
DOI: <https://doi.org/10.47960/2303-7431.20.34.2025.161>

UDK: 655.4:378.4(497.6 Mostar)

659.12:378.4(497.6 Mostar)

Pregledni članak

Primljeno: 7. IV. 2025.

Prihvaćeno: 24. X. 2025.

ANTONIA TOMAŠ – VLADIMIR RUF – JOSIP ŠIMIĆ
Sveučilište Sjever - Sveučilište u Mostaru, Filozofski fakultet -
Sveučilište u Mostaru, Fakultet zdravstvenih studija
antonia.tomas@unin.hr - vladimir.ruf@ff.sum.ba - josip.simic@fzs.
sum.ba

NAKLADNIŠTVO I NJEGOVA ULOGA U BRENDIRANJU SVEUČILIŠTA: ANALIZA STUDIJE SLUČAJA SVEUČILIŠTA U MOSTARU

Sažetak

Ovaj rad istražuje povezanost suvremenoga menadžmenta, nakladništva i brendiranja sveučilišta, s posebnim fokusom na Sveučilište u Mostaru i njegovu nakladničku kuću *PRESSUM*. Cilj je istraživanja pružiti dublji uvid u nakladničke aktivnosti sveučilišta kao ključne alate za širenje znanja, promociju akademskoga identiteta i jačanje međunarodnoga ugleda. Korištena je kvalitativna metodologija, uključujući analizu relevantne literature, studiju slučaja Sveučilišta u Mostaru te pregled brojčanih podataka i statistika vezanih za nakladničku djelatnost. Rezultati istraživanja pokazuju kako Sveučilišna nakladnička kuća *PRESSUM* bitno pridonosi brendiranju Sveučilišta u Mostaru objavama raznolikih publikacija, uključujući knjige, časopise i zbornike radova. Njihov logotip, koji se nalazi na svim publikacijama, dodatno povezuje nakladničke aktivnosti s brendom Sveučilišta, čime se povećavaju prepoznatljivost i ugled institucije. Digitalizacija nakladništva putem platformi *SUMPAUK*

i *VIDRA* povećava dostupnost znanstvenih radova, olakšava njihovu zaštitu te pridonosi međunarodnoj vidljivosti Sveučilišta. Časopisi u nakladi *PRESSUM*-a, posebno oni objavljeni na engleskome jeziku, povećavaju međunarodni doseg i podržavaju strateške ciljeve internacionalizacije Sveučilišta. Osim toga, internetski formati časopisa smanjuju troškove i omogućuju bržu diseminaciju znanstvenih radova, dok marketinške strategije prilagođene ciljanoj publici kroz format publikacije, cijene i promociju osiguravaju uspjeh na tržištu. Sve ove aktivnosti zajedno potvrđuju važnost nakladništva kao ključnoga alata za širenje znanja i jačanje akademskoga identiteta Sveučilišta u Mostaru. Rezultati potvrđuju važnost sveučilišnih nakladničkih kuća kao ključna alata za širenje znanja, promociju intelektualnoga naslijeđa i brendiranje sveučilišta. Studija slučaja Sveučilišta u Mostaru pokazuje kako *PRESSUM* pridonosi vidljivosti i reputaciji Sveučilišta kroz raznolike publikacije i digitalne platforme. Nakladništvo je predstavljeno kao spoj kulturne i komercijalne djelatnosti koja oblikuje akademski identitet institucije.

Ključne riječi: nakladništvo; *PRESSUM*; Sveučilište u Mostaru

Review article

Received on April 7, 2025

Accepted on October 24, 2025

ANTONIA TOMAŠ – VLADIMIR RUF – JOSIP ŠIMIĆ

University North – University of Mostar, Faculty of Humanities and

Social Sciences - University of Mostar, Faculty of Health Sciences

antonia.tomas@unin.hr - vladimir.ruf@ff.sum.ba

- josip.simic@fzs.sum.ba

PUBLISHING AND ITS ROLE IN UNIVERSITY BRANDING: A CASE STUDY OF THE UNIVERSITY OF MOSTAR

Abstract

This paper explores the relationship between modern management, publishing, and university branding, with a particular focus on the University of Mostar and its publishing house, *PRESSUM*. The aim of the research is to provide a deeper insight into university publishing activities as key tools for disseminating knowledge, promoting academic identity, and enhancing international reputation. A qualitative methodology was applied, including an analysis of relevant literature, a case study of the University of Mostar, and a review of numerical data and statistics related to publishing activities. The results show that the University Publishing House *PRESSUM* significantly contributes to the branding of the University of Mostar through the publication of diverse materials, including books, journals, and conference proceedings. Its logo, featured in all publications, further connects publishing activities with the University's brand, thereby enhancing its recognition and reputation. The digitalization of publishing through platforms such as *SUMPAUK* and *VIDRA* increases the accessibility of scientific papers, facilitates their preservation, and contributes to the University's international visibility. Journals published by *PRESSUM*, particularly those in English, expand international reach and support the University's strategic goals of

internationalization. Additionally, online journal formats reduce costs and enable faster dissemination of scientific papers, while marketing strategies tailored to target audiences through publication formats, pricing, and promotion ensure market success. All these activities together confirm the importance of publishing as a key instrument for the dissemination of knowledge and the strengthening of the academic identity of the University of Mostar. The findings confirm the importance of university publishing houses as essential tools for knowledge dissemination and university branding. The case study of the University of Mostar demonstrates how *PRESSUM* contributes to the visibility and reputation of the institution through diverse publications and digital platforms. Publishing is presented as a blend of cultural and commercial activity that shapes academic identity of the institution.

Keywords: publishing; PRESSUM; University of Mostar

Uvod

U današnjemu sveobuhvatnom okružju obrazovanja sveučilišta imaju ključnu ulogu u širenju znanja i promicanju intelektualne razmjene. Jedan od ključnih načina pomoću kojih sveučilišta ostvaruju ove ciljeve jest putem vlastitih nakladničkih kuća, čije se aktivnosti protežu izvan tradicionalnih okvira obrazovanja. Osim tradicionalnih funkcija obrazovanja sveučilišta sve više prepoznaju važnost stvaranja vlastitih izdavačkih kuća kako bi potaknula istraživanje, objavu znanstvenih dostignuća i promociju vlastitoga ugleda na globalnoj razini. Nadalje, ovaj će rad istražiti koncept suvremenoga menadžmenta i njegovu primjenu u okviru sveučilišnih nakladničkih kuća. Menadžment igra ključnu ulogu u usmjeravanju tih organizacija prema postizanju njihovih ciljeva i ostvarivanju učinkovitosti u njihovim aktivnostima. Definirat će se pojam nakladništva i njegov značaj u suvremenome kontekstu. Istražit će se kako su se tradicionalne uloge nakladništva razvijale i prilagođavale u digitalnome dobu, s posebnim osvrtom na marketinške strategije koje podržavaju ove promjene. Nakon što je postavljen opći okvir za proučavanje sveučilišnih nakladničkih kuća, istraživanje će se posebno usmjeriti na Sveučilište u Mostaru kako bi se bolje razumjeli njihov pristup i doprinos u svijetu nakladništva.

Cilj je ovoga rada pružiti dublji uvid u nakladništvo sveučilišta i njihovu važnost u kontekstu obrazovanja i širenja znanja. Analizom Sveučilišta u Mostaru istražiti će se specifičnosti Sveučilišne nakladničke kuće *PRESSUM* i njezin doprinos brendiranju sveučilišta. Metodologija uključuje analizu relevantne literature, studiju slučaja Sveučilišta u Mostaru te analizu brojčanih podataka i statistika vezanih za njihovu nakladničku djelatnost.

