Novi trendovi kod nakladnika - priručnici self-help literature

Parać, Petra

Master's thesis / Diplomski rad

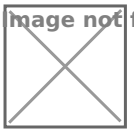
2016

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zadar / Sveučilište u Zadru**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:162:666341

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

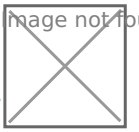
Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-29**



Repository / Repozitorij:

University of Zadar Institutional Repository





Sveučilište u Zadru

Odjel za informacijske znanosti
Diplomski sveučilišni studij Informacijskih znanosti - knjižničarstvo
(jednopredmetni)

Petra Parać

Novi trendovi kod nakladnika - priručnici self-help literature

Diplomski rad

Zadar, 2016.

Sveučilište u Zadru

Odjel za informacijske znanosti
Diplomski sveučilišni studij Informacijskih znanosti - knjižničarstvo (jednopredmetni)

Novi trendovi kod nakladnika - priručnici self-help literature

Diplomski rad

Student/ica:
Petra Parać

Mentor/ica:
doc. dr. sc. Nives Tomašević

Zadar,2016.

Izjava o akademskoj čestitosti

Ja, **Petra Parać,** ovime izjavljujem da je moj **diplomski** rad pod naslovom **Novi trendovi u nakladništvu-priručnici self help literature** rezultat mojega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na izvore i radove navedene u bilješkama i popisu literature. Ni jedan dio mojega rada nije napisan na nedopušten način, odnosno nije prepisan iz necitiranih radova i ne krši bilo čija autorska prava.

Izjavljujem da ni jedan dio ovoga rada nije iskorišten u kojem drugom radu pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj, obrazovnoj ili inoj ustanovi.

Sadržaj mojega rada u potpunosti odgovara sadržaju obranjenoga i nakon obrane uređenoga rada.

Zadar, 16. lipanj 2016.

Sadržaj

1.Uvod ... 6
2. Naslovi knjiga samopomoći i odabrani nakladnici ... 8
2.1. Naklada Ljevak ... 9
2.1.1. Ljubavologija, Bruno Šimleša ... 10
2.1.2. Ostali naslovi ovog autora ... 11
2.2.V.B.Z. ... 13
2.2.1. Moć sadašnjeg trenutka u praksi, Eckhart Tolle ... 14
2.2.2. Kako iscijeliti duh i tijelo, Louise Hay ... 15
2.3.Planetopija ... 16
2.3.1. Boginje ne stare, Dr. Christianne Northrup ... 18
2.4.Znanje ... 19
2.4.1.Iscijeljenje uz anđele, Doreen Virtue ... 20
2.5.Dvostruka Duga ... 21
2.5.1.Deepak Chopra, Mir je put ... 22
2.6.Algoritam- Profil- Mozaik ... 23
2.6.1.Tkanje života,Mirjana Krizmanić(Profil) ... 23
2.6.2.Ostali naslovi ove autorice: ... 25
2.6.3.Ivana Šešo, Emina Pršić, Nedostaje?Ne. Dosta je! (Kako preživjeti slom duše) (Algoritam) . 27
2.7.Hena-com ... 28
2.7.1. Lari Mari, Zlatni mjesec ... 29
3. Prodaja i reklamiranje knjiga: marketing ... 33
3.1. Osnove marketinga ... 33
3.1.1. Promocija i funkcioniranje marketinga ... 34
3.1.2. Facebook i internet kao način oglašavanja ... 37
4. Svrha i metoda istraživanja mrežne stranice, mrežnih mjesta i naslovnice ... 40
4.1.Analiza mrežnih stranica ... 40
4.1.1. Nakladnička kuća Ljevak ... 42
4.1.2.Nakladnička kuća V.B.Z. ... 43
4.1.3. Nakladnička kuća Algoritam ... 44
4.1.4.Nakladnička kuća Hena-com ... 45
4.2.Analiza mrežnih mjesta na mrežnim stranicama ... 47
4.3.Analiza naslovnica ... 52
4.3.1.Ljubavologija ... 54

4.3.2.Tkanje života 55
4.3.3.Nedostaje? Ne. Dosta je!, Ivana Šešo i Emina Pršić 56
4.3.4.Zlatni mjesec, Lari Mari 57
5.Metoda intervjua 59
5.1.Rasprava i rezultati 60
6.Ukratko o ispitanim knjižnicama 63
6.1.Analiza podataka o posuđenosti knjiga 67
6.2.Knjige – ukupna posuđenost 68
6.3.Naslovi autora - ukupna posuđenost 69
7.Pomaže li literatura samopomoći 70
7.1.Biblioterapija - knjiga može čovjeku pomoći 71
7.2.Problemi mladih - biblioterapija i samopomoć 72
7.3.Knjige samopomoći za one koji si ne mogu priuštiti psihoterapiju 80
8.Zaključak 83
9.Abstract: New trends in publisher- manuals of *self-help* literature 88
10. Literatura 89
11. Prilozi 94
Prilog 1. Bruno Šimleša - transkript intervjua 94
Prilog 2. Mirjana Krizmanić - transkript intervjua 96
Prilog 3. Ivana Šešo i Emina Pršić - transkript intervjua 100
Prilog 4. Lari Mari - transkript intervjua 102

Sažetak

Svrha je ovog rada analiza pristupa nakladničkih kuća prema autorima i naslovima koji se odnose na novi trend u nakladništvu - *self-help* literaturi. U radu su prikazane mogućnosti koje *self-help* literatura može ponuditi. Krajnji je cilj dobivanje odgovora na pitanje na koji se način ova literatura može koristiti u psihoterapijske i biblioterapijske svrhe, točnije na koji način ona može pomoći čovjeku. S ciljem dobivanja odgovora na postavljenja pitanja, u radu se predstavljaju nakladnici, autori i naslovi *self-help* literature. U radu se provodi više istraživačkih metoda od kojih su najznačajnije analiza mrežnih stranica nakladnika i analiza mrežnih sadržaja predstavljenih naslova. S ciljem dobivanja informacija o posudbi *self-help* literature proveden je intervju na uzorku od šest knjižnica. Dobiveni rezultati otkrivaju broj posuđenih jedinica *self-help* literature kao i profil čitatelja. Intervjuom su bili obuhvaćeni i autori. U radu se naglasak stavlja i na marketing, na koji način ga autori i nakladnici koriste radi promoviranja te vrste literature. Očekuje se da će dobiveni rezultati ostaviti dojam i naglasak na važnost i utjecaj *self-help*l iterature.

Ključne riječi: *self-help* literatura, analiza mrežnih stranica nakladnika, biblioterapija i psihoterapija, marketing

1. Uvod

Novi trend u nakladništvu koji je sve više atraktivan bit će predmet analiziranja u ovom radu, a to je literatura samopomoći. Taj pojam naziva se još i *self-help* literatura. Ciljevi su ovog rada i istraživanja prikazati kakvo je stanje *self-help* literature u Hrvatskoj, a to predstavljaju knjige samopomoći, autori, nakladnici i čitatelji. Osim objašnjavanja tog fenomena, istražit će se određene nakladničke kuće iz kojih dolazi literatura samopomoći, zatim će se izdvojiti naslovi i autori, analizirat će se njihove naslovnice, način na koji su predstavljene na mrežnim stranicama nakladnika, autore će se intervjuirati o njihovu stavu o nakladniku i knjizi, opisat će se korištenje te literature kao pomoć čovjeku u biblioterapiji,posebnoj grani knjižničarstva, a na kraju će se ispitati koliko su knjige čitane u knjižnicama u cijeloj zemlji. Opisanim sadržajem najavili smo dijelove rada; u prvom poglavlju predstavit ćemo nekoliko nakladnika, naslova i autora, a nakon toga započet ćemo drugo poglavlje odabirom i izdvajanjem četiri naslova, vidjet ćemo kako su oni marketinški predstavljeni na mrežnim stranicama nakladnika te usporediti i proučiti njihove naslovnice. Provest će se elektroničkom poštom intervju s odabranim autorima, raspraviti o odgovorima te analizirati koliko su njihove knjige čitane u knjižnicama u Republici Hrvatskoj.

Osvrnut ćemo se na korištenje takve literature u biblioterapiji i psihoterapiju te njene dobre strane. U zaključku ćemo sabrati rezultate koje smo dobili i sve što smo istražili. Osim istraživanja, proučavala se literatura o fenomenu samopomoći i *self-helpa*. U Hrvatskoj nema puno literature na tu temu te se nisu odredile razlike kvalitetne i nekvalitetne *self-help* literature. Ono što se pisalo uglavnom je pozivanje čitatelja na oprez pri čitanju takvih knjiga.[1] Zato se rad osim na literaturu oslanja na vlastito istraživanje uz potkrjepljivanje stavova istraženim i pročitanim tekstovima. Na početku, pojasnit će se što je to literatura samopomoći. Kao što je poznato moderni modeli života razvili su posljednjih nekoliko desetljeća, osim određenih pogodnosti, i niz poteškoća na globalnoj i posebice na osobnoj razini, ali isto tako i različite, lako dostupne načine za koje se vjeruje da mogu pomoći u rješavanju poteškoća. Među takve načine rješavanja problema,u posljednjih 25 godina, ubraja

[1] Usp. Vrcelj, S. Mrnjaus, K. Savjetodavna (ne)moć self- help literature. // Školski vjesnik- časopis zapedagogijsku teoriju i praksu 63, 2 (2014) Hrčak.
URL:http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=184153 (2015-12-30)

se *self-help* literatura, koja je postala dio svakodnevne životne kulture.[2] *Self-help* literatura jest literatura koja je pisana s namjerom da pomogne čitateljima promijeniti ili poboljšati neki aspekt njihova osobnog ili profesionalnog života. Individualnost i individualna sreća u tzv. zapadnjačkim kulturama ima prioritetnu vrijednost, što je i svojevrsni ključ za razumijevanje utjecaja *self-help* literature na prirodu ljudskih subjekata. Pojedinac je u svom individualnom postojanju povijesno biće određeno svojim položajem u vremenu, prostoru i uzajamnom djelovanju kulturnih sustava i zajednica pa je dobro razumijevanje pojedinca uvjetovano dobrim razumijevanjem društveno-kulturnih uvjeta koji su iznjedrili poteškoće i (moguća) rješenja tih i takvih poteškoća.

Self-help literatura nužni je civilizacijski izraz uvjeta koji pred individuu postavljaju odgovornost izbora (životnog stila) dajući mu pri tome privid slobode. *Self-help* literatura često je prvi izvor informacija za osobe koje proživljavaju životne promjene, a njihova upotreba ne podrazumijeva, nužno, gubitak vjere ili povjerenja u tradicionalne stručnjake i institucije. *Self-help* literatura postala je osnovna matrica današnjeg načina života i savjetovanja i predstavlja reakciju na pluralizaciju životnih formi i puteva te pruža suvremeni oblik prerade modernizacijskih procesa.[3] Jasno je da je popularnost *self-help* literature karakteristična za krizna vremena, pa da zato svjedočimo poplavi autora i novih naslova toga žanra.[4] U uvodnom dijelu pojasnili smo što je literatura samopomoći i najavili poglavlje kojim ćemo započeti rad, a to je odabranim nakladnicima i naslovima. Predstavit ćemo strane i domaće autore koji su publici poznati.

[2] Usp. Isto.
[3] Usp. Isto.
[4] *Self-help* literatura obara rekorde. Al Jazeera. URL: http://balkans.aljazeera.net/vijesti/*self-help*-literatura-obara-rekorde (2016-01-06)

2. Naslovi knjiga samopomoći i odabrani nakladnici

Priručnici samopomoći procjenjuju se u prosjeku na vrijednost oko sto kuna i mogu se koristiti beskrajno dugo. Ta vrsta literature zapravo obuhvaća duhovne vodiče, poslovne priručnike, psihološke savjetnike i sl. te u Americi na tržištu vrijedi više od 600 milijuna dolara, a u Velikoj Britaniji ostvaruje godišnji profit od 80 milijuna funti. Hrvatska je u proteklih deset godina, čitajući knjige *o sreći* potrošila više od 10 milijuna eura. Neke od uspješnih knjiga doživjele su i više izdanja, no ako je minimalna količina ovakve literature po izdanju 1000 primjeraka, tada je 640.000 primjeraka prodano u proteklom desetljeću. Cifra od 10 milijuna eura istinita je ako svaka knjiga prosječno košta oko 100 kuna. Najveći porast u prodaji *self-help* literature bilježi nakladnička kuća V.B.Z. kojoj je od sve literature koju objavi skoro 50 posto literatura samopomoći.[5] Analizirajući nakladničke kuće i tražeći odgovore zašto je riječ o tolikom rastu te literature i koja populacija ju najviše čita, možemo zaključiti da su ljudi u cijelom svijetu došli do spoznaje da ih materijalna i fizička stvarnost može dovesti samo do određene točke pa počinju tražiti trajan izvor sreće duhovnim istraživanjem i radom na sebi.[6] Logično je da su krize doba koja su iznjedrila najmoćnije ljude. Kada čitatelj dođe u knjižnicu ili knjižaru, po odabiru njegovih naslova za posudbu ili kupnju često možemo vidjeti profil te osobe, što je ono što voli, čemu teži i što ga muči. Činjenica je da je sve više ljudi u velikim krizama, ona psihička nosi sa sobom i egzistencijalnu, kako kod koga, no neupitno je da se događaju velike promjene u svijetu. Sve zemlje prolaze kroz svoja teška razdoblja, zato nije čudno da ljudi traže odgovore na pitanje kako kvalitetno živjeti svoj život i biti sretan. Nema garancije da će savjet iz priručnika biti od pomoći, no puno je korisnije da čovjek potraži pomoć i počne se informirati nego da krene nekim drugim putem koji može biti daleko štetniji za njega.

Slijedi poglavlje u kojem ćemo predstaviti sedam nakladnika koji u svojoj ponudi imaju *self-help* literaturu.Izdvojit ćemo hrvatske autore koje ćemo posebno analizirati u radu, a to su Bruno Šimleša, Mirjana Krizmanić, književni dvojac Ivana Šešo i Emina Pršić te LariMari. Od svakog nakladnika izabrali smo jedan naslov za predstavljanje, no od tih autora koji su izdvojeni opisali smo sve naslove koje su izdali. Naglasak je na knjizi Tkanje života Mirjane Krizmanić, Šimlešinoj Ljubavologiji, vrlo poznatom romanu Bez ljubavi i mržnje književnica

[5] Tolić, Tanja. Hrvatska industrija sreće.Portal Jutarni list. URL: http://www.jutarnji.hr/hrvatska-industrija-srece/258366/ (2015-12-30)
[6] Usp. Isto.

Lari Mari te priručniku o savjetima pomoći za život nakon prekida veze interesantnog naziva Nedostaje? Ne. Dosta je! koji su napisale Emina Pršić i Ivana Šešo. Proučili smo stranice navedenih autora na internetu, točnije Facebookove i mrežne stranice.Izdvojili smo u opisu nakladničke kuće Ljevak književnicu Lornu Byrne koja piše o anđelima. Razlog tomu je njeno gostovanje u Hrvatskoj i potpisivanje knjiga te velika potražnja ljudi za knjigama o anđelima.[7]

2.1. Naklada Ljevak

Naklada Ljevak vodeći je hrvatski izdavač s tradicijom duljom od pola stoljeća, prepoznata je od kritike i publike. Redovito i ažurno izdaje naslove koji će upotpunjavati profesionalne, kulturne i druge potrebe i zahtjeve publike u koraku s vremenom. Ima bogat izbor područja kao što je: beletristika, filozofija, povijest, umjetnost, knjige stranih i domaćih autora, popularna publicistika, psihologija, kuharice, *self-help* priručnici, stručna literatura, riječnici, dječje knjige i romani.[8] Naklada Ljevak uvodi i nove biblioteke: Biblioteka Cicero (domaća i strana lijepa književnost), Biblioteka Bookmarker (interdisciplinarna biblioteka za urbane čitatelje), Biblioteka Pop (biografije stranih i domaćih glazbenih zvijezda i knjiga koje prate pop-kulturu), Biblioteka 180 stupnjeva (popularna psihologija i priručnici), Biblioteka Graham Greene (svjetski bestseleri), Biblioteka Nar (duhovna i *self-help* literatura) i mnoge druge. Važno je navesti neke od najvećih hitova koje je naklada Ljevak objavila: Čudo u Poskokovoj Dragi Ante Tomića, Volga, Volga Miljenka Jergovića, Nulti meridijan Hrvoja Šalkovića, Ljubavologija Brune Šimleše, dok se od stranih autora pojavljuju naslovi Koliba, Nevjernica, Djevojke iz Riyada, J*** mi se, Angeologija i mnoge druge. Osim toga, Naklada Ljevak izdaje i udžbenike za osnovnu i srednju školu.Cijenjena je u tom području od strane recenzenata, metodičara, stručnjaka, praktičara i profesora te ocijenjena iznimno vrijednom.[9]

[7] Gostovanje Lorne Byrne u Zagrebu. Mrežna stranica nakladničke kuće Ljevak. URL: http://www.ljevak.hr/knjizni-blog/prikazi-1/blog-48/stranica-6 (2016-01-05)
[8] Naklada Ljevak. Mrežna stranica. URL: http://www.ljevak.hr/knjige/knjiga-12669 (2015-12-07)
[9] Usp. Facebook - Ljevak. URL: https://www.facebook.com/ljevak.hr/info?tab=page_info (2015-11-26)

2.1.1. Ljubavologija, Bruno Šimleša

O autoru:

Bruno Šimleša (1979.) dosad je objavio 6 knjiga. Njegova knjiga Ljubavologija (Naklada Ljevak, 2011.) jedna je od najprodavanijih publicističkih naslova u Hrvatskoj, a knjige su mu objavljene u Srbiji, Sloveniji i Makedoniji. Po struci je sociolog, a većinu ideja za knjige crpi iz dvanaestogodišnjeg rada s ljudima. Oženjen je i otac trogodišnje djevojčice. Ponosan je na to što je izuzetno uporan u poboljšavanju svih životnih uvjeta na koje može utjecati te što je sve zreliji prihvatiti sve ono na što ne može utjecati.[10] Šimleša uz knjige redovito održava i predavanja, nekad i radionice koje su vrlo posjećene i poznate. Šimleša je izrazito aktivan na Facebookovoj stranici. Uz nju, ima i vlastitu mrežnu stranicu. Na Facebookovoj stranici uz svoje fotografije, citate, često daje osvrte sociološke prirode na situacije koje se događaju, npr. politika, nasilje nad ženama, zaštita djece i istospolnih brakova.[11] Njegov je doprinos društvu neupitan.

O knjizi:

Koja je razlika između ljubavi i zaljubljenosti? Postoje li bezuvjetna ljubav i srodne duše? Možemo li odlučiti da ćemo nekoga zavoljeti i je li istina da se suprotnosti fatalno privlače? Zašto se događa prevara i je li je moguće preboljeti? To su samo neka od pitanja koja postavlja i na koje precizno odgovara Bruno Šimleša, vodeći hrvatski autor duhovne literature, u svojoj novoj knjizi Ljubavologija koja nas uči kako izgraditi zdrave, sretne i strastvene odnose s drugima. Bilo da je riječ o partnerskoj ljubavi ili obiteljskim, prijateljskim i poslovnim odnosima, autor upozorava na uobičajene zablude i pogrešna očekivanja koja namećemo jedni drugima, ali isto tako predlaže i rješenja koja će vratiti povjerenje i zadovoljstvo u ta najbitnija područja života. Kad bi postojala znanost o ljubavi, onda bi ova knjiga bila udžbenik! Za kreiranje istinskog ljubavnog odnosa ključna su tri faktora – ravnoteža davanja i primanja ljepote, visok stupanj kompatibilnosti i iskrenost. Autor, po prvi put u nekoj domaćoj knjizi, čitateljima predstavlja jedinstven test ljubavne kompatibilnosti

[10] Šimleša, Bruno. Mrežna stranica. URL: http://www.brunosimlesa.com/Content/hr/novosti_opsirnije.aspx?articleID=33#.Vlxtl2AQVy0 (2015-11-26)
[11] Šimleša, Bruno. Facebookov profil. URL: https://www.facebook.com/brunosimlesa/?fref=ts (2015-11-29)

koji će partnerima pomoći da otkriju koliko se njihove ljubavne želje i nadanja podudaraju te imaju li temelja za stvarnu, ispunjavajuću vezu.[12]Ovu knjigu i njegovu knjigu Ljubavologija izabrali smo za analiziranje u radu. Zato ćemo ukratko predstaviti i ostale knjige koje je napisao.

2.1.2. Ostali naslovi ovog autora

Umjetnost života

U ovoj knjizi Bruno Šimleša otkriva kako životna iskustva pretvoriti u neprocjenjive umjetnine, a od svojega života stvoriti remek-djelo! *Svjestan sam koliko ambiciozno zvuče te ideje, ali ako su nam suđene najviše visine, šteta je zadovoljiti se osrednjim životom. Šteta je svoj život ne posvetiti ljubavi i stavljati sebe na zadnje mjesto u vlastitom životu,* kaže autor. U osam poglavlja Šimleša govori o svetosti života, ljubavi, obitelji, Bogu, zdravom razumu i o tome kako postati životni umjetnik. Piše o ključnim životnim idejama objašnjavajući kako se možemo igrati u životu, ali ne i poigravati s njime budući da je život svet. Jedna od najvažnijih ideja knjige jest da smo pravo voljeti i biti voljeni stekli rođenjem. To pravo nitko nam ne može oduzeti pa autor u knjizi objašnjava kako možemo privući ljubav koju zaslužujemo.[13]

U rukavicama mi je ionako prevruće

U knjizi odgovara na pitanja zašto se teško mijenjamo i najčešće učimo samo na bolnim iskustvima te zašto zdrav i otvoren um, spreman na kritičko promišljanje, vrijedi jednako kao i zdravo i otvoreno srce. U poglavlju o ljubavi i odnosima najviše je pozornosti posvećeno odgovoru na pitanje kako od sebe stvoriti osobu koja može privući ljubav jer se često događa da ono što želimo i znamo da zaslužujemo nema previše veze sa stvarnim izgledom našega ljubavnog života. U knjizi U rukavicama mi je ionako prevruće prvi su put na jednome mjestu objedinjene autorove novinske kolumne kojima je pridodao i mnoge dosad neobjavljene tekstove, a u kojima hrabro i bez zadrške progovara o kontroverznim društvenim pitanjima – jesu li Bog i Crkva na istoj strani, koja je prava priroda homoseksualnosti, zašto ima toliko žutila u medijima i koja je naša odgovornost u stvaranju zdravijega društva. Posebnu čar

[12] Usp. Ljevak knjižara. URL: http://www.ljevak.hr/knjige/knjiga-9632 (2015-12-12)
[13] Umjetnost života. Bruno Šimleša. Najbolje knjige. URL: http://www.najboljeknjige.com/content/knjiga.aspx?BookID=4554 (2015-12-12)

knjizi daju provokativna pitanja čitatelja na koja je autor odgovarao kako drugačije nego – bez rukavica.[14]

Škola života

Knjiga se bavi zdravom ljubavi prema sebi koja ne odlikuje narcisoidnost, prepotentnost i egoizam. Zdravu ljubav prema sebi odlikuje poštivanje sebe, cijenjenje svojih vrlina i kvaliteta, što nam onda daje snagu, strpljenje i mudrost za nadrastanje mana. Škola života poziva na akciju, apelira da se ne pomirite sa životom koji vas ne zadovoljava i koji ne zaslužujete te nudi alate koji su provjereni u praksi. *Za pisanje sam koristio iskustva svog tada desetogodišnjeg rada s ljudima. To mi je iskustvo pomoglo otkriti što doista funkcionira u praksi jer svima nama prečesto je jasna teorija, ali je ne znamo provesti u praksi. Naravno, knjiga ne može živjeti umjesto vas i ne može donositi odluke umjesto vas, ali može pružiti nadahnuće i alate za stvaranje željenog života*.[15]

Osluškujući podne

Stihovi su Šimlešin način doživljavanja svijeta, unikatni ton kojim prepoznaje stvarnost. Oni su njegov alat razmaskiravanja stvarnosti. Kao da ta britka kraljica mora skinuti svoje maske pri susretu sa slobodom stiha. Citat iz knjige: *Odjednom se probudim podnevom, nađem u Buenos Airesu i gledam kako tango pleše stvarnost. Uživajte u plesu.*[16]

Lorna Byrne, Stube prema nebu

O autorici:

Lorna Byrne vidi anđele i s njima razgovara još od najranijeg djetinjstva. Danas, kada su svi članovi njezine obitelji odrasli ljudi, prvi put otvoreno progovara o onome što je vidjela i naučila. Živi povučenim životom u ruralnom dijelu Irske. Autorica je međunarodne uspješnice Anđeli u mojoj kosi koja je prevedena na dvadeset jezika. Stube prema nebu njezina su druga knjiga**.** Lorna Byrne je vrlo cijenjena u Hrvatskoj. Gostovala je u Hrvatskoj, potpisivala

[14] Usp. Šimleša, Bruno. Mrežna stranica. URL: http://www.brunosimlesa.com/Content/hr/novosti_opsirnije.aspx?articleID=34#.VpzmufnhDIU (2015-01-02)
[15] Ljevak knjižara. URL: http://www.ljevak.hr/knjige/knjiga-9840-osluskujuci-podne (2015-12-19)
[16] Isto.

knjige i družila se s čitateljima. Nakladnička kuća Ljevak nudi kupnju njenih knjiga o anđelima u kompletima.[17]

O knjizi:

Lornu Byrne su na pisanje knjige naveli arhanđeo Mihael i drugi anđeli. Arhanđeo Mihael joj je rekao: *Moramo ti tu i tamo dati malu lekciju, jer ima toliko toga što moraš naučiti i tako malo vremena da to naučiš.* Lorna Byrne svakoga je dana svojega života viđala anđele i razgovarala s njima. Ona opisuje različite tipove anđela i njihove različite uloge, kao i vodeće osobnosti među anđelima koji su njezini stalni pratitelji i savjetnici. Ona priča i o tome što je vidjela o Isusovu rođenju i o Mariji. Otkriva kako anđeli djeluju u svijetu, odnos ljudske duše prema ljudskome tijelu, ulogu koju u ljudskim odnosima mogu odigrati ljudi koji su umrli i koji su sada na nebu te planove koje Bog i anđeli imaju za budućnost čovječanstva.[18]Lorna Byrne i Bruno Šimleša jedni su od najčitanijih autora *self-help* knjiga. Naklada Ljevak Lornine knjige marketinški nudi u prodaji u kompletima te ju je na poziv čitatelja dovela na gostovanje u Hrvatsku gdje je potpisivala knjige i održala predavanje za čitatelje. Šimlešina knjiga Ljubavologija, izdana je u nakladničkoj kući Ljevak, a ona će u ovom radu biti analizirana.[19]

Sljedeću predstavljamo nakladničku kuću V.B.Z. Da oboje navedenih autora prate trendove i da se brinu sami o marketingu, možemo vidjeti iz njihovih druženja s publikom, gostovanja, samostalnih mrežnih stranica i Facebookovih profila te mogućnošću kupnje knjiga po promocijskim cijenama te u kompletima s ostalim naslovima. Vrijeme je postalo drugačije, što nisu svi autori osvijestili. Danas postaje nužno da se autori sami bave marketingom ako žele ići naprijed i u korak s vremenom.

2.2.V.B.Z.

V.B.Z. je nakladnička kuća osnovana 1991. godine. Objavila je više od osamsto naslova među kojima su i djela najcjenjenijih domaćih i stranih pisaca današnjice. V.B.Z. u svojoj nakladi objavljuje najnovije i najkvalitetnije svjetske i hrvatske naslove iz područja beletristike, stručne i stručno-popularne literature, duhovne literature, priručnika, esejistike i poezije te je

[17] Gostovanje Lorne Byrne u Zagrebu. Mrežna stranica nakladničke kuće Ljevak. URL: http://www.ljevak.hr/knjizni-blog/prikazi-1/blog-48/stranica-6 (2016-01-05)
[18] Naklada Ljevak. Mrežna stranica. URL: http://www.ljevak.hr/knjige/knjiga-12669 (2015-12-07)
[19] Usp. Svatko ima anđela čuvara, bez obzira koje je vjere i je li uopće religiozan: Lorna Byrne. Najbolje knjige: portal za knjigoljupce. URL: http://www.najboljeknjige.com/content/vijesti_opsirnije.aspx?NewsID=493 (2016-01-06)

razvila distribuciju domaćih i stranih knjiga stručnog i popularnog karaktera. Što se tiče literature *self-helpa,*velik dio njihova izdavaštva pripada njima. V.B.Z. je isto tako ekskluzivni zastupnik svjetski poznatih izdavačkih kuća Taschen i Pearson Longman, jedne od najvećih svjetskih izdavačkih kuća s područja literature za učenje stranih jezika, kao i Langenscheidt rječnika. V.B.Z. posjeduje svoje knjižare diljem Hrvatske u kojima se može pronaći bogat izbor knjiga domaćih i stranih nakladnika. Kako bi povećali interes za pisanje i čitanje domaće proze, 2002. godine V.B.Z. je prvi put raspisao Natječaj za najbolji neobjavljeni roman godine.[20] Dodijeljuje mu književnu nagradu. Književna nagrada V.B.Z.-a za najbolji neobjavljeni roman postala je jedna od najvažnijih književnih nagrada na prostorima Republike Hrvatske i jedna od nagrada s najvećim nagradnim fondom.[21] Autor kojeg ćemo predstaviti Šimlešin je najdraži autor duhovne literature, to smo doznali u intervjuu s njim. Riječ je o svjetski poznatom *guruu* Eckhartu Tolleu.

2.2.1. Moć sadašnjeg trenutka u praksi, Eckhart Tolle

O autoru:

Duhovni učitelj i pisac Eckhart Tolle rodio se u Njemačkoj, a školovao na Londonskom sveučilištu i Cambridgeu. U dvadeset devetoj godini duboka unutarnja preobrazba radikalno je izmijenila tijek njegova života. Sljedećih nekoliko godina posvetio je razumijevanju, integraciji i produbljivanju te preobrazbe, koja je označila početak intenzivnog unutarnjeg putovanja. Poslije je počeo raditi u Londonu s pojedincima i manjim skupinama kao savjetnik i duhovni učitelj. Od 1995. godine živi u Vancouveru. Tolle je jako tražen kao predavač te podučava i putuje diljem svijeta.[22] Mnoga njegova predavanja, tečajevi i seminari objavljeni su u CD i DVD izdanjima.Uz knjige Moć Sadašnjeg trenutka i Nova Zemlja, Eckhart je napisao knjigu namijenjenu meditativnom čitanju, pod naslovom Stillness Speaks (Govor tišine). Objavljena je i knjiga koja se sastoji od izabranih odlomaka iz Moći sadašnjeg trenutka, pod naslovom Prakticiranje moći Sadašnjeg trenutka.[23]

[20] Usp. V.B.Z. On line. Mrežna stranica. URL: http://www.vbz.hr/o-nama/o-nama (2015-12-28)
[21] Isto.
[22] Usp. Moderna vremena, portal. URL: http://www.mvinfo.hr/knjiga/4587/nova-zemlja-osvjescivanje-zivotne-svrhe (2015-11-27)
[23] Isto.

