

Uloga nakladništva u očuvanju kulturne baštine

Šimunović, Josipa

Master's thesis / Diplomski rad

2019

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:162:003807>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-04-19**



Sveučilište u Zadru
Universitas Studiorum
Jadertina | 1396 | 2002 |

Repository / Repozitorij:

[University of Zadar Institutional Repository](#)



Sveučilište u Zadru

Odjel za informacijske znanosti

Diplomski sveučilišni studij Informacijske znanosti (jednopedmetni)

Josipa Šimunović

Uloga nakladništva u očuvanju kulturne baštine

Diplomski rad

Zadar, 2019.

Sveučilište u Zadru

Odjel za informacijske znanosti

Diplomski sveučilišni studij Informacijske znanosti (jednopedmetni)

Uloga nakladništva u očuvanju kulturne baštine

Diplomski rad

Student/ica:

Josipa Šimunović

Mentor/ica:

izv. prof. dr. sc. Nives Tomašević

Zadar, 2019.



Izjava o akademskoj čestitosti

Ja, **Josipa Šimunović**, ovime izjavljujem da je moj **diplomski** rad pod naslovom **Uloga nakladništva u očuvanju kulturne baštine** rezultat mogega 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 mogega 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 mogega rada u potpunosti odgovara sadržaju obranjenoga i nakon obrane uređenoga rada.

Zadar, 25. rujna 2019.

Sadržaj

1. Uvod.....	1
2. Definiranje nakladništva	2
2.1. Pregled razvoja tiskarstva i nakladništva	4
2.2. Tiskarstvo i nakladništvo na hrvatskom području	6
3. Nomenklatura nakladništva Republike Hrvatske	9
3.1. Službeni podaci iz područja nakladništva u RH.....	11
3.2. Zakon o autorskom pravu i srodnim pravima	12
3.3. Sporazum o jedinstvenoj cijeni knjige	15
4. Definiranje kulturne baštine	16
4.1. Što je kultura?.....	16
4.2. Definiranje kulturne baštine	18
4.3. Materijalna kulturna baština.....	21
4.4. Nematerijalna kulturna baština.....	24
4.5. Zaštita i očuvanje kulturne baštine u Hrvatskoj i njezina važnost	25
4.6. Europska godina kulturne baštine 2018.	28
5. Digitalizacija kulturne baštine	31
5.1. Primjeri dobre prakse.....	32
6. Kulturna i kreativna industrija.....	37
6.1. Nakladništvo kao dio kulturne i kreativne industrije.....	42
7. Naponi u nakladništvu za promicanjem baštine.....	46
7.1. Nakladništvo u online okruženju	49
8. Istraživanje	54
8.1. Uvod – o nakladničkim kućama	54
8.2. Svrha i cilj istraživanja.....	57
8.3. Metodologija	57

8.4. Primjeri i analiza primjera.....	58
9. Zaključak.....	71
10. Popis literature.....	74

Sažetak

U ovome radu pozornost je usmjerena na rad nakladnika koji se tiče očuvanja kulturne baštine i njezine prezentacije putem svojih mrežnih mjesta. Rad se sastoji od dva dijela, a to je teorijski i istraživački dio. Teorijski dio nastoji definirati nakladnika i njegov rad specifičnim po tome što posjeduje dvije naizgled nespojive zadaće, a to je ostvariti profit, ali i ispuniti svoju kulturnu zadaću što znači očuvati kulturni identitet pomoću očuvanja nacionalne kulturne baštine kroz svoje proizvode. Teorijski dio potom definira sam pojam kulture i kulturne baštine, od čega se ona sastoji, navođenje važnosti koju snose kulturne i kreativne industrije te položaj nakladništva u takvom konceptu. Istraživački dio bavi se pregledom i analizom mrežnih mjesta od pet nakladničkih kuća usmjerena na nakladnička nastojanja očuvanja kulturne baštine u virtualnom okruženju. Cilj rada jest ukazati na rad nakladnika koji se tiče očuvanja hrvatske kulturne baštine putem njezine prezentacije na mrežnim stranicama nakladničkih kuća koje omogućuje upoznavanje i korištenje baštine od strane svih korisnika na nov, inovativan, zanimljiv i besplatan način, ali i na nedostatke koji su vezani uz neprepoznavanje i neiskorištavanje potencijala mrežnih stranica koje je omogućilo moderno doba.

Ključne riječi:

Nakladništvo, knjiga, kulturna baština, kulturna i kreativna industrija

1. Uvod

Nakladništvo je djelatnost koja se neprestano mijenja u skladu sa promjenama kojima je okružena te je i dalje sveprisutna u čovjekovom životu, a odlikuje se svojom dvostrukom zadaćom. Jedna zadaća sastoji se od ostvarivanja profita dok druga kulturna sastoji se od očuvanja nacionalnog identiteta i njezine promidžbe na europskoj i međunarodnoj razini. Kao glavni nakladnički proizvod smatra se knjiga koja posjeduje odliku multifunkcionalnosti, s obzirom na njezine funkcije koje može obavljati. Knjiga može biti dijelom kulturne baštine, ali može biti knjiga kreativno osmišljena, a pisana na temelju inspiracije koja je preuzeta iz kulturne baštine. Upravo to ju čini jedinstvenom i prepoznatljivom, posebice danas u doba globalizacije kada prevlast preuzimaju kreativne i kulturne industrije u kojoj se jedinstvenost i kreativnost posebno cijeni. Stoga je svrha ovoga rada uvidjeti način predstavljanja sadržaja vezanih uz kulturnu baštinu putem svojih mrežnih mjesta.

Kultura i kulturna baština su kompleksni pojmovi koje je teško definirati jer obuhvaćaju sva ona naslijeđena kulturna dobra od predaka, bez obzira pripadaju li materijalnoj ili nematerijalnoj kulturnoj baštini. Kulturna baština danas pronalazi svoje mjesto unutar kulturne i kreativne industrije zahvaljujući njezinom neiscrpnom bogatstvu čijim se korištenjem ona dalje samo obogaćuje, a ne troši. Proizvodi koji nastaju unutar kulturne i kreativne industrije razlikuju se od drugih proizvoda po svojoj materijalnoj i nematerijalnoj vrijednosti čime uvelike utječu na samo društvo.

Ovim radom nastojalo se definirati nakladništvo, kulturnu baštinu, kulturnu i kreativnu industriju te mjesto nakladništva u toj vrsti industrije. Cilj rada jest osvijestiti na postojanje uloge nakladnika kod očuvanja kulturne baštine pruživši je svim korisnicima na jednostavan, brz, zanimljiv i inovativan način koji trenutno najviše odgovara korisnicima, a to je putem svojih mrežnih stranica. Pomoću svojih mrežnih stranica, nakladnici su u mogućnosti upoznati korisnike sa sadržajima vezanih uz kulturnu baštinu te ih zainteresirati i potaknuti na njihovo daljnje istraživanje i korištenje. Time se sprječava zaborav i gubitak baštine koju određenu kulturu čini jedinstvenom u svijetu. Namjera istraživanja bila je pregled i analiza mrežnih mjesta od pet nakladničkih kuća u Hrvatskoj kako bi se odgovorilo na postavljena istraživačka pitanja koja se tiču prezentiranja sadržaja vezanih uz kulturnu baštinu te jesu li nakladnici uopće uspjeli u namjeri da taj sadržaj bude privlačan i navodi na daljnje istraživanje.

2. Definiranje nakladništva

Čovjek je okružen nakladničkom djelatnošću od samoga početka njegova života pa sve do kraja. Kao što autor Srećko Jelušić ukazuje na potrebe čovjeka krenuvši od edukativnih slikovnica, udžbenika, lijepe književnosti pa sve do stručne i znanstvene literature, zakonskih regulativa te proizvoda sitnog tiska. U samom središtu svih nakladničkih proizvoda prepoznaje se informacija koja je ključna, posebice u današnjem društvu u kojemu se uočava kako informacija dobija sve više na svojoj važnosti. Upravo je nakladnik odgovoran za selekciju informacija, njihovo objavljivanje i distribuciju¹.

Nakladništvo ili izdavaštvo kao djelatnost moguće je definirati tako da je ono dvodimenzionalno jer se bavi organizacijom procesa objavljivanja djela uključujući financiranje objavljivanja knjiga i njihovu distribuciju u koju spada sama priprema rukopisa pa sve do prodaje². Knjigom se smatra svaka tiskana ukoričena omeđena publikacija koja se sastoji od najmanje 49 stranica³.

Svaka gospodarska djelatnost ima postavljen za svoj osnovni cilj ostvarivanje profita. Nakladništvo kao djelatnost u kojoj je postavljen isti takav cilj prema tome se ne razlikuje od svih drugih djelatnosti. Karakteristika koja odlikuje nakladništvo kao specifičnom djelatnošću jest ta da je ona proizvodna ali i kulturna kategorija što znači da snosi odgovornost za kulturni identitet zemlje, a to podrazumijeva i identitet njezinih građana⁴.

Pregledom literature uočava se djelo *Revolucija knjige* od autora Roberta Escarpit u kojemu se saznaje da su se riječi „*editer*“ (izdati) i „*publier*“ (objaviti) u francuskom jeziku zapravo razlikovale iako se danas te riječi koriste kao sinonimi. Naime, riječ *edere* u latinskom jeziku znači roditi, donijeti na svijet dok riječ *publicare* izložiti na javnom mjestu namijenjeno anonimnim prolaznicima čime se zaključuje kako je izdavanje orijentirano prema djelu, a objavljivanje pak prema nepoznatom čitatelju⁵.

Uloga nakladnika kroz vrijeme je ostala nepromijenjena, ali posao i način na koji se on obavlja se mijenja u skladu s promjenama, kako društvenim tako i tehnološkim. Nakladnički posao je opsežan stoga je potrebno obaviti niz aktivnosti kako bi se omogućilo

¹ Usp. Jelušić, Srećko. *Ogledi o nakladništvu*. Zagreb: Naklada Ljevak, 2012. Str. 63.

² Usp. Tomašević, Nives; Kovač, Miha. *Knjiga, tranzicija, iluzija*. Zagreb: Naklada Ljevak, 2009. Str. 66.

³ Usp. The Editors of Encyclopaedia Britannica. *Knjiga*. // Encyclopaedia Britannica. URL: <https://www.britannica.com/topic/book-publication> (2019-07-05)

⁴ Usp. Tomašević, Nives; Kovač, Miha. *Op. cit.*, Str. 66.

⁵ Usp. Escarpit, Robert. *Revolucija knjige*. Zagreb: Prosvjeta, 1972. Str. 158.

objavljivanje knjige. Autori Giles Clark i Angus Phillips napominju kako nakladnici nisu tiskari ili posrednici koji postoje između autora i čitatelja samo kako bi si prisvojili financijsku dobit već služe dodavanju ukupne vrijednosti autorskom djelu i očuvanju autorskih prava⁶. Time se podržava autorska karijera i stvara tržište za nakladničke proizvode. Nadalje, Clark i Phillips navode razne aktivnosti kojima se bave nakladnici, a neke od tih aktivnosti su⁷:

- Istraživanje tržišta
- Uspostava kontakata, izgradnja brenda i publike
- Potraga za autorima, a autori traže nakladnika
- Procjena kvalitete autorskog djela, troškove proizvodnje i marketinga, plan prodaje
- Odluka o isplativosti investiranja
- Pregovaranje i sklapanje ugovora s vlasnicima autorskih sadržaja, vanjskim tvrtkama, prodavačima i krajnjim korisnicima
- Uređivanje i oblikovanje autorskih djela
- Proizvodnja izvorne datoteke djela radi omogućivanja prodaje u različitim formatima
- Određivanje, naručivanje i nadzor nad poslovima dobavljača
- Korištenje nove tehnologije radi smanjenja troškova i zaliha, usvajanje novih sustava, proizvoda i usluga, prikupljanje i analiza podataka za što bolju prodaju, marketing i povećanu poslovnu učinkovitost
- Stvaranje globalne prodajne mreže
- Ponuda i prodaja autorskih djela posrednicima koji najčešće prodaju autorska djela
- Ponuda autorskih djela ciljanoj publici, korisnicima, stvaranje društvenih i mrežnih foruma za poboljšanje prodaje te *offline* i *online* usluga
- Prodaja prava objavljivanja djela trećim stranama, primjerice stranim nakladnicima
- Korištenje platforme za e-trgovinu (ponekad pružaju dodatne usluge promocije i direktne prodaje)
- Održavanje dovoljnih zaliha naslova uzimajući u obzir potražnju
- Izvršavanje naloga, distribucija djela u različitim oblicima, naplaćivanje i isplaćivanje autorskih honorara ili postotak od prodaje autorima ili ovlaštenim dobavljačima nakon prodaje
- Čuvanje djela i brenda od ilegalnih aktivnosti

⁶ Usp. Clark, Giles; Phillips, Angus. O nakladništvu iznutra. Zagreb: Hrvatska sveučilišna naklada, 2017. Str 1.

⁷ Ibid, Str 1-2.

Pregledom literature uočeno je kako nakladničko područje u Hrvatskoj još uvijek nije dovoljno istraženo, nije pisano mnogo radova o problematici i izazovima sa kojima se nakladništvo suočava te kako se bori da ono ide u korak sa vremenom i promjenama koje im neprestano donosi. Za razliku od hrvatskog područja, neka europska i angloamerička područja su prilično razvijena u nakladničkoj industriji. Nakladničko područje u Hrvatskoj se smatra jednim od područja u nastajanju no nije uređeno zakonski niti tržišno. Autorica Nives Tomašević otkriva da bi razlog tome mogao biti taj što je nakladništvo devedesetih godina prošloga stoljeća istovremeno prošlo kroz nekoliko tranzicija, a to su⁸:

- vlasnička (privatizacija vezana uz nakladničke kuće i njihovo usitnjavanje te obezvrjeđivanje)
- tehnologijska (početak elektroničkog poslovanja)
- društvena tranzicija (promjena sustava vrijednosti radi naglog dolaska liberalnog kapitala)

Tomašević zatim navodi kako su se odvijale i druge tranzicije koje su bile usko vezane uz obrazovne navike, čitateljske navike, zakonske odrednice koje se tiču knjige i nakladništva te uz nesnalaženje nakladničkog sektora u pristupanju proizvodnji različitih knjižnih vrsta⁹.

2.1. Pregled razvoja tiskarstva i nakladništva

Knjiga, njezina povijest i povijest svih djelatnosti vezanih uz nju je veoma bogata. Nakladništvo kao djelatnost u kojoj je knjiga samo središte svog poslovanja, nije oduvijek postojalo od nastanka knjige. Pregled kroz povijest omogućuje prepoznavanje promjena koje su se dogodile kod knjige vezanih uz njezin izgled, oblik i sadržaj. Osim knjiga postojali su još i kodeksi, inkunabule, rukopisi, svitci, pergamene, pločice od različitih materijala na kojima se pisalo. Prije svih pisanih oblika koji su pronađeni, znanje se prenosilo usmenim putem kako bi se uspjelo sačuvati kao što su se prenosile i razne pjesme. Danas se pak nakladništvo bavi prenošenjem informacija, znanja i čovjekovog stvaralaštva koje je objedinjeno knjigom – glavnim nakladničkim proizvodom.

U prošlosti su se koristili mehanički načini umnažanja teksta, odnosno knjiga koristeći se drvorezom, a nakon toga i tiskarskim strojem. No, prije mehaničkog umnažanja tekstovi su

⁸ Usp. Tomašević, Nives; Horvat, Jasna. Nevidljivo nakladništvo. Zagreb: Naklada Ljevak, 2012. Str. 50.

⁹ Ibid, Str. 51.

se pisali i prepisivali ručno od strane brojnih, a često anonimnih pisara, odnosno prepisivača. Njihov rad bio je mukotrpan i smatrao se plemenitim, a zahvaljujući pisarima dio tekstova je sačuvan¹⁰.

Autor Aleksandar Stipčević u svojoj knjizi pod naslovom *Sudbina knjige* pruža podatak o pojavi pravih izdavača u Rimu za vrijeme rimske države koji su već u to vrijeme pažljivo pratili tržišne potrebe vezane uz određenu knjigu te su procjenjivali koliko bi ju se moglo plasirati na tržište da bi određenu knjigu dali prepisivati u toliko primjeraka. Izdavači u to doba nisu utjecali na izdavačku politiku niti su imali odgovornost za daljnji rad sa prijepisom. U slučaju da je bilo potrebno mnogo primjeraka neke knjige u kratkom vremenu, u posao bi se uključio potreban broj prepisivača koji bi pisali pomoću diktata kako bi se omogućilo istovremeno pisanje više primjeraka teksta što ukazuje na pravu organiziranost prepisivačkih radionica¹¹. Nadalje, u navedenom djelu se saznaje kako je jačanjem kršćanstva kao državne religije prepisivanje knjiga postalo zapravo važan čimbenik u vjerskome životu koje se nalazi u ovlasti crkvene hijerarhije. Stoga je mjesto pisarskim radionicama stoljećima bilo unutar samostanskih zidina i crkava, a tek se osnivanjem sveučilišta u europskim gradovima pojavljuju van okvira crkve¹².

Izum koji se posebno ističe u povijesti općenito je Gutenbergov tiskarski stroj jer je njegova važnost prepoznatljiva u svim sferama čovjekova djelovanja. Upravo taj tiskarski stroj doveo je do brojnih promjena koje su se dogodile te su imale utjecaj na obrazovanje, poslovanje, ali i sam život ljudi općenito, bilo da se to dogodilo izravnim ili neizravnim putem. Naime, Johannes Gutenberg (1397. – 1468.) je došao do ideje o bržem načinu umnožavanja knjiga, a to je konačno i ostvareno 1455. godine u Mainzu kada je njegova prva knjiga – Biblija bila dovršena, odnosno otisnuta. Usprkos financijskim problemima Johannes Gutenberg je uz suradnju od 15 do 20 radnika radio na konstrukciji tiskarske preše i izradi slova koja su načinjena od metala još od 1440-ih godina, a na Bibliji je radio od 1452. do 1455. godine¹³. Prvu otisnutu knjigu krasi veliki format, sastoji se od dva sveska koji zajedno broje 1280 stranica, a tekst je na njima raspoređen pomoću dva stupca i 42 retka. Koristila su se gotička slova koja su bila uglavnom uglatih oblika. Razlog zašto se tiskala upravo Biblija nalazi se u Gutenbergovoj procjeni o isplativosti, a broj otisnutih primjeraka kreće se od 180

¹⁰ Usp. Stipčević, Aleksandar. *Sudbina knjige*. Lokve: Naklada Benja, 2000. Str. 51.

¹¹ Ibid, Str. 63.

¹² Ibid, Str. 69.

¹³ Usp. Hebrang Grgić, Ivana. *Kratka povijest knjižnica i nakladnika: s kodovima i aplikacijom*. Zagreb: Naklada Ljevak, 2018. Str. 79.

do 200 među kojima se 30-ak nalazi otisnuto na pergami dok je ostatak na papiru¹⁴. No, dobro je napomenuti kako je u Kini već postojala ideja o izradi pomičnih slova koja su se stavljala u okvire dok su se Korejci još u 13. stoljeću koristili tiskom uz pomoć metalnih slova. Ciceronovi zapisi pak upućuju na postojanje slične ideje i u antičkome Rimu¹⁵.

Nakon Gutenbergova izuma vrlo brzo se otvaraju tiskare diljem Europe, a gradovi poput Kölna i Venecije su postali važnim tiskarskim središtima. Početak tiskarstva obilježava djelatnost tiskar-izdavač, odnosno ulogom izdavača koja je usko vezana uz umnožavanje knjiga¹⁶. Robert Escarpit primjećuje kako dolazi do pojave novih društvenih slojeva u kojima se nalazi sve veći broj čitatelja sa novim potrebama za čitanjem. Uz to, brz razvitak tržišta i njegov pritisak uzrokuje bitne promjene u tisku i knjižarstvu u samome temelju. Time dolazi do pojave nakladnika, izdavača koji prepuštaju tiskarima i knjižarima određeni dio posla, odnosno fizičku proizvodnju knjiga i njihovo raspačavanje¹⁷. Taj je proces započeo u 15. stoljeću, a značajno se ubrzao u 16. stoljeću te se Johann Rynmann (1475. – 1522.) prepoznaje kao prvim izdavačem koji nije posjedovao svoju tiskaru¹⁸.

2.2. Tiskarstvo i nakladništvo na hrvatskom području

Hrvatska nije mnogo zaostajala za europskim gradovima u kojima su prepoznali značaj knjige prihvativši tiskarstvo i širenje pisane riječi. Datum 22. veljače 1483. obilježen je hrvatskim prvotiskom pod imenom Misal po zakonu rimskoga dvora za kojega još uvijek nije poznato gdje je otisnut niti tko je u tome sudjelovao¹⁹. Nakon samo tridesetak godina od Gutenbergova izuma, hrvatski prvotisak se ne ističe samo po tome što je to prva tiskana knjiga na području Hrvatske već je tiskana na glagoljici što ju čini prvom knjigom koja je tiskana na slavenskom pismu. Također, prvotisak je još i prvi europski misal koji je tiskan u prijevodu, najstarija južnoslavenska tiskana knjiga koja je objavljena nakon samo devet godina od tiskanja potpunog misala pisanog na latinskom jeziku (1474.). Slova koja se nalaze

¹⁴ Usp. Hebrang Grgić, Ivana. Op. cit, Str. 79.

¹⁵ Ibid, Str. 78.

¹⁶ Ibid, Str. 79-81.

¹⁷ Usp. Escarpit, Robert. Op. cit, Str. 23.

¹⁸ Usp. Hebrang Grgić, Ivana. Op. cit, Str. 95-96.

¹⁹ Usp. Tomić, Marijana. Hrvatskoglagoljski brevijari na razmeđu rukopisne i tiskane tradicije. Zagreb: Naklada Ljevak, 2014. Str. 122 i 132.

u hrvatskom prvotisku smatraju se najljepšim koja su ikada korištena otisnuti hrvatskologoljskim knjigama, a nakon toga nisu ponovljena²⁰.

Stanje u Hrvatskoj na području tiskarstva, izdavaštva i knjižničarstva u 17. i 18. stoljeću ukazuje na to da ona ne prati u svemu europski razvoj no to ne znači da zaostaje mnogo. Tiskare tada nisu postojale stoga su Hrvati tiskali svoje knjige u inozemstvu, a najviše u Veneciji. Upravo iz tog razloga izdavačka djelatnost je još uvijek živjela na hrvatskom području²¹. Kraj 18. stoljeća obilježava kriza venecijanskog tiskarstva zbog čega dolazi do sve veće potražnje knjiga i druge tiskane građe uključujući brošure, letke, razne formulare. Stoga se počinju osnivati tiskare i na hrvatskom području među kojima se ističe Zadar kao tiskarskim središtem na području Dalmacije. Tijekom 19. stoljeća tiskarska, knjižarska i nakladnička djelatnost su još uvijek spojena kao jedna²². Tiskari su izdavanjem časopisa i novina nastojali podmiriti druge troškove no zahvaljujući svojoj popularnosti među širim slojevima imale su i važnu ulogu, a to je širenje pismenosti, kulture te širenje ideje hrvatskog narodnog preporoda²³.

Prvim nakladnikom na hrvatskom području smatra se Matica ilirska koja je osnovana 1842. godine, ali nije posjedovala svoju tiskaru stoga se koristila Gajevom, Županovom, Albrechtovom i drugim tiskarama van Hrvatske. Od 1874. godine mijenja naziv u Matica hrvatska. Međutim, ona nije bila jedini nakladnik bez svoje tiskare, a nakladnik Mijo Krešić iz Karlovca nije imao ni knjižaru²⁴. Jugoslavenska akademija znanosti i umjetnosti (JAZU) osnovana je 1866. godine i odmah intenzivno započinje sa izdavačkom djelatnošću imajući u planu izdavanje znanstvenih djela. Veliki nakladnici u 19. stoljeću bili su Društvo sv. Jeronima koje je za cilj imalo objavljivanje jeftinih knjiga koje su bile zabavnog i poucnog sadržaja te nakladnik osnovan 1900. godine pod imenom Društvo hrvatskih književnika. Obzirom na to kako nisu objavljivali knjige istog sadržaja niti su bile namijenjene istoj publici nije bilo međusobne konkurencije. Konkurencija dolazi krajem 19. stoljeća kada se pojavljuje sve veći broj privatnih nakladnika²⁵.

20. stoljeće obilježeno je razdvajanjem poslova nakladnika i tiskara što se može vidjeti uz pomoć nekoliko događaja. Knjiga Knjižarstvo u Hrvata od Vjekoslava Klaića iz 1922. godine je važan izvor podataka koji govori o povijesnom razvoju koji uključuje

²⁰ Usp. Tomić, Marijana. Op. cit, Str. 133.

²¹ Usp. Hebrang Grgić, Ivana. Op. cit, Str. 115-116.

