

Istraživački pogledi nakladništva o nakladništvu

Nives TOMAŠEVIĆ
umirovljena profesorica
Odjela za informacijske znanosti
Sveučilište u Zadru
tomasevic.nives@gmail.com

SAŽETAK

Istraživački pogledi nakladništva o nakladništvu pregled je izabranog dijela hrvatskih publikacija koje se bave poviješću nakladništva i nakladničkih proizvoda okrenutih istraživanju nakladništva. Cilj rada istražiti je nakladničku produkciju od početka novog milenija do suvremenosti okrenutu temama nakladništva te analiziranju nakladništva kao jednog od dvanaest sektora kreativne industrije. U radu se izabrane bibliografske jedinice obrazlažu u svojem temeljnom konceptu te prinosima nakladništvu i informacijskoj znanosti. Riječ je o dvadeset i četiri naslova redom objavljena u uglednim nakladničkim kućama što navedenim naslovima jamči zamjetnu stručnu, znanstvenu i čitateljsku recepciju. Izborom i analizom izabranih naslova u radu se postavlja temelj bibliografske baze nakladničkih uknjiženih naslova o nakladništvu, a istraživačima nakladništva za nadogradnju uspostavljenog pregleda srodnim, budućim naslovima.

KLJUČNE RIJEČI: bibliografija, Republika Hrvatska, gospodarstvo, informacijske znanosti, kreativna industrija

Nakladnička djelatnost organizira proces objavljivanja djela te objedinjuje dimenziju financiranja i oblikovanja te distribuciju knjiga – od pripreme rukopisa do prodaje. Kao i svaka druga gospodarska grana, nakladništvo ima profit kao osnovni gospodarstveni cilj pri čemu investicijski prati tekst od pri-

preme rukopisa do prodaje. Specifičnost nakladništva jest određenje nakladništva ne samo kao proizvodne nego i kulturne kategorije koja je suodgovorna za kulturni identitet zemlje.

Nakladnička djelatnost jedna je od djelatnosti kreativne industrije, oslonjena je na projektnu aktivnost, autorskoga je karaktera i proizvodi su joj zaštićeni autorskim pravima. Nakladnički proizvodi višedimenzijских su karakteristika jer izravno potiču obrazovnu i čitalačku razinu društva te kulturne i kreativne aktivnosti svih dvanaest sektora kreativne industrije. Nakladničkim strategijama usmjeravaju se učinci nakladničkih proizvoda te se (ne)izravno prelijevaju na obrazovanje i kulturu. Pri tome se na temelju nakladničkih strategija određuju i nakladničke taktike kojima se oblikuju nakladnički proizvodi, biblioteke te izgrađuju čitateljske niše. Nakladništvo sa svojom produkcijom istodobno konzervira postojeće kulturne vrijednosti, ali ih i dograđuje, odnosno nakladništvo kao djelatnost izravno utječe na oba navedena segmenta kulture kao resursa. Nakladnička djelatnost bavi se kulturnim, duhovnim dobrima jer joj je i zadaća stvaranje, uređivanje, oblikovanje i distribucija sadržaja poput informacija, znanja, ideja i diskursa; nakladništvo je i informacijska djelatnost te pokretač novih tehnologija. Razvoj novih tehnologija te povezanost nakladništva i obrazovnog sustava pokazuje da nakladničko iskustvo ima važnu i nezamjenjivu ulogu u razvoju digitalne pismenosti. U razvijenim društvima čije se gospodarstvo temelji na znanju, nakladništvo postaje nezamjenjivim, jer upravo ono omogućuje pristup informacijama, njihovu razmjenu, distribuciju.

Osim nakladništva, unutar kreativne industrije važnu ulogu ima i knjiga – proizvod nakladničke djelatnosti čiji se sadržaj idejno prelijeva na sve sektore kreativne industrije. Knjiga se s druge strane širokoj čitateljskoj javnosti predstavlja poput većine proizvoda s naglaskom na pronalaženju atraktivnog mjesta u tržišnoj niši kako bi se razumljivo i učinkovito predstavila potencijalnom čitatelju. Pritom knjiga, upravo kao i nakladništvo, ima dvojaku funkciju kulturnog i gospodarstvenog dobra. Nakladničke strategije stoga primjenjuju složeni pristup oblikovanju knjiga pomirujući lokalnu i globalnu kulturu i združujući ih oko činjenice knjige kao osnovnog sredstva njegovanja jezičnog kapitala određenoga kulturnog identiteta, a time i kulturne raznolikosti na globalnoj razini.

Danas je zanimanje stručnih i znanstvenih krugova za nakladničku djelatnost poraslo, iako se nakladništvo kao mlada znanstvena disciplina tek sra-

mežljivo uvodi na Sveučilišta u Hrvatskoj. Zahvaljujući prof. Srećku Jelušiću kasnih osamdesetih godina prošlog stoljeća predmeti nakladništva uvedeni su na Filozofskom fakultetu Sveučilišta J. J. Strossmayera u Osijeku. Od 2015. godine na istom fakultetu izvodi se Diplomski studij nakladništva. Na Sveučilištu u Zadru na Odjelu za informacijske znanosti proteklih se desetak godina izvodila nastava predmeta nakladništva na studijskim razinama te na doktorskom studiju *Društvo znanja i prijenos informacija* kroz modul nakladništva na kojemu je obranjeno nekoliko doktorskih disertacija nakladničke tematike. U Zagrebu na Filozofskom fakultetu postoji Katedra za nakladništvo na Odjelu za informacijske znanosti. Takvi obrazovni pomaci pridonijeli su činjenici da je broj monografskih i periodičkih publikacija s nakladništvom u sustavnom rastu te se „nakladnička djelatnost“ kritički brusi i usklađuje sa suvremenim trendovima nakladničkog poslovanja.