1. Suvremeni menadžment

Jedna od najvažnijih ljudskih, ujedno i poslovnih, aktivnosti jest menadžment. Ljudi su s vremenom shvatili da pojedine ciljeve ne mogu postići kao pojedinci te su, u skladu s tim, počeli stvarati skupine za postizanje bolje učinkovitosti. Menadžment je postao nužan kako bi osigurao koordinaciju radova pojedinaca. Protekom vremena organizacije su postajale sve veće i zadatak menadžmenta postajao je sve važniji. Korijen menadžmenta, ističu teoretičari, ondje je gdje su vlasnici rastućega poduzeća na suradnike delegirali zadatke koje oni nisu mogli obaviti.

1.1. Pojam menadžmenta

U literaturi na Zapadu izraz menadžment javlja se u tri različita značenja, i to kao: „organizacija, upravljanje i rukovođenje“¹. Prema etimologiji pojam menadžment najviše bi odgovarao pojmu rukovođenje, jer glagol *manage* potječe od latinske riječi *manus* (ruka).² S obzirom na sadržaj koji podrazumijevaju pojam menadžment i same njegove funkcije, koje se u najvećoj mjeri podudaraju s funkcijama rukovođenja, može se zaključiti da su menadžment i rukovođenje sinonimi.³

Menadžment je proces kreiranja i održavanja okružja u kojemu pojedinci, surađujući u timovima, učinkovito ostvaruju postavljene ciljeve. Njegova je ključna uloga usmjeravanje pojedinačnih aktivnosti prema

¹ Pere Sikavica – Fikreta Bahtijarević-Šiber – Nina Pološki-Vokić, *Temelji menadžmenta*, Školska knjiga, Zagreb, 2008., str. 4.

² Harry Brawerman, *Rad i monopolistički kapital*, Globus, Zagreb, 1983., str. 61.

³ P. Sikavica – F. Bahtijarević-Šiber – N. Pološki-Vokić, n. dj., str. 5.

zajedničkim organizacijskim ciljevima.⁴ Svakako, menadžment se može odnositi i na skup znanja – u tome kontekstu on je skup informacija koje omogućuju uvid u upravljanje. Potreban je svima, malim i velikim organizacijama, svim vrstama organizacija (profitnim, neprofitnim, javnomu sektoru), svim organizacijskim jedinicama (od najviše do najniže), tj. organizaciji u cijelosti, svim područjima (proizvodnja, marketing, ljudski potencijal, računovodstvo, informacijski sustav).⁵

Sve do početka 20. stoljeća menadžment se nije izdvajao kao posebno područje interesa. Smatra se da je E. W. Taylor imao najveće zasluge za menadžersko mišljenje u 20. stoljeću, zbog čega se on često naziva ocem znanstvenoga menadžmenta, dok se H. Fayol smatra jedinim pravim ocem moderne teorije menadžmenta.⁶

1.2. Menadžerska efikasnost i učinkovitost

Menadžment (ili upravljanje) bavi se proizvodnošću, a to pretpostavlja učinkovitost i efikasnost. Menadžerska efikasnost ogleda se u korištenju organizacijskih resursa u postizanju organizacijskih ciljeva. Efikasnost podrazumijeva odnos između upotrijebljenih *inputa* i ostvarena *outputa*.⁷ Što je organizacija bliže postizanju ciljeva, to se menadžeri smatraju efikasnijim. Menadžerska učinkovitost odnosi se na ukupan dio organizacijskih resursa koji pridonose proizvodnosti tijekom procesa proizvodnje. Što je udio veći, to je menadžer učinkovitiji; i suprotno, što se više resursa ne iskoristi tijekom procesa proizvodnje, to je menadžer neučinkovitiji. Što je veći udio iskorištenih resursa, to je menadžer učinkovitiji. Suprotno tomu, što više resursa ostane neiskorišteno tijekom proizvodnoga procesa, menadžer je manje učinkovit. Ovdje se resursi ne odnose isključivo na sirovine za proizvodnju roba ili usluga nego i na ljudski trud.

⁴ Isto, str. 12.-13.

⁵ Isto, str. 5.-7.

⁶ Judith Gordon i dr., *Management and Organizational Behavior*, Allyn and Bacon, Boston, 1990., str. 29.

⁷ Marin Buble, *Menadžment*, Ekonomski fakultet, Split, 2006., str. 6.

Menadžerska učinkovitost i efikasnost povezane su. Menadžer može biti relativno neefikasan – napredak organizacije u postizanju ciljeva malen je – sve zbog neučinkovitosti ili slabe uporabe resursa tijekom procesa proizvodnje. No, suprotno tomu, razne naftne kompanije u Saudijskoj Arabiji mogu prodati naftu po visokoj cijeni, bez obzira na samu učinkovitost menadžera. Menadžer je efikasan unatoč učinkovitosti ako je potražnja za proizvodom ili uslugom (u primjeru naftom) toliko velika da menadžer može dobiti visoku cijenu za prodanu jedinicu te tako apsorbirati troškove neučinkovitosti. U navedenom primjeru menadžment u takvoj situaciji ima priliku biti efikasan unatoč neučinkovitosti. Zaključno, menadžer može biti efikasan, a da nije učinkovit i obrnuto. No, za maksimalizaciju uspjeha podjednako su važna oba pojma.⁸

2. Nakladništvo

Nakladnička djelatnost narasla je u ogromnu i kompleksnu industriju koja ima ključnu ulogu u širenju raznovrsna kulturnog materijala. Nemoguće je precizno procijeniti njezin utjecaj na društvo. Povijest nakladništva obilježena je bliskim odnosom između tehnoloških inovacija i društvenih promjena, pri čemu su jedna drugu poticale. Suvremeno nakladništvo, kakvo poznajemo danas, temelji se na tri ključna izuma: pisanju, papiru i tiskanju, te jednome ključnom društvenom razvoju – širenju pismenosti.

Tiskarstvo u Europi duboko je povezano s renesansom i reformacijom. Proizišlo je iz lokalnih potreba i specifičnih okolnosti prvih tiskanih materijala, ali, također, odigralo je i važnu ulogu u širenju i podršci promjenama koje su donijele ove dvije ključne epohe. U početku se tiskanje smatralo praktičnim načinom da se izbjegnu pogreške u kopiranju teksta, no brzo su postale očite njegove sposobnosti za masovnu proizvodnju pisanih materijala. Primjerice, 1498. godine u Barceloni tiskano je čak 18 tisuća indulgencija. Iako tržište knjiga još nije bilo veliko, pismenost se širila izvan svećeničkoga kruga i dostizala je srednju klasu koja je nastajala.

⁸ Samuel Certo – Scott Travis Certo, *Moderni menadžment*, 10. izdanje, Mate, Zagreb, 2008., str. 10.-11.

Crkva, država, sveučilišta, reformatori i revolucionari brzo su prepoznali potencijal tiska te su uložili napore da kontroliraju ovaj „opasni“ novi oblik komunikacije. Prema Velagiću nakladništvo je od početka 16. stoljeća nadalje proizvodilo knjige kao tadašnje temeljne informacijske izvore.⁹

Tijekom narednih triju stoljeća sloboda tiska bila je progonjena i napadana, no do kraja 18. stoljeća postignuta je značajna sloboda tiska u zapadnoj Europi i Sjevernoj Americi, a raspon tiskanih materijala postao je izuzetno raznolik.¹⁰

Proces mehanizacije tiskarstva u 19. stoljeću i njegovo daljnje napredovanje u 20. stoljeću, koje je išlo ruku pod ruku s rastom pismenosti i standardima obrazovanja, doveli su do toga da je tiskana riječ postala moćno sredstvo utjecaja na umove i, posljedično, na društva. Suvremeno se nakladništvo tako razvilo, prema Radalju, „i kao kulturna djelatnost s knjigom kao kulturnim dobrom, ali i kao komercijalna djelatnost s knjigom kao proizvodom kojim se trguje kao i svakom drugom robom“¹¹. Nakladništvo se, stoga, ne može razumjeti ni kao isključivo kulturna ni kao isključivo komercijalna djelatnost.