O knjizi:

Moguće je zaustaviti borbu u svom životu i naći radost i ispunjenje samo i isključivo u ovom trenutku, tvrdi autor svjetskog bestselera prevedenog na 17 jezika. Prakticiranje moći sadašnjeg trenutka pažljivo je odabran niz navoda iz knjige Moć sadašnjeg trenutka, jedne od najvažnijih duhovnih knjiga napisanih u novije doba. Ovaj svojevrstan priručnik za primjenu izravno donosi vježbe i upute o tome kako otkriti spokojstvo i lakoću koji se pojavljuju kad umirimo misli te svijet pred vlastitim očima sagledamo u sadašnjem trenutku. *Ovdje i sada, u ovom trenutku, prebiva sveta prisutnost vašega Bića. Ona je tu i sad, a ne u nekoj dalekoj budućnosti: to je ono mjesto u nama koje je i sada i zauvijek s onu stranu životne uznemirenosti; svijet spokojstva onkraj riječi, svijet radosti koja nema svoje suprotnosti. Pokazujem vam kako se osloboditi ropstva umu, kako zakoračiti u prosvijetljeno stanje svijesti i održati ga u svakidašnjem životu.* Eckhart Tolle[24]

U nakladničkoj kući V.B.Z. nije bilo lako odlučiti se za jednog autora, zato smo predstavili još jednog, točnije jednu autoricu, poznatu mnogobrojnim ljudima, njene poruke i afirmacije citirane su u puno izvora, čak i na bočicama vode, riječ je o Louise Hay. Knjiga Kako iscijeliti duh i tijelo koju ćemo predstaviti pomaže ljudima u cijelom svijetu, osim knjige postoji istoimena radna bilježnica i film. Louise Hay gostovala je kod Oprah, što joj je donijelo slavu. Ima svoj radio i nakladničku kuću.[25]Ljudima putem Youtube kanala daje pregršt afirmacija i meditacija koje je sama snimila. Trudi se educirati ljude u cijelom svijetu pričajući i pišući o pozitivnom načinu života, razmišljanja i pristupa životu.Njen tečaj koji ljudi mogu završiti i tako postati učitelji te svi njeni ostali proizvodi, zaštićeni su licencom i logom koji nosi oznaku Hay.[26]

2.2.2. Kako iscijeliti duh i tijelo, Louise Hay

O autorici:

Louise Hay, osnivačica pokreta samopomoći i začetnica ideje da pozitivnim stavom možemo promijeniti svoju stvarnost, već odavno je uočila važnost načina na koji razmišljamo. Godine

[24] Isto.
[25] Inspirational videos by Hay House. You can heal your life. URL: http://www.healyourlife.com/videos-list (2016-01-09)
[26] An Interview with Louise Hay and Cheryl Richardson. Truly alive magazin. URL: http://www.trulyalive.net/an-interview-with-louise-hay-and-cheryl-richardson/ (2016-01-13)

1976.napisala je svoju prvu knjigu o tome kako iscijeliti svoje tijelo, koja se općenito drži mjerodavnom za mentalne uzroke nastanka bolesti.[27] 1986. objavljuje obnovljeno i prošireno izdanje pod naslovomKako iscijeliti duh i tijelo. Louise L. Hay je predavačica, učiteljica i autorica brojnih bestselera i jedna je od najutjecajnijih osoba na svjetskoj duhovnoj sceni. Njezine su knjige prevedene na 26 jezika i dostupne su u 35 zemalja diljem svijeta.[28]

O knjizi:

Za ovu knjigu ljudi tvrde da je uvelike promijenila njihovu svijest o utjecaju uma na naše zdravlje i blagostanje. U ovom inspirativnom djelu, svjetski poznata učiteljica Louise L. Hay pruža nam dalekosežne uvide u odnos uma i tijela. Istražujući način na koji nas kontroliraju i uvjetuju ograničavajuće misli, približava nas razumijevanju uzroka naših fizičkih bolesti i poremećaja. Otkrijte kako regulirati tlak, poboljšati rad srca ili pak smanjiti depresiju. U knjizi ćete naći popis mnogih psihosomatskih oboljenja te načine njihova rješavanja. Prepun ideja i strategija koje su bile korisne milijunima ljudi diljem svijeta, ovaj praktični priručnik za samopomoć zauvijek će promijeniti vaš način razmišljanja.[29]

U kasnijem dijelu rada analizirat će se mrežno mjesto i mrežna stranica nakladničke kuće V.B.Z. Sljedeću nakladničku kuću koju ćemo predstaviti vole ljudi usmjereni u ekologiju, zdravu prehranu, permakulturu, makrobiotiku. Zanimljiva je dizajnom svojih knjiga i misijom. Riječ je nakladniku Planetopija.

2.3. Planetopija

Planetopija je nakladnička kuća koja objavljuje knjige s područja osobnog razvoja i holističkog pristupa zdravlju, prehrani, duhovnosti, ekologiji. Ta cijenjena nakladnička kuća objavljuje knjige koje promiču holistički pristup u rješavanju pitanja čovjeka i zajednice te izražavaju vjeru u moć unutarnjeg rasta i razvoja. Cilj im je da knjigama mijenjaju naš svijet nabolje. Naslov i knjiga ovog nakladnika svojom porukom ohrabruju naše napore da živimo kvalitetnije, zdravije, sretnije, mudrije, njegujući umijeće življenja i povezanost jednih s

[27] Isto.
[28] VBZ Online. Mrežna stranica. URL: https://www.vbz.hr/knjiga/hay-louise-l-kako-iscijeliti-duh-i-tijelo (2015-12-16)
[29] Usp. Isto.

drugima kao i s planetom Zemljom. Imaju više biblioteka koje su poznate javnosti; *Makronova* unutar koje objavljuju priručnike za osobni razvoj, vježbanje, pozitivno roditeljstvo i žensko zdravlje, zatim *Quantum* za duhovnost, filozofiju i religiju; nagrađivani *Mirisi i okusi Makronove*, tj. seriju kuharica iz domaće produkcije, manjeg formata, vrlo praktične i s novim konceptom prehrane gdje je naglasak na korištenju cjelovitih i organskih namirnica.[30]*Dodo* je namijenjen najmlađima, tu su slikovnice poput Zmajologije, Egiptologije, Piratologije, Vilinskog dnevnika te najnovije Mitologije, itd. Lijepo i s dobrodošlicom su se predstavili na svojoj mrežnoj stranici opisom svoje misije i poslanja;*volimo knjige koje otvaraju ne samo vrata već i prozore, kako bi u naše živote ušlo više svjetla, smisla, ljepote i znanja. Objavljujemo knjige koje traju i koje i sami volimo čitati.Vjerujemo u naše kupce i čitatelje, naše suradnike i poslovne partnere te gradimo odnos povjerenja i poštovanja. Tu smo jedni za druge i jedni zbog drugih. Pojedinačno mi sami njegujemo osobnu ekologiju, bez koje nema opstanka našeg jedinog i voljenog Planeta.* [31]

U ovoj nakladničkoj kući nije bilo lako izdvojiti jednog autora kojeg bi opisali, nude nam izdanja Garya Zukava, Sonie Choquette koja također gostuje u Hrvatskoj i održava radionice. Puno njihovih naslova bavi se placebo učinkom, hranom i povezanošću s našim zdravljem, gej populacijom, vježbanjem, permakulturom, prirodom, jogijskim načinom života i sl.[32] Autorica koju smo odabrali vrlo je aktivna na svojim društvenim mrežama. Gostuje u raznim televizijskim emisijama. U filmu Louise Hay; Kako iscijeliti duh i tijelo, nosi jednu od glavnih uloga jer govori s mjesta liječnice. Njena predavanja dostupna su na Youtube kanalu, a tekstovi na njenim mrežnim stranicama. Riječ je Christianne Northrup. Obraća se najčešće ženama, a jedina je autorica koja je napisala slikovnicu za djevojčice kako da zavole svoje tijelo, koju također možemo svrstati u *self-help* literaturu jer je pisana istim savjetom kao i za odrasle. Roditeljima preporučuje da čitanjem takvog štiva od malih nogu pomažu djeci da vole svoja tijela. Predstavit ćemo njenu knjigu Boginje ne stare.[33] Osim nje napisala je i poznatu knjigu o mudrosti menopauze i mudrosti majčinstva.

[30] Planetopija. Mrežna stranica. URL: http://www.planetopija.hr/hr/o_nama (2015-11-26)
[31] Isto.
[32]Usp. Isto.
[33] Čitaj me. Portal.Christianne Northrup. Boginje ne stare. URL: http://citajme.com/darujemo-zenski-bestseller-boginje-ne-stare-dr-christiane-northrup/ (2015-11-27)

2.3.1. Boginje ne stare, Dr. Christianne Northrup

O autorici:

Christiane Northrup, dr. med., licencirana ginekologinja, nekadašnja klinička docentica ginekologije i porodništva na Medicinskom koledžu Sveučilišta Vermonta, autorica bestselera New York Timesa, vizionarska je pionirka na području ženskog zdravlja. Nakon desetljeća provedenih na prvoj crti svoje profesije, na radnom mjestu ginekologinje i porodničarke, život je posvetila pomaganju ženama da žive uistinu radosno tako što će naučiti kako mogu blagotvorno utjecati na svoje zdravlje.[34] Dr. Northrup vodeća je zagovornica medicine koja prihvaća jedinstvo uma, tijela, emocija i duha. Međunarodno je poznata po svojemu osnažujućem pristupu ženskom zdravlju i dobrobiti te poučava žene kako da budu zdrave i snažne u svakom stadiju života i potiče ih stvarati zdravlje na svim razinama povezivanjem s vlastitom unutarnjom mudrošću. Kao vlasnica tvrtke, liječnica, nekadašnja kirurginja, majka, spisateljica i predavačica, dr. Northrup uvažava našu pojedinačnu i kolektivnu sposobnost za rast, slobodu, radost i ravnotežu.[35]

O knjizi:

Knjiga *Boginje ne stare* namijenjena je ženama svih dobi koje uživaju u životu i žele iskusiti kako život može biti još i bolji. Godine možemo dočekivati s užitkom, a ne užasavati se promjena i očekivati propadanje. Odbacite zablude o starenju, otkrijte što sve s godinama može poći po dobru u tijelu te kako ostvariti ravnotežu i zdravlje bez obzira na dob i trenutno zdravstveno stanje. Ako želite specifičan savjet o tome kako imati zdrave grudi, kako hraniti tijelo dobrom, zdravom hranom i kako izgledati sjajno iz godine u godinu, sve to pronaći ćete u ovoj knjizi. Pronaći ćete i zamisli koje će vas potaknuti da odustanete od zabluda o ženama i našemu međusobnom odnosu te o našemu odnosu prema vlastitom tijelu i Zemlji – zabluda koje su žene usvojile i zbog kojih stare. *I eto vas na raskrižju na kojem morate odlučiti kakav će vaš život biti u nadolazećim godinama. Hoćete li starjeti s užitkom ili propadati? Hoćete li se i dalje držati stare paradigme borbe s tijelom kako biste ga prisilili na poslušnost? Hoćete*

[34]Usp.Isto.
[35] Usp. Isto.

li i dalje tuđim potrebama davati prednost pred svojima i uzimati gorivo u obliku prerađene hrane, šećera, kofeina, tjeskobe i čiste snage volje?[36]

Već smo spomenuli da je na tržištu *self-help* knjiga vrlo tražena literatura o anđelima. Sljedeća nakladnička kuća koju ćemo predstaviti izdaje knjige Doreen Virtue, poznate svjetske spisateljice koja piše o tom fenomenu. Knjige o anđelima sve više nude CD-ove i anđeoske karte koje se dobiju uz njihovu kupnju, to je jedan od dobrih načina marketinga.

2.4. Znanje

Nakladnička kuća Znanje jedna od najstarijih nakladničkih kuća u Hrvatskoj obavlja nakladničku, tiskarsku djelatnost i trgovinu sa sjedištem u Zagrebu. Objavljuje beletristiku, publicistiku, djela za djecu i mlade.Nastala je 1925. godine kada je Hrvatska seljačka stranka utemeljila kulturno-prosvjetnu organizaciju Seljačka sloga. Prema zamisli njezinog predsjednika Rudolfa Hercega, Seljačka sloga bila je *organizacija svega kulturnog rada po hrvatskim selima*. Od 1925. pa do 1941. godine, kada je rat prekinuo njezino djelovanje, Seljačka sloga imala je bogatu prosvjetnu i kulturnu djelatnost s više od tisuću dvjesto ogranaka po hrvatskim selima. S dolaskom Drugoga svjetskog rata prekida se djelatnost Seljačke sloge i njezinih ogranaka. Nakon rata, obnavlja se i transformira te se 1947. godine osniva Izdavačko poduzeće Seljačka sloga, a godinu dana kasnije Seljačka sloga ulazi u Savez kulturno-prosvjetnih društava Hrvatske. Godine 1958. Seljačka sloga mijenja naziv u Izdavačko knjižarsko poduzeće Znanje. Zlatno razdoblje Znanja započinje 1969. godine kad Zlatko Crnković preuzima uredništvo čija je glavna zadaća bila transformacija Znanja iz neprofitabilne izdavačke kuće u uspješnu tvrtku.[37] Godine 1969. godine nastala je biblioteka svjetskih bestselera *HIT*. Godine 1974. godine osnovana je *Biblioteka ITD.* Objavljeni su naslovi raznolikih književnih žanrova: od poezije, proze, drame i eseja pa do feljtona, putopisa i književnih kritika. Zlatko Crnković uređivao je biblioteku dvadeset godina i za to vrijeme objavljeno je sto šezdeset naslova. Godine 1980. pokrenuta je *Biblioteka Evergreen*. Zamišljena je kao biblioteka u kojoj će se objavljivati reizdanja najuspješnijih i najprodavanijih knjiga iz biblioteke *HIT, ITD* te drugih izdavača. Znanje 1993. godine prolazi kroz burno razdoblje privatizacije te nakon dugogodišnjeg rada Zlatko Crnković odlazi iz

[36] Isto.
[37] Znanje. O nama. URL: http://znanje.hr/povijest/ (2015-11-26)

Znanja. Dolaskom urednice Vere Barić, 1994. godine pokrenuta je dječja *Biblioteka Stribor*.U lipnju 2010. godine pokrenuta je biblioteka *Knjiga dostupna svima* koja je u samo nekoliko mjeseci postigla uspjeh zahvaljujući zanimljivim naslovima dostupnim po nižim i pristupačnijim cijenama.[38]

2.4.1. Iscijeljenje uz anđele, Doreen Virtue

O autorici:

Dr. Doreen Virtue vodeća je svjetska stručnjakinja za anđele i anđeosku terapiju. Po zanimanju psihologinja i psihoterapeutkinja, Doreen je nadčulnu sposobnost komunikacije s anđelima iskoristila da pomogne mnogim ljudima širom svijeta. U iznimno nadahnutim promišljanjima o svrsi života, obiteljskim i partnerskim odnosima te životu poslije smrti, autorica ohrabruje čitatelje i polaznike svojih radionica da zazovu i prihvate anđeosku pomoć. Na temu anđela i duhovnih vodiča napisala je mnoge knjige od kojih izdvajamo bestseler Kako čuti svoje anđele (Znanje 2012), Angel Therapy, Messages from Your Angels i Angel Medicine.[39]

O knjizi:

Autorica svjetskih bestselera o anđelima i drugim duhovno-psihološkim temama i u ovoj knjizi tumači tko su anđeli te koja je njihova uloga u životu ljudi. Detaljno je objašnjeno kako se s anđelima može komunicirati, uz pojašnjavanje vizija, riječi, misli i osjećaja – znakovima prisutnosti anđela. Anđeli prenose ljudima božanske poruke koje, ako se prepoznaju i prihvate, mogu iscijeliti duh i tijelo. Uz mnogobrojna svjedočanstva ljudi kojima su anđeli pomogli, knjiga sadrži i molitve za ozdravljanje i razrješavanje različitih problema. Svuda oko nas su anđeli, moćni i puni ljubavi. Spremni su pomoći svim ljudima na svakom području života. Svatko tko nauči prepoznavati božanske smjernice i poruke, može iscijeliti svoj duh i tijelo. Iscjeljenje uz anđele jedinstveni je priručnik za duhovnu komunikaciju i tumačenje vizija, riječi, misli i osjećaja koji se primaju od Neba. Spoznaja anđeoske prisutnosti otvara

[38] Usp. Isto.
[39] Bestseller. Jutarnji list. Mrežna stranica. URL: http://bestseller.jutarnji.hr/iscjeljenje-uz-andele/ (2016-11-27)

put pozitivnim promjenama, oslobađanju od tereta prošlosti i istinskoj slobodi. Oni koji su se pitali hodaju li među nama zvjezdani ljudi i inkarnirani anđeli, napokon će dobiti odgovore.[40]

Predstavljen i izdvojen naslov nije njen jedini dostupan u Hrvatskoj. Postoji više naslova oanđelima koje je napisala. Sljedeća nakladnička kuća koju ćemo predstaviti je Dvostruka Duga. Jedna je od prvih u Hrvatskoj koja je izdala djela najpoznatijih autora *self-helpa.* Liječnik iz Indije, Deepak Chopra poznat je čitavom svijetu. Piše o meditaciji, savjetima za život, posebnoj znanosti o životu – ayurverdi.[41] Knjiga Mir u svijetu koju ćemo predstaviti izabrana jer je to baš njegova poruka, svojim djelovanjem i knjigama motivira i inspirira ljude na mir, sreću i ljubav.

2.5. Dvostruka Duga

Dvostruka Duga nakladnička je kuća čiji je zadatak izdavanje knjiga koje istražuju mogućnosti čovjekova duha i tijela, ukazuju na blizak odnos čovjeka i prirode te načine putem kojih možemo sačuvati dragocjeni planet na kojemu živimo. Imaju zanimljivu misiju: *misija tvrtke je izdavanjem kvalitetnih knjiga produbiti znanje o ljudskim mogućnostima i našem odnosu s prirodom. Pokazati da je takvo znanje ključ za tjelesno i mentalno zdravlje te zdravlje okoliša… Što većem broju ljudi ponuditi praktična sredstva da svoj život i svijet u kojem žive učine boljim*.[42]U proteklih 21 godina postojanja, naklada je izdala više od 150 izdanja stranih i hrvatskih autora koji su vrlo poznati, kao što je dr. Deepak Chopra, Adrian P. Kezele, hrvatski pisac i predavač, Janez Drnovšek, predsjednik Republike Slovenije koji piše jedinstvene knjige. Izdanja su podijeljena u šest biblioteka: *Jupiter, Aurora , biblioteku Znanost novog vremena* te biblioteku *Ta ravnopravna stvorenja*. U svojem radu, kroz godine, organizirali su mnogo humanitarnih projekata i pokrenuli niz dobrotvornih aktivnosti, za pomoć djeci i životinjama.[43]Dvostruka Duga izdala je niz knjiga iz literature samopomoći. Jedni od Hrvatima poznatijih autora iz njihovog bogatog opusa su: Deepak Chopra, Caroline Myss, Louise Hay. Gary Zukav, Milman Dan i Robin Sharma.

[40] Isto.
[41] Chopra, Deepak. Kvantno liječenje. Superantikvarijat, mrežna stranica. URL: http://www.superknjizara.hr/?page=knjiga&id_knjiga=100046328 (2016-01-13)
[42] Dvostruka duga. O nama. URL: http://www.dvostrukaduga.hr/o-nama/(2016-11-26)
[43]Isto.

2.5.1. Deepak Chopra, Mir je put

O autoru:

Deepak Chopra (1946.) poznati je liječnik i pisac. Školovao se u Indiji i Sjedinjenim Američkim Državama, a od 1971. bavi se svojom užom specijalizacijom, endokrinologijom, i član je Američke udruge liječnika. Do sada je napisao više od 50 knjiga prevedenih na 35 jazika. Autor je i više od 30 audio i video serijala kao i pet nagrađivanih TV emisija. Časopis Time 1999. godine uvrstio ga je među stotinu najvažnijih ikona i junaka dvadesetoga stoljeća opisavši ga kao *pjesnika-proroka alternativne medicine*. [44]

O knjizi:

Knjiga poziva na meditaciju i mir. Ovo je djelo o snazi, ljepoti i inteligenciji mira. Deepak nas podsjeća na odluke s kojima se svaki dan suočavamo, na unutarnje odluke koje nas usmjeravaju putem rata ili putem svijesti i mira. Poziva nas na vješto, mudro i jasno poziva da postanemo donosioci mira. Put mira započinje iznutra, a autor razvoj svijesti o miru tumači kao praktičan projekt osobne preobrazbe. Knjiga *Mir je put* pokazuje put prema ljudskim srcima i dušama,jasno pokazuje kako svjetski mir možemo uspostaviti stvarajući ga iznutra, kako bi pogiblja tisuća nevinih žrtava i vojnika mogla biti sredstvo mira? *U vojskama širom svijeta trenutno služi 23 milijuna vojnika. Zar ne možemo pronaći deset puta više ljudi koji će se posvetiti miru? Od vas se traži samo da prestanete reagirati iz straha, da umjesto nasilja, postanete vjerni miru.*[45]Autor Chopra napisao je knjigu o savjetima za uspjeh, o savjetima za roditelje. Indijac po svojoj nacionalnosti, no to ga nije spriječilo da piše o Isusu i uđe u problematiku kršćanstva.Sljedeća nakladnička kuća koju ćemo predstaviti spoj je tri nakladničke kuće Algoritam-Profil i Mozaik. Rekli smo na početku da će se izdvojiti četiri knjige i autora koje ćemo u radu posebno analizirati i naglasiti. Izabrali smo autoricu Mirjanu Krizmanić, poznatu i vrlo čitanu domaću psihologinju koja je u nakladničkoj kući Profil izdala knjigu Tkanje života. Naglašava se da od odabranih autora u ovom radu, jedina ima titulu psihoterapeuta i psihologa. Predstavit ćemo i njene ostale knjige, a Tkanje života ćemo upotrijebiti kao primjer u radu. Knjiga Nedostaje? Ne dosta je!, nakladničke kuće Algoritam koja pripada ovom trojcu, autorica Ivane Šešo i Emine Pršić, uzeta je kao treći primjer koji ćemo analizirati u ovom radu. Više o detaljima i temama knjiga, nakladniku i autoricama doznat ćemo u sljedećem poglavlju.

[44]Chopra, Deepak. Mir je put. Čakovec: Dvotruka Duga,2006.
[45] Isto.

2.6. Algoritam-Profil-Mozaik

Nakladničke kuće Algoritam-Profil-Mozaik udružile su se zbog ekonomske krize koja je potresla hrvatsko društvo, sve industrije, pa tako i industriju knjiga. Sve to kako bi opstale te omogućile kupcima što bolju uslugu time da od svake tvrtke spoji u čemu je bila najbolja. Sve one izdaju literaturu samopomoći koja je dostupna u njihovim knjižarama.[46]Početkom 2014. donesena je odluka o udruživanju nakladničkih kuća čiju bi infrastrukturu sadržavalo četrdesetak knjižara (s 9260 m2 prodajnog prostora i 230 zaposlenika) koja u svojoj ponudi ima više od 150 000 proizvoda, od knjiga pa do multimedije. Knjižare bi trebale u novom lancu većoj mjeri predstavljati mjesta kulture, a ne samo mjesta prodaje knjiga i multimedije. Kako bi se postigla namjera, potrebno je organizirati u knjižarama po manjim gradovima gostovanja autora i promocije knjiga, također promocija putem internetske prodaje, društvenih mreža ali i samostalne korisničke mreže kroz portal Imaginarij (kojim će se ostvarivati i poticati interakcija s korisnicima).[47]

2.6.1. Tkanje života,Mirjana Krizmanić(Profil)

O autorici:

Prof. Mirjana Krizmanić Zagrepčanka je rođena prije 73 godine u Hatzovoj, a od 1941. godine živi u istom stanu u Gundulićevoj. Kao maturantica se nije mogla odlučiti što studirati, pa je posjećivala predavanja na svim fakultetima, što ju je stajalo 300 neopravdanih sati. Ono na tada posve novom studiju psihologije najviše joj se dopalo. Da danas bira, i opet bi ga odabrala.Dan nakon diplome zaposlila se na fakultetu na kojem je poslije pokretala i vodila kolegije Kliničke psihologije, Zdravstvene psihologije, Psihologije ometenih u razvoju i Psihologiju savjetovanja. Tijekom Domovinskog rata posvetila se radu sa stradalnicima. Posebno je ponosna na četverogodišnje sudjelovanje u upravnom odboru Nacionalne zaklade za razvoj civilnog društva i sadašnje članstvo u Urbanističkom savjetu Zelene akcije. Umirovljena je 2001. godine nakon 40 godina rada sa studentima.[48] Kako je njeno mišljenje da se kad jednom odeš u mirovinu više ne treba vraćati na bivše radno mjesto i smetati tamo

[46] Moderna vremena – Info. URL: http://www.mvinfo.hr/najnovije-vijesti.php?ppar=7854 (2015-11-26)
[47]Usp. Isto.
[48]Krizmanić, Mirjana. Tkanje života. Portal Medikus. URL: http://www.medikus.hr/knjige/252-tkanje-zivota-mirjana-krizmanic.html (2015-11-26)

zaposlenima, tim ju je više ganula kandidatura za Zagrepčanku godine koju je podnio Odsjek za psihologiju, uz podršku cijelog Filozofskog fakulteta: *Kad sam pročitala kako su napisali prijedlog kandidature, lijepo kao da je nekrolog, suze su mi krenule.*[49]Sve ono što smo dobili na početku, kao i okolina u kojoj smo se rodili, može nam štetiti i koristiti ovisno o tome što ćemo sami učiniti s tim. To dano i zajedničko svima nama možemo slikovito zamisliti kao osnovicu tkanja na kojem ćemo sami tkati tkanje svog života.[50] Možda su neke početne niti malo tanke, možda nam se ne sviđa boja nekih drugih, ali to tkanje uvelike je u našim rukama, samo što to moramo najprije prepoznati, a zatim naučiti tkati što ljepšu i bogatiju tkanicu. To je posao na kojemu možemo raditi do kraja života, mijenjajući boje i uzorak tkanja, uživajući u skladu koji gradimo između sebe i drugih ljudi, prirode i svijeta.[51]

Autorica je napisala *self-help* priručnik na osnovi svog znanstvenog i životnog iskustva, iako su mnogi vjerojatno očekivali stručnu knjigu s područja psihologije. No, očito je upravo taj njezin ulazak u područje *self-helpa* u kojem obrađuje razne teme, poput životnih ciljeva, religioznosti, smrti bližnjih, suočavanja s neuspjesima i slično, pridonijelo da knjiga u vrlo kratkom roku postane pravi bestseler.

O knjizi:

Najuglednija hrvatska psihologinja i odnedavno Zagrepčanka godine, u svojoj je knjizi napravila zbir znanstvenog i životnog iskustva te predstavila *self-help* priručnik koji je nastao kao odgovor hrvatskih psihologa na brojne strane psihološke priručnike u kojima se nude univerzalni, ali vrlo često i potpuno neprimjenjivi recepti za sreću. Posebnost ove knjige nalazi se u autoričinom nastojanju da ne nudi *ružičaste naočale* nego da na realan način približi čitatelju razlikovanje životnih činjenica na koje možemo imati utjecaj od onih koje uz sav napor ne možemo promijeniti. Naziv knjige *Tkanje života* zapravo je slikoviti prikaz kojim autorica zagovara tezu da sve što smo dobili rođenjem, uključujući i okolinu u kojoj smo se rodili, su samo početne niti tkanja na kojemu ćemo sami dalje tkati tkanje našega života.Životni ciljevi, religioznost, smrt bližnjih, suočavanje s neuspjesima, bolni događaji, samo su neki od naslova koje prof. Krizmanić obrađuje u knjizi, a koji su se dogodili ili će se

[49]Isto.
[50] Usp. Narodna knjižnica Supetar. URL: http://www.knjiznicasupetar.hr/index.php?option=com_content&view=article&id=9&Itemid=8 (2015-11-27)
[51]Isto.

tek dogoditi svakome od nas.[52] Kako tkati tkanicu kakvu želimo, prof. Krizmanić nam pomaže otkriti kroz niz poglavlja koja nose naslove u kojima će se prepoznati mnogi od nas: o bolnim događajima, o osuđivanju drugih ljudi, o izboru životnog partnera, o agresiji, o toleranciji, o primanju i pružanju pomoći, o religioznosti, o suočavanju s neuspjehom, o suočavanju s uspjehom, o smislu za humor... *Iako je, dakako, moguće napisati neke jednostavne upute, poput pođite kući i mislite pozitivno, takve nam upute ne mogu uistinu pomoći u teškim životnim situacijama. Putevi i staze do životnog zadovoljstva i sreće koje ona nudi, namijenjeni su svima koji žele kreativno oblikovati život koji žive*, riječi su Mirjane Krizmanić.[53]

2.6.2. Ostali naslovi ove autorice:

Ovu autoricu i njenu knjigu Tkanje života izabrali smo za analiziranje u radu. Zato ćemo ukratko predstaviti i njena ostala djela.

A što sad?

U ovoj knjizi najuglednija hrvatska psihologinja nudi praktične i brze upute za suočavanje s najtežim životnim nevoljama.Knjiga koju čitatelji mogu koristiti kao prvu pomoć i knjiga koju će uvijek imati uza sebe.[54]

O toleranciji

Činjenica da se o toleranciji mnogo govori, ali premalo zna, potakla me na ponovno razmatranje tolerancije u svakodnevnom životu svakoga od nas i društva u cjelini. U proteklih desetak godina pokazalo se da se tolerancija i dalje često spominje, ali rijetko primjenjuje u svakodnevnom životu pojedinca, obitelji i društva.[55]

[52] Moderna vremena, portal. Tkanje života. URL: http://www.mvinfo.hr/knjiga/5086/tkanje-zivota-putovi-i-staze-do-zivotnoga-zadovoljstva-i-srece (2015-11-29)
[53] Isto.
[54] Algoritam, Profil, Mozaik. URL: http://www.apm.hr/autori/mirjana-krizmanic/82260 (2015-12-18)
[55] Isto.