Među brojnim tekstovima o nakladništvu izdvajaju se *Ogledi o nakladništvu* Srećka Jelušića (2012), *O nakladništvu iznutra* Gilesa Clarka i Angusa Philipasa (2017), *Uvod u nakladništvo* Zorana Velagića (2020), *Knjiga, tranzicija, iluzija* Mihe Kovača i Nives Tomašević (2009), *Nevidljivo nakladništvo* Nives Tomašević i Jasne Horvat (2012), *Elektronička knjiga* Danijele Živković (2002), *Elektroničko nakladništvo?* Zorana Velagića, Tomislava Jakopeca, Franje Pehara i Josipe Selthofer (2017), *Metafora knjige* Ivone Despot (2022), *Nevidljiva tipografija* Frane Pare (2012), *Hrvatskoglagoljski brevijari na razmeđu rukopisne tiskane tradicije* Marijane Tomić (2014), *Kreativna industrija i nakladništvo* Nives Tomašević (2015), *Časopisi i znanstvena komunikacija* Ivane Hebrang Grgić (2016), *Knjižara Morpurgo u Splitu (1860. – 1947.) i razvoj kulture čitanja* Nade Topić (2017), *Tragovi u vremenu* Rosie Kugli (2021), *Vošicki* Marka Gregura (2020), *Kratka povijest knjižnica i nakladnika s kodovima i aplikacijom* Ivane Hebrang Grgić (2017), *Nakladnici na društvenim mrežama* Petre Ljevak (2020), *Knjiga i nakladništvo u odnosima s javnošću* Mire Radalja (2016), *Moć marketinga u knjižnom nakladništvu* Leonarda Blaževića (2016), *Biblioteka Vjeverica i urednički rad* Grigora Viteza u dječjem nakladništvu Ivane Božović (2021), *Stvaranje čitatelja: beletristički nakladnički nizovi u Hrvatskoj (1968. – 1991.)* Nenada Rizvanovića (2020) te *Nakladništvo 2019.* Josipe Mijoč i Jasne Horvat (2020). Dodajmo još i *Grafički dizajn tiskarskog i digitalnog proizvoda* (2022) Josipe Selthofer te studiju Ivane Hebrang Grgić i Ane Barbarić *Ni s kućom ni bez kuće – nakladnička djelatnost Hrvata u Novome*

Zelandu (2021) te prijevod i dopunjeno izdanje (2023) knjige pod naslovom *Their faraway home* na engleskom jeziku.

Navedeni izbor rezultat je pretraživanja knjižničnih kataloga po ključnim riječima *nakladništvo, uredništvo, čitatelj, kreativna industrija, knjiga, nakladnički proizvod*, a obuhvatilo je recenzirane monografije objavljene u Republici Hrvatskoj u razdoblju od 2012. do 2022. godine. Drugi važan kriterij pri izboru analiziranih monografija povezan je s autorstvom monografija jer većinu potpisuju bivši studenti i/ili profesori hrvatskih sveučilišta čime izabrane monografije daju primjer poslijediplomskih i drugih znanstvenih/stručnih istraživanja nakladništva.

Cilj takvog izbora osvijetliti je nakladništvo s različitih točaka te ostvarenim prinosom ponuditi podlogu budućim istraživanjima nakladništva za unapređenje nakladničke struke.

Knjiga **Ogledi o nakladništvu** (2012) Srećka Jelušića i sustavno i konzistentno razlaže problematiku nakladništva, nalazeći teorijska uporišta u suvremenoj literaturi na stranim jezicima i dajući pri tome primjere iz hrvatskog nakladništva, čime teorijski pristup kvalitetno prožima konkretnim praktičnim iskustvima. Time spaja dvije odrednice nakladništva, predstavljajući ga kao akademsku disciplinu i kao praktičnu djelatnost. Knjiga Srećka Jelušića pionirski je, ali istodobno vrlo ozbiljan korak k otvaranju rasprave o položaju i konkurentnosti hrvatskog nakladništva, ali i u izgradnji teorijskih i metodoloških pretpostavki za istraživanje i razumijevanje nakladničke djelatnosti koja čini temelj svakog društva. Djelo je iznimno važno za hrvatsko društvo u cjelini, posebice stoga što razvija svijest o nužnosti pluralnosti nakladničkih proizvoda u suvremenim demokratskim društvima, jer nakladništvo ne promatra kao puku proizvodnju i recepciju tiskovina, nego kao rafiniranu djelatnost stvaranja, stjecanja, uređivanja i diseminacije informacija i općenito tekstnih diskursa, i naposljetku stoga što sličnih djela napisanih hrvatskim jezikom nema. Autor tematski i kritički predstavlja najvažnije i najzastupljenije trendove u suvremenom promišljanju o nakladništvu, uvijek polazeći od temeljne pretpostavke da je nakladništvo složena djelatnost stvaranja, stjecanja, uređivanja i protoka pisanih informacijskih i estetskih diskursa. Posebna pozornost posvećena je problematici odnosa kulturnog i ekonomskog aspekta nakladništva, propitivanju konteksta u kojemu se nakladništvo kao djelatnost odvija te problematici nakladničkih platformi koju je apostrofiralo prvo na-

kladništvo na digitalnim medijima, a zatim i *web*-nakladništvo.

Dodatnu vrijednost knjige čini tipologija stručnih djelatnika u nakladništvu i nakladničkih proizvoda kao uspješan pokušaj usustavljanja goleme lepeze suvremenih nakladničkih proizvoda te izgradnja hrvatske stručne terminologije koja je, slijedom nedostatka objavljivanja znanstvenih i stručnih radova s područja, desetljećima bila zapuštena.