²² Ibid, Str. 136.

²³ Ibid, Str. 139.

²⁴ Ibid.

²⁵ Ibid, Str. 141.

knjižare, tiskare i nakladnike. 1925. godine dogodila su se dva važna događaja, a to su osnivanje Kluba knjižara u Zagrebu te izdavanje mjesečnika Knjižarstvo koji se bavi temama o društvenom statusu knjižara, njihovim problemima, cijeni knjiga, popisima knjiga koje su se prodavale no obuhvaćen je i širi društveni kontekst o kulturi i obrazovanju²⁶. Nakon toga dolazi do rasta broja nakladnika, počinju se objavljivati knjige za djecu i mlade te se knjiga smatra sredstvom za očuvanje vlasti zbog čega se objavljuju knjige, važna je kvaliteta i oprema, a autori se potiču uz pomoć književnih nagrada. Razdoblje nakon Drugog svjetskog rata popraćeno je stvaranjem novih nakladničkih poduzeća, neka stara pak mijenjaju imena, primjerice Hrvatsko izdavačko bibliografski zavod (HBIZ) postaje Nakladni zavod Hrvatske 1945., a već 1950. mijenja ime u Izdavačko poduzeće Zora. Zatim Izdavačko knjižarsko poduzeće Seljačka sloga 1957. mijenja naziv u Sloga, a 1959. postaje Znanje²⁷. Stanje u nakladništvu u novijoj povijesti bit će navedeno kasnije u radu.

²⁶ Usp. Hebrang Grgić, Ivana. Op. cit, Str. 165.

²⁷ Ibid, Str. 165-166.

3. Nomenklatura nakladništva Republike Hrvatske

Razvitak nakladničke djelatnosti kako u svijetu tako i u Hrvatskoj je stvorio potrebu za njezinim uređenjem u području zakonodavstva. Tijekom vremena došlo je do raznih promjena u svim djelatnostima stoga se uočava potreba za klasifikacijom koja bi ih sve obuhvatila. Sve djelatnosti koje se nalaze na području Republike Hrvatske su razvrstane uz pomoć Državnog zavoda za statistiku koji je odredio primjenu Nacionalne klasifikacije djelatnosti što se definira kao klasifikacijom koja obuhvaća sve ekonomske djelatnosti u RH kako bi se statistički podaci mogli prikupiti, upisati, obraditi, objaviti te na kraju diseminirati. NKD se rabi i pri razvrstavanju poslovnih subjekata, odnosno fizičkih i pravnih osoba te kod vođenja poslovnih registara²⁸. Nacionalna klasifikacija djelatnosti je izgrađena potkraj 1994. godine stoga je uvedena od 1. siječnja 1995. u statistički sustav Republike Hrvatske, a njezina je primjena obvezatna od 1. siječnja 1997²⁹. Kao njezin temelj prepoznaje se NACE Rev. 1, odnosno statistička klasifikacija ekonomskih djelatnosti na području Europske unije uz čiju je pomoć omogućeno uspoređivanje statističkih podataka Republike Hrvatske sa raznim statističkim podacima iz Europe, ali i svijeta. Postoji izravna povezanost između NKD-a i NACE koja se očituje u svakoj promjeni koja se dogodi u klasifikaciji NACE jer time dolazi do iste promjene i u NKD-u budući da je riječ o europskom standardu kojega je RH preuzela³⁰.

Nakladničke nomenklature koje postoje u Republici Hrvatskoj prošle su kroz dvije revizije početnog ustroja NKD stvorenog 1994. godine. Naziv prve revizije koja je bila usmjerena na ustroj koji je postojao u nomenklature sustavu u RH jest NKD 2002., a druga revizija je NKD 2007., odnosno NACE Rev. 2. Naime, revizija koja trenutno vrijedi i koja se koristi u klasifikaciji djelatnosti jest NKD 2007³¹. Unutar NKD 2007. postoje četiri hijerarhijske razine koje su podijeljene na sljedeći način³²:

- Područje je označeno jednoslovnom oznakom
- Odjeljak je označen dvoznamenkastim brojem
- Skupina je označena troznamenkastim brojem

²⁸ Usp. Državni zavod za statistiku. Metodologija za statističku primjenu Nacionalne klasifikacije djelatnosti 2007. – NKD 2007. URL: https://www.dzs.hr/App/klasus/Docs/NKD_2007_Metodologija.pdf (2019-07-16)

²⁹ Usp. Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske. Nacionalna klasifikacija djelatnosti 2007. - NKD 2007. URL: https://www.dzs.hr/App/klasus/Docs/NKD_2007_publicacija.pdf (2019-07-16)

³⁰ Ibid.

³¹ Usp. Tomašević, Nives. Kreativna industrija i nakladništvo. Zagreb: Naklada Ljevak, 2015. Str. 97.

³² Usp. Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske. Op. cit.

- Razred je označen četveroznamenkastim brojem

Područje	Odjeljak	Skupina	Razred	Naziv	NACE Rev. 2		
J	58	56.3	56.30	Djelatnosti pripreme i usluživanja pića	56.30		
				Djelatnosti pripreme i usluživanja pića			
		INFORMACIJE I KOMUNIKACIJE					
		Izdavačke djelatnosti					
		58.1	Izdavanje knjiga, periodičnih publikacija i ostale izdavačke djelatnosti				
			58.11	Izdavanje knjiga	58.11		
			58.12	Izdavanje imenika i popisa korisničkih adresa	58.12		
			58.13	Izdavanje novina	58.13		
			58.14	Izdavanje časopisa i periodičnih publikacija	58.14		
			58.19	Ostala izdavačka djelatnost	58.19		
		58.2	Izdavanje softvera				
			58.21	Izdavanje računalnih igara	58.21		
			58.29	Izdavanje ostalog softvera	58.29		

Slika 1. prikazuje kako je razvrstana izdavačka djelatnost pomoću Nacionalne klasifikacije djelatnosti 2007. (Izvor: Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske. 2007.)³³

Pomoću slike jasno se prepoznaje kako je nakladništvo označeno u NKD 2007. Izdavačke djelatnosti se nalaze pod nazivom Informacije i komunikacije čije je područje označeno slovom J. Nalaze se u odjeljku 58 Izdavačke djelatnosti koja obuhvaća skupinu 58.1 Izdavanje knjiga, periodičnih publikacija i ostale izdavačke djelatnosti te skupinu 58.2 Izdavanje softvera. Unutar skupine 58.1 postoje razredi: 58.11 Izdavanje knjiga, 58.12 Izdavanje imenika i popisa korisničkih adresa, 58.13 Izdavanje novina, 58.14 Izdavanje časopisa i periodičnih publikacija te 58.19 Ostala izdavačka djelatnost. Skupina 58.2 obuhvaća razred 58.21 Izdavanje računalnih igara i razred 58.29 Izdavanje ostalog softvera. Na desnoj strani priložene slike uočavaju se identične nomenklature oznake koje se nalaze kod NACE Rev. 2.

³³ Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske. Op. cit, str. 57.

3.1. Službeni podaci iz područja nakladništva u RH

Pregled literature omogućio je donošenje zaključka o praćenju nakladništva koje ne zadovoljava njegove potrebe u potpunosti. Iako postoje dostupne publikacije u kojima se mogu pronaći podaci o nakladništvu potrebno je poraditi na kvalitetnijem organiziranju, praćenju, analiziranju i na omogućavanju dostupnosti podataka koji se tiču toga područja. Uočena je publikacija pod nazivom Statistički ljetopis Republike Hrvatske u kojoj se nalaze podaci vezani uz nakladništvo RH, a dostupna je svima putem interneta³⁴. Podaci iz nakladništva RH mogu se pronaći u Statističkom ljetopisu RH pod poglavljem broj 28. Kultura i umjetnost. Prikupljanje podataka iz tog područja obavlja se svake godine, tri godine ili pet godina. No, Državni zavod za statistiku je sve do 2011. godine preuzimao podatke o izdanim knjigama, brošurama, novinama i časopisima koji se odnose na kalendarsku godinu od Nacionalne i sveučilišne knjižnice³⁵. Statistički ljetopis RH obuhvaća nakladničke podatke koji se tiču izdavanja knjiga i brošura, novina, časopisa, a podaci o knjigama i brošurama sadrže prva izdanja i ponovljena, ali i djela koja su izdana pomoću koprodukcije sa nekim stranim izdavačima³⁶.

Sve do 1991. godine Statistički ljetopis RH objavljuje podatak koji govori o broju objavljenih naslova i podatak koji govori o godišnjim nakladama nakladnika. Nakon sljedeće godine dolazi do prestanka objavljivanja podataka o nakladama jer Nacionalna i sveučilišna knjižnica ne posjeduje podatke o visini naklada u potpunosti³⁷. Nadalje, uočava se postojanje izdanja od Državnog zavoda za statistiku koje se nalazi u publikaciji imena Kultura i umjetnost izlazeći od 1997. godine. Zanimljivo je da se ono bavi tematiziranjem kulture i umjetnosti, ali nije moguće pronaći niti jedan podatak kako bi se moglo zaključiti da se prati i nakladništvo, odnosno podaci koji govore o objavljenim knjigama i brošurama³⁸. Međutim, autorica Tomašević je primjetila kako postoji službena statistika Državnog zavoda za statistiku koja periodično objavljuje podatke o objavljenim knjigama i brošurama tako da su

³⁴ Usp. Statistički ljetopisi. Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske. URL: https://www.dzs.hr/Hrv/Publication/stat_year.htm (2019-07-17)

³⁵ Usp. Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske. Statistički ljetopis Republike Hrvatske 2018: Statistical Yearbook of the Republic of Croatia, 2018. URL: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/ljetopis/2018/sljh2018.pdf (2019-07-17)

³⁶ Usp. Tomašević, Nives. Op. cit, Str. 101.

³⁷ Ibid.

³⁸ Ibid.

razvrstane prema UDK skupinama, ali Priopćenje broj 8.3.1.³⁹ iz 2011. godine je posljednje dostupno priopćenje u kojemu se ističe skupina Jezici. Književost radi najvećeg broja objavljenih naslova⁴⁰.

3.2. Zakon o autorskom pravu i srodnim pravima

Zakoni o autorskom pravu su iznimno bitni u nakladničkoj djelatnosti čime je omogućeno utvrđivanje statusa autora, odnosno njegova materijalna i moralna prava, a ujedno i utvrđivanje međusobnog odnosa sa nakladnicima. *The Statute of Anne* iz Velike Britanije je prvi zakon o autorskom pravu koji je donesen 1709., a počeo je vrijediti od 10. travnja 1710. godine⁴¹. Što se tiče Hrvatske, uvidom kroz povijest se prepoznaje duga tradicija zakonskog uređenja vezanog uz autorsko pravo neovisno o brojnim promjenama koje su se događale u sklopu državnog i društvenog uređenja. Francuski propisi koji su nastali iz Francuske revolucije daju razaznati kako od 1. siječnja 1812. godine postoje prvi propisi koji su se bavili uređivanjem autorskopравnih odnosa u Hrvatskoj jer je u to doba velik dio Hrvatske bilo obuhvaćeno kao područje Ilirskih provincija⁴². Nakon toga dolazi Carski patent o zaštiti književnog i umjetničkog vlasništva kojega je uspostavio austrijski pravni poredak. Zatim je zajednički hrvatsko-ugarski sabor donio Zakon o autorskom pravu i Zakon o autorskom pravu u pogledu književnih, umjetničkih i fotografskih djela. Danas u vrijeme samostalne Republike Hrvatske vrijedi Zakon o autorskom pravu i srodnim pravima koji je donesen u listopadu 2003. godine stoga se on vremenom izmjenjuje i nadopunjuje⁴³. Važno je znati što uređuje navedeni Zakon, a to je sljedeće:“

1. Autorsko pravo – pravo autora na njihovim djelima iz književnoga, znanstvenog i umjetničkog područja,

2. Srodna prava:

a) prava umjetnika izvođača na njihovim izvedbama,

³⁹ Usp. Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske. Izdane knjige i brošure, novine i časopisi u 2010.: published books and brochures, newspapers and magazines, 2010. // Priopćenje 8.3.1. Zagreb, 2011. URL: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2011/08-03-01_01_2011.htm (2019-07-17)

⁴⁰ Usp. Tomašević, Nives. Op. cit, Str. 103.

⁴¹ Usp. Jelušić, Srećko. Op. cit, Str. 46.

⁴² Usp. Povijest. Državni zavod za intelektualno vlasništvo. URL: <http://www.dziv.hr/hr/intelektualno-vlasnistvo/autorsko-pravo/povijest/> (2019-07-20)

⁴³ Usp. Zakon o autorskom pravu i srodnim pravima. Zakon.hr. URL: <https://www.zakon.hr/z/106/Zakon-o-autorskom-pravu-i-srodnim-pravima>

- b) prava proizvođača fonograma na njihovim fonogramima,
 - c) prava filmskih producenata (proizvođača videograma) na njihovim videogramima,
 - d) prava organizacija za radiodifuziju na njihovim emitiranjima,
 - e) prava nakladnika na njihovim izdanjima,
 - f) prava proizvođača baza podataka na njihovim bazama podataka,
3. Ostvarivanje (individualno i kolektivno) autorskog prava i srodnih prava,
 4. Zaštitu autorskog prava i srodnih prava u slučaju povrede,
 5. Područje primjene Zakona⁴⁴.

Nakladništvo je područje djelatnosti u kojima se uvijek dolazi do pojmova kao što su autor, autorsko pravo, autorsko djelo. Stoga je važno poštivati sve kako je određeno i propisano Zakonom dok se u slučaju ne pridržavanja Zakona moraju prihvatiti određene sankcije. Zakon o autorskom pravu i srodnim pravima definira moralna prava autora, imovinska prava autora (ono obuhvaća pravo reproduciranja (pravo umnažanja), pravo distribucije (pravo stavljanja u promet), pravo priopćavanja autorskog djela javnosti te pravo prerade) i druga prava autora. Osobina autorskog prava jest da ga se autor ne može odreći te je ono nasljedivo što znači da nasljednicima autora pripadaju sva autorova prava nakon njegove smrti. Kako bi se točno znalo na koga se to odnosi, Članak 9. navodi autora djela kao stvaratelja, odnosno fizičkom osobom koja je to autorsko djelo i stvorila. Autor ostvaruje svoje autorsko pravo kroz sam čin stvaranja autorskog djela. Članak 5. precizira pojam autorsko djelo kao „originalna intelektualna tvorevina iz književnoga, znanstvenog i umjetničkog područja koja ima individualni karakter, bez obzira na način i oblik izražavanja, vrstu, vrijednost ili namjenu ako ovim Zakonom nije drukčije određeno“⁴⁵.

Zaštita autorskih prava nije uređena samo na nacionalnoj razini već i međunarodnoj budući da su autorsko pravo i srodna prava sastavnice pravnog područja intelektualnog vlasništva te se smatraju dijelom međunarodnog privatnog prava, a posjeduje istaknuto međunarodno obilježje. Neke od najvažnijih međunarodnih konvencija i ugovora koji se bave zaštitom autorskog prava su Bernska konvencija za zaštitu književnih i umjetničkih djela, Univerzalna konvencija o autorskom pravu po izvornome tekstu, Konvencija o osnivanju svjetske organizacije za intelektualno vlasništvo (WIPO), Ugovor o trgovinskim aspektima

⁴⁴ Zakon o autorskom pravu i srodnim pravima. Op. cit.

⁴⁵ Zakon o autorskom pravu i srodnim pravima. Narodne novine. URL: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2003_10_167_2399.html (2019-07-15)

prava intelektualnog vlasništva Svjetske trgovinske organizacije i Ugovor o autorskom pravu Svjetske organizacije za intelektualno vlasništvo⁴⁶.

Ugovor koji se posebice odnosi na nakladnike jest Nakladnički ugovor koji je propisan Člankom 56. na sljedeći način: „(1) Nakladničkim ugovorom (izdavačkim ugovorom) autor se obvezuje za nakladnika (izdavača) osnovati pravo reproduciranja svojega određenoga autorskog djela tiskanjem ili drugim sličnim postupkom i pravo distribucije primjeraka autorskog djela (pravo izdavanja), a nakladnik se obvezuje autorsko djelo na ugovoreni način izdati i autoru za to platiti ugovorenu naknadu ako ugovorom nije drukčije određeno, te se brinuti o uspješnoj distribuciji primjeraka autorskog djela i davati autoru podatke o distribuciji autorskog djela. Nakladnički ugovor mora sadržavati odredbu o trajanju prava izdavanja.“⁴⁷.

Nakladnički ugovor omogućuje određivanje autorske naknade što se uočava u Članku 61. tako da je njime potrebno odrediti koji je minimalni broj primjeraka od prvog izdanja i najniži iznos naknade za koju nakladnik ima obvezu platiti autoru bez obzira na broj prodanih primjeraka ako je određena autorska naknada u postotku koji se dobije maloprodajnom cijenom prodanih primjeraka. U slučaju da je autorska naknada određena u paušalnom iznosu, nakladničkim se ugovorom mora odrediti ukupan broj primjeraka ugovorenih izdanja. No, ukoliko nije ugovoren ukupan broj primjeraka, a dobrim poslovnim običajima ili okolnostima slučaja se ne navodi drukčije, nakladnik je u mogućnosti izdati najviše do 500 primjeraka autorskog djela. Nakladnički ugovor može sadržavati rokove kojih se autor treba držati, ali i nakladnik, broj izdanja, odredbu o vlasništvu rukopisa, tehničku opremljenost primjeraka djela i njihov izgled, obveze prilikom poboljšanja i uvođenja drugih izmjena kod autorskog djela. Postoji nakladničko pravo prvenstva koje se Člankom 65. navodi da: Nakladnik koji je stekao pravo na izdavanje autorskog djela ima, u pogledu izdavanja toga djela u elektroničkom ili bilo kojem drugom obliku, pravo prvenstva pred drugim nakladnicima koji ponude iste uvjete“⁴⁸.

⁴⁶ Usp. Tomašević, Nives. Kovač, Miha. Op. cit, Str. 57-58.

⁴⁷ Zakon o autorskom pravu i srodnim pravima. Op. cit.

⁴⁸ Zakon o autorskom pravu i srodnim pravima. Op. cit.

3.3. Sporazum o jedinstvenoj cijeni knjige

Osim Zakona o autorskom pravu i srodnim pravima, međunarodnih konvencija i ugovora, vrijedno je spomenuti i Sporazum o jedinstvenoj cijeni knjige koji je namijenjen nakladnicima. Naime, Sporazum je potpisan 9. ožujka 2007. godine povodom smanjenja kupovne moći, dolaska globalnog kapitala na tržište te tržišnih odnosa na tržištu knjiga koji nisu bili uređeni. Potpisan je od strane Ministarstva kulture, Ministarstva znanosti, obrazovanja i športa, Ministarstva gospodarstva i Zajednice nakladnika i knjižara sa ciljem omogućivanja što veće dostupnosti knjiga, ali i pružanja pomoći kod uređivanja tržišta knjiga knjižnih izdanja na način da se sprječava nelojalna konkurencija u prometu knjiga⁴⁹. Sporazum kao svoju svrhu navodi snižavanje cijene knjige, decentralizaciju distribucije knjiga, povećanje dostupnosti knjige svima na način da se izjednači položaj svih kupaca što bi omogućilo kupnju knjige po istoj cijeni za sve tako da na cijenu ne utječe mjesto, vrijeme niti način kupnje, a kao posljednju navodi unaprjeđenje tržišne mreže knjiga⁵⁰.

Naravno, kako bi se znao i poboljšao rad neke organizacije ili provođenje nekog zakona općenito, bez obzira u kojem području se nalazili, potrebno je njihovo mjerenje i analiziranje rezultata kako bi se uočilo ispunjava li uopće svoju svrhu i na koje se sve načine može postići unaprjeđenje djelovanja što na kraju dovodi do što boljih rezultata. Potrebno je stoga napraviti analizu i Sporazuma o jedinstvenoj cijeni knjige. Upravo se tim pitanjem pozabavila udruga Knjižni blok u publikaciji Knjiga u fokusu naglašavajući potrebu za opširnom i detaljnom analizom svih izmjena koje su se dogodile unutar pravnog okruženja Sporazuma⁵¹. Međutim, nije moguće znati precizno koje su posljedice Sporazuma jer se nije pratila njegova primjena, tko ga i krši li ga, mjera sankcioniranja u slučaju kršenja i koji su postignuti rezultati te je li potrebno uvoditi izmjene i/ili dopune u Sporazumu. Time se otkriva potreba za njegovom revizijom prije koje je neophodno obaviti temeljitu evaluaciju dosadašnjeg djelovanja Sporazuma⁵².

⁴⁹ Usp. Tomašević, Nives. Kovač, Miha. Op. cit, Str. 48.

⁵⁰ Usp. Sporazum o jedinstvenoj cijeni knjige. Ministarstvo kulture Republike Hrvatske. URL: <https://www.min-kulture.hr/userdocsimages/novosti/SPORAZUM%20O%20JEDINSTVENOJ%20CIJENI%20KNJIGE.pdf> (2019-02-08)

⁵¹ Usp. Bartolčić, Nenad...[et al.]. Knjiga u fokusu: potpora kreativnoj industriji – stručna analiza i preporuke za uređenje tržišta knjiga i širenje kulture čitanja u RH. Zagreb: Knjižni blok – Inicijativa za knjigu, 2013. Str. 38.

⁵² Ibid, Str. 39.

4. Definiranje kulturne baštine

4.1. Što je kultura?

Prije nego što se može govoriti o kulturnoj baštini, potrebno je razjasniti što je kultura uopće. Naime, s pojmom kultura vrlo se često susreće u različitom kontekstu i to na svakodnevnoj razini. Kulturu nije moguće definirati samo jednom jednostavnom definicijom jer ona nije jednoznačan pojam. Kompleksnost riječi „kultura“ posebno se uočava u engleskom jeziku u kojemu se, kako tvrdi Raymond Williams, kultura nalazi na drugome ili trećem mjestu kao najsloženija riječ⁵³. No, svi jezici koji postoje se razlikuju kao i njihova značenja riječi čime se otkriva bogatstvo i ljepota razvrstnosti među jezicima. Tako je indijski antropolog Baidyanath Saraswati na Prvoj svjetskoj konferenciji o kulturnim mrežama koja se održala u Zagrebu 1995. godine istaknuo kako se značenje kulture u Indiji posve razlikuje od značenja koje postoji u zapadnom svijetu jer ono uopće ne postoji u Indiji, a da bi se smatralo kulturom u zapadnom svijetu⁵⁴.

Postoje četiri glavna značenja u kulturi koja se posebno ističu, a odnose se na sljedeće⁵⁵:

- 1) zbroj intelektualnih i umjetničkih djela
- 2) proces intelektualnog i duhovnog razvoja
- 3) običaje, vrijednosti, vjerovanja i ostale simbolične postupke s kojima ljudi žive u skladu te
- 4) cjelokupan način života.

Smisao kulture razlikuje se prema njezinu značenju tako što se njezinim umjetničkim ili intelektualnim značenjem može obuhvatiti inovacije za razliku od značenja kulture kao načinom života obuhvaća većinom navike. Stoga se za kulturu može reći kako nju čini ponavljanje onoga što se već prije činilo, moguće ju je razvijati i ne stječe se odjednom, u cjelosti⁵⁶.

⁵³ Usp. Williams, Raymond. *Keywords: A Vocabulary of Culture and Society*. revidirano izdanje. London: Fontana, 1983. Str. 87. Navedeno prema: Eagleton, Terry. *Kultura*. Zagreb: Naklada Ljevak, 2017. Str. 11.

⁵⁴ Usp. Katunarić, Vjeran. Tri lica kulture. // *Društvena istraživanja : časopis za opća društvena pitanja* 5, 5-6 (25-26)(1996), str. 831-832.

⁵⁵ Usp. Eagleton, Terry. *Kultura*. Zagreb: Naklada Ljevak, 2017. Str. 11.

⁵⁶ *Ibid*, Str. 12.

Pojam kultura potječe iz latinskog jezika od riječi *cultura*, a njezino značenje odnosilo se na obrađivanje zemlje; njegu tijela i duha; poštovanje; oplemenjivanje što ukazuje na prvotno značenje koje je vezano uz materijalne procese kolonizacije, obradu zemlje i njezinog oplođivanja, štovanja. Time se uočava razlika u prvotnom materijalnom značenju dok kultura danas ima duhovno značenje. Ističe se definicija kulture Edwarda Burnett Tylor koju je naveo u svome djelu *Primitivna kultura* iz 1871. godine, a vezana je uz vjeru, umjetnost, znanje, zakone, moral i običaje. Spomenuta definicija smatra se prvom znanstvenom ali i najširoom definicijom kulture, dok je kasnije tijekom vremena došlo do raznih pokušaja njezinog definiranja⁵⁷.