Jesenji valcer-šetnja sunčanom stranom starenja

Ova knjiga govori nam koji su to izvori životnih zadovoljstava i veselja, otkriva nam zašto je i u starosti vrijedno i dalje iznova otkrivati svijet i ljude, kao i na koji način u ovoj životnoj dobi možemo ubirati plodove svega što smo tijekom života sijali i njegovali. Zahvaljujući tome kvalitetno ćemo proživjeti to novo životno razdoblje.[56]

A sad radost i veselje

Ovaj je priručnik psihologinja namijenila ljudima koji se ne snalaze ni u dobrim vremenima, kad im sve polazi za rukom i kad im se uspjeh smiješi u svemu što čine. To su ljudi koji zapravo ne znaju biti sretni, koji se ne mogu iznova veseliti istim ljudima ili situacijama, stvarima ili pojavama, koji ne mogu biti smireni ni kad je sve u njihovom životu u redu, kad na njih ne vreba nikakva poznata ili nepoznata nevolja.[57]

U ljubavi i bez nje

U ovoj knjizi autorica se bavi temama koje su nam svima bliske, iako se vrlo rijetko o njima javno govori, a još rjeđe piše. Ljubavni i intimni odnosi najosjetljivija su i često najvažnija iskustva našeg života. Donose nam mnogo zadovoljstva i sreće, ali i mnogo ogorčenja i boli koja bi se mogla izbjeći kad bismo znali poštivati pravila koja vrijede za svaki prisan odnos, bio on prijateljski, partnerski ili ljubavnički.Kako izbjeći odnose u kojima nas čeka samo gorčina i usamljenost, zašto opstaju nesretni brakovi, treba li partneru priznati nevjeru ili preljub, zašto se ulazi u preljubnički odnos, kako prekinuti vezu, a zadržati ono što je u njoj bilo lijepo, postoje li sretni brakovi i veze – u novom hitu iskusna psihologinja odgovara na sva ta i još mnoga pitanja s kojima se svatko od nas susreće i najčešće sam na njih traži odgovore.[58]

Život s različitima

U knjizi *Život s različitima* Mirjana Krizmanić pokazala nam je kako je to biti različit u našem društvu. Predrasude prema invalidima jednake su kao i prije 50 godina.I iznad i ispod nas, kao i svuda oko nas, postoje drukčiji svjetovi, drukčija živa bića, drukčiji ljudi, a ipak sve sastavljeno od istih djelića tvari, sve podvrgnuto zakonima prirode, sve sa svojim vijekom trajanja i svojim obilježjima. Sve i svatko sa svojim pravom na postojanje. Kad bismo našli

[56] Krizmanić, Mirjana. Jesenji valcer. Mrežna stranica V.B.Z. URL: http://www.vbz.hr/knjiga/krizmanic-mirjana-jesenji-valcer (2016-01-08)
[57] Usp. Isto.
[58] Usp. Isto.

vremena da sami sebe prepoznamo kao djelić tog složenog svijeta, možda bismo s više snošljivosti gledali na ljude oko sebe. Možda bismo tada lakše pronašli svoje mjesto u toj velikoj zajednici različitih, a ravnopravnih. Možda bismo tada sa sebe mogli isprati nesnošljivost prema drukčijima, predrasude prema različitima, možda bismo tada s lakoćom, bez ikakve primisli, mogli svima u sebi i javno dopustiti da jednostavno postoje i budu.[59]

2.6.3. Ivana Šešo, Emina Pršić , Nedostaje?Ne. Dosta je (Kako preživjeti slom duše) (Algoritam)

O autoricama:

Ivana Šešo zaposlena je u Obiteljskom centru grada Zagreba, diplomirani je defektolog-socijalni pedagog. Osposobljena je za savjetovanje po principu Realitetne terapije u kojoj se nastavlja educirati. Bavi se pojedinačnim i grupnim psihosocijalnim tretmanom. U svom radu primjenjuje različite terapijske pristupe: prvenstveno princip teorije izbora, sistemski i psihodinamski pristup te brojne kreativne tehnike rada. Emina Pršić, diplomirani odgojitelj male i velike djece, većinu vremena provodi na pozornici ispred svjetla reflektora, pa ju se tako može vidjeti na velikom broju TV reklama, sapunica, u voditeljskim vodama te na kraju i pjevačkim. Iskustva su joj vezana i uz usavršavanje komunikacijskih vještina djelatnika u automobilskoj industriji. Svoju karijeru započela je na lokalnim televizijama, a nastavila kroz niz projekata: Music show, To sam ja, Teen party, Music charts. Trenutno piše i kolumne za portal Ordinacija.hr.[60]

O knjizi:

Gotovo svi se slažu da je gubitak životnog partnera najjači emocionalni potres koji možemo doživjeti. S druge strane neprestano se vezujemo uz osobe od kojih primamo ili kojima dajemo svoju ljubav, pa smo, po definiciji, svakodnevno izloženi riziku gubitka voljenog bića. Ponekad su naše veze nestalne ili za jednu stranu manje važne. Ponekad vidimo životnog partnera u nekom tko u nama vidi samo prolaznu avanturu. Ponekad nam netko pri tom slomi srce, s čime se svi više-manje nekako nosimo, no ponekad nastupi totalni slom duše. U takvim iznimnim trenucima nismo u stanju pomoći sami sebi čak ni potražiti pomoć nekoga drugog.

[59] Usp. Isto.
[60] Slobodna Dalmacija, web. URL: http://www.slobodnadalmacija.hr/Linija-X/tabid/243/articleType/ArticleView/articleId/189802/Default.aspx (2016-01-01)

Nekoga tko razumije i zna što nam je činiti kada se cijeli svijet pod nama urušava i kada se čini da je nada definitivno iscurila iz našeg života.[61] Tu negdje, u međuprostoru između vojske prijatelja koji podrškom pokušavaju spasiti što se spasiti dade i ordinacije nekog terapeuta, autorice su pokušale smjestiti ovu knjigu. Ne kao klasični priručnik za samopomoć, ne kao knjigu recepata za samo ozdravljenje, ne kao strogi režim uputa kojih se valja držati, nego kao još jednu prijateljicu. Prijateljicu koja je sve to prošla i iz svojega bolnog iskustva izvukla ono najbolje – snagu za preživljavanje.[62]

Sljedeća nakladnička kuća koju ćemo predstaviti iznjedrila je poznati književni dvojac koji je osvojio nagrade i oborio rekorde u čitanju. Ova knjiga četvrti je primjer koji ćemo predstaviti i analizirati u radu. Riječ je o nakladničkoj kući Hena-com, romanu Zlatni mjesec i književnom dvojcu Lari Mari. Lari Mari je zapravo pseudonim iza kojeg se kriju dvije književnice Larisa i Marieta. Svojim načinom pisanja i pristupom životu i ljudskim pitanjima osvojile su čitatelje u Hrvatskoj. Pisanje im je jedna od ljubavi, imaju svoje imanje na kojem pomažu ljudima pomoću terapija, vraćanja prirodi i biljaka.

2.7. Hena-com

Hena-comje nakladnička kuća utemeljena 1995. godine. Pažljivim odabirom autora i naslova profilirali su se u nakladnika koji hrvatskoj čitateljskoj i stručnoj publici uvijek nudi kvalitetnu i zanimljivu knjigu. Njihov nakladnički program obuhvaća lijepu književnost, krimiće, trilere, publicistiku, priručnike o pedagogiji i zdravom životu.[63]Na njihovoj listi autora nalaze se neki od najznačajnijih domaćih i stranih pisaca: Ante Tomić, Ephraim Kishon, Bohumil Hrabal, Umberto Eco, Petera Dȍ Adamo, Amos Oz, Don Delillo, Zvonimir Berković, David Shipler, William Dietrich, Stjepo Martinović, Elif Shafak, Ken Bruen, Cristopher Reich, Louise Penny, Serdar Ozkan, Kristan Higgins, Karen Marie Moning, Nikos Kazantzakis, David Deida, Sabahattin Ali, Ayfer Tunç, Pero Kvesić, Federico Moccia, Ahmet Umit, Ece Temelkuran i drugi.[64]

[61] Usp. Algoritam. Nedostaje? Ne. Dosta je! URL: http://www.algoritam.hr/?m=1&p=proizvod&kat=645&id=155197#.VnCeUkrxyko (2016-01-02)
[62]Isto.
[63] Hena-com. URL: http://hena-com.hr/ (2016-12-05)
[64] Isto.

2.7.1. Lari Mari, Zlatni mjesec

O autoricama:

Sada već vrlo poznati i uspješni dvojac Larissa Kunić i Marieta Kola, za svoj su prvi objavljeni roman *Bez ljubavi i mržnje* u izdanju nakladničke kuće Ljevak dobile nagradu Kiklop za debitantsku knjigu godine. Njihov prvi roman opisat ćemo iza romana *Zlatni mjesec,* također vrlo uspješnog. U ovom radu uzeli smo ih kao primjer nakladničke kuće Hena-com. Tako je Opatija, grad poznat po turizmu, ali i po iznimnim književnim perima, dobila i svog prvog Kiklopa.Larissa Kunić (Larí) specijalist je energetske medicine i duhovne terapije. Marieta Kola (Marí) specijalist je intuitivne medicine i duhovne terapije. Suvlasnice su *Entere Clinic*, male klinike s velikom dušom u Opatiji, iz koje crpe svoje nadahnuće i pomažući mnogim klijentima stvaraju njihova djela.[65] Ove su autorice na Facebooku vrlo aktivne. Čitatelje svakodnevno inspiriraju citatima, raznim objavama i sličicama.[66]

O knjizi:

Zlatni Mjesec misteriozna je i nevjerojatno dirljiva priča o inkasatoru koji se jedini od njegovih kolega usudio ući u kuću strave u kojoj je, spašavajući nijemu djevojčicu, spasio svoj život. Kada kasnije budemo analizirali naslovnicu ove knjige preko simboličnog crteža otkrit ćemo više o sadržaju. Čitanjem ovog romana čitatelj može otkriti puno stvari o samom sebi, posebno o mogućnosti izlaženja iz genetskih okvira koji ga zadržavaju i sputavaju.Ovaj je teatar apsurda, koji se posve neočekivano pretvara u napeti psihološki triler, ispunjen vrlo kompleksnim karakterima uz pomoć kojih autorice suptilno ali vrlo sugestivno pokazuju što se sve događa kad duševna patnja izmijeni mnoge osobnosti. Dubokom prozom koja liječi ponovno su dokazale svoju spisateljsku izvrsnost.[67]

[65] Mojzagreb.info. URL: http://mojzagreb.info/hrvatska/hrvatska/nova-knjiga-lari-mari-bez-ljubavi-i-mrznje (2016-12-05)
[66] Lari Mari. Facebookov profil. URL: https://www.facebook.com/lari.mari.92?fref=ts (2016-01-10)
[67] Usp. Isto.

2.7.2. Još jedan naslov ovih autorica

Roman Zlatni mjesec ove autorice izabrali smo kao primjer za analiziranje u ovom radu. Zato ćemo predstaviti i njihov prvi roman Bezljubavi i mržnje.

Bez ljubavi i mržnje

Osim Zlatnog mjeseca, autorice su napisale roman Bez ljubavi i mržnje, koji također poziva ljude na promišljanje i ljubav. Ova knjiga izdana je u nakladničkoj kući Ljevak. Izrazito senzibilan i intuitivan glavni lik, dvadesetpetogodišnji Blue čija je duša vreća natovarena obiteljskim problemima očajnički traži izlaz iz labirinta u kojem su ga u trećoj godini ostavili roditelji, a to su mu *slučajno* zaboravili reći. Koprca se nesvjestan osjećaja koji u njemu bukte i svako malo bacaju iskre koje u njemu pale plamen revolta koji stvara užareni obruč iz kojega je teško izaći. No uz pomoć psihijatra i psihologa dr. Fuga uspijeva prekinuti emocionalni genetski kod koji, kao i gene, nasljeđujemo od svojih predaka i koji nas određuju i koče na putu življenja vlastitog života. Blue se nalazi na zgarištu obiteljskog ognjišta koje je u njegovog trećoj godini razoren i dok su se njegovi roditelji *snašli* u novim brakovima, on ostaje napušten kod djeda i bake (očevih roditelja) sve do sedme godine u kojoj njegova baka koju smatra majkom umire, a za djeda koji mu je otac saznaje da mu nije pravi djed.[68]

U svijetu je trend izdanja literature samopomoći odavno započeo. Čak se i na ljestvici 10 najčitanijih i najprodavanijih knjiga svih vremena, uz Bibliju, Mao Ce-tungove Izreke, Tolkienova Gospodara prstenova, Da Vincijev kod Dana Browna ili ciklus o Harryju Potteru, našao i Alkemičar slavnoga Paola Coelha, kod nas Zagorkini romani te motivacijski priručnikMisli i postani bogat, publiciste Napoleona Hilla napisan još davne 1937. na temelju životnih i poslovnih savjeta američkog milijardera Andrewa Carnegieja.[69] U novije je vrijeme sve više biografske i ispovjedne literature *bogatih i uspješnih* ili knjiga: *Kako postati bogat?, Kako postati uspješan?, Američki san, Hrvatski san! -i San.* Primjeri su *Tajna*, *Zlatko Sudac*i *Tkanje života*.[70]Ovo poglavlje dalo nam je sliku o tome koje nakladničke kuće nude literaturu samopomoći te koje naslove i autore možemo pronaći u njihovoj ponudi. Direktorica

[68]Usp. Najbolje knjige. Portal za knjigoljupce. URL: http://www.najboljeknjige.com/content/knjiga.aspx?BookID=2211 (2015-12-18)
[69] Šimić-Tonin, Nikola. Self- help literatura. // Film–mag.net. URL: http://film-mag.net/wp/?p=24003 (2016-01-15)
[70] Blažević, Leonardo. Novi sadržajni, oblikovni i marketinškitrendovi u komercijalnom nakladništvu. Stručni rad. Libellarium, 2, 2 (2009). Str.185-189 Hrčak. URL: http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=100188 (2015-11-25)

nakladničke kuće Ljevak, Petra Ljevak o *self-help* literaturi u jednom razgovoru izjavila je da je ta *literatura tip literature kojoj se ljudi masovnije okreću u različitim kriznim trenutcima kada traže pomoć u knjigama. Globalna kriza, ne samo ekonomska već i kriza ljudskih stavova, neki bi rekli i morala, kojoj smo svi svjedoci, svakako je jedna od takvih situacija. Nedavno sam od kolege čak čula o tezi da se rast potražnje za self-help literaturom direktno može povezati s rastom potražnje za antidepresivima. Priznajem, teza je pomalo nategnuta, ali nudi dio odgovora na ovo pitanje.*[71] Zakon ponude ovisan je o potražnji. Ono što ljudi danas traže je pomoć u svakodnevnom životu, a autori i nakladnici na to odgovaraju svojom ponudom i proizvodima. U New Jerseyu, u Westmontu postoji knjižara koja u svojoj ponudi sadrži samo naslove *self-helpa,* a njen prodavač kaže da je njihova misija *korisnicima i kupcima pomoći pri osobnoj promjeni u današnjem svijetu prejedanja, anksioznosti i raznih ovisnosti*.[72]

Cilj istraživanja u ovom poglavlju bio je dati sažet pregled izdvojenih nakladnika koji izdaju *self-help* knjige. Pregled je dan na temelju istraživanja literature i mrežnih stranica nakladnika. Određeni su naslovi i autori izdvojeni. Kod nas se knjige samopomoći nude u knjižarama zajedno s ostalim proizvodima nakladnika. Tko najviše čita priručnike samopomoći, doznali smo čitajući literaturu. Profesor koji piše o medijima i javnosti David Gauntlett rekao je u svom radu da se *literatura samopomoći često dijeli na onu posebno za žene i posebno za muškarce, najčešće je čitaju žene, ali broj muškaraca sve više raste što pokazuje još jednu sliku današnjeg društva.*[73]Za napomenut je, da od četiri odabrane knjige, točnije četiri autora, jedino Šimleša ima svoju vlastitu mrežnu stranicu. Autorica Mirjana Krizmanić ne ide toliko u korak s vremenom,za razliku od ostalih ona nema ni Facebookovu ni mrežnu stranicu. Ivana Šešo i Emina Pršič, Šimleša i Lari Mari vrlo su aktivni na Facebookovim stranicama. Svakodnevno objavljuju sličice, citate i razne objave. Strani autori najčešće imaju svoje mrežne stranice, no one se trebaju platiti i u njih je potrebno ulagati. Stanje u Hrvatskoj je drugačije, u korak s vremenom najviše ide Šimleša, Facebookove su stranice besplatne, često jednostavnije za ažuriranje i čitanije, stoga puno isplativije za autore.

Ako ćemo usporediti situaciju hrvatskih i stranih autora,možemo zaključiti da je Šimleša s velikim razlogom na vrhu među autorima *self-help*literature. Njegova knjiga Škola

[71] Bjelousov, Zora. Petra Ljevak: uživam u svom poslu. Femina portal. URL: http://www.femina.hr/clanak/index/r/8/c/989/se/biznis_petra-ljevak---uzivam-u-svom-poslu-- (2015-12-29)
[72] Usp. Eleventh Step Books: book shop. URL: http://www.eleventhstep.com/about.html (2015-12-30)
[73] Usp.Gauntlett, David. *Self-help* books and the pursuit of a happy identity. URL: http://theoryhead.com/gender/selfhelp.pdf (2015-12-30)

života[74]ima i kartice, tiskane,za motivaciju s odabranim poglavljima, tj.citatima iz knjige. Osim toga ima i *Iphone* aplikaciju za čitanje.[75] To rade najčešče strani autori. Predavanja i tribine koje Šimleša održava davno su započeli Christianne Northrup, Louise Hay i ostali poznati autori. Spomenuli smo da Louise Hay ima svoj radio, velik dio tih svjetskih autora gostovao je i kod svjetski poznate Oprah i na taj način koristio televiziju kao propagandu.[76]Šimleša je jedini koji je vodio i emisiju na Hrvatskoj radio televiziji sa sličnim temama o kojima piše u svojiim naslovima.Pomoću inspirativnih priča motivirao je ljude, kao i u knjigama. Ono po čemu je Šimleša specifičan je također njegov doprinos društvu. Često svoje honorare i zaradu od knjiga daruje humanitarno onima kojima je to najpotrebnije.[77]Svrha ovog poglavlja je predstavljanje hrvatskih nakladnika koji izdaju *self-help* literaturu i izdvajanje određenih naslova i autora. U sljedećem poglavlju analizirat će sena koji su način nakladnici marketinški predstavili odabrane četiri knjige koje su izdvojene te ćemo naglasak staviti na njihove naslovnice.

[74] Šimleša, Bruno.Mrežna stranica. URL:http://www.brunosimlesa.com/Content/hr/novosti_opsirnije.aspx?articleID=33#.Vlxtl2AQVy0(2016-01-12)
[75] Šimleša, Bruno. Mrežna stranica. URL: http://www.brunosimlesa.com/Content/hr/novosti_opsirnije.aspx?articleID=33#.Vlxtl2AQVy0 (2015-11-26)
[76] An Interview with Louise Hay and Cheryl Richardson. Truly alive magazin. URL: http://www.trulyalive.net/an-interview-with-louise-hay-and-cheryl-richardson/ (2016-01-13)
[77] Usp. Razbijanje zabluda. Kako dopustiti ljubavi da nas osvoji? Mrežna stranica tportal. URL: http://m.tportal.hr/198763/Kako-dopustiti-ljubavi-da-nas-osvoji.html (2016-01-13)

3. Prodaja i reklamiranje knjiga: marketing

Na početku je potrebno definirati što je točno marketing.Najpreciznija i sveopće prihvaćena definicija marketinga od straneP. Kotlera: *Marketing je društveni proces kojim pojedinci i grupe postižu ono što im je potrebno i što žele, kreiranjem, ponudom i slobodnom razmjenom s drugima, proizvoda i usluga određene vrijednosti.*[78]Marketing, ipak sam po sebi ne čini poslovanje. U statičnoj ekonomiji nema poslovanja niti poduzetništva. Oni mogu postojati samo u rastućoj ekonomiji, odnosno barem u onoj u kojoj se promjene smatraju i prirodnima i prihvatljivima. Inovacije potiču promjene i zbog toga su i toliko važne koliko i marketing. Drucker smatra *da postoji samo jedna valjana definicija svrhe poslovanja: kreirati potrošače. Zbog toga što je svrha kreiranje potrošača, poduzeće ima dvije – i samo dvije – temeljne funkcije: marketing i inovaciju.*[79]Nakon predstavljanja naslova, u poglavlju o marketingu prikazat će se i analizirati naslovnice i mjesta na mrežnim stranicama nakladnika, knjiga, točnije naslova koji su izdvojeni. Zato ćemo prvo teorijski objasniti osnove i funkcnioranje marketinga te se osvrnuti na oglašavanje putem interneta i Facebooka i vidjeti što su to promocijske aktivnosti.

3.1. Osnove marketinga

Marketing razvija svoje načine djelovanja putem svojih funkcija, tzv. 4P odnosno četiri marketinške funkcije, a to su: proizvod (engl. *product*), cijena (engl. *price*), distribucija (engl. *place*) i promocija (engl. *promotion*). Njihovom optimalnom kombinacijom nastaje marketinški miks, koji se kao osnova funkcioniranja marketinga zadržao do danas. Svaki od četiri P mora biti usklađen sa svakim pojedinim elementom marketinškog miksa kako bi se na najbolji način zadovoljile potrebe potrošača.[80]Osnovni element marketinškog miksa proizvod je koji uključuje određivanje kvalitete proizvoda, dizajna, svojstva, ime marke i ambalaže i druge dodatne karakteristike koje ga mogu učiniti konkurentnim. Cijena je drugi element marketinškog miksa, a predstavlja količinu novca koju kupci plaćaju uz prozvod. Cijene trebaju biti usklađene s vrijednošću proizvoda.[81] Ako nisu, kupci će se okrenuti proizvodima

[78] Usp. Renko, Nataša. Strategije marketinga, 2009. Zagreb, Naklada Ljevak. Str. 5.
[79] Isto.
[80] Usp. Isto
[81] Usp. Isto.

konkurencije. Zato se o tome treba voditi računa. Knjiga, iako ima drugačiju vrijednost nego npr. hrana, također predstavlja marketinški proizvod, stoga je cilj ovog poglavlja pojasniti funkcinioranje i pojam marketinga.

3.1.1. Promocija i funkcioniranje marketinga

Promocija uključuje sve aktivnosti koje poduzeće poduzima kako bi komunicirala i promovirala svoj proizvod ciljanom tržištu, a što uključuje oglašavanje, unaprjeđenje prodaje, odnose s javnošću i izravni marketing. [82]Distribucija je sljedeći ključni element marketinškog miksa, a uključuje različite aktivnosti koje poduzeće poduzima da bi proizvode efikasno dostavilo potrošačima. Ovaj će rad pojam promocije istražiti kroz analiziranje načina na koji su autori predstavili svoje naslovnice i kako su ih nakladnici predstavili na svojim mrežnim stranicama. Jedan i drugi čimbenik važni su u promociji knjige.Domaći nakladnici marketingu knjige danas pristupaju na drugačiji način upotrebljavajući primjerenije marketinške alate, napuštaju tradicionalne oblike oglašavanja i sve se više okreću novim medijima, posebno društvenim mrežama. Novi trendovi u nakladništvu osim oglašavanja na društvenim mrežama, odnose se i na festivale i sajmove knjiga na kojima nakladnici imaju priliku promovirati svoje knjige.[83]Brojni elementi utječu na cijenu knjige kao što su autorska prava, autorski honorar, prijevod,likovna oprema, urednik teksta, grafički urednik, producent,lektura,korektura,pogovor,recenzija, unos teksta, korektura nakon unosa teksta, prijelom,korektura nakon prijeloma,izrada kazala,tisak, repromaterijal, vakumiranje knjige te troškovi marketinga, prodaje i distribucije. Cijena ima najveći utjecaj na prihod i psihološki značaj jer stvara sliku kvalitete i vrijednost. Ako je cijena preniska, kupci mogu misliti da knjiga neće zadovoljiti njihove potrebe, a ako je previsoka, mogu misliti da je precijenjena i jednostavno odustati od kupnje ili kupiti sličan, cijenom povoljniji naslov od konkurencije.[84]Kao što se može zaključiti iz pročitanog, jedna od boljih metoda reklamiranja je mrežna stranica. Autoru je potrebno da ga nakladnik što bolje predstavi na mrežnoj stranici, to ide u prilog jednom i drugom. No ono što bi autori također trebali imati osviješteno je da osim predstavljanja na mrežnim stranicama nakladnika mogu imati i vlastitu mrežnu stranicu. Od autora koji su istaknuti u ovom radu mrežnu stranicu ima jedino Bruno Šimleša, što je

[82] Isto. Str. 9.
[83] Blažević, Leonardo. Novi trendovi u marketingu knjige: specijalistički poslijediplomski rad. Zagreb, 2009. Str. 15.
[84] Usp. Isto.

pohvalno. Stranica je zanimljiva i pregledna te prati svjetski trend. U intervjuu koji će se naknadno prikazati, saznaje se da mu je najbolji alat za komunikaciju s čitateljima Facebook, no da ima i mrežnu stranicu.



Slika 1. Šimleša, Bruno. Mrežna stranica. (izvor: URL: http://www.brunosimlesa.com/)

Osim mrežnih stranica i društvenih mreža na kojima nakladnici i autori mogu sebe predstaviti trgovačke izložbe i sajmovi spadaju u oblike marketinške komunikcije i nove trendove gdje nakladnici imaju priliku predstaviti svoje knjige uz određene popuste te su ti oblici izlaganja posebno pogodni za prezentaciju novih proizvoda.[85]Nekoliko osnovnih prednosti izložbi i sajmova jesu:

- fiksna prodaja poruka može se prenijeti sa svim informacijama koje su potrebne potencijalnom kupcu, a poruka se prenosi velikoj zainteresiranoj publici
- novi proizvodi se mogu uvesti na dosta široko tržište
- kupci mogu vidjeti proizvod, ali ga i testirati
- potencijalni kupci mogu se identificirati i od njih se mogu dobiti dodatni upiti i podaci za daljnje kontakte
- dobri poslovni odnosi mogu se pojačati ili inicirati

[85] Usp. Kesić, Tanja. Integrirana marketinška komunikacija : oglašavanje, unapređenje prodaje, Internet, odnosi s javnošću, publicitet, osobna prodaja. Zagreb: Opinio, 2003. Str. 539.

- za poduzeće se može osigurati besplatan publicitet

Međunarodni sajmovi važni su jer osim susretanja kupaca moguće se uspoređivati s konkurencijom i utvrditi svoje prednosti, odnosno slabosti.[86] Najveći je sajam knjiga održan na našim prostorima *Interliber-međunarodni sajam knjiga i učila* koji je u posljednje četiri godine zadržao jednak broj posjetitelja, oko sto tisuća te pridonio rastu prodaje unatoč poraznim brojkama koje prate hrvatsko izdavaštvo u posljednje četiri godine koje se odnose na pad nakladnika i gubitak radnih mjesta.[87] Spomenut ćemo bitan i koristan gerila marketing. To je nekonvencionalna metoda marketinga primjenjiva posebice u kontekstu malog i srednjeg poduzetništva jer ne iziskuje velike troškove, nego samo malo mašte i odvažnosti, a učinci mogu biti odlični. Cilj te metode je brzim, šokantnim i djelotvornim akcijama pridobiti interes potrošača i šire javnosti te stvoriti publicitet. Internet pruža širok raspon mogućnosti oglašavanja. Velik broj poduzeća ima vlastite mrežne stranice na kojima daje iscrpne informacije o svojem poslovanju, proizvodima, prodajnim mjestima, viziji, misiji i ciljevima. Ako su dobro dizajnirane i koncipirane, mrežne stranice mogu poslužiti kao dobro sredstvo privlačenja kupaca. Tu je također moguće interaktivno komuniciranje poduzeća s potrošačima i dobivanje povratnih informacija. Katkad kupci mogu putem mrežne stranice poduzeća naručivati i plaćati njegove proizvode te na taj način ona postaje prodajno mjesto. Osim mrežnih stranica poduzeća postoje i posebni portali na kojima poduzeća mogu promovirati i prodavati svoje proizvode, mrežni imenici, internetske poslovne telefonske stranice i dr.[88] U suvremenom svijetu, gdje je razvoj tehnike i tehnologije sveprisutan, internet dobiva sve više na značenju. Na kraju možemo slobodno zaključiti da osobe na svim razinama organizacije moraju biti svjesne mnogih zakonskih i etičkih problema koji u današnje vrijeme okružuju marketinške komunikacije. Poduzeća moraju efikasno i produktivno raditi kako bi njihova komunikacija s potrošačima i prodavačima bila otvorena, iskrena i ugodna.[89]

Prateći smjernice i teoretski dio o marketingu u ovom radu analizirat će se i ispitati način na koji su nakladnici na svojim mrežnim stranicama predstavili odabrane naslove. Knjiga Tkanje života izdana u nakladničkoj kući Profil nije više dostupna na internetu jer mrežna stranica Profila više ne postoji. Zato ćemo za isti naslov analizirati nakladničku kuću V.B.Z. u kojoj su objavljeni ostali naslovi ove autorice. I njen urednik Drago Glamuzina iz Profila je prešao u

[86] Isto.
[87] Usp. Bulić, Rea. Otvoren 37. Interliber – najveći kulturni sajam knjiga u hrvatskoj, 11.12/2014. URL: http://citajme.com/otvoren-37-interliber-najveci-kulturni-sajam-knjiga-u-hrvatskoj/ (2015-12-29)
[88] Usp. Nav. dj. Renko. Str. 36
[89] Usp. Isto.

V.B.Z. nakladničku kuću. Naslovnice koje smo analizirali, vidljive su također na mrežnoj stranici nakladnika što je jedan od načina reklamiranja knjige. Što se tiče autorskih mrežnih stranica, koje čine dobru reklamu za autora, smatra se da još nisu dovoljno prepoznate. Od autora i knjiga koje smo analizirali mrežnu stranicu ima samo Bruno Šimleša, što pokazuje da prati trendove. Isplativije, tj. jeftinijeje imati profil na Facebooku.