Knjiga Gilesa Clarka i Angusa Philipisa (2017), **O nakladništvu iznutra**, izvorno objavljena 1988. kao priručnik za mlade pridošlice u nakladništvo i knjižarstvo, prerasla je kroz brojna izdanja na engleskom jeziku i brojne prijevode u globalni nakladnički udžbenik. Danas se njime koriste studenti koji se iz zemalja diljem svijeta slijevaju u *Oksfordski međunarodni centar za nakladničke studije*, u prijevodu na njemački profesionalci na jednom od najdugovječnijih tržišta, na kineski oni na jednom od najbrže rastućih tržišta, a litavska ili hrvatska izdanja, primjerice, nakladnici na malim europskim tržištima sputanim jezičnim i raznovrsnim drugim barijerama. Knjiga je temeljna literatura za studente nakladništva, za sve one koje zanima nakladnička karijera, za one koji su se tek nedavno počeli baviti nakladničkim poslom, kao i za sve one koji žele biti bolje upućeni u svijet nakladništva.

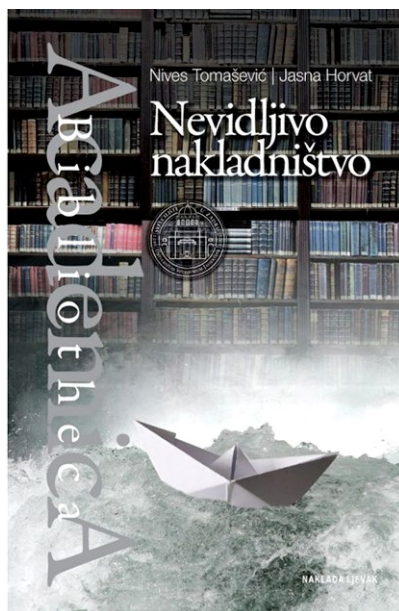
Hrvatski prijevod knjige rezultat je suradnje Hrvatske sveučilišne naklade i Diplomskih studija nakladništva i anglistike (prevoditeljskog smjera) koji se izvode na Filozofskom fakultetu u Osijeku. Učeci o nakladništvu i stručnom prevođenju, studenti su uz kontinuirano mentorstvo učili i o procesima stjecanja i uređivanja rukopisa te oblikovanja i objavljivanja publikacije, a većinu su tih procesa odradili samostalno.

Uvod u nakladništvo Zorana Velagića (2020. dopunjeno i prerađeno izdanje), nakladnička je početnica s informacijama o osnovama nakladničke djelatnosti, definiranjima nakladničke djelatnosti, razvoju nakladništva i položaju nakladničke djelatnosti unutar kreativne industrije. Knjiga je nastala kao rezultat sedmogodišnjeg korištenja prvog izdanja u nastavi i, kako sam autor kaže u Predgovoru, nastala je i zbog svojevrsne eksplozije nakladničke literature, temeljni je udžbenik za studente nakladništva. Autor tematski i kritički predstavlja najvažnije i najzastupljenije trendove u suvremenom nakladništvu, uvijek polazeći od temeljnog načela da je nakladništvo složena djelatnost, djelatnost stvaranja, stjecanja, uređivanja i protoka pisanih informacijskih i estetskih diskursa. Udžbenik donosi i osvrt na razvoj modernoga

globalnog nakladništva, ističući probleme konglomeracije i nove mogućnosti sadržajne konvergencije. Knjiga je dopunjena i poglavljima o zaštiti autorskih prava, korporativne odgovornosti nakladništva, prilagodbe nakladničkog poslovanja u digitalno doba. Dodatnu vrijednost knjige donosi i Pojmovnik – izgradnja hrvatske stručne terminologije, koja je zbog nedostatka objavljivanja znanstvenih i stručnih radova s područja bila zapuštena, te popis literature o nakladništvu.

Knjiga Mihe Kovača i Nives Tomašević **Knjiga, tranzicija, iluzija** (2009) na odabranim primjerima iz hrvatskoga i slovenskog izdavaštva analizira poziciju autora i funkcije urednika u doba tranzicije, nakladničku politiku i zakonsku regulativu u nacionalnom i u europskom zakonodavstvu (autorska prava, porezna politika) te utjecaj globalnog tržišta na nacionalna tiskarstva. Autori se bave suvremenim kulturnim fenomenima nakladništva, iznimno bitnim za razvoj kreativne industrije. Zbog svoje interdisciplinarnosti knjiga je namijenjena s jedne strane „praktičarima“ – izdavačima i tiskarima, a s druge znanstvenoj zajednici koja se bavi preoblikama kulturnih fenomena – sociolozima, kulturolozima, ekonomistima, književnim znanstvenicima.

Nevidljivo nakladništvo (2012) autorica Jasne Horvat i Nives Tomašević priručnik je namijenjen studentima nakladništva i komunikologije, teoretičarima društvenih promjena kao i širem čitateljskom krugu zainteresiranom za nakladništvo i njegovu mnogostrukost uloga. Istraživanjem nakladništva autorice imaju cilj nakladništvo učiniti „vidljivim“ te potaknuti raspravu o nakladničkim ulogama. „Nevidljivost“ nakladništva istaknuta u naslovu ključ je za razumijevanje osnovne ideje knjige i cjeline istraživačkog predmeta s naglaskom na skrivenoj moći nakladništva u proizvodnji i promicanju kulturnog identiteta. Polazeći od suvremenih pojmova postmaterijalizma, kreativne ekonomije i kulturnog identiteta, autorice pružaju nov pogled na nakladništvo kao dio kreativne industrije. U knjizi su dane brojne definicije kulture, kreativne ekonomije, industrije dokolice, književnog nagrađivanja, resursa knjige, dokumentarizma prisutnog u književnoj produkciji i postmaterijalizma. Autorice pokazuju na vlastitim primjerima nakladničke proizvodnje mogućnosti spajanja književnosti i turizma, nakladništva i drugih segmenata industrije dokolice. Posebno zanimljivo poglavlje *Glagoljički kulturni kontekst* upućuje na komercijalne mogućnosti glagoljice kao baštinskog pisma.



