
Prikazi

Projekt Jezik uveza (*Language of Bindings*)

Uvezi starih knjiga vrlo su zanimljiv i vrijedan izvor za znanstvena istraživanja. Uvezi, osim funkcionalne, imaju i estetsku i dokumentarnu vrijednost te su važan izvor informacija o povijesnim razdobljima, stilovima i kulturnim vezama, ako govorimo o starim knjigama, ali i suodnosima prema sadržaju knjige, dizajnu i sl., ako se radi o suvremenim nakladničkim uvezima.

Knjiga kao fizički objekt ima svoju vrijednost u povijesnom i kulturnom smislu, koja nadilazi vrijednost sadržaja. Iako su vrste papira, vodeni žigovi i sl. bili tema prijašnjih istraživanja, uvezi se nisu često proučavali, naprotiv, često su se i uništavali nauštrb drugih informacija. Pritom su nestajali i brojni povijesni dokazi. Osobito to vrijedi za manje dekorirane uveze koji nisu toliko estetski privlačni.

Studije uveza stoga nisu samo važne za one koje proučavaju knjigu s materijalnog aspekta. One nude informacije važne za saznavanje gdje su, kada i kako knjige čitane. Na temelju klasifikacije stilova uveza moguće je istraživati i zaključivati o funkciji, statusu i vrijednosti knjige i njezina sadržaja. Uvezi također nose jedinstvene informacije o kronologiji i mjestu uveza, specifičnostima pojedinih knjigoveških radionica, ali i o međunarodnom karakteru cjelokupnog procesa proizvodnje knjige. Uvezi se, dakle, mogu istraživati s čitavog niza aspekata, a jedan od temeljnih preduvjeta za proučavanje jest uspostavljanje unificirane i strukturirane terminologije, kao i stvaranje metodoloških pretpostavki za istraživanje. Jedan od takvih projekata jest Jezik uveza (*Language of Bindings*) u koji su uključeni i hrvatski znanstvenici.

Projekt Jezik uveza (Language of Bindings) vodi istraživački centar Ligatus (Ligatus Research Centre, University of Arts, London, <http://www.ligatus.org.uk>). Taj je centar vodeća institucija za istraživanje povijesti uveza knjižne baštine i njihove zaštite, a njegovo je poslanje stvoriti istraživačko okružje za proučavanje povijesti uveza, konzervacije i zaštite te ga povezati s tehnološkim mogućnostima istraživanja unutar humanističkog digitalnog konteksta.

Kao nastavak njihova dotadašnjeg rada, započeta je priprema navedenoga projekta te su zatraženi partneri unutar Europske Unije, ali i iz drugih europskih zemalja, posebice onih koje imaju bogatu knjižnu baštinu. Hrvatska se tu pokazala kao vrlo zanimljiv partner i uspostavljena je vrlo dobra komunikacija koja je rezultirala okupljanjem hrvatskoga tima te uključivanjem u pripremu složenog projekta koji će uključiti velik broj zemalja partnera, a koordinirat će ga engleski tim koji dolazi iz istraživačkog centra Ligatus s profesorom Nicholasom Pickwodom na čelu.

Putevi knjige oduvijek imaju naglašenu međunarodnu komponentu, a uvezi knjiga često su dokaz intelektualne i kulturne povezanosti između pojedinih zemalja. Bilježenje i tumačenje tih veza na osnovi stilova i specifičnosti uveza okosnica su ovog projekta. Da bi se to postiglo na objektivan i ujednačen način, unutar projekta okupljeni su stručnjaci različitih profila koji su radili na razvoju metodologije i potrebnih ala-

ta. U projekt su uključeni povjesničari knjige, knjigoveže, konzervatori, stručnjaci s iskustvom rada na semantičkom *webu*, označivanju teksta, digitalnim knjižnicama i upravljanju digitalnim sadržajem iz 17 europskih zemalja. Naše uključivanje u istraživanje ima za cilj proučiti kontekst nastajanja i razvoja knjižnih uveza u Hrvatskoj te ih opisati u materijalnom, terminološkom i tipološkom smislu.