3.1.2. Facebook i internet kao način oglašavanja

Od četiri autora koji se ističu u ovom radu, jedino Mirjana Krizmanić nema Facebookov profil. U intervjuu svi su rekli da im je ta društvena mreža odličan alat za komuniciranje s čitateljima i promidžbu. Izraditi Facebookov profil autoru je sasvim besplatno, a nudi mu niz mogućnosti u kontaktu s publikom i čitateljima. Objasnit ćemo malo više što je internet i Facebook oglašavanje,koliko su bitne za marketing u nakladništvu, za autore i nakladnike. Društvene mreže pomažu u poboljšanju marketinga kod poduzeća pružajući im dodatne informacije o novim određenim proizvodima, što dovodi do inovativnih načina kod implementacije osnovnog marketinškog programa s ciljem da uspješne aktivnosti koje se provode na drušvenim mrežama povežu sa samim marketinškim programom i procesom.[90]Facebook je iznimno značajan komunikacijski kanal jer omogućuje izravnu komunikaciju nakladnika i čitatelja. Na korisnike, odnosno u ovom slučaju čitatelje, Facebook je imao velik utjecaj: čitatelji očekuju (uz proizvod/knjigu) i osobnu pažnju/kontakt s autorima, izdavačima i čitateljima istomišljenicima. Na Facebook se može prijaviti bilo tko i komunicirati s ljudima koje poznaje, ali i onima koje želi upoznati.[91] Facebook je definitivno postao dio života milijunima ljudi, a čak polovica korisnika posjećuje i koristi stranicu svakodnevno. Iz svega toga može se zaključiti da ima velik utjecaj na današnje društvo i da se to može iskoristiti na različite načine, a posebice u svrhe komuniciranja s korisnicima. U Hrvatskoj oko 1,3 milijuna građana svaki dan koristi internet. Oko 200.000 građana internetom se povremeno služi, što nas svrstava otprilike na sredinu europske ljestvice korištenja interneta. U Hrvatskoj postoji oko 1,2 milijuna korisnika Facebooka, od toga 800.000 punoljetnih i aktivnih svaki dan. Sve je veći i broj korisnika zrelije dobi. Istraživanja

[90] Usp. Assaad, Waad; Gomez, Jorge Marx. Social Network in marketing (Social Media Marketing). // International Journal of Managing Public Sector Information and Communication Technologies 2, 1(2011).URL:http://airccse.org/journal/mpict/papers/0911ijmpict02.pdf (2015-12-18)
[91] Usp. Goodings, L. Tucker, I., Social media and the co-production of bodies online: Bergson, Serres and Facebook's Timeline. // Media, Culture & Society. 2014, 36. Str 154- 160.

pokazuju da čak dvadeset najposjećenijih hrvatskih internetskih stranica ukupno imaju manju posjećenost od Facebooka.[92]Čitatelji se uključuju u dijeljenje *(sharanje),* označavanje *(taganje),* ocjenjivanje i preporuke, ali sudjeluju i u marketingu nakladnika na način da prakticiraju WOM (Word of mouth) marketing.[93] Osnovna razlika između tradicionalnih (tisak, televizija, radio) i novih medija (internet) odnosi se na interaktivnost. Komunikacija putem tradicionalnih medija jednosmjerna je i masovna, dok novi mediji omogućuju komunikaciju na tri razine: jedan prema jedan, jedan prema mnogima i mnogi prema mnogima. Novi mediji omogućuju različite načine oglašavanja: internetsko oglašavanje – masovni oblik komunikacije: *banner* oglasi, *pop-up* i *popunder* oglasi, *rich media* oglasi, sponzorstva i oglašavanje putem ključnih riječi (*keyword advertising*) na pretraživačima i specijaliziranim oglasnim mrežama, poboljšanja za internetske pretraživače (*search engine optimatization*, SEO) – aktivnosti prilagodbe sadržaja mrežnih stranica poduzeća i povezivanje s drugim relevantnim stranicama (putem poveznica).[94] Svrha im je biti što bolje pozicionirane na ne sponzoriranom dijelu rezultata pretraživanja (naziv domene, naslovni opis mrežne stranice ili title tag, tekst na mrežnim stranicama, broj poveznica koje vode na određenu mrežnu stranicu s drugih stranica, broj prosljeđivanja sadržaja mrežnih stranica putem društvenih mreža, vrijeme zadržavanja korisnika na stranici itd.), izravna elektronička pošta – jedan od najstarijih oblika komunikacije putem interneta, društveni mediji: blogovi, društvene mreže, forumi, Wiki stranice (npr. Wikipedia),mrežne stranice za razmjenu slika (npr. Flickr), mrežne stranice za razmjenu video zapisa (npr. Youtube).[95]Internetski marketing zapravo čine društvene mreže, platforme koje okupljaju korisnike interneta i omogućuju im umrežavanje u virtualne zajednice na temelju zajedničkih interesa.[96] Kotler ističe važnost društvenih mreža jer s pomoću njih dolazi do veće interakcije među korisnicima te oni time značajnije utječu na samo poslovanje poduzeća.[97] Prve mrežne stranice nakladničkih kuća nisu bile interaktivne, izdavači su jednostavno objavljivali svoja izdanja i očekivali od korisnika da pretražuju informacije koje su im potrebne u raznim brošurama. Danas je *on-line*

[92]Isto.
[93] Ljevak, Petra. Virtualni marketing nakladničkih materijalnih dobara. // 16. seminar Arhivi, knjižnice, muzeji: mogućnosti suradnje u okruženju globalne informacijske infrastrukture : zbornik radova / uredila Tomašević, Nives; Despot, Ivana. Zagreb : Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2013.
[94] Ferenčić, Martina. Marketinška komunikacija u digitalnom svijetu. //Praktični menadžment, stručni časopis za teoriju i praksu menadžmenta 3, 2(2012).URL: http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=142663
[95] Usp. Isto.
[96] Škare, Vatroslav. Internetski marketing . URL: http://web.efzg.hr/dok/MAR/ipandza/UM-Internetski_marketing-separat_19_poglavlje.pdf (2016-01-02)
[97] Usp. Puška, Adis. Alati za izvođenje marketing aktivnosti putem socijalnih mreža. // Praktični menadžment, stručni časopis za teoriju i praksu menadžmenta 3, 1(2012).URL: http://hrcak.srce.hr/96969 (2015-12-30)

korisnicima važno privući pažnju jer i oni sami žele interakciju s nakladnicima umjesto samostalnog pretraživanja informacija. Navike stečene na društvenim mrežama kao što su Facebook i MySpace utječu i na korištenje mrežnih stranica nakladničkih kuća, korisnici žele sudjelovati, ne samo pročitati što je objavljeno, a izdavači bi trebali razmisliti na koji način mogu promovirati svoje proizvode putem društvenih mreža.[98]

U ovom radu neće se analizirati Facebookovi profili autora koji su istaknuti, već će se za analiziranje njihovog marketinga ispitati naslovnice i mrežne stranice nakladnika, kako su ih predstavili. Putem intervjua i proučavanja rada autora doznali smoda samo Mirjana Krizmanić nema Facebookov profil, dok se Šimleša, LariMari, Pršić i Šešo redovno i aktivno koriste njime.Cilj navedenog bio je radi daljnjeg istraživanja načina marketinga u radu, dati teorijski okvir marketinga te slijediti logičku konstituciju rada, da nakon odabranih naslova prikaže kako su knjige koje analiziramo kao proizvod marketinga predstavljene. U sljedećem poglavlju na primjeru odabranih knjiga pokazati će se kako su marketinški predstavljene na mrežnim mjestima, tj. mrežnim stranicama svojih nakladnika koje će se isto analizirati, koliko su nakladnici aktivni i osviješteni po tom pitanju te će se isto tako analizirati naslovnice knjiga. Neke od izravnih osobnih odgovora na ta pitanja možemo doznati u intervjuu s autorima koji će biti u radu naknadno naveden.

[98] Baverstock, Alison. How to market books: the essential guide to maximizing profit and exploiting all channels to market. London: Alison Baverstock, 2008. Str. 153-154.

4. Svrha i metoda istraživanja mrežne stranice, mrežnih mjesta i naslovnice

Naslovnice knjiga koje smo izabrali te način na koji su predstavljene na mrežnim stranicama nakladnika, u ovom poglavlju ćemo istražiti kako bismo mogli zaključiti kako se na temelju mrežne stranice i naslovnice reklamira i radi marketing, jedan od bitnijih čimbenika za čitatelje, nakladnike i autore. Poglavlje koje opisuje naslovnice i mrežna mjesta nakladnika, pokazuje nam način prikazivanja marketinga naslova koji se analiziraju, a time analiziramo autore i nakladnike. Korištena metoda je analiza sadržaja.[99] Analiziramo s pomoću određenih kriterija naslovnice i mrežne stranice. Objasnit ćemo više što je točno analiza sadržaja. Tu metodu ubrajamo u metode prikupljanja primarnih podataka. Analizom sadržaja prikupljamo podatke iz informacijskog materijala i tekstova općenito.[100]Analiza sadržaja definira se kao intelektualni proces kategorizacije tekstualnih podataka u slične entitete ili konceptualne kategorije kako bi se identificiralo uzorke i odnose među varijablama. Ta analitička metoda način je kojim se reduciraju podatci i traži smisao među njima.[101]Iz dobivenih podataka proizlaze zaključci.

Autore čije knjige analiziramo kontaktirali smo osobno, putem intervjua, odgovorili su nam na postavljena pitanja, odgovori koji se odnose na naslovnicu i dizajn spomenut ćemo u ovom poglavlju s naglaskom da su se informacije saznale u intervjuu. Više o svakoj metodi i njenim kriterijima doznat ćemo u sljedećem sadržaju.

4.1. Analiza mrežnih stranica

Osim autora i knjiga koje su izdvojene u ovom radu, važno je obratiti pažnju na nakladnike koji su izdali knjige, a autori su ih izabrali. Radi boljeg razumijevanja stava autora o nakladniku te radi ispitivanja koliko je nakladnik posvetio pažnje marketingu, analizirat će se mrežne stranice nakladnika. Uzorak koji ispitujemo čine mrežne stranice nakladničke kuće

[99] Usp. Tkalac Verčić, A.; Sinčić Ćorić, D.; Pološki Vokić, N. Priručnik za metodologiju istraživačkog rada. M.E.P., Zagreb, 2011. Str. 91
[100]Usp. Isto.
[101] Usp. Given, L., M. The SAGE Encyclopedia of qualitative research methods. University of Alberta. Str.120.

V.B.Z., Algoritam, Henacom i Ljevak. Mrežna stranica nakladničke kuće Profil zamijenjena je mrežnom stranicom V.B.Z.-a zato što Profilova više ne postoji. Posebna pozornost koja će se potkrijepiti fotografijom s mrežne stranice, obratit će se na to što ćemo dobiti kada u tražilicu mrežne stranice postavimo upit *samopomoć*. Analiza će se provesti prema točkama koje sadržavaju opis kako bi trebala izgledati mrežna stranica, odnosno što bi trebala sadržavati.

Analizu možemo provesti prema sljedećim točkama: može li se stranica preporučiti prijateljima preko opcije dijeli s prijateljima, mogu li korisnici ostavljati svoje dojmove, pohvale, postoje li izdvojene promocije, ponude, je li dio za mlade posebno odvojen, gdje se nalazi logotip i kakav je, postoje li diskusija s autorima koje su prikazane, dostupnost poglavlja knjiga, postoji li *chat*, dostupnost korisnih poveznica, nadolazećih konferencija i događaja.[102]Početna stranica mrežne stranice prvo je što korisnik vidi, zato je važna.Ona treba na jednostavan i pregledan način pokazati korisniku sve ono što stranica ima. Bitno je naglasiti sadržaje po kojima se stranica razlikuje u odnosu na druge stranice, također potrebno je imati ažuriranu stranicu. Na početnoj bi strani svakako trebale biti poveznice na sve važnije tematske cjeline stranice. Logotip koji je najbitniji element na početnoj stranici preporučljivo je smjestiti u lijevom kutu stranice i dati mu prednost pri učitavanju u odnosu na ostatak stranice.[103]Uznavedeneelementenanaslovnojstranicivažnojeodređeniprostorizdvojitiza postavljanje *bannera* te tekstualnih poveznica na druge stranice. Najvažniji elementi za analizu sadržaja su ažurnost, obuhvat, prepoznatljivost, svrha i autoritet. [104]

Nakon što smo objasnili što je analiza mreženih stranica, a prije toga što je marketing, u ovom dijelu rada analizirat će se mrežne stranice nakladnika po odabranim kriterijima za analiziranje mrežne stranice. Tematika ovog rada odnosi se na literaturu samopomoći, stoga ćemo u slijedećem sadržaju rada posebnu pozornost obratiti na to što nam nudi stranica, točnije tražilica kada postavimo upit *samopomoć.*

[102] Baverstock, Alison. Nav. dj. Str. 165-166.
[103] Ružić, D., Biloš, A., Turkalj, D. E-Marketing. Osijek: Factum d.o.o, 2009. Str. 144 – 147.
[104] Usp.Isto.

4.1.1. Nakladnička kuća Ljevak

Nakladnička kuća Ljevak ima naslovnu stranicu bogatu opcijama pretraživanja i sadržajem. Tako nam nudi ono što možemo i želimo izabrati kada pristupimo mrežnoj stranici: Knjige, Novo, Bestseleri,Udžbenici, Djeca i mladi, Strani jezici, Školski portal, Događanja, Darovi, Uskoro, Književnost, Publicistika, Naklada Ljevak, Stručna literatura, Preporuke, Nagrađene knjige, Ljevakzoon. Bogatstvo sadržaja i ažurnost odlike su ove stranice. Ne postoji mogućnost *chata*, ali postoji mogućnost objave na Facebooku (poveznice na događaje, ponude i knjige) i dijeljenja sadržaja. Područja su pregledno podijeljena. Promocije i preporuke za čitatelje su vidljive i česte. Dostupni su opisi knjiga, ali ne i poglavlja. Sadržaj je jasno osmišljen i strukturiran. Postoje gotovi prijedlozi za darove te trenutne top liste. Izdvojeni su događaji kao i korisne konferencije.Mladi i djeca imaju poseban dio posvećen svojoj literaturi. Logo nakladničke kuće u lijevom je kutu naslovne stranice. Sadrži ime nakladničke kuće, na mrežnoj stranici predstavljena je knjižara Ljevak, sadrži crno-narančasti znak te boje prevladavaju inače u marketingu kada se ovaj nakladnik predstavlja.[105]Postavljanjem upita *samopomoć* u tražilicu,zbog teme kojom se ovaj rad bavi,nudi nam samo jedan priručnik, točnije knjigu o akupunkturi. Može se zaključiti da bi dijelu literature o samopomoći mogli posvetiti više marketinga i prostora na stranici dok su ostali navedeni kriterijii stavke, osim nepostojanja razgovora s autorima (nemogućnosti *chata*) uspješno ispunjeni.

[105] Naklada Ljevak. Mrežna stranica. URL: http://www.ljevak.hr/knjige/knjiga-12669 (2015-07-12)



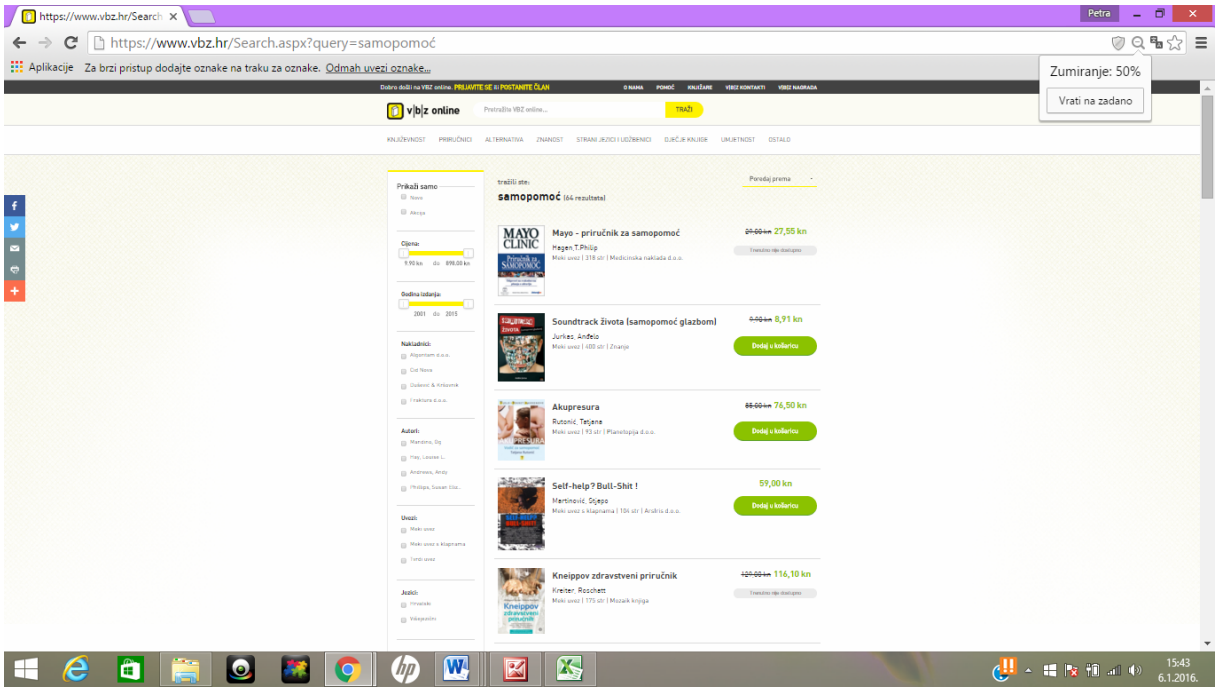
Slika 2. Prikaz rezultata mrežne stranice na traženi pojam *samopomoć* (izvor: URL: http://www.ljevak.hr/pretrazivanje/?q=SAMOPOMO%C4%86)

4.1.2. Nakladnička kuća V.B.Z.

Mrežna stranica ovog nakladnika po izdvojenim kriterijima za analizu nema mogućnost *chata* ni čitanja cijelog poglavlja knjige. Sadrži poveznicu za Facebook i preporuku prijateljima. Ima izdvojene promocije, konferencije te zanimljive i korisne poveznice za čitatelje. Sadržaj joj je jasno osmišljen i strukturiran. Ponuda za čitatelja koji pristupi mrežnoj stranici je jasna, ima mogućnost izabrati sljedeće opcije: Književnost, Priručnici, Alternativa, Znanost, Strani jezici, Udžbenici, Mladi i djeca, Dječja književnost, Slikovnice, Dječji strip, Učenje kroz igru, Dječje enciklopedije, Teenage kutak, Lektira, Spomenari, Slagalice. Istaknute su top liste različitih žanrova te su navedeni sajmovi i promocije koje se održavaju. Dio za mlade je odvojen. Logo nakladničke kuće[106] žute je boje, s crnim slovima, koji su tako izraženi te nosi simbol knjige. Jednostavan je i jasan. Postavljenim upitom *samopomoć* u tražilicu, rezultat je

[106] VBZ Online. Mrežna stranica. URL: https://www.vbz.hr/knjiga/hay-louise-l-kako-iscijeliti-duh-i-tijelo (2015-12-16)

pregled čak 64 naslova. To pokazuje kako je nakladnička kuća V.B.Z. posebnu pozornost obratila toj vrsti literature što je jako dobro za njihov marketing.



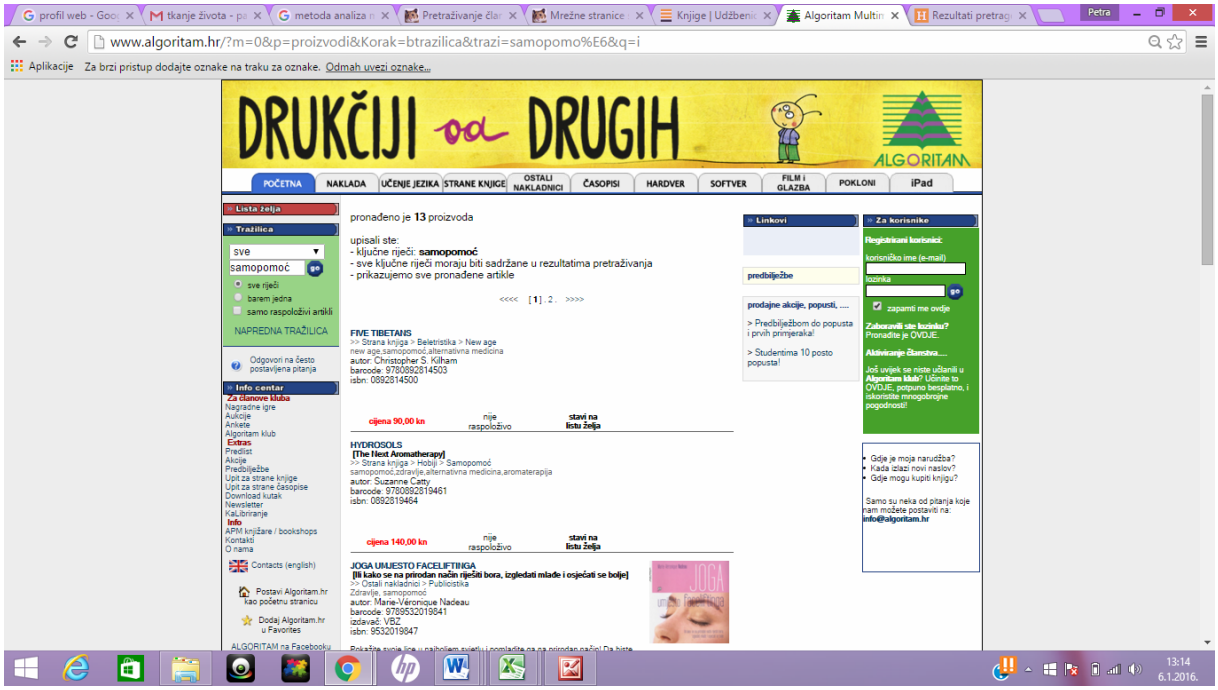
Slika 3. Prikaz rezultata mrežne stranice na traženi pojam *samopomoć* (izvor: URL: https://www.vbz.hr/Search.aspx?query=samopomo%C4%87)

4.1.3. Nakladnička kuća Algoritam

Logo ovog nakladnika na mrežnoj stranici, za razliku od Ljevakove, smješten je u desnom kutu.[107]Postoji mogućnost ostavljanja komentara registriranim korisnicima. Korisne poveznice i konferencije dostupne su i vidljive. Ne postoji mogućnost *chata*, dok se s Facebookovim profilom može vrlo jednostavno povezati. Razgovori s autorima, kritike i recenzije odvojene su u posebnom poglavlju. Postoji mogućnost kupnje dijelova za *hardver* i *softver* te za glazbu i film. Promocije i preporuke su izdvojene, a posebna je pozornost na ponudi za mlade koja uključuje i razne materijale za učenje. Odvojene su i strane knjige te za razliku od svih ostalih i časopisi. Jedan dio sadržaja odnosi se na izdavaštvo ostalih nakladnika. Da ovaj nakladnik vidi nakladnika i čitatelja u novom modernijem okruženju, vidi se iz uključivanja i spajanja s ostalim ne knjižnim, multimedijalnim sadržajima. Stranica je

[107] Algoritam. Mrežna stranica. URL: http://www.algoritam.hr/?m=0 (2016-01-14)

jasno osmišljena, bogata, pregledna i strukturirana. Logo nakladničke kuće sadrži ime nakladničke kuće, zelene je boje s detaljima ljubičaste boje te je u simbolu stabla, bora.[108] Postavljanjem upita *samopomoć* u tražilicu dobivamo 13 naslova, to je dobro. Može se zaključiti da Algoritam literaturi samopomoći daje pozornost, a mjereći po ostalim kriterijima druge sadržaje prikazuje kvalitetno te svoju ponudu za razliku od ostalih nakladničkih kuća proširuje na multimedijalne sadržaje.



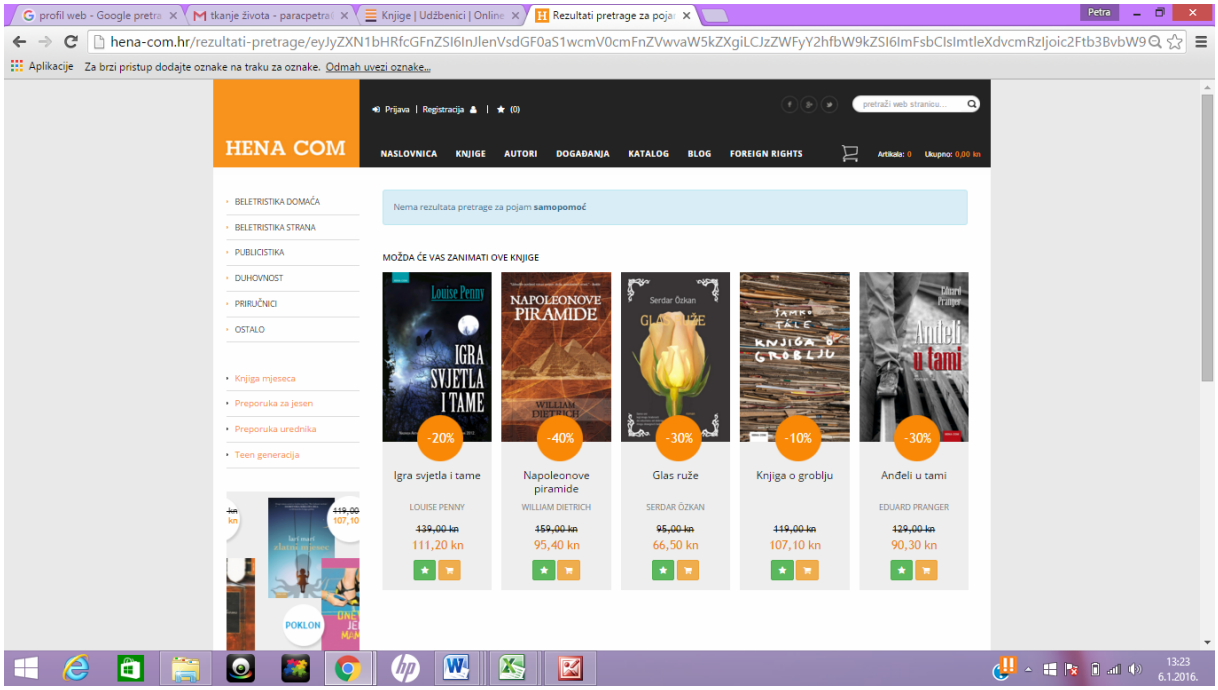
Slika 4. Prikaz rezultata mrežne stranice na traženi pojam *samopomoć* (izvor: URL: http://www.algoritam.hr/?m=0&p=proizvodi&Korak=btrazilica&trazi=samopomo%E6&q=i)

4.1.4. Nakladnička kuća Hena-com

Hena-com je nakladnička kuća koja jedina na svojim mrežnim stranicama nudi cijelo poglavlje knjige koje čitatelj može pročitati. Nema istaknutih razgovora s autorima, ali zato ima jasan praktičan pregled autora po abecednom redu. Jedina stranica koja ima blog, no ni ona nema mogućnost *chata*. Logo nakladničke kuće u lijevom je kutu stranice[109] kako nalažu

[108] Usp. Isto.
[109] Hena-com. URL: http://hena-com.hr/ (2016-12-05)

pravila. Korisne su konferencije i poveznice vidljive. Promocije i preporuke istaknute su. Žanrovi i tematike knjiga jasno su podijeljeni. Jedina od istraženih nakladničkih kuća nema poseban dio za mlade i djecu. Postoji poveznica na Facebook profil, koja nije lako uočljiva, u kutu stranice, što je čudno, kod ostalih je nakladnika poveznica vidljivija.Sadržaj joj je jasno osmišljen i strukturiran. Logo ove nakladničke kuće jednostavan je, sadrži ime nakladnika te je narančaste boje.Nakon postavljanja upita *samopomoć* u tražilicu nije dobiven nijedan rezultat. Možemo zaključiti da je mrežna stranica najmanje bogata sadržajem, no onaj koji ima je jasan i kvalitetan. Jedina je stranica koja ima mogućnost čitanja cijelog poglavlja knjige, što govori da ulaže u svoju točnost i kvalitetu, dok svoje ime i kvantitetu gradi. Ne možemo zanemariti činjenicu da je ova nakladnička kuća manje poznata od navedenih, ali da je prepoznata po kvaliteti i preciznosti.



Slika 5. Prikaz rezultata mrežne stranice na traženi pojam *samopomoć* (izvor: URL: http://hena-com.hr/rezultatipretrage/eyJyZXN1bHRfcGFnZSI6InJlenVsdGF0aS1wcmV0cmFnZVwvaW5kZXgiLCJzZWFyY2hfbW9kZSI6ImFsbCIsImtleXdvcmRzIjoic2Ftb3BvbW9cdTAxMDciLCJ4IjoiNCIsInkiOiIxMiJ9)

Nakon provedene analize mrežnih stranica zaključuje se da se svaki nakladnik trudi oko ažuriranja svoje mrežne stranice, ne može se reći da je određena najbolja. Svaka prati

trendove i nudi razne mogućnosti. Za ocjenu bi trebalo pitati čitatelje, mišljenje autora o nakladniku doznat ćemo u intervjuu. Poseban naglasak pri pretraživanju bio je posvećen pojmu *samopomoć.*Nakladnička kuća V.B.Z. za odgovor ponudila je najviše naslova, a iza nje Algoritam, dok bi preostale dvije mogle poraditi na tome. Predlaže se da se bi se literatura samopomoći radi lakšeg pregleda mogla svrstati u određenu kategoriju gdje bi bila preglednija, ovako je raspoređena po područjima te tako slabije vidljiva. Zaključuje se da bi se mogli postaviti određeni kriteriji koji će literaturu svrstati u tu kategoriju, da bude u jednom području, radi lakše preglednosti kupcima i čitateljima.

4.2. Analiza mrežnih mjesta na mrežnim stranicama

Prethodno poglavlje odnosilo se na analizu mrežnih stranica. Zaključili smo da na traženi upit *samopomoć* u tražilici, najviše odgovora nude V.B.Z. i Algoritam, dok bi Hena-com i Ljevak mogli poraditi na tome. Provodeći analizu mrežnih stranica prema određenim kriterijima zaključili smo da su sve vrlo dobro ažurirane, raznolikog sadržaja te da prate trendove. Nakladništvo izlazi iz tradicionalnih okvira, autori i čitatelji su ti koji imaju sve veće potrebe i zahtjeve od strane nakladnika. Osim analize mrežnih stranica, prateći temu i slijed ovog rada, pozornost se obratila na mrežno mjesto knjiga koje su izdvojene u ovom radu, točnije kako su ih nakladnici čije su stranice analizirane predstavili. Iz tog se može zaključiti što nude autorima i koliko su se posvetili izradi mrežnog marketinga. Istraživanje se vršilo analizom mrežne stranice. Kriteriji koji su uzeti u obzir su kritika ili recenzija, ocjena čitatelja, odlomak iz knjige, opis autora ili razgovor,poveznica za objavu na Facebooku i mogućnost viđenja formata.Rezultati su zbog bolje preglednosti prikazani u tablici. Ti kriteriji smatraju se bitnim za marketinško predstavljanje knjige na bilo kojoj mrežnoj stranici. Ocjena i kritika odabrani su jer za knjigu je bitno da se predstavljanje produžuje i nastavlja kroz kritiku, i da tako zadobije sudbinu koja joj pripada, a upravo zahvaljujući kritikama možemo reći da knjiga ima sudbinu.[110]

Cilj istraživanja bio je vidjeti posjeduje li mrežno mjesto te kriterije, a rezultati se mogu logički povezati s kasnijim intervjuom koji je proveden s autorima knjiga koje se analiziraju. Metoda koja se koristila jest analiza mrežnih stranica i analiza sadržaja. Uzorak za

[110] Usp. Katunarić, Dražen. Što je kritičar i što bi morao biti. // Hrvatska književna kritika – teorija i praksa / prir. Jelena Hekman. Zagreb: Matica hrvatska: Biblioteka Vijenac, 1999. Str. 83.

istraživanje činile su knjige koje analiziramo, a koje su postavljene na mrežna mjesta mrežnih stranica nakladničkih kuća Ljevak, V.B.Z., Algoritam i Hena-com.

Tablica 1.Kriteriji za analiziranje mrežnog mjesta knjiga

Kriterij**:* ***Mrežna mjesta:	**Kritika/ recenzija**	**Ocjena čitatelja**	**Odlomak iz knjige**	**Opis autora/razgovor**	**Facebook Poveznica**	**Format**
V.B.Z. Tkanje života	nema -	nema -	nema -	nema -	ima +	ima +
Ljevak Ljubavologija	nema -	ima +	nema -	opis autora, razgovor ne	ima +	ima +
Henacom Zlatni mjesec	ima +	nema -	ima +	nema -	nema -	ima +
Algoritam Nedostaje? Ne. Dosta je!	nema -	nema -	nema -	nema -	ima +	nema -

Kriteriji koji su izabrani važni su za marketinško prikazivanje i reklamiranje knjige na mrežnim stranicama nakladnika. Tom tablicom u kojoj su određeni kriteriji izdvojeni pokušalo se komparirati i pokazati koji nakladnik te navedene kriterije ima na svojim mrežnim mjestima te na taj način vidjeti koliko se razlikuju međusobno i koliko su pažnje posvetili izradi mrežnog mjesta za autore i knjige, uz to i samom marketingu. Kriterij koji postoje označeni su s oznakom *ima*+, a kojih nema s oznakom *nema* -. Većim uvidom u te podatke mogu se bolje shvatiti i razumjeti odgovori autora navedenih knjiga koji će se moći vidjeti u intervju**.**Hena-com jedina ne nudi poveznicu za Facebook s mjesta na kojem je prikazana knjiga, ali jedina ima cijeli odlomak iz knjige te nudi recenziju i kritiku o naslovu. Algoritam jedini nema podatke o formatu knjige, Ljevak jedini nudi mogućnost ocjenjivanja te jedini nudi opis autora koji je izdvojen. V.B.Z. i Algoritam imaju najmanje kriterija

odabranih za analizu, a Ljevak i Hena-com najviše. Uz sljedeći dio rada gdje ćemo vidjeti mišljenje autora i čitatelja, saznat ćemo odgovaraju li podaci koji su analizirani njihovu stavu.