SLIKA 1. *Nevidljivo nakladništvo*

Elektronička knjiga (2002) Danijele Živković progovara o suvremenoj pojavi koja je pred mnoge struke postavila brojne izazove. Autorica u ovoj važnoj knjizi prije svega propituje i postavlja definiciju elektroničke knjige. Potom upućuje na promjene i nužnosti uspostave suradnje drukčije nego što je ona bila u „slučaju“ „klasične“ knjige, između nakladnika, knjižara, pravnika, informatičara i knjižničara. Autorica daje i pregled pojave elektroničke knjige u svijetu i u Hrvatskoj.

Elektroničko nakladništvo? Zorana Velagića, Tomislava Jakopeca, Franje Pehara i Josipe Selthofer (2017) znanstvena je monografija koja tematizira različite aspekte istoimenoga nakladničkog fenomena. Rezultat je višegodišnjega kontinuiranog praćenja promjena u suvremenom nakladništvu, analiziranja i komparacije literature i praktičnih istraživanja nakladničkog tržišta. Podijeljena je u pet tematskih cjelina. Prva se bavi razvojnim i društvenim kontekstom elektroničkog nakladništva, prikazuje njegov povijesni razvoj i kritički propituje dominantne pretpostavke o ulozi elektroničkih publikacija na globalnom tržištu. Druga cjelina prikazuje i analizira tehnološke razvojne preduvjete e-nakladništva, posebice razvoj formata zapisa elektroničkih knjiga, razvoj čitača elektroničkih knjiga i razvoj računarstva u oblaku i platformi

za objavljivanje elektroničkih knjiga. Treća, četvrta i peta cjelina praktično su usmjerene i tematiziraju nakladništvo elektroničkih knjiga, elektroničkih časopisa i naposljetku izazove vizualnog oblikovanja publikacija u mrežnom okružju.

Metafora knjige Ivone Despot (2022) knjiga je koja donosi nove teorijske spoznaje o nakladničkim tehnologijama i suvremenim nakladničkim procesima koji se oslanjaju na digitalne tehnologije. Knjiga identificira nove tehnologije koje imaju važnu ulogu u razvoju novih poslovnih modela u nakladništvu te u razvoju novih oblika knjige. Nove su tehnologije prepoznate kao poticaj suradnje nakladništva s drugim sektorima kreativnih industrija.

Metafora knjige Ivone Despot svojim je tematskim određenjem nezaobilazno gradivo istraživačima društvenih pojava iz polja informacijskih znanosti. Znanstvena relevantnost knjige *Metafora knjige* ostvaruje se analizom integracija digitalne tehnologije i oblikovnih postupaka u nakladnički sadržaj, a stručni prinosi ogledaju se u jasnim smjernicama, brojnim primjerima i prikazanim prijeporima

Nevidljiva tipografija, čiji je autor Frane Paro (2012), knjiga je koja na 330 stranica, s više od 600 ilustracija, u 22 poglavlja te sažetkom na engleskom jeziku, indeksom imena i literaturom, sadrži i kolekciju od 76 tiskarskih znakova tipa *orbis terrarium* sa središnjom temom prvoga tiskarskog znaka na tlu Hrvatske autora Blaža Baromića. Hrvatsku glagoljsku baštinu stavlja uz bok ostvarenjima pionira tiskarstva renesanse, sa središnjom temom: prvi tiskarski znak na tlu Hrvatske i njegov autor Blaž Baromić, utemeljitelj prve hrvatske tiskare. *Nevidljiva tipografija*, kao dio multidisciplinarnog projekta istraživanja hrvatske glagoljske tiskarske baštine – ujedno i prvoga sveobuhvatnog kulturnoznanstvenog projekta od nacionalnog značenja u području glagoljskog tiskarstva – uspjela je realizirati osnovni cilj: naglasiti i vrednovati sudioništvo Hrvata u stvaranju temelja svjetske povijesti tiskarstva, i to konkretnim knjižnim i tipografskim rezultatima trajne vrijednosti, u prilog identitetu hrvatske kulture.

Hrvatskoglagoljski brevijari na razmeđu rukopisne i tiskane tradicije Marijane Tomić (2014) knjiga je u kojoj autorica usmjeruje pozornost na tehnološku revoluciju izazvanu izumom tiska, koja je u 15. i 16. stoljeću dovela do susreta između rukopisa i inkunabula – rukopisnih i ručno izrađenih knjiga. U knjizi se prikazuje i povijesni okvir hrvatskoglagoljske kulture u doba

razmeđa između rukopisne i tiskane baštine, a posebno se osvrće na Blaža Baromića i senjsku tiskaru te analizira četiri hrvatska glagoljska brevijara. Spajajući svoju temeljnu knjižničarsku struku s poviješću knjige, paleografijom i suvremenim računalnim metodama, autorica je napisala odličan udžbenik namijenjen onima koje zanima hrvatska glagoljska baština, moć tehnologije i povijest pisane riječi.

