enterijera, veumunno ih spominjemo u razgovorima, ponosno uručujemo nekom kao „najbolji poklon“...

A, međutim, spoljašnji izgled knjiga, tehnologija njihovog nastanka, mogućnosti korišćenja, načini širenja, uslovi čuvanja – to jest sve ono što se može nazvati „pratećim elementima“ književnosti, čini istoriju sveta isto kao što je čine naučni izumi, političko delovanje, rad fabričkih radnika. I ne samo da je čini nego je i objašnjava, ilustruje, pokazuje skriveni smisao. „U onome što se čita, u sklonostima i raspoloženjima čitalačke publike, kao u kapi vode, odražava se život jednog društva“ – mudro je primetio još početkom prošlog veka ruski istoričar knjige Nikolaj Rubakin.

Ako pažljivo i pomalo udaljeni, sa strane, osmotrimo Knjigu kao predmet kulture i Literaturu kao zbir tekstova, opazićemo ne baš najočigledniji, ali zato veoma značajan trenutak društvenog prelaska s *tradicije* (statičkog sistema postojanih pojmova)

na *tendenciju* (dinamički sistem pravaca koji se stalno menjaju). „Društvo tradicija“, organizovano na principu nasleđa, zahtevalo je usklađenost s postojećim sistemom, društvenim redom, nekim zakonima ponašanja. „Društvo tendencija“, organizovano na principu novine, obavezuje ljude da odgovaraju na savremene zahteve zajednice, na izazove vremena. Prvi tip je izgrađen po modelu „korak u korak“, drugi tip po modelu „stimulans – reakcija“.

„Društvo tradicija“ postoji u skladu s *kosmičkim* zakonima: obim, dubina, sinteza, ontološka verodostojnost. „Društvo tendencija“ živi u skladu s *kozmetičkim* zakonima: ravan, površina, kamuflaža, neupadljivost. Nabranjenje bez objašnjavanja nije baš najbolji način komentara, ali i ovako je sve jasno, zar ne? A postaje još jasnije kada se projektuje na kulturu knjige.

Tako su knjigu nekad poštovali i čuvali kao svetinju, sakralni predmet, ikonu kulture, a danas s njom postupaju kao s funkcionalnim objektom, modnim atributom, zabavnom igračkom, čak i kao sa „zastarelim“ predmetom podložnim ponovnoj kreativnoj preradi. Pritom, sasvim je nebitna osnova takvog ponašanja – elitarnost ili utilitarnost – bitna je sama sudbina knjige u društvu, njena drugačija uloga u kulturi.

Postavlja se još jedno pitanje: šta je to spisateljstvo u savremenom svetu? Građanska misija, organska potreba, specifična profesija, način života, način društvenog prilagođavanja? Samo ovo pitanje navodi na brojna druga. Na primer, mora li pisac obavezno posmatrati *svet* kao *tekst* ili je sasvim dovoljno ako samo ovlada tehnikom pisanja? Koji su kriterijumi pravog umetničkog stvaralaštva i po čemu se takvo stvaralaštvo razlikuje od grafomanije? Zašto pisac ponekad nije gadljiv na plagijat, a čitalac na pirateriju?

Potpune, svestrane odgovore je, nažalost, nemoguće dati, pošto je „društvo tendencija“, za razliku od „društva tradicija“, amorfno, difuzno, eklektično. Sve se stopilo i izmešalo, mnogo toga je nejasno, ponešto je lažno, a dosta toga prolazno. Ali književnost je, uz svu spoljašnju kratkotrajnost, ipak stvarni proizvod ljudske delatnosti i zato omogućava ne samo da se spoznaju društveni konteksti nego i da se upoređuju kulturni kodovi savremenog doba.

Istina, to nije uvek lako. Ponekad treba povlačiti mnogobrojne paralele s prošlošću i otkrivati aluzije na nju – na primer,

prilikom opisa najnovijih izdavačkih formata ili savremenih „kreativnih obrada“ starih književnih dela. Nekada se ne može bez razjašnjavajućih metafora – recimo, u razgovoru o spisateljskim tehnikama ili bibliofobijama. Tom prilikom, hteli mi to ili ne, koristimo stil književnih kritičara, isti onaj koji sami rado kritikujemo. Ponekad je nužno razotkrivati stare stereotipe i odstraniti zaštitne mehanizme koje je izgradila književna zajednica – na primer, prilikom razmatranja uvredljive kritike ili piraterije oko knjiga.

Pri tome uvek, u svakom od navedenih slučajeva, odlično funkcionišu ilustracije – gravire, karikature, dela velikih slikara – čak najviše dela slikara iz dalje prošlosti koja su u sjajnom kontrastu a, istovremeno, u zadivljujućem skladu s našim vremenom. Prebacivanjem takvih slika u savremeni kontekst postiže se ironični efekat, razotkriva se određeni paradoks; gledana iz drugog ugla, slika se menja. I zato se većina ilustracija namerno ne objašnjava, ostavljajući čitaoca u nedoumici: „A kakve veze sad ima ovo?“ To u slučaju kada je čitalac zapravo biblioskop. Odsustvo komentara predstavlja izrugivanje biblioskopiji.

Postavlja se još jedno pitanje: koliko je savremena sredina, koja okružuje književnost, sama po sebi informativna? Da li je ona u stanju da shvati obeležja vremena i da deluje u pravcu poimanja savremenog uređenja sveta? Indijski klasik Premčand napisao je da je „književnost – čarobna palica koja nam omogućava da vidimo dušu vasseljene u životinjama, kamenju i drveću“. Ali to je rečeno o Velikoj Književnosti, koja je stvarana milenijumima i koja je zapravo vršnjakinja čovečanstva.

U kulturi „društva tendencija“, koja je izgubila nekadašnju veličinu Kanona, prirodnu usklađenost i izvornost kreativnih oblika, velika književnost je apriori nemoguća. Moguća su možda samo velika dela, malobrojna i usamljena. Savremena književnost nije u stanju da nam ponudi trodimenzionalni odlivak, već samo dvodimenzionalni otisak života. I ne treba očekivati, pa ni zahtevati, ništa više od toga.