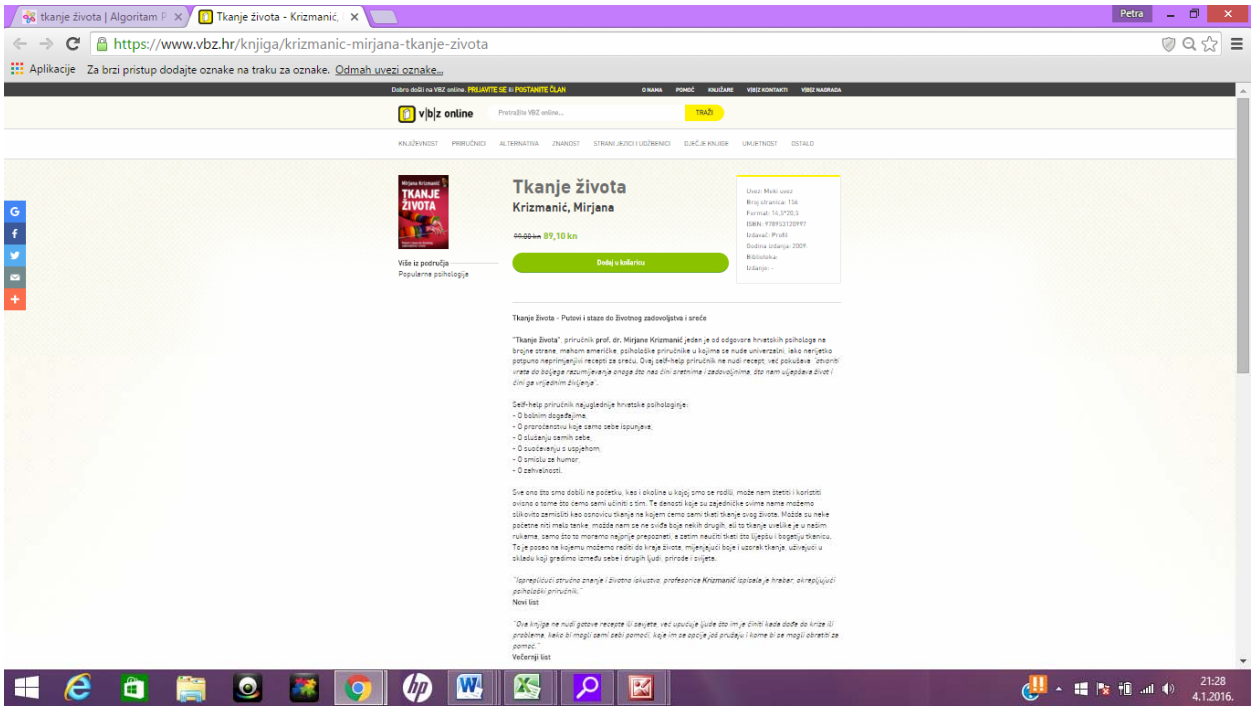
Nakon provedene analize na primjeru fotografije preuzete s interneta, tj. mrežne stranice nakladnika, prikazat će se kako izgledaju mrežna mjesta na mrežnim stranicama navedenih nakladnika. Napominje se da je Profilova mrežna stranica zbog nepostojanja, a on je nakladnik knjizi Tkanje života, zamijenjena stranicom V.B.Z.-a.

Ovo je mrežno mjesto knjige Ljubavologija na mrežnoj stranici nakladničke kuće Ljevak.



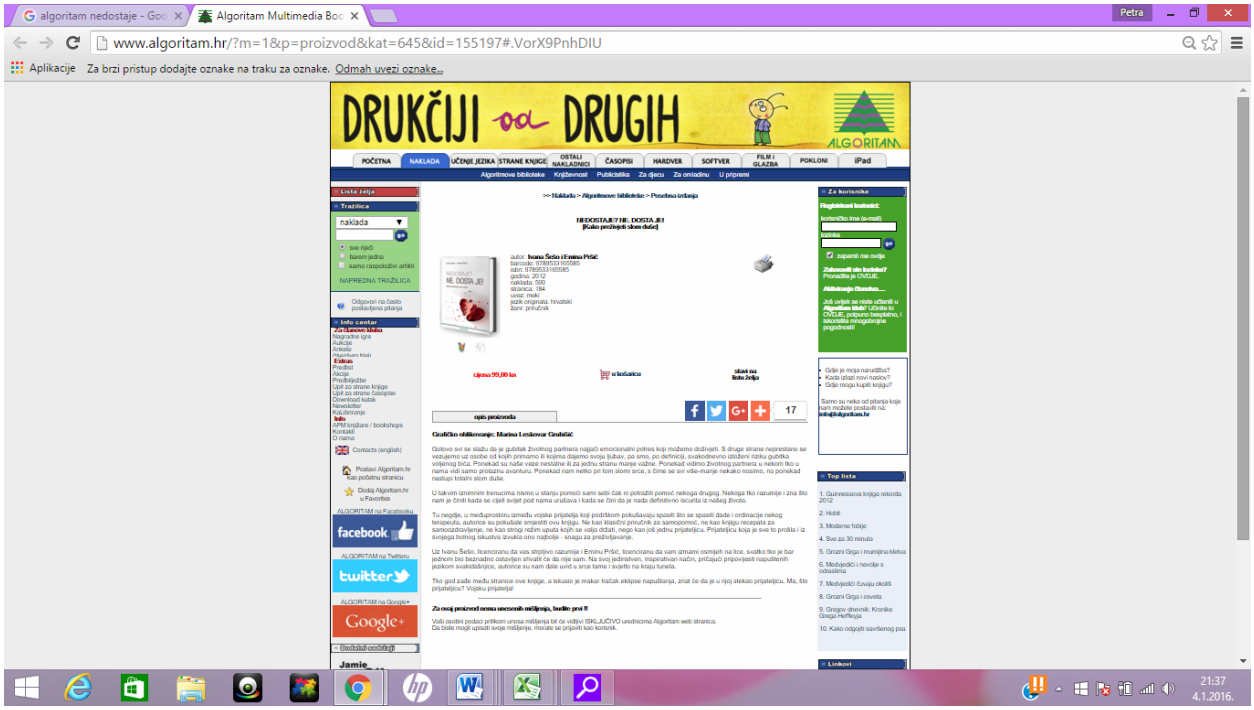
Slika 6. Mrežno mjesto knjige Ljubavologija na mrežnoj stranici nakladnika (izvor: URL: http://www.ljevak.hr/knjige/knjiga-9632)

Ovo je mrežno mjesto knjige Tkanje života na mrežnoj stranici nakladničke kuće V.B.Z.



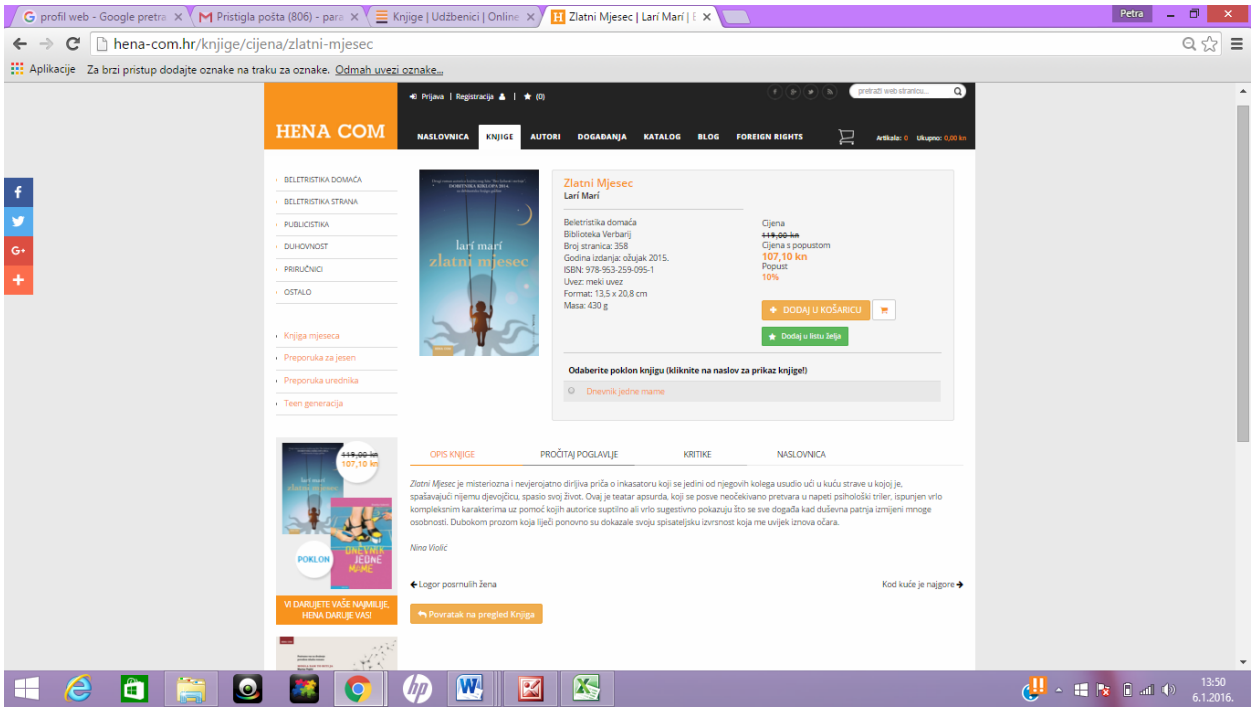
Slika 7. Mrežno mjesto knjige Tkanje života na mrežnoj stranici nakladnika (izvor: URL: https://www.vbz.hr/knjiga/krizmanic-mirjana-tkanje-zivota)

Ovo je mrežno mjesto knjige Nedostaje? Ne. Dosta je! Nakladničke kuće Algoritam.



Slika 8. Mrežno mjesto knjige Nedostaje?Ne. Dosta je! na mrežnoj stranici nakladnika (izvor:URL:http://www.algoritam.hr/?m=1&p=proizvod&kat=645&id=155197#.Vo0RPvnhDIU)

Ovo je mrežno mjesto knjige Zlatni mjesec na mrežnoj stranici nakladničke kuće Henacom.



Slika 9. Mrežno mjesto knjige Zlatni mjesec na mrežnoj stranici nakladnika (izvor: URL:http://hena-com.hr/knjige/cijena/zlatni-mjesec)

Nakon prikazanih kriterija u tablici te slikovnih prikaza mrežnih mjesta na mrežnim stranicama koji grafički potkrijepljuju navedene kriterije, smatra se i zaključuje da mrežna mjesta mrežnih stranica koja su se analizirala razlikuju, svaki nudi nešto drugo, nemaju svi jednaku ponudu i mogućnosti za autore i korisnike. Obavili smo osobne razgovore s autorima književnicima Branimirom Čakićem, koji je po struci knjižničar, i Mikijem Bratanićem, koji se i sam bavi izradom mrežnih stranica i marketingom. Na pitanje što im je bitno da dobiju od nakladnika na mrežnoj stranici i u marketingu, Bratanić[111] je rekao da mu je najvažnija sažeta priča, kako je nakladnik predstavio, kaže da su osobe koje rade na predstavljanju knjiga, putem interneta ili fizički važne u marketingu te da ne rade isti ljudi sve opise, stoga su mogučnosti poput vidljivosti dobro sročenog sadržaja i cijelog odlomka važne. No, marketing je danas i u rukama autora, a ne samo nakladnika, mrežne stranice i Facebookove stranice

[111] Bratanić, Miki. Osobni razgovor. 19.12.2015.

odličan su način komuniciranja sa svojom publikom. Čakić[112] je rekao da je imao predrasudu o Facebookovoj stranici, no danas mu je ona jedan od najvažnijih alata za komuniciranje s publikom. Na njoj objavljuje svoje nove crteže, tekstove i stavove. Smatra da sam mora raditi na marketingu, radom i komunikacijom s ljudima. Bitno mu je hoće linjegova knjiga biti dobro grafički prikazana odstrane nakladnika jer su njegovi naslovi puni crteža, a i važno muje da se može organizacijski osloniti na nakladnika i računati na njegovu podršku pri organizaciji vlastitih druženja s čitateljima i raznih promocija. Smatra da se na ljude u knjižnicama može utjecati svojim stavom o knjigama, čitatelji vole struku, stoga je knjižničar također jedna bitna osoba u nakladničkom procesu i marketingu knjiga. O želji autora ovisi što traži. Nekom je potrebno da je format njegova naslova prikazan, nekome je pak potrebno da je cijeli odlomak knjige dostupan, nekom je bitna povezanost knjiga s društvenim mrežama. Autor je taj koji odlučuje kojeg će nakladnika izabrati. Smatra se da je čitateljeva uloga u svijetu nakladništva danas veća i drugačija, potrebno ih je uključiti u kritiku, preporuku i ocjenu. Nakladništvo prelazi u moderan oblik iz tradicionalnog u kojem se prije nalazilo. Hrvatskoj nije lako pratiti trend u svijetu, zbog krize koja vlada u nakladništvu.[113] No nužno je ulagati u marketing i vidjeti čitatelja i nakladnika u novom i modernijem okruženju.

Cilj ovog poglavlja bio je slijediti svrhu rada kojem je jedan od odabranih ciljeva prikazati kako je knjiga koja je izabrana predstavljena marketinški na mrežnim stranicama nakladnika. Naslov koji nije kvalitetno marketinški predstavljen ne može donijeti jednako dobar profit autoru i nakladniku. Zato je naglasak na marketingu i promociji u radu. Osim važnosti mrežnog mjesta vrlo je važno i ono što čitatelj prvo vidi kad primijeti knjigu, fizički ili mrežno, iz tog razloga ćemo se u sljedećem poglavlju baviti naslovnicom.

4.3. Analiza naslovnica

U prijašnjem poglavlju analizirali smo mrežna mjesta knjiga na stranicama odabranih nakladnika. Zaključili smo da Hena-com jedina ne nudi poveznicu za Facebook s mjesta na kojem je prikazana knjiga, ali jedina ima cijeli odlomak iz knjige te nudi recenziju i kritiku o naslovu. Algoritam jedini nema podatke o formatu knjige, Ljevak jedini nudi mogućnost

[112] Čakić, Branimir. Osobni razgovor. 20.12. 2015.
[113] Blažević, Leonardno. Nav.dj. Str.89.

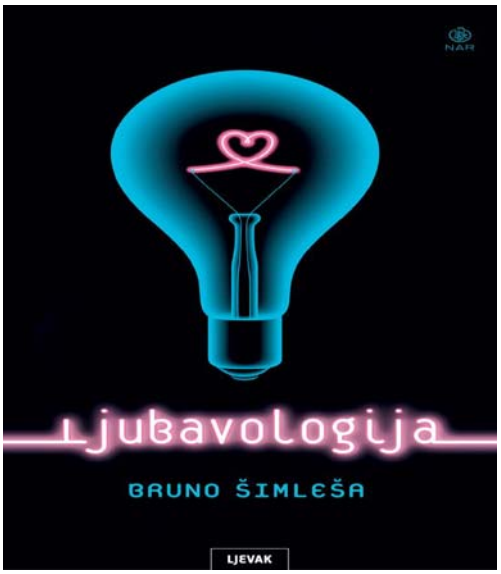
ocjenjivanja te jedini nudi opis autora koji je izdvojen. V.B.Z. i Algoritam imaju najmanje kriterija odabranih za analizu, a Ljevak i Hena-com najviše. Osim marketinga na mrežnom mjestu i mrežnim stranicama kojeg smo analizirali, u ovom poglavlju pažnju ćemo posvetiti naslovnim stranicama. One su jedan od bitnih kriterija u marketingu i fizičkom svojstvu knjige. Svi proizvodi koje imamo na tržištu, radi bolje zarade i prodaje, glasa i recenzije trebaju biti kvalitetno marketinški predstavljeni, u ovom slučaju kupcima knjiga i čitateljima jer govorimo o reklamiranju i marketingu knjiga. Prvo što vidimo kad pristupimo knjizi njezina je naslovnica. Isto je i s ostalim marketinškim proizvodima, kozmetikom, hranom i sl. Svakičitatelj ili kupac knjige u svojoj je povijesti kupovanja ili razgledavanja po knjižarama jednom bar u ruke uzeo knjigu vidjevši tek njezinu atraktivnu naslovnicu, ili ovitak s obećavajućim naslovom.[114]Razrješenje ovog kratkog zapleta pri tom ima nekoliko mogućih varijanti. Često bi se takvu knjigu vrlo brzo nakon viđenja i čitanja podnaslova, sadržaja ili kazala trijezno vratilo natrag na policu, ponekad bi se knjigu u afektu kupilo da bi nakon njezina čitanja uslijedilo razočaranje, ili bi se pak prvotni impuls pokazao valjanim u korist čitatelja potrošača (kada je, primjerice, riječ o provjerenom autoru ili očekivanom naslovu).[115]Svi najvažniji podaci o knjizi nalaze se na naslovnoj stranici: ime autora, urednika ili priređivača, naslov knjige, naziv izdavača ili nakladnika, naziv biblioteke te mjesto i godina izdanja. Naslovna stranica može sadržavati i popis svih ostalih važnijih imena ljudi koji su sudjelovali u nastanku knjige, poput urednika, ilustratora, prevoditelja i slično, no ta imena mogu biti popisana i na paralelnoj lijevoj stranici (budući da se naslovna stranica uvijek nalazi s desne strane).[116] Nije neobično da je na popularnom hrvatskom portalu Čitaj me, objavljen izbor najbolje naslovnice. U izboru su bile 65 naslovnica knjiga izdanih u Hrvatskoj 2015. g., koje su po mišljenju redakcije bile najbolje te su rad domaćih ilustratora**,** odnosno nisu preuzete sa stranih izdanja.[117]

Kakve su naslovnice i zašto odabrali autori čije knjige analiziramo u radu, možemo vidjeti u ovom poglavlju. Jedan je dio odgovora izravno iz intervjua s autorima koji će biti naknadno prikazan u radu. Kriteriji koji su uzeti u obzir u opisu, osim izjave autora, simbolika su naslovnice, prikazi naslova i imena autora, boja slova i podloge, logovi te odabir određenog crteža ili fotografije. Ističe se da se analizi naslovnice ne može pristupiti kriterijima koji su

[114] Usp. Kolanović, Maša. Presvlačenje naslovnica. Zagrebačka slavistička škola. URL: http://www.hrvatskiplus.org/article.php?id=1906&naslov=presvlacenje-naslovnica (2015-12-31)
[115]Usp. Isto.
[116] Rašeta, Irena. Anatomija knjige. Ako ste se ikad pitali od čega se sastoji knjiga, evo odgovora.Planb.hr. URL:http://www.planb.hr/anatomija-knjige/ (2015-12-31)
[117] Usp. ČitajMe.com. Portal. URL: http://citajme.com/izbor-najbolje-naslovnice-u-2015-godini/ (2015-12-31)

točno definirani, a ne posvetiti pažnju dizajnu koji je možda i najvažniji. Zbog toga što su u pitanju simbolične naslovnice koje su jedan oblik umjetničkog djela i nose čitatelju svoju poruku, poruku autora i knjige.

4.3.1. Ljubavologija



Slika 10. Naslovnica knjige *Ljubavologija.* (izvor: Ljevak knjižara. URL: http://www.ljevak.hr/knjige/knjiga-9632)

Naslovnica ove knjige neobična je i uočljiva. Korišten je simbol struje i žarulje što simbolizira misli i znanje. Najveća pozornost nije stavljena na ime autora ni naslov, nego na žarulju, a to nije slučaj kod svih naslovnica, negdje je fokus upravo naziv i ime. Za razliku od ostalih naslovnica, ova je crne boje, to nije čest slučaj kod naslovnica literature samopomoći, one su najčešće u boji. Zato su plava i roza slova izražena. Naslovnica sadrži logo biblioteke u gornjem desnom kutu te na dnu stranice i logo nakladničke kuće. Sudeći po izrazito dramatičnom motivu, jasno je da je knjiga namjenjena pomalo prevarenim romantičarima koji su shvatili da je koncept ljubavi kakvu su sanjali neodrživ u svijetu u kojem žive. Naslov sugerira revanšizam ili buđenje iz svojevrsne zablude, a možda ispod svega ostavlja prostora

za nadu. U provedenom intervjuu,[118]autor je rekao da je njegova prijateljica uz njegovo sudjelovanje radila naslovnicu. Za razlog baš ove naslovnice, tvrdi da odgovara karakteru knjige koja nam govori o ljubavi. Kaže da su komentari čitatelja generalno pozitivni.

4.3.2. Tkanje života



Slika 11. Naslovnica knjige *Tkanje života* (izvor: V.B.Z. URL: https://www.vbz.hr/knjiga/krizmanic-mirjana-tkanje-zivota)

Fotografija na naslovnici vrlo je simbolična te prati naslov i podnaslov knjige. Naslovnica je crvene boje, zbog toga do izražaja više dolazi bijela boja naslova i podnaslova koji se nalazi na samom dnu. Logo nakladničke kuće nalazi se u donjem lijevom kutu, dok za razliku od ostalih knjiga, loga biblioteke nema. Fotografija autorice, što nije pravilo, smještena je na naslovnici. Svojom porukom naslova i podnaslova čitatelj može očekivati da će pronaći korisne savjete za život. Riječ je o knjizi mudrog savjetnika, štivu koje je sve popularnije, a

[118] Šimleša, Bruno. Osobni intervju. (2015-12-23)

koje nas na temelju autorova iskustva odvlači od nebitnoga prema bitnome. Umirujući motiv koji prikazuje pletenje ukazuje na tekst koji nudi smiraj. Svojom naslovnicom knjiga jasno daje do znanja da se radi o savjetima za život i kojoj je skupini čitatelja namijenjena. U intervjuu,[119]autorica je rekla da su dizajneri nakladničke kuće, uz njenu selekciju radili naslovnicu. Za odabir ove naslovnice kaže da joj se najviše svidjela i da odgovara tekstu. Kaže da je ljudi na ulici znaju zaustaviti s pozitivnim komentarima, a kakvi su generalno komentari, kaže da ne zna.

4.3.3. Nedostaje? Ne. Dosta je!, Ivana Šešo i Emina Pršić



Slika 12. Naslovnica knjige *Nedostaje?Ne Dosta je!* (izvor: Algoritam. URL: http://www.algoritam.hr/?m=1&p=proizvod&kat=645&id=155197#.Vop_dPnhDIU)

Ova naslovnica osim naslova napisanog velikim fontom, u fokusu ima fotografiju slomljenog kristalnog srca. To jest i poruka ove knjige. Podloga naslovnice bijele je boje da bi srce crvene boje došlo do izražaja. Loga biblioteke nema, a na dnu stranice naveden je logo nakladničke kuće. Sam naslov poziva čitatelja na razmišljanje jer je korišten izraz *Ne. Dosta je! i Nedostaje?*S dodatnim podnaslovom koji čitatelju jasno objašnjava da se radi o savjetima za slomljeno srce, naslovnica na zanimljiv i neobičan način igre riječima poziva na čitanje. Riječ je o duhovno-romantičnom štivu s nadahnuto stiliziranom naslovnicom koja sugerira

[119] Krizmanić, Mirjana. Osobni intervju. (2015-12-23)

prirodu savjeta koje nudi. U razgovoru u intervjuu,[120] autorice su rekle da su ideju imale same, *a Red point d.o.o* napravio je realizaciju. Tvrde da naslovnica prati naslov i poantu teksta unutar knjige, a uz to da je dovoljno snažna. Komentari čitatelja su odlični.

4.3.4. Zlatni mjesec, Lari Mari



Slika 13.Naslovnica knjige *Zlatni mjesec* (izvor: Hena-com. URL: http://hena-com.hr/knjige/cijena/zlatni-mjesec)

Naslov knjige odgovara crtežu i boji slova. Naslov je napisan zlatnom bojom, a zlatni mjesec nalazi se na desnoj strani.Logo nakladničke kuće nalazi se na dnu stranice, dok je logotip biblioteke u desnom kutu. Ne može se iz prvog viđenja knjige zaključiti o njenom sadržaju jer nosi svoju dubinu, simbolična je i odgovara tekstu knjige. Autorica je na naslovnicu radi boljeg marketinga postavila svoju fotografiju jer je ljudima poznata i njeno zanimanje i titula doprinose čitanosti, a Lari Mari iskoristile su na sličan način nagradu,prije naslova naglasile

[120] Pršić, Emina., Šešo, Ivana. Osobni intervju. (2015-12-23)

su da su prvim romanom osvojile vrijednu nagradu Kiklop. Na taj način zanimanje i pozornost potencijalnog kupca može biti veća. Ova knjiga razlikuje se od prethodne tri jer je riječ o romanu, psihološkom koji ima svoju radnju. Opisat ćemo simboliku ove naslovnice koja se može shvatiti samo čitajući zanimljiv roman. Djevojčica prikazana na naslovnici je Luna koja se njiše i nosi glavnu ulogu u sadržaju romana. Hobotnica je njen djed, točnije njegova negativna energija. Knjiga nam govori o genetskim programima, kako izići iz negativnog genetskog koda naših predaka. Djed se zove Kristatos Konstantin, njen jedini zaštitnik kojeg se u isto vrijeme boji i obožava, a ona se njiše prema njemu. Kiron, inkasator koji ulazi u kuću strave u kojoj spašavajući Lunu (tako nalazi rješenje za svoj život i odgovore na pitanja), s Lunom simbolizira Zlatni mjesec. To je grčka obitelj, puno vremena provode na moru i zato su ljuljačka i hobotnica u moru. Svijetlo plava boja, boja je duše, Lunine duše koja dominira na naslovnici.Oku ugodna sanjiva ilustracija umirujućih tonova odaje štivo nježnije prirode, namijenjeno čitateljima koji vole takvu vrstu knjiga. U odgovoru u intervjuu,[121]koji ćemo analizirati u sljedećem poglavlju, autorice su rekle da je naslovnicu izradila dizajnerica Ana Pojatina, uz njihovu asistenciju. Za razlog odabira ove naslovnice kažu da pokazuje najdublju bit knjige i dubinu njihove proze.Što se tiče čitatelja, oni su oduševljeni i kažu da ih njihove knjige same zovu s polica i snažno i pozitivno zrače.

Iz predstavljenog možemo vidjeti da logotipove nakladničke kuće na naslovnicama imaju svi, a logotip biblioteke imaju Lari Mari i Bruno Šimleša, ostale dvije autorice ne. Zaključuje se nakon predstavljenog i analiziranog, da su najveću pažnju odabiru naslovnice dale LariMari. Knjiga Tkanje života i Nedostaje? Ne. Dosta je! sadrže fotografijuna svojim naslovnicama. Lari Mari i Bruno Šimleša imaju prave crteže. Šimleša je veću pozornost privukao bojom, simbolom i kontrastom s jednostavnim crtežom koji poziva čitatelja, dok je crtež Lari Mari, koji je napravila njihova dizajnerica Ana Pojatina, zahtijevao veći trud. U sebi osim crteža, nosi simboliku i pokazuje kako ovim autoricama nije na prvom mjestu zarada već poruka, kvaliteta i dubina njihovog pisanja, a to pokazuju i kroz ostale načine prezentiranja i komuniciranja. Nakladništvo koje izlazi iz tradicionalnih okvira sve više bi trebalo pažnje posvećivati ovom obliku marketinga. Naslovnice koje su originalne čine jedan od važnih faktora za promidžbu knjige. Knjiga lijepe naslovnice i prihvatljive cijene može čitatelju presuditi u odluci za darovanje knjige. Cilj ovog oglavlja bio je prikazati analizirane naslovnice knjiga, da se vidi način na koji su pristupili marketingu i reklami. Nakon analize u sljedećem poglavlju ispitat će se autori koji su obrađeni metodom intervjuiranja, vidjet će se

[121] Lari Mari. Osobni intervju. (2015-12-25)

njihovo mišljenje o nakladnicima i literaturi samopomoći. Nakon intervjua, vidjet će se koliko su naslovi autora posuđivani u knjižnicama.

5. Metoda intervjua

Analizom naslovnica u prethodnom poglavlju vidjeli smo da su se nakladnici, dizajneri i autori potrudili oko njihovog izgleda. Sve su naslovnice lijepe i zanimljive, ali Lari Mari su dale najveću pozornost svojoj naslovnici. Surađivale su s dizajnericom Anom Pojatinom što se pokazalo vrlo uspješnim. Ovo poglavlje posvetiti će se pitanjima autorima koje smo odabrali putem intervjua. Doznat ćemo odgovore osobno od njih te će se na kraju raspraviti o rezultatima. Za potrebe ispitivanja autora o knjigama koje piše, stavu i iskustvu koje imaju koristila se metoda intervjua te kasnije analize podataka koji su dobiveni. Riječ je o strukturiranom intervjuu koji iz praktičnih razloga, adresa i vremena nije proveden kroz razgovor već u pisanom obliku elektroničkom poštom. S obzirom da poslani upitnik većinom sadrži kvalitativna pitanja otvorenog tipa, u ovom radu izabrala se metoda intervjua, da su pitanja bila drugačija, tj. da pitanja nisu kvalitativna, to bi bila anketa. U intervjuu su moguća pojašnjenja i dublji kvalitativni uvid u problematiku, dok kod ankete taj dio izostaje, zato je u radu kao jedinica analize izabran intervju. Cilj i svrha ovog istraživanja jest doznati i ispitati kakav stav prema nakladnicima imaju autori, koliko su upoznati s posudbom i prodajom svojih knjiga.Što misle o literaturi samopomoći, koji im je strani autor najdraži te smatraju li se dovoljno cijenjenima u Hrvatskoj.Intervjuje proveden na uzorku od četiri autora, tj. dva književna dvojca sa zajedničkim odgovorima i dva samostalna autora. Kako se najavilo, riječ je o Bruni Šimleši, Mirjani Krizmanić, Ivani Šešo i Emini Pršić te Lari Mari. Jedino je Bruno Šimleša muškarac. Strukturirani intervju ima niz pitanja koja će biti postavljena svim sudionicima istraživanja, a s druge strane ostavlja svakom prostor i dopušta odgovore otvorenog tipa, svakom samostalno. Intervju može imati pitanja otvorenog i zatvorenog tipa, a zbog praktičnih razloga, u ovom slučaju različitih gradova, prostorne i vremenske udaljenosti,

može se provoditi elektroničkim putom.[122]Intervju je bio sastavljen od 21 pitanja. Neka pitanja tražila su individualan odgovor, osoban stav. Prikazat će se, komparirati i analizirati ukratko odgovori autora, a svi transkripti i odgovori pojedinog autora prikazani su u prilogu.

5.1. Rasprava i rezultati

Na pitanje o posuđenosti njihovih knjiga i upućenosti autora u stanje, Ivana Šešo, Emina Pršič i Bruno Šimleša znaju koliko su njihove knjige posuđivane u knjižnicama, Mirjana Krizmanić ne zna, a Lari Mari znaju da se za njihove knjige čeka red za posudbu mjesecima, ali ne znaju točan podatak. Na pitanje znaju li koliko su njihove knjige prodavane Lari Mari i Mirjana Krizmanić ne znaju konkretan odgovor, znaju okviran broj i znaju koja se knjiga prodavala najviše. Ivana Šešo, Emina Pršić i Bruno Šimleša znaju točne podatke o prodaji svojih knjiga. Odgovori govore o tome koliko je koji autor upućen u stanje u kojem su trenutno njihove knjige. Na pitanje koliko su u izboru nakladnika bili bitni snaga nakladnika, distribucija, marketing, urednik i tehničko oblikovanje knjige, Ivana i Emina najviše su naglasile snagu i dodale preporuku, Mirjana Krizmanić najveću je pozornost dala uredniku i naglasila da su u Hrvatskoj uvjeti loši za biranje urednika po navedenim kriterijima, Lari Mari su naglasile sve faktore, a Šimleša je najbitnijim faktorom proglasio svoj, korektnost i topla atmosfera, dok je najmanju pozornost obraćao na distribuciju. Odgovori autora odgovaraju njihovim profilima i za svakog su različiti.Na pitanje o tome je li nakladnik dovoljno napravio za njihovu knjigu, Lari Mari i Mirjana odgovorile su pozitivno, Šimleša je napisao *da i ne,* a Ivana Šešo i Emina Pršić odgovorile su negativno. Iz tog se saznaje kako su Lari Mari i Krizmanić zadovoljne s Profilom i Hena-comom, dok su autorice knjige Nedostaje? Ne. Dosta je! nezadovoljne nakladničkom kućom Algoritam, a Šimleša se nalazi negdje na sredini, ni zadovoljan ni nezadovoljan Ljevakom. Na pitanje o uspješnosti suradnje s nakladnikom, koliko su zadovoljni, negativnim odgovorom odgovorile su samo Ivana Šešo i Emina Pršić dok su svi ostali odgovorili potvrdno. Iz ovog odgovora vidljivo je kako je od ispitanih najveće nezadovoljstvo Emine Pršič i Ivane Šešo Algoritmom. Ostali autori zadovoljni su suradnjom, što govori više o ovim nakladničkim kućama.