Terry Eagleton u svome dijelu *Kultura* govori kako se riječ „kultura“ u početku koristila kao sinonim za „civilizaciju“. Naime, oba pojma, i kultura i civilizacija, uključuju materijalne institucije. No, kulturu je moguće shvatiti prvenstveno kao duhovni fenomen koji može prosuđivati društvene, ekonomske i političke aktivnosti. Za razliku od civilizacije, kultura se nalazi pod manjim utjecajem praktične vrijednosti odnosno, nije u tolikoj mjeri ograničena pragmatičnim pitanjima stoga kultura zapravo samim svojim postojanjem označava kritiku instrumentalnog razuma⁵⁸. Eagleton pak ukazuje na to da se pojam „civilizacija“ odnosi na svijet koji je stvoren od strane čovjeka, iako je i kultura stvorena od čovjeka u kojoj je pitanje brižnog njegovanja i poticanja od ključne važnosti⁵⁹. Civilizacija uključuje skup pojava koje nemaju konkretnu svrhu dok kultura može imati niz ciljeva koji omogućuju čovjeku ispunjenje i obogaćivanje njegova života⁶⁰.

Danas se kulturom smatra ukupnost svih duhovnih tvorbi, materijalnih ostvarenja, vrijednosti, javnih normi, raznih oblika organizacije i ponašanja ljudi koji čine neku zajednicu, a usvaja se učenjem. Uz pomoć komunikacije, koja se odvija među zajednicom, kulturi se omogućuje njezino potvrđivanje, prenošenje i razvijanje⁶¹. Međutim, Raymond Williams je uočio poteškoće do kojih se dolazi prilikom utvrđivanja pojma kulture stoga navodi kako ga je potrebno neprestance proširivati kako bi se stekle granice koje bi bile identične granicama od našeg kompletnog zajedničkog života⁶².

⁵⁷ Usp. Kultura. // Hrvatska enciklopedija. URL: <http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=34552> (2019-07-25)

⁵⁸ Usp. Eagleton, Terry. Op. cit, Str. 26.

⁵⁹ Usp. Eagleton, Terry. Op. cit, Str. 32-33.

⁶⁰ Usp. Eagleton, Terry. Op. cit, Str. 29.

⁶¹ Usp. Kultura. // Proleksis enciklopedija. URL: <http://proleksis.lzmk.hr/33149/> (2019-07-25)

⁶² Usp. Williams, Raymond. *Culture and Society 1780-1950*. London: Chatto & Windus, 1958. Str. 256.
Navedeno prema: Eagleton, Terry. *Kultura*. Zagreb: Naklada Ljevak, 2017. Str. 12.

Pojmovi kultura i razvoj te njihova međuovisnost prepoznaju se kao glavnom temom brojnih istraživanja i rasprava koje su održane na mnogim forumima na međunarodnoj razini od sedamdesetih i osamdesetih godina 20. stoljeća. Biserka Cvjetičanin navodi kako pažnja nije bila usmjerena samo na promjene koje su se ticale ekonomskog aspekta već na sveobuhvatan razvoj koji se posebice odnosi na kulturu, razvoj i međusobni odnos koji postoji između njih. Osamdesetih godina pridaje se pozornost svjetskom razvoju na koji osobito utječu kulturni faktori koji uključuju kulturni identitet, ravnopravnost i poštovanje između kultura, kulturnu komunikaciju i suradnju. Sve brže promjene koje su karakteristika današnjeg vremena naglašavaju i promjene koje se događaju u međuovisnosti kulture i razvoja stoga su pojmovi poput kultura za razvoj i kulturni razvoj stavljeni u rasprave koje se tiču milenijskih razvojnih ciljeva (2000.-2015.)⁶³.

Pomoću navedenoga, zaključak je kako kultura i nastojanje za njezinim što preciznijim definiranjem prati čovjeka od samoga početka. Njezino shvaćanje mijenja se kroz povijest stoga ju je veoma teško opisati pomoću jedne definicije, a pojam kultura, čini se, uvijek će imati posebno značenje.

4.2. Definiranje kulturne baštine

Kao što je navedeno u prethodnom potpoglavlju, kultura je opsežan pojam koji uključuje ukupnost tvorbi ili pojava u životu na materijalnoj i duhovnoj razini, a tiče se svakog naroda i čovječanstva u cjelosti. Pojam baština odnosi se pak na naslijeđe koje se ostavlja potomcima od strane njihovih predaka. Samim time može se već pretpostaviti kako je i pojam kulturna baština dosta širok pojam koji obuhvaća naslijeđena kulturna dobra od predaka kao što su dostignuća u brojnim područjima poput jezika, književnosti, graditeljstva, likovne umjetnosti, narodne umjetnosti u kojoj se ubrajaju postignuća u glazbi, filmu, kazalištu, znanosti i druga, a sve skupa čini ukupnost kulture⁶⁴.

Riječ je živi organizam koji se mijenja i razvija kroz vrijeme što ukazuje na to da značenje riječi nije stalno i na njega utječu brojni čimbenici. Rad Marinka Vukovića prikazuje pregled međuodnosa kulture, baštine i identiteta u kojemu se čitatelj može upoznati sa samim nastankom riječi kao što su naslijeđe, baština i dobro do kojih se uvijek iznova

⁶³ Usp. Cvjetičanin, Biserka. Kultura u doba mreža: ogledi o kulturnoj politici. Zagreb: Hrvatska sveučilišna naklada, 2014. Str. 19.

⁶⁴ Usp. Marasović, Tomislav. Kulturna baština 1. Split: Veleučilište u Splitu, 2001. Str. 9.

vraća kada se istražuje kulturna baština. Dakle, imenica *nasljeđe* nastala je iz glagola *slijediti* koji vuče korijen iz praslavenskog **slěditi* u čijem se značenju krije „*klizav*“. Time se daje naslutiti kako je *naslijeđe* ono *nasljeđivo*, što ima *sljed* što pristaje onome što je „*klizilo kroz vrijeme*“ i tako došlo do nas⁶⁵. Zatim riječ baština svoje početke nalazi u praslavenskom korijenu **batjina*, 'očevina, djedovina' koja je najprije označavala naslijeđenu imovinu koja je pripadala muškoj lozi srodstva i nije se smjela prodavati. Danas se baštinom smatra nasljeđem odnosno, skup svih sačuvanih i njegovanih dobara iz prošlosti koji se prepoznaje kao odraz trajne vrijednosti za čovjeka⁶⁶.

Kulturna baština, uključujući materijalnu i nematerijalnu, smatra se zajedničkim bogatstvom čovječanstva upravo radi svoje posebnosti, raznolikosti i važnosti te je Ministarstvo kulture Republike Hrvatske prepoznalo važnost njezine zaštite kao dijelom kulturnog identiteta i njegova prepoznavanja, definiranja i afirmacije. Stoga je Ministarstvo kulture odgovorno za razvitak mehanizama i mjera zaštite kulturne baštine dok je za cilj određeno osigurati njezinu održivost koja se ostvaruje pomoću identifikacije, dokumentiranja, istraživanja, zaštite, održavanja, korištenja te promicanja njezinih vrijednosti. Nadalje, kao vrijednosti kulturne baštine navode se povijesna, starosna, umjetnička, kulturna i autentična vrijednost⁶⁷.

Tomislav Marasović navodi kako pod pojam baštine spadaju sva kulturna dobra koja su nastala radom čovjeka od prapovijesti do suvremenog ostvarenja. Time se ukazuje na nepostojanje vremenskog ograničenja kojim bi se točno odredilo može li se neko djelo smatrati dijelom baštine ili ne iz razloga što svako umjetničko djelo postaje kulturnim dobrom već od samoga trenutka njegova stvaranja⁶⁸. Nadalje, važnost kulturne baštine i njezine ocjene vrijednosti posebice se ističe kod turističkog vrednovanja određenog kraja. Marasović razlikuje određene vrijednosti koje kulturna baština može posjedovati ovisno o svojim osobinama. Dakle, kulturnu baštinu mogu odlikovati navedene vrijednosti:

- Povijesna vrijednost ako je povezana sa određenim događajem ili znamenitom osobom, ako predstavlja povijesni kontinuitet ili ako dokazuje postojanje naroda, naselja ili grada,
- Vrijednost starosti ukoliko potvrđuje svoje dugo vremensko postojanje,

⁶⁵ Usp. Vuković, Marinko. Pogled na međuodnos baštine, kulture i identiteta. // Arhivski vjesnik 54(2011), str. 103.

⁶⁶ Ibid, str. 103-104.

⁶⁷ Usp. Kulturna baština. Ministarstvo kulture Republike Hrvatske. URL: <https://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=6> (2019-07-19)

⁶⁸ Usp. Marasović, Tomislav. Op. cit, Str. 9.

- Umjetnička vrijednost ako se sastoji od općeprihvaćenih likovnih i estetskih dometa,
- Ambijentalna vrijednost ukoliko doprinosi ugođaju sredine u kojoj jest,
- Urbanistička vrijednost ako prikazuje sklad organiziranog naseobinskog života, određene kvalitete kod oblika, strukture, općenite slike grada ili naselja,
- Vrijednost izvornosti kod originalnih elemenata,
- Vrijednost rijetkosti ukoliko izražava atipičnost ili iznimnu pojavu u usporedbi s drugim elementima nekog postora ili razdoblja,
- Vrijednost reprezentativnosti ukoliko najpotpunije prikazuje karakteristike djela na nekom prostoru ili razdoblju,
- Vrijednost cjelovitosti ukoliko prikazuje jedinstvenost funkcija i oblika nekog djela⁶⁹.

Graditeljsku i umjetničku baštinu moguće je dalje vrednovati uz pomoć nekoliko različitih vidova aktualnog značenja, a ovisi o ulozi koju ima u današnjem životu. Stoga Marasović u nastavku navodi kako kulturno naslijeđe sadrži:

- Znanstvenu vrijednost kao prostor ili predmet od raznolikog znanstvenog interesa,
- Odgojno-obrazovnu vrijednost koja se krije u raznovrsnoj edukativnoj prirodi kulturnog dobra, a posebice u spoznaji da kultura baština sadrži poruku koja se može prenijeti na današnje generacije često se odnoseći na domoljublje i druge etičke osobine,
- Kulturnu vrijednost kod raznovrsne izvorne ili suvremene uporabe povijesne cjeline ili građevine,
- Kultnu vrijednost koja izvire iz kultne funkcije građevina ili predmeta nastalih u različitim povijesnim razdobljima ali i u današnje doba ukazujući na veliku ulogu religije u životu naroda i čovječanstva u cjelini,
- Gospodarske vrijednosti koje se nalaze u brojnim mogućnostima raznovrsnog privrednog korištenja osobitog graditeljskog nasljeđa. Ovdje pripadaju kulturna dobra koja se smatraju dijelom značajnih turističkih resursa određenog područja, grada, regije ili nacije⁷⁰.

Vrijednost kulturne baštine prepoznata je i na međunarodnoj razini od strane Organizacije Ujedinjenih naroda za obrazovanje, znanost i kulturu (UNESCO - *The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization*) koja navodi baštinu kao naše

⁶⁹ Usp. Marasović, Tomislav. Op. cit, Str. 11-12.

⁷⁰ Ibid, Str. 12.

naslijeđe iz prošlosti, ono što imamo i s čime živimo danas što ćemo zatim prenijeti na buduće generacije. Ističe se važnost kulturne i prirodne baštine koja je jedinstven i nepresušni izvor inspiracije i života koji pripada svim ljudima, bez obzira na to gdje se nalazili⁷¹. Time se može zaključiti kako je baština od neprocjenjive vrijednosti svakome čovjeku, bez obzira na kojem se mjestu on nalazio te svatko od nas ima odgovornost prema baštini koju je potrebno prepoznati, koristiti njezine potencijale kroz koje je moguće ostvariti prepoznatljivost i financijsku dobit, ali i očuvati kako od svih nevolja tako i od zaborava.

Prepoznaju se podjele baštine na kulturnu i prirodnu. Zatim su moguće daljnje podjele na materijalnu i nematerijalnu baštinu, pokretnu i nepokretnu što će se pobliže objasniti u nastavku ovoga rada.

4.3. Materijalna kulturna baština

S obzirom na osobine koje čine kulturnu baštinu, baština se dijeli na materijalnu i nematerijalnu, pokretnu i nepokretnu. Hrvatska kulturna baština posjeduje jedinstvenu i neprocenjivu vrijednost bez obzira na vrstu baštine. I materijalna i nematerijalna kulturna baština, ali ovdje se može spomenuti i prirodna baština, su iznimno važne i vrijedne te ih je potrebno identificirati, prepoznati njihove potencijale i znati kako ih iskoristiti jer se njihovim zaboravom gubi vrijednost. Naravno, potrebno je brinuti o njima kako bi se sačuvale i ukoliko je potrebno, obnoviti kako bi o njima mogle znati i uživati i nove generacije koje tek dolaze.

Kao što sam naziv da naslutiti, na materijalnu baštinu koja je pokretna ne utječe u tolikoj mjeri prostor u kojemu se nalazi kao što je to slučaj kod nepokretne. Nepokretna kulturna baština se odnosi na graditeljsku baštinu obuhvaćajući pojedinačne građevine pa sve do cjeline (skupine građevina) i područja (krajolika) koji su izloženi trajnim utjecajima i modernizaciji. Stoga podliježe raznim oštećenjima i propadanju kao i zbog svoje osjetljive materijalne strukture. Stanje materijalne kulturne baštine mogu narušiti nebriga, neodržavanje, razna razaranja, nedostatna financijska sredstva, nedovoljna svijest o

⁷¹ Usp. World Heritage. UNESCO World Heritage Centre. URL: <https://whc.unesco.org/pg.cfm?cid=160> (2019-07-05)

vrijednosti baštine, nepridržavanje zakonskih propisa i neprimjenjivanje njihovih sankcija, neriješeni imovinsko-pravni odnosi⁷².

UNESCO prema svojoj Konvenciji o zaštiti svjetske kulturne i prirodne baštine iz 1972. godine navodi u Članku 1. što se smatra kulturnom baštinom, a to su⁷³:

1. Spomenici: djela arhitekture, monumentalna kiparska ili slikarska djela, elementi ili strukture arheološkog karaktera, natpisi, pećinska prebivališta i kombinacija obilježja, koji imaju izvanrednu univerzalnu vrijednost s povijesnog, umjetničkog ili znanstvenog gledišta;
2. Skupine građevina: skupine zasebnih ili povezanih građevina, koje po svojoj arhitekturi, homogenosti ili njihova položaja u krajoliku imaju izuzetnu univerzalnu vrijednost s povijesnog, umjetničkog ili znanstvenog gledišta;
3. Mjesta: djela nastala ljudskim radom ili kombinirana djela prirode i čovjeka, te područja uključujući arheološka nalazišta koja imaju izuzetnu univerzalnu vrijednost s povijesnog, estetskog, etnološkog ili antropološkog gledišta.

Na području Republike Hrvatske vrijedi Zakon o zaštiti i očuvanju kulturnih dobara koji razlikuje nepokretna kulturna dobra od pokretnih kulturnih dobara. Prema tome, nepokretno kulturno dobro može se sastojati od sljedećeg⁷⁴:

- Grad, selo, naselje ili njegov dio,
- Građevina ili njezini dijelovi, te građevina s okolišem,
- Elementi povijesne opreme naselja,
- Područje, mjesto, spomenik i obilježje u svezi s povijesnim događajima i osobama,
- Arheološko nalazište i arheološka zona, uključujući i podvodna nalazišta i zone,
- Područje i mjesto s etnološkim i toponimskim sadržajima,
- Krajolik ili njegov dio koji sadrži povijesno karakteristične strukture, koje svjedoče o čovjekovoj nazočnosti u prostoru,
- Vrtovi, perivoji i parkovi,
- Tehnički objekt s uređajima i drugi slični objekti.

⁷² Usp. Nepokretna kulturna baština. Ministarstvo kulture Republike Hrvatske. URL: <https://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=27> (2019-07-20)

⁷³ Convention concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage. UNESCO. URL: <http://whc.unesco.org/archive/convention-en.pdf> (2019-07-20)

⁷⁴ Zakon o zaštiti i očuvanju kulturnih dobara. Zakon.hr. URL: <https://www.zakon.hr/z/340/Zakon-o-za%C5%A1titi-i-o%C4%8Duvanju-kulturnih-dobara> (2019-07-20)

U skladu sa Člankom 8. Zakona o zaštiti i očuvanju kulturnih dobara, pokretno kulturno dobro može biti⁷⁵:

- Zbirka predmeta u muzejima, galerijama, knjižnicama i drugim ustanovama, kao i u drugim pravnim osobama te državnim i upravnim tijelima uključujući i kod fizičkih osoba,
- Crkveni inventar i predmeti,
- Arhivska građa, zapisi, dokumenti, pisma i rukopisi,
- Filmovi,
- Arheološki nalazi,
- Antologijska djela likovnih i primijenjenih umjetnosti i dizajna,
- Etnografski predmeti,
- Stare i rijetke knjige, novac, vrijednosni papiri, poštanske marke i druge tiskovine,
- Dokumentacija o kulturnim dobrima,
- Kazališni rekviziti, skice, kostimi i sl.,
- Uporabni predmeti (namještaj, odjeća, oružje i sl.), prometna i prijevozna sredstva i uređaji, predmeti koji su značajna svjedočanstva razvitka znanosti i tehnologije te
- Druge pokretne stvari od umjetničkoga, povijesnoga, paleontološkoga, arheološkoga, antropološkoga i znanstvenog značaja.

Uz pomoć Konvencije za zaštitu svjetske kulturne i prirodne baštine, od 1972. godine pa sve do danas ukupno je upisano 1121 dobara od kojih je 869 kulturnih, 213 prirodnih i 39 mješovitih dobara. UNESCO-v Popis svjetske baštine sadrži i dobra iz Republike Hrvatske gdje se mogu pronaći Dioklecijanova palača i povijesni kompleks Splita, Stari grad Dubrovnik, Nacionalni park Plitvička jezera, kompleks Eufrazijeve bazilike u povijesnom središtu Poreča, povijesni grad Trogir, Katedrala Svetog Jakova u Šibeniku, Starogradsko polje, Stećci – srednjovjekovni nadgrobni spomenici, obrambeni sustavi Republike Venecije 16. i 17. stoljeća u Zadru i Šibeniku te bukove prašume i izvorne bukove šume Karpata i ostalih regija Europe koja je višenacionalna nominacija kojom se potvrđuje da je bioraznolikost koju Hrvatska posjeduje među najbogatijim u Europi⁷⁶.

⁷⁵ Ibid.

⁷⁶ Usp. Kultura. Ministarstvo kulture Republike Hrvatske. URL: <https://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=4642> (2019-08-01)

4.4. Nematerijalna kulturna baština

Nematerijalna kulturna baština je usmjerena na duhovni, često neopipljivi aspekt baštine neke zajednice. Posebnost takve vrste kulturne baštine nalazi se u načinu njezina prenošenja kroz povijest, a to je usmenim putem, s koljena na koljeno. Priče, legende i ostala djela iz usmene književnosti koja su nastala usmenim prenošenjem ne poznaju ime točnog autora od kojega su potekle. Razna vjerovanja, znanja, vještine, običaji i tradicija koja se stoljećima prenosila, obogaćivala i razvijala sveukupno čini kulturnu baštinu neke zajednice. Taj dio baštine predstavlja neiscrpno vrelo inspiracije i ideja koje se mogu uklopiti bez obzira na trendove u moderno doba koji se neprestano mijenjaju. Dapače, time neće doći do umanjenja njezine vrijednosti, a nematerijalna kulturna baština ostaje nezamjenjivim i neotuđivim dijelom identiteta neke zajednice.

Pod pojam nematerijalna kulturna baština uključene su razne prakse, izrazi, znanja, vještine, predstave, instrumenti, rukotvorine, predmeti, kulturni prostori koji su povezani s tim, a prihvaćeni su kao dio svoje kulturne baštine od strane zajednice, skupine, i u nekim slučajevima pojedinaca. Republika Hrvatska prepoznata je kao zemlja bogata nematerijalnom kulturnom baštinom koja zagovara njezinu zaštitu i očuvanje te potrebu za suradnjom sa drugim državama na međunarodnoj, regionalnoj i nacionalnoj razini⁷⁷.

Prema Članku 9. Zakona o zaštiti i očuvanju kulturnih dobara, „nematerijalno kulturno dobro mogu biti razni oblici i pojave duhovnog stvaralaštva što se prenose predajom ili na drugi način, a osobito:

- Jezik, dijalekti, govori i toponimika, te usmena književnost svih vrsta,
- Folklorno stvaralaštvo u području glazbe, plesa, predaje, igara, obreda, običaja, kao i druge tradicionalne pučke vrednote,
- Tradicijska umijeća i obrti.

Očuvanje nematerijalnih kulturnih dobara provodi se izradbom i čuvanjem zapisa o njima, kao i poticanjem njihova prenošenja i njegovanja u izvornim i drugim sredinama.⁷⁸

Očuvanje nematerijalnih dobara Republika Hrvatska nastoji ostvariti i stavljanjem na UNESCO-v Reprezentativni popis nematerijalne kulturne baštine čovječanstva. Svoje mjesto

⁷⁷ Usp. Što je nematerijalna kulturna baština. Ministarstvo kulture Republike Hrvatske. URL: <https://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=3639> (2019-08-01)

⁷⁸ Zakon o zaštiti i očuvanju kulturnih dobara. Op. cit.

na UNESCO-vom popisu pronašlo je čipkarstvo, dvoglasje tijesnih intervala Istre i Hrvatskog primorja, Festa Sv. Vlaha, zaštitnika Dubrovnika, godišnji Proljetni ophod kraljice ili ljelje iz Gorjana, godišnji pokladni ophod zvončari s područja Kastavštine, procesija Za Križen na otoku Hvaru, umijeće izrade drvenih tradicijskih dječjih igračaka s područja Hrvatskog zagorja, Sinjska alka - viteški turnir u Sinju, medicarski obrt na području sjeverne Hrvatske, bećarac - vokalno-instrumentalni napjev s područja Slavonije, Baranje i Srijema, nijemo kolo s područja Dalmatinske zagore, klapsko pjevanje, mediteranska prehrana na hrvatskom Jadranu, njegovoj obali, otocima i dijelom zaleđa, međimurska popevka, umijeće suhozidne gradnje⁷⁹.

Uočava se kako pojam nematerijalna baština, osim duhovnog stvaralaštva, obuhvaća i predmete, okoliš, odnosno sve ono što je povezano s nematerijalnim dobrima. Dakle, presudan je ljudski faktor koji pretvara materijalnu baštinu u dio nematerijalne baštine. Kao što je već spomenuto, važan je način prenošenja baštine koja se odvija iz naraštaja u naraštaj tako da se manifestacije kulture unutar neke zajednice uvijek iznova stvaraju. Na taj način se dolazi do stvaranja kontinuiteta i identiteta koji omogućuje prepoznavanje kreativnosti čovjeka i kulturne raznolikosti što je bitno poštovati i promicati. Kao ključnim čimbenikom kulturne baštine prepoznaje se interakcija koja se odvija između nematerijalne i materijalne baštine obuhvaćajući razne građevine, umjetnine, predmete, lokalitete i ostalo⁸⁰.

4.5. Zaštita i očuvanje kulturne baštine u Hrvatskoj i njezina važnost

Kroz rad se uočava ponavljanje pojma zaštita i očuvanje kulturne baštine i njezine važnosti. Postoje višestruke koristi koje se mogu ostvariti pomoću kulturne baštine, a neke od njih su očuvanje identiteta neke zajednice, prenošenje različitih znanja, vještina i ostalog bogatstva na sljedeće naraštaje, stvaranje prepoznatljivosti na nacionalnoj, regionalnoj i međunarodnoj razini, ali i iskorištavanje nepresušnih izvora inspiracije i ideja koje pruža kulturna baština što može dovesti i do ostvarivanja financijske dobiti. Kako bi se mogle iskoristiti mnogobrojne mogućnosti baštine, potrebno je osvijestiti narod o njezinoj važnosti, odgovornosti koju snosi svaki pojedinac kako bi se zaštitila ne samo od materijalne, fizičke propasti već i zaborava te

⁷⁹ Usp. Nematerijalna dobra upisana na UNESCO-ov Reprezentativni popis nematerijalne kulturne baštine čovječanstva. Ministarstvo kulture Republike Hrvatske. URL: <https://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=5220> (2019-08-01)

⁸⁰ Usp. Šošić, Trpimir M. Pojam kulturne baštine: međunarodno pravni pogled. // Zbornik radova Pravnog fakulteta u Splitu 51, 4(2014), str. 851-852.

upoznati sa potrebom o kontinuiranoj brizi za baštinu koja zapravo nikada ne prestaje jer je uvijek izložena raznim čimbenicima koji dovode do njezina razaranja.