Kreativna industrija i nakladništvo (2015) Nives Tomašević povezuje fenomen kulturne industrije sa svojim užim praktičnim i znanstvenim područjem, nakladništvom, i tako otvara novo problemsko polje bitno za nacionalnu kulturu u doba globalizacije. Autorica postavlja tezu o nakladništvu kao dijelu kreativne industrije te se bavi književnim tekstom kao kulturnim dobrom i nakladništvom kao djelatnošću koja istodobno radi po tržišnim načelima, ali i sudjeluje u stvaranju, održavanju i dogradnji nacionalnog identiteta. Svoju tezu o potrebi i postojanju kreativne industrije u nakladništvu autorica ilustrira inovacijama u hrvatskoj nakladničkoj i kulturnoj praksi 21. stoljeća, od mrežnih stranica nakladnika, e-knjige do svjetskih festivala knjige u organizaciji nakladnika i kreativnih riznica širokog profila.

Časopisi i znanstvena komunikacija Ivane Hebrang Grgić (2016) sveučilišni je udžbenik koji prati problematiku znanstvenog časopisa od njegove pojave u 17. stoljeću do današnjih oblika u elektroničkom okruženju. Autorica se bavi ulogom časopisa u procesu znanstvene komunikacije, znanstvenicima kao odašiljačima i korisnicima znanstvenih informacija, vrijednosnom piramidom časopisa, problemima komercijalizacije časopisa i pojavom elektroničke dostupnosti. Posebna poglavlja knjige posvećena su urednicima i njihovim funkcijama, citatnim sustavima i stilovima, troškovima i krizi do koje dolazi potkraj 80-ih godina 20. stoljeća zbog liberalizacije ekonomije, ali i renesanse znanstvenih časopisa s novom virtualnom dostupnošću.

Knjižara Morpurgo u Splitu (1860. – 1947.) i razvoj kulture čitanja (2017) Nade Topić istražuje doprinos splitske knjižare Morpurgo stvaranju i razvoju kulturnog života u Splitu i Dalmaciji. Knjižara Morpurgo djelovala je u Splitu u razdoblju od 87 godina (od 1860. do 1947.), a do godine 1943. u vlasništvu obitelji Morpurgo. Knjižara je za svojeg djelovanja razvila sve knjižarske djelatnosti (mrežu dobavljača, široku i planiranu ponudu, marketing, komunikaciju s kupcima, kontakte s europskim tržištem knjiga), okupila oko sebe krug splitskih intelektualaca i od svojeg osnivanja bila otvorena za

napredne ideje koje su dolazile s europskog zapada. Osnivač knjižare, Vid Morpurgo, koji je knjižaru vodio 50 godina, nakon čega su je preuzeli članovi njegove obitelji, bio je istaknuti splitski knjižar i izdavač, ali i bibliograf i inicijator otvaranja posudbene knjižnice, promicatelj kulture, znanosti i čitanja, uz to i vrlo aktivno politički angažiran. Unatoč svojoj važnosti, Knjižara Morpurgo do sad je bila istražena tek fragmentarno, a zamjetan je i općenit nedostatak temeljitih istraživanja knjižara i knjižarske djelatnosti u Hrvatskoj u razdoblju 19. i prve polovine 20. stoljeća, te upravo tu prazninu uspješno popunjava ova knjiga. Autorica je istražila brojnu arhivsku građu povezanu s obitelji Morpurgo, cjelovito poslovanje Knjižare Morpurgo, ali i utjecaj povijesnih prilika na poslovanje te utjecaj koji je imala na onodoban društveni život Splita i Dalmacije, pa i ukupan hrvatski kulturni prostor.



SLIKA 2. *Knjižara Morpurgo u Splitu (1860. – 1947.) i razvoj kulture čitanja*

Tragovi u vremenu Rosie Kugli (2021), iako roman, donosi obilje arhivskih podataka o povijesti kulture zagrebačke knjižare Kugli. Knjižara Kugli bila je sinonim za kulturna događanja s kraja 19. stoljeća i 20. stoljeća, okupljala je pisce, nakladnike i novinare te utabala put nakladničkoj kući Mladost, jednoj od najvažnijih nakladničkih kuća u bivšoj Jugoslaviji. Svatko tko se bavi

hrvatskom književnošću druge polovine 19. i prve polovine 20. stoljeća složit će se da je knjižara Kugli bila od velike važnosti ne samo za hrvatsko nakladništvo i knjižarstvo, već i za samu povijest promicanja Hrvatske u svijetu. Roman kronološki prati Stjepana Kuglija koji je kao tipičan predstavnik agilne mladeži željne napretka došao u Zagreb, grad koji smatra domom i mjestom u kojem će posijati sjeme najboljih knjižarskih ideja o kojima je učio. Preuzima kultnu knjižaru Lavoslava Hartmana (Kugli & Deutsch) i upušta se u (za ono vrijeme) iznimno riskantne i hrabre poslovne poteze koji su trebali oplemeniti domaću čitateljsku publiku. Na tom mu putu pomaže supruga Josipa s kojom odgaja tri vrijedna sina, buduće uzdanice njihove nakladničke kuće. *Tragovi u vremenu* dosljedno prate mogući tijek misli književnog genijalca koji je Zagreb učinio središtem knjižarstva ovih prostora. Međutim, prati i vrijeme rata i društvene metamorfoze koja se pokazala kao najveći kamen spoticanja.