Opći je cilj projekta stvoriti tezaurus termina pomoću kojih je moguće opisati uveze starih knjiga (*hand made books*) te odrediti jedinstvenu terminologiju koja će omogućiti unificiran opis uveza knjiga u određenom razdoblju pohranjenih u knjižnicama europskih zemalja, kao i stvoriti bazu podataka koja će ponuditi brojne informacije o stilovima, materijalima i tehnikama uveza te time otkriti povijesnu vrijednost uveza i omogućiti niz istraživanja.

Specifični su ciljevi projekta sljedeći:

1. Razviti *online* alat za opis uveza koji će se temeljiti na tezaurusu unaprijed definiranih termina, tzv. *Ligatus Bookbinding Glossary*, a koji će biti baziran na XML-tehnologiji i *open source* softveru.
2. Prevesti tezaurus na jezike svake zemlje sudionice u projektu. Time će se naglasak staviti i na jezične i kulturne veze između pojedinih zemalja.
3. Prikupiti kritičnu masu opisa uveza i njihovih ilustracija iz vodećih europskih knjižnica koristeći navedene alate za opis.
4. Povezati prikupljene podatke s postojećim bazama za istraživanje knjige kao što su baza podataka CERL i Einbanddatenbank.

Za sada je ostvaren tek prvi od navedenih ciljeva, a dalje se intenzivno radi na stvaranju preduvjeta za realizaciju ostalih. (**Damir Hasenay i Maja Krtalić**)

John B. Thompson, *Merchants of Culture. The Publishing Business in the Twenty-First Century*. Polity Press 2010.

Druga monografija Johna B. Thompsona o suvremenim nakladničkim procesima posvećena je komercijalnom nakladništvu (*trade publishing*) na engleskom jeziku. Kao i u prethodnoj knjizi, *Books in the Digital Age, The Transformation of Academic and Higher Education Publishing in Britain and the United States* objavljenoj 2005. godine i posvećenoj znanstvenom i sveučilišnom nakladništvu, autor počinje (velikim dijelom i ponavljajući) konceptualizacijom nakladništva, gradeći svojevrsnu opću nakladničku teoriju. Ključna Thompsonova koncepcija i njegov najveći doprinos promišljanjima o suvremenom nakladništvu jesu nakladnička područja (*publishing fields*), kojima se jasno ističe da se nakladništvo ne može promatrati kao monolitna djelatnost, već se pozornost mora pridati pluralitetu postupaka stjecanja, proizvodnje i plasmana nakladničkih proizvoda. Sam Thompson ističe da se koncepcijom nakladničkih područja a) čini jasnijim da nakladništvo nije jedan svijet, nego mnoštvo svjetova, b)

interes s pojedinačnih tvrtki ili organizacija usmjerava na odnose u nakladništvu i c) pokazuje da snaga bilo kojeg dionika u određenom području ovisi o raspoloživim kapitalima. Među kapitalima, prvoj potkonceptiji nakladničkih područja, autor razlikuje ekonomske (akumulirani financijski resursi, uključujući zalihe, postrojenja i novčana sredstva), socijalne (što je novina u odnosu na prethodnu monografiju, a odnosi se na mrežu kontakata i odnosa izgrađenih tijekom poslovanja), ljudske (riječ je o zaposlenicima, tvrtka je onoliko dobra koliko su dobri njezini zaposlenici), intelektualne (intelektualno vlasništvo, autorska prava kojima tvrtka raspolaže ili koje ima pravo koristiti) i simboličke (ugled koji je nakladnik izgradio). Svaki nakladnik raspolaže kapitalima koje može iskoristiti samo u definiranom nakladničkom području. Primjerice ugledni nakladnik slikovnica u svijetu znanstvenog nakladništva ne znači ništa, budući da svako područje ima svoju „distinktivnu dinamiku“ ili „logiku područja“, koja je poput gramatike u jeziku – to je niz čimbenika koji definiraju uvjete pod kojima se može sudjelovati u nekom području.

