

UDŽBENICI SVEUČILIŠTA U ZADRU
MANUALIA UNIVERSITATIS STUDIORUM IADERTINA

Nives Tomašević
Jasna Horvat



NEVIDLJIVO NAKLADNIŠTVO



BIBLIOTHECA ACADEMICA

Nives Tomašević
Jasna Horvat
Nevidljivo nakladništvo

© Naklada Ljevak d.o.o., Zagreb, 2012.

Nakladnici
Sveučilište u Zadru
Naklada Ljevak

Urednica
Nada Brnardić

Recenzenti
prof. dr. sc. Nadežda Čačinović
prof. dr. sc. Miha Kovač
prof. dr. sc. Dubravka Oraić Tolić

Objavlivanje ovoga udžbenika odobrio je Senat Sveučilišta u Zadru na sjednici održanoj 22. listopada 2012., klasa: 032-01/12-02/40, ur. br. 2198-1-79-12/12-09.

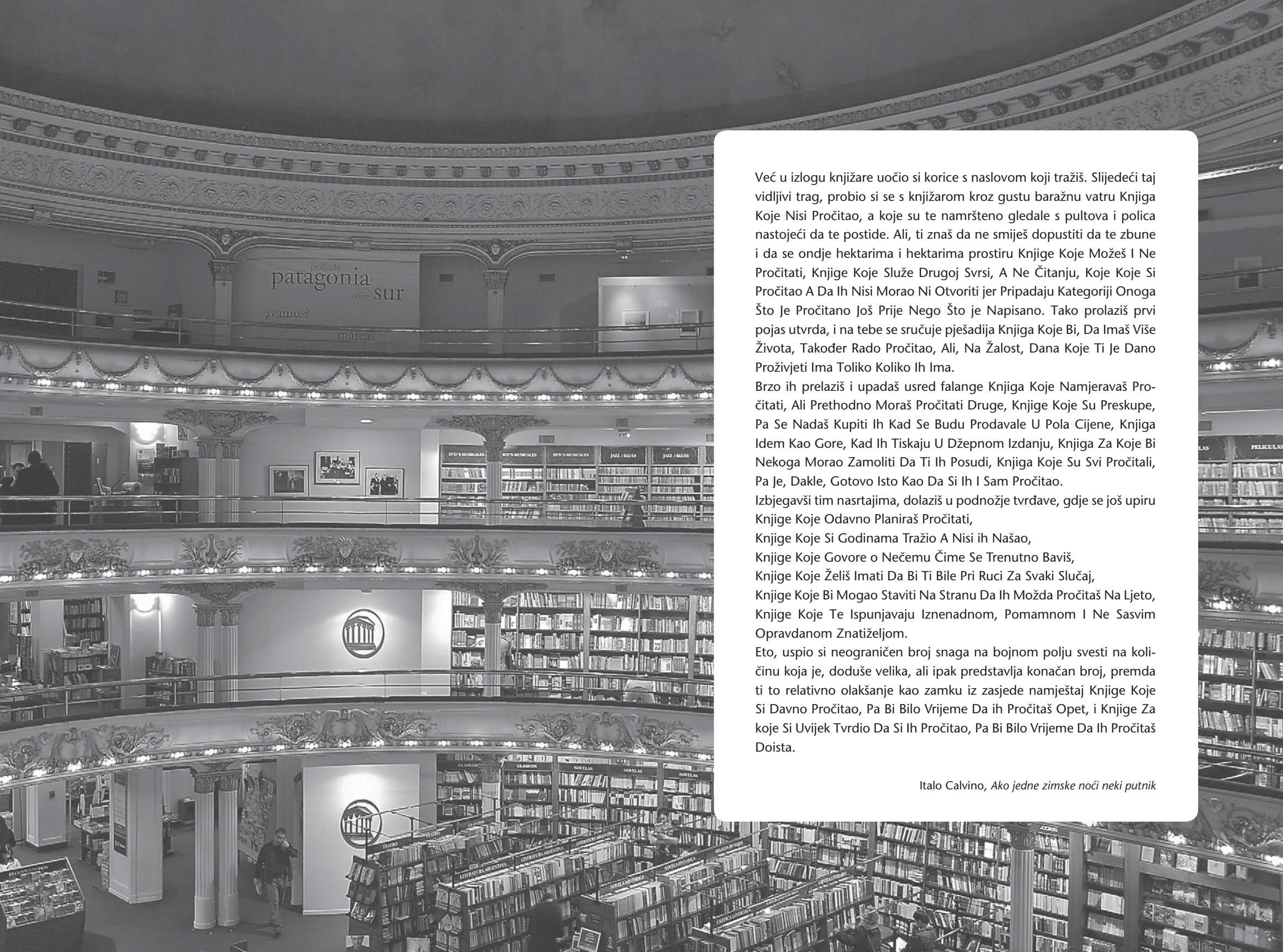
Nives Tomašević
Jasna Horvat



NEVIDLJIVO NAKLADNIŠTVO



Zadar, studeni 2012.



Već u izlogu knjižare uočio si korice s naslovom koji tražiš. Slijedeći taj vidljivi trag, probio si se s knjižarom kroz gustu baražnu vatru Knjiga Koje Nisi Pročitao, a koje su te namršteno gledale s pultova i polica nastojeći da te postide. Ali, ti znaš da ne smiješ dopustiti da te zbune i da se ondje hektarima i hektarima prostiru Knjige Koje Možeš I Ne Pročitati, Knjige Koje Služe Drugoj Svrsi, A Ne Čitanju, Koje Koje Si Pročitao A Da Ih Nisi Morao Ni Otvoriti jer Pripadaju Kategoriji Onoga Što Je Pročitano Još Prije Nego Što je Napisano. Tako prolaziš prvi pojas utvrda, i na tebe se sručuje pješadija Knjiga Koje Bi, Da Imaš Više Života, Također Rado Pročitao, Ali, Na Žalost, Dana Koje Ti Je Dano Proživjeti Ima Toliko Koliko Ih Ima.

Brzo ih prelaziš i upadaš usred falange Knjiga Koje Namjeravaš Pročitati, Ali Prethodno Moraš Pročitati Druge, Knjige Koje Su Preskupe, Pa Se Nadaš Kupiti Ih Kad Se Budu Prodavale U Pola Cijene, Knjiga Idem Kao Gore, Kad Ih Tiskaju U Džepnom Izdanju, Knjiga Za Koje Bi Nekoga Morao Zamoliti Da Ti Ih Posudi, Knjiga Koje Su Svi Pročitali, Pa Je, Dakle, Gotovo Isto Kao Da Si Ih I Sam Pročitao.