Takođe je veoma važno ko zaista „proizvodi“ i ko „troši“ Književnost i Knjigu kao njeno materijalno ovaploćenje. Savremeno doba je porodilo *kiberkantropa* – biće s čitavim šaržerom gedžeta, ali s ponašanjem i moralom divljaka. Kiberkantrop je polimorfan i mnogolik – on može biti bilo ko: energični „primitivac“ kome je omiljena uzrečica „iščupaću ti grkljan“; ekscentrični



osobenjak koji se ukrašava pirsingom i stvara steampunk-romane<sup>\*</sup>; obični „korisnik interneta“, ljubitelj virtuelnih diskusija na razne teme; ugledni vlasnik ajfona šest i najnovijeg brauzera koji je, istovremeno, strastveni trol<sup>\*\*</sup> i autor nepismenih postova na društvenim mrežama...

Kiberkanturopu nije potrebno *nešto novo* koliko *nešto drugo*, različito od stvorene tradicije, od uspostavljene norme, od prihvaćenog poretka. Njegove želje, težnje i potrebe podređene su sve novijim „trendovima“ i modnim kapricima. Kafe-knjižare, lečenje knjigama, deca pisci, vord-art, gromki naslovi, štamparski ukrasi – sve je to postojalo i ranije, ali je sada dobilo novo značenje, novi smisao. Uklopilo se u savremeni koordinatni sistem.

U čitavom nizu najnovijih kulturnih praksâ nazire se *postvarvarizacija*: od bibliosastanaka ili buk-karvinga do podsticanja piraterije ili bezočnog plagijata. Ova ideja je, naravno, vrlo polemična i može iritirati čak i čitaoca nebiblioscopa, ali ona često promiče kroz našu knjigu. Pritom se navode raznovrsni pa i međusobno kontradiktorni argumenti. Ko hoće da je ospori, mora se najpre upoznati s tim argumentima, a onda dodati i vlastite.

Govoreći o postvarvarizaciji, neki koriste termin „novo srednjovekovlje“. Ali ljudi srednjeg veka nisu „obrađivali“ književno delo da bi izrazili vlastitu kreativnost – oni su imali sasvim drugačije ciljeve, ne uvek najplemenitije. Prakse daleke prošlosti koje su u nekoj vezi s knjigama (na primer, palimpsesti, antropodermički povezi, portreti sastavljeni od reči, azbuke napravljene od ljudskih figura) pružaju nam priliku da rekonstruišemo i sasvim drugačiju sliku sveta koja je malo nalik – ili je sasvim nenalik – ovoj savremenoj. Ta bitna razlika takođe je predmet osmišljavanja u ovoj knjizi, istina, prilično površnog osmišljavanja, jer takva pojava zahteva posebno kulturološko istraživanje.

Sa ovim je u vezi još jedna primetna crta savremenog doba: odsustvo problematizacije bivstvovanja. Vreme biblioscopa je epoha u kojoj se ne postavljaju pitanja. *Problemsko* je nestalo,

---

<sup>\*</sup> Od engl. steampunk, „paropank“ – SF-žanr sa alternativnim razvojem ljudskog društva u kome je usavršena tehnologija parnih mašina XIX veka. – *Prim. prev.*

<sup>\*\*</sup> Od engl. troll – osoba koja koristi društvene mreže za provokacije i izrugivanja. – *Prim. prev.*

zamenjeno je mnoštvom drugih pojmova: *interesantno* (na primer, roman ili film), *protestno* (recimo, politička akcija), *aktuelno* (između ostalog, uručivanje književne nagrade). Jedni naprosto ne shvataju Svet kao Problem, drugi stvaraju prividne, lažne probleme, treći su skloni veštačkoj problematizaciji. Ti poslednji su dobili naziv „trablmejkeri“ (engl. trouble maker). Trablmejkerstvo se ispoljava u raznim vidovima: gruboj kritici, književnoj mistifikaciji, izlaganju skandaloznih umetničkih postavki, smišljenom plagijatu pa čak i pojavi na književnoj sceni u adolescentskom dobu.

Ali čak i u „društvu tendencija“, Književnost neprestano kaska za životom koji uvek iznova stvara nove kreativne forme, pruža nove kulturne izazove. Knjiga nije u stanju da svojim bogatim *telom* zasiti nesputanu maštu dizajnera, poslušno i s puno poverenja ga stavlja ne samo ispred foto-aparata (za pravljenje buktrejlera) nego već i pod modelarski nož X-acto (za buk-karving). Pisac i Čitalac, krećući se istim putem i istim tempom, ipak su *nesrećni zajedno*, iako onaj prvi danas spremno otkriva „tajne zanata“, dok drugi poletno stvara fanfikove\*. Nije lako ni onima koji nastoje da opišu pojave koje prate književnost – ovde jednostavno nedostaju reči pa moramo koristiti pretežno anglicizme, za koje ponekad ne znamo ni kako se ispravno pišu.

„Manufakturne igračke“ – tako je nazvao proizvode industrijske epohe jedan od apostola književne kulture, istaknuti ruski filozof Nikolaj Fjodorov. Prema Fjodorovu, „pitanje o bogatstvu... samo je pitanje, kao što je rečeno, o manufakturnim igračkama i zabavama – sve izložbe svedoče o tome, tamo se na svakom koraku čuju oduševljeni uzvici: izgleda kao igračka!“ Danas i knjiga postaje jedna od takvih igračaka, pretvarajući se od intelektualnog predmeta u industrijski proizvod, robu za široku potrošnju i objekat kreativnog preobražaja.

I šta je zaključak? Pa to da ipak nije sve tako crno. Knjiga je neuništiva sve dotle dok živi ljudska misao. Književnost, bilo da je odlivak bilo da je otisak sveta, uvek govori o tome kakav je taj svet. I, ne znajući mnogo toga, ipak tačno znamo jedno: „Mi znamo da je svet u stvari tekst, i da taj tekst govori s nama, spokojno i radosno, o odsustvu samoga sebe i istovremeno o

---

\* Od fan fiction – amatersko delo po motivima popularnog originalnog knjiž. dela, stripa, filma i t. sl. – *Prim. prev.*

večnom prisustvu nekog drugog – svog Tvorca.“ Prošlo je devedeset godina otkako je ovu izvanrednu misao izrekao francuski pisac Pol Klodel i proći će još mnogo puta po toliko, a svet će uvek biti *tekst*.