Sljedeća potkonceptija nakladničkih područja jest nakladnički lanac (*publishing chain*), koji autor određuje kao slijed aktivnosti koje različiti dionici poduzimaju sa zajedničkim ciljem, a to je proizvodnja, prodaja i distribucija knjige. U svakom nakladničkom području aktivnosti su specifične, a sam je nakladnički lanac dvojak: on je i lanac opskrbe sadržajima (*supply chain*) i lanac dodavanja vrijednosti (*value chain*). U prvom vidu lanca naveden je opći slijed autora, agenta, nakladnika, tiskara, distributera, prodavatelja, kupca/čitatelja i sl., a u drugom stvaranje, stjecanje, razvoj sadržaja, dizajn, oblikovanje, revizija, tisak, prodaja, marketing, skladištenje i sl. Svaki dionik obavlja zadaću koja *supstancijalno* pridonosi zajedničkom cilju, dodajući proizvodu vrijednost. Nema jedne instance koja bi sama za sebe dodala vrijednost, tj. obavila sve radnje u nakladničkom lancu. Na kraju lanca više nije sadržaj koji je stvorio autor, nego sadržaj obogaćen nizom radnji, a takva interakcija sudionika lanca i jest smisao nakladništva. Kroz lanac se ostvaruju temeljne nakladničke funkcije, a Thompson ih razlikuje šest: a) stjecanje rukopisa i izgradnja nakladničkog plana, b) investiranje i rizik, c) razvoj sadržaja, d) kontrola kvalitete, e) organizacija, koordinacija i upravljanje i f) prodaja i marketing.

Učvršćujući tako teorijsku podlogu, Thompson se okreće temi knjige, komercijalnom nakladništvu na engleskom jeziku. Odmah na početku navodi tri razvojna smjera ključna za njegovo razumijevanje, kojima se i bavi u prva tri poglavlja knjige: prvo, rast maloprodajnih lanaca i kontinuirane promjene u knjižarskoj maloprodaji, drugo, rast utjecaja književnih zastupnika (agenata) i treće, nastanak međunarodnih konglomerata, što je posljedica sukcesivnih spajanja i preuzimanja nakon 1960. Iznimno je zanimljivo poglavlje o zastupnicima (agentima) na gotovo 40 stranica, što je ujedno vjerojatno i prvi zaokružen pregled nastanka, razvoja i uloge tog, relativno novog, dionika nakladničkog lanca. Tijekom 1960-ih i 1970-ih nove okolnosti, ponajprije širenje tržišta prouzročeno stvaranjem maloprodajnih lanaca, jača ulogu zastupnika, a istodobno rastu i mogućnosti iskorištavanja prava vezanih uz pojedino djelo, jer je

Hollywood „bio gladan materijala koji su se mogli pretvoriti u filmove“. Optimizacija, konsolidacija i racionalizacija u nakladničkim kućama prouzročile su mnogo otkaza. Ti ljudi, profesionalci sa znanjem, postaju zastupnici. Sve je više rukopisa, a nakladnici se, uz smanjen broj urednika, pouzdaju u procjenu zastupnika. Navedeno je (str. 73) kako jedan urednik u New Yorku tvrdi da tek 3-5% rukopisa koje objavljuje stiže mimo agenata. Nakladnici, ustvari, trebaju agente jer oni pojednostavljaju postupak uhodavajući rutine ugovora i pregovora. Zastupnik je zid između urednika i autora, jer urednici „ovih dana nemaju vremena i ne žele da ih netko noću naziva, ne žele da ih naziva izjutra i ne žele slušati o uzrocima i posljedicama nečijeg razvoda“. Nakladnici su postali svjesni da zastupnici s autorima rade onako kako su nekada radili urednici - doslovce, inicijalni proces vrednovanja rukopisa prepušten je zastupnicima.