Izbjegavši tim nasrtajima, dolaziš u podnožje tvrđave, gdje se još upiru Knjige Koje Odavno Planiraš Pročitati, Knjige Koje Si Godinama Tražio A Nisi ih Našao, Knjige Koje Govore o Nečemu Čime Se Trenutno Baviš, Knjige Koje Želiš Imati Da Bi Ti Bile Pri Ruci Za Svaki Slučaj, Knjige Koje Bi Mogao Staviti Na Stranu Da Ih Možda Pročitaš Na Ljeto, Knjige Koje Te Ispunjavaju Iznenadnom, Pomamnom I Ne Sasvim Opravdanom Znatiželjom.

Eto, uspio si neograničen broj snaga na bojnopolju svesti na količinu koja je, doduše velika, ali ipak predstavlja konačan broj, premda ti to relativno olakšanje kao zamku iz zasjede namještaj Knjige Koje Si Davno Pročitao, Pa Bi Bilo Vrijeme Da ih Pročitaš Opet, i Knjige Za koje Si Uvijek Tvrдио Da Si Ih Pročitao, Pa Bi Bilo Vrijeme Da Ih Pročitaš Doista.

Italo Calvino, Ako jedne zimske noći neki putnik

SADRŽAJ

Čitati i pisati o knjigama	9
--------------------------------------	---

I. DIO

NAKLADNIČKI PROIZVOD I KREATIVNA EKONOMIJA

POSTMATERIJALIZAM I KULTURNA KREATIVNOST	14
Kulturna industrijalizacija	16
Kulturna i kreativna ekonomija	18
Postmaterijalistički sustav vrijednosti	26
Mjerenje postmaterijalističkog sustava vrijednosti	28
Indeks postmaterijalizma	32
Standardni eurobarometar 69	35
Postmaterijalizam i sektori u nastajanju	47
Nakladnički sektor u ne/nastajanju	50
KNJIŽEVNO NAGRAĐIVANJE	54
Teorijski koncept tržišnog i kulturnog nagrađivanja	55
Inozemne nagrade za književnost	66
Nobelova nagrada	66
Bookerova nagrada	72
Pulitzerova nagrada	73
Nagrade za književnost u RH	75
Jesu li u Republici Hrvatskoj važne nagrade za književnost?	83
Inflacija nagrada za književnost	91
DOKUMENTARIZAM U INDUSTRIJI DOKOLICE	94
Knjiga i dokumentarizam	95
Ekonomija slobodnog vremena	97
Literarno pamćenje i njegovi resursi	99