Očuvanje i zaštita kulturne baštine nije tek nova ideja koja kratko postoji, a dobiva sve veći značaj i popularnost. Štoviše, rad Mirele Hrovatin otkriva nam kako od kraja 19. stoljeća postoji primjena dokumentiranja, evaluacija i čuvanja tradicijske baštine u okviru etnološke-etnografske djelatnosti koja se redovito provodi. Postojao je trud koji je bio usmjeren na stavljanje pozornosti na potrebna istraživanja i na potrebu očuvanja tradicijskih znanja i umijeća najčešće od opasnosti od nepovratnog nestajanja pojedinih tradicija. 20. stoljeće obilježeno je izravnim prenošenjem tradicije u obitelj i zajednicu, putem raznih udruženja, posebice kulturno-umjetničkih društava i drugih udruga. Nakon toga su se i institucije poput muzeja i pučkih učilišta bavile prenošenjem i očuvanjem tradicija, primjenjivale su se razne mjere radi njihova očuvanja kao što je dokumentiranje, organiziranje tečajeva i radionica što bi omogućilo prenošenje tradicijom stečeno znanje. Na hrvatskom području ističu se braća Radić, a posebno Antun Radić koji se smatra utemeljiteljem hrvatske etnologije, jer su se bavili poticanjem raznih aktivnosti radi očuvanja tradicijske vrijednosti i osnivanje društava. Pomoću nositelja tradicijske baštine i njihove kontinuirane aktivnosti sačuvala su se mnoga znanja, umijeća i običaji koji su se stoljećima prenosile s koljena na koljena ostvarujući time preduvjete za valorizaciju i upis tradicijske baštine na popise „nematerijalne kulturne baštine“⁸¹.

Ovisno o vrsti baštine potrebno je poduzeti pravilne mjere njezine zaštite. Ivan Cifrić navodi nekoliko smjerova zaštite kulturne baštine, a to su sljedeći:

1. *Fizičko* spašavanje od propadanja što se odnosi na konzerviranje i restauraciju u graditeljstvu i umjetnosti, čuvanje i zaštita starih rukopisa u književnosti i etnologiji te na digitalizaciju građe i dostupnost domaćim i inozemnim interesentima.
2. *Pravne* mjere zaštite koje su regulirane međunarodnim, europskim i hrvatskim zakonima poput Konvencije za zaštitu svjetske kulturne i prirodne baštine, Ustava (čl. 3), Zakona o zaštiti prirode, Zakona o zaštiti okolišta, Konvencije o zaštiti nematerijalne kulturne baštine, Zakona o zaštiti i očuvanju kulturnih dobara.

⁸¹ Usp. Hrovatin, Mirela. Procesi očuvanja i popisivanja nematerijalnih kulturnih dobara u Hrvatskoj. // Godišnjak zaštite spomenika kulture Hrvatske, 36(2012), str. 125.

3. *Obrazovanje* koje se sastoji od znanstvenih i kulturnih (odgojnih) ciljeva radi osvješćivanja i ovremenjivanja vrijednosti baštine, a potrebno je izdvojiti najvrednije dijelove baštine (poput glagoljice) i uvrstiti u kurikulum.
4. *Znanstvena istraživanja* još neistraženih dijelova baštine u raznim područjima znanosti⁸².

Republika Hrvatska je zemlja bogata baštinom koja sadrži jedinstvenu i neprocjenjivu vrijednost. Stoga je među prvima u svijetu ratificirala UNESCO-ovu Konvenciju o zaštiti nematerijalne kulturne baštine i postala članicom Međuvladinog odbora za zaštitu nematerijalne kulturne baštine pri UNESCO-u u lipnju 2008. godine. Hrvatski umjetnik Dragutin Dado Kovačević pobijedio je na međunarodnom natječaju za znak UNESCO-ove Konvencije o zaštiti nematerijalne kulturne baštine te je njegov znak postao službenim znakom UNESCO-a za nematerijalnu baštinu koji se nalazi na svim UNESCO-ovim materijalima za nematerijalnu kulturnu baštinu svijeta. Postoje dva popisa prema UNESCO-ovoj Konvenciji za zaštitu nematerijalne kulturne baštine, a to su Reprezentativni popis nematerijalne kulturne baštine čovječanstva i Popis nematerijalne baštine kojoj je potrebna hitna zaštita, a postoji i Popis zaštićenih nematerijalnih kulturnih dobara koji je Hrvatska sama uspostavila⁸³.

Prepoznat je uloženi rad i poduzete aktivnosti u Hrvatskoj radi očuvanja baštine stoga je na sjednici Međuvladinog odbora za nematerijalnu kulturnu baštinu koja se održala u Adisi Abebi, Etiopiji 2016. godine Republika Hrvatska uvrstila na UNESCO-ov Registar najboljih praksi očuvanja nematerijalne kulturne baštine svijeta projekt pod nazivom Očuvanje nematerijalne baštine Rovinja kroz Ekomuzej Batana. Hrvatska je radila i na donošenju Konvencije za zaštitu podvodne baštine koju je uvrstila treća u svijetu. Nadalje, Republika Hrvatska je bila među zemljama inicijatorima za Konvenciju za zaštitu i promicanje raznolikosti kulturnih izričaja, bavila se izradom njenog nacrt, a prva ju je ratificirala u Europi. Postoji dokument Srednjoročne strategije 2014. – 2021. koji je usmjeren na poticanje uključivog održivog razvoja, interkulturnog dijaloga kako bi se kulture približile jedna drugoj i promicanje etičkih principa, kreativnosti, zaštite, raznolikosti kulturnih izričaja, očuvanje kulturne baštine i razvoj kulturnih i kreativnih industrija⁸⁴. Dakle, prepoznaje se uloženi trud i napor koji je Hrvatska poduzela u očuvanje baštine i vrijedi neprestano raditi na tome.

⁸² Usp. Cifrić, Ivan. Očuvanje baštine u kontekstu Europske Unije. // *Adrias* 20, (2014), str. 15-16.

⁸³ Usp. *Kultura*. Op. cit.

⁸⁴ *Ibid.*

Daniela Angelina Jelinčić ističe važnost očuvanja kulturne raznolikosti u doba globalizacije jer može nestati bez pomoći kulturne politike, politike očuvanja i zaštite baštine. Kod globalizacije dolazi do suočavanja različitih pristupa koji se prepoznaju kada se traže mehanizmi očuvanja identiteta od strane kulturne politike dok lokalne zajednice koje imaju određeno nematerijalno kulturno dobro nerijetko imaju potrebu razvijati se. Stoga se kulturne politike služe pravnim aspektima zaštite baštine, ali i potiču razvoj kulturnog turizma koji donosi višestruke dobrobiti. Uz pomoć kulturnog turizma može se doći do rješenja problema koji se tiče nedostatnih javnih financijskih sredstava potrebnih za zaštitu, mogućnost prihodovanja ne samo o području kulturnog turizma već i u drugim sektorima, veću vidljivost baštine na međunarodnoj razini te stvaranje lokalnog/nacionalnog ponosa kroz izlaganja baštine turistima⁸⁵.

4.6. Europska godina kulturne baštine 2018.

Sve se više budi svijest o važnosti i mogućnostima koje donose svi materijalni i nematerijalni čimbenici od kojega je sačinjena kulturna baština. Ljudi žele saznati više o svojoj povijesti i kulturi, ali i upoznati drugu. Upravo je prošla godina poslužila kao primjer isticanja važnosti kulturne baštine tako što je proglašena Europskom godinom kulturne baštine kada su se odvijala brojna događanja na državnoj, regionalnoj i lokalnoj razini sa zajedničkim ciljem podizanja svijesti o značenju kulturne baštine i njezine važnosti. Odluka (EU) 2017/864 o Europskoj godini kulturne baštine 2018. donesena je 17. svibnja 2017. godine od strane Europskog parlamenta i Vijeća⁸⁶. Europska godina kulturne baštine nastojala je ostvariti svoj cilj, a to je:

- Potaknuti građane na istraživanje europske kulturne baštine
- Razumjeti, slaviti i štititi jedinstvenu vrijednost baštine
- Promišljanje o ulozi baštine u našim životima⁸⁷.

Pomoću kulturne baštine moguće je bolje shvatiti prošlost što omogućuje stvaranje polazišta za zajedničku budućnost. Stoga se posebna pažnja posvetila tijekom Europske

⁸⁵ Usp. Nikočević, Lidija. Kultura ili baština?: problem nematerijalnosti. // Etnološka tribina: godišnjak Hrvatskog etnološkog društva 35, 42(2012), str. 31.

⁸⁶ Usp. Europska godina kulturne baštine 2018. URL: <http://www.eu.godina.kulturne-bastine.min-kulture.hr/projekt/44#> (2019-08-25)

⁸⁷ Usp. Ciljevi Europske godine kulturne baštine 2018. URL: <http://www.eu.godina.kulturne-bastine.min-kulture.hr/ciljevi/8> (2019-08-25)

godine kulturne baštine na razumijevanju kako se kulturnom baštinom grade snažnija društva, stvaraju radna mjesta i omogućuje napredak, kako zaštititi kulturnu baštinu te važnost koju kulturna baština ima vezana uz naše odnose s ostatkom svijeta⁸⁸. Europska godina kulturne baštine je ujedno bila prilika za isticanjem obrazovne i društvene vrijednosti baštine, njezinog ekonomskog značaja te uloge kod stvaranja ugleda i prepoznatljivosti Europske unije u svijetu⁸⁹.

Tijekom Europske godine kulturne baštine održano je više od 23000 događaja diljem Europe na kojima je prisustvovalo oko 12.8 milijuna ljudi. Program Kreativna Europa pomogla je na više načina, a pokrenut je poziv za projekte suradnje u vrijednosti od 5 milijuna eura. Svi su raznovrsni projekti značajno doprinijeli Europskoj godini kulturne baštine⁹⁰.

Kreativna Europa jest novi, jednostavniji, pristupačniji i prepoznatljiviji program Europske unije u trajanju od 7 godina (2014.-2020.) kojega vodi Izvršna agencija za obrazovanje, kulturu i audiovizualnu djelatnost (*Education, Audiovisual and Culture Executive Agency*). Program pruža podršku kinematografiji i kulturnom i kreativnom sektoru imajući kao cilj njihov doprinos zapošljavanju i održivom rastu, bez obzira na disciplinu. Program MEDIA 2007 (2007. – 2013.), Kultura (2007. – 2013.) i MEDIA Mundus (2011. – 2013.), prije odvojeni mehanizmi potpore, ujedinjeni su programom Kreativna Europa koji služi svim kulturnim i kreativnim industrijama odgovarajući na zasebne potrebe u kulturnom i kreativnom sektoru putem posebnih programskih aktivnosti: Potprogram MEDIA i Potprogram Kultura. MEDIA Mundus je integriran u Potprogram Media, a prije je služio kao poticaj kod ostvarivanja suradnje u međunarodnoj distribuciji europskih filmova. Proračun za razdoblje 2014. – 2020. iznosi 1.46 milijardi eura što ju čini najvećom potporom pruženoj kulturnoj i kreativnoj industriji na svjetskoj razini⁹¹.

Europsku uniju čini raznoliko tržište u kojemu postoji 24 službena jezika, a službeno priznatih manjinskih i regionalnih jezika više od 60. 2007. godine provedeno je istraživanje *Barometra* u kojemu se navodi jedan mali postotak građana Europe koji gledaju strane

⁸⁸ Ibid.

⁸⁹ Usp. European Commission. Creative Europe: Monitoring Report, 2018. Str. 22. URL: <https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/sites/creative-europe/files/library/creative-europe-monitoring-report-2018.pdf> (2019-08-28)

⁹⁰ Ibid.

⁹¹ Usp. Hrvatska i Program Kreativna Europa (2014.-2020.). URL: http://mediadesk.hr/hr/potprogram_media/hrvatska_i_program_kreativna_europa_2014_2020 (2019-08-25)

filmove, a knjige stranih autora čita samo 7%⁹². Stoga je Potprogram Kultura pružila potporu europskim nakladnicima koji nastoje pružiti europske knjige raznolikim čitateljima. Potprogram Kultura godišnje podržava 60 nakladnika, a procjenjuje se kako je tijekom 2018. godine 440 knjiga prevedeno i promovirano raznim kanalima. Budući da knjižnica Kreativne Europe broji više od 70% svih prijevoda sa jezika manjih govornih područja, moguće je zaključiti kako odražavaju jezičnu i kreativnu raznovrsnost europskih priča. Upravo je hrvatski nakladnik VBZ zahvaljući Potprogramu Kultura svojom nakladom „Europom u 30 knjiga“ koja prikazuje bogatstvo europske književnosti zaradio ugled u vlastitoj zemlji⁹³.

⁹² Ibid.

⁹³ Usp. European Commission. Op. cit, str. 35.

5. Digitalizacija kulturne baštine

Kao što se prepoznaje u radu, iznimno je važno sačuvati kulturnu baštinu i raditi na njezinom daljnjem očuvanju, korištenju i osvještavanju javnosti o njezinim potrebama i mogućnostima. Digitalizacija baštine je jedan od načina kako je sačuvati, omogućiti njezino korištenje puno većem broju znanstvenika, istraživača i svim zainteresiranim dionicima i to na sigurniji način koji sprječava razna oštećenja pomoću nove tehnologije kojom se odvija međusobna komunikacija, ali i novi, kreativni načini njezinog korištenja i promicanja.

Digitalizacijom se pretvaraju objekti kulturne baštine iz analognih u digitalne oblike poput slike, teksta, zvuka, animacije, filma. Zajedničko je arhivskoj, knjižničnoj i muzejskoj građi što formalno i sadržajno sadrže elemente identiteta, kontinuiteta, jedinstvenosti, izvornosti, tradicije i autentičnosti što ju čini dijelom nacionalne kulturne baštine. Građa AKM ustanova sadrži i velik informacijski potencijal koji može otkriti povijest i razvoj sredina, ustanova i djelatnosti, a korisniku pruža mogućnost istraživanja vlastite obitelji kroz prošlost ili zavičaja nadopunjavajući njihovo znanje i doživljaj. Takva građa u informacijskom okruženju treba djelovati kao interoperabilna cjelina baštine radi pružanja potpune usluge korisnicima te mogućnost sa uspostavljanjem komunikacije i interakcije s kulturnom baštinom Europe, ali i cijelog svijeta⁹⁴.

Digitalizacija u Hrvatskoj započela je devedesetih godina kada je došlo do sve veće uporabe novih informacijskih tehnologija i potrebe za njezinom implementacijom koja dopire do svih oblika društvenog djelovanja. Tadašnje karakteristike digitalizacije bile su mala količina digitalizirane građe, fragmentiranost projekata, nedostatak strategije, poučavanja i jasnog financijskog okvira provedbe projekata. Seminar *Arhivi, knjižnice i muzeji : mogućnosti suradnje u okruženju globalne informacijske infrastrukture* bavio se od 90-ih sustavno na području suradnje triju disciplina informacijskih znanosti uključujući i područje primjene informacijskih tehnologija, digitalizacije i trajne pohrane digitalne građe. Konferencija *LIDA : Libraries in the Digital Age* pomogla je kod obrazovanja knjižničara u tom području. Nažalost, suradnja triju disciplina nije realizirana, a uvidom u stanje digitalizacije očitovala se potreba za pokretanjem nacionalnog suradničkog projekta radi

⁹⁴ Usp. Seiter-Šverko, Dunja. Nacionalni program digitalizacije arhivske, knjižnične i muzejske građe i projekt „Hrvatska kulturna baština“. // Vjesnik bibliotekara Hrvatske 55, 2(2012), str. 2-3.

širenja dostupnosti, olakšanog pristupa građi nacionalne baštine, korištenja i razmjene sadržaja, te stvaranju ujednačenog pristupa digitalnim sadržajima⁹⁵.

Maja Šojat-Bikić navodi kako projekti digitalizacije na našem području i dalje ne obuhvaćaju željenu mjeru koja je potrebna kod oblikovanja i proizvodnje digitalnih sadržaja za korištenje široj korisničkoj zajednici. Postoje ograničenja radi tehničkih, financijskih i profesionalnih razloga u radu baštinskih ustanova zbog kojih su prisiljene dati prednost internoj digitalizaciji kako bi se građa dokumentirala i stvorili digitalni katalozi i obavijesna pomagala. Šojat-Bikić zatim upozorava kako digitalna baština nadilazi katalošku razinu opisa građe tako da nam pomaže pri tumačenju kulturnih fenomena ili cjelokupne kulture, omogućuje proširivanje funkcionalnosti, bogatu interaktivnost, multimedijalnost te povezivanje i pretraživanje različitih izvora baštine. Među brojnim dobrobitima koje pruža digitalizacija kulturne baštine nalazi se i mogućnost pristupa digitalnim sadržajima velikom broju korisnika putem interneta⁹⁶.

5.1. Primjeri dobre prakse

Kao jedan od najprepoznatljivijih primjera digitalizacije kulturne baštine u Hrvatskoj prepoznaje se projekt pod nazivom *Hrvatska kulturna baština*⁹⁷. Nacionalni projekt je pokrenulo Ministarstvo kulture Republike Hrvatske, a u njemu sudjeluju još i Nacionalna i sveučilišna knjižnica u Zagrebu, Muzejski dokumentacijski centar i Hrvatski državni arhiv potpisavši Sporazum o suradnji 12. ožujka 2007. godine u razdoblju od 2007. do 2009. godine. Cilj projekta bio je stvoriti i učiniti dostupnim skup digitalnih zbirki građe koja se nalazi u arhivima, knjižnicama i muzejima, a posjeduje prepoznatljivost ili nacionalno značajni sadržaj te omogućiti jačanje institucionalne sposobnosti uključenih ustanova pomoću projekta. Zbog male količine metapodataka od digitalizirane građe, projekt se oslanja na model metapodataka o opisu zbirke jer se nastojalo registrirati sve digitalne zbirke hrvatske kulturne baštine na portalu Kultura.hr (www.kultura.hr) radi identifikacije i opisa što većeg broja zbirki. Zamisao projekta bila je pružiti mogućnost ustanovama pohranu

⁹⁵ Ibid, str. 5-6.

⁹⁶ Usp. Šojat-Bikić, Maja. Hrvatska tradicijska baština online: stanje i mogućnosti. // Etnološka istraživanja, 16(2012), str. 104.

⁹⁷ Hrvatska kulturna baština. URL: <http://www.kultura.hr/> (2019-08-05)

digitalizirane građe u zbirke na portal Kultura.hr ili njihovu objavu na svojim mrežnim stranicama⁹⁸.

Dunja Seiter-Šverko zaključuje kako se prilikom provedbe Nacionalnog projekta Hrvatska kultura baština ukazao nedostatak znanja i zanimanja ustanova za postupke kod digitalizacije, nedovoljno poznavanje objekata, praksa i manifestacija kulturne baštine. Osim toga, uočen je nedostatak ideja za projekte što govori o nedovoljnom poznavanju građe, ali i same digitalizacije. Ustanove sa kvalitetnijim resursima pokazale su veće zanimanje za digitalizacijom od ustanova sa slabijim resursima, te ustanove uglavnom zaključuju kako je za digitalizaciju potrebno posjedovanje vlastite opreme za skeniranje. Lokalne sredine se pak nisu dovoljno uspješno motivirale za zaštitu i korištenje građe kulturnih ustanova, niti je ostvarena dovoljna razina suradnja ustanova. Zatim se navodi kao dio problema nepostojanje skupnih kataloga i nacionalne baze podataka zbirki, nepotpuna obrađenost zbirki, neodgovarajući uvjeti pohrane, nedostatak obavijesnih pomagala, nedovoljna iskorištenost infrastrukturnih i ljudskih resursa. No, Seiter-Šverko ističe kako je projekt okupio ustanove u kulturi i znanosti radi razmjene znanja, ideja i vještina prvi put na nacionalnoj razini te doveo do digitalizacije građe na korist cijele korisničke zajednice. Nadalje, pokazalo se kako se sve veći broj ustanova uključuje u digitalizaciju građe, a previđa se da će doći do rasta znanja o postupcima digitalizacije. Za kraj, Seiter-Šverko iskazuje potrebu za daljnjim radom na poučavanju, povezivanju metapodataka ustanova, za stvaranjem kvalitetnije informacijske infrastrukture te ističe potrebu uključivanja digitalizacije baštine u održivo gospodarstvo, korištenje digitalnih sadržaja u obrazovanju i potrebu za daljnjim razvojem nacionalnog projekta Hrvatska kulturna baština⁹⁹.

Postoji Projekt Creapolis – muzeji društva i urbana kreativnost: baština kao izvor inspiracije kreativnim industrijama (2016.-2017.) koji je interdisciplinarni projekt na međunarodnoj razini okupio muzeje „društva“, posebice gradske i etnografske muzeje iz šest europskih gradova, a to su: Helsinki, Amsterdam, Barcelona, Volos, Ljubljana i Zagreb. Ciljevi projekta bili su promocija kulturne baštine kao izvorom inspiracije, stvaranje novih proizvoda kako bi se svim vrstama posjetitelja mogla omogućiti dostupnost baštine te rad s novim vrstama korisnika koji nisu posjetitelji muzeja¹⁰⁰. Zvezdana Antoš govori o želji za primjenom nove metode rada i dobre prakse u muzejima zemalja partnera, ali i na široj razini.

⁹⁸ Usp. Seiter-Šverko, Dunja. Op. cit, str. 7-8.

⁹⁹ Ibid, str. 12-14.

¹⁰⁰ Usp. Antoš, Zvezdana. Projekt Creapolis – Muzeji društva i urbana kreativnost: baština kao izvor inspiracije kulturnim i kreativnim industrijama. // Etnološka istraživanja, 23(2018), str. 9-10.

Također ističe projekt Creapolis kao dobrim primjerom uključivanja posjetitelja i zajednice, ne samo lokalne već i šire, u promicanje kulturne baštine kao nepresušni izvor inspiracije, kao primjer inovativnog pristupa kod ostvarivanja komunikacije s muzejskom baštinom i interakcije muzeja sa ostalim kulturnim i kreativnim sektorima. Pomoću ovoga projekta, omogućeno je približavanje muzejskim sadržaja prema ciljanoj skupini putem formalnih i neformalnih metoda učenja u čemu je sudjelovao i Etnografski muzej u Zagrebu. Projekt Creapolis je nastavljen 2018. godine putem različitih oblika suradnje na međunarodnoj i međuinstitucionalnoj razini, a prema Zvezdani Antoš, imat će trajni učinak i održivost i nakon realizacije zbog plana o daljnjem razvitku i inovativnom načinu sudjelovanja sudionika, posebno mladih, kod stvaranja novog stalnog postava u Etnografskom muzeju u Zagrebu stvarajući time nova znanja i kreativnost. Antoš napominje kako je važno uključiti mlade i građane radi razumjevanja etnografske baštine i važnosti koju pridaje zajednici omogućujući pritom različite oblike provođenja vremena sa raznim inovativnim i suvremenim načinima učenja¹⁰¹.

Još jedan hvalevrijedan projekt jest Digitalizacija, bibliografska obrada i istraživanje tekstova zadarsko-šibenskog područja iz razdoblja do kraja 19. stoljeća pisanih glagoljicom, bosančicom i latinicom koji se izvodi od siječnja 2016. na Sveučilištu u Zadru. Projekt je iniciran od strane Odjela za informacijske znanosti koji se nalazi u sklopu Sveučilišta u Zadru čiju su podršku dobili, u suradnji sa Vestigia institutom koji se bavi istraživanjem rukopisa sa Sveučilišta u Grazu. Projekt vodi doc. dr. sc. Marijana Tomić, a suvoditelj i predstavnik suorganizatora je prof. dr. sc. Erich Renhart. Ovaj projekt okupio je brojne suradnike sa Odjela za izobrazbu učitelja i odgojitelja, Odjela za kroatistiku i Odjela za povijest za Sveučilišta u Zadru, ali i suradnike sa hrvatskih i stranih institucija koje obavljaju različite aspekte istraživanja vezanih uz rukopis i staru tiskanu građu kao što je Hrvatska akademija znanosti i umjetnosti, Državni arhiv u Zadru, Arhiv Zadarske nadbiskupije, Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Staroslavenski institut, Odjel za komunikacijske znanosti Sveučilišta u Vilniusu, Litva, UCLA, SAD, Švedska, Malta i druge. Digitalizacija građe obavlja se pomoću stalka za digitalizaciju osjetljive i krhke stare i rijetke građe tako da ju ni na koji način ne oštećuje¹⁰². Postavljeni su opći i posebni ciljevi koji se nastoje ostvariti pomoću ovoga projekta u skladu sa petogodišnjim Projektnim planom (2016.-2020.). Pod

¹⁰¹ Ibid, str. 23.