Objasnivši kroz prva tri poglavlja temeljna obilježja komercijalnog nakladništva, Thompson nastavlja s „pet mitova o nakladničkim korporacijama“ koje želi pobiti. Prvi je mit da korporacije nisu zainteresirane za kvalitetne knjige i da ih zanima samo profit. Autor tvrdi (posve ispravno) da sve korporacije imaju sastavnice koje objavljuju ozbiljnu književnost i publicistiku, da je svima važan simbolički kapital i da se trude objaviti i one knjige koje će moći konkurirati za književne nagrade. Drugo, postoji mit da vlasnici korporacija štetno utječu na uredničke odluke i izbor tekstova koji se objavljuju, da poslovanje odražava njihov politički svjetonazor te da su čak spremni i na cenzuru. Thompson kaže da takvi slučajevi nedvojbeno postoje, ali se ne mogu uzeti kao pravilo. Priznaje da postoji i samocenzura urednika koji ne žele razljutiti šefa, ali da općenito vlasnici ne ulaze u dnevne poslove i ne odlučuju kojeg autora objaviti, a kojeg ne. Treće, mit je da korporacije ne žele eksperimentirati s novim autorima, jer su one u stalnoj potrazi za novim. Četvrto, tvrdi se da su urednici u velikim korporacijama izgubili utjecaj koji su nekada imali i da je odluka o novim naslovima u rukama direktora prodaje i marketinga. Autor kaže da u prvoj tvrdnji ima istine, ali da druga ne proizlazi iz nje. Tvrdi da je nekadašnji klasični linearni model u kojem urednici biraju i uređuju, a prodavači prodaju, danas zamijenjen modelom dijaloga i konzultacija. Naposljetku, peti je mit da urednici više ne uređuju knjige. Prema Thompsonovim podacima nije tako, jer danas u New Yorku većina urednika uredi 8-10 knjiga godišnje. Stječe se dojam, posebice s obzirom na drugi i četvrti mit, da autor nije posve uvjerljiv u svojoj argumentaciji.

U sljedećim poglavljima Thompson raspravlja o konzekvencama svijeta komercijalnog nakladništva stvorenog od golemih maloprodajnih lanaca, zastupnika i nakladničkih konglomerata. Sva su ta razmišljanja sažeta u poglavlju Divlji zapad: područje komercijalnog nakladništva oblikovano je razvojem i rastom maloprodajnih lanaca, jačanjem uloge zastupnika i konsolidacijom nakladničkih tvrtki, što je prouzročilo polarizaciju područja, stvaranja nekolicine „velikih igrača“ koji su zauzeli središnju poziciju i mnoštva manjih „na marginama“, preokupaciju velikim knjigama, nove oblike poslovanja poput ekstremnog nakladništva (objavljivanje u iznimno kratkim rokovima), sve manje „prozore“ za knjige (prozor ima značenje izloga knjižare) i velike povrate neprodanih

naslova nakladnicima. U takvom kontekstu nakladnik je u sve težem položaju jer mu zaradu s jedne strane umanjuju zastupnici, tražeći sve veće predujmove za svoje autore (uvriježio se stav da je golemi predujam jedino jamstvo da će nakladnik ozbiljno shvati knjigu), a s druge knjižari koji kupce privlače golemim popustima.

Deveto poglavlje, pod naslovom Digitalna revolucija, dijelom je doručeno i prošireno poglavlje istog naslova iz Thompsonove prethodne knjige, i ustvari ga i nije bilo potrebno ovdje ponavljati.

U posljednjem poglavlju (Nevolje u prodaji) kao problem se izdvaja fokusiranje na velike knjige i zapostavljanje ostalih. Naime na tržištu je sve više rukopisa i ne može se svakom naslovu pridati jednaka pozornost. Nužno je, dakle, kontinuirano procjenjivati koji bi rukopis mogao prerasti u bestseller – na temelju imena autora, podataka o prijašnjim prodajama i sl. – i u takav se rukopis ulažu značajna sredstva, dok se ostatak nakladničkog plana zanemaruje. Thompson ipak ističe da se u području komercijalnog nakladništva ne može govoriti o homogenizaciji, ponajprije stoga (misao koju ponavlja) što i korporacije objavljuju prestižna djela gradeći simbolički kapital. Usto, nakladništvo se ne može svesti na korporacije.