Nisu sve objavljene knjige trajne vrijednosti, ali zajedno čine ključan kulturni spremnik jedne nacije, proširen i obogaćen tijekom vremena te predstavljaju bitan dio nacionalne baštine. Osvajači koji su željeli uništiti identitet određenoga naroda često su pribjegavali spaljivanju knjiga, kao što su to učinili Qin Shi Huang u Kini 213. godine pr. Kr., Španjolci u Meksiku 1520. godine i nacisti tijekom 1930-ih.¹²

2.1. Nakladništvo danas

Nakladništvo u Hrvatskoj nakon razdoblja rata suočilo se s nizom izazova i promjena. Jedna od bitnih promjena bila je uvođenje stope PDV-a

⁹ Usp. Zoran Velagić, *Uvod u nakladništvo*, Filozofski fakultet Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku i Odsjek za informacijske znanosti, Osijek, 2013., str. 7.

¹⁰ Philip Soundy Unwin – George Unwin – David H. Tucker, *History of Publishing*, <<https://www.britannica.com/topic/publishing>>, (11. X. 2023.)

¹¹ Miro Radalj, *Knjiga i nakladništvo u odnosima s javnošću*, Hrvatska sveučilišna naklada, Zagreb, 2016., str. 36.

¹² P. S. Unwin i dr., n. dj.

na određene vrste knjiga, uključujući stručne, znanstvene, umjetničke, kulturne i obrazovne sadržaje, te udžbenike za osnovnoškolsko, srednjoškolsko i visokoškolsko obrazovanje po stopi od 22 %.¹³ To je rezultiralo povećanjem cijena knjiga, što je dodatno opteretilo tešku situaciju hrvatskih nakladnika koji su se već suočavali s izazovima. Također, državne potpore izdvajale su se samo za izravno nakladništvo knjiga, a ne i za izgradnju potrebne infrastrukture za razvoj kvalitetne mreže knjižara. Ovo znači da se Vlada bavila samo dijelom problema, subvencionirajući same knjige, ali ne i marketing ili distribuciju, što je ostavilo izdavače s dodatnim teretom jer nisu bili dovoljno jaki da sami organiziraju takve aktivnosti.

Rigorozna stopa PDV-a od 22 % na knjige u Hrvatskoj ostala je na snazi do 2000. godine, kada je izmijenjena *Zakonom o izmjenama i dopunama Zakona o porezu na dodanu vrijednost* (*Narodne novine*, br. 54/2000). Ovim zakonom uvedena je snižena stopa PDV-a od 5 % na određene vrste knjiga, uključujući stručne, znanstvene i obrazovne sadržaje.¹⁴

Nakon što je Hrvatska 1. srpnja 2013. postala članicom Europske unije, usklađivanje s regulativom EU-a donijelo je promjene u oporezivanju elektroničkih knjiga. *Prema Zakonu o izmjenama i dopunama Zakona o porezu na dodanu vrijednost* (*Narodne novine*, br. 106/2018), od 1. siječnja 2019. godine smanjena je stopa PDV-a na elektroničke knjige s 25 % na 5 %, čime su elektroničke knjige izjednačene s ukoričenim izdanjima.¹⁵

Prema podacima iz 2014. godine možemo zaključiti da se u Hrvatskoj nakladništvom bavi stotinjak privatnih poduzeća i udruga. Samo manji broj njih isključivo se bavi izdavanjem knjiga kao svojom primarnom djelatnošću, a taj broj iznosi otprilike devedesetak nakladnika.¹⁶

¹³ „Zakon o porezu na dodanu vrijednost“, *Narodne novine*, 1995., 47, čl. 10.

¹⁴ „Zakon o izmjenama i dopunama Zakona o porezu na dodanu vrijednost“, *Narodne novine*, 2000., 54., čl. 10.

¹⁵ „Zakon o izmjenama i dopunama Zakona o porezu na dodanu vrijednost“, *Narodne novine*, 2018., 106., čl. 6.

¹⁶ Vidi Zoran Mihanović, Ivana Markotić, Marketing u nakladništvu – navike čitanja i kupnje knjiga sveučilišne studentske populacije, *Zbornik Sveučilišta u Dubrovniku*, 3(1), str. 135.-158.

Sve te promjene i izazovi utječu na nakladništvo u Hrvatskoj i oblikuju njegovu dinamiku, a ulazak u Europsku uniju donosi dodatne prilagodbe i zahtjeve za nakladnike.

2.2. Brendiranje sveučilišta i upravljanje imidžem

U suvremenome visokoškolskom okružju brendiranje sveučilišta postaje sve važniji strateški alat za jačanje institucionalnoga identiteta, privlačenje studenata, nastavnoga kadra i istraživača te za pozicioniranje na sve konkurentnijemu globalnom obrazovnom tržištu. Brend sveučilišta obuhvaća skup percepcija koje različite javnosti – studenti, roditelji, znanstvenici, poslodavci i partneri – imaju o vrijednostima, misiji, kvaliteti i ukupnu imidžu ustanove.¹⁷

Brendiranje u visokome obrazovanju nadilazi puko korištenje vizualnih elemenata (logotip, boje, slogan), riječ je o sustavnoj i strateškoj komunikaciji identiteta sveučilišta, njegovih vrijednosti, akademskih postignuća i društvenoga doprinosa¹⁸. Ključni elementi uključuju jasno definiranu misiju i viziju, kvalitetnu nastavnu i znanstvenu djelatnost, međunarodnu suradnju, društvenu odgovornost i iskustvo studenata tijekom studija. Upravljanje sveučilišnim brendom zahtijeva strateški pristup marketingu i komunikaciji, koji uključuje definiranje ciljnih skupina, prilagodbu poruka i izbor odgovarajućih kanala komunikacije. Sve se češće u toj strategiji ističe i nakladništvo kao sredstvo promocije znanstvenih i obrazovnih postignuća ustanove.

Nakladničke kuće unutar sveučilišta, poput *PRESSUM*-a na Sveučilištu u Mostaru, ne služe isključivo kao tehnički servis za tisak, nego predstavljaju komunikacijski kanal kojim se promiču znanstvena produkcija, stručnost, vrijednosti i ugled sveučilišta. Svaka knjiga, časopis ili zbornik objavljen pod institucionalnim logotipom dodatno učvršćuje identitet i pridonosi stvaranju prepoznatljivosti. Digitalno nakladništvo dodatno pojačava taj učinak jer omogućuje bržu diseminaciju sadržaja,

¹⁷ Jane Hemsley-Brown – Shivonne Goonawardana, Brand harmonization in the international higher education market, *Journal of Business Research*, 60(9), 2007, str. 942–948.

¹⁸ Steven Wayne Alessandri – Shu Yang – David F. Kinsey, An integrative approach to university visual identity and reputation, *Corporate Reputation Review*, 9(4), 2006, str. 258–270.

lakši pristup znanstvenim radovima i veću međunarodnu vidljivost. Otvoren pristup znanstvenim sadržajima putem digitalnih platformi, kao što su repozitoriji, elektronički časopisi ili baze podataka, pridonosi akademskom imidžu i jača ulogu sveučilišta kao relevantan i odgovoran izvor znanja.