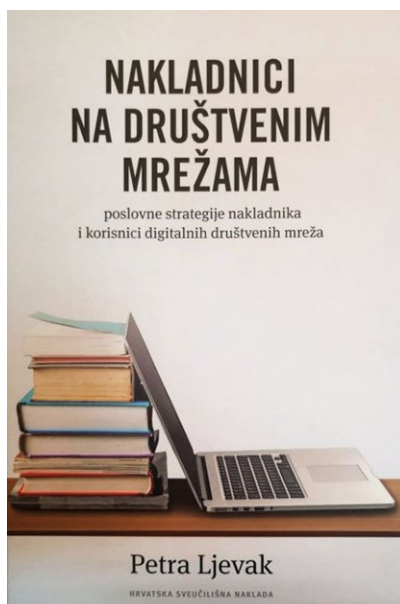
Vošicki Marka Gregura (2020) romansirana je biografija češkog doseljenika u Koprivnicu u kojoj je od 1909. pa sve do smrti 1957. godine djelovao kao izdavač-entuzijast, idealist, svojevrsni vjernik knjige te komercijalni tiskar. Zapamćen je po objavljivanju avanturističkih romana Karla Maya, ali i djela Augusta Cesarca i Miroslava Krležu u razdoblju kada su mu takvi potezi mogli samo naškoditi u političkoj atmosferi 30-ih i 40-ih godina 20. stoljeća. U pozadini priče „o pravom čovjeku u krivim vremenima, o dvama svjetskim ratovima i nebrojenim političkim prevratima“ izranja slika Koprivnice s galerijom likova fiktivnih i stvarnih povijesnih osoba koje su obilježile spomenuti prostor i vrijeme.

Kratka povijest knjižnica i nakladnika s kodovima i aplikacijom Ivane Hebrang Grgić (2017) izvrstan je povijesni pregled napisan u dobroj tradiciji hrvatske, kao i inozemne kulturne povijesti poput npr. Aleksandra Stipčevića ili Martyna Lyonsa. Takva kulturna praksa ciljano, kronološko-problemski pokazuje i analizira te opisuje glavne razvojne smjernice određenih razdoblja i pojave dugog trajanja karakteristične za povijest kulture i društva. Knjizi su dodani QR kodovi, koji čitatelje povezuju s digitaliziranim izvorima, omogućuju detaljnije istraživanje i na svojevrsan način obogaćuju čitateljsko iskustvo. Izazov čitateljima jest i aplikacija koja kroz kviz omogućuje ponavljanje i svladavanje sadržaja.

Knjiga **Nakladnici na društvenim mrežama** Petre Ljevak (2020) polazi od teorijskih pretpostavki u pojašnjavanju fenomena komuniciranja s društve-

nim čitateljima i u provođenju istraživanja čitateljskih karakteristika. Knjiga se vodi promišljanjem o novim nakladničkim poslovnim strategijama temeljenim na poznavanju izabranih segmenata čitateljske populacije orijentirane novim komunikacijskim medijima (digitalnim društvenim mrežama) kao važnoj odlici informacijskog doba. Nakladništvo je dio kreativne industrije i umreženog društva, pa se kao takvo nalazi pred izazovima digitalizacije i novih tehnologija u gotovo svakom segmentu poslovanja, a posebno komunikacije. S obzirom na društvenu ulogu nakladnika, komunikacija s javnosti za nakladnike je ujedno i poslovna potreba i društvena obveza: nakladnik ima svojevrstu dužnost iskoristiti sve dostupne kanale komuniciranja. Nove digitalne tehnologije omogućavaju nakladnicima bržu, prostorno neograničenu digitalnu komunikaciju i širenje informacija o knjizi. Digitalne društvene mreže među najutjecajnijim su pojavama novog doba te predstavljaju sociološki, kulturni i poslovni fenomen.

Osim utjecaja na nakladničku komunikaciju, one utječu i na ponašanja i preferencije čitatelja koji se kao korisnici digitalnih društvenih mreža razlikuju od korisnika drugih medija. Novi društveni čitatelj umrežen je, zasićen



SLIKA 3. *Nakladnici na društvenim mrežama*

tradicionalnim medijima, više vjeruje preporuci na mrežama nego novinama, aktivan je i kritičan te može prosljeđivati informacije svojom mrežom. Uzimajući u obzir društvenog čitatelja s jedne strane te specifičnost komuniciranja na digitalnim društvenim mrežama s druge, za nakladnike izazov postaje ne samo proizvodnja i prodaja knjiga nego i cijeli spektar drugih fenomena, poput izgradnje simboličke vrijednosti nakladnika.

Knjiga i nakladništvo u odnosima s javnošću (2016) Mire Radalja bavi se razumijevanjem važnosti odnosa s javnošću u suvremenome knjižskom nakladništvu. Tema postaje sve važnija u progresivno izmijenjenim nakladničkim kontekstima, obilježenim većom potrebom za novim znanjima i vještinama, većim brojem potencijalnih medija i oblika za isporuku nakladničkih sadržaja. Svi se konteksti nakladničkog poslovanja mijenjaju (pravni, intelektualni, kulturološki, tehnološki) te je nakladnicima iznimno teško pratiti i analizirati uvijek nova poslovna okružja kako bi donosili pravovremene i ispravne poslovne odluke.

Iako je knjiga Mire Radalja nastala na temelju dugogodišnjeg istraživanja te praktičnog rada u nakladništvu, dobro će doći studentima, ali i praktičarima u nakladništvu, jer oni, sudeći po Radaljevim istraživanjima, nedovoljno rabe komunikacijske alate kao iznimnu pomoć „plasiranju“ knjige na tržište i u javnosti.

Moć marketinga u knjižnom nakladništvu Leonarda Blaževića (2016) pionirski je rad u kojem je prvi put predstavljen detaljan i iscrpan prikaz stanja u hrvatskome knjižnom nakladništvu. Knjiga daje potpuno nov, kritički i znanstveno utemeljen i relevantan te na hrvatskom tržištu primjenjiv model upravljanja marketingom kao ključnim čimbenikom održivosti i razvoja nakladništva bez obzira na to je li riječ o kulturno važnim, trajnim, znanstvenim, stručnim ili efemernim komercijalnim naslovima. Knjiga Leonarda Blaževića sustavno i objektivno upućuje na slabe točke nakladničke struke u Hrvatskoj, posebno na planu promicanja knjige. Svojim modelom promicanja knjige, kao temeljnoga nakladničkog proizvoda, autor je obuhvatio sve faze nakladničkog poslovanja, te je na taj način dao sveobuhvatnu matricu s pomoću koje se mogu postići zadovoljavajući kulturološki i tržišni rezultati djelovanja nakladnika.