O izradi i dizajnu naslovnice odgovori su bili različiti;što nam govori o tome koliko je to autoru bitno. Šimlešinu naslovnicu radila je prijateljica, Ivana Šešo i Emina Pršić surađivale su s *Red point d.o.o.,* a Lari Mari čiju smo naslovnicu već opisali kao onu kojoj je posvećeno

[122] Usp. Kondracki, N. , Wellman, N. S. Content analysis: Review of methods and their applications in nutrition education. // Journal of Nutrition Education and Behavior 34, 7 (2002). Str. 224-226.

najviše truda, rekle suda su svoj dizajn prepustili Ani Pojatini, nagrađivanoj dizajnerici. Krizmanić je izradu naslovnice prepustila nakladniku. Odgovori na to pitanje govore o tome koliko se pojedini autor angažirao oko izrade naslovnice, najviše su to napravile Lari Mari. Dok su Šimleša, Pršić i Šešo imali jednostavnije naslovnice, a Krizmanić je svoj dizajn prepustila nakladniku. Odgovori na to pitanje govore o tome koliko se pojedini autor angažirao oko izrade naslovnice, najviše su to napravile Lari Mari. Znaju li stav svojih čitatelja o naslovnicama i kakvi su, Krizmanić je kazala da ne zna osim onih pozitivnih komentara koji su joj poznati s ulice, dok su ostali autori odgovorili potvrdno i da su komentari odlični. Pitalo ih se imaju li svoju mrežnu stranicu, jedino je Šimleša odgovorio potvrdno. Krizmanić je svojevoljno dodala da se ne želi tim opterećavati. Taj podatak dokazuje koliko je svaki od njih spreman ulagati u reklamiranje i marketing te koliko prati trend u svijetu. Autorica Krizmanić jasno je naglasila da ju to opterećuje što govori o tome da su trendovi bliskiji mlađim autorima, što je razumno. Šimleša u tom segmentu najviše prati trendove. Pitalo se imaju li autori Facebookove profile s pomoću kojih komuniciraju s čitateljima, doznalo se da ga nema jedino Mirjana Krizmanić što potvrđuje navedeno, svoj odgovor obrazložila je rečenicom da preferira kontakte uživo i da ne sudjeluje u društvenim mrežama. Sljedeće pitanje odnosilo se na promocijske aktivnosti. Knjižnica, kino, dvorana, kafić ili nešto drugo bili su ponuđeni odgovori na pitanje koje im je omiljeno mjesto za promoviranje knjige. Najveću ocjenu Šimleša je dao kinu i dvorani, manje dragi su mu knjižnica i kafić. Krizmanić je sve okarakterizirala negativnim, osim samostalno dodanog Novinarskog doma u Zagrebu. Lari Mari su sve ocijenile dobrom ocjenom, one su zadovoljne svim, Pršić i Šešo najmanju ocjenu dale su kafiću, a najveću knjižnici i kinu. Tim odgovorom zaključuje se da je svima zajedničko pozitivno mišljenje o kinu kao mjestu za promoviranje, osim autorici Krizmanić koja kao najdraže mjesto navodi samo Novinarski dom u Zagrebu.

Autori su različitih odgovora i preferencija po pitanju mjesta za održavanje promocija knjiga. Kojeg autora *self-help* literature prate?Na ovo pitanje jedino je Šimleša odgovorio s jasnim odgovorom da prati Browna i Tollea, dok su ostale autorice odgovorile da ne prate *self-help* literaturu. Odgovori na ovo pitanje nelogični su s obzirom na tematiku o kojoj pišu. Djeluje li literatura *self-helpa* na ljude, kako bi ju definirali i može li pomoći autori su različitih mišljenja o ovoj temi. Neki tvrde da ono što pišu nije *self-help* literatura. Šešo i Pršić smatraju da je knjiga traženje pomoći za cilj koji čitatelji žele, no bez većeg rada na svojim uvjerenjima ona je samo kratkotrajna pomoć. Smatraju da djeluje onoliko koliko joj čovjek dopusti, a svrha joj je da potakne i informira ljude o boljim rješenjima. Lari Mari naglasile su da one ne

pišu *self-help* literaturu te da je ono što pišu novi književni žanr, spoj psihoanalize i književnosti,riječ je o prozi koja liječi.

Šimleša govori da knjige samopomoći mogu nadahnuti, motivirati i pomoći u izgradnji zdravih odnosa okoline i čovjeka, tvrdi da sve knjige samopomoći nisu jednako dobro i kvalitetno napisane, neke služe u samospoznaji i radu na sebi, a neke obećavaju nešto što je nerealno za stvarnost. Krizmanić smatra da literaturu samopomoći često pišu nestručnjaci, vrlo je pojednostavljeno i amerikanizirano prikazivanje problema i njihovog rješavanja. Tvrdi da je namijenjena ljudima koji traže neki oblik psihološke pomoći, a žele izbjeći odlazak psihologu ili psihijatru. Knjige samopomoći u načelu nude pojednostavljene savjete koji bi trebali vrijediti za sve ljude, neovisno o njihovoj dobi, spolu, obrazovanju i vrsti problema. Zaključuje se da jasan stav o literaturi samopomoći ima samo Šimleša. Svi autori pokazali su se aktivnim u društvu. Na pitanje pomažu li ljudima van pisanja odgovorili su potvrdno i da to rade kad god mogu. Na kraju se ispitalo znaju li koja ih populacija čita.Kao što se spominjalo u radu, to su većinom žene, Krizmanić zna da je čitaju mladi i stari, nema točne podatke i ne zna što je sa srednjom dobi. Šešo i Pršić navode populaciju od 18 do 50 godina. Taj odgovor prati tezu, koja je navedena u ovom radu, da ovu literaturu najčešće čitaju žene.

Transkripti intervjua svakog autora koji je analiziran dostupni su u prilozima. Cilj ovog poglavlja bio je prikazati stanje sa zadovoljstvom nakladnika hrvatskih odabranih autora te njihovo mišljenje i stav koje se odnosi na njihove knjige o *self- helpu.* Nakon intervjuiranja zaključuje se da trend u svijetu najviše prati Bruno Šimleša. Nakladničke kuće u kojima su ovi autori objavljivali svoje knjige su Profil, Hena-com, Ljevak i Algoritam. Samo su nezadovoljne nakladnikom Emina Pršič i Ivana Šešo, tj. Algoritmom,dok su ostali zadovoljni. Najviše su žene te koje čitaju *self-help* literaturu, što je ista situacija kao i u svijetu. Postavlja se pitanje zašto ne postoje kriteriji koji će odrediti da određeni autor piše *self-help* literaturu. Ne smatraju svi autori svoju literaturu *self-help* literaturom, kada bi postojali određeni kriteriji onda bi situacija s autorima i naslovima bila jasnija. Mirjana Krizmanić najmanje ide u korak s vremenom i trendom, ali jedina je s ljudima radila kao psiholog, no u sljedećem poglavlju saznat ćemo utječe li to na čitanost njenih naslova. U sljedećem poglavlju potkrijepit će se rezultati i rasprava intervjua s podacima o posuđenosti naslova ovih autora u knjižnicama u Hrvatskoj.

6. Ukratko o ispitanim knjižnicama

Napominje se da se do informacija o posuđenosti naslova u Gradskoj knjižnici Zadar nije moglo doći, zbog trenutnog nedostatka vremena i kadra knjižničara. Kada su se analizirale naslovnice i mrežne stranice, dobili odgovori od autora naslova koji su izabrani, slijedeći strukturu rada, autor - knjiga - nakladnik - marketing te na kraju čitatelj, napravilo se istraživanje o posuđenosti naslova, tj. ispitala se posuđenost naslova u narodnim knjižnicama širom Hrvatske, u Rijeci, Vinkovcima, Zagrebu, Osijeku, Puli i Solinu. Voditeljima knjižnice poslan je upit elektroničkom poštom s pitanjem o podacima posuđenosti knjiga Ljubavologija, Tkanje Života, Nedostaje? Ne. Dosta je! i Zlatni mjesec. Osim toga saznalo se koliko su i ostali naslovi autora koji su napisali te knjige posuđivani u njihovim knjižnicama. Od ostalih naslova najviše se moglo prikupiti informacija o knjigama Krizmanić i Šimleše jer oni imaju najviše naslova. Autorice Šešo i Pršić imaju samo jednu knjigu, pa ih se nije trebalo istraživati, a LariMari imaju dvije, saznali smo koliko je i druga posuđivana. Prije analize podataka, opisat će se ukratkoi predstaviti svaka od narodnih knjižnica.

Knjižnice grada Zagreba

Misija i zadaća knjižnica grada Zagreba je svim građanima Zagreba besplatno osigurati jednaku dostupnost svim vrstama informacija, širokom spektru znanja, svjetskoj i nacionalnoj kulturnoj baštini i raznovrsnim oblicima kulturne razonode kao osnovama za učenje kroz cijeli život, neovisno odlučivanje i kulturni razvitak pojedinaca i društvenih skupina. Jedan od ciljeva im je postati najznačajnijom županijskom matičnom knjižnicom s razvojnim i savjetodavnim službama za područje više županija te također postati ravnopravnim i sastavnim dijelom europske mreže knjižnica. Knjižnice grada Zagreba suvremeno su organizirana mreža narodnih knjižnica, najveća ustanova među narodnim knjižnicama u Hrvatskoj, a ujedno i jedna od najvećih kulturnih ustanova u Gradu Zagrebu.[123]

[123] Knjižnice grada Zagreba. URL: http://www.kgz.hr/default.aspx?id=222 (2015-12-17)

Gradska knjižnica Rijeka

Gradska knjižnica Rijeka središnja je narodna knjižnica grada Rijeke i matična knjižnica za narodne i školske knjižnice Primorsko-goranske županije. Ona je informacijsko, obrazovno, kulturno, komunikacijsko i socijalno središte. Vizija je ove knjižnice da predstavlja nezaobilazno mjesto javnog, otvorenog, slobodnog društva te stjecište novih ideja; jednako dostupna svima. Istovremeno Knjižnica je izvorište vrijednosti i poticaja za unaprjeđenje kvalitete života i razvoj potencijala pojedinca i društva. Građanima omogućavaju opismenjavanje, čitanje, učenje, saznavanje, obaviještenost, jačanje osobnih kulturnih, duhovnih i demokratskih potencijala i upoznavanje i korištenje dobrobiti novih tehnologija, kreativno i kvalitetno provođenje slobodnog vremena i to bez obzira na njihovu dob, spol i rod, društveni status, naciju, vjeru, rasu ili bilo koja druga obilježja, biti potpora društvenom uključivanju svih marginaliziranih skupina građana, promicati hrvatsku i zavičajnu književnost i jezik te kulturne vrijednosti općenito, jačati vrijednosti multikulturalnog društva. poticati informacijsku pismenost i upoznavanje s novitetima u informacijskim i komunikacijskim tehnologijama s ciljem smanjivanja digitalne nejednakosti.[124]

Gradska knjižnica Solin

U razdoblju nakon Drugog svjetskog rata bilježi se masovna pojava osnivanja knjižnica pri mjesnim odborima i kotarevima, kao i sindikalnih knjižnica po tvornicama i poduzećima. Iako ti podaci nisu istraženi, teško je vjerovati da takvih priručnih knjižnica nije bilo u solinskim tvornicama. No, prvu narodnu knjižnicu Solin će dobiti tek 1971. godine kada je otvoren područni odjel splitske Narodne knjižnice (današnje Gradske knjižnice Marka Marulića u Splitu). Bio je to mješoviti odjel koji je posjedovao knjige za djecu i odrasle. Odjel je bio smješten u prizemlju zgrade Voljaka. Knjižnica je bila stručno sređena i dobro je radila, a broj članova iznosio je između 300 i 500. Knjižnica je 1988. godine zatvorena, a knjižni fond privremeno je prebačen u osnovnu školu Don Lovre Katić. Kasnije su knjige prebačene u Odjel u Kaštel-Sućurac.

Solin ni tada nije ostao bez knjižnične ponude. Naime, tih je godina pokretna knjižnica Gradske knjižnice iz Splita - Bibliobus, redovito obilazila Solin i naselja solinske općine.

[124] Gradska knjižnica Rijeka. URL: http://gkr.hr/O-nama (2015-12-17)

Imao je stajališta u Solinu kod škole, u Sv. Kaju, Majdanu, Vranjicu, Kučinama i Mravincima. Početkom 90-tih godina solinska gradska vlast ponovno je potaknula osnivanje narodne knjižnice i kada je sve već bilo dogovoreno, odustalo se od tog projekta zbog neriješenih imovinsko pravnih odnosa. Narednih godina intenzivno su se tražila rješenja i odgovarajući prostor, da bi konačno 1996. bila utemeljena nova gradska knjižnica kao samostalna ustanova i smještena u prizemlju Doma Zvonimir u Solinu. Svečanom otvorenju, uz brojne Solinjane, nazočili su i knjižničari iz cijele Hrvatske koji su u sklopu manifestacije Mjeseca hrvatske knjige boravili u Splitu.

Nakon deset godina Grad Solin dodjeljuje Knjižnici novi i veći prostor u središtu grada. Dobro i stručno vođena, današnja Gradska knjižnica u Solinu suvremeno je i moderno opremljena narodna knjižnica koja kroz mrežu svojih knjižničnih ogranaka olakšava korisnicima put do knjige, informacija i izvora znanja. Kroz bogatu i raznovrsnu djelatnost, postala je istinsko informacijsko, komunikacijsko i kulturno središte Solina.[125]

Gradska knjižnica i čitaonica Vinkovci

Gradska knjižnica i čitaonica Vinkovci samostalna je javna ustanova koja organizira i pruža javnosti informacije i usluge, obrazovnog i kulturnog sadržaja koje zasniva na sustavnom odabiru, prikupljanju, stručnoj obradi, pohranjivanju, zaštiti, davanju na korištenje knjižnične građe i omogućavanju pristupa drugim izvorima. Ima funkciju matičnosti za narodne i školske knjižnice Vukovarsko-srijemske županije od 1995. godine, što znači da skrbi o razvoju knjižničarstva u Županiji i koordinira rad navedenih knjižnica.Ravnateljica ustanove je Emilija Pezer, dipl. knjižničar. Knjižnična djelatnost važan je čimbenik u izgradnji društva znanja i time od javnog interesa za Republiku Hrvatsku. Gradska knjižnica i čitaonica Vinkovci je narodna knjižnica koja zadovoljava kulturne, informacijske i obrazovne potrebe građana grada Vinkovaca i stanovnika šire okolice te omogućuje ostvarenje prava na znanje, demokratski i osobni razvitak svakog građanina. Knjižnica obilježava značajne datume, priređuje tematske izložbe knjiga, promocije, radionice, vrši edukaciju knjižničara i korisnika, priređuje odgojno-obrazovni rad s najmlađima, susrete s osobama različitih profila čiji rad prezentira široj društvenoj zajednici.[126]

[125] Gradska knjižnica Solin. URL:http://www.knjiznicasolin.hr/index.php/o-nama/povijest-knjiznice (2015-12-18)
[126] Gradska knjižnica i čitaonica Vinkovci. URL: http://knjiznice.nsk.hr/vinkovci/o-knjiznici-2/opci-podatci/ (2015-19-12)

Gradska knjižnica i čitaonica Pula

Gradska knjižnica i čitaonica Pula samostalna je javna ustanova čiji je osnivač Grad Pula i djeluje kao informacijsko, kulturno, obrazovno i socijalno središte grada Pule i šire okolice. Knjižnica obavlja poslove matične knjižnice za narodne i školske knjižnice Istarske županije te je Središnja knjižnica za talijansku narodnost u Republici Hrvatskoj. Na Dan grada Pule, 5. svibnja 2004. godine, Središnja knjižnica nakon 47 godina djelovanja na istoj lokaciji (Giardini 14), preseljena je u novouređenu zgradu negdašnje austrougarske vojarne, kasnije tiskare, na ukupnom prostoru od 1876 četvornih metara. Novi prostor, uređen i opremljen na razini standarda suvremenih javnih knjižnica, omogućio je uvođenje novih sadržaja i bogatijih knjižničnih usluga s posudbeno-informacijskim odjelom, odjelom beletristike, općeznanstvenim odjelom s izdvojenom zavičajnom, glazbenom, likovnom i referentnom zbirkom, odjelom za djecu i mladež uz odjel multimedije, multimedijalnom dvoranom i izložbenim prostorom, čitaonicom dnevnog tiska i studijskom čitaonicom. [127]

Gradska knjižnica Osijek

Gradska i sveučilišna knjižnica Osijek (GISKO) djeluje kao knjižnica s dvojnom funkcijom:

- središnja (matična) javna/narodna knjižnica grada Osijeka i Osječko-baranjske županije
- središnja sveučilišna/znanstvena knjižnica Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku.

Djeluje s osnovnim ciljem osiguravanja dostupnosti svih vrsta informacija (znanstvenih, obrazovnih, stručnih, kulturnih i dr.) na raznovrsnim medijima (tiskana građa: knjige, časopisi, novine i sl., AV građa, elektronski mediji i dr.) najširem krugu stvarnih i potencijalnih korisnika – građana Grada Osijeka i Osječko-baranjske županije te studenata, profesora, znanstvenih, stručnih i drugih djelatnika Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku. Knjižnica se u svom djelovanju rukovodi načelima izvrsnosti i stručnosti, društvene osjetljivosti, otvorenosti, odgovornosti i koristi prema zajednici stvarnih i potencijalnih korisnika gradeći prepoznatljivu osobnost najveće javne knjižnice sjeveroistočnog dijela

[127] Gradska knjižnica i čitanica Pula. URL: http://www.gkc-pula.hr/hr/o-knjiznici/povijest-ustanove/ (2015-19-12)

Hrvatske, izgrađujući i njegujući odnos povjerenja korisnika u postojanost i vrijednost njenih informacijskih izvora, usluga i službi te podupirući ozračje uspješnosti, i djelotvornosti.[128]

Navedene knjižnice bile su anketirane o posudbi knjiga koje su odabrane za analizu u ovom radu. Podacima iz više knjižnice možemo usporediti u kojoj se koliko posuđuju naslovi i dobiti jasnije i preciznije odgovore. Sve knjižnice pristale su na suradnju, osim zadarske. Odgovore i rezultate o posudbi knjiga koje su analizirane možemo vidjeti u sljedećem poglavlju.

6.1. Analiza podataka o posuđenosti knjiga

Cilj prikupljanja podataka o posuđenosti knjiga autora koji su navedeni u tablici bio je prikazati koliko su njihove knjige posuđivane i čitane u knjižnicama. Ti podaci također govore o tome da je knjižničar osoba koja uz sve navedene koji sudjeluju u procesu upotrebe i nastanka ove vrste knjiga ima bitnu ulogu. On je taj koji knjigu može preporučiti čitatelju te znati koje naslove će nabaviti i koje izabrati u svojoj knjižnici. Prikupljeni su dobiveni podaci o posuđenosti knjiga u knjižnicama diljem Hrvatske. O kojim se godinama i vremenskom razdoblju radi, označeno je u tablici jer nije bilo moguće dobiti od svih odgovor za isto razdoblje. Problem je u tome što nemaju svi isti pristup podacima te su knjige različitih godina izdanja. LariMari i Ivana Šešo i Pršić izdaju tek proteklih nekoliko godina, a Krizmanić i Šimleša puno duže. Iz podataka se može vidjeti o kojim se godinama radi te na temelju toga zaključiti koliko su autori i knjige prepoznati od čitatelja. Metoda koja se koristila je metoda analize podataka. A ona se radi jasnijeg predstavljanja možesakupljanjem podataka prikazati u tablici.[129] Priložene su dvije tablice u kojima se prikazuje zbroj posuđenosti knjiga koje analiziramo, kao i ostalih naslova autora. U jednoj se analaziralo koliko su knjige Tkanje života, Ljubavologija, Nedostaje? Ne. Dosta je! i Zlatni mjesec čitane i posuđivane u knjižnicama koje su istraživane, njen uzorak istraživanja su knjige o kojima govore. U drugoj tablici uzorak su autori knjiga, iz nje saznajemo njihovu čitanost, točnije koliko su ostali naslovi navedenih autora posuđivani.Druga tablica sadrži imena tri autora jer

[128] Gradska i Sveučilišna knjižnica Osijek. URL: http://www.gskos.unios.hr/?upit=sadrzaj&id=79 (2015-30-12)
[129] Usp. Sandelowski, Margarete. Whatever Happened to Qualitative Description?: Focus on Research Methods. // Research in Nursing & Health 34, (2000). Str. 337-340.

je četrvrti, Ivana Šešo i Emina Pršić izdao samo jednu knjigu, LariMari osim Zlatnog mjeseca ima još jedan roman Bez ljubavi i mržnje. Prikazan je ukupan broj posuđenih knjiga jer Šimleša i Krizmanić imaju puno izdanih naslova za prikaz o svakom primjerku.

6.2. Knjige – ukupna posuđenost

Opisalo se koja i kako se metoda koristila. Tablica 2 (tablica 1 odnosila se na mrežna mjesta) prikazuje koliko su knjige autora posuđivane. Na taj način, nakon cjelokupnog prijašnjeg pregleda u radu, dolazi se do zaključka koji su naslovi najčitaniji. Podaci prikupljeni upitima, analizirani su i prikazani u tablici radi lakše usporedbe i pregleda.

Tablica 2. Prikaz posuđenosti knjiga

knjižnice:	Osijek	Rijeka	Pula	Solin	Vinkovci	Bogdana Ogrizovića	Ukupno
knjige:							
Tkanje života	611 (od 2009.)	86 (od 2009.)	47 (od 2009.)	97 (od 2010.)	260 (od 2009.)	36 (od 2009.)	1137 (od 2009.)
Ljubavologija	188 (od 2011.)	71 (od 2011.)	27 (od 2011.)	36 (od 2011.)	87 (od 2011.)	43 (od 2011.)	452 (od 2011.)
Zlatni mjesec	82 (od 2015.)	37 (od 2014.)	23 (od 2015.)	5 (od 2015.)	29 (od 2015.)	14 (od 2015.)	190 (od 2014.)
Nedostaje? Ne. Dosta je!	/	39 (od 2013.)	16 (od 2012.)	/	1 (od 2015.)	22 (od 2013.)	78 (od 2012.)

Naglašava se da znak / znači da naslov ne postoji u fondu knjižnice, a oznake godina bilo je bitno prikazati da se vidi otkada je knjižnica prikazala podatke o posudbi. Sve knjižnice nisu imale pristup istim podacima u svojim programima te nisu imale knjige jednako dugo vremena. Po podacima dobivenim u tablici, naslov koji je najviše posuđivan u navedenim hrvatskim knjižnicama je Tkanje života. No ta je knjiga je i izdana dvije godine prije druge najčitanije, a to je Ljubavologija. Zlatni mjesec je od 2014. godine kada je izdan posuđivan 190 puta, dok je knjiga Nedostaje? Ne. Dosta je! posuđena 78 puta, a u Osijeku i Solinu nije dostupna u fondu. Najčitaniji naslovi najviše su posuđivani u Vinkovcima i Osijeku. Knjiga Nedostaje? Ne. Dosta je! čitana je najviše u Rijeci i Zagrebu, dok je u Vinkovcima za njom

potražnja najmanja. Dobiveni rezultati govore nam da je ova vrsta literature čitana te da čitatelji posebno vole Šimlešu i Krizmanić.

6.3. Naslovi autora - ukupna posuđenost

Tablica broj 3 ima jedan uzorak istraživanja manje, jer kako smo naveli autorice Ivana Šešo i Emina Pršić imaju jednu izdanu knjigu, pa ih nije bilo potrebno analizirati i istraživati.Ova tablica objašnjava nam više od određenih knjiga koje smo izdvojili za analiziranje, govori o posuđenosti kompletnih naslova autora koje knjižnice posjeduju. Pored svakog podatka navedena je godina u zagradama koja označava od kada postoje naslovi autora u knjižnici, od kada su dostupni korisnicima.

Tablica 3. Prikaz posuđenosti ostalih knjiga autora

knjižnice: ***autori:***	Osijek	Rijeka	Solin	Pula	Vinkovci	Bogdana Ogrizović	Ukupno
Bruno Šimleša	1540 (od 2005.)	417 (od 2001.)	73 (od 2010.)	160 (od 2004.)	344 (od 2011.)	163 (od 2003.)	2697 (od 2001.)
Mirjana Krizmanić	1797 (od 2009.)	421 (od 2009.)	280 (od 2010.)	253 (od 2003.)	634 (od 2009.)	274 (od 2009.)	3659 (od 2009.)
Lari Mari	272 (od 2014.)	102 (od 2014.	17 (od 2014.)	73 (od 2014.)	79 (od 2014.)	58 (od 2014.)	601 (od 2014.)

Naglašava se kako broj posuđenih knjiga Lari Mari ne znači da su slabije čitane, nego nemaju jednak broj izdanih naslova. One imaju dva romana, na temelju njih provela se analiza. Tablica 2 i tablica 3 odgovaraju jedna drugoj rezultatima. U tablici 3 najčitanija je autorica Mirjana Krizmanić, čija je knjiga najčitanija po podacima iz tablice 2. Njeni naslovi najmanje su posuđivani u Puli, a najviše u Osijeku. Njeni naslovi u zbroju svih knjižnica posuđivani su ukupno 3659 puta. Iza nje slijedi Bruno Šimleša s 2697 posudbi, što govori da su njegovi naslovi isto čitani i traženi. I on je najviše čitan u Osijeku. Svi autori najčitaniji su u Osijeku, a najmanje u Solinu i Puli. Šimleša i Mirjana Krizmanić u Rijeci su čitani gotovo jednako.

Lari Mari izdale su svoj prvi roman 2014. godine, od tada su njihovi naslovi u knjižnicama koje smo analizirali posuđena 601 put, najmanje, 17 puta u Solinu dok su u Osijeku 272 puta. Nastave li istim ritmom, neće zaostajati za ostalim autorima. Smatra se da su naslovi odabranih autora traženi. Kada se dobio prikaz koliko su knjige koje su odabrane čitane, a podaci nisu za zanemariti, spomenut ćemo u sljedećem poglavlju koliko ova vrsta literature može pomoći čovjeku. Dobiveni podaci iz analize podataka govore nam o tome da su knjige čitane, što znači da ju čitatelji vole i traže s razlogom. Čitateljev stav onaj je koji je najvažniji i presudan. Smatra se da bi se zbog tog trebali postaviti određeni kriteriji, mišljenja, kritike i recenzije koji bi literaturu samopomoći mogli dijeliti na onu koja može i onu koja ne može zadovoljiti kriterije. U sljedećem poglavlju doznat će se kako su literaturu samopomoći stručnjaci iz područja psihologije i informatologije uključili u svoj rad i može li *self-help* literatura odabrana kritički, pomoći čovjeku.

7. Pomaže li literatura samopomoći

Ako pitamo farmaceutsku industriju ili liječnike, odgovorit će nam da je danas naglo porastao interes za psihoterapeutima te za lijekovima za smirenje. Knjige samopomoći znaju biti predstavljene kao *trećerazredna nekvalitetna* literatura, a ljudi vrlo oprezni pri čitanju. Nije li bolje pročitati knjigu koja može nekog potaknuti nego piti antidepresiv. Rastući je broj ljudi koji boluju od psihičkih bolesti i koristi antidepresive i tablete za smirenje. Ako možemo birati, bolji je izbor psihoterapija, knjiga ili neki drugi alat i pomoć jer lijekovima ne riješavamo ništa. Zašto knjige samopomoći ne bi bile ili možda već jesu, jedan korak naprijed za ljude koji ne mogu sebi priuštiti terapiju, bilo zbog stereotipa ili financijske situacije? Kao što sve vrste umjetnosti mogu imati terapijske učinke na čovjeka, to može imati i knjiga. Gospodarske krize, njezine posljedice, strah, nervoza, povećanje broja nezaposlenih i sl. teme su koje sve više tište čovjeka, a to s razlogom pogoduje sve mnogobrojnijem izdavanju priručnika samopomoći. U doba rata pisalo se štivo domoljubne tematike koja je tada pomagala; kada idu roditi žene čitaju priručnike o tome kako dojiti, trudnoći i bebama, zašto se ne bi u današnjem dobu gdje je više očajnih i nestabilnih nego sretnih i stabilnih ljudi čitali priručnici koji im mogu pomoći. Današnje generacije, unatoč modernom dobu, došle su do faze gdje uče kako preživjeti i kako se vratiti jednostavnom i običnom životu.

7.1. Biblioterapija - knjiga može čovjeku pomoći

Ozbiljni psiholozi znaju pisati priručnike samopomoći, u Hrvatskoj je to slučaj Mirjane Krizmanić ili poznatog svjetskog psihoterapeuta Jorgea Bucaya, koji savjetuje ljude o praktičnim životnim temama. Komunikacija s nekim tko je osjećao isto, prepoznavanje naših iskustava, emocija i razmišljanja u tuđim riječima i mislima na nas djeluje blagotvorno. Knjiga može poslužiti kao most prema drugom čovjeku jer nas povezuje s drugim ljudima koji imaju slične probleme, koji se osjećaju usamljenima i napuštenima te osnažuje naš identitet u susretu sa svijetom. Upravo u vremenima kada se događaju teške životne situacije čeznemo da pronađemo riječ ili srce drugog ljudskog bića koje nam dokazuje da nismo sami, tvrdi bibliopoetska terapeutkinja Ivana Bašić te dodaje da to biće možemo pronaći u knjigama bez obzira jesu li napisane nedavno ili davno, jer donose univerzalne ljudske dileme i čežnje, pitanja i boli.[130] Ona je napisala knjigu o poetskoj terapiji i biblioterapiji i objašnjava kako literatura može svojommoći pomagati ljudima. Knjige samopomoći koje su napisali stručnjaci, mogu se koristiti i u biblioterapiji. Biblioterapija se razvila iz knjižničarske tradicije koja poznaje preporučivanje knjiga za pojedine probleme i brige. Termin biblioterapija proizlazi iz grčke riječi *biblion* (knjiga) i *therapeia* (liječenje). Riječ terapija dolazi od grčke riječi *therapeia* što znači liječenje glazbom, plesom, pjesmom i dramom, to jest liječenje umjetnošću. Webster's Third New International Dictionary [131] objavio je 1961. definiciju koja je 1966. službeno prihvaćena: *Biblioterapija je upotreba biranih materijala za čitanje u terapeutske svrhe, u medicini i psihijatriji također. To je vođenje do rješavanja osobnih problema kroz direktno čitanje.* Nisu li knjige koje nude savjete za život jedan oblik samopomoći? Danas se u biblioterapiji koriste književna djela, posebno pisana terapijska djela te knjige samopomoći. Knjige samopomoći mogu biti od koristi ako imamo povjerenje u autora koji nam se obraća i ako imamo već izgrađeno čitateljsko iskustvo.[132]

[130]Kolarić, Alica. Ivana Bašić: Biblioterapija i poetska terapija. Gradska knjižnica Rijeka. URL: http://gkr.hr/Magazin/Prikazi/Ivana-Basic-Biblioterapija-i-poetska-terapija-prirucnik-za-pocetnike (2015-12-31)
[131]Usp. Bašić, Ivana. Biblioterapija i poetska terapija : priručnik za početnike.Zagreb : Balans centar, 2011. Str. 15.
[132]Usp. Sabljak, Ljiljana. Bajke pomažu djeci u suočavanju s osjećajem krivnje kad se roditelji razvode, 14. 03. 2011. URL: http://www.dvijemame.com/vi-ste-rekli/intervju/ljiljana-sabljak-biblioterapija.html (2015-12-25)

Marketinški, sadržajni i oblikovni trendovi u nakladništvu kontinuirano se mijenjaju, na tržištu knjiga. Broj objavljenih publikacija u Hrvatskoj se, slijedom podataka o broju izrađenih CIP zapisa od strane Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu, udvostručio. Nakladnici pokušavaju osigurati poboljšavanjem marketinga vidljivost vlastitih naslova na sve zasićenijem tržištu. Uočen je značajan porast zastupljenosti romana o egzotičnim kulturama, izdanja o aktualnim događajima, priručnika za samopomoć, biografija i autobiografija i naposljetku knjiga tzv. instant znanja. Sadržajni se trendovi mijenjaju i na svjetskom i na hrvatskom tržištu knjiga i teško je zaključiti jesu li oni hrvatskom tržištu nametnuti ili proizlaze iz potražnje domaćih čitatelja, podilazeći istima. Literatura samopomoći, ako nije strogo znanstvena, ne mora značiti da odmaže ni u kom obliku, bar pokreće ka traženju rješenja.Može biti koristna za usmjeravanje gdje i na kojim adresama tražiti rješenje. A i najduži put, stara je još naša izreka počinje prvim korakom, *važno je krenuti.*[133]

7.2. Problemi mladih - biblioterapija i samopomoć

Studentsko savjetovalište u Zadru pokrenulo je edukativni projekt za studente Put do dječjeg srca čiji je cilj međuinstitucionalno povezivanje i uključivanje studenata zadarskog Sveučilišta (studenti psihologije, pedagogije i knjižničarstva) u život i rad šire zajednice. U sklopu projekta uključena je biblioterapija. Psihologica Anita Vulić-Prtorić, kao koordinatorica navedenog projekta, ustupila je popis literature iz Savjetovališta, koji koristi u svom radu.[134]Autorica ovog rada kontaktirala je Nikolinu Vrban, bivšu studenticu Diplomskog studija informatologije u Osijeku koja je napisala diplomski rad na temu *Čitateljske navike mladih i interes za problemsku literaturu.* Ona je sama izradila tematski popis problemske literature.[135]

[133]Šimić, Tonin. Nav.dj.
[134] Sveučilište u Zadru. Studentsko savjetovalište. Mrežna stranica. URL:http://www.unizd.hr/savjetovaliste/Aktivnosti/Studentskiprojekti/tabid/2311/Default.aspx(2015-11-25)
[135]Usp. Vrban, Nikolina. Čitateljske navike mladih i interes za problemsku literaturu. Diplomski rad. Osijek: Sveučilište J.J. Strossmayera, 2010. Str. 64.