Novo srpsko izdanje moje knjige predstavlja nastavak razgovora o novim formatima knjige i preobražaje papirne knjige u digitalnoj eri. Poslednjih godina su se u toj oblasti ocrtale nove pojave, a one već postojeće, koje su ušle u prvo izdanje, stekle su jasnoću i određenost neophodnu za klasifikaciju. Pokušajmo, dakle, da zavirimo van ivice štamparskog tabaka i da razmotrimo kako se danas menja spoljašnji oblik, čitalačka sudbina i kulturna uloga Knjige.

*Julija Ščerbinjina*



## Deo 1

# *Ljudi i knjige, ljudi knjige, ljudi-knjige...*

Odnos čovečanstva prema ovim postojanim predmetima koji su u stanju da potraju jedan vek, dva veka, dvadeset vekova ako treba, da nadvladaju vreme, nikad nije bio samo pozitivan. Ali za knjigu je vezano sámo zvanje čoveka.

Karlos Marija Dominges, *Kuća od papira*

Malo je predmeta koji izazivaju takvo osećanje posedovanja kao što je to knjiga. Kad nam se jednom nađu u rukama, knjige postaju naši robovi – robovi, pošto su knjige žive, ali robovi za koje nikom ne pada na pamet da ih oslobađa – pošto su od papira. U skladu s tim, ljudi i postupaju s njima najgore moguće, u izlivima previše žarke ljubavi ili beskrajne mržnje.

Danijel Penak, *Kao u romanu*



*K. Koks, Alegorija roman(s)a (1896)*

# 1. Napuštajući „Gutenbergovu galaksiju“

## *Novi formati knjiga*

Kako bih voleo da mogu zaviriti u budućnost i videti kako će izgledati knjige za sto godina.

Džon Lebok, *Himna knjigama*, 1887.

Kakva korist od knjige – pomislila je Alisa – kad u njoj nema ni slika ni razgovora?

Luis Kerol, *Alisa u zemlji čuda*

Savremeno tržište omogućava čitaocu da bira ne samo teme, žanrove, autore nego i formate izdanja knjiga. U nastojanju da prošire auditorijum, preteknu konkurenciju, uvećaju prihode, izdavači se ponekad odlučuju na veoma smele i složene eksperimente, a ilustratori, dizajneri, grafičari ubacuju u tu vatru ambicija još i cepanice svog kreativnog izražavanja.

Danas se u knjižaru može ići kao na umetničku izložbu ili u muzej grafičkog dizajna. U poslednje vreme pojavilo se toliko načina formatiranja tekstova, varijanti spoljašnjeg oblika knjiga, novih vidova grafičke produkcije, da potrošači, ne stižući da „isprate trendove“, povremeno u nedoumici pa i sa strahom gledaju novo remek-delo koje je izišlo iz štamparije. Vreme je da se počnu držati ne samo čitalački već i knjigokorisnički kursevi.

## Neovintidžna knjiga

Ruskoj čitalačkoj publici je 2010. godina donela neviđenu biblionovotariju: Izdavač Dom Meščerjakova počeo je da objavljuje seriju „Knjige sa istorijom“. Starinski stilizovane, ove knjige imitiraju tragove dugotrajnog korišćenja: mrlje od čaja i kafe na požutelom papiru, izgužvane i pohabane stranice, ogrebotine i poderotine, marginalije i pečati biblioteke. Ovaj utisak dopunjuju i pojačavaju štamparski retroelementi: platneni povež, vrpca-obeleživač, kutije za knjigu, starinske ilustracije, uokvireni tekst na svakoj stranici. *Alisa u zemlji čuda*, *Doživljaji barona Minhauzena*, *Priče za decu* Čarlsa Dikensa, legende o kralju Arturu...

I sve je to bilo lepo, u stilu, neobično, ali nije imalo velikog uspeha. Neovintidžne knjige\* privukle su pažnju ne toliko dece koliko njihovih roditelja. I razlog je očigledan – sećanje na detinjstvo. Papirni prijatelji iz bakine ili dedine biblioteke, opojni miris stare hartije, nerazumljiva

Kako su prekrasni u očima pravog ljubitelja čitanja umrljani listovi i pohabani izgled knjige, prijatan mu je čak i njen miris, samo ako u svojoj prefinjenosti nije izgubio simpatije prema starom Tomu Džonsu...

Čarls Lem, *Razne misli o knjigama i čitanju*, 1822.

reč „kaminčić“ iz bajke braće Grim, moćni Bilibinovljevi vitezovi, lepršave šiljate figurice Konaševića, očaravajuće zverčice Sutejeva\*\*. I sve to napravljeno rukom, stvarno, živo.

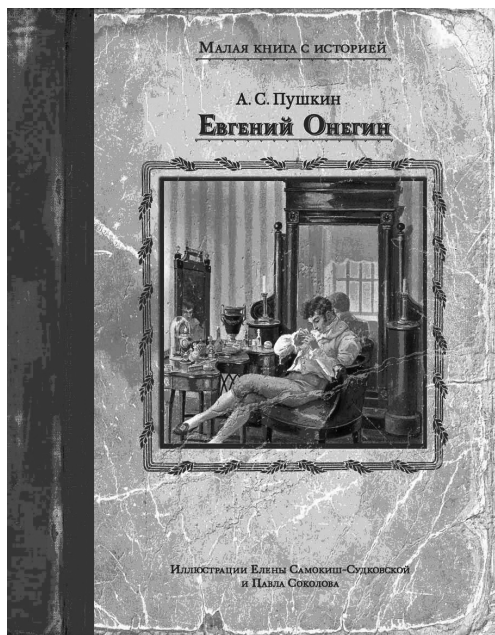
A savremena napredna deca, letimično pregledavši ilustracije i s prezirom namotavši na prst baršunastu vrpcu, samo su se namrštila u nedoumici: kakvu nam ovo starudiju poturaju? Zašto je knjiga tako pohabana? Na stranicama se vide tragovi od čaja, a nama ne dozvoljavaju da čitamo dok jedemo!