Biblioteka Vjeverica i urednički rad Grigora Viteza u dječjem nakladništvu Ivane Božović (2021) knjiga je o kulturnoj Biblioteci Vjeverica. O književnom radu Grigora Viteza napisan je veći broj studija, dok je njegova struč-

na i osobito urednička djelatnost ostala zanemarena. Autorica u ovoj knjizi analizira dvanaest nakladničkih nizova kojima je Vitez bio urednik te posebno Biblioteku Vjeverica, koja je od 1957. do 1966. godine postala središnjim medijem dječje književnosti i književnosti za mladež na hrvatskoj književno-kulturnoj sceni, ali i na ostalom prostoru bivše Jugoslavije. Autorica prati i razvoj Vjeverice nakon Vitezove smrti, u razdoblju kada su joj urednice bile Ana Kulušić i Vera Barić, dakle sve do njezina gašenja, 1998. godine.

Stvaranje čitatelja: beletristički nakladnički nizovi u Hrvatskoj (1968. – 1991.) Nenada Rizvanovića (2020) temeljita je studija recepcije književnosti koja koncept čitateljskog doživljaja tretira u odnosu na fenomenološki, hermeneutički i estetski pojam književnog dijela, ali u odnosu na knjigu kao medij koji nastaje i biva oblikovan okvirima nakladničke prakse, uzimajući za primjer beletrističke književne nizove u hrvatskoj između 1968. i 1991.

Nakladništvo 2019. istraživačka je studija Josipe Mijoč i Jasne Horvat (2020) kojom autorice uspostavljaju metodološki okvir za sustavna, redovita istraživanja nakladništva u Republici Hrvatskoj. Metodologija opisana u istraživačkoj studiji primijenjena je i testirana u kvalitativnoj i kvantitativnoj analizi prikupljenih stajališta djelatnika zaposlenih u nakladništvu Republike Hrvatske. Riječ je o metodologiji koja je razvijena tijekom triju akademskih godina, u okviru znanstveno-istraživačkog projekta *Ekonomski temelji hrvatske književnosti* koji je financirala i odobrila Hrvatska zaklada za znanost (IP-2016-06-2613).

Strukturirani upitnik primijenjen je pri prikupljanju podataka tijekom prve polovine 2019. godine. Stajališta djelatnika zaposlenih u nakladništvu Republike Hrvatske prikupljena su uz programsku podršku *SurveyGizmo*. Ciljne skupine istraživanja članovi su osam strukovnih udruga te ostali dionici nakladničkog sektora.

Istraživačka studija *Nakladništvo 2109*. ponudila je metodološku podlogu za sustavno provođenje istraživanja stajališta djelatnika u nakladništvu Republike Hrvatske. Autorice su predložile izgradnju *Digitalne burze neobjavljenih nakladničkih sadržaja* kojom bi se unaprijedila unutarsektorska suradnja autora i nakladnika. Studija je objavljena u otvorenom pristupu te je dostupna na uvid istraživačima nakladništva (dostupno na: <https://www.andizet.hr/nakladnistvo-2019/>).

Knjiga **Ni s kućom ni bez kuće** Ivane Hebrang Grgić i Ane Barbarić (2021)

donosi sustavan prikaz nakladničke djelatnosti Hrvata u Novom Zelandu koji se temelji na pomnim istraživanjima i na temelju kojega se rekonstruira niz društvenih aktivnosti novozelandskih Hrvata. Boraveći u toj dalekoj zemlji, autorice pronalaze zaboravljene publikacije hrvatskih novina koje su tamo izlazile od kraja 19. stoljeća. Na temelju tih publikacija, kao i na temelju brojnih drugih povijesnih izvora i neformalnih kontakata, u knjizi donose nove spoznaje o komunikacijskim modelima Hrvata u Novom Zelandu tijekom povijesti. Sve u knjizi je potkrijepljeno odabranim citatima iz brojnih izvora koji svjedoče o kulturnome i društvenom djelovanju Hrvata u Novom Zelandu, ali i o sudbinama pojedinaca koji su gradili novozelandsko društvo, čuvajući pritom hrvatsku baštinu i tradiciju. U knjizi je prikazana detaljna kronološka analiza formalne i neformalne komunikacije – od usmene predaje, preko prvih novina i knjiga pa sve do društvenih mreža. Vrijedan dodatak knjizi su *online* pretražive bibliografije serijskih publikacija i knjiga koje su dostupne putem poveznica i kodova za brzi pristup.

Grafički dizajn tiskarskog i digitalnog proizvoda (2022) Josipe Selthofer obrađuje teme iz područja grafičkog dizajna, povijesti tiskarstva, vizualnih komunikacija, vizualnog identiteta i razvoja grafičkih tehnika otiskivanja, osnovnih elemenata grafičkog oblikovanja te osnovnih estetskih načela oblikovanja i specifičnosti pojedinih tiskanih i digitalnih proizvoda. Knjiga je bogato opremljena domaćim i svjetskim primjerima iz literature te slikovnim prilozima koji ilustriraju i doprinose razumijevanju teksta i kulturno-umjetničkog bogatstva na hrvatskoj i svjetskoj razini. Knjiga je namijenjena sveučilišnom i stručnom obrazovanju iz područja grafičkog dizajna, ali i široj javnosti.

Umjesto zaključka

Nakladništvo je djelatnost koja izravno utječe na različite segmente kulture te ima iznimno važnu ulogu u ekonomiji i obrazovanju.

U posljednja dva desetljeća nakladništvo je u Republici Hrvatskoj postalo predmetom znanstvenih istraživanja i nastavnom je temom na prijediplomskim, diplomskim i poslijediplomskim studijima.