Merchants of Culture, kao uostalom i *Books in the Digital Age*, rijetke su domišljene i teorijski utemeljene monografije o suvremenom nakladništvu, i u tom se smislu Johnu B. Thompsonu mora odati golemo priznanje. Postavio je model i odabrana nakladnička područja istražio slijedeći postavke vlastitoga modela.

Srećko Jelušić, *Ogledi o nakladništvu*. Zagreb: Naklada Ljevak, 2012.

Naklada Ljevak u svojoj biblioteci *Bibliotheca Academica* objavila je u svibnju 2012. godine knjigu sveučilišnog profesora dr. sc. Srećka Jelušića pod naslovom *Ogledi o nakladništvu*. Kako autor navodi, knjiga je prvenstveno namijenjena studentima raznih studijskih programa u polju informacijskih i komunikacijskih znanosti, ali i studentima drugih studijskih programa koje posebno zanimaju fenomeni knjige.

Ogledi o nakladništvu bave se širokim spektrom nakladničke proizvodnje – od povijesti knjige, preko teorijsko-metodoloških pitanja u nakladništvu, pa sve do suvremenih trendova u objavljivanju publikacija koje su nam donijele informacijsko-komunikacijske tehnologije. Uzimajući u obzir da se nakladništvo proučava kao akademska disciplina i da je prisutno kao predmet zanimanja znanstvenika, jasno je da postoji potreba za djelima koja bi se bavila tom problematikom.

Knjiga je, uz *Riječ autora* i *Uvod*, podijeljena na dva glavna dijela. Prvi dio, nazvan *Teorijska ishodišta i izazovi za opću teoriju nakladništva*, sadrži iscrpan pregled važnijih inozemnih i domaćih naslova iz područja nakladništva. Radi se o autorovu osobnom odabiru literature o nakladništvu, koju razvrstava na povijesno-teorijske knjige o nakladništvu te priručnike i djela esejističkog karaktera koja se zasnivaju na znanstvenim

i stručnim premisama. Nakon pregleda literature, knjiga se bavi djelovanjem autora, autorskih udruga, udruga nakladnika i knjižara te udruga ostalih sudionika u nakladničkom lancu - prevoditelja, dizajnera i grafičara. U tom dijelu autor nastoji prikazati važnost organiziranosti profesije koja je preduvjet za uspostavu djelotvornog tržišta nakladničkim proizvodima, a također navodi najznačajnije profesionalne udruge i opisuje njihovo djelovanje. Među ostalima, mogu se izdvojiti Međunarodna udruga nakladnika (*International Publishers Association - IPA*) koja djeluje na svjetskoj razini i Europska federacija nakladnika (*Federation of European Publishers - FEP*) koja djeluje na europskoj razini. U Hrvatskoj su nakladnici i knjižari trenutno organizirani u Zajednici nakladnika i knjižara, koja djeluje pod okriljem Hrvatske gospodarske komore i koja je od svog osnutka pokrenula niz aktivnosti za poboljšanje stanja u nakladništvu, no još uvijek nije uspjela razriješiti neke od važnih problema u profesiji poput distribucije, knjižarske mreže, zaštite autorskih prava i sl.

S ciljem postavljanja temeljnih načela na kojima bi se moglo graditi opću teoriju nakladništva, autor na kraju prvog dijela knjige opisuje razvoj nakladništva, njegov značaj u društvu i utjecaj tehnologije na nakladništvo, analizira promjene koje su se s vremenom događale unutar profesije te razmatra stajališta teoretičara koji se bave problematikom nakladništva. Umjesto zaključka, na kraju poglavlja navode se teme koje bi trebalo obraditi pri stvaranju opće teorije nakladništva, poput usklađivanja teorije i prakse, istraživanja tržišta nakladničkih proizvoda, pojave novih medija za objavljivanje rukopisa, položaja nakladništva u društvu itd.