Savremeno doba je stvorilo kult novih stvari koji nas primorava da bacamo odeću prošlogodišnje modne sezone, da svakih pola godine menjamo mobilni, svake druge nameštaj, svakih

\* Od engl. vintage – retro, klasični, iz prethodnog razdoblja. – *Prim. prev.*

\*\* Bilibinov i Konašević su poznati ruski ilustratori, a Sutejev pisac za decu. – *Prim. prev.*





pet godina automobil. Da, vintidž i antikvarijat danas su opet u modi, ali to je u redu samo kada je reč o zrelim ljudima koji su u stanju da shvate i vrednuju lepotu starih predmeta.

Osim toga, dok su ljudi starije generacije u detinjstvu čitali stvarno korišćene knjige s pedigreom – sa svojeručno napravljenim mrljama, sa „ušima“, sa zabeleškama po marginama – njihovi potomci dobili su samo imitacije. Već i površan pogled je dovoljan da bi se shvatilo: distressing (engl. postarevanje) koji se primenjuje na neovintidžne knjige nije ni delo vremena ni nekakav ručni rad, već jednostavno kompjuterska tehnologija. To danas više nikog ne može impresionirati. A deca, pa i ova današnja, zaludena gedžetima i onlajn igricama, odrasla na namirnicama sa „ukusom identičnim prirodnom“, odlično osećaju svaku prevaru, intuitivno razlikuju stvarno od lažnog.

I najzad, sama činjenica da se pojavila neovintidžna poligrafija razotkrila je skrivenu sociokulturnu protivrečnost. S jedne strane, pseudostarinska knjiga je pozicionirana kao estetska suprotnost „obezličenoj“ i „bezdušnoj“ elektronskoj knjizi. S druge strane, ista ta pseudostarinska knjiga nudi se čitaocu kao „progresivna“ i „inovativna“ forma štamparskog izdanja. Zaklju-

čak je da je elitistička kultura oličena u neovintidžnoj knjizi po svojoj suštini lažna, ontološki lažna, jer poriče duhovnu vrednost tehnologiji koju sama koristi. Kao kad bi se protiv kiborgâ borili vitezovi koji su i sami napravljeni u fabrici.

Ali prosečni potrošač ovu protivrečnost zasad ne primećuje i bezbrižno poverava svoju decu na čuvanje kiborzima, dok se on sam bavi prenošenjem modernog formata u oblast personalnog stvaralaštva – stvara neovintidžne knjige u uslovima kućne radinosti. Na vrhuncu popularnosti su skrapbuking (engl. scrap – izrezak + book – knjiga = pravljenje ličnih albuma) i, kao jedan od pravaca skrapbukinga – izrada šebi-bukova (shabby books), pojedinačnih knjiga koje predstavljaju čisto ručni rad. Enterijerski stil šebi-šik (shabby chic – dosl. izlizani šik, izlizana raskoš) koji je osamdesetih godina XX veka izumela britanska dizajnerka Rejčel Ešvel, danas ima veliku armiju poklonika.

Ovde čovek već može dati sebi na volju, potpuno samostalno i bez kompjuterske tehnologije popunjavajući kućnu biblioteku albumima, „knjigama želja“, sanovnicima, idejnicima i drugim stilizovano-starinskim tvorevinama. Za početak se mogu nabaviti rolne svilene tkanine, šarene perle, prirodna čipka, zatim se može kupiti, na primer, priručnik Olge Znamenske *Šebi-šik* i u slobodno vreme učiti drapiranje, gofriranje i druge forme valjanja papira. Postoje i kursevi za dekupaž gotovih (štampanih) korica za knjige u vintidž stilu\*.

Teško je reći imaju li budućnost neovintidžne knjige, bilo one štampane, bilo napravljene rukom, ali jedno je jasno: praksa njihovog izdavanja ograničena je na retrospektivu. Jer, složićete se da bi najnoviji roman savremenog pisca izgledao vrlo čudno na veštački postarenom papiru sa imitacijom pocepanih i zamrljanih stranica. I na izdanja kao što je rečnik neologizama u „starom“ povezu ili priručnik za najnovije tehnike manikira, oblikovan kao damski album, koja se povremeno pojavljuju, gleda se više kao na dizajnerske kuriozitetne koji izazivaju podsmeš stručnjaka i nedoumicu običnog čoveka.

Ispostavilo se da je neovintidžna knjiga, zamišljena kao igra sa opremom, zapravo igra s vremenom. A vreme diktira uslove i donosi vlastite zakone.

---

\* Dekupaž (franc. *découpage*) – tehnika dekorisanja predmeta ili nameštaja izrezanim komadima papira. – *Prim. prev.*

## Salonska knjiga

U ruskojezičkim kontekstima, ovaj naziv se sreće pretežno na engleskom – coffee table book (dosl. knjiga za stočić za kafu) i obično označava ilustrovano izdanje velikog formata s tvrdim koricama, koje uglavnom služi za poklon i da bi bilo predmet salona i eneterijera, element dizajna, statusni atribut ili izložbeni eksponat.

Salonske knjige obično predstavljaju neumetnička vizuelno orijentisana izdanja: foto-knjige, skupi časopisi, katalogi produkcije visoke mode, porodični albumi. Često su to izdanja formata kipsejk (engl. keepsake = keep – sadržati + sake – stvar), skupa i raskošna, s reprodukcijama ili gravirama najvišeg kvaliteta.

Salonske knjige se u prostoriju postavljaju tako da privuku pažnju posetilaca, da zabave goste, da budu povod za početak razgovora s klijentima, posetiocima, gostima. To je način uređenja prostora, deo imidža i instrument komunikacije. Ali uprkos sintezi estetike i funkcionalnosti, sam izraz kofi-tejbl



*Kafu ili čaj?, gravira (XVIII v.)*

*Jedna velikosvetska dama preferira čaj, druga kafu. Njihove haljine su ukrašene listićima čajnog drveta i zrnima kafe. Na stočiću su atributi ceremonije ispijanja kafe i čaja.*

buk ponekad se izgovara s prizvukom omalovažavanja ili ironije – kao sinonim za kič ili dranguliju. Razlog tome je očigledan: enterijerna knjiga je namenjena površnom zapažanju i koristi se za vođenje nevažnog razgovora na opšte teme (small talk). Ovde imamo isti mentalni konflikt i istu prikrivenu perfidnost kao i kad je reč o neovintidžnim knjigama: primena visoke tehnologije i njena vrednosna diskreditacija. Stvarčica je poslužila svrsi i sad je možemo baciti pod sto.