Tematski popis problemske literature za mlade psihologinje Anite Vulić-Prtorić

Kako da ne živim nezdravo

- Život bez alkohola – Tobler, G.
- Antistres program, kako prevladati stres – Lindemann, H.
- Stvaranje zdravlja – Chopra, D.
- Izvori dugovječnosti – Seidman, D.
- Pušenje: kako i zašto zauvijek prestati – Daniels, G.M.
- Pušenje – Stanić, I.
- Živjeti bez doge – Klapež, B.
- Okinawci - najdugovječniji ljudi na svijetu - Suzuki, M. i Willcox, D.C.

Kako da ne ostane sve u meni – izražavanje emocija

- Opća teorija ljubavi – Lewis, T., Amini, F. i Lannon, R.
- Ljubav, ljubav – Dorrie, D.
- Osam koraka do ljubavi (ljutnja, bijes) – Jackson, S.R.
- Kako se konstruktivno svađati – Jalka, S.
- Emocionalna anatomija – Keleman, S.
- Stalno ljutiti? – Potter-Efron, R.
- Srce duše – Zukav, G. i Francis, L.
- Emocionalno usavršavanje – Philips, M.
- Destruktivne emocije i kako ih pobjediti – Goleman, D.
- Životne strategije za tinejdžere – McGraw, J.

- Ljubav na drugi pogled – Feldman, S.

Kako da ne gubim samopoštovanje

- Nova Ofelija – Pipher, M.
- Skromnost nije vrlina – Ortner, G.
- 100 čarobnih načina kako steći samopouzdanjei zaslužiti povjerenje u svakoj situaciji – Mlinarec, R. i Lui, L.
- Emocionalno usavršavanje – Philips, M.
- Kako ojačati samopouzdanje u 7 dana – Divjak, T.
- Kako razviti samopouzdanje – Field, L.
- Odlučite ostvariti cilj: samopouzdanje – Kaith, G.
- Plan samopouzdanja – Litvinoff, S.
- Postanite samopouzdani – Lauster, P.
- Pouzdajte se u sebe – Peale, N.V.
- Revolucija iznutra – Steinem, G.
- Samopouzdanje – De Angelis, B.
- Razgovori sa zrcalom – Rijavec, M. i Miljković, D.

Kako reći ne

- Umijeće razgovora – Brajša, P.
- Kako reći ne i ne osjećati se krivim – Breitman, P. i Hatch, C.
- Kako se zauzeti za sebe – Hauck, P.
- Kako se zauzeti za sebe? – Miljković, D.

- Kako međusobno razgovaramo: opća psihologija komunikacije – Schulz von Thun, F.
- Obiteljska i društvena socijalizacija – Itković, Z.wbg n
- Znati reći *ne*mirne savjesti – Juul, J.
- Ne je potpun odgovor: o važnosti osobnih granica – LeBoutillier, M.
- Sreća ili Kako biti svoj – Nabati, M.
- Zamka obveze: kako reći ne kad osjećate da biste trebali reći da – Peiffer, V.
- Neverbalna komunikacija – Jezik koji svi govorimo – Rijavec, M. i Miljković, D.
- Odvažno naći svoj put: vještina iskrenog komuniciranja – Saloma, J.
- Reći ne nije dovoljno: kako odgajati djecu da razborito odlučuju o drogama i alkoholu – Schwebel, R.
- Pritisak vršnjaka: učiniti nešto da ostaneš svoj – Slavens, E.
- Svađanje: učiniti nešto riječ po riječ – Slavens, E.
- Tajna komunikacije: budite uvjerljivi i uspjet ćete – Thomson, P.
- Ti si kormilar svog života – Stanić, A.

Kako da ne štekam u komunikaciji

- Prevencija poremećaja u ponašanju djece i mladih u lokalnoj zajednici – Bašić, J. i Janković, J.
- Umijeće razgovora – Brajša, P.
- Faktor ljubaznosti: Jeste li preljubazni na vlastitu štetu – Chandler, S.
- Braniti se riječima: kako poučiti djecu umijeću verbalne samoobrane – Cooper, S.
- Kako biti uvjerljiv za 30 sekundi ili čak manje – Frank, M.O.
- Kako započeti razgovor i izgraditi prijateljstvo – Gabor, D.
- Verbalna samoobrana: komunikacija u neugodnim situacijama – Muk, K.

- Neverbalna komunikacija u razredu – Neill, S.
- Govor tijela: kako misli drugih ljudi pročitati iz njihovih kretnji – Pease, S.
- Neverbalna komunikacija – Jezik koji svi govorimo – Rijavec, M. i Miljković, D.
- Kako međusobno razgovaramo: opća psihologija komunikacije – Schulz von Thun, F.
- Umijeće slušanja: priručnik i savjetnik za uspješnu komunikaciju – Štefanija, V.
- Tajna komunikacije: budite uvjerljivi i uspjet ćete – Thomson, P.
- Kako se dobro posvađati – Uvodić-Vranić, Lj.
- Vještine komunikacije – Wetherbe, J.C. i Wetherbe, B.

Kako da učenje ne bude mučenje

- Uključite svoj mozak-iskoristite svoje mentalne sposobnosti - Birkenbihl, E. V.
- Kako učiti, a što manje se mučiti - Boban, A.
- Koristite svoju glavu - Buzan, T.
- Kako izrađivati mentalne mape - Buzan, T.
- Savršeno pamćenje - Buzan, T.
- Revolucija u učenju; kako promijeniti način na koji svijet uči - Dryden, G. i Vos, J.
- Učenje ne mora biti mučenje; 33 provjerene strategije za umni rad - Knoblauch, J.
- Knjiga za sjajno pamćenje - Markowitz, K., Jensen, E.
- Vodič za preživljavanje u školi - Miljković, D., Rijavec, M.
- Škola bez muke- Strategije i vještine učenja za uspjeh u školi - Schumm, J. S.
- Razotkrivanje uma - Stine, M. J.
- Naučite učiti- savjetnik za učenike, studente i roditelje - Vodopija, Š.
- Bogatstvo učenja- razvijanje ljubavi prema učenju - Townsend, R.

Tematski popis problemske literature za mlade Nikoline Vrban

Problemi u sagledavanju sebe:

Odrastanje

Kako smo popubertetili: 10 priča o odrastanju. Zagreb: Mozaik knjiga, 2004.

Townsend, Sue. Tajni dnevnik Adriana Molea. Zagreb: Znanje, 2009.

Samoizražavanje

Pilić, Sanja. Hoću biti posebnaaaaa! Zagreb: Mozaik knjiga, 2010.

Nezadovoljstvo tjelesnim izgledom

Stipančić-Šesto, Silvija. Debela: keks, čips & ljubavna bol. Zagreb: Naklada Semafora, 2007.

Problemi u odnosu s drugima

Prijateljstvo

Blume, Judy. Ljetne sestre. Zagreb: Mozaik knjiga, 1999.

Ljubav i seksualnost

Blume, Judy. Zauvijek. Zagreb: Mozaik knjiga, 2001.

Zagoda, Tomislav. Balada o Buginim gaćicama. Zagreb: Mozaik knjiga, 2004.

Homoseksualnost

Arold, Marliese. Sandra voli Meike. Zagreb: Grlica, 2002.

Obiteljski odnosi

Cesco, Federica de. Daleko od Tibeta. Zagreb: Znanje, 1998.

Iveljić, Nada. Sat očeva. Zagreb: Mladost, 1979.

Stipančić-Šesto, Silvija. Vanda. Zagreb: Semafor, 2007.

Problemi u socijalizaciji

Hinton, S. E. Autsajderi. Zagreb: SysPrint, 2001.

Bolest

Pongrašić, Zoran. Djevojčica koja je preskočila nebesa ili Gumi-gumi. Zagreb: Knjiga u centru, 2008.

Storić, Šime. Poljubit ću je uskoro, možda. Zagreb: Alfa, 2009.

Smrt

Matanović, Julijana. Volite li medenjake. Zagreb: Naklada Ljevak, 2003.

Društveni problemi

Samoubojstvo

Gavran, Miro. Oproštajno pismo. Zagreb: Nakladni zavod Znanje, 1994.

Nasilje

Doherty, Berlie. Velika tajna. Zagreb: Naklada Ljevak, 2004.

Golding, William. Gospodar muha. Zagreb: Algoritam, 1999.

Droga

Anonimna autorica. Dnevnik jedne narkomanke. Zagreb: Mozaik knjiga, 2001.

Anković, Tonča. Ljudi bez mjesta. Zagreb: AGM, 1998.

Basso, Gina. Noć nije beskrajna. Zagreb: Znanje, 1997.

Brajko-Livaković, Maja. Kad pobijedi ljubav. Zagreb: Alfa, 2008.

Burgess, Melvin. Hors. Zagreb: SysPrint, 1998.

Clark, Margaret. Opet na pravom putu: dnevnik djeteta s ulice. Zagreb: Znanje, 1997.

Hermann, Kai; Rieck, Horst. Mi djeca s kolodvora Zoo. Zagreb: Sysprint, 2003.

Seksualno zlostavljanje

Blobel, Brigitte. Napuklo srce. Zagreb: Znanje, 1997.

Gavran, Miro. Pokušaj zaboraviti. Zagreb: Mozaik knjiga, 2008.

Pilić, Sanja. Leti, Marta, leti. Zagreb: Naklada Ljevak, 2003.

Anoreksija

Arold, Marliese. Miriam ima anoreksiju. Zagreb: Grlica, 2005.

Beskućništvo

Clark, Margaret. Opet na pravom putu: dnevnik djeteta s ulice. Zagreb: Znanje, 1997

Rasizam

Combesque, Marie Agnes. Različitosti, od vrijeđanja do umorstva. Zagreb: Naklada Ljevak, 2003.

Kutsch, Angelika. Ništa ne pada s neba. Zagreb: Znanje, 1984.

Religioznost

Blume, Judy. Bože, jesi li tu? Ja sam, Margaret. Zagreb: Mozaik knjiga, 2002.

Cesco, Federica de. Daleko od Tibeta. Zagreb: Znanje, 1998.

Hesse, Hermann. Sidarta. Beograd: Beogradski izdavačko-grafički zavod, 1987.

Iz navedenog možemo zaključiti da je literatura samopomoći korištena i od strane stručnjaka te da može praktično i konkretno pomoći ljudima; ovdje se radi o važnoj populaciji u društvu - mladima. Treba uzeti u obzir da ako je takva literatura sve više tražena, što znači da je čovjek sve ugroženiji. Možda je jednommladom čovjeku koji se nema kome obratiti ili otići na razgovor sa stručnjakom jedan priručnik ili knjiga korak ka rješenju. Kvalitetno odabranu literaturu samopomoći koriste i stručnjaci u svom radu.

7.3. Knjige samopomoći za one koji si ne mogu priuštiti psihoterapiju

Psihoterapija se kod nas prezentira najčešće kroz popularnu kulturu, a prvenstveno kroz knjige za samopomoć. Knjige za samopomoć proizvodi su popularne kulture koji su kod nas uvezeni sa Zapada i kojima hrvatske knjižare mogu zahvaliti što, popularnim žargonom rečeno, nisu *stavile ključ u bravu.*Iako asociraju na psihoterapiju, knjige za samopomoć nude ponešto drugačiji diskurz od psihoterapijskog te njega možemo nazvati diskursom samopomoći. Diskurs samopomoći najbolje je naznačen kroz definiciju knjiga za samopomoć kao onih knjiga pomoću kojih *osoba pomaže sama sebi bez pomoći drugoga*. Time se stavlja naglasak na to da osoba može sama sebi pomoći prateći savjete iz knjiga za

samopomoć.[136]Knjige samopomoćidaju savjete za gotovo sve aspekte života te su postale previše utjecajne i čitane da bi ih se ignoriralo. U njihovu obraćanju masi, nuđenju izlaza iz svih životnih problema američki psiholog, poznat u cijelom svijetu,Steven Starker vidi žanr koji je izrazito bitan. Navodi četiri faktora u svojoj literaturi koji mogu objasniti veliku popularnost i komercijalnost knjiga za samopomoć, a koji se također mogu odnositi na hrvatsko tržište te koji mogu objasniti prevagu diskursa samopomoći nad psihoterapijskim diskursom. Cijena tih knjiga prvi je od elemenata koji pridonosi njihovoj popularnosti jer je ona iznimno prihvatljiva, osobito u doba globalne ekonomske krize kada se kupovina knjiga smatra luksuzom. U SAD-u se neka izdanja knjiga za samopomoć mogu naći i za deset dolara, a kod nas je prosječna cijena takvih knjiga za razliku od ostalih relativno niska, oko sto kuna, što je svakako prihvatljivo. Cijena psihoterapije u ordinaciji koja se kreće od oko dvjesto, tristo pa i četiristo kuna po seansi je daleko skuplja. Za hrvatske prilike psihoterapija je luksuz koji si ne može svatko priuštiti. Takav se rad dakako ne odvija samo kroz jednu seansu već može potrajati godinama, što dugoročno financijski opterećuje korisnike psihoterapije. Dostupnost knjigaza samopomoć druga je karakteristika zbog koje su one popularne. Osim što su lako dostupne, mogu se konzumirati u bilo koje vrijeme. Za razliku od potrage za psihoterapeutom koja može potrajati mjesecima te koja se odvija samo u dogovoreno vrijeme, knjige za samopomoć danas se kod nas mogu naći čak i u supermarketima uz voće i povrće, u velikim šoping-centrima, a u knjižarama su među prvim policama.Privatnostje treći čimbenik uspješnosti, što je jedan od najznačanijih elemenata njihove hiperkonzumacije jer omogućava osobi da prilikom rješavanja svojih problema sačuva prostor intimnosti. U našoj zemlji psihoterapija je još uvijek zazorna djelatnost. Ljudi koji pohađaju terapiju često nose stigmu ludosti i neprilagođenosti te se posezanje za privatnošću prilikom čitanja knjiga kod kuće čini kao efikasan model zaštite od javnosti. Uzbuđenje zbog dijeljenja ideja i integracije u društvene grupe navodi se kao posljednji, četvrti element popularnosti tih knjiga u SAD-u.[137]

Autorica osobnog bloga pisala je o svom iskustvu koje ima sa *self-help* literaturom i depresijom, osvrnuti ćemo se na takvo izravno iskustvo, napisala je:*Od osjećaja da nisam jedina s tim problemima, do toga da još nisam otpisana i da se stvari mogu promijeniti, self-help literatura je znala biti jedino svjetlo u crnim, crnim danima. Netko bi mogao reći da je to*

[136] Usp. Žurić, Jakovina Iva. Projekcije na terapiji: o medijskoj reprezentaciji psihoterapije u Hrvatskoj. // Medijska istraživanja 21, 1 (2015). Str.38. Hrčak. URL: http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=209589 (2015-11-25)
[137]Usp. Starker, S.Oracle at the Supermarket: The American Preoccupation With Self – Help Books. New Brunswick, New Jersey: Transaction Publishers, 2002. Str. 15.

što sam dobivala osjećaj lažne nade, i neka mu bude. Meni je tada bilo kakva nada bila dovoljno dobra nada. Bilo je lijepo znati da odgovore na moja pitanja mogu dobiti bez da se mičem iz kreveta (za koji sam tada vječito bila prikovana) i nekome ispočetka objašnjavam kakvi me to demoni napadaju. Čini mi se, a možda se varam, da sam se puno promijenila otkako čitam knjige samopomoći i da mogu poslužiti kao primjer osobe kojoj je samopomoć donijela puno dobroga u životu: nove ideje, nova iskustva i nove misli.[138]

Iz navedenog se zaključuje da literatura samopomoći, dobro izabrana može doprinijeti i pomoći čovjeku. No treba biti kritičan. Razna vrsta literature smatra se *self- helpom* te se na taj način i ono kvalitetno i nekvalitetno smatra istim pa stoga postaje predmet ljudskog opreza i predrasuda. Kao i kad je riječ o drugoj vrsti literature, nije svaki udžbenik jednako kvalitetan, svaki roman,strip niti kuharica. No s romanima i stripovima zna se da postoje jedni i drugi te se zbog toga ne podcjenjuju kvalitetni.Zašto znanost, ako smatra literaturu *self-helpa* nekvalitetnom i negativnom, ne bi odredila smjernice i kriterije po kojima bi se literatura *self-helpa* mogla ocjenjivati i vrednovati. Vodeći računa o recenzijama i o onom tko je napisao priručnik te preporuke osoba koje prodaju knjige, ne podcjenjujući ni smjernice i savjete knjižničara,čitatelja se može usmjeriti prema štivu koje je kvalitetno te može imati pomoći od literature samopomoći. Knjiga je često koristan korak naprijed i smjernica za ljude kojima je to potrebno.

[138]Galant, Ana. Samopomognite mi. Kulturpunkt.hr. URL: http://www.kulturpunkt.hr/content/samopomognite-mi (2015-12-29)

8. Zaključak

Self-help literatura kao novi trend u nakladništvu poznata je u Hrvatskoj i u svijetu. Gospodarske i ekonomske krize u svijetu prouzrukovale su interes za ovom temom.Autor koji najviše ide u korak s vremenom, a kojeg smo analizirali u ovom radu i koji prati trendove je Bruno Šimleša. Uz njega su analizirana još tri autora, od čega su dva književna dvojca i jedna samostalna autorica; Lari Mari, Ivana Šešo i Emina Pršič te Mirjana Krizmanić. Bruno Šimleša najviše prati svjetski trend jer uz predavanja koja održava, vodi televizijsku emisiju, jedini ima mrežnu stranicu, aktivan je na Facebooku te svoja izdanja proširuje i na motivacijske kartice. Ivana Šešo i Emina Pršić i Lari Mari imaju Facebookove profile s pomoću kojih komuniciraju s publikom, još uvijek nisu prepoznale važnost osobne mrežne stranice. Mirjana Krizmanić nema mrežnu stranicu ni Facebookov profil.Smatra se da je marketing izrazito bitan za reklamu i promociju knjige. Ovaj je rad pojam promocije u marketingu istražio kroz analiziranje načina i pristupa na koji su autori predstavili svoje naslovnice i kako su ih nakladnici predstavili na svojim mrežnim stranicama. Osnovni element marketinškog miksa je proizvod koji uključuje određivanje kvalitete proizvoda, dizajna, svojstva, ime marke i ambalaže i druge dodatne karakteristike koje ga mogu učiniti konkurentnim. Cijena je drugi element marketinškog miksa, a predstavlja količinu novca koju kupci plaćaju uz proizvod. Cijene trebaju biti usklađene s vrijednošću proizvoda. Brojni elementi utječu na to, kao što su autorska prava, autorski honorar, prijevod, likovna oprema, urednik teksta, grafički urednik, producent, lektura, korektura, pogovor, recenzija, unos teksta, korektura nakon unosa teksta, prijelom, korektura nakon prijeloma, izrada kazala, tisak, repromaterijal, vakumiranje knjige te troškovi marketinga, prodaje i distribucije.

Cijena ima najveći utjecaj na prihod i psihološki značaj jer stvara sliku kvalitete i vrijednost. Literatura *self-helpa* ima pristupačne cijene, oko stotinjak kuna. Predstavljanje knjige važno je jednako kao i njena cijena. Danas je intenetskim korisnicima važno privući pažnju jer i oni sami žele interakciju s nakladnicima umjesto samostalnog pretraživanja informacija. Navike stečene na društvenim mrežama kao što jeFacebookutječu i na korištenje mrežnih stranica nakladničkih kuća, korisnici žele sudjelovati, ne samo pročitati što je objavljeno.Nakon provedene analize mrežnih stranica (nakladnička kuća Profil koja je izdala knjigu Tkanje života zamijenjena je nakladničkom kućom V.B.Z.) zaključuje se da se svaki nakladnik ulaže u modernizaciju i kvalitetu svoje mrežne stranice, ne može se reći da je neka bolja od druge. Svaka prati trendove i nudi razne mogućnosti, autori i čitatelju su ti koji je vrednuju. Naglasak

pri pretraživanju bio je posvećen pojmu samopomoć, svaki nakladnik nudio je drugačiji izbor odgovora. Nakladnička kuća V.B.Z. ponudila je najviše naslova, a iza nje Algoritam, dok bi preostale dvije mogle poraditi na tome. Nakon pregledavanja upita samopomoć predlaže se da se bi se literatura samopomoći radi lakšeg pregleda mogla svrstati u određenu kategoriju gdje bi bila preglednija, ovako je raspoređena po područjima te tako slabije vidljiva. Naslovnice koje smo analizirali, vidljive su također na mrežnim stranicama nakladnika što je jedan od načina reklamiranja i marketinga knjige, zato joj je posvećena pozornost. Što se tiče autorskih mrežnih stranica, koje čine dobru reklamu za autora, smatra se da kod nas još nisu dovoljno prepoznate jer ih tri autora nemaju.Zaključuje se da bi se mogli postaviti određeni kriteriji koji će literaturu samopomoći svrstati u tu kategoriju, da bude točno u jednom području, radi lakše preglednosti kupcima i čitateljima, a i nakladničkim kućama. Cilj istraživanja mrežnog mjesta knjige na stranicama nakladnika Ljevak, V.B.Z., Algoritam i Hena-com bio je vidjeti posjeduje li mrežno mjesto kriterije izabrane za analizu. Metoda koja se koristila je analiza mrežnih stranica i analiza sadržaja. Uzorak za istraživanje činile su knjige koje analiziramo, a koje su reklamirane na mrežnim mjestima mrežnih stranica nakladničkih kuća.Kriteriji koji su izabrani bitni su za marketinško prikazivanje i reklamiranje knjige na mrežnim stranicama nakladnika.

Prema njima stranica Hena-coma jedina ne nudi poveznicu Facebooka i knjige, ali zato jedina ima cijeli odlomak iz knjige te nudi recenziju i kritiku o naslovu. Algoritam jedini nema vidljive podatke o formatu knjige, Ljevak jedini nudi mogućnost ocjenjivanja te jedini nudi opis autora koji je izdvojen. V.B.Z. i Algoritam imaju najmanje kriterija odabranih za analizu, a Ljevak i Hena-com najviše. Zaključuje se da mrežna mjesta mrežnih stranica koja su se analizirala razlikuju, svaki nudi nešto drugo, nemaju svi jednaku ponudu i mogućnosti za autore i korisnike. Smatra da se na ljude osim navedenih i knjižničar može utjecati svojim stavom o knjigama,čitatelji vole stručne osobe, stoga je knjižničar također jedna bitna osoba u nakladničkom procesu i marketingu knjiga. O želji autora ovisi što traži od nakladnika na mrežnim stranicama. Nekom je potrebno da je format njegova naslova prikazan, nekome je pak potrebno da je cijeli odlomak knjige dostupan, nekom je bitna povezanost knjiga sa društvenim mrežama. Smatra se da se je čitateljeva uloga u svijetu nakladništva danas veća i drugačija, potrebno ih je uključiti u kritiku, preporuku i ocjenu. Nakladništvo prelazi u moderan oblik iz tradicionalnog u kojem se prije nalazilo. Hrvatskoj nije lako pratiti svjetske trendove zbog krize koja vlada u nakladništvu, ali važnost ulaganja u marketing je nužna i neizbježna ako se žele dobiti promjene. Osim mrežne stranice i mrežnog mjesta analizirale su

se naslovnice. Kriteriji koji su uzeti u obzir u opisu su simbolika naslovnice, prikazi naslova i imena autora, boja slova i podloge, logovi te odabir određenog crteža ili fotografije. Posebna pažnja dala se dizajnu jer su u pitanju simbolične naslovnice koje su jedan oblik umjetničkog djela i nose čitatelju svoju poruku, poruku autora i knjige. Logotipove nakladničke kuće na naslovnicama imaju svi, a logotip biblioteke imaju Lari Mari i Bruno Šimleša, ostale dvije autorice ne. Zaključuje se nakon analiziranog, da su najveću pažnju odabiru naslovnice dale Lari Mari. Knjiga Tkanje života i Nedostaje? Ne. Dosta je! sadrže fotografiju na svojim naslovnicama. Lari Mari i Bruno Šimleša imaju prave crteže. Šimleša je veću pozornost privukao bojom, simbolom i kontrastom s jednostavnim crtežom koji poziva čitatelja dok je crtež Lari Mari, koji je napravila njihova dizajnerica Ana Pojatina, zahtijevao veći trud. U sebi osim crteža, nosi simboliku i pokazuje kako ovim autoricama nije na prvom mjestu zarada već poruka, kvaliteta i dubina njihova pisanja, a to pokazuju i kroz ostale načine prezentiranja i komuniciranja. Naslovnice koje su originalne čine jedan od važnih faktora za promidžbu knjige. Uzorak za provedbu intervjua činili su četiri autora koja analiziramo u radu. Koristio se strukturirani intervju, gdje su autori mogli osim zaokruživanja pisati vlastite odgovore. Nakon intervjuiranja zaključuje se da trend u svijetu najviše prati Bruno Šimleša. Od nakladničkih kuća u kojima su ovi autori objavljivali svoje knjige su Profil, Hena-com, Ljevak i Algoritam. Samo su nezadovoljne nakladnikom Emina Pršič i Ivana Šešo, tj. Algoritmom,dok su ostali zadovoljni. Najviše su žene te koje čitaju *self-help* literaturu, što je ista situacija kao i u svijetu. Smatra se da bi trebali postojati kriteriji koji će odrediti da određeni autor piše *self-help* literaturu. Kada bi postojali određeni kriteriji onda bi situacija s autorima i naslovima bila jasnija. Mirjana Krizmanić najmanje ide u korak s vremenom i trendom, ali jedina nosi titulu psihologa s kojom je radila s ljudima do umirovljenja. Napravilo se istraživanje o posuđenosti naslova u knjižnicama širom Hrvatske, u Rijeci, Vinkovcima, Zagrebu, Osijeku, Puli i Solinu. Osim toga saznalo se koliko su i ostali naslovi autora koji su napisali te knjige posuđivani u njihovim knjižnicama.

Najviše se moglo prikupiti informacija o knjigama Krizmanić i Šimleše jer oni imaju najviše naslova, Šešo i Pršić imaju samo jednu knjigu, pa ih se nije trebalo istraživati, a Lari Mari imaju dvije, saznali smo koliko je i druga posuđivana. Metoda koja se koristila je metoda analize podataka. Po podacima dobivenim u tablici, naslov koji je najviše posuđivan u navedenim hrvatskim knjižnicama je Tkanje života. No ta je knjiga izdana dvije godine prije druge najčitanije, a to je Ljubavologija. Zlatni mjesec je od 2014. godine kada je izdan posuđivan 190 puta, dok je knjiga Nedostaje? Ne. Dosta je! posuđena 78 puta, a u Osijeku i

Solinu nije dostupna u fondu. Najčitaniji naslovi najviše su posuđivani u Vinkovcima i Osijeku. Knjiga Nedostaje? Ne. Dosta je! čitana je najviše u Rijeci i Zagrebu, dok je u Vinkovcima za njom potražnja najmanja. Dobiveni rezultati govore nam da je ova vrsta literature čitana te da čitatelji posebno vole Šimlešu i Krizmanić. Naglašava se kako broj posuđenih knjiga Lari Mari ne znači da su slabije čitane, nego nemaju jednak broj izdanih naslova. One imaju dva romana, na temelju njih provela se analiza. Tablica 2 i tablica 3 odgovaraju jedna drugoj rezultatima. U tablici 3 najčitanija autorica je Mirjana Krizmanić, čija je knjiga najčitanija po podacima iz tablice 2. Njeni naslovi najmanje su posuđivani u Puli, a najviše u Osijeku. Njeni naslovi u zbroju svih knjižnica posuđivani su ukupno 3659 puta. Iza nje slijedi Bruno Šimleša s 2697 posudbi, što govori da su njegovi naslovi isto čitani i traženi. I on je najviše čitan u Osijeku. Svi autori najčitaniji su u Osijeku, a najmanje u Solinu i Puli. Šimleša i Mirjana Krizmanić u Rijeci su čitani gotovo jednako. Lari Mari izdala je svoj prvi roman 2014.godine, od tada su njihovi naslovi u knjižnicama koje smo analizirali posuđena 601 put, najmanje, 17 puta u Solinu dok su u Osijeku zamijetnih 272 puta. Nastave li istim ritmom, neće zaostajati za ostalim autorima.