Pristup oblikovanju, izradi i distribuciji nakladničkog proizvoda naziv je drugog dijela knjige, u kojem se detaljno opisuju svi poslovi i postupci u procesu nastanka nakladničkih proizvoda: izrada podataka o odgovornosti, mogući načini objavljivanja, poslovi nakladnika, urednika i uredništava, grafičko-likovnih urednika, redaktora, recenzenata, prevoditelja, lektora i korektora, tiskara, knjigoveža, knjižara i distributera knjiga te slobodnih profesionalaca. Nakon toga prikazuju se nakladnička polja i proizvodi temeljeni na tekstovima o kulturnoj proizvodnji P. Bourdieua, na čijim je teorijskim postavkama britanski autor J. B. Thompson postavio svoje tumačenje koncepta nakladničkog polja. Prema Thompsonu, sadržaj nakladničkog proizvoda osnovni je kriterij prema kojem određeni nakladnički proizvod pripada određenom nakladničkom polju. Napominje se kako nakladnička polja mogu biti međusobno isprepletana i kako pojedini nakladnički proizvodi mogu pripadati raznim poljima. Zbog toga Jelušić napominje da je podjela nakladničkih polja i proizvoda u knjizi uvjetna, a navedena su sljedeća polja u kojima se opisuju i nakladnički proizvodi koji im pripadaju: polje komercijalnog nakladništva, polje knjige za djecu, polje znanstvenog i akademskog nakladništva, polje školskog, stručnog i popularnoznanstvenog nakladništva te polje periodičnih nakladničkih proizvoda.

Na kraju *Ogleda o nakladništvu* nalazi se poglavlje *Umjesto zaključka*, u kojem autor govori o nakladništvu kao kulturnoj djelatnosti u kojoj su mnogi poslovi puni doživljaja

i uzbuđenja, ali su također uvjetovani odabirom pravog trenutka za objavljivanje određene publikacije. Piše se i o novim tehnologijama koje su donijele mnoštvo promjena za nakladnike, ali i za čitatelje, pa tako autor, među ostalim, piše o otvorenom pristupu – međunarodnom pokretu koji omogućava besplatan pristup radovima, a odnosi se uglavnom na stručno i znanstveno izdavaštvo.

Autor također govori o budućnosti nakladništva u Hrvatskoj, napominjući da postoji velik nesklad na tržištu knjiga između naslova na jezicima velike i male rasprostranjenosti te da ih zbog toga nije prikladno uspoređivati. Ta razlika bitno utječe na proizvodnju, pa se u Hrvatskoj u većini slučajeva knjige objavljuju u malim nakladama, na što su se, nažalost, nakladnici priviknuli, a zbog neorganiziranosti teško je očekivati da će se naklade u budućnosti povećati. Stoga hrvatski nakladnici trebaju raditi na profesionalnoj organiziranosti koja bi im osigurala sustavan razvoj. Također nedostaje suradnje između nakladnika i knjižničara iako bi mogli zajednički, među ostalim, raditi na razvijanju čitateljskih navika te ponudi novih usluga i proizvoda čitateljskoj publici. Na samom kraju izražava se stajalište kako je obrazovanje jedini način da se naprave važniji pomaci prema unapređenju svake profesije, pa tako i nakladničke.

Zbog nedostatka stručne literature o nakladništvu u Hrvatskoj, ovakvo djelo, koje sustavno obrađuje osnovne pojmove i teorijsko-metodološka pitanja iz područja, bilo je itekako potrebno, posebno ako se uzme u obzir da je nakladništvo u nas relativno nova znanstvena disciplina i da je za njezin razvoj neophodna teorijska podloga poput knjige *Ogledi o nakladništvu*. Iako je namijenjena prvenstveno studentima, ona će zacijelo biti korisna svima zainteresiranima za proces nastanka knjige. (**Ivana Morić Filipović**)