Ima nekoliko strategija upotrebe salonskih knjiga. Prva je ukazivanje na „beznačajnost“ predmeta: – *Kako je ovo lepa knjiga! Mogu li da je pogledam? – Ma šta pričate, nije to ništa! Verovatno je zaboravio neko od gostiju...*

Ovde je salonska knjiga ovaploćena metafora hvalisanja, maskiranog u odglumljenu ravnodušnost.

Druga strategija se sastoji u prikazivanju predmeta kao „ukrasa“. Tu ne treba ništa ni da se govori, treba samo staviti



*Stočić za album u damskoj gostinskoj sobi (1830)*

knjigu na mesto gde će svima upadati u oči: *vidite kakve velike, lepe i skupe knjige ja imam!* Pritom se u knjigu za stočić za kafu može pretvoriti bilo šta – od anatomskog atlasa do poslednjeg romana Džoan Rouling.

Treća strategija je naglašavanje „statusa“ predmeta: – *Želeo bih da skrenem vašu pažnju na ovo predivno izdanje ekskluzivnih foto-materijala sa izložbe kulnog majstora umetničke fotografije N. – Ma nije moguće! Kako ste uspeali da nabavite ovo remek-delo?*

Klasifikacija se može proširiti i dopuniti, ali već i iz navedenih primera jasno je da salonska knjiga nije novi, već stari format za kojim se ponovo javila potreba. Takve knjige spominjali su još Mišel Montenj u eseju *Povodom nekih Vergilijevih pesama* (1580), Lorens Stern u romanu *Život i mišljenja Tristrama Šendija* (1759) i drugi.

Početak druge polovine XX veka ova moda je oživela zahvaljujući dizajneru Piteru Štajneru, a deceniju kasnije prihvatio ju je izvršni direktor američke kompanije „Sijera Klab“ Dejvid Brauer. Zatim je iz Evrope i SAD, kao i obično s velikim zakašnjenjem, ovaj modni talas stigao i do nas.

Salonska knjiga je *igra sa enterijerom* koji, za razliku od vremena, ne diktira svoje zakone, već spremno prihvata sve ono što ga može organski ispuniti. Reinkarnirajući se kroz desetine generacija stočića namenjenih u ovu svrhu, salonska knjiga se nonšalantno preselila iz baroknih odaja na supermoderne police, ne gubeći ni prvobitni smisao, ni gordo dostojanstvo.

## *Partvork*

Ovaj format knjige vodi poreklo još od predstamparskog sistema „Pecia“. Studenti srednjovekovnih evropskih univerziteta iznajmljivali su i ručno kopirali knjige podeljene na sekcije. Kasnije je stvorena praksa serijskih publikacija, na primer, od 1728. do 1732. godine svakog meseca je izdavana *Istorija Engleske*, a već od početka veka proizvodnja je postala serijska.

Savremeni partvork (engl. part – deo + work – rad) je usko-profilno periodično izdanje namenjeno kolekcionarima; knjiga-časopis koja izlazi u delovima tokom nekoliko godina. Uz jedan

od prvih brojeva priložena je kutija za čuvanje sledećih, pa se tako postepeno formira antologija ili mini-enciklopedija. Kulinarstvo i ručni rad, vrtlarstvo i dizajn, umetnost i moda, numizmatika i mineralogija – tematika partvorka je vrlo raznovrsna, izdavači nastoje da što je više moguće obuhvate ono za šta su ljudi zainteresovani.

Izdanja izlaze sve dok se tema ne iscrpi, i mogu biti dopunjena DVD ili CD diskovima, predmetima za kolekciju, elementima modela i konstrukcija za postepeno sklapanje. Poslednja varijanta partvorka dobila je naziv *bild-ap* (build up – graditi, postepeno stvarati).

Nova era partvorka otpočela je 1959. godine, kada je italijanski izdavač De Agostini štampao geografski atlas *Milion (Il Milione)* u 312 uzastopnih brojeva časopisa. Danas izdavanje partvorka ima međunarodni karakter i svetske razmere: sadržaj jedne serije prevodi se na više jezika, prilagođava određenom regionu i prodaje u mnogo zemalja.

Kao varijanta lake literature, partvork predstavlja relativno novu pojavu na ruskom književnom tržištu. Ruski pionir *Drvo spoznaje*, koje dolazi od britanskog izdavača „Maršal Kavendiš“, pojavio se kod nas 2002. godine. Zatim je počeo projekt „Umet-



nička galerija“ već pomenute italijanske kompanije, pa je štafetu preuzeo naš „NG-Премьер“, i partvork je počeo da stiže kao s pokretne trake – *Čarobno klupko, Sobne biljke, Saznaj svoju sudbinu, Idemo na pecanje...*

Izdavač novina „Комсомольская правда“ ponudio je tržištu novu varijantu partvorka – knjige po brojevima – antologiju književnih klasika u istom formatu: *Veliki pesnici, Veliki pisci, Bajke: zlatna kolekcija za decu* i dr. Ko sakupi sve brojeve, hrbati knjiga daće mu zanimljiv ornament.

Izdavači partvorka bacaju kupcima tri udice s privlačnim mamcima: „lepota“ (dobra oprema, papir dobrog kvaliteta, ilustracije čuvenih ilustratora, hrbati knjiga sa ornamentima), „ekskluzivnost“ (na primer, izdavanje delâ koja kod nas još nisu bila objavljena), „ekonomičnost“ (prva knjiga iz kolekcije može se dobiti besplatno uz novine, a cena svake sledeće je za jedan red veličine niža od prosečne cene knjige u knjižari). Kupcu se čini da za malo novca može ispuniti čitav orman za knjige kvalitetnim, a ponekad i retkim izdanjima.

Osim toga, partvork pokazuje istu nameru vidljivosti i opredmećivanja knjige. U centru pažnje opet je stvar kao takva – bila to porcelanska lutka, strani novčić, posebno lep kamičak, model tenka, zbirka kuvarskih recepata ili atlas baštenskih biljaka. Prateći tekst ovde je poput priveska, bonus ili aksesoar, a u svakom slučaju nešto drugorazredno, dopunsko, neobavezno. Tako je u sovjetsko vreme onaj ko preda veliku količinu makulature uz deficitarnu knjigu dobijao nekakvu ideološku brošuricu ili grafomanski opus.