Javna događanja i festivali	102
Spomenici arhivske i muzejske vrijednosti	105
Suveniri	107

KNJIGA – PROIZVOD KULTURNOG IDENTITETA	110
Mala zemlja za “veliki” odmor	112
Sprega knjige i ekonomije iskustva	116

II. DIO

KULTURNA BAŠTINA I NAKLADNIŠTVO

BIBLIJSKI KULTURNI KONTEKST	124
Tekst koji ne zastarijeva	125
Strukturiranost <i>Biblije</i> – književnog djela	126
Postmodernistički postupci i <i>Biblija</i>	130
Metagrafizam <i>Biblije</i> ispisane glagoljicom	134
Nova čitanja <i>Biblije</i> – novi nakladnički izazovi	136
GLAGOLJIČKI KULTURNI KONTEKST	138
Semiotički marketing glagoljičkog pisma	139
Znakovi i ponašanje potrošača	140
Semiotički marketing	143
Leksikoni i taksonomije	145
Ime, logo i marka	146
Glagoljički logo Konstantina Ćirila Filozofa	151
Glagoljički znak – slovo, broj, simbol	159
Glagoljica kao tema knjige – kulturnog suvenira	162
Pismo kulturnog identiteta i kulturno dobro	163
Turizam i glagoljica	172
Glagoljica u romanu <i>Az</i>	174
Literarni potencijal glagoljičkog pisma	175
Jedinice Metodova dnevnika	180
Desetice carice Theodore	183
Stotice Anastazija Knjižničara	188
Tisućice jednog Gebalima	192

SREDNJOEUROPSKI KULTURNI KONTEKST	199
Dokumentarnost srednjoeuropskog kulturnog konteksta Eugena od Savoje	201
Širi dokumentaristički krug Eugena od Savoje	205
Uži dokumentaristički krug Eugena od Savoje	210
Eugen od Savoje u romanu <i>Bizarij</i>	216
Eugen od Savoje kao kulturni proizvod	218
Pretpostavke i mogućnosti povezivanja literarnih, turističkih i dokumentarističkih sadržaja	222
PRILOZI	226
Literatura	265
Imensko i predmetno kazalo	279
BILJEŠKA O AUTORICAMA	
Nives Tomašević	291
Jasna Horvat	292

Čitati i pisati o knjigama

Ali tko će biti gospodar? Pisac ili čitatelj?
Denis Diderot, *Jacques le fataliste et son maître*, 1796.

Paradoks *pisanja o čitanju* jest nemogućnost pisanja bez sustavnog i aktivnog čitanja. Ponekada se samo čitanje čini nevažnom, gotovo refleksom uvjetovanom aktivnošću. Tomu je tako već i zbog temeljne odlike ove uljudbe – njezinu počivanju na pisanoj/čitanoj riječi, odnosno, knjizi. Na jednak način često se previđa uloga i važnost nakladništva. U procesu čitanja ono tako postaje nevidljivom djelatnosti, gotovo zasjenjenom vlastitim proizvodom – knjigom.

U ovoj knjizi čitatelj će moći pronaći razmišljanja o knjizi kao neizostavnom proizvodu (nevidljive) nakladničke djelatnosti unutar kulturne i kreativne industrije. Prvi dio *Nevidljivog nakladništva* čitatelja upućuje u projekcije postmaterijalističkog sustava vrijednosti, odlike života suvremenog nakladnika na tržištu, potrebe za dokumentarizmom u domeni industrije dokolice te u potencijalne resurse knjige koji mogu utjecati na povećanje interesa za njezinu temu, sadržaj, razradu, a time i kupnju.