U radu su analizirane monografije objavljene u Republici Hrvatskoj u raz-

doblju od 2012. do 2022. godine izabrane po trima kriterijima od kojih je prvi podrazumijevao znanstvenu ili stručnu recenziju, a drugi da su monografije nastale kao rezultat sveučilišnih istraživanja posvećenih nakladništvu. Taj treći kriterij, posvećenost nakladništvu, provjeren je pretragom knjižničkih kataloga po ključnim riječima: nakladništvo, uredništvo, čitatelj, kreativna industrija, knjiga, nakladnički proizvod.

Analizom izabranih monografija posvećenih nakladništvu uočeno je kako se nakladništvo istražuje ponajprije iz vizure informacijskih znanosti, ali i da je riječ o interdisciplinarnom fenomenu čijem istraživanju pristupaju i druge društvene znanosti (edukacijsko-rehabilitacijska znanost, ekonomija, interdisciplinarna društvena znanost, komunikacijska znanost, pedagogija, sociologija), humanističke znanosti, tehničke znanosti i umjetnička područja. Proizvodnja i uloga otisnute knjige proširena je na elektroničke publikacije kao i na hibridne monografije koje spajaju karakteristike otisnute i elektroničke knjige te se takvi nakladnički proizvodi odlikuju multimedijским osobinama. Utvrđeno je da se nakladništvo promatra i iz vizure kreativne industrije te da iz takvog koncepta predstavlja ključni sektor koji je ujedno podloga za kreativno stvaralaštvo svih ostalih jedanaest sektora.

Uvodeći predmete nakladništva na sveučilišnoj razini, a uvidom u sadržaje analiziranih monografija, pokazalo se da je nakladništvo ne samo proizvodna nego i kulturna kategorija koja je suodgovorna za kulturni identitet zemlje i njezinih građana.

LITERATURA

- BLAŽEVIĆ, L. (2016). Moć marketinga u knjižnom nakladništvu. Zagreb: Naklada Ljevak.
- BOŽOVIĆ, I. (2021). Biblioteka Vjeverica i urednički rad Grigora Viteza u dječjem nakladništvu. Zagreb: Naklada Ljevak.
- CLARK, G.; PHILLIPS, A. (2017). O nakladništvu iznutra. Zagreb: Hrvatska sveučilišna naklada; Osijek: Filozofski fakultet Sveučilišta Josip Juraj Strossmayer u Osijeku.
- DESPOT, I. (2022). Metafora knjige. Zagreb: Naklada Ljevak.
- GREGOR, M. (2020). Vošicki. Zagreb: Hena Com.
- GRGIĆ, I. (2016). Časopisi i znanstvena komunikacija. Zagreb: Naklada Ljevak.
- HEBRANG GRGIĆ, I. (2018). Kratka povijest knjižnica i nakladnika s kodovima i aplikacijama. Zagreb: Naklada Ljevak.
- HEBRANG GRGIĆ, I.; BARBARIĆ, A. (2021). Ni s kućom ni bez kuće – nakladnička djelatnost Hrvata u Novome Zelandu. Zagreb: Naklada Ljevak.
- HEBRANG GRGIĆ, I.; BARBARIĆ, A. (2023). Their Faraway home – The story of Croats in New Zealand through publications. Zagreb: Naklada Ljevak; Dunedin. Chatswood: EXISLE publishing.
- JELUŠIĆ, S. (2012). Ogleđi o nakladništvu. Zagreb: Naklada Ljevak.
- KUGLI, R. (2021). Tragovi u vremenu. Zagreb: Umjetnička organizacija Kugli&Kugli.
- LJEVAK, P. (2020). Nakladnici na društvenim mrežama. Zagreb: Hrvatska sveučilišna naklada.
- MIJOČ, J.; HORVAT, J. (2019). Nakladništvo 2019. Osijek: Andizet (dostupno na <https://www.andizet.hr/nakladništvo-2019>).
- PARO, F. (2012). Nevidljiva tipografija. Zagreb: Naklada Ljevak.
- RADALJ, M. (2016). Knjiga i nakladništvo u odnosima s javnošću. Zagreb: Hrvatska sveučilišna naklada.
- RIZVANOVIĆ, N. (2020). Stvaranje čitatelja: beletristički nakladnički nizovi u Hrvatskoj (1968. – 1991.). Zagreb: Naklada Ljevak; Sarajevo: Synopsis.
- TOMAŠEVIĆ, N. (2015). Kreativna industrija i nakladništvo. Zagreb: Naklada Ljevak.

- TOMAŠEVIĆ, N.; HORVAT, J. (2012). Nevidljivo nakladništvo. Zagreb: Naklada Ljevak; Zadar: Sveučilište u Zadru.
- TOMAŠEVIĆ, N.; KOVAČ, M. (2009). Knjiga, tranzicija, iluzija. Zagreb: Naklada Ljevak.
- TOMIĆ, M. (2014). Hrvatskoglagoljski brevijari na razmeđu rukopisne i tiskane tradicije. Zagreb: Naklada Ljevak.
- TOPIĆ, N. (2017). Knjižara Morpurgo u Splitu (1860. – 1947.) i razvoj kulture čitanja. Zagreb: Naklada Ljevak.
- VELAGIĆ, Z. (2020). Uvod u nakladništvo. Zagreb: Hrvatska sveučilišna naklada.
- VELAGIĆ, Z.; JAKOPEC, T.; PEHAR, F.; SELTHOFER, J. (2017). Elektroničko nakladništvo?. Zagreb: Naklada Ljevak.
- ŽIVKOVIĆ, D. (2001). Elektronička knjiga. Zagreb: Multigraf.