¹⁰² Usp. Tomić, Marijana. Projekt „Digitalizacija, bibliografska obrada i istraživanje tekstova zadarsko-šibenskog područja iz radoblja do kraja 19. st. pisanih glagoljicom, bosančicom i latinicom“. // @rhivi 1, 1(2017), str. 11.

općim ciljevima nalaze se: (1) digitalizacija, katalogizacija i komunikacija baštine koja se nalazi na zadarskom i šibenskom području, radova i rezultata istraživanja vezanih uz nju te sustavno istraživanje i primjena raznih standarda, smjernica, modela i pravilnika za pisanu baštinu, (2) istraživanje pisane baštine i potreba znanstvenika iz područja humanističkih znanosti te mogućnosti Sveučilišta u Zadru koje može pružiti kod ispunjenja potreba znanstvenika vezanih za istraživanje kulturne baštine sa svojom postojećom infrastrukturom i resursima, (3) uključivanje studenata, javnosti i zajednice. Posebni ciljevi su: (1) digitalizacija zbirke stare i rijetke građe zadarskog područja, (2) inventarizacija, registracija zbirke i zaštita, (3) bibliografska obrada, istraživanja katalogizacije stare i rijetke građe, posebice rukopisa, izrada bibliografija, kataloga, baza podataka, sudjelovanje u projektima, (4) istraživanje pisane baštine na zadarskom području, (5) stvaranje infrastrukture koja omogućuje suradnička istraživanja pisane baštine, izrada i korištenje alata radi istraživanja rukopisa u digitalnom okruženju, (6) objavljivanje digitalizirane građe i podataka vezanih uz pisanu baštinu zadarskog i šibenskog kraja na mrežnom portalu, (7) promocija otvorenog pristupa i aktivnog sudjelovanja javnosti u projektima o pisanoj baštini te (8) uključivanje studenata u projekt, provođenje laboratorijske i terenske nastave, pružanje podrške obrazovnim aktivnostima na odjelima Sveučilišta u Zadru kako bi se senzibiliziralo studente prema kulturnoj baštini, njezinoj zaštiti, istraživanju, obradi i komunikaciji¹⁰³. Portal projekta se prilagođava i razvija u skladu s njegovim potrebama, sadrži katalog digitalizirane građe i katalog vodenih znakova, a radi se na stvaranju leksikona pisane baštine i bibliografiji radova o pisanoj baštini. Unutar portala planiraju se dodati alati koji bi se koristili u svrhu znanstvenih istraživanja i društvenog onačivanja kako bi zajednica mogla sudjelovati u istraživanju glagoljske baštine. Virtualna izložba Kaljski glagoljski rukopisi koja je izrađena u sklopu 300. obljetnice kaljske Bratovštine sv. Križa, 8.5.1717.-8.5.2017., važan je rezultat projekta koji je prikazan na atraktivan i informativan način. Vrlo je pohvalno, ali i poticajno to što je izuzetno dobro prihvaćena od znanstvene zajednice, ali i lokalnog stanovništva¹⁰⁴.

Maja Šojat-Bikić istražila je cjelokupnu online domenu hrvatske kulturne baštine pomoću čega je zaključila kako još uvijek postoje malobrojni primjeri baštine koji provode komunikaciju putem weba. Većinom su kreativni pojedinci i udruge zaslužni za te malobrojne primjere, a u znatno manjoj mjeri muzejske ili srodne ustanove. Šojat-Bikić navodi neke primjere dobre prakse koje se bave hrvatskom tradicijskom baštinom putem

¹⁰³ Usp. 1.2 Ciljevi. Pisana baština. URL: <https://pisanabastina.unizd.hr/?cnt=goals> (2019-08-20)

¹⁰⁴ Usp. Tomić, Marijana. Op. cit, str. 13.

online domene, a to su sljedeći: Ekomuzej Kuća o batani – Casa della batana, Rovinj, Zbirka tradicionalnih afričkih umjetnina Drage Muvrina, virtualna izložba Slavonija, Baranja i Srijem – vrela europske civilizacije, Hrvatska tradicijska glazbala, Virtualni muzej tradicijske glazbe Međimurja, Glagoljaško pučko crkveno pjevanje u Šibenskoj biskupiji. Također navodi i virtualne zajednice koje se nalaze u domenu tradicijske baštine među kojima se nalazi: projekt Očuvanje vlaškog i žejanskog jezika, mrežna stranica Istrorumunji u Hrvatskoj. Pod ostale mrežne izvore koji služe proučavanju hrvatske tradicijske baštine još je navedeno digitalizirano izdanje Hrvatske narodne popijevke iz Istre od Gradske knjižnice i čitaonice Pule, izvori koji se nalaze u Digitalnom repozitoriju Hrvatske akademije znanosti i umjetnosti i Digitalna zbirka Filozofskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu¹⁰⁵.

¹⁰⁵ Usp. Šojat-Bikić, Maja. Op. cit, str. 114-120.

6. Kulturna i kreativna industrija

Sve je veći značaj kreativnosti u suvremenom dobu kada ona nije prepoznata samo kao pokretač inovativnosti nego i kao ključni čimbenik razvoja osobnih, društvenih, profesionalnih i poduzetničkih vještina. Simona Goldstein upozorava kako se nedovoljno posvećuje brige i rada radi poduzetničkog obrazovanja radne snage koja se nalazi u sektoru kreativnih industrija niti postoje investicije u navedenom sektoru osim ulaganja od strane samih poduzetnika koji su dio mikropoduzeća te standardizirane ponude financijskih kuća namijenjenih malim poduzetnicima¹⁰⁶.

Pojam kulturne industrije skovali su Adorno i Horkamer u djelu *Dijalektika prosvjetiteljstva* 1947. godine. 1990-ih godina prošloga stoljeća dogodio se brz razvoj tehnologije i novih medija što je učinilo sam koncept kulturnih industrija nedostatnim stoga se uvodi termin kreativne industrije. 1994. godine je došlo do prve uporabe pojma „kreativne industrije“ u Australiji u dokumentu *Creative Nation*. Dokument *Creative Industries Mapping* objavljen 1997. godine od strane britanskog ureda za kreativne industrije Odjela za kulturu, medije i sport (DCMS) definira kreativne industrije kao one djelatnosti koje su nastale pomoću kreativnosti, talenata i vještina pojedinaca, a posjeduju potencijal za stvaranje radnih mjesta i bogatstva putem proizvodnje i iskorištavanja intelektualnog vlasništva¹⁰⁷. Kada je riječ o industrijskoj proizvodnji kulturnih proizvoda, postoji nekoliko sinonima koji se koriste ovisno o teritorijalnoj pripadnosti. Termin *kreativne industrije* koristi se u Velikoj Britaniji, Novom Zelandu, Švicarskoj, Indiji, Kini, Koreji, Singapuru, Brazilu i Kolumbiji dok se termin *kulturne industrije* koristi u Njemačkoj, Francuskoj i Kanadi. Postoji još jedan termin, *copyright industrije*, koji se koristi u Australiji i SAD-u¹⁰⁸.

Kreativna industrija nalazi se unutar pojma kreativna ekonomija koji, prema Howkinsu (2003), obuhvaća sustav za proizvodnju, potrošnju i razmjenu dobara i usluga. Howkins dijeli kreativnu ekonomiju na petnaest sektora: oglašavanje, arhitektura, likovne umjetnosti, umjetnički obrt, dizajn, moda, film, glazba, izvedbene umjetnosti (kazalište, ples, balet, opera), nakladništvo, istraživanje i razvoj, softver, igračke i igre (bez videoigara), TV i radio, videoigre¹⁰⁹. Podjela sektora kreativnih i kulturnih industrija u Republici Hrvatskoj se

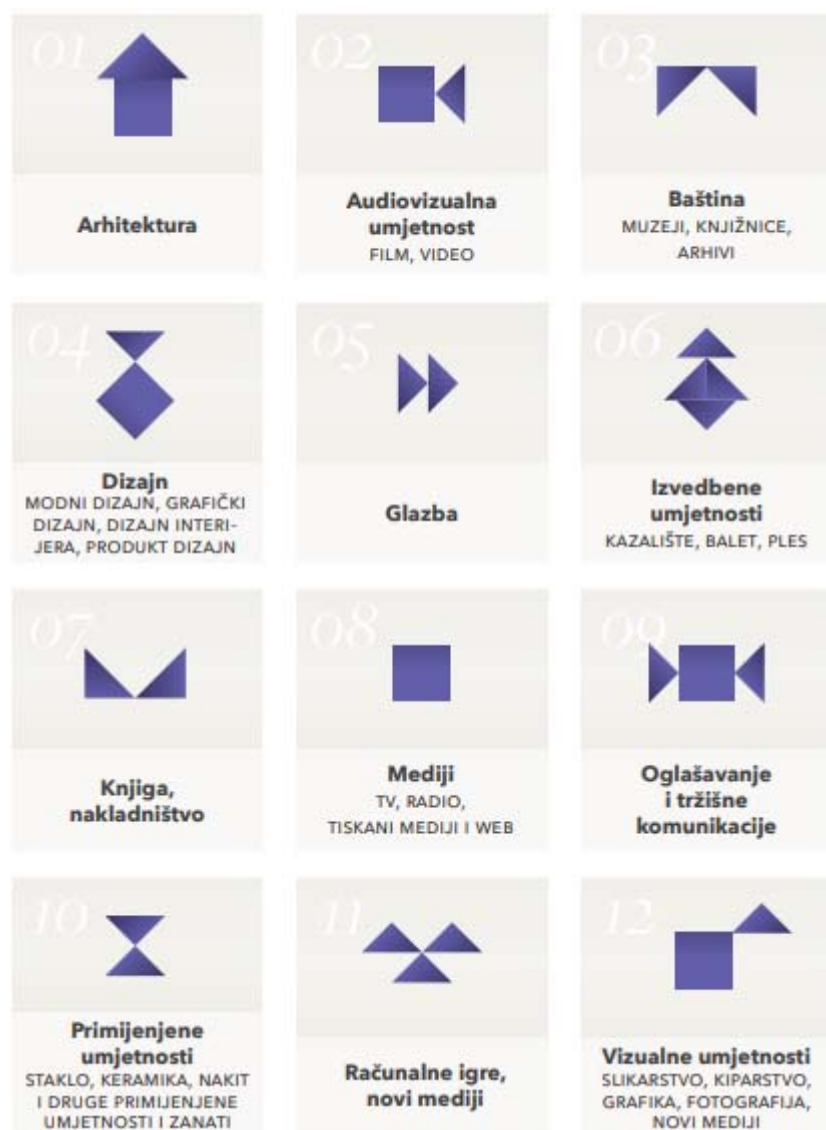
¹⁰⁶ Usp. Goldstein, Simona. Poduzetništvo u kreativnim industrijama. Zagreb: Hrvatska sveučilišna naklada, 2016. Str. 14.

¹⁰⁷ Usp. Antoš, Zvezdana. Op. cit, str. 10-11.

¹⁰⁸ Usp. Tomašević, Nives. Horvat, Jasna. Op. cit, str. 18.

¹⁰⁹ Usp. Tomašević, Nives. Op. cit, Str. 10.

razlikuje po tome što se sastoji od 45 djelatnosti od kojih su 43 potpuno kreativne, a 2 djelomično kreativne. Skup od 45 djelatnosti je grupiran u 12 pod-sektora što je definirano od strane Hrvatskog klastera konkurentnosti kreativnih i kulturnih industrija (HKKKKI)¹¹⁰.



Slika: 2. Sektori kreativne industrije u Republici Hrvatskoj (Izvor: Horvat, Jasna; Mijoč, Josipa; Zrnić, Ana. Ars Andizetum : Riznica projekata kreativne industrije Instituta Andizet. 2018.¹¹¹)

HKKKKI zaslužan je za prvo mapiranje kreativnih i kulturnih industrija u Republici Hrvatskoj, a osnovan je na inicijativu Ministarstva gospodarstva RH prepoznavši važan potencijal koji se krije u kulturi i kreativnosti. Njegova je funkcija posrednička koja služi za

¹¹⁰ Usp. Hrvatski klaster konkurentnosti kreativnih i kulturnih industrija. Mapiranje kreativnih i kulturnih industrija u Republici Hrvatskoj. Zagreb: Ekonomski institut, 2015. Str. 21.

¹¹¹ Horvat, Jasna; Mijoč, Josipa; Zrnić, Ana. Ars Andizetum: Riznica projekata kreativne industrije Instituta Andizet. Osijek: Andizet – Institut za znanstvena i umjetnička istraživanja u kreativnoj industriji, 2018. Str. 15.

uspostavljanje komunikacije i suradnje među različitim sektorima te za stvaranje mreže predstavnika industrije, akademsko-znanstvenih i državnih institucija. Postoji pet prioriteta područja njegova djelovanja, a to su sljedeća:

1. Pružanje podrške istraživačko-razvojnim aktivnostima, eksperimentima, poduzetništvu i inovacijama u području kulturne i kreativne industrije
2. Poboljšanje pristupa financiranju
3. Razvoj ljudskih resursa
4. Učvršćivanje infrastrukturne i institucionalne podrške radi razvitka kreativne i kulturne industrije
5. Intenziviranje učinaka prelijevanja sa kreativne i kulturne industrije na druge i društvo u cjelini¹¹².

Broj zaposlenih u kulturnom i kreativnom sektoru Europske unije iznosi 8,5 milijuna kreativnih djelatnika, a povećava se svake godine. 2012. godine kulturni i kreativni sektor nalazio se na trećem mjestu (iza građevinskog i prehrambenog sektora), a prihodi dobiveni iz tog sektora su iznosili 4,2% europskog bruto domaćeg proizvoda¹¹³. Kulturni i kreativni sektor u Republici Hrvatskoj ostvaruje prihod koji je veći od 15 milijardi kuna, a BDP iznosi 2,3%. Više od 42 tisuće ljudi je zaposleno u navedenom sektoru što znači da čak 3% ukupno zaposlenih u Hrvatskoj radi u kulturnom i kreativnom sektoru¹¹⁴.

Uočene su sljedeće specifičnosti sektora kreativnih i kulturnih industrija u Hrvatskoj:

- Značajan prostor za ekspanziju sektora i dinamiziranje aktivnosti (a time i za povećanje zaposlenosti);
- Poduzetnički i upravljački potencijal kreativnih profesionalaca koji su nositelji aktivnosti u sektoru – podaci o porastu broja poduzeća govore o prepoznatom ekonomskom potencijalu ovoga sektora među poduzetničkom populacijom;
- Radi se o sektoru kojega karakterizira usitnjena gospodarska struktura, u kojem prevladavaju mikro-poduzeća i iznadprosječan broj samozaposlenih;

¹¹² Usp. O Hrvatskom klasteru konkurentnosti kreativnih i kulturnih industrija. Hrvatski klaster konkurentnosti kreativnih i kulturnih industrija. URL: <http://hkkkki.eu/index.php/o-hkkkki/> (2019-08-15)

¹¹³ Usp. Tomašević, Nives. Op. cit, Str. 13.

¹¹⁴ Usp. Kulturne i kreativne industrije, vrijedne više od 15 milijardi kuna, očekuju rast i u 2016. Hrvatska udruga poslodavaca. 2015. URL: <https://www.hup.hr/kulturne-i-kreativne-industrije-vrijedne-vise-od-15-milijardi-kuna-ocekuju-rast-i-u-2016.aspx> (2019-08-20)

- Sektor je u odnosu na ukupno gospodarstvo konkurentniji, ali je i znatno oslabljen dugogodišnjom recesijom.¹¹⁵

Moguće je prepoznati pomake na području rada vezanog uz kulturne i kreativne industrije u Hrvatskoj. Naime, sedam ministarstava (Ministarstvo vanjskih i europskih poslova, Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova EU, Ministarstvo kulture, Ministarstvo turizma, Ministarstvo poduzetništva i obrta, Ministarstvo gospodarstva i Ministarstvo znanosti obrazovanja i sporta) potpisalo je *Izjavu o namjeri poticanja razvoja kreativnih i kulturnih industrija u Republici Hrvatskoj* u studenome 2015. godine. *Izjava* je uzeta kao osnova za izradu i provedbu mjera za razvoj kulturnih i kreativnih industrija te jačanje infrastrukturne i institucionalne podrške u razvoju kulturne i kreativne industrije u vremenu od 2016. do 2020. godine¹¹⁶. Goldstein navodi kako je time postavljen temelj kojim bi se izradila nacionalna strategija¹¹⁷.

Dokaz kako je do promjena moguće doći jest rebalans državnog proračuna Ministarstva kulture u 2018. godini koji je iznosio 1.256 milijuna kuna što znači da je povećan za 15,4% u usporedbi sa 2017. godinom. Proračun od 2016. do 2018. povećan je za čak 285 milijuna kuna¹¹⁸.

KULTURNO PODRUČJE*	PRIJAVLJENI PROGRAMI	TRAŽENA SREDSTVA	ODOBRENI PROGRAMI	ODOBRENA SREDSTVA
Umjetničko stvaralaštvo i kulturne i kreativne industrije	9.305	403.354.300	3.466	105.556.347
Sustav arhiva, knjižnica i muzeja	1.662	82.246.345	862	30.374.230
Kulturna baština	2.286	547.002.973	1.383	128.339.146
Investicije	782	357.616.784	306	87.979.222
Međunarodna kulturna suradnja	1.277	35.574.737	872	11.725.879
UKUPNO	15.312	1.425.795.140	6.889	363.974.824

Slika 3. Prikazuje financiranje programskih djelatnosti po kulturnim područjima. (Izvor: Godišnje izvješće Ministarstva kulture 2018., str. 3.¹¹⁹)

¹¹⁵ Mapiranje kreativnih i kulturnih industrija u Republici Hrvatskoj. Hrvatski klaster konkurentnosti kreativnih i kulturnih industrija, 2015. Str. 16. URL:

<https://www.hup.hr/EasyEdit/UserFiles/JASMINKA/Mapiranje%20kreativnih%20i%20kulturnih%20industrija%20u%20Republici%20Hrvatskoj.pdf> (2019-08-20)

¹¹⁶ Usp. Sedam ministara potpisalo Izjavu o namjeri poticanja razvoja kreativnih i kulturnih industrija u Republici Hrvatskoj. Ministarstvo gospodarstva, poduzetništva i obrta, 2015. URL:

<https://www.mingo.hr/page/sedam-ministara-potpisalo-izjavu-o-namjeri-poticanja-razvoja-kreativnih-i-kulturnih-industrija-u-republici-hrvatskoj> (2019-08-22)

¹¹⁷ Usp. Goldstein, Simona. Op. cit, Str. 11.

¹¹⁸ Usp. Godišnje izvješće Ministarstva kulture 2018. Ministarstvo kulture Republike Hrvatske. URL:

https://www.min-kulture.hr/userdocsimages/2018%20poziv/obraci/godi%C5%A1njak_2019-02-20_023.pdf (2019-08-25)

¹¹⁹ Godišnje izvješće Ministarstva kulture 2018. Op. cit, str. 3.

Ministarstvo kulture RH kroz *Poziv za predlaganje programa javnih potreba u kulturi Republike Hrvatske* osigurava sredstva za javne potrebe u kulturi u koje se ubrajaju djelatnosti u kulturi, projekti, aktivnosti i manifestacije koje su od interesa za RH. Pažnja je posebice usmjerena na projekte i programe koji promiču međukulturni dijalog, razvoj civilnog društva, oni koji su stručno utemeljeni i imaju visoku razinu kvalitete, ekonomični, profilirani, koji se kontinuirano odvijaju te koji hrvatsku kulturu stavljaju u europski kontekst¹²⁰. Nadalje, Ministarstvo kulture u suradnji s Ministarstvom gospodarstva, poduzetništva i obrta provodi još i *Javni poziv za poticanje poduzetništva u kulturnim i kreativnim industrijama* s ciljem jačanja poduzetništva na tome području. 2018. godine ministarstva su izdvojila 8 milijuna kuna, čak 4 puta više u usporedbi sa prošlom i godinom ranije. Unutar književno nakladničke i knjižarske djelatnosti prihvaćeno je 45 potpora u vrijednosti od 3.556.959,06 kn. Unutar tih 35 potpora, 17 se odnosi na knjižarske programe, a 5 na otvaranje novih knjižara. 28 potpora odobreno je gospodarskim subjektima u književno-nakladničkom području. Novost je što su 2018. godine pravni subjekti iz područja razvoja i proizvodnje videoigara prvi puta ostvarili potporu što je pomoglo i pružilo daljnje unaprjeđenje ovoga područja kulturnih i kreativnih industrija¹²¹.

Slika 4. Financiranje umjetničkog stvaralaštva i kulturnih i kreativnih industrija 2018. godine (Izvor: Ministarstvo kulture, 2018.¹²²).

UMJETNIČKO STVARALAŠTVO I KULTURNE I KREATIVNE INDUSTRIJE	ODOBRENI PROGRAMI	ODOBRENA SREDSTVA
Audiovizualne djelatnosti (Pulski filmski festival)	1	1.800.000
Časopisi	66	3.782.000
Dramska i plesna te izvedbene umjetnosti (s HNK u Zagrebu)	410	29.679.379
Glazbene i glazbeno-scenske umjetnosti	340	10.181.500
Inovativne umjetničke i kulturne prakse	257	6.167.000
Književne manifestacije	116	3.455.900
Književni programi knjižara	22	398.350
Književno stvaralaštvo	74	2.016.000
Kulturno-umjetnički amaterizam	450	6.182.500
Otkup knjiga	708	13.824.323
Poduzetništvo u kulturi i kreativnim industrijama	119	8.000.000
Potpore knjizi	365	4.513.500
Potpore knjizi strana	47	726.750
Razvoj publike u kulturi	27	1.000.000
Redovna djelatnost udruga	36	6.870.000
Ruhsak (pun) kulture	67	905.145
Vizualne umjetnosti	361	6.054.000
UKUPNO	3.466	105.556.347

¹²⁰ Usp. Poziv za predlaganje programa javnih potreba u kulturi Republike Hrvatske za 2019. godinu. Ministarstvo kulture Republike Hrvatske. URL: <https://www.min-kulture.hr/default.aspx?ID=19966> (2019-08-25)

¹²¹ Usp. Objava rezultata Javnog poziva za poticanje poduzetništva u kulturnim i kreativnim industrijama u 2018. godini. Ministarstvo kulture Republike Hrvatske. URL: <https://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=20106> (2019-08-25)

¹²² Godišnje izvješće Ministarstva kulture 2018. Op. cit, str. 7.

Postoji još jedan način financiranja kulture u Hrvatskoj, a to je Zaklada „Kultura nova“ koja je prva zaklada osnovana od strane države u sektoru kulture čime je Hrvatska iskoračila i približila se prema europskim praksama koje razvijaju sustav financiranja u umjetničkom i kulturnom polju putem različitih mehanizama¹²³. Zaklada je uvedena 2011. godine kao novi model javnog financiranja u kulturi sa svrhom da bude dodatna mjera u financiranju kulture u području umjetnosti i suvremene kulture. Djeluje kao autonomno tijelo pružajući financijsku i stručnu podršku organizacijama u civilnom sektoru – udrugama i umjetničkim organizacijama u području kulture¹²⁴.

6.1. Nakladništvo kao dio kulturne i kreativne industrije

Koncept kreativne ekonomije omogućio je kreativnim poslovima stvaranje ekonomskog rasta, prihode izvoza i radnih mjesta, ali i ostvarivanje socijalne komponente koja se sastoji od društvenog razvoja, promicanja socijalne inkluzije i kulturne raznolikosti¹²⁵. Postoji problem s kreativnim industrijama na hrvatskom području koji se ističe u izdavaštvu, vizualnim umjetnostima i izvedbenim umjetnostima koje obuhvaćaju kulturnu baštinu, glazbu i razne interdisciplinarne aktivnosti. Naime, kao problem prepoznat je njihovo dvojako percipiranje kao ekonomski sektor i kao kulturno dobro od strane šire javnosti, ali i stručnjaka. Time dolazi do percipiranja navedenih kreativnih industrija da su isključivo u nadležstvu ministarstava kulture i znanosti, obrazovanja i sporta što zapravo onemogućuje međusektorsku i međuinstitucionalnu suradnju zbog čega dolazi do gubitka njihova potencijalnog sinergijskog učinka¹²⁶.

Kreativna ekonomija prepoznata je kao kompleksno područje predmeta istraživanja i iz razloga što se simbolički proizvodi u njoj razlikuju od ostalih. Naime, proizvodi kreativne ekonomije su posebni po tome što imaju velik društveni utjecaj jer, osim materijalne, imaju veliku nematerijalnu vrijednost¹²⁷. Simbolički proizvodi stvaraju se u raznim medijima, a u slučaju da su masovno proizvedeni i distribuirani, uglavnom tvore skupine ili „lance“ povezanih usluga, nisu samostalna djela. Primjer takvih proizvoda su *Harry Potter* od J. K.

¹²³ Usp. Kultura nova. Zaklada Kultura nova. URL: <https://kulturanova.hr/zaklada/o-zakladi> (2019-08-10)

¹²⁴ Usp. Hrvatski klaster konkurentnosti kreativnih i kulturnih industrija. Op. cit, Str. 69.

¹²⁵ Usp. Goldstein, Simona. Op. cit, Str. 53.