2.3. Marketing u nakladništvu

Prema Colbertu marketing u kulturi „vještina je dosezanja tržišnih segmenata koji bi bili zainteresirani za proizvod, uz prilagođavanje promjenjivih elemenata marketinškog miksa – cijenu, distribuciju i promociju – kako bi proizvod bio u kontaktu s dovoljni brojem potrošača i kako bi se ostvarili ciljevi i misija organizacije“¹⁹. Priroda marketinškoga poslovanja u nakladništvu temeljno je slična onoj za ostale proizvode ili usluge na tržištu. U ovome sektoru vrijede ista osnovna načela marketinškoga pristupa, iako postoje specifičnosti i varijacije. Marketinški proces u nakladništvu obično počinje identifikacijom ključnih elemenata, poput određivanja ciljne publike, utvrđivanja tržišta na kojemu će se, primjerice, knjiga plasirati te izradom marketinškoga plana i strategija za privlačenje čitatelja. U marketinški orijentiranu nakladničkom poduzeću ključno je postaviti potrebe kupaca kao primarni fokus, prije donošenja odluka o razvoju proizvoda ili usluga. Razvoj knjige treba proizići iz duboka razumijevanja potreba ciljne publike. Pravi proizvod u ovome kontekstu jest onaj koji zadovoljava te potrebe i koji kupci žele kupiti po određenoj cijeni ili će razviti želju za njim nakon što saznaju za njegovo postojanje. U nakladništvu ovo uključuje uzimanje u obzir različitih elemenata, kao što su format knjige, broj stranica, broj ilustracija, autorske želje i pravilno stručno predstavljanje proizvoda na tržištu. Odluke o svim tim aspektima trebaju biti usmjerene prema potrebama i preferencijama ciljne publike, uz svrhu pružanja proizvoda koji će zadovoljiti njihova očekivanja i privući njihovu pažnju. Ovakav pristup naglašava važnost tržišnoga istraživanja, komunikacije s ciljanom publikom i prilagodbe proizvoda ili knjige kako bi se postigla

¹⁹ François Colbert, *Marketing u kulturi i umetnosti*, Clio, Beograd, 2010., str. 20.

maksimalna vrijednost za kupce, što je ključno za uspješno poslovanje u nakladništvu.

3. Nakladništvo sveučilišta

Nakladništvo pridonosi brendiranju i kreiranju imidža sveučilišta. Većina sveučilišta danas posjeduje vlastitu nakladničku kuću koja objavljuje većinu njihovih tiskanih materijala. Primjerice, poznatu knjigu *Public Relations* autora Edwarda Bernaysa objavio je *University of Oklahoma Press* 1952. godine, a knjigu *Strategy* izdao je *Harvard Business School Press*. Također, djelo *Political Communication Today* Duncana Wattsa objavio je *Manchester University Press*. Osim sveučilišnih udžbenika ove izdavačke kuće objavljuju i različite vrste publikacija, uključujući priručnike, godišnjake, monografije, filmove, vodiče, planove predavanja, brošure, plakate, letke i slično. Tako se sveučilišta i njihove sastavnice ističu kao važni izdavači raznolikih materijala.²⁰

Svjetski poznata sveučilišta, poput Oxforda, Cambridgea, MIT-a i Columbije, imaju vlastite nakladničke kuće koje igraju važnu ulogu u širenju znanja i pridonosenju ugledu tih sveučilišta, primjerice:

- *Oxford University Press* (OUP) jedna je od najpoznatijih i najvažnijih sveučilišnih nakladničkih kuća na svijetu. Objavljuje širok spektar materijala, uključujući sveučilišne udžbenike, znanstvene časopise, enciklopedije, rječnike, monografije, knjige iz društvenih i prirodnih znanosti, književnost, glazbu i mnoge druge teme. OUP poznat je po svojim kvalitetnim izdanjima i prisutnosti na globalnome tržištu.²¹ Poznati rječnik *Oxford English Dictionary* dio je njihove naklade.
- *Cambridge University Press & Assessment* također je istaknuta sveučilišna nakladnička kuća. Kao integrirani dio uglednoga Sveučilišta u Cambridgeu dijele zajedničku misiju: doprinos društvu

²⁰ Usp. Miro Radalj, *Odnosi s javnošću u neprofitnim organizacijama*, Hrvatska sveučilišna naklada, Hrvatska udruga za odnose s javnošću, Zagreb, 2018., str. 164.

²¹ „Oxford University Press“, <<https://global.oup.com/academic/aboutus/?lang=en&cc=us>>, (13. X. 2023.)

promicanjem obrazovanja, učenja i istraživanja na najvišim međunarodnim standardima izvrsnosti. Objavljuju sveučilišne udžbenike, akademske monografije, časopise, rječnike, enciklopedije i knjige različitih žanrova, uključujući humanističke, prirodne i društvene znanosti. Svakako da ima bogatu povijest i globalnu prisutnost.²²

- *MIT Press* dio je *Massachusetts Institute of Technology* (MIT) te se ponosi svojom pozicijom kao jedna od najprestižnijih i najvećih sveučilišnih tiskara u svijetu. Istaknuti izdavač knjiga i časopisa na području znanosti, tehnologije, umjetnosti, društvenih znanosti i dizajna. Knjige i časopisi iz *MIT Pressa* cijene se zbog svoje intelektualne hrabrosti, visokih znanstvenih standarda, interdisciplinarnoga pristupa i jedinstvenoga dizajna. Osim knjiga i monografija objavljuju i časopise, referentne materijale i knjige koje se bave inovacijama i tehnološkim napretkom.²³
- *Columbia University Press* tijekom povijesti pozicionirala se kao najprestižnija sveučilišna nakladnička kuća. Ponosi se svojom iznimno bogatom evidencijom izdanja u različitim disciplinama, uključujući znanost o klimi, kritičku teoriju, istočnoazijske studije, film, globalnu politiku, književnost, sociologiju, socijalni rad i poslovanje putem suradnje s *Columbia Business School*.²⁴

Sve ove nakladničke kuće imaju visok ugled u akademskome svijetu i pridonose širenju znanja kroz svoje publikacije. Osim sveučilišnih udžbenika objavljuju i akademske radove, stručne knjige i raznovrsne izvore koji podržavaju obrazovanje i istraživanje na globalnoj razini. To dokazuje da se znanstveno, akademsko ili sveučilišno nakladništvo temelji na znanstvenoj komunikaciji koju je dalje nemoguće odvojiti od znanstvene djelatnosti i moderne znanosti.²⁵ Indikativna je činjenica da

²² „Cambridge University Press & Assessment“, <<https://www.cambridge.org/about-us/annual-report/who-we-are>> (13. X. 2023.)

²³ „MIT Press“, <<https://mitpress.mit.edu/about/>>, (13. X. 2023.)

²⁴ „Columbia University Press“, <<https://cup.columbia.edu/>>, (13. X. 2023.)