Sakupljanje partvorka pretvorilo se u popularni hobi, a za neke čak i u pravu maniju. Sâm proces čitanja ovde je daleko od toga da bude najvažniji, sa ogromnom razlikom u bodovima gubi od kolekcionarske strasti, a i od takmičarskog duha. A u skladu s tim, menjaju se i uloge: čitalac se pretvara ili u Šerloka Holmsa, ili u Indijanu Džonsa, a ponajviše u inspektora Kluzoa.

Partvork je vrlo efikasno sredstvo izvlačenja para od potrošača koji je već zasićen tradicionalnim knjigama, ali u njemu i dalje vlada nagon za posedovanjem. U tom smislu, partvork podseća na imitacije knjiga u lažnim bibliotekama (detaljnije o tome u gl. 4). Osim toga, to je dobro sredstvo da se lakovernom potrošaču podmetne roba za kojom ne vlada velika potražnja. Dovoljno je robu lepo dekorisati, napraviti kakvu-takvu „kon-

cepciju“ i uneti element avanturizma. Pritom, potrošač je i sam svestan da je razlika u vrednosti pravih kolekcionarskih dela i ovih tvorevina masovne produkcije otprilike ista kao i između Faberžeovih jaja i jaja kinder-surprajz. Ali bitno je da se pojavio novi objekat za kupovinu i nova mogućnost da se ukrasi stan.

Tako se *igra s predmetom*, koja leži u izdavanju partvoraka, pretvorila u igru s ljudskim slabostima. Istina je da su to male i nevine slabosti, ali ipak... Prvo se smejemo Jelici-Ljudožderici, koja je poželela da ima pozlaćenu cediljku za čaj, a na kraju trčimo do najbližeg kioska da vidimo da li je izišao novi broj *Zlatnog klupka*.

## *Knigla*

Ali postoji i originalniji način da se knjiga pretvori u dekorativni element enterijera – sebi na zadovoljstvo, gostima na divljenje. Knigle (od naziva kompanije koja ih izdaje) predstavljaju inovativni format knjige u vidu slike formata A2. Suvenirsko izdanje u formi plakata, koje su 2012. godine ponudili kijevski dizajneri Ana Bela i Dmitrij Kostirko, već je steklo i sinonim – *roman-poster*.

Knigla predstavlja crtež napravljen od čitavog teksta jednog dela, za čije je čitanje dodatno ponuđena lupa s trostruko uveličavajućim staklom. Potrošača treba neprestano nečim iznenađivati i zabavljati, i to što prefinjenije. Ovde primećujemo atrakciju sa uveličavajućim staklom kroz koje se čitaju reči i rečenice. I zabava, i „konceptija“: tvorci su obrazložili ideju knigle čestim preseljenjima i nemogućnošću da se stvori tradicionalna biblioteka – tako je nastala zamisao „knjige na jednom listu“.

Knigla se može posmatrati kao izoverbalni kompleks koji uključuje istovremeno tekst i njegovu ilustraciju, kombinuje svojstva štampanog izdanja i rukom napravljene knjige. A to je već nešto. Novinari su već sastavili slogan: „Knjiga je najbolji poklon, a KNIGLA je nešto još bolje.“ Povrh svega, može i da se čita...

Knigla – *to je igra na ograničenom prostoru* umesto bezgranične igre sa obimom u tradicionalnoj knjizi. U borbi između forme i sadržaja, ovde je pobedila forma. Ali to je i bila ideja.





Interesantno, šta li bi rekao Fjodor Mihajlovič Dostojevski o priči o Raskoljnikovu u vidu plakata! A možda bi i on posegao za lupom.

## Pop-ap knjiga

Pop-ap (engl. pop up – iskakivati, neočekivano se pojavljivati; u ruskojezičkim kontekstima) novi je naziv ranije takođe poznatog formata štampanog izdanja, čije ilustracije iskaču napred ili uvis i formiraju trodimenzionalni objekat kada se knjiga otvori. Engleski sinonim je pokretna knjiga (movable book); stariji ekvivalent – knjiga s metamorfozama; pojmovi koji se koriste paralelno: knjiga na rasklapanje, knjiga-panorama, knjiga-igračka, knjiga-pozorište, trodimenzionalna knjiga, knjiga sa stranicama koje se pomalaju. Ali najprivlačniji naziv – „živa knjiga“ – smislili su stručnjaci za marketing, pozivajući potrošača da uživa u prizorima izrastanja fantastičnih vrtova u čitavih gradova, u lepršanju bajkovitih ptica i letanju vernih kopija avionâ, preplitanju finih čipki i sklapanju složenih mehanizama... Poneki od njih su, rasklopljeni, mnogo veći od dimenzija same knjige.

...Tu mi se počelo pričinjavati da se uveče iz bele stranice pomalja nešto šareno. Zagledajući, škiljeći, shvatih da je to slika. Ali to nije bila obična, nego trodimenzionalna slika. Kao neka kutijica u kojoj gori svetlo i kreću se isti likovi koji su opisani u romanu.

Mihail Bulgakov, *Pozorišni roman*, 1936.



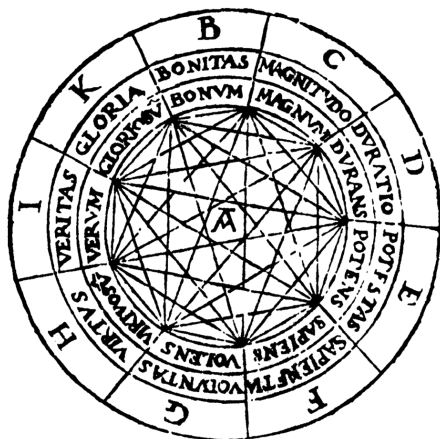
*Pop-up knjiga Dženi Mejzels London (2012)*

Najnovije tehnike pop-apa zasnovane su na *kirigamiju* – savremenoj japanskoj umetnosti pravljenja figura i razglednica od papira uz pomoć izrezivanja i lepljenja sastavnih delova. Pop-ap knjige se razlikuju po tome da li se otvaraju za 90 ili 180 stepeni i mogu sadržati trodimenzionalne stranice (3D-efekat), uključujući pomaljajuće, vrteće, samootvarajuće i skrivene (tajne) delove. Postoje i *knjige-tuneli* (tunnel books) sa izrezom po sredini, kroz koji se vide druge stranice, što stvara efekat višeplanskih prikaza.