¹²⁶ Ibid, Str. 55.

¹²⁷ Usp. Primorac, Jaka. Od nesigurnosti do nesigurnosti: rad i zaposlenost u kulturnim i kreativnim industrijama. // Revija za sociologiju, 42(2012), str. 6.

Rowling, proizvodi Walt Disneyja, a u Hrvatskoj je *Čudnovate zgode šegrta Hlapića* Ivane Brlić-Mažuranić¹²⁸. Nadalje, Tomašević navodi kako je transformacija kulturnog i/ili kreativnog proizvoda u kulturno dobro ovisna o brojnim mehanizmima, među kojima se posebice ističe autentičnost umjetničkog izričaja koji počiva na jedinstvenoj kulturnoj podlozi od određenog autohtonog identiteta¹²⁹.

Kao što je već navedeno u ovome radu, knjiga je glavni nakladnički proizvod, ali i važan dio kulture bez kojega bi ona bila gotovo nezamisliva. Harni stoga govori o odnosu knjige i kulture koji se može promatrati u četiri međusobno povezana aspekta, a navedeni su:

1. Producerski u kojemu je knjiga kulturno dobro, kulturni proizvod
2. Komunikacijski gdje je knjiga medij u kulturi
3. Simbolički u kojemu je knjiga konstitutivna za simboličku narav neke kulture
4. Temporalni u kojemu se knjiga smatra pamćenjem kulture¹³⁰.

Imajući na umu teorije o kulturnoj industriji i kulturnim dobrima, Tomašević i Ljevak Lebeda ističu potrebu za stavljanjem knjige unutar toga konteksta. Tada se postavlja pitanje o trenutku u kojemu je knjiga postala proizvod kulturne industrije. Kao prvi korak, naveden je prijelaz sa tradicionalnog načina proizvodnje knjige na masovnu proizvodnju karakterističnu po jednostavnom i brzom umnažanju. Nakon toga dolazi razvoj računalstva i pojava „široke dostupnosti informacija“ gdje se prepoznaje ključni paradoks informacijske revolucije u kojemu trošak moderne tehnologije i pristupa informacija zapravo ograničava pristup ljudima koji bi imali najviše koristi od toga¹³¹.

Knjigu kao posebnim proizvodom prepoznao je i Escarpit istaknuvši kako je svako čitanje svojevrsan i poseban događaj koji se ne može oponašati, ponoviti ni nadomjestiti, kao što niti jedna knjiga ne može zamijeniti drugu¹³². Escarpit u svome djelu *Revolucija knjige* ističe što zapravo čini knjigu živom stoga dalje govori:

„Doduše čitalački čin već je po svojoj prirodi samotniji od ostalih sredstava komunikacije i umjetničkog izraza, ali samoća piščeva i čitačeva nije asocijalna. Ona je samo jedan od mnogih načina kako da nađemo jedni druge. Onaj koji sam čita u svojoj sobi često je u brojnijem društvu nego kad se s tisuću

¹²⁸ Usp. Tomašević, Nives. Op. cit, Str. 33.

¹²⁹ Ibid, Str. 29.

¹³⁰ Usp. Harni, Slavko. Kriteriji za utvrđivanje svojstva knjige kao kulturnog dobra. // Muzeologija, 48/49(2012), str. 11.

¹³¹ Usp. Tomašević, Nives; Ljevak Lebeda, Ivana. Role of publishing in the cultural and creative industry. // Knygotyra, 62(2014), str. 54.

¹³² Usp. Escarpit, Robert. Op. cit, Str. 189.

drugih gledalaca nađe u kinematografskoj dvorani. I upravo tu vrijednost knjige treba održati i razvijati, jer je njezin glavni zadatak uspostavljanje neograničene trajne i uvijek nove komunikacije među ljudima. Kad knjiga više ne ispunjava taj zadatak, ona je, bez obzira na vanjsku ljepotu i uzvišeni sadržaj, samo mrtva gomila papira i blago bez duše.“¹³³

Knjiga, kao svaki proizvod, a posebice kao rezultat kreativne i kulturne industrije, ne ostvaruje nikakvu ulogu ukoliko se ona ne koristi već odlazi u zaborav. Tomašević stoga zaključuje kako je važno da nakladništvo može prepoznati razlike među potrebama čitatelja i pružiti im vrijednost koju očekuju da će im knjiga dati. Na taj način nakladnik će sačuvati razliku između knjige kao kulturnog kapitala od kojeg živi i knjige kao kulturnog kapitala, odnosno kulturnog dobra u simboličnom smislu u kojemu je kultura prepoznatljiv identifikacijski sustav. Nadalje, istaknuta je važnost poznavanja i njegovanja te razlike posebice u malim kulturama kao što je Hrvatska¹³⁴. Blažević također ističe važnost shvaćanja nakladništva kao industrije koja se bavi stvaranjem i diseminacijom kulturnih, edukativnih i sadržaja zabavnog karaktera kojoj je cilj ostvariti profitabilno poslovanje, ali koja ima i kulturnu ulogu. Kako bi se postigao uspjeh, nakladnik treba donositi odluke u skladu sa razumijevanjem tržišta i promjena, fleksibilnosti koja je važna za brzinu reakcije, odnosno prilagodbu na promjene koje se događaju te je potrebno upravljati marketingom na taktičkoj i strateškoj razini¹³⁵.

Prema prošlogodišnjem istraživanju tržišta knjiga u Hrvatskoj, tek nešto više od polovice stanovnika čita knjige (56% prosjek RH), a iznad prosjeka čita se u području Zagreba i Primorja. Više od prosjeka čitaju visokoobrazovane osobe, osobe koje prebivaju u većim gradovima, mlađe osobe do 24 godine te žene. Pročitane knjige su najčešće posuđene, a ne kupljene, među kojima se nalaze knjige najviše iz područja beletristike (proze). Uočen je porast u čitanju prijevoda stranih autora. Tijekom tri mjeseca, bar jednu knjigu kupi svaki četvrti građanin RH. Što se tiče čitanja knjiga na elektroničkim medijima, one se vrlo malo čitaju, dok se najčešće čitaju dnevne novine te 2/3 ljudi ne bi ništa čitali na internetu i kada bi mogli. Na Slici 5. prikazano je gdje se najčešće knjige kupuju, a nalazi se na sljedećoj stranici. Dakle, knjige se najčešće kupuju u knjižari, a uočava se porast kupovine u

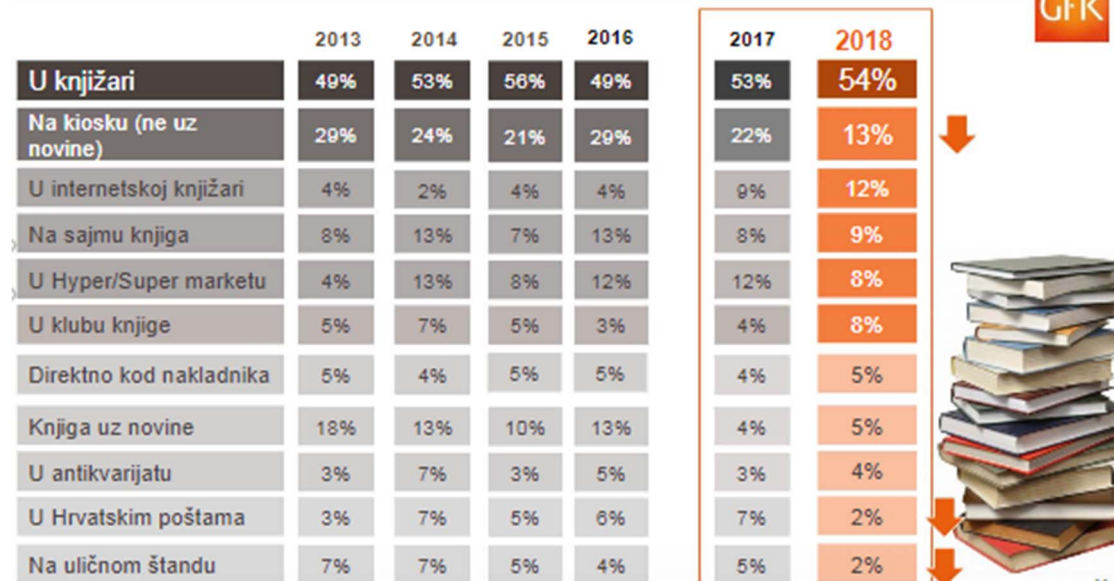
¹³³ Escarpit, Robert. Op. cit, str. 207.

¹³⁴ Usp. Tomašević, Nives. Istraživanja stajališta o čitanju i njihov utjecaj na nakladništvo (ocjena zainteresiranosti za književne vrste). // *Libellarium* : časopis za povijest pisane riječi, knjige i baštinskih ustanova 1, 2(2008), str. 239.

¹³⁵ Usp. Blažević, Leonardo. Moć marketinga u knjižnom nakladništvu. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk, 2016. Str. 230.

internetskoj knjižari, na sajmu knjiga, u klubu knjige, direktno kod nakladnika, knjiga uz novine te u antikvarijatu¹³⁶.

Knjige se najčešće kupuju u knjižari



Slika 5. Prikaz gdje se knjige najčešće kupuju (Izvor: GfK Hrvatska: Istraživanje tržišta knjiga, 2018.¹³⁷).

¹³⁶ Usp. GfK Hrvatska. Istraživanje hrvatskog tržišta knjiga 2018. Moderna vremena. 2018. URL: <https://www.mvinfo.hr/clanak/pogledajte-prezentaciju-gfk-ovog-istrazivanja-trzista-knjiga-u-hrvatskoj-travanj-2018> (2019-08-29)

¹³⁷ Ibid.

7. Naponi u nakladništvu za promicanjem baštine

Nakladništvo i knjigu, glavni nakladnički proizvod, oduvijek je pratila njihova dvostruka priroda koja se prepoznaje kod knjige kao kulturnog dobra i knjige kao tržišnog proizvoda¹³⁸. Osim toga, svaka knjiga sadrži dimenziju dokumentarnosti, bez obzira bila ona književno djelo ili ne, jer će svjedočiti o odlikama vremena u kojemu je nastala sa društvenog i estetskog aspekta, svjetonazoru, običajima, navikama, tehničko-tehnološkoj razvijenosti zajednice i drugim stvarima. Osim dokumentarističke, knjiga se može koristiti još u brojne svrhe kao što su obrazovne, odgojne, promidžbene, ali i u svrhe „podizanja spomenika“ nekom režimu ili pojedincima. Dakle, knjiga se ističe svojom multifunkcionalnošću u usporedbi sa drugim medijima jer se može sastojati od više dimenzija, više uloga i ostvariti svojom uporabom više namjena¹³⁹.

Potrebno je osigurati mjesto knjizi u industriji dokolice kako bi se pružila domaćem stanovništvu, ali i stranim gostima. Naime, dobro promoviran knjižni naslov koji se tiče nekog mjesta, može doprinijeti stvaranju interesa opisanog podneblja i njegovog cijelog kulturnog krajolika. Time se može ostvariti ne samo rast BDP-a, nego i ugleda opisanog i/ili navedenog mjesta. Knjiga stoga može sadržavati i odliku „osobnog pamćenja“ jer može služiti kao „album“ sadržavajući razne uspomene i doživljaje. Nadalje, nakladnik može prepoznati priliku u industriji dokolice da dođe do liderske pozicije uz pomoć svog knjižnog, kulturnog proizvoda. Na taj način može stvoriti niz paketa proizvoda i usluga koji bi bili od interesa i drugim poslovnim partnerima unutar industrije dokolice¹⁴⁰.

Knjiga, budući da je ona proizvod koji u sebi krije brojne potencijale, može se ponuditi na tržištu i kao suvenir. Pojam suvenir označava mali i relativno jeftin predmet koji je kupljen kako bi se poklonio, čuvao, ili kako bi bio uspomena i sjećanje na neku prigodu ili putovanje. Knjige su dio jedinstvenog i neprocjenjivog kulturnog blaga stoga bi trebale biti dijelom turističke ponude radi uloge koje imaju u prezentiranju turističkih destinacija što se posebice odnosi na one prijevode tekstova koji su važni za nacionalnu kulturu¹⁴¹. Budući da

¹³⁸ Usp. Despot, Ivona; Ljevak Lebeda, Ivana; Tomašević, Nives. „Freemium“ poslovni model u nakladništvu: novo oblikovanje za potrebe čitatelja digitalnog doba. // *Libellarium* : časopis za povijest pisane riječi, knjige i baštinskih ustanova 8, 1(2015), str. 87.

¹³⁹ Usp. Tomašević, Nives; Horvat, Jasna. Op. cit, Str. 95.

¹⁴⁰ Ibid, Str. 96.

¹⁴¹ Usp. Horvat, Jasna; Tomašević, Nives. Glagoljica kao tema knjige – kulturnog suvenira. // 14. seminar Arhivi, knjižnice, muzeji: mogućnosti suradnje u okruženju globalne informacijske infrastrukture: zbornik radova / Faletar Tanacković, Sanjica; Hasenay, Damir. Zagreb: Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2011. Str. 181.

se turizam prepoznaje kao sve važniji proizvod globalne turističke industrije gdje je omogućeno upoznavanje i razmjena kulture, kulturnih identiteta i kulturnih dobara, autorice Horvat i Tomašević prepoznaju u knjizi kao kulturnom proizvodu sredstvo kulturne komunikacije. Pritom je glagoljica postavljena na važno mjesto u prioritetnim naslovima kod izbora teme knjige-kulturnog suvenira¹⁴². Knjiga-suvenir bi morala zadovoljiti bar nekoliko pretpostavki:

1. Dostupnost (mogućnost kupnje na različitim mjestima turističke destinacije – od hotela, kampova, benzinskih crpki preko turističkih zajednica, aerodroma, pošta, do knjižara i suvenirnica),
2. Cjenovna prihvatljivost (meki uvez, velika naklada, poticaji Ministarstva turizma i Ministarstva kulture),
3. Vrsnoća prijevoda na neke od svjetskih jezika,
4. Atraktivnost sadržaja i opreme,
5. Stvaranje želje da se knjiga-suvenir ponese kući i pokaže (ustupi ili daruje) znancima,
6. Sadržaj koji omogućuje identificiranje s pojmom i značenjem kulture turističke destinacije.¹⁴³

Glagoljica čini dio hrvatske kulturne baštine te je jedinstven izvor inspiracija, ideja i inovacija, a njezinim se korištenjem ona samo obogaćuje. No, uočava se kako je autor glagoljice Konstantin Ćiril u svojim nastojima za promocijom kršćanske ideologije u obliku novog pisma zapravo u skladu sa današnjim poimanjem vizualne kulturne komunikacije. Glagoljicu se stoga može smatrati kao proizvodom i kao komunikacijskim sredstvom vizualnog marketinga. Smatra se proizvodom zbog njezine široke i svakodnevne primjene od velikog broja „potrošača“, a zbog svoje iznimne komunikacijske snage posjeduje i dimenziju „sredstva“ (komunikacijskog) u vizualnom i simboličkom, odnosno u ideološkom smislu¹⁴⁴.

Glagoljica posjeduje potencijal da bude izvornom hrvatskom markom jer nema mnogo toga što prati hrvatsku povijest više od devet stoljeća, a da ono i danas živi. Postoje brojni spomenici hrvatske kulture koji pokazuju utkanost glagoljice u 12. stoljeću, od kojih je najvažniji spomenik Bašćanska ploča, a uključuju spomenike koji su upisani na tvrdome materijalu (kamenu) i na mekom (pergamenu i papiru). Upravo se ti spomenici mogu smatrati

¹⁴² Ibid, Str. 183.

¹⁴³ Ibid, Str. 190.

¹⁴⁴ Usp. Horvat, Jasna; Tomašević, Nives; Lendić, Slaven. Semiotički marketing Konstantina Ćirila Filozofa: glagoljičko prezentiranje kršćanstva kao preteča suvremenog semiotičkog marketinga. // *Libellarium* : časopis za povijest pisane riječi, knjige i baštinskih ustanova 2, 2(2009), str. 172.

kao prvim obilježjem marke, odnosno njezinim imidžem¹⁴⁵. Autorice Buljubašić i Rebrina stoga ističu potrebu za njezinim prezentiranjem iznova hrvatskim državljanima, ali i ostatku svijeta. Zbog bogate pisane baštine i sveprisutnog glagoljskog pisma u hrvatskoj povijesti, ali i povijesti slavenskih naroda, glagoljica se može identificirati kao hrvatski brend, hrvatska marka, dok „suveneri“ koji nastaju iz njezina korištenja, usluge kroz turistička razgledanja, umanjenjene replike i drugi načini upoznavanja s glagoljicom od strane neprofitnog marketinga. Dakle, potencijal glagoljice jest i u tome da se ona kao simbol nacionalnog identiteta ostvari i kao jedan od ključnih elemenata pri kreiranju marke nacije¹⁴⁶.

Postoje prepreke koje onemogućuju ostvarivanje potencijala koje posjeduje glagoljica u potpunosti. Naime, uočeno je kako postoje brojni naslovi sa temom glagoljice, no mogu ih koristiti samo domaći čitatelji, posebno oni sa visokom izobrazbom jer su orijentirani upravo na njih i pisani su na hrvatskom jeziku. Stoga je potrebno intenzivirati suradnju između Ministarstva kulture RH i Ministarstva kulture i, naravno, hrvatskih nakladnika¹⁴⁷. Ističe se tek naslov *Glagoljica* od autorice Tatjane Sabljak iz 2001. godine koji je preveden na čak tri jezika (talijanski, njemački i engleski). Ostale knjige nisu prevedene, čak ni knjige vrhunski likovno i sadržajno opremljene poput *Glagoljska početnica* autora Frano Paro, što znači da nisu ponuđene kako bi ih se uopće upoznalo, posebice ne onima koji dolaze turistički ili u drugačiji posjet RH. Napisana su dva romana sa temom glagoljice, a to su: *Sofiju odabra* autora Velimira Deželića iz 1927. godine i *Az* autorice Jasne Horvat iz 2009. godine¹⁴⁸. No, roman *Az* dostupan je i na engleskom jeziku¹⁴⁹.

Vrijedno je spomenuti autoricu Jasnu Horvat koja se ističe po književnom eksperimentiranju i originalnosti čija se djela odlikuju po bogatom navođenju baštinskih sadržaja. Kroz njezine romane-studije ujedinjene su umjetnost i znanost putem kojih oni pridonose promidžbi kulturne baštine Hrvatske na originalan i jedinstven način. Ističu se njezini sljedeći romani: *Az* iz 2009., *Bizarij* 2009., *Auron* 2011., *Vilikon* 2012., *Alikvot* 2014. i *Antiatlas* 2014¹⁵⁰. Roman *Vilijun* objavljen 2016. godine smatra se prvim romanom koji se može čitati pomoću QR kodova na pametnim telefonima i tabletima čime se ističe kao

¹⁴⁵ Usp. Buljubašić, Ivana; Rebrina, Nikolina. Interdisciplinarni načini učenja i promidžbe glagoljskog pisma danas: neprofitni marketing glagoljice kao marke. // Hrvatistika: studentski jezikoslovni časopis 6, 6(2012), str. 13.

¹⁴⁶ Ibid, str. 15.

¹⁴⁷ Usp. Horvat, Jasna; Tomašević, Nives. Op. cit, str. 191.

¹⁴⁸ Usp. Tomašević, Nives; Horvat, Jasna. Op. cit, str. 171.

¹⁴⁹ Usp. Roman AZ (engleski jezik). Andizet. URL: <https://www.andizet.hr/roman-az-engleski-jezik/> (2019-08-20)

¹⁵⁰ Usp. Biografija. Jasna Horvat. URL: <http://www.jasnahorvat.com/> (2019-08-26)

posebno interaktivnim tekstom¹⁵¹. Njezin posljedni roman *Osvojski* objavljen ove godine u sebi sadrži baštinske elemente koji oduševljava te se izdvaja od drugih po vizualnoj razini teksta te QR kodovima pomoću kojih je čitateljima ponuđen i zvučni zapis teksta¹⁵².

Osim autorice Jasne Horvat, i zadarski autor Frane Herenda za svoj povijesni roman *1202.* odlučio je iskoristiti baštinske elemente grada Zadra iz početka 13. stoljeća. Postoji i engleska verzija romana uz kojeg se dobije knjižna oznaka i magnet sa ilustracijom od dijela mape Zadra što postoji u knjizi što ga čini autentičnim zadarskim suvenirom¹⁵³. To su samo neki od raznih primjera kako iskoristiti bogatstvo kulturne baštine te time promovirati ne samo određeno mjesto, već i promovirati i ostvariti prepoznatljivost na nacionalnoj i međunarodnoj razini. Važno je ići u korak s vremenom, pratiti i prilagođavati se promjenama te na kreativan i inovativan način zadovoljiti sve kompleksnije i različitije potrebe tržišta i korisnika.

7.1. Nakladništvo u online okruženju

Brojne tehnološke i društvene promjene dovele su do mijenjanja nakladničkog poslovanja i okruženja u kojemu se ono nalazi. Primjerice, Internet je omogućio snižavanje transakcijskih troškova u poslovanju (jedan od primjera gdje se to uočava jest taj da su se prije obrađivale narudžbe knjižara pisanih rukom, a danas to radi manji broj ljudi u elektroničkom obliku). Pružena je mogućnost „disintermedijacije“, odnosno smanjivanja broja posrednika koji se nalaze u cijelom nakladničkom lancu nabave sadržaja, uključujući autora pa sve do čitatelja. Osim toga, prije Interneta je vladala nestašica sadržaja i informacija, dok sada postoji suprotan problem, a to je njihovo izobilje. Nakladnici stoga imaju važnu ulogu kod izbora autora i razvijanja autorskog sadržaja za čitatelja na način da stvaraju autorski brend i usmjeravaju čitatelje prema probranim knjigama¹⁵⁴. Dakle, svaki se dio nakladništva mijenja, ali njegova zadaća ostaje ista. Nakladnici sada dolaze do autora na nove načine kao što ljudi otkrivaju knjige na razne načine i dolaze do njih. Čitatelje je sve teže zainteresirati zbog izobilja sadržaja te zbog njihova ponašanja i potreba što se neprestano mijenja. Recenzije

¹⁵¹ Usp. Vilijun. Knjižara Ljevak. URL: <https://www.ljevak.hr/knjizevnost/20935-vilijun.html> (2019-08-26)

¹⁵² Usp. Jasna Horvat : *Osvojski*. Moderna vremena. URL: <https://www.mvinfo.hr/clanak/jasna-horvat-osvojski> (2019-08-26)

¹⁵³ Usp. Franić, Ana. Knjiga kao suvenir: Herenda promovirao englesku verziju romana „1202.“. Zadarski.hr. 2018. URL: <https://zadarski.slobodnadalmacija.hr/zadar-plus/clanak/id/552407/herenda-promovirao-englesku-verziju-romana-1202> (2019-08-26)

¹⁵⁴ Usp. Clark, Giles; Phillips, Angus. Op. cit, Str. 20-21.

knjiga koje se nalaze u tradicionalnim medijima više nemaju toliko utjecaj kao i prostor na policama knjižara za otkrivanje novih autora i knjiga. Važnost usmenih preporuka ostaje nepromijenjena¹⁵⁵.

Nakladnici su prepoznali značaj online marketinga koji im omogućuje razne načine kako doći do šire, pa čak i međunarodne publike. Nakladnici stoga posjeduju svoje mrežne stranice i uređuju ih, postavljaju interaktivne materijale kao što su igre ili razne aktivnosti koje su povezane s određenim knjigama, intervju s autorima, newsletter. Nakladnici na svojim mrežnim stranicama pružaju posjetiteljima mogućnost registracije, ostvarivanja popusta, sudjelovanja u nagradnim igrama, te pokušavaju potaknuti na dijeljenje njihova sadržaja. Pomoću mrežnih stranica, nakladnici mogu ostvariti dijalog sa čitateljima te saznati što čitatelji zapravo žele i kako¹⁵⁶.

Online svijet nakladnicima je omogućio stvaranje vlastitih web-stranica, internetsko oglašavanje, korištenje društvenih mreža te dijeljenje informacija na druge stranice. Internetske stranice nakladnika mogu se shvatiti kao:

- Internetska knjižara
- Stranice koje služe za izgradnju odnosa s kupcima koje će pritom potaknuti prodaju tradicionalnim putem, primjerice one koje omogućuju informiranje i naručivanje knjiga na jednostavan način
- Stranica koje obogaćuju neku knjigu i nude online iskustvo radi poticanja WOM-a (engl. *word to mouth*) i prodaje, najčešće pomoću postavljanjem sadržaja na društvene mreže¹⁵⁷.