²⁵ Usp. Josip Šimić – Dragan Babić, „Znanstvena komunikacija u biomedicini i zdravstvu“, *Zdravstveni glasnik*, god. 4. (2018.), br. 2., str. 68-70.

je u području znanstvenoga nakladništva najveći dio autora publiciranih u čitanim i visokorangiranim časopisima povezan s institucijama u industrijaliziranim, razvijenim zemljama.²⁶

4. Studija slučaja – Sveučilište u Mostaru

Sveučilište u Mostaru (SUM) ima široku i raznoliku nakladničku djelatnost koja obuhvaća mnoge aspekte. Prema informacijama dostupnima na mrežnoj stranici Sveučilišta ta izdavačka djelatnost uključuje objavljivanje knjiga, prijevoda vrijednih knjiga, udžbenika i monografija autora koji su nastavnici i suradnici članica Sveučilišta, zbornika radova članica Sveučilišta, izvješća s konferencija, kongresa i simpozija, koje organiziraju Sveučilište i njegove članice, kao i službenih i periodičnih publikacija Sveučilišta u različitim formatima, uključujući tiskana izdanja, izdanja diseminirana putem računalnih mreža, videozapisa i ton-skih zapisa te drugih oblika izdanja.²⁷

4.1. Sveučilišna nakladnička kuća PRESSUM

Godine 2019. pokrenuta je Sveučilišna nakladnička kuća *PRESSUM* koja predstavlja posebno tijelo odgovorno za izdavanje različitih publikacija u okviru Sveučilišta.²⁸ Sljedeće godine uspostavljena je Sveučilišna tiskara s ciljem tiskanja publikacija i materijala vezanih za Sveučilište u Mostaru.²⁹

Djelovanje Sveučilišne nakladničke kuće *PRESSUM* zasniva se na „pet prozora znanstvene komunikacije“³⁰ kojima je cilj na jednome mje-

²⁶ Usp. Françoise Salager-Meyer, „Scientific publishing in developing countries: Challenges for the future“, *Journal of English for Academic Purposes*, god. 7. (2008.), br. 2, str. 121-132.

²⁷ „Sveučilište u Mostaru“, < <https://www.sum.ba/en/objave/novosti/pressum:-rast-i-razvoj-akademskog-nakladnistva-na-sveucilistu-u-mostaru> <https://www.sum.ba/en/objave/novosti/pressum:-rast-i-razvoj-akademskog-nakladnistva-na-sveucilistu-u-mostaru->> (3. IV. 2025.)

²⁸ „PRESSUM“, <https://pressum.sum.ba> (3. IV. 2025.)

²⁹ Usp. Vladimir Ruf, „Povijesni razvoj znanstvenoga nakladništva na nekoliko primjera“, *Zdravstveni glasnik*, god. 7. (2021.), br. 1., str. 129-131.

³⁰ Josip Šimić, „Pet prozora znanstvene komunikacije – Platforma PRESSUM“, *Znanost, znanstvena komunikacija i časopisi*, Mostar, 2020.

stu objediniti znanstvenu infrastrukturu Sveučilišta u Mostaru. Portal za akademsko udruživanje časopisa *SUMPAUK* predstavlja središnji registar za pristup znanstvenim i stručnim časopisima te zbornicima na Sveučilištu u Mostaru. Cilj je *SUMPAUK*-a povećati vidljivost, pristup i upotrebu rezultata znanstveno-istraživačkih radova objavljenih u časopisima i zbornicima na Sveučilištu u Mostaru / u Bosni i Hercegovini. *SUMPAUK* čine: Tim *SUMPAUK*-a kao operativno tijelo, Savjetodavni odbor koji sudjeluje u praćenju rada i planiranju razvoja u području znanstvenoga nakladništva, otvorene znanosti, etičkih standarda i pitanja autorskih prava te Tehnički tim koji se brine o pouzdanu radu portala te planira i obavlja poslove razvoja i održavanja *SUMPAUK*-a. Unos radova iz časopisa i zbornika obavlja tehnički urednik svake serijske publikacije, koji je administrator s ovlastima uređivanja i objave sadržaja u *SUMPAUK*-u.³¹ On obuhvaća sve znanstvene časopise i zbornike sa Sveučilišta, a cilj je razvoja ove baze povećanje ukupne vidljivosti serijskih publikacija, digitalizacija te podizanje kvalitete i ujednačavanje standarda u razvoju časopisa.^{32 33}



Slika 1. Pet prozora znanstvene komunikacije

Digitalni akademski repozitorij ocjenskih radova *VIDRA* sustav je, odnosno repozitorij, koji pohranjuje podatke o ocjenskim (završnim, diplomskim, specijalističkim i doktorskim) radovima na Sveučilištu u Mostaru radi olakšanja pohrane ocjenskih radova i pristupa istima u otvorenome pristupu, što bi dovelo do veće međunarodne vidljivosti i

³¹ „O sustavu *SUMPAUK* – Registar izdanja *SUMPAUK*“, <https://pauk.sum.ba/o-sustavu> (27. III. 2025)

³² „Časopisi – Registar izdanja *SUMPAUK*“ <https://pauk.sum.ba/casopisi> (27. III. 2025)

³³ „Zbornici – Registar izdanja *SUMPAUK*“, <https://pauk.sum.ba/zbornici> (27. III. 2025)

prepoznatljivosti Sveučilišta, kao i dostupnosti rezultata istraživanja u digitalnome prostoru, s posebnim naglaskom na doktorske disertacije i rezultate istraživanja istih.³⁴

Sustav *Knjige/e-Knjige* u sklopu Sveučilišne nakladničke kuće *PRESSUM* stvoren je s ciljem praćenja nakladničke djelatnosti Sveučilišta u Mostaru i vidljivosti svih omeđenih, tj. neserijskih publikacija (monografije, udžbenici, katalogi, priručnici itd.).³⁵

Sveučilište u Mostaru posjeduje i *Registar radova* kao središnju bazu bibliografskih podataka o objavljenim radovima djelatnika ovoga sveučilišta. Ova baza služi praćenju znanstvene produktivnosti djelatnika te joj je svrha unutarnja i vanjska provjera Sveučilišta. Osim toga, *Registar radova* razvija se i kao digitalni repozitorij koji omogućuje pohranu cjelokupnih radova, uz suglasnost autora i uz uvjet da radovi nisu zaštićeni autorskim pravima. Uključuje i pohranu završnih i diplomskih radova te doktorskih disertacija studenata Sveučilišta u Mostaru.

Ovim naporima Sveučilište u Mostaru prilagođava se suvremenim trendovima u nakladništvu, uključujući sve veću prisutnost elektroničkih knjiga i digitalnih izdanja koja postaju sve uobičajenija, čak i u Bosni i Hercegovini.

Još jedan od načina kako *PRESSUM* pridonosi brendiranju i vidljivosti Sveučilišta u Mostaru dolazi iz *Pravilnika o nakladničkoj djelatnosti Sveučilišta u Mostaru* u kojemu je navedeno kako su izgled i identifikacija publikacija koje izdaje *PRESSUM* određeni priložima u skladu s člankom, tj. na naslovnici sveučilišnih udžbenika, časopisa, zbornika radova i ostalih službenih publikacija Sveučilišta mora se nalaziti logotip *PRESSUM*-a, a izgled navedenih stranica i odgovarajućih priloga mijenja se samo u iznimnim slučajevima, odlukom Senata Sveučilišta.³⁶ Budući da logotip *PRESSUM*-a u sebi ima inkorporiran logotip Sveučilišta, to na izvjestan način pridonosi brendiranju samoga Sveučilišta na svakoj od publikacija koju producira. Uz to, logotip ili natpis *PRESSUM*-a

³⁴ „Repozitorij ocjenskih radova - VIDRA“, <https://vidra.sum.ba/> (27. III. 2025)

³⁵ „Knjige/e-Knjige“, <https://book.pressum.sum.ba> (27. III. 2025)

³⁶ „Pravilnik o nakladničkoj djelatnosti Sveučilišta u Mostaru“, *Sveučilište u Mostaru*, 2019., 3., čl. 5.

također se nalaze u impresumima publikacija, posebice časopisa, čime dobiva na vidljivosti u digitalnim bazama podataka u kojima se navedene publikacije indeksiraju.



Slika 2. Dvije varijante PRESSUM-ova logotipa

U Tablici 1 prikazana je aktivnost Sveučilišne nakladničke kuće *PRESSUM* kroz godine.

Tablica 1. Statistika *PRESSUM*-a (2020. – 2024.)