Smatra se da su naslovi odabranih autora traženi. Dobiveni podaci iz analize podataka govore nam o tome da su knjige čitane, što znači da na neki način služe čovjeku i daju čitatelji vole i traže s razlogom. Čitateljev stav je onaj koji je najvažniji i presudan. Smatra se da bi se zbog tog razloga trebali postaviti određeni kriteriji, mišljenja i recenzije koji bi literaturu samopomoći mogli dijeliti na onu koja može i onu koja ne može zadovoljiti kriterije. Na primjeru prakse stručnjaka iz psihologije i informatologije zaključuje se s psihoterapijom i biblioterapijom koja je da literatura *self-helpa*, dobro izabrana može doprinijeti čovjeku. No, treba biti svakako realan i kritičan. Razna vrsta literature smatra se *self-helpom* te se na taj način i ono kvalitetno i nekvalitetno smatra istim te postaje predmet ljudskog opreza i predrasuda. Zašto znanost, ako smatra literaturu *self-helpa* nekvalitetnom i negativnomne bi odredila smjernice i kriterije po kojima bi se literatura *self-helpa* mogla ocjenjivati i vrednovati? Vodeći računa o recenzijama i o onom tko je napisao priručnik te preporuke osoba koje prodaju knjige, ne podcjenjujući ni smjernice i savjete knjižničara,čitatelja se može usmjeriti prema štivu koje je kvalitetno te može biti od pomoći. Knjige Mirjane Krizmanić dokazano su čitane i pomažu ljudima, ova autorica nosi titulu psihologu, što ljudima daje sigurnost. To dokazuje i da čitatelji imaju dozu kritičnosti i prepoznaju kvalitetu prije reklame koju ova autorica često zanemaruje. Ivana Šešo i Emina Pršić savjetuju čitatelje što nakon prekida veze, Lari Mari svojim štivom nadahnujuju i motiviraju ljude, Bruno

Šimleša je uz autorski rad, humanistički i društveno aktivan. Podaci iz knjižnica dokazuju da su knjige čitane. Nakladništvo sve više ulaže u njihov marketing. Kriza u nakladništvu posljedica je krize u društvu. Zašto se knjižničare kojima je dužnost davati i informacije o životu i educirati ljude ne bi educiralo o naslovima koji mogu poslužiti čovjeku? Zašto nakladnici, biblioterapeuti i psihoterapeuti ne bi surađivali? Tako bi i kvalitetniji autori počeli pisati. Ni sve kuharice i stripovi nisu jednako kvalitetni, ali zna se preporučiti koji jesu. Zašto kvalitetne knjige samopomoći ne bi bile ili možda već jesu jedan korak naprijed? Uz veće postavljenje kriterija i suradnju nakladničke, knjižničarske, pedagoške i psihološke struke.

9. Abstract: New trends

10. in publisher- manuals of *self-help* literature

The purpose of this paper is the analysis of publishers access toward the trend called "*self-help*" literature refer to authors and titles of this literature. The paper presents possibilities that *self-help* literature can offer. The ultimate goal is to obtain an answer to the question of how this literature can be used in psychotherapy and bibliotherapeutical purposes, and how to use it to help people.In order to obtain answers to these questions, the paper work represents publishers, authors and titles of *self-help* literature. The work carried out more research methods of which the most important are analysis of web site publishers and content analysis of network featured titles. In order to obtain information on loan *self-help*literature, interview was conducted on a sample of six libraries. The results reveal a number of borrowed units of *self-help* literature and reader profile. Authors were also conducted by the interview. The paper also puts emphasis on marketing, on the ways of marketing that authors and publishers use to promote this kind of literature. It is expected that the obtained results will make an impression and an emphasis on the importance and impact of *self-help* literature.

Keywords: *self-help* literature, analysis of publishers web content,bibliotherapy and psychotherapy, marketing

11.Literatura

1. Algoritam. Mrežna stranica. URL: http://www.algoritam.hr/?m=0 (2016-01-14)

2. Algoritam. Nedostaje? Ne. Dosta je! URL: http://www.algoritam.hr/?m=1&p=proizvod&kat=645&id=155197#.VnCeUkrxyko (2016-01-02)

3. An Interview with Louise Hay and Cheryl Richardson. Truly alive magazin. URL: http://www.trulyalive.net/an-interview-with-louise-hay-and-cheryl-richardson/ (2016-01-13)

4. Assaad, Waad; Gomez, Jorge Marx. Social Network in marketing (Social Media Marketing). // International Journal of Managing Public Sector Information and Communication Technologies 2, 1(2011).URL:http://airccse.org/journal/mpict/papers/0911ijmpict02.pdf (2015-18-12)

5. Bašić, Ivana. Biblioterapija i poetska terapija : priručnik za početnike.Zagreb : Balans centar, 2011.

6. Baverstock, Alison. How to market books: the essential guide to maximizing profit and exploiting all channels to market. London: Alison Baverstock, 2008.

7. Bestseller. Jutarnji list. Mrežna stranica. URL: http://bestseller.jutarnji.hr/iscjeljenje-uz-andele/ (2016-27-11)

8. Bjelousov, Zora. Petra Ljevak: uživam u svom poslu. Femina portal. URL: http://www.femina.hr/clanak/index/r/8/c/989/se/biznis_petra-ljevak---uzivam-u-svom-poslu-- (2015-29-12)

9. Blažević, Leonardo. Novi sadržajni, oblikovni i marketinškitrendovi u komercijalnom nakladništvu. Stručni rad. Libellarium, 2, 2 (2009).Hrčak. URL: http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=100188 (2015-25-11)

10. Blažević, Leonardo. Novi trendovi u marketingu knjige: specijalistički poslijediplomski rad. Zagreb, 2009.

11. Bratanić, Miki. Osobni razgovor. 19.12.2015.

12. Bulić, Rea. Otvoren 37. Interliber – najveći kulturni sajam knjiga u hrvatskoj, 11.12/2014. URL: http://citajme.com/otvoren-37-interliber-najveci-kulturni-sajam-knjiga-u-hrvatskoj/ (2015-19-12)

13. Chopra, Deepak. Kvantno liječenje. Superantikvarijat, mrežna stranica. URL: http://www.superknjizara.hr/?page=knjiga&id_knjiga=100046328 (2016-01-13)

14. Chopra, Deepak. Mir je put. Čakovec: Dvotruka Duga,2006.

15. Čakić, Branimir. Osobni razgovor. 19.12.2015.

16. ČitajMe.com. Portal. URL: http://citajme.com/izbor-najbolje-naslovnice-u-2015-godini/ (2015-12-31)

17. Čitaj me. Portal.Christianne Northrup. Boginje ne stare. URL: http://citajme.com/darujemo-zenski-bestseller-boginje-ne-stare-dr-christiane-northrup/ (2015-27-11)

18. Dvostruka Duga. O nama. URL: http://www.dvostrukaduga.hr/o-nama/(2016-26-11)

19. Eleventh Step Books: book shop. URL: http://www.eleventhstep.com/about.html (2015-30-12)

20. Facebook - Ljevak. URL: https://www.facebook.com/ljevak.hr/info?tab=page_info (2015-26-11)

21. Ferenčić, Martina. Marketinška komunikacija u digitalnom svijetu. //Praktični menadžment, stručni časopis za teoriju i praksu menadžmenta 3, 2(2012).URL: http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=142663 (2015-20-12)

22. Galant, Ana. Samopomognite mi. Kulturpunkt.hr. URL: http://www.kulturpunkt.hr/content/samopomognite-mi (2015-12-29)

23. Gauntlett, David. *Self-help* books and the pursuit of a happy identity. URL: http://theoryhead.com/gender/selfhelp.pdf (2015-30-12)

24. Given, L., M. The SAGE Encyclopedia of qualitative research methods. University of Alberta.

25. Goodings, L., Tucker, I., Social media and the co-production of bodies online: Bergson, Serres and Facebook's Timeline. // Media, Culture & Society, 36. (2014)

26. Gostovanje Lorne Byrne u Zagrebu. Mrežna stranica nakladničke kuće Ljevak. URL: http://www.ljevak.hr/knjizni-blog/prikazi-1/blog-48/stranica-6 (2016-01-05)

27. Gradska i Sveučilišna knjižnica Osijek. URL: http://www.gskos.unios.hr/?upit=sadrzaj&id=79 (2015-12-25)

28. Gradska knjižnica i čitanica Pula. URL: http://www.gkc-pula.hr/hr/o-knjiznici/povijest-ustanove/ (2015-12-25)

29. Gradska knjižnica Rijeka. URL: http://gkr.hr/O-nama (2015-12-17)

30. Gradska knjižnica Solin. URL:http://www.knjiznicasolin.hr/index.php/o-nama/povijest-knjiznice (2015-12-18)

31. Gradska knjižnica i čitaonica Vinkovci. URL: http://knjiznice.nsk.hr/vinkovci/o-knjiznici-2/opci-podatci/ (2015-12-13)

32. Hena-com. URL: http://hena-com.hr/ (2016-12-05)

33. Katunarić, Dražen. Što je kritičar i što bi morao biti. // Hrvatska književna kritika – teorija i praksa / prir. Jelena Hekman. Zagreb: Matica hrvatska: Biblioteka Vijenac, 1999.

34. Kesić, Tanja. Integrirana marketinška komunikacija : oglašavanje, unapređenje prodaje, Internet, odnosi s javnošću, publicitet, osobna prodaja. Zagreb: Opinio, 2003.

35. Knjižnicegrada Zagreba. URL: http://www.kgz.hr/default.aspx?id=222 (2015-12-17)

36. Kolanović, Maša. Presvlačenje naslovnica. Zagrebačka slavistička škola. URL: http://www.hrvatskiplus.org/article.php?id=1906&naslov=presvlacenje-naslovnica (2015-12-30)

37. Kolarić, Alica. Ivana Bašić: Biblioterapija i poetska terapija. Gradska knjižnica Rijeka. URL: http://gkr.hr/Magazin/Prikazi/Ivana-Basic-Biblioterapija-i-poetska-terapija-prirucnik-za-pocetnike (2015-12-31)

38. Kondracki, N. , Wellman, N. S. Content analysis: Review of methods and their applications in nutrition education. // Journal of Nutrition Education and Behavior 34, 7 (2002).

39. Krizmanić, Mirjana. Jesenji valcer. Mrežna stranica V.B.Z. URL: http://www.vbz.hr/knjiga/krizmanic-mirjana-jesenji-valcer (2016-01-08)

40. Krizmanić, Mirjana. Osobni intervju. (2015-12-26)

41. Krizmanić, Mirjana. Tkanje života. Portal Medikus. URL: http://www.medikus.hr/knjige/252-tkanje-zivota-mirjana-krizmanic.html (2015-11-26)

42. Lari Mari. Osobni intervju. (2015-12-26)

43. Ljevak, Petra. Virtualni marketing nakladničkih materijalnih dobara. // 16. seminar Arhivi, knjižnice, muzeji: mogućnosti suradnje u okruženju globalne informacijske infrastrukture : zbornik radova / uredila Tomašević, Nives; Despot, Ivana. Zagreb : Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2013.

44. Moderna vremena, portal. Tkanje života. URL: http://www.mvinfo.hr/knjiga/5086/tkanje-zivota-putovi-i-staze-do-zivotnoga-zadovoljstva-i-srece (2015-29-11)

45. Mojzagreb.info. URL: http://mojzagreb.info/hrvatska/hrvatska/nova-knjiga-lari-mari-bez-ljubavi-i-mrznje (2016-12-05)

46. Najbolje knjige. Portal za knjigoljupce. URL: http://www.najboljeknjige.com/content/knjiga.aspx?BookID=2211 (2015-12-18)

47. Naklada Ljevak. Mrežna stranica. URL: http://www.ljevak.hr/knjige/knjiga-12669 (2015-07-12)

48. Narodna knjižnica Supetar. URL: http://www.knjiznicasupetar.hr/index.php?option=com_content&view=article&id=9&Itemid=8 (2015-12-27)

49. Planetopija. URL: http://www.planetopija.hr/hr/o_nama (2015-11-26)

50. Pršić, Emina., Šešo, Ivana. Osobni intervju. (2015-12-23)

51. Puška, Adis. Alati za izvođenje marketing aktivnosti putem socijalnih mreža. // Praktični menadžment, stručni časopis za teoriju i praksu menadžmenta 3, 1(2012).URL: http://hrcak.srce.hr/96969 (2015-12-30)

52. Razbijanje zabluda. Kako dopustiti ljubavi da nas osvoji? Mrežna stranica tportal. URL: http://m.tportal.hr/198763/Kako-dopustiti-ljubavi-da-nas-osvoji.html (2016-01-13)

53. Renko, Nataša. Strategije marketinga. Zagreb: Naklada Ljevak, 2009.

54. Rašeta, Irena. Anatomija knjige. Ako ste se ikad pitali od čega se sastoji knjiga, evo odgovora.Planb.hr. URL:http://www.planb.hr/anatomija-knjige/ (2015-30-12)

55. Ružić, D., Biloš, A., Turkalj, D.,e-Marketing. Osijek: Factum d.o.o, 2009.

56. Sabljak, Ljiljana. Bajke pomažu djeci u suočavanju s osjećajem krivnje kad se roditelji razvode, 14. 03. 2011. URL: http://www.dvijemame.com/vi-ste-rekli/intervju/ljiljana-sabljak-biblioterapija.html (2015-12-25)

57. Sandelowski, Margarete. Whatever Happened to Qualitative Description?: Focus on Research Methods. // Research in Nursing & Health 34, (2000).

58. *Self-help* literatura obara rekorde. Al Jazeera. URL: http://balkans.aljazeera.net/vijesti/*self-help*-literatura-obara-rekorde (2016-01-06)

59. Slobodna Dalmacija, web. URL: http://www.slobodnadalmacija.hr/Linija-X/tabid/243/articleType/ArticleView/articleId/189802/Default.aspx (2016-01-02)

60. Starker, S.Oracle at the Supermarket: The American Preoccupation With Self – Help Books. New Brunswick, New Jersey: Transaction Publishers, 2002.

61. Svatko ima anđela čuvara, bez obzira koje je vjere i je li uopće religiozan: Lorna Byrne. Najbolje knjige: portal za knjigoljupce. URL: http://www.najboljeknjige.com/content/vijesti_opsirnije.aspx?NewsID=493(2016-01-06)

62. Sveučilište u Zadru.URL: http://www.unizd.hr/savjetovaliste/Aktivnosti/Studentskiprojekti/tabid/2311/Default.aspx(2015-11-25)

63. Šimić-Tonin, Nikola. Self- help literatura. // Film–mag.net. URL: http://film-mag.net/wp/?p=24003 (2016-01-15)

64. Šimleša, Bruno. Facebookov profil. URL: https://www.facebook.com/brunosimlesa/?fref=ts (2015-11-29)

65. Šimleša, Bruno.Mrežna stranica. URL: http://www.brunosimlesa.com/Content/hr/novosti_opsirnije.aspx?articleID=33#.Vlxtl2AQVy0 (2015-11-26)

66. Šimleša, Bruno. Osobni intervju. (2015-12-23)

67. Škare, Vatroslav. Internetski marketing . URL: http://web.efzg.hr/dok/MAR/ipandza/UM-Internetski_marketing-separat_19_poglavlje.pdf (2016-01-02)

68. Tolić, Tanja. Hrvatska industrija sreće.Portal Jutarni list. URL: http://www.jutarnji.hr/hrvatska-industrija-srece/258366/ (2015-12-30)

69. Tkalac Verčić, A.;Sinčić Ćorić, D.; Pološki Vokić, N. Priručnik za metodologiju istraživačkog rada. M.E.P. Zagreb, 2011.

70. VBZ Online. Mrežna stranica. URL: https://www.vbz.hr/knjiga/hay-louise-l-kako-iscijeliti-duh-i-tijelo (2015-12-16)

71. Vrban, Nikolina. Čitateljske navike mladih i interes za problemsku literaturu. Diplomski rad. Osijek: Sveučilište J.J. Strossmayera, 2010.

72. Vrcelj, S.,Mrnjaus , K. Savjetodavna (ne)moć self- help literature. // Školski vjesnik-časopis zapedagogijsku teoriju i praksu 63, 2 (2014) Hrčak. URL: http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=184153 (2015-12-30)

73. Znanje. O nama. URL: http://znanje.hr/povijest/ (2015-11-26)

74. Žurić, Jakovina Iva. Projekcije na terapiji: o medijskoj reprezentaciji psihoterapije u Hrvatskoj. // Medijska istraživanja 21, 1 (2015) Hrčak. URL: http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=209589 (2015-11-25)

12.Prilozi

Prilog 1. Bruno Šimleša - transkript intervjua

1. Znate li koliko su Vaše knjige posuđivane u knjižnicama?(zaokružite) da/ne
2. Znate li koliko su prodavane? (zaokružite) da/ne
3. Navedite razloge Vašeg izbora određenog nakladnika za publiciranje Vaše knjige te ocijenite svaki od navedenih razloga? (1 – najmanje važno, 5 – presudno)

a) Snaga nakladnika 12 345

b) Distribucija 123 45

c) Marketing 12 345

d) Urednik 12 345

e) Tehničko oblikovanje knjige 12 345

f) Korektnost i topla atmosfera 12 345

4. Smatrate li da je nakladnik dovoljno napravio za Vašu knjigu? Da i ne.
5. Jeste li uspješno surađivali? (zaokružite) da/ne
6. Tko je radio Vašu naslovnicu?

Prijateljica.

7. Jeste li i Vi sudjelovali u dizajnu? (zaokružite) da/ne
8. Zašto ste se odlučili baš za tu naslovnicu?

Odgovara karakteru knjige.

9. Kakvi su komentari čitatelja na nju?

Generalno pozitivni.

10. Imate li svoju mrežnu stranicu? (zaokružite) da/ne

Imam, ali je baš i ne koristim.

11. Vodite li autorski Facebook? (zaokružite)

Da,to mi je glavni način komuniciranje s čitateljima.

12. Pomažu li Vam u kontaktu s čitateljima? (zaokružite) da/ne

13. Ocijenite Vašu sklonost prostorima za promociju knjiga:

a) Knjižara 12 345

b) Knjižnica 12 345

c) Kino-dvorana 12 345

d) Kafić 12 345

e) treći prostor (navesti koji) _____12 345

14. Koga pratite od autora *self-help* literature?

Tolle i Brene Brown.

15. Koji Vam je najomiljeniji?

Eckhart Tolle.

16. Kako biste definirali literaturu samopomoći, kako po Vama ona djeluje na ljude i može li im pomoći?

Okvirno bismo popularne knjige samopomoći mogli podijeliti u dvije kategorije. U prvoj su one koje pojednostavljuju stvarnost i obećavaju previše i one kratkoročno podignu čitatelje, ali ih stvarnost ubrzo spusti. Radujem se što takve knjige više nisu u većini. U drugoj kategoriji su knjige koje nemaju 3 magična koraka za prosvjetljenje i koje uz velik trud dugoročno mogu pomoći u samospoznaji i snalaženju u odnosima s drugim bićima.
Knjige mogu nadahnuti, postaviti mnoga pitanja i natuknuti gdje bi se mogli potražiti odgovori, mogu nam pružiti neke alate samopoznaje i stvaranja zdravijeg odnosa prema sebi i drugima. Ne mogu odlučivati umjesto nas, ali mogu pomoći u donošenju odluke kojom si nećemo zakomplicirati život.

17. Što Vas je potaklo da pišete takvu vrstu literature?

Prva knjiga je nastala iz želje da podijelim svoja iskustva. Sadašnje knjige iz želje da pomognem drugima lakše posložiti kockice svog životnog mozaika.

18. Mislite li da ste u Hrvatskoj dovoljno cijenjeni kao autor?

Da.

19. Je li Vas prodaja knjige potakla na održavanje radionica?

Radionice sam držao i prije pisanja. Sada ih ne držim jer nemam vremena, radije sam posvećen ulozi tate. No, uskoro ću se ponovno vratiti tome.

20. Pomažete li ljudima i van pisanja?

Kada god mogu.

21. Koja Vas skupina najviše prati i čita?

Većinom žene, ali zapravo svi koji traže odgovore.

Prilog 2. Mirjana Krizmanić - transkript intervjua

1. Znate li koliko su Vaše knjige posuđivane u knjižnicama?(zaokružite) da/ne

Ne znam.

2. Znate li koliko su prodavane? (zaokružite) da/ne

Kako koja, većina jako dobro, *Tkanje života* je prodano u više od 150.000 primjeraka, a ostale između 8 i 10 tisuća- barem koliko znam.

3. Navedite razloge Vašeg izbora određenog nakladnika za publiciranje Vaše knjige te ocijenite svaki od navedenih razloga? (1 – najmanje važno, 5 – presudno)

Ne mogu odgovoriti po Vašim kategorijama, jer sam od svoje bivše studentice bila nagovorena da nešto napišem, pa sam tako napisala *Tkanje*, a budući da je ona radila

za Profil, to je kod njih i objavljeno. Onda sam kod njih objavila još dvije knjige, ali sam zbog raznoraznih razloga onda otišla u V.B.Z. gdje sam i sada. Kod njih sam do sada objavile već 4 knjige, a peta je u pripremi. Sumnjam da se u našim prilikama može prema kriterijima koje ste dolje naveli birati nakladnika. Eto, ja mogu reći da je za moju prvu knjigu bio odlučujući urednik, a za ostale jednostavno nakladnik kojem sam prešla.

g) Snaga nakladnika 12 345

h) Distribucija 12 345

i) Marketing 12 345

j) Urednik 12 345

k) Tehničko oblikovanje knjige 12 345

l) _____ 12 345

4. Smatrate li da je nakladnik dovoljno napravio za Vašu knjigu? (zaokružite) da/neDA

5. Jeste li uspješno surađivali? (zaokružite) da/ne

   DA

6. Tko je radio Vašu naslovnicu?

Dizajneri koji rade za nakladnike.

7. Jeste li i Vi sudjelovali u dizajnu? (zaokružite) da/ne

Samo u odabiru između nekoliko ponuđenih.

8. Zašto ste se odlučili baš za tu naslovnicu?

Najviše mi se svidjela, a činilo mi se i da odgovara tekstu.

9. Kakvi su komentari čitatelja na nju?

Nemam pojma. Znam što mi kažu ljudi na ulici, a zaustave me dakako samo oni koji su zadovoljni.

10. Imate li svoju mrežnu stranicu? (zaokružite) da/ne

Ne, neću se s tim opterećivati.

11. Vodite li autorski Facebook? (zaokružite) da/ne

Uopće ne sudjelujem u društvenim mrežama. Preferiram kontakte uživo.

12. Pomažu li Vam u kontaktu s čitateljima? (zaokružite) da/neNE

13. Ocijenite Vašu sklonost prostorima za promociju knjiga:

f) Knjižara 12 345(redovito premali prostor)

g) Knjižnica 12 345 (isto)

h) Kino-dvorana 12 345(preveliko)

i) Kafić 12 345(buka, gužva, nitko nikog ne čuje)

j) treći prostor (navesti koji) Novinarski dom u Zagrebu____12 345

14. Koga pratite od autora *self-help* literature?

Nijednog. Knjige samopomoći (zašto koristite engleski naziv?) ne smatram kvalitetnima, to ću Vam dodatno obrazložiti na kraju.

15. Koji Vam je najomiljeniji?

Nijedan.

16. Kako biste definirali literaturu samopomoći, kako po Vama ona djeluje na ljude i može li im pomoći?

Literaturu samopomoći često pišu nestručnjaci, vrlo je pojednostavljeno i amerikanizirano prikazivanje problema i njihovog rješavanja... Namijenjena je ljudima koji traže neki oblik psihološke pomoći, a žele izbjeći odlazak psihologu ili psihijatru. Knjige samopomoći u načelu nude pojednostavljene savjete koji bi trebali vrijediti za sve ljude, neovisno o njihovoj dobi, spolu, obrazovanju i vrsti problema. To je,

dakako, *nemoguća misija,* pa ja nastojim na temelju znanja iz različitih područja psihologije i rada u savjetovalištu i višegodišnjeg pružanja pomoći žrtvama rata, ponuditi niz rješenja za različite probleme, kako bi svatko mogao za sebe pronaći ono koje mu najviše odgovara. Tipične knjige samopomoću nude rješenja tipa: šest koraka do samopouzdanja, pet koraka do sreće i sl.

17. Što Vas je potaklo da pišete takvu vrstu literature?

Po mom sudu ja NE PIŠEM takvu vrstu literature, već popularno napisane knjige iz primijenjene psihologije.

18. Mislite li da ste u Hrvatskoj dovoljno cijenjeni kao autor?

Ne razmišljam o svom pisanju knjiga na taj način. Razmišljam o tome pomažem li time ljudima ili ne. Sudeći po povratnim informacijama i prodajemo ih knjiga odgovor je da.

19. Je li Vas prodaja knjige potakla na održavanje radionica?

Ne, ja sam odradila cijeli radni vijek od 41 godine i želim se u mirovini baviti onim što me zanima i veseli. To je, među ostalim, pisanje knjiga i prevođenje stručne literature iz psihologije.

20. Pomažete li ljudima i van pisanja?

Prijateljima, susjedima, katkada i ljudima na cesti. Nemam privatnu praksu i ne bavim se time ustavno.

21. Koja Vas skupina najviše prati i čita?

Ono što znam iz reakcija ljudi s kojima se susrećem čitaju me i mladi i stari. Ne znam što je sa srednjom životnom dobi.Koliko znam nitko uopće i ne ispituje reakcije čitatelja na objavljene knjige, ali možda ja samo nemam te podatke.

Prilog 3. Ivana Šešo i Emina Pršić - transkript intervjua

1. Znate li koliko su Vaše knjige posuđivane u knjižnicama?(zaokružite) da/ne
2. Znate li koliko su prodavane? (zaokružite) da/ne
3. Navedite razloge Vašeg izbora određenog nakladnika za publiciranje Vaše knjige te ocijenite svaki od navedenih razloga? (1 – najmanje važno, 5 – presudno)

m) Snaga nakladnika 12 345

n) Distribucija 12 345

o) Marketing 12 345

p) Urednik 12 345

q) Tehničko oblikovanje knjige 12 345

r) Preporuka_____ 12 345

4. Smatrate li da je nakladnik dovoljno napravio za Vašu knjigu? (zaokružite) da/ne
5. Jeste li uspješno surađivali? (zaokružite) da/ne
6. Tko je radio Vašu naslovnicu?

Ideja sami, a Red point d.o.o realizaciju.

7. Jeste li i Vi sudjelovali u dizajnu? (zaokružite) da/ne
8. Zašto ste se odlučili baš za tu naslovnicu?

Jer prati naslov i ponantu teksta unutar knjige, dovoljno je snažna.

9. Kakvi su komentari čitatelja na nju?

Odlični.

10. Imate li svoju mrežnu stranicu? (zaokružite) da/ne
11. Vodite li autorski Facebook? (zaokružite) da/ne

12. Pomažu li Vam u kontaktu s čitateljima? (zaokružite) da/ne

13. Ocijenite Vašu sklonost prostorima za promociju knjiga:

k) Knjižara 12 345

l) Knjižnica 12 345

m) Kino-dvorana 12 345

n) Kafić 12 345

o) treći prostor (navesti koji) udruge 12 345

14. Koga pratite od autora *self-help* literature?

Nikoga.

15. Koji Vam je najomiljeniji?

Ne pratim autore *self-help* literature.

16. Kako biste definirali literaturu samopomoći, kako po Vama ona djeluje na ljude i može li im pomoći?

Djeluje onoliko koliko joj čovjek dopusti, prema mojem iskustvu rijetko na duži rok. Ukoliko osoba iz temelja ne krene u promjenu uvjerenja, knjiga je samo kratkotrajna pomoć nakon koje se vraća na stare obrasce ponašanja, razmišljanja, življenja. Nisam upoznala osobu koju je knjiga potakla na dugotrajne promjene, ali na traženje pomoći putem koje će ih postići, da. To je za mene smisao ove literature, dobiti informaciju da postoji bolje, poželjeti bolje i potražiti bolje za sebe kroz druge oblike pomoći.

17. Što Vas je potaklo da pišete takvu vrstu literature?

Ljudi oko mene.

18. Mislite li da ste u Hrvatskoj dovoljno cijenjeni kao autor?

Od publike da, ali od izdavača i popratnih struktura ne.

19. Je li Vas prodaja knjige potakla na održavanje radionica?da

20. Pomažete li ljudima i van pisanja?

To mi je posao.

21. Koja Vas skupina najviše prati i čita?

Ženska populacija od 18 do 50 godina.

Prilog 4. Lari Mari - transkript intervjua

1. Znate li koliko su Vaše knjige posuđivane u knjižnicama?(zaokružite) da/ne

   Ne znamo broj, ali znamo da su naši romani u svim knjižnicama diljem zemlje toliko posuđivani da se na njih čeka red za posudbu i po dva do tri mjeseca.

2. Znate li koliko su prodavane? (zaokružite) da/ne

   Oba su romana u samo tri mjeseca proglašeni književnim hitovima i prodalo se jako puno primjeraka, prvi roman ima tri izdanja, ali ne znamo točan podatak, a drugi roman prvo izdanje i dotisak. Sada se tiska drugo izdanje.

3. Navedite razloge Vašeg izbora određenog nakladnika za publiciranje Vaše knjige te ocijenite svaki od navedenih razloga? (1 – najmanje važno, 5 – presudno)

s) Snaga nakladnika 12 345

t) Distribucija 12 345

u) Marketing 12 345

v) Urednik 12 345

w) Tehničko oblikovanje knjige 12 345

x) _____ 12 345

4. Smatrate li da je nakladnik dovoljno napravio za Vašu knjigu? (zaokružite) da/ne

5. Jeste li uspješno surađivali? (zaokružite) da/ne

6. Tko je radio Vašu naslovnicu?

   Ana Pojatina, divna osoba i dizajnerica.

7. Jeste li i Vi sudjelovali u dizajnu? (zaokružite) da/ne

   Prihvatila je naše sugestije.

8. Zašto ste se odlučili baš za tu naslovnicu?

Jer naslovnica pokazuje najdublju bit knjige i dubinu naše proze.

9. Kakvi su komentari čitatelja na nju?

Oduševljeni su i kažu da ih naše knjige same zovu sa polica i snažno zrače.

10. Imate li svoju mrežnu stranicu? (zaokružite) da/ne

11. Vodite li autorski Facebook? (zaokružite) da/ne

12. Pomažu li Vam u kontaktu s čitateljima? (zaokružite) da/ne

13. Ocijenite Vašu sklonost prostorima za promociju knjiga:

p) Knjižara 12 345

q) Knjižnica 12 345

r) Kino-dvorana 12 345

s) Kafić 12 345

t) treći prostor (navesti koji) _____12 345

14. Koga pratite od autora *self-help* literature?

    Ne pratimo *self-help* literaturu

15. Koji Vam je najomiljeniji?

    Nemamo ga.

16. Kako biste definirali literaturu samopomoći, kako po Vama ona djeluje na ljude i može li im pomoći? Mi pišemo prozu koja liječi, ona je spoj lijepe književnosti i duboke psihoanalize i kao takva novi je i jedinstveni književni pravac. To nije *self-help* literatura niti biblioterapija.

17. Što Vas je potaklo da pišete takvu vrstu literature? Mi smo duševne savjetnice i (Lari) specijalist energetske medicine i (Mari) specijalist intuitivne medicine. Bila nam je želja čitateljima naš rad približiti kroz književnost. Na taj način kroz interesantnu i dinamičnu radnju nudimo pregršt odgovora. Zato se naši romani čitaju i po četiri do pet puta jer svako čitanje otkriva drugi psihološki nivo i daje novi pogled na istu situaciju.

18. Mislite li da ste u Hrvatskoj dovoljno cijenjeni kao autor?

Da, vrlo smo cijenjene i priznate od strane čitatelja, medija i struke.

19. Je li Vas prodaja knjige potakla na održavanje radionica? Mi održavamo savjetovanje u našoj privatnoj ordinaciji Entera Clinic u Opatiji, ali i predavanja na gostovanjima po knjižnicama što čitatelji jako vole i cijene.

20. Pomažete li ljudima i van pisanja? Već 20 godina uspješno vodimo našu malu kliniku za dušu, psihu i tijelo Entera Clinic u Opatiji. U nju dolaze klijenti iz cijele Europe.

21. Koja Vas skupina najviše prati i čita?

Nema dobne skupine koja ne čita naše romane, ali su u većem broju žene.