Mrežno mjesto nakladnika koje posjeduje osobine informativnosti i raznovrsnosti sadržaja ukazuje na ozbiljnost i raznovrsnost nakladničke ponude. No, moguće je zapaziti kako su mrežna mjesta sputana nepreglednim informacijama iako sadrže tražilice koje su dio mrežnih mjesta. Služeći se mrežnim mjestom, korisnik je pasivan i usredotočen na „osluškivanje“ nakladničkih ideja¹⁵⁸. Prema Blaževiću, 97% ispitanih nakladnika ima svoju internetsku stranicu. Za 70% nakladnika internetska stranica služi i kao internetska knjižara, a

¹⁵⁵ Ibid, Str. 24.

¹⁵⁶ Ibid, Str. 240-241.

¹⁵⁷ Usp. Blažević, Leonardo. Op. cit, Str. 141.

¹⁵⁸ Usp. Tomašević, Nives. Op. cit, Str. 112-113.

za 27% nakladnika internetska stranica služi isključivo za informiranje tržišta, odnosno ne sadrži mogućnost kupnje¹⁵⁹.

Tomašević navodi osnovne odlike većine velikih hrvatskih nakladnika u marketingu „jedan prema mnogima“, razvidne iz analize njihovih mrežnih stranica:

- a) Nakladnici posjeduju vlastite mrežne stranice (informativnost i razvijenost mrežne stranice upućuje na snagu i veličinu nakladničkog poduzeća te pridonosi njegovu ugledu);
- b) Mrežne stranice nakladnika imaju ulogu e-knjižara i podržavaju e-prodaju (osim vlastitih izdanja nakladnici razvijaju „zdravu konkurenciju“ u kojoj za određeni iznos marže prihode pri prodaji naslova drugih nakladnika);
- c) Mrežne stranice izrađene su isključivo za domicilne kupce (nakladnici svojim mrežnim mjestima ne pokazuju pretenzije na korištenje mrežnih stranica za globalno poslovanje, jednu od osnovnih odlika interneta);
- d) Upitnici oglašeni na mrežnim mjestima pokazuju koliko se slabo ili nikako analiziraju posjetitelji mrežnih mjesta (jedno od pitanja na koje odgovor može dati svaki administrator mrežnog mjesta, a postavljeno na mrežnom mjestu jednog velikog nakladnika jest: *Koliko često posjećujete ovu (nakladničku) web stranicu?*);
- e) Knjige – materijalne proizvode nakladničkog poduzeća – nakladnici oglašavaju koristeći popratne informacije (tu se ponajprije misli na anotacije, recenzije i izvatke iz tiska).¹⁶⁰

Druga vrsta marketinga „mnogih prema mnogima“ odlikuje više načina emitiranja poruka potrošača. Nakladništvo RH služi se sa takva tri načina komuniciranja, a to je preko foruma, blogova i putem mrežnih skupina koje je razvio nakladnik i/ili korisnik¹⁶¹. Tomašević stoga navodi osnovne odlike većine velikih hrvatskih nakladnika u marketingu „mnogi prema mnogima“ razvidne iz analize njihovih mrežnih stranica:

- a) Nakladnici posjeduju vlastite mrežne portale (uglavnom na društvenim mrežama Facebook i Twitter);
- b) Nakladnička komunikacija uglavnom je usmjerena na korisnike koji traže zabavu;
- c) Nakladnici ne organiziraju „goste“, rasprave i ozbiljniji pristup određenim temama;

¹⁵⁹ Usp. Blažević, Leonardo. Op. cit, Str. 141.

¹⁶⁰ Tomašević, Nives. Op. cit, Str. 113.

¹⁶¹ Usp. Tomašević, Nives. Op. cit, Str. 114.

- d) Unatoč velikom broju „prijatelja“ i „pratitelja“ nakladničke objave na mrežnim skupinama imaju relativno mali broj „svidalica“;
- e) Nakladnici se ne uključuju u rasprave na mrežnim mjestima korisnika;
- f) Nakladnici ne organiziraju knjižne blogove poput vrlo posjećenog bloga <http://knjigoljub.blog.hr/> na kojemu se objavljuju književne kritike;
- g) Nakladnici ne organiziraju forume s raspravama o knjigama i knjižnim naslovima;
- h) Na organiziranim forumima o knjigama u rasprave se ne uključuju nakladnički stručnjaci iz područja marketinga¹⁶².

Ono po čemu se nakladništvo RH razlikuje od nakladništva u zapadnim zemljama jest korištenje posebnog inteligentnog načina promidžbe pomoću koje marketinški stručnjaci motiviraju na razgovor o određenoj temi koji su oni smislili ili inicirali potrošači, čitatelji. SSK (sadržaj stvoren od strane korisnika) pruža mnogo mogućnosti i odvijanje dvosmjerne komunikacije između nakladnika i čitatelja, no donosi i nedostatak nadzora nad komunikacijom u kojoj se može dogoditi da čitatelji nešto jasno ne odobravaju te njihovu slobodu interpretiranja nakladničkog proizvoda¹⁶³.

Uočava se kako tradicionalni marketing sve više gubi utjecaj u novom virtualnom okruženju u kojemu je zapravo potrošač, odnosno čitatelj i/ili kupac knjige, glavni promotor te knjige. Hrvatsko nakladništvo ne shvaća kolika je zapravo važnost riječi čitatelja/kupca i ne iskorištava ju, bez obzira na razvijenost nakladničkih mrežnih stranica i na priliku za SSK jer se ne obavljaju analize virtualnih posjetitelja, njihovih navika, preferencija i profila. Stoga su čitatelji još uvijek nepoznanica nakladnicima¹⁶⁴.

Naklada Ljevak¹⁶⁵ na svojoj mrežnoj stranici nudi knjige vezanu uz baštinu od kojih se posebice ističu gotovo sva djela autorice Jasne Horvat koja na drugačiji način nastoji pružiti svojim čitateljima dio bogate hrvatske kulturne baštine kroz svoje romane poput *Aza*, *Vilikon*, *Vilijun*, *Bizarij* i drugi. Neki od naslova Naklade Ljevak koji se tiču baštine su *Kulturnom geografijom kroz književnu baštinu* autorice Tatjane Ileš, *Stećci* autora Dubravka Lovrenović, te *Povijest umjetnosti u Hrvatskoj* autora Milana Pelc. Matica hrvatska¹⁶⁶ nudi djela poput *Prva svitlost: studije o hrvatskoj renesansnoj* književnosti autora Tomislava Bogdan, djela koja pripadaju klasicima hrvatske književnosti poput *Osmana* od Ivana

¹⁶² Tomašević, Nives. Op. cit, Str. 114.

¹⁶³ Usp. Ibid, Str. 115.

¹⁶⁴ Ibid, Str. 116-117.

¹⁶⁵ Knjižara Ljevak. URL: <https://www.ljevak.hr/> (2019-09-21)

¹⁶⁶ Matica hrvatska. URL: <http://www.matica.hr/> (2019-09-21)

Gundulića te djela pisana u suradnji sa drugim nakladnicima kao što je *Tragovi tradicije, znakovi kulture: zbornik u čast Stipi Botici* stvoreno u suradnji Matice hrvatske sa Hrvatskom sveučilišnom nakladom i Hrvatskim filološkim društvom. Hrvatska akademija znanosti i umjetnosti¹⁶⁷ pruža naslove koji su usmjereni na raznovrsnu baštinu poput *Zbornika za narodni život i običaje, Velika sinjska ljekaruša: obrada, transliteracija i faksimil* Nikole Kujundžića te *Hrvatski muzej arhitekture*. Hrvatska sveučilišna naklada¹⁶⁸ putem svoje mrežne stranice nudi naslove poput *Slike renesansnoga Hvara: predodžba identiteta hvarske komune u književnosti XVI. stoljeća* autora Aldo Čavić, *Kajkavski govori istočnoga Gorskoga kotara* autorice Marine Marinković, te roman koji je nadahnut hrvatskom poviješću *Marulov san* autora Dine Milinović. Školska knjiga¹⁶⁹ putem svoje mrežne stranice nudi knjige vezanu uz baštinu kao što su naslovi: *Hrvatske legende* autora Hrvoja Hitrec, *Croatia – The Cookbook* autora Mate Janković, *Leksikon hrvatske književnosti – Djela*, te knjige pod cjelinom *Socijalna povijest knjige u Hrvata* i drugi naslovi Aleksandra Stipčevića. Ta djela su samo dio nakladničkog programa koji je vezan uz bogatu i raznoliku hrvatsku kulturnu baštinu i ponuđen je na mrežnim stranicama nakladnika. No, nije ih dovoljno samo razvrstati prema izbornicima, već je potrebno poraditi na njihovoj prezentaciji i vidljivosti tako da se građa o baštini dovede do posjetitelja mrežne stranice umjesto da on sam traži. Potrebno je iskoristiti potencijal mrežnih stranica kako bi se privukao interes posjetitelja, građa o hrvatskoj baštini koristila i na taj način očuvala i prenijela na sljedeće generacije.

¹⁶⁷ Hrvatska akademija znanosti i umjetnosti. URL: <http://info.hazu.hr/hr/> (2019-09-21)

¹⁶⁸ Hrvatska sveučilišna naklada. URL: <https://www.hsn.hr/> (2019-09-21)

¹⁶⁹ Školska knjiga. URL: <https://shop.skolskaknjiga.hr/> (2019-09-21)

8. Istraživanje

8.1. Uvod – o nakladničkim kućama

Matica hrvatska ističe se među ostalim nakladnicima po svojoj dugovječnosti. Naime, osnovana je 1842. godine pod nazivom Matica ilirska kao dio Ilirske čitaonice koja se nalazila u Zagrebu. Štoviše, smatra se prvim nakladnikom u današnjem smislu u Hrvatskoj. Godine 1874. dolazi do promjene imena u Matica hrvatska koje je ostalo i danas¹⁷⁰. Sve do danas ostala je jedan od hrvatskih najvažnijih i najvećih nakladnika knjiga i časopisa. Svrha njezina rada jest promicati kulturni i nacionalni identitet u području znanstvenog, umjetničkog i duhovnog stvaralaštva, gospodarstva, javnog života i skrbi za društveni razvoj. Posebice se ističe njezina biblioteka pod nazivom *Stoljeća hrvatske književnosti*. Središnjica Matice hrvatske objavljuje časopise *Vijenac*, *Hrvatsku reviju* i *Kolo*, a ostali ogranci dvadesetak književnih časopisa poput *Dubrovnik*, *Zadarska smotra*, *Dometi*, *Riječi*. Matica hrvatska bavi se, osim izdavačkom djelatnošću, i organiziranjem brojnih znanstvenih i kulturnih događanja poput predstavljanja knjiga, okruglih stolova, rasprava, znanstvenih simpozija, stručna i znanstvena predavanja, ali i održavanje koncerata klasične glazbe¹⁷¹. Matica hrvatska dodjeljuje sljedeće nagrade i odličja:

- Nagrada Matice hrvatske *August Šenoa* za književnost i umjetnost
- Nagrada Matice hrvatske *Oton Kučera* za znanost
- Nagrada Matice hrvatske *Antun Gustav Matoš* za književnu i umjetničku kritiku
- Nagrada Matice hrvatske *Ivan Kukuljević Sakcinski* za najbolje djelo objavljeno u ograncima
- Nagrada Matice hrvatske *Ljudevit Jonke* za promicanje hrvatskoga jezika i književnosti u svijetu
- Nagrada Matice hrvatske *Mihovil Kombol* za izniman doprinos u prevođenju svjetske kulturne i znanstvene literature na hrvatski jezik

¹⁷⁰ Usp. Hebrang Grgić, Ivana. Op. cit, Str. 139.

¹⁷¹ Usp. O Matici hrvatskoj. Matica hrvatska. URL: <http://www.matica.hr/omatici/> (2019-08-30-)

- Odličje Matice hrvatske *Janko Drašković* za zasluge stečene u višegodišnjem zastupanju, organizaciji, učvršćivanju, izgradnji, promicanju i širenju Matice Hrvatske i njezinih ciljeva¹⁷².

Hrvatska akademija znanosti i umjetnosti – HAZU utemeljena je 29. travnja 1861. godine kada je nosila naziv Jugoslavenska akademija znanosti i umjetnosti – JAZU. Biskup Josip Juraj Strossmayer ju je utemeljio te održao govor u Hrvatskom saboru kada su postavljeni pravni temelji za njezino osnivanje¹⁷³. JAZU je od početka imala izdavački plan koji se sastojao od objavljivanja znanstvenih djela te je od trenutka osnivanja počela sa intenzivnom izdavačkom djelatnošću. Periodičku publikaciju *Rad JAZU* objavljuje od 1867¹⁷⁴. 1994. godine dolazi do utemeljenja Zaklade Hrvatske akademije, donesena je Odluka o osnutku i dodjeli nagrade Hrvatske akademije znanosti umjetnosti te je proglašen Dan hrvatske akademije¹⁷⁵. Svake godine održava se Dan Akademije 29. travnja u spomen njezina osnutka. Tada se dodjeljuju i nagrade HAZU istaknutim pojedincima u područjima znanstvenog i umjetničkog rada, te za ona najveća umjetnička i znanstvena dostignuća na području književnosti u Hrvatskoj. Nagradu HAZU čini plaketa i povelja o dodjeli nagrade¹⁷⁶.

Školska knjiga osnovana je sa namjerom da bude izdavačka kuća koja je specijalizirana u području odgoja i obrazovanja 1950. godine. Danas je ona upečatljiv zaštitni znak nakladništva u Hrvatskoj čija se bogata naklada sastoji od knjiga, rječnika, enciklopedija, leksikona te dječjih i stručnih časopisa. Na taj način, Školska knjiga bavi se odgajanjem naraštaja i okuplja najuglednije autore s područja obrazovanja, znanosti i kulture. Svojim programom nastoji spojiti suvremeno sa tradicionalnim i nacionalnim kulturnim vrijednostima čiji se doprinos očituje u brojnim državnim i regionalnim nagradama. Za temeljne zadaće ove nakladničke kuće postavljeno je očuvanje nacionalnog identiteta u doba globalizacije, zadržavanje položaja vodećeg nakladnika na nacionalnoj i regionalnoj razini koji nastoji zadovoljiti potrebe čitave populacije te promicanje bogate hrvatske kulture i znanosti u svijetu. Stoga je posebna pažnja usmjerena na dvojezične rječnike i prijevode umjetničkih i znanstvenih djela hrvatskih autora na brojne strane jezike što omogućuje upoznavanje europske i svjetske javnosti sa bogatstvom hrvatskog jezika. Izdanja Školske

¹⁷² Nagrada i odličja Matice hrvatske. Matica hrvatska. URL: <http://www.matica.hr/omatici/Nagrade%20i%20odli%C4%8Dja%20Matice%20hrvatske/> (2019-08-30)

¹⁷³ Usp. Tomašević, Nives; Horvat, Jasna. Op. cit, Str. 75.

¹⁷⁴ Usp. Hebrang Grgić, Ivana. Op. cit, Str. 141.

¹⁷⁵ Usp. Tomašević, Nives; Horvat, Jasna. Op. cit, Str. 75.

¹⁷⁶ Ibid, Str. 77.

knjige čini obveznu literaturu potrebnu na kroatističkim i slavističkim katedrama koje postoje diljem svijeta čime sudjeluje u brojnim znanstvenim istraživanjima vezana uz hrvatski jezik¹⁷⁷.

Hrvatska sveučilišna naklada osnovana je 1992. godine, a nalazi se u vlasništvu Sveučilišta u Zagrebu. Cilj Hrvatske sveučilišne naklade je biti zajednički nakladnički servis hrvatskih sveučilišta, obrazovnih, znanstvenih i kulturnih institucija, ali i pojedinaca u Hrvatskoj. Objavljuje stručnu i znanstvenu literaturu i nekomercijalna djela iz različitih područja koje sadrže visoku vrijednost, a važna su za našu kulturu, te je postala tvrtka sa velikom mrežom autora i suradnika izvana. Nakladnička djelatnost Hrvatske sveučilišne naklade prati i aktualna politička i društvena zbivanja, a svojim je radom kroz neke naslove osvojila i prestižne nagrade te državne nagrade za znanost. Zalaže se za napredak nakladništva, njegovanje i očuvanje hrvatske kulturne i znanstvene baštine, te pružanje čitateljima djela svjetske kulture i znanosti posvećujući posebnu pažnju na potrebe sveučilišta u Hrvatskoj. Budući da sadrži izdanja korisna i zanimljiva i široj čitalačkoj publici, rad je usmjeren i prema popularizaciji najnovijih znanstvenih saznanja i doprinosa hrvatske akademske zajednice¹⁷⁸.

Naklada Ljevak osnovana je 2001. godine kao nasljednik nakladnika Naprijed preuzevši dio njegova nakladničkog programa¹⁷⁹. Izdavačko-knjižarsko poduzeće Naprijed osnovano je 1946. pod nazivom Kultura Zagreb koja je bila nakladnička kuća čiji se nakladnički program u početku sastojao od objavljivanja političke publicistike, a nakon toga se proširio obuhvaćajući klasična djela jugoslavenskih, ruskih i svjetskih pisaca. Od 1958. godine nastavlja sa radom pod imenom Izdavačko knjižarsko poduzeće Naprijed te objavljuje knjige iz različitih područja umjetnosti i znanosti. Naprijed prestaje djelovati sa radom 1990-ih, a zamijenjen je osnutkom Naklade Ljevak¹⁸⁰. Naklada Ljevak bavi se organizacijom *Zagreb Book Festivala* (ZBF) koji se održava od 2015. godine te okuplja međunarodne i domaće autore predstavljajući njihova djela koja su povezana sa krovnom temom festivala¹⁸¹. Osim toga, rad Naklade Ljevak usmjeren je i na projekt pod nazivom *Europea* u dvorištu čiji je cilj podržati cirkuliranje europske literature i obrazovanje publike o povijesnom i

¹⁷⁷ Usp. O Školskoj knjizi. Školska knjiga. URL: <https://shop.skolskaknjiga.hr/o-nama> (2019-08-30)

¹⁷⁸ Usp. O nama. Hrvatska sveučilišna naklada. URL: <https://www.hsn.hr/cd/13/povijesni-pregled-razvoja-hrvatske-sveucilisne-naklade> (2019-08-30)

¹⁷⁹ Usp. Naklada Ljevak. // Hrvatska enciklopedija. URL: <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=69481> (2019-08-31)

¹⁸⁰ Usp. Naprijed. // Hrvatska enciklopedija. URL: <http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=69482> (2019-08-31)

¹⁸¹ Usp. Tomašević, Nives. Op. cit, Str. 166.

književnom naslijeđu Europljana te širenju znanja o europskoj kulturi i književnosti. Time je omogućen izravan kontakt autora i publike, stvaranje novih čitalačkih skupina koje su se pretvorile u redovnu čitalačku puliku, te odvijanje razgovora između autora i publike sa temama književnosti i društvenim problemima¹⁸².

8.2. Svrha i cilj istraživanja

Svrha ovog istraživanja jest usmjeriti pozornost prema mrežnim stranicama nakladnika u Hrvatskoj kako bi se iskoristio potencijal i mogućnosti koje one posjeduju u svrhu očuvanja, predstavljanja, promidžbe i korištenja hrvatske kulturne baštine. Nakladnici ne iskorištavaju dovoljno mogućnosti online okruženja, posebice ne radi dobrobiti hrvatske kulturne baštine stoga se predlaže daljnji rad na edukaciji, daljnja istraživanja i međusobna suradnja kojom se povezuju nakladnici i kulturna baština u virtualnom okruženju.

Cilj istraživanja jest pružiti odgovore na istraživačka pitanja:

1. Jesu li nakladničke kuće u Hrvatskoj posvetile pažnju na prezentiranje sadržaja vezanih uz hrvatsku kulturnu baštinu na svojim mrežnim stranicama?
2. Privlače li mrežne stranice nakladnika svoje posjetitelje na istraživanje i korištenje sadržaja vezanih uz hrvatsku kulturnu baštinu?

8.3. Metodologija

Diplomski rad sastoji se od dva dijela, a to je teorijski i istraživački dio. Teorijski dio rada pisan je na osnovu prikupljene i analizirane dostupne relevantne znanstvene i stručne literature. Istraživački dio rada temelji se na istraživanju koje se sastoji od usporedne analize mrežnih mjesta nakladnika koje se nalaze na adresi: <http://www.matica.hr/>, <http://info.hazu.hr/hr/>, <https://www.ljevak.hr/>, <https://shop.skolskaknjiga.hr/> i <https://www.hsn.hr/>. Pri istraživanju pažnja je bila usmjerena na dizajn stranice, njezinu privlačnost, preglednost, jednostavnost i lakoća dolaska do informacija vezanih uz baštinu,

¹⁸² Usp. Ljevak – Europea 2017-2018. Desk Kultura Hrvatska. URL: <http://deskultura.hr/hr/projekti/natjecaj-knjizevni-prijevodiljevak-europea-2017-2018> (2019-08-31)

moćnost interaktivnosti, postoji li poseban način prezentiranja sadržaja vezanih uz kulturnu baštinu.

8.4. Primjeri i analiza primjera

Primjer 1. Mrežna stranica Matica hrvatska

The screenshot displays the homepage of the Matica hrvatska website. On the left is a vertical navigation menu with the 'mh' logo and links to 'Matica hrvatska', 'O Matici hrvatskoj', 'Članstvo', 'Odjeli', 'Ogranci', 'Društva prijatelja i partneri', 'Kontakt', 'Izdavaštvo', 'Knjige', 'Vijenac', 'Kolo', 'Hrvatska revija', 'Elektroničke knjige', 'Zbivanja', 'Najave', 'Izvešća', 'Mladi glazbenici', 'Filozofska škola', 'Komunikološka škola', 'Medijski susreti', 'Knjižara', 'Galerija', 'Pretraži', and social media icons for YouTube and Facebook. The main content area is divided into several sections: 'Obavijesti' (News) with a link to 'Ljetno radno vrijeme Knjižare Matice hrvatske'; 'Akcije prodaje' (Sales Actions) featuring 'Knjiga mjeseca - HRVATSKA ARHEOLOGIJA U XX. STOLJEĆU' and 'LJETO S KNJIGOM MATICE HRVATSKE'; 'Knjige' (Books) with three featured titles: 'BEIERWALTES VON BALTHASAR HAAS', 'RAPAVE KAJDE' by Ivan Rogić Nehajev, and 'U SPOMEN A. H. ...' by Alfred Tennyson; 'Odjeci' (Echoes) with news items from 2019; and three featured publications on the right: 'VIJENAC', 'HRVATSKA REVIIJA', and 'KOLO'.