Godina	Publikacije	Primjeraka
2020.	12	535
2021.	38	2426
2022.	46	4398
2023.	35	2152
2024.	33	4454
UKUPNO	164	13 965

Analiza ovih brojki može pružiti dublji uvid u to kako aktivnosti Sveučilišne nakladničke kuće *PRESSUM* pridonose brendiranju Sveučilišta u Mostaru:

- Povećanje ugleda i prepoznatljivosti Sveučilišta – ukupan broj publikacija, odnosno naslova, povećao se tijekom godina, što ukazuje na rastuću znanstvenu i intelektualnu aktivnost unutar Sveučilišta. Veći broj publikacija obično označava visoku razinu istraživanja i znanstvene izvrsnosti, što dodatno gradi njegov ugled.

- Unapređenje raznolikosti izdavačke ponude – riječ je o različitim publikacijama, od knjiga, monografija, brošura do časopisa, što ukazuje na bogatstvo područja i disciplina koje Sveučilište pokriva.
- Povećanje dostupnosti i učinkovitosti obrazovnih materijala – skoro 14 tisuća primjeraka publikacija tiskanih od 2020. godine ukazuje na opskrbu obrazovnih materijala i njihovu dostupnost studentima.
- Pozitivan utjecaj na znanstvene projekte i suradnje – stručne knjige, udžbenici i ostale tiskovine znanstveni su doprinos, koji stvara pozitivan utjecaj Sveučilišta na lokalnoj, nacionalnoj i međunarodnoj razini kroz istraživačke projekte.

Sve navedeno pridonosi ne samo bogatstvu znanja koje se širi kroz raznolike publikacije nego stvara i pozitivan dojam o Sveučilištu i njegovoj predanosti obrazovanju, istraživanju te stvaranju vrijednosti za akademsku zajednicu i šire. Ovi podatci naglašavaju i ulogu nakladničkih aktivnosti u brendiranju Sveučilišta i njegova pozicioniranja kao središta znanja i istraživanja.

4.2. Časopisi u nakladi Sveučilišta u Mostaru i Sveučilišne nakladničke kuće PRESSUM

U nakladi Sveučilišta u Mostaru i Sveučilišne nakladničke kuće PRESSUM, zaključno s 1. veljače 2025. godine, publicira se sljedećih dvanaest časopisa: *Akademija: časopis za umjetnost, kulturu i znanost*; *Annals of Biomedical and Clinical Research (ABCR)*; *e-Zbornik, elektronički zbornik radova Građevinskog fakulteta*; *Hercegovina. Časopis za kulturno i povijesno nasljeđe*; *HUM – časopis Filozofskog fakulteta Sveučilišta u Mostaru*; *IJISE - International Journal of Innovative Solutions in Engineering*; *Medicina Academica Integrativa*; *MOSTARIENSIA*; *South Eastern European Journal of Communication*; *Zbornik radova Ekonomskog fakulteta Sveučilišta u Mostaru*; *Zbornik radova Pravnog fakulteta Sveučilišta u Mostaru* i *Zdravstveni glasnik / Health Bulletin*.

Svi navedeni časopisi dostupni su u otvorenu pristupu. U Tablici 2 mogu se vidjeti prikaz časopisa u nakladi Sveučilišta u Mostaru i Sveučilišne nakladničke kuće *PRESSUM* te osnovni pokazatelji o časopisima.

Tablica 2. Prikaz produktivnosti časopisa u nakladi Sveučilišta u Mostaru i Sveučilišne nakladničke kuće *PRESSUM*

Naziv časopisa	Znanstveno područje	xJezik časopisa	Izlazi od	Ukupan broj brojeva	Broj radova u posljednjih 5 godina	Onli-ne-only
Akademija: časopis za umjetnost, kulturu i znanost	Humanističke znanosti	Hrvatski/engleski	2006. – 2013.; 2021. – danas	15 (4 u trenutačnoj seriji)	31	Ne
Annals of Biomedical and Clinical Research (ABCR)	Medicinske znanosti	Engleski	2022. – danas	5	36	Ne
e-Zbornik, elektronički zbornik radova Građevinskog fakulteta	Tehničke znanosti i tehnologija	Hrvatski/engleski	2011. – danas	28 + 2 posebna izdanja	78	Da
Hercegovina. Časopis za kulturno i povijesno nasljeđe	Humanističke znanosti	Hrvatski/engleski	1981. – 1990.; 1995. – 2011.; 2015. – danas	24 (10 u trenutačnoj seriji)	82	Ne
HUM – časopis Filozofskog fakulteta Sveučilišta u Mostaru	Društvene znanosti; Humanističke znanosti	Hrvatski/engleski	2006. – danas	32	72	Ne
IJISE – International Journal of Innovative Solutions in Engineering	Tehničke znanosti i tehnologija	Engleski	2025. – danas	1	5	Da
Medicina Academica Integrativa	Medicinske znanosti	Engleski	2024. – danas	1	14	Ne

MOSTARIENSIA	Društvene znanosti; Humanističke znanosti	Hrvatski/engleski/njemački	1994. – 2010.; 2014. – danas	50 (19 u trenutnoj seriji)	107	Ne
South Eastern European Journal of Communication	Društvene znanosti	Hrvatski/engleski	2019. – danas	12	92	Ne
Zbornik radova Ekonomskog fakulteta Sveučilišta u Mostaru	Društvene znanosti	Hrvatski/engleski	1995. – danas	30	53	Ne
Zbornik radova Pravnog fakulteta Sveučilišta u Mostaru	Društvene znanosti	Hrvatski/engleski	1998. – danas	32	29	Ne
Zdravstveni glasnik / Health Bulletin	Medicinske znanosti	Hrvatski/engleski (2015. – 2022.); engleski (2023. – danas)	2015. – danas	20	135	Da

Vidljivo je da od navedenih dvanaest časopisa njih pet publicira radove iz područja društvenih znanosti, tri objavljuju radove iz područja humanističkih znanosti, tri su orijentirana na područje medicinskih znanosti, dok dva časopisa pripadaju području tehničkih znanosti i tehnologije. Dva časopisa objavljuju radove iz područja društvenih i iz područja humanističkih znanosti, jer se radi o časopisima institucija koje proučavaju oba znanstvena područja. Klasifikacija znanstvenih područja izvršena je prema relevantnoj klasifikaciji znanosti koju je donijela Organizacija za ekonomsku suradnju i razvoj (OECD, *Organisation for Economic Cooperation and Development*)³⁷, a koja se u prilagođenoj formi koristi i u Bosni i Hercegovini.³⁸

³⁷ Vidi OECD, *Frascati Manual 2015: Guidelines for Collecting and Reporting Data on Research and Experimental Development, The Measurement of Scientific, Technological and Innovation Activities*, OECD Publishing, Paris, 2015.

³⁸ Vidi „Naputak o metodologijskom okviru i principima za izradu Pravilnika o klasifikaciji znanstvenih područja, polja i grana“, *Službeni glasnik Bosne i Hercegovine*, 2012., 47.

U svih dvanaest časopisa rad je moguće objaviti na engleskome jeziku, sedam njih dvojezično je te je jedan časopis trojezičan. Časopisi se publiciraju višejezično iz više razloga – primarno zbog poticanja široka širenja njihova rada, lakšega indeksiranja u relevantne međunarodne baze podataka, širenja reputacije i stvaranja mreže inozemnih suradnika.³⁹

Baethge navodi da su se mnogi urednici časopisa u zemljama u kojima engleski nije prvi jezik počeli okretati objavljivanju i na engleskome i na lokalnome jeziku⁴⁰, dok Bosch i sur., urednici španjolskoga biomedicinskog časopisa *Revista Española de Cardiología*, smatraju kako bi „očuvanje španjolskog jezika (u časopisu) imalo učinak dvostrukog jačanja istražne aktivnosti u zemljama španjolskog govornog područja“⁴¹.