Ovakvim knjigama više bi odgovarali pojmovi „pokretne“ i „interaktivne“, dok naziv „žive“ krije u sebi još jedno podmetanje: mehanika se predstavlja kao nešto organsko. A čak ni najsavršeniji robot ne može se meriti s biološkim stvorenjem.

Ali kreatorima ove knjige zaista se ne može osporiti majstorstvo, baš kao ni živo ljudsko učešće: projekti i modeli savremenih pop-ap knjiga stvaraju se pomoću kompjuterske tehnologije, ali se ovakve knjige i dalje sastavljaju ručno. Prethodno se delovi isecaju štamparskim mašinama. Projektovanjem se bavi stručnjak koji se zove dizajner trodimenzionalnih figura knjige ili inženjer papirnih konstrukcija (paper engineer).

Koliko je poznato, prvi kome je palo na pamet umetanje elemenata u knjigu bio je engleski istoričar i slikar iz XIII veka Metju Paris, koji je u knjigu zalepio sklopivu mapu hodočasničkog putovanja u Svetu zemlju. Po jednoj verziji, najstarija



R. Luli, *Velika i konačna umetnost (Ars magna et Ultima)*, figura 1.

sačuvana knjiga sa elementima umetnute mehanike je astrološki manuskript iz 1306. godine; po drugoj, to su „krugovi“ Rajmunda Lulija, španskog pesnika i bogoslova s razmeđe XIII i XIV veka: logički mehanizam sastavljen od pokretnih papirnih koncentričnih krugova u kojima su se nalazili religijski, filozofski, medicinski i drugi pojmovi.

Prvobitno su se umetnuti elementi uglavnom sretali u naučnim knjigama, ali 1765. godine engleski izdavač Robert Sejer objavljuje knjigu za decu *Harlekinijada* s trodimenzionalnim sličicama. Savremene pop-ap knjige takođe se štampaju pretežno u segmentu literature za decu. Ovde su one predstavljene mnoštvom domišljatih konstrukcija i pokretnih elemenata, za koje su takođe smišljeni specijalni nazivi.

**Slajder** – umetnuta ilustracija koja se može rasklapati i sklapati.

**Roler** – ugrađeni element s točkicom koji se okreće.

**Puler** – kartonski jezičak pomoću kojeg se sličice mogu pomerati i otkrivati novi prikazi na stranicama.

U edukativna i enciklopedijska izdanja umeću se predmeti „očigledne nastave“ i dodatna oprema, kao što je „drevni svitak“, gušče pero, uzorci zavoja egipatske mumije pa i kutijice za čuvanje mlečnih zuba.

Osim dečjih izdanja, takođe su popularne pop-ap razglednice i reklame na rasklapanje u skupim časopisima. Sve češće se prave pop-ap prezentacije arhitektonskih planova, reklamnih proizvoda, dizajnerskih projekata, izveštaja o radu. Tako se postepeno iz oblasti izdavaštva pop-ap premešta u oblast aktuelne umetnosti. Ovde već postoje slavne ličnosti kao što su Robert Sabuda (SAD), Benžamen Lakomb (Francuska), Vojceh Kubašta (Češka), Anton Radevski (Bugarska), Viktor Lukin (Rusija). Najboljima od najboljih Američka asocijacija trodimenzionalnih knjiga uručuje nagradu „Megendorfer“. Naime, nemačkom majstoru s kraja XIX i početka XX veka možemo biti zahvalni za pronalaženje specijalnih spojnica za ovakve knjige.

Pop-ap u krajnjoj liniji prestaje da bude knjiga i pretvara se ili u umetnički objekat ili u predmet za primenjenu upotrebu. Ne može se reći ni da je to dobro, niti da je loše – to je objektivna datost, ali i ona je logički ugrađena u savremeno doba, i ona odražava kulturne tendencije. Knigla „razvlači“ tekst po uslovnoj površini, pop-ap ga „izdiže“ u uslovnu trodimenzionalnu projekciju – u oba slučaja imamo primat forme nad sadržajem. Pretvarajući se u sliku u ramu ili u figuricu od papira, knjiga se opredmećuje i pretvara u stvar.

Sušтина rasklopive knjige je u tome što je ona igra s volumenom, ali bez dubine. Mehaničke manipulacije i tehničke smicalice stvaraju odličan efekat očiglednosti, predmetnosti. Ali dok su Lulijevi „krugovi“ predstavljali očiglednu demonstraciju modela misli, pokušaj novog načina prikazivanja znanja, najnovije prazne pop-ap figurice dokaz su samo majstorstva izrade i konstruktorske zamisli. Oduševljavajući se njima, potrošač zaboravlja da bi u knjigama trebalo da budu još i nekakvi tekstovi.

## *Vimelbuh*

Vimelbuh (nem. Wimmeln – rojiti se, gomilati se + Buch – knjiga) predstavlja izdanje za decu ali bez reči, s mnoštvom crteža i vizuelnih detalja. Ove popularne priče u slikama formata „tražim i nalazim“ stigle su nam iz Nemačke i već su u svakodnevnom govoru stekle sinonim – slikovnica. Za razliku

od stripova, svaka priča je smeštena na unutrašnjoj strani jednog sklopivog lista velikog formata.

Standardni vimelbuh se štampa na čvrstom visokokvalitetnom kartonu i ima u proseku od 7 do 10 rasklopa formata A2. Proizvode se i čvršća sklopiva izdanja koja se mogu nositi u šetnju ili na put. Spolja gledano, takva izdanja podsećaju na stone igre s kockom „baci i pomeri“ (roll and move). U njima često nema početka ni kraja, smisaonog centra i određene teme, što vimelbuhe čini jednom od varijanti hiperteksta. Mogu se čitati redom ili na preskok, a ponekad čak i ukруг.