Drugi dio *Nevidljivog nakladništva* bavi se poveznicom *kulturne baštine i nakladništva* i knjigom – nakladničkim proizvodom kao integralnim dijelom domicilnog kulturnog identiteta. Respektirajući dominantne baštinske odlike ovih prostora, analizirani su primjeri nakladništva u njihovoj relaciji s tri različita kulturna konteksta – biblijskim, glagoljičkim i srednjoeuropskim. Sva tri kulturna konteksta promatrana su u prizmi dvaju romana (Horvat: *Az*¹ i *Bizarij*, 2009., ur. Tomašević) koje su autorice izradile kao svojevrsan pilot-projekt nakladničke kuće Ljevak. U proizvodnji *Aza* i *Bizarija* Jasna Horvat imala je ulogu spisateljice, a Nives Tomašević ulogu urednice. Unutar ovih uloga, autorice *Nevidljivog nakladništva* na

1 Roman *Az* dobitnik je književne nagrade HAZU za 2010. godinu.

više različitih razina testirale su (nevidljive) postavke nakladničke prakse. U ovom poglavlju autorice su združile nakladničku teoriju i praksu te tako ostvarile svojevrsan eksperiment ponajprije razvidan u izboru i prezentaciji nakladničkih tema te njihovom kontekstualizacijom unutar specifičnog kulturnog prostora Republike Hrvatske i šire regije.

Na ovaj način, parafrazirajući kulturne kontekste, autorice demonstriraju postupke koje su koristile pri izradbi posve određenih knjiga. Njihovom produkcijom ujedno su ostvarile i pretpostavke za opisivanje onoga što je u nakladništvu nevidljivo, a prisutno. Krajnja namjera u pisanju svih poglavlja bila je provjeriti tezu da je i u informacijskom dobu knjiga proizvod koji je (još uvijek) neizostavan. Činjenicu da se, unatoč izmijenjenom dobu i broju računala koji je dosegnuo broj stanovnika ovog planeta, knjige još uvijek čitaju potvrđuje i ova knjiga o (ne)vidljivom nakladništvu. Njezino ukoričavanje dopušta zaključiti da su knjige i nadalje potrebne – kako one koje govore o svima nama tako i one koje govore o njima samima – o knjigama. Jednako tako, ova knjiga potvrđuje potrebu za poznavanjem postupaka koji knjige čine vidljivima i opipljivima tako što ih iz rukopisa nakladničkim postupcima pretvaraju u njih same, u nama svima potrebne i neizostavne knjige.

Autorice

Svratio si u knjižaru i kupio knjigu. Dobro si učinio.

Italo Calvino, *Ako jedne zimske noći neki putnik*



Tema: Što mislite o savjetu koji je Gustave Flaubert uputio prijateljici Louisei Colet: „Čitajte da biste živjeli!“

Klinac se slaže s Flaubertom i klinac i njegovi frendovi i frendice, svi se slažu: „Flaubert je bio u pravu!“ Trideset pet zadaća jednodušno: čitati da bismo živjeli i baš nas ta prijeka potreba za čitanjem razlikuje od životinje, divljaka, neukog prostaka, histeričnog sljedbenika, slavodobitnog samodržca, bolesnog materijalista, mora se čitati!

- Da bismo naučili.
- Da bismo uspjeli u školovanju.
- Da bismo bili upućeni.
- Da bismo znali odakle dolazimo.
- Da bismo znali tko smo.
- Da bismo upoznali druge.
- Da bismo znali kamo idemo.
- Da bismo sačuvali sjećanje na prošlost.
- Da bismo pojasnili sadašnjost.
- Da bismo iskoristili prijašnja iskustva.
- Da bismo izbjegli gluposti naših predaka.
- Da bismo dobili na vremenu.
- Da bismo pobjegli od stvarnosti.
- Da bismo pronašli smisao života.
- Da bismo razumjeli temelje naše civilizacije.
- Da bismo održali našu znatiželju.
- Da bismo se zabavili.
- Da bismo se razvijali.
- Da bismo komunicirali.
- Da bismo razvijali kritički duh.

Daniel Pennac, *Od korica do korica*

I. DIO



NAKLADNIČKI PROIZVOD I KREATIVNA EKONOMIJA

Jedna od najpouzdanijih tehnika za određivanje naslova jest promišljanje o pitanjima:

- Zašto? Što? Gdje? Kako? Tko? Kada?
- Kako će ova knjiga uštedjeti vrijeme i novac?
- Zašto bi svatko govorio o ovom novom romanu?

Alison Baverstock,
Kako prodavati knjige (How to Market Books)