Zanimljiv je slučaj dvojezičnoga časopisa *Zdravstveni glasnik / Health Bulletin* koji se nakon sedam godina izlaženja na engleskome i hrvatskome jeziku odlučio na publiciranje samo na engleskome jeziku.⁴² Uz navedeni, i ostali časopisi u nakladi Sveučilišta u Mostaru i Sveučilišne nakladničke kuće *PRESSUM* iz područja medicinskih znanosti objavljuju se isključivo na engleskome jeziku. Publiciranje radova iz područja biomedicine i zdravstva na navedenome jeziku važno je jer je engleski i dalje prevladavajući jezik za većinu medicinskih radova (i elektroničkih i tradicionalnih – tiskanih publikacija). Osim toga, časopisi s najvećim čimbenicima odjeka (*impact factor*) objavljuju se na engleskome jeziku, a time publikacija povećava vidljivost autora i njihovih institucija.⁴³ Ako uzmemo u obzir da Sveučilište u Mostaru teži internacionalizaciji i

³⁹ Usp. Greg Morley – Mary Ellen Kerans, „Bilingual publication of academic journals: motivations and practicalities. Supporting Research Writing“, Valerie Matarese (ur.), *Supporting Research Writing: Roles and Challenges in Multilingual Settings*, Chandos Publishing, 2013.

⁴⁰ Usp. Christopher Baethge, „The languages of medicine“, *Deutsches Ärzteblatt International*, god. 105. (2008.), br. 3., str. 37-40.

⁴¹ Usp. Xavier Bosch – Julian P Villacastín – Fernando Alfonso „Edición en inglés por Internet. Un nuevo gran paso adelante de Revista Española de Cardiología [English edition of the Revista Española de Cardiología on the Internet. A new big step forward]“. *Revista Española de Cardiología*, god. 55. (2002.), br. 1., str. 1-3.

⁴² Vidi Dragan Babić, „Editorial“, *Zdravstveni glasnik/Health Bulletin*, god. 9. (2023.), br. 1., str. 8.

⁴³ Usp. Todd H. Baron, „ABC’s of writing medical papers in English“, *Korean Journal of Radiology*, god. 13. (2012.), br. S1., str. 1-11.

usponu na svjetskim rang-listama kao strateškim ciljevima⁴⁴, pri čemu je kvaliteta znanstveno-istraživačke djelatnosti jedan od važnih čimbenika, poglavito na engleskome jeziku kao svojevrsnome *lingua franca* suvremene znanosti i tehnologije, iz toga proizlazi doprinos brendiranju Sveučilišta samim publiciranjem na tome jeziku.^{45 46}

Od dvanaest časopisa, koje Sveučilište u Mostaru i Sveučilišna nakladnička kuća *PRESSUM* publiciraju, tri izlaze u *online-only* formi, što znači da ne izlaze u tiskanome izdanju. *Online-only* časopisi, kao i oni tiskani, imaju svoje prednosti i mane. Tiskani časopisi imaju neizbježna kašnjenja te često visoke troškove, a *online* časopisi dopuštaju objavu u digitalnome obliku prije tiskane inačice, što može trajati mjesecima (a ponekad i godinu dana ili više). Duga kašnjenja mogu negativno utjecati na imidž časopisa. Časopisi koji se publiciraju *online*, a posebno oni u otvorenu pristupu, imaju tendenciju da se češće citiraju. Izuzev toga, pojedinci za razloge prelaska na *online-only* formu časopisa navode: ekološki prihvatljiviji format, mogućnost razvoja medijske platforme i tehnologija koje se temelje na njoj, bogatiji digitalni sadržaj (zbog činjenice da pojedini tiskani časopisi ne publiciraju stranice u boji, lakšu pripremu samih članaka zato što autori danas češće koriste internetske izvore i članke u PDF formatu itd.⁴⁷ Za primarnu prednost *online* izdanja u odnosu na tiskana smatra se mogućnost primjene altmetrije (*altmetrics; alternative metrics*), tj. alternativne bibliometrijske metode koja može pomoći u lakšoj evaluaciji znanstvenoga doprinosa, znanstvenoga utjecaja te interakcije i utjecaja na širu javnost mjerenjem angažmana u istraživanju, prijenosu članaka iz časopisa na raznim blogovima, društvenim mrežama i drugim internetskim izvorima. *Online* interakcije i

⁴⁴ Vidi Sveučilište u Mostaru, *Strategija razvoja Sveučilišta u Mostaru za razdoblje 2023. – 2028.*, Sveučilište u Mostaru, Mostar, 2023.

⁴⁵ Usp. Ana Cristina Suzina, „English as lingua franca. Or the sterilisation of scientific work“, *Media, Culture & Society*, god. 43. (2020.), br. 1., str. 171-179.

⁴⁶ Usp. Raoul Kamadjeu, „English: the lingua franca of scientific research“, *The Lancet Global Health*, god. 7. (2019.), br. 9., str. e1174..

⁴⁷ Usp. Oleksii O. Tymofieiev – Ievgen I. Fesenko – Evangelos G. Kilipiris, „Evolving: becoming a printable digital-only journal from January 2022“, *Journal of Diagnostics and Treatment of Oral and Maxillofacial Pathology*, god. 5. (2021.), br. 12., str. 137-138.

mogućnost laka dijeljenja jedna su od najvećih prednosti *online* publikacije u odnosu na tiskanu.⁴⁸

Zaključak

Ovaj rad pruža dubok uvid u povezanost suvremenoga menadžmenta i nakladništva, posebno s fokusom na nakladničke aktivnosti sveučilišta, kroz studiju slučaja Sveučilišta u Mostaru i Sveučilišne nakladničke kuće *PRESSUM*. Prikazano je koliko je nakladništvo, poput *PRESSUM*-a, postalo snažan alat za brendiranje sveučilišta, ali i njegovu ulogu u stvaranju akademskoga identiteta i međunarodnoga utjecaja.

Suvremeni menadžment, definiran i analiziran u ovome radu, pokazuje kako upravljanje efikasnošću i učinkovitošću ključno utječe na postizanje ciljeva organizacije, uključujući i sveučilišta. Suvremeni menadžment potiče organizacije da budu prilagodljive, inovativne i usmjerene na ostvarivanje vrijednosti. Nakladništvo, posebno u digitalnome dobu, prolazi kroz duboke transformacije. Sveučilišta prepoznaju važnost posjedovanja vlastitih nakladničkih kuća, koje ne samo da objavljuju znanstvene radove i udžbenike nego i pridonose oblikovanju identiteta sveučilišta i promociji njihovih intelektualnih dostignuća.

Sveučilište u Mostaru, putem Sveučilišne nakladničke kuće *PRESSUM*, ostvarilo je važan doprinos u širenju znanja i obrazovanju kroz objavljivanje publikacija od početka rada tiskare u listopadu 2020. godine pa sve do ovoga trenutka. Analizom brojeva i trendova nakladničke djelatnosti vidljivo je kako se ovakve aktivnosti odražavaju na kontinuiran rast i razvoj nakladničke ponude. Sveučilište je tijekom godina objavilo znatan broj naslova, što je rezultiralo tisućama primjeraka publikacija. Ovo ne samo da potvrđuje njegovu obvezu prema širenju znanja nego gradi i njegov pozitivan dojam i ugled.

Ovaj rad potvrđuje važnost sveučilišnih nakladničkih kuća u suvremenome kontekstu i njihovu ulogu u širenju znanja i brendiranju sveučilišta. Nakladništvo nije samo poslovna djelatnost nego je i ključan

⁴⁸ Usp. Eleanor Jane Turner – Diana Brahams, „Online-only versus printed publication“, *Medico-Legal Journal*, god. 93. (2025.), br. S1., str. 1-2.

nositelj akademske izvrsnosti i prenošenja intelektualnoga naslijeđa. Istraživanje ovih aspekata menadžmenta i nakladništva može biti korisno za daljnje razumijevanje njihove međusobne dinamike i doprinosa obrazovanju.