Među savremenim tvorcima vimelbuha najpopularniji su Ana Sjuz (Nemačka), Rotraut Suzana Berner (Nemačka), Tom Šamp (Holandija), Aleksandra i Danijel Mizelinjski (Poljska). A izumutelijem vimelbuha smatra se nemački slikar Ali Mitguša ili, po drugoj verziji, ilustrator Hans Jirgen Pres. Ali i ovde je nova jedino ideja obraćanja deci, dok sama tehnika ne predstavlja ništa novo. Slike koje se sastoje od više delova pojavile su se još u XVI veku kod Hijeronima Boša i Pitera Brojgela Starijeg, a način prikaza u vimelbusima – konjička perspektiva – koristili su nemački graveri u XVII veku: svi likovi izgledaju položeni, bez obzira na mesto, kao da ih gledamo s konja.

Smatra se da su vimelbusi savršeni za porodičnu zabavu – mogu se gledati zajedno s decom i čitavim društvom. Takva izdanja zaista mogu biti od praktične koristi: pojačavaju pažnju i pamćenje, razvijaju prostorno i logičko mišljenje, stimulišu maštu i fantaziju, izgrađuju estetski ukus. Kako bi dečja mašta oživela crteže i da bi deca saosećala s likovima, neophodno je izuzetno umeće i profesionalno majstorstvo likovnog umetnika, potrebne su dobro osmišljene teme i razrađeni likovi. Vimelbusi koriste i odraslima – za ponovno ovladavanje govorom posle moždanih udara i trauma.

Međutim, mišljenje Rusa o vimelbusima je podeljeno: jedni su se odmah zaljubili u slikovnice i postali „vimelbuhomani“, a drugi na ovu vrstu knjige gledaju ravnodušno ili čak skeptično, smatrajući ih uzaludnim gubitkom vremena i novca. Cena zaista nije mala: jedan vimelbuh u proseku košta 600 rubalja. Oni dovitljiviji su se već snašli: sami skeniraju, rasklope i zatim ih štampaju na kolor-printeru.

Različite reakcije na vimelbuhe zanimljive su same po sebi – u njima se odražava razaranje tradicionalne kulture i nejin-

stvo savremenih ljudi. Danas je porodično čitanje nešto gotovo ekstravagantno i može se sresti u vrlo malom delu društva. Ko će danas čitati i razmatrati knjigu zajedno s detetom? Roditeljima je radno mesto postalo drugi dom, bebisiterke mrzi da to rade, a vršnjaci se ne druže osim, ponekad, na daljinu, zajednički igrajući kompjuterske igrice.

Po ideji sjajna *igra s prostorom*, vimelbuh je objedinio inovativne štamparske tehnologije i stari kolektivni princip druženja s knjigom. Da li će ovaj format knjige steći svoje mesto u ruskoj književnoj kulturi, postaće jasno tek za 10 do 15 godina.

## *Fastbuk*

Spisak izdavačkih novotarija nedavno je dopunjen pojmom fastbuk (fastbook – engl. dosl. brza knjiga) – tekst na aktuelnu publicističku temu manjeg obima (do 30.000 reči), isključivo u digitalnom formatu za specijalno razrađene dodatke za iPad, iPhone i druge mobilne platforme. Knjiga se piše i objavljuje za najkraće moguće vreme. Još jedan biblio „Hocus-Pocus“ od izdavača istog imena. Još jedno poigravanje s *brzinom*.

Ideja izdavača je da se fastbukom prevaziđe „tromost“ tradicionalnih žanrova i pritisak cenzurnih mehanizama, da se otvore nove, tematske, sadržajne, dizajnerske i multimedijalne mogućnosti za objavljivanje aktuelne informacije. Insajderske reportaže, novinarska istraživanja, operativna analitika, a kasnije možda i drugi, noviji i progresivniji žanrovi. U Rusiji je ovo pozajmljeni format, rusifikacija „singla“ – hibrida romana i reportaže, koji je ponudio internet-portal „Amazon“. Prvi ruski fastbuk bila je priča medijskog magnata Arama Gabreljanova (2012), a usledile su dokumentarna priča *I botaničari prave biznis*, knjiga o Olgi Romanovoj koja vodi Butirka-blog, priča Zahara Prilepina *Ljubav* itd.

I sada ćete reći da je ovo, konačno, nešto novo? Pa i nije baš. Još u XVIII veku francuski pisac Nikola Retif de la Breton, radeći na knjizi *Pariske noći*, obilazio je noćni Pariz, marljivo beležio sve zanimljivo što vidi, i već ujutru slagao tekst na štamparskoj mašini u nekom podrumu. Čak je sâm pravio papir od plakata, listova, delova novina koje je pokupio na ulici. Žureći

da obnaroduje tekst, pisao je u skraćenicama, gotovo da ga nije redigovao. Tako se pojavila prva knjiga-reportaža – a zar to nije bio prototip fastbuka?

U savremenom italijanskom slengu postoji izraz „knjiga sva-reno-pojedeno“, to jest knjiga objavljena „za priliku“, u vezi sa određenim događajem, koju će čitalačka publika brzo zaboraviti. U Rusiji nastoje da pridaju ovom formatu konceptualno nov sadržaj i odnos javnosti: za fastbuk nije rezervisana policica za lako štivo, već za uvaženi non-fikšn, a u budućnosti će se možda naći i na policama beletristike.

## *Flipbuk*

Flipbuk (engl. flip – okretati, listati + book – knjiga) predstavlja knjigu nevelikog formata s crtežima, ilustracijama, fotografijama, prilikom čijeg pregleda se stvara animacijski efekat – iluzija kretanja. Sinonimi i srodni pojmovi: pocket cinema (engl. dosl. „džepni bioskop“), moving picture (dosl. „pokretna slika“), folioskop (franc. folioscope), kineograf (kineograph), Abblätterbuch (nem. dosl. „knjiga za listanje“), Daumenkino (dosl. „digitalni bioskop“). Ruski ekvivalenti su animaciona knjiga i knjiga-listaljka.

Izdavači se i ovde hvale revolucionarnom inovativnošću, a zapravo je nov jedino naziv. Najstariji prototip flipbuka bio je zootrop koji je izumeo Tin Huan još u II veku pre n. e. – bubanj sa sličicama koji se vrteo i stvarao iluziju kretanja. Kasnije, već krajem XVIII veka, evropski slikar Filip Jakob Literburg Mladi