Literatura

- „Cambridge University Press & Assessment“, <https://www.cambridge.org/about-us/annual-report/who-we-are> (13. X. 2023.)
- „Columbia University Press“, <https://cup.columbia.edu/>, (13. X. 2023.)
- „Časopisi – Registar izdanja SUMPAAK“ <https://pauk.sum.ba/casopisi>
- „Knjige/e-Knjige“, <https://book.pressum.sum.ba>
- „Ministarstvo kulture i medija“, <https://min-kulture.gov.hr/eu-kultura/izdvojena-lijeva/kulturne-djelatnosti-186/knjiga-i-nakladnistvo/360> (12. X. 2023.)
- „MIT Press“, <https://mitpress.mit.edu/about/>, (13. X. 2023.)
- „Naputak o metodologijskom okviru i principima za izradu Pravilnika o klasifikaciji znanstvenih područja, polja i grana“, *Službeni glasnik Bosne i Hercegovine*, 2012., 47.
- „O sustavu SUMPAAK – Registar izdanja SUMPAAK“, <https://pauk.sum.ba/o-sustavu>
- „Oxford University Press“, <https://global.oup.com/academic/about-us/?lang=en&cc=us>, (13. X. 2023.)
- „Pravilnik o nakladničkoj djelatnosti Sveučilišta u Mostaru“, Sveučilište u Mostaru, 2019., 3., čl. 5.
- „PRESSUM“, <https://pressum.sum.ba> (3. IV. 2025.)
- „Repozitorij ocjenskih radova - VIDRA“, <https://vidra.sum.ba/>
- „Unwin, Philip Soundy – Unwin, George – Tucker, David H., History of Publishing“, <https://www.britannica.com/topic/publishing>, (11. X. 2023.)

- „Zakon o izmjenama i dopunama Zakona o porezu na dodanu vrijednost“, *Narodne novine*, 2000., 54., čl. 10.
- „Zakon o izmjenama i dopunama Zakona o porezu na dodanu vrijednost“, *Narodne novine*, 2018., 106., čl. 6.
- „Zakon o porezu na dodanu vrijednost“, *Narodne novine*, 1995., 47., čl. 10.
- Alessandri, Steven Wayne – Yang, Shu – Kinsey, David F., „An integrative approach to university visual identity and reputation“, *Corporate Reputation Review*, god. 9. (2006.), br. 4., str. 258–270.
- Babić, Dragan, „Editorial“, *Zdravstveni glasnik/Health Bulletin*, god. 9. (2023.), br. 1., str. 8.
- Baethge, Christopher, „The languages of medicine“, *Deutsches Ärzteblatt International*, god. 105. (2008.), br. 3., str. 37-40.
- Baron, Todd H., „ABC’s of writing medical papers in English“, *Korean Journal of Radiology*, god. 13. (2012.), br. S1., str. 1-11.
- Bosch, Xavier – Villacastín, Julian P. – Alfonso, Fernando, „Edición en inglés por Internet. Un nuevo gran paso adelante de Revista Española de Cardiología“, *Revista Española de Cardiología*, god. 55. (2002.), br. 1., str. 1-3.
- Brawerman, Harry, *Rad i monopolistički kapital*, Globus, Zagreb, 1983., str. 61.
- Buble, Marin, *Menadžment*, Ekonomski fakultet, Split, 2006.
- Certo, Samuel C. – Certo, S. Travis, *Moderni menadžment*, 10. izdanje, Mate, Zagreb, 2008.
- Colbert, Francois, *Marketing u kulturi i umetnosti*, Clio, Beograd, 2010., str. 20.
- Gordon, Judith R. i dr., *Management and Organizational Behavior*, Allyn and Bacon, Boston, 1990.
- Hemsley-Brown, Jane – Goonawardana, Shivonne, „Brand harmonization in the international higher education market“, *Journal of Business Research*, god. 60. (2007.), br. 9., str. 942–948.

- Kamadjeu, Raoul, „English: the lingua franca of scientific research“, *The Lancet Global Health*, god. 7. (2019.), br. 9., str. e1174.
- Mihanović, Zoran – Markotić, Ivana, *Marketing u nakladništvu – navike čitanja i kupnje knjiga sveučilišne studentske populacije*, 3. Zbornik Sveučilišta u Dubrovniku, str. 135.-158.
- Morley, Greg – Kerans, Mary Ellen, „Bilingual publication of academic journals: motivations and practicalities“, *Supporting Research Writing*, Valerie Matarese (ur.), Chandos Publishing, 2013., str. 121-137.
- OECD, *Frascati Manual 2015: Guidelines for Collecting and Reporting Data on Research and Experimental Development, The Measurement of Scientific, Technological and Innovation Activities*, OECD Publishing, Paris, 2015.
- Radalj, Miro, *Knjiga i nakladništvo u odnosima s javnošću*, Hrvatska sveučilišna naklada, Zagreb, 2016.
- Radalj, Miro, *Odnosi s javnošću u neprofitnim organizacijama*, Hrvatska sveučilišna naklada, Hrvatska udruga za odnose s javnošću, Zagreb, 2018.
- Ruf, Vladimir, „Povijesni razvoj znanstvenoga nakladništva na nekoliko primjera“, *Zdravstveni glasnik*, god. 7. (2021.), br. 1., str. 129-131.
- Salager-Meyer, Françoise, „Scientific publishing in developing countries: Challenges for the future“, *Journal of English for Academic Purposes*, god. 7. (2008.), br. 2., str. 121-132.
- Sikavica, Pere – Bahtijarević-Šiber, Fikreta – Pološki-Vokić, Nina, *Temelji menadžmenta*, Školska knjiga, Zagreb, 2008.
- Suzina, Ana Cristina, „English as lingua franca. Or the sterilisation of scientific work“, *Media, Culture & Society*, god. 43. (2020.), br. 1., str. 171-179.
- Sveučilište u Mostaru, <https://www.sum.ba/en/objave/novosti/pressum:-rast-i-razvoj-akademskog-nakladnistva-na-sveucilistu-u-mostaru-> (3. IV. 2025.)

- Sveučilište u Mostaru, *Strategija razvoja Sveučilišta u Mostaru za razdoblje 2023. – 2028.*, Sveučilište u Mostaru, Mostar, 2023.
- Šimić, Josip – Babić, Dragan, „Znanstvena komunikacija u biomedicini i zdravstvu“, *Zdravstveni glasnik*, god. 4. (2018.), br. 2., str. 68-70.
- Šimić, Josip, „Pet prozora znanstvene komunikacije – Platforma PRESSUM“, *Znanost, znanstvena komunikacija i časopisi*, Mostar, 2020.
- Turner, Eleanor Jane – Brahams, Diana, „Online-only versus printed publication“, *Medico-Legal Journal*, god. 93. (2025.), br. S1., str. 1-2.
- Tymofieiev, Oleksii O. – Fesenko, Ievgen I. – Kilipiris, Evangelos G., „Evolving: becoming a printable digital-only journal from January 2022“, *Journal of Diagnostics and Treatment of Oral and Maxillofacial Pathology*, god. 5. (2021.), br. 12., str. 137-138.
- Velagić, Zoran, *Uvod u nakladništvo*, Filozofski fakultet Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku i Odsjek za informacijske znanosti, Osijek, 2013.
- Zbornici – Registar izdanja SUMPAAUK, <https://pauk.sum.ba/zbornici>