Slika 6. Prikaz mrežne stranice nakladničke kuće Matica hrvatska (Izvor: Matica hrvatska. 2019.¹⁸³)

Dizajn mrežne stranice nakladničke kuće Matica hrvatska prilično je jednostavan koji na prvi pogled nije pretjerano atraktivan, ali omogućuje preglednost. Izbornici su poredani sa lijeve strane, a pod izbornikom Izdavaštvo osim knjiga uočavaju se odmah i časopisi koje objavljuje, a vezani su za umjetnost, kulturu i znanost: Vijenac, Kolo i Hrvatska revija. To doprinosi jednostavnosti i lakoći dolaska do informacija. Izbornik Knjige pruža pregled novih knjiga Matice hrvatske dok na desnoj strani postoje izbornici koji olakšavaju pretraživanje

¹⁸³ Matica hrvatska. URL: <http://www.matica.hr/> (2019-08-30)

knjiga prema biblioteci, godini, području i autorima. Odabere li se pregled prema bibliotekama, uočava se kako su poredane abecednim redom. Među bibliotekama koje se posebno bave kulturnom baštinom prepoznaju se Stoljeća hrvatske književnosti (bogata naklada, obuhvaća djela poput *Usmene lirske pjesme, Usmene pripovijetke i predaje*) Hrvatska jezična baština, Hrvatske narodne pjesme, Izdanja u suradnji (djela *Leksikon Sinjske alke, Croato-Hungarica*, Radoslav Katičić i njegove knjige okupljene nizom *Tragovima svetih pjesama naše pretkršćanske starine: Naša stara vjera, Gazdarica na vratima, Vilinska vrata, Zeleni lug*), Likovna knjižnica (radovi poput Dragana Damjanovića *Đakovačka katedrala*, te Radoslava Tomića *Trogirska slikarska baština : od 15-20. stoljeća*), Mala knjižnica Matice hrvatske (radovi poput Ljerke Očić *Orguljska umjetnost*), Peristil (Aleksandar Stipčević *Povijest knjige*) i Pleter (obuhvaća djela poput Šime Jurića *Iz muzeja hrvatske knjige*, Frane Paro *Tipographia glagolitica*). Bez obzira na to kojem području pripadaju knjige, prikazane su na jednak način, a to je da su poredane ikone knjiga (maksimalno njih 20 po stranici) ispod kojih se nalazi podatak o autoru djela, nazivu i cijeni. Odabirom neke knjige, primjerice *Đakovačke katedrale* autora Dragana Damjanovića dolazi se do informacija o navedenoj knjizi i njezinom značaju. Ispod toga nalaze se podaci o biblioteci kojoj pripada te njezinom autoru. Sa desne strane nalazi se njezina ikona naslovnice ispod čega su podaci o knjizi (biblioteka, cijena, nova cijena, broj stranica, uvez, dimenzije, godina izdanja, izdavač, mjesto, ISBN i područje) i PDF datoteke o knjizi ukoliko su dostupne. Izbornik Elektroničke knjige pruža elektronička izdanja u kojemu se može pronaći građa vezana uz kulturnu baštinu, a odabirom neke građe dolazi se do detaljnijih informacija o njoj. Moguće je pronaći izdanja koja u besplatnom PDF formatu pružaju informacije o građi, dok neka pružaju čak cjelovit tekst u PDF formatu kao što je izdanje „*Narodne pjesme iz Luke na Šipanu*“. Odabere li se navedeni primjer „*Narodne pjesme iz Luke na Šipanu*“ otvorit će se nova stranica koja sadrži podatke kojoj biblioteci knjiga pripada, godina izdanja, izdavač, kojem području pripada i druge podatke. Osim toga, pružaju se i druge informacije vezane uz hrvatske narodne pjesme i njihovo sabiranje, a navode se i drugi zbornici narodnih pjesama. Pružanje takvih informacija koji pomažu posjetitelju stranice stvoriti „temelj“ njihova znanja o dijelu kulturne baštine i smjestiti ju u neki kontekst može pobuditi interes kod posjetitelja stranice i potaknuti na daljnje istraživanje kulturne baštine. Među besplatnim elektroničkim knjigama nalazi se i knjiga „*Valovi i zrake*“ matematičara, fizičara i astronoma Otona Kučera koja je predstavljena na isti način, a čijim se odabirom saznaje kako pripada najznačajnijoj nakladničkoj ediciji u povijesti knjige u Hrvatskoj pod nazivom *Poučna knjižnica Matice hrvatske* (PKMH) te su pružene i druge informacije. Ispod izbornika sa

lijeve strane nalazi se i tražilica što olakšava pretraživanje, također i jednostavnost i lakoću dolaska do željenih informacija vezanih uz baštinu. Primjerice, može se upisati pojam „kulturna baština“ i prikazat će se rezultati pretraživanja o traženom pojmu. Rezultati pretraživanja sastojat će se od zbivanja vezanih uz kulturnu baštinu, te objavljenih članaka vezanih uz kulturnu baštinu iz časopisa Vijenac, Hrvatska revija i Kolo. Ispod tražilice nalaze se ikone društvenih mreža na kojima Matica hrvatska ima svoj profil. Njihovim odabirom uočava se kako se za Youtube profil Matice hrvatske ne može tvrditi da je aktivan jer se rijetko postavljaju sadržaji, dok je Facebook profil mnogo aktivniji gdje se češće dijele sadržaji, no ne može se tvrditi niti za taj profil da je ažuran. Na sredini stranice, nalaze se obavijesti, akcije prodaje te knjige koje nudi. Sa desne strane nalaze se Odjeljci u kojima se nalaze članci drugih medija koji su vezani uz Maticu hrvatsku. Na desnom kraju stranice nalaze se ikone naslovnica časopisa Vijenac, Hrvatska revija i Kolo, a njihovim odabirom jednostavno i lako dolazi se do informacija što određeni broj časopisa sadrži. Pregledom mrežne stranice Matice hrvatske saznaje se kako ne sadrži osobinu interaktivnosti niti postoji drugačiji način prezentiranja sadržaja vezanih uz kulturnu baštinu. Građa na mrežnoj stranici jest organizirana po izbornicima, poredana je jedna pokraj druge u pet redaka po četiri knjige maksimalno po stranici. Matica hrvatska nudi informacije o njoj, no nije postavljena na način da njezina prezentacija dođe do izražaja i da bude odmah vidljiva kako bi privukla posjetitelje stranice.

Primjer 2. Mrežna stranica Hrvatska akademija znanosti i umjetnosti



Slika 7. Prikaz mrežne stranice nakladničke kuće Hrvatska akademija znanosti i umjetnosti (Izvor: Hrvatska akademija znanosti i umjetnosti. 2019.¹⁸⁴)

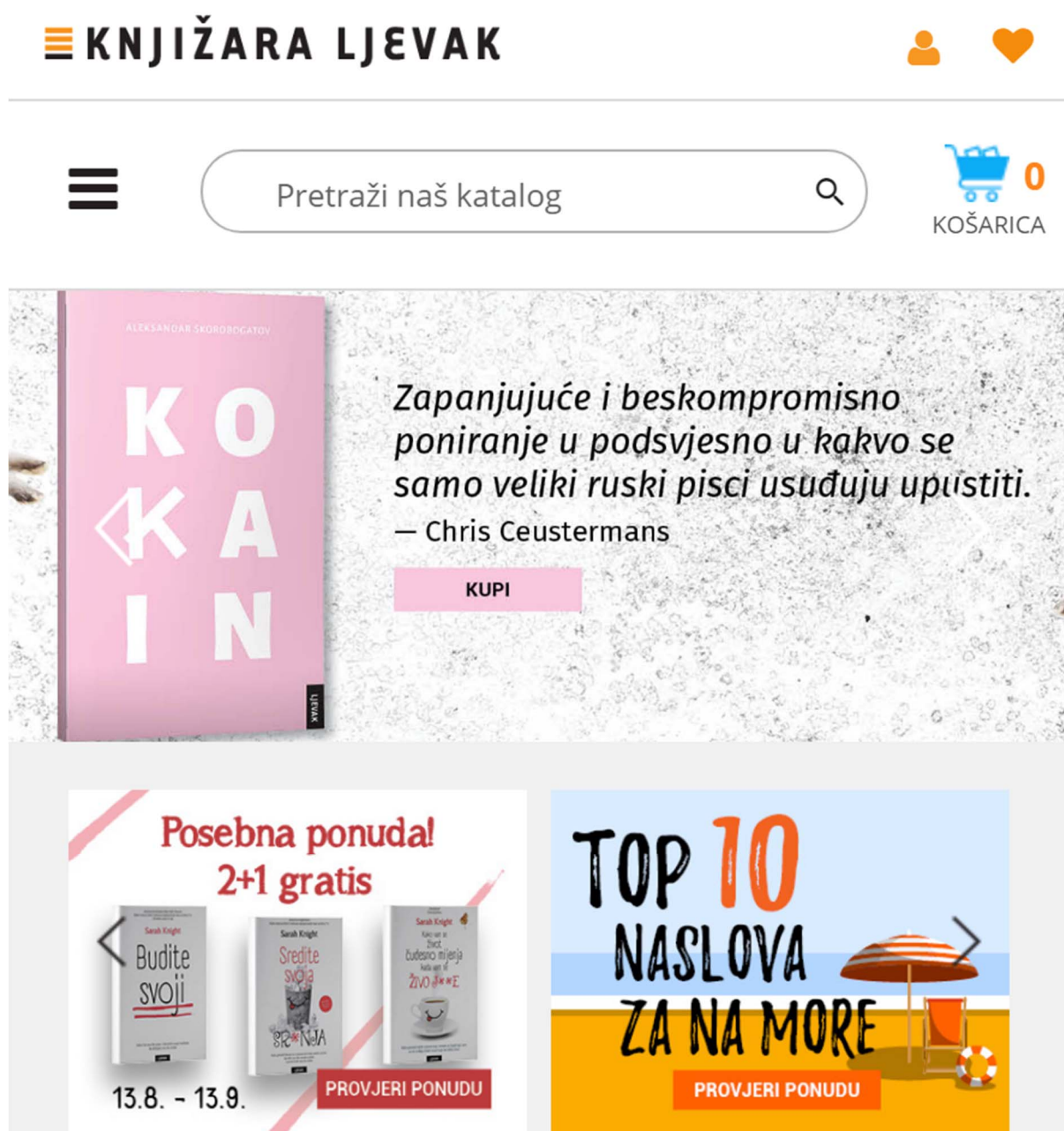
Dizajn mrežne stranice Hrvatske akademije znanosti i umjetnosti na prvi pogled, kao što je mrežna stranica Matice hrvatske, je jednostavan i ne može se tvrditi atraktivan. Na prvi pogled može se reći da je sadržaj mrežne stranice nepregledno organiziran, no pomnijim zapažanjem može se tvrditi kako je stranica ipak pregledna. Sadržaj je organiziran pomoću izbornika koji se nalaze ispod naslovnice. Uočeno je kako je stranicu moguće pregledati na hrvatskom i engleskom jeziku što doprinosi mogućnosti njezina šireg korištenja i van Hrvatske. Mrežna stranica također sadrži tražilicu na desnoj strani gdje se može upisati željeni pojam. Primjerice, jednostavnim upisom pojma „kulturna baština“ dolazi se do

¹⁸⁴ Hrvatska akademija znanosti i umjetnosti. URL: <http://info.hazu.hr/hr/> (2019-08-30)

informacija vezanih uz traženi pojam što olakšava dolazak do njih. Na lijevoj strani mrežne stranice nalaze se podaci pomoću kojih se može doći u kontakt sa HAZU (telefon, telefaks, adresa i e-mail adresa). Kako bi se došlo do željene građe, potrebno je odabrati izbornik Nakladništvo, a zatim izbornik Izdanja sa lijeve strane ispod čega se može birati godina izdavanja i kategorija publikacije. Kategorija publikacije Razred za društvene znanosti nudi pregled građe, a posebno ona koji govori o kulturnoj baštini jest *Zbornik za narodni život i običaje*. Građa je poredana jedna ispod druge na način da postoji ikona naslovnice, a sa desne strane stoje osnovni podaci o njoj poput godina izdavanja, broj stranica, cijene, nakladnika. Osim tih podataka ne nudi se ništa više, niti mogućnost odabira neke građe kako bi se omogućio njezin pregled i pružanje više informacija o njoj. Građa se dalje može pronaći u Razredu za matematičke, fizičke i kemijske znanosti može se pronaći djelo *Rasprave i građa za povijest znanosti : Stanko Hondl (1873. – 1971.) : život i djelo*, a u Razredu za prirodne znanosti *Živi znanstveni kapital : spomen-knjiga u povodu 45. obljetnice Centra za znanstveni rad Hrvatske akademije znanosti i umjetnosti u Vinkovcima (1969./1970. – 2014.)*. Razred za medicinske znanosti pruža djela poput *Velika sinjska ljekaruša : obrada, transliteracija i faksimil*, Razred za filološke znanosti Mirko Kolarić - *učitelj hrvatskih vatrogasaca* autorice Biserke Vlahović, Razred za književnost *Znanstveni simpozij Dani Vjekoslava Babukića (Požega; 2014)*, *Radovi Zavoda za znanstveni i umjetnički rad u Požegi*. Razred za likovne umjetnosti obuhvaća djela poput *Škola narodnog zdravlja Andrija Štampar 1926.- 1939. : arhitektura i sanitarna tehnika u misiji napredka* autorice Dubravke Kisić te *Riječ, pismo, slika : iz riznice Orijentalne zbirke Arhiva Hrvatske akademije znanosti i umjetnosti, Zagreb, 12.-31. 5. 2014.*, a Razred za glazbenu umjetnost i muzikologiju hrvatski muzikološki zbornik *Arti musices*, te Razred za tehničke znanosti *Mursa* autorice Danice Pinterović. Nažalost, građa o kulturnoj baštini nije dobro predstavljena na mrežnoj stranici, samo je poredana jedna ispod druge sa njihovim osnovnim podacima, nisu pružene nikakve dodatne informacije o njoj, nije vidljiva niti poziva posjetitelje stranice na daljnje istraživanje građe. Mrežna stranica sadrže brojne ikone koje vode do drugih mjesta, ali za ovaj rad važna je ikona Digitalne zbirke Hrvatske akademije znanosti i umjetnosti čijim se odabirom otvara njezino mrežno mjesto na kojemu se može pretraživati digitalizirana zbirka. Digitalnu zbirku Hrvatske akademije znanosti i umjetnosti također je moguće pregledati na hrvatskom i engleskom jeziku. Građa je prvo organizirana u preporučenu građu, vrstu građe, kategoriju Vidi i..., virtualnu izložbu i u novu građu. Upisom pojma npr. „kulturna baština“ u tražilicu, moguće pretraživati građu prema metapodacima ili punom tekstu. Odabirom neke građe pristupa se njezinim podacima te ju je moguće besplatno pregledati ili preuzeti, bez obzira

gdje se nalazili, bitno je imati pristup računalu koji može pristupiti na Internet. Virtualnom izložbom omogućena je bar mala razina interaktivnosti u kojemu korisnik može ići kroz izložbu svojim tempom i odabrati želi li slušati i/ili utišati postavljenu glazbu koja prati cijelu virtualnu izložbu. Daljnjim pregledom mrežne stranice HAZU, uočeno je kako su sa desne strane postavljene ikone aktualnih brojeva časopisa Forum i Kronika, ali njihovim odabirom otvara se samo slika njihovih naslovnica, bez dodatnih informacija i mogućnosti pregleda. Ispod ikona naslovnica časopisa, postoje ikone sa navedenim poveznicama o digitaliziranoj rukopisnoj baštini. Mrežna stranica HAZU razlikuje se od mrežne stranice Matice hrvatske jer ne izgleda kao „katalog“, nisu prikazana djela vezana uz kulturnu baštinu, već je usmjerena na obavješćavanje o aktualnim događajima i o onima koji su tek u najavi, na pozivanje na razne natječeaje te na pristup dokumentima HAZU. Niti za mrežnu stranicu HAZU ne može se tvrditi da je omogućila interaktivnost, ali svojim je projektom Digitalna zbirka Hrvatske akademije znanosti i umjetnosti omogućila jednostavno i lako pretraživanje, a kroz virtualne zbirke bar malu razinu interaktivnosti. Tim projektom, moguće je zaključiti kako je HAZU nastojala na drugačiji i korisnicima zanimljiviji način predstaviti sadržaje vezanih uz kulturnu baštinu.

Primjer 3. mrežna stranica Naklada Ljevak



Slika 8. Prikaz mrežne stranice Naklade Ljevak (Izvor: Naklada Ljevak. 2019.¹⁸⁵)

Mrežna stranica Naklade Ljevak razlikuje se od prethodno navedenih mrežnih stranica nakladnika po tome što je novi sadržaj predstavljen na dinamičan način koji se odmah uočava. Dizajn je moderan i atraktivan, a sadržaj je organiziran na način da osigurava preglednost u bilo kojem trenutku pretraživanja pomoću izbornika koji se nalaze na vrhu stranice prilagođavajući se korisničkovom kretanju kroz stranicu, a dolaskom do kraja stranice uočavaju se izbornici i na dnu stranice. Na desnoj strani mrežne stranice, nalazi se

¹⁸⁵ Naklada Ljevak. URL: <https://www.ljevak.hr/> (2019-08-30)

tražilica koja omogućuje jednostavno i lako dolaženje do željene građe. Primjerice, unese li se pojam „kulturna baština“ prikazat će se dostupna građa o kulturnoj baštini koju posjeduje Naklada Ljevak. Naklada Ljevak ističe se po tome što objavljuje knjige autorice Jasne Horvat čija su gotovo sva djela prožeta hrvatskom baštinom preuzevši inspiraciju iz nje. Neki od njezinih knjiga koje se mogu naći u Nakladi Ljevak su *Vilikon*, *Vilijun*, *Bizarij*, *Az*, *Auron*, *Atanor*, *Osvojski*. Osim toga, sadrži biblioteke poput Povijest umjetnosti u Hrvatskoj, Djela Miroslava Krleže, Bibliotheca Academica te Posebna izdanja u kojima se mogu naći djela vezana uz kulturnu baštinu. Neka djela vezana uz hrvatsku baštinu koji se mogu pronaći kod Naklade Ljevak su *Katedrala Sv. Jakova u Šibeniku* od autora Predrag Marković, *Kulturnom geografijom kroz književnu baštinu* autorice Tatjane Ileš, priručnik *Glagoljica za osnovce* autorice Martine Valec-Rebić koji služi kao pomoćno nastavno sredstvo u izornoj nastavi čime se prepoznaje trud prema dopiranju do što mlađih čitatelja kako bi im približili glagoljicu i hrvatsku baštinu općenito. Odraslima je namijenjena knjiga *Hrvatskoglagoljski brevijari na razmeđu rukopisne i tiskane tradicije* autorice Marijane Tomić i *Kratka povijest knjižnica i nakladnika* autorice Ivane Hebrang Grgić. Odabere li se neka građa, prikazat će se informacije o odabranoj građi, mogućnost njezine kupnje (stavljanje u košaricu), dodavanje na listu želja ili pak njezino dijeljenje putem društvenih mreža Facebook, Twitter, WhatsApp, Viber i drugih. Ispod proizvoda nalazi se njegov opis, podaci o autoru, detalji proizvoda te recenzije korisnika koje su, nažalost, često prazne. Vidljivo je kako mrežna stranica Naklade Ljevak posvećuje puno više pažnje dizajnu stranice i prezentaciji građe na njoj za razliku od prethodnih mrežnih stranica nakladnika. Knjige su vizualno ljepše poredane, po šest redaka od pet knjiga maksimalno po stranici, moguće ih je ocijeniti (dati ocjenu od 1 do 5 zvjezdica), odmah staviti u košaricu ili listu želja, a klikom na njih dolazi se do više informacija. Dinamičnim prikazom nekoliko knjiga koje se mijenjaju odmah pri dolasku na stranicu privlačan je posjetiteljima, uočavaju se knjige u trenu i omogućuje dolazak do knjiga do kojih možda ne bi sami došli. Mrežna stranica Naklade Ljevak omogućuje korisnicima i prijavu na stranicu, stvaranje liste želja te prijavu na njihov newsletter koji omogućuje obavješćavanje korisnika o novostima, događanjima, posebnim ponudama i pogodnostima te ostalim zanimljivostima. Pri dnu stranice nalaze se ikone društvenih mreža na kojima Naklada Ljevak ima svoj profil. Njihovim odabirom, prikazuje se Facebook profil Naklade Ljevka koji je aktivan i ažuran, Youtube profil na kojemu je posljednji put podijeljen sadržaj prije godinu dana, te Instagram profil na kojemu Naklada Ljevak redovito dijeli sadržaj. Pregled mrežne stranice Naklade Ljevak ukazuje na trud uloženi na vidljivost građe, na nedostatak interaktivnosti i nedostatka prezentacije sadržaja vezanih uz kulturnu baštinu.

Primjer 4. Mrežna stranica Školska knjiga



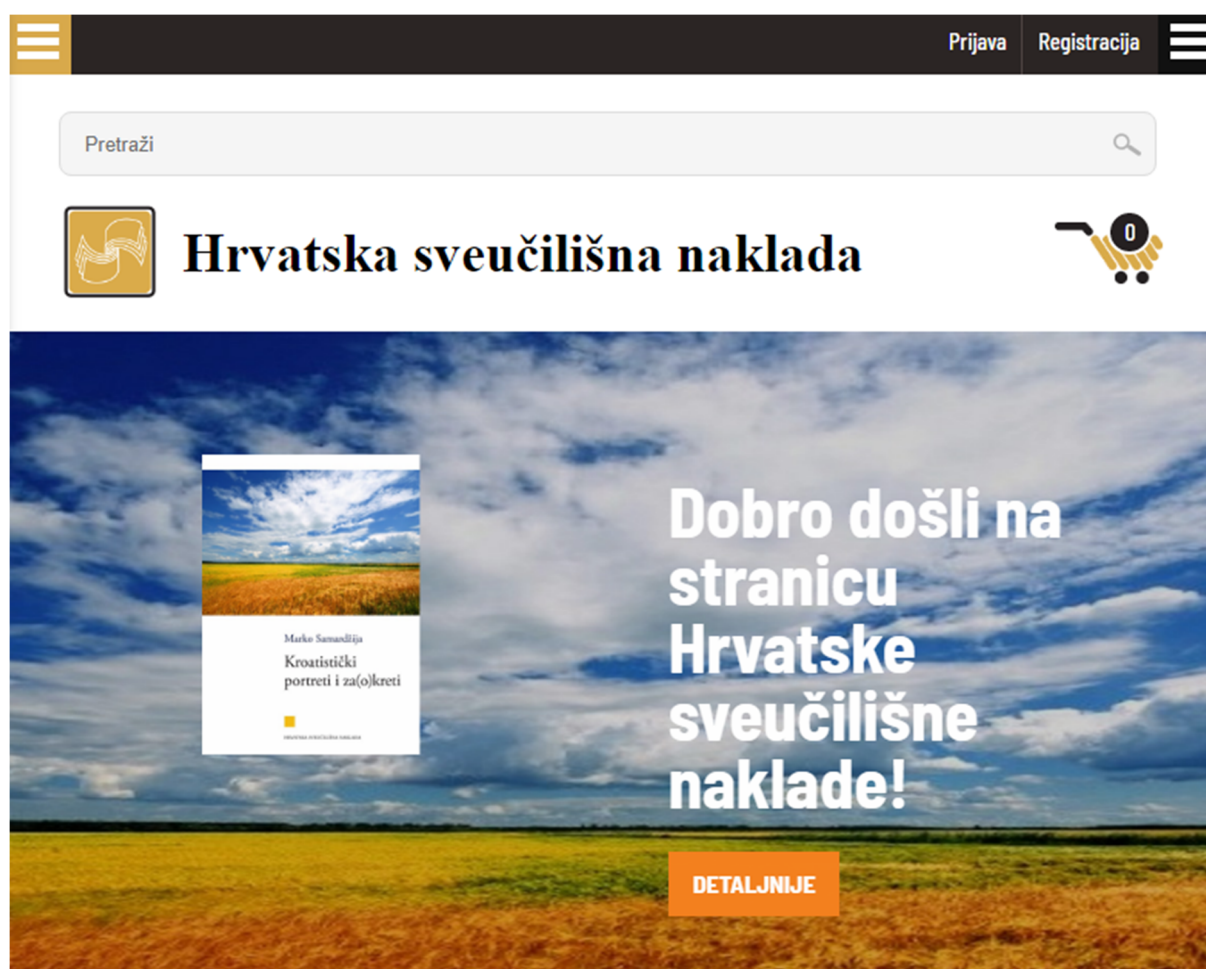
Slika 9. Prikaz mrežne stranice nakladničke kuće Školska knjiga (Izvor: Školska knjiga. 2019.¹⁸⁶)

Dizajn mrežne stranice Školske knjige sličan je dizajnu mrežne stranice Naklade Ljevak, atraktivan i moderan koji je omogućio predstavljanje novog sadržaja na dinamičan način koji se uočava odmah na samom dolasku na stranicu. Preglednost je stvorena grupiranjem sadržaja pod izborike koji se nalaze pri vrhu stranice i prate korisnika kroz njegovo kretanje stranicom. Dolaskom na dno stranice, prikazani su izbornici vezani uz informacije o školskoj knjizi, kontaktu, te uvjetima poslovanja. No, na dnu stranice sa lijeve strane nalaze se ikone koje vode do Školskog portala i Rječnika te njihovih istoimenih aplikacija. Mrežna stranica Školske knjige omogućuje registraciju posjetitelja, njihovu prijavu, te prijavu na newsletter. Razlikuje se od ostalih mrežnih stranica po tome što pri vrhu stranice, iznad ostalih izbornika i loga Školske knjige, ima dodatne izbornike Ikea family, Klub i Knjiga tjedna. Na gornjem desnom kutu nalaze se ikone za kontakt i popis knjižara te društvenih mreža Facebook i

¹⁸⁶ Školska knjiga. URL: <https://shop.skolskaknjiga.hr/> (2019-08-30)

Instagram na kojima često i redovito dijeli sadržaj. Mrežna stranica sadrži tražilica pomoću koje se može jednostavno i lako doći do traženog sadržaja. Tako unošenjem pojma „kulturna baština“ prikazuje rezultate proizvoda vezanih uz traženi pojam. Neki naslovi Školske knjige koji se tiču baštine su: *Povijest, vjera i kulturna baština u Imoti* autora fra Jozo Grbavac, *Robert Adam and Diocletian's palace in Split* od skupine autora, *Leksikon hrvatskoga srednjovjekovlja* od Franje Šanjek, Branke Grbavac i suradnika, monografija *LADO – Hrvatsko nacionalno blago*, udžbenik *Kulturno-povijesna baština* autorice Vesne Srnić, *Hrvatski alkemičari tijekom stoljeća* autorice Snježane Paušek-Baždar, *Slobodni i kraljevski grad Zagreb* autorice Lelje Dobronić, mladima namijenjena knjiga *Sjaj hrvatske domovine* autora Branka Pilaša, a djeci predškolske dobi reljefni radni listovi za vježbanje grafomotorike *Igrajmo se pleterima*. Odabirom proizvoda, prikazuje se njegova slika, mogućnost kupnje (stavljanja u košaricu) i njegovo označavanje, odnosno stavljanje na listu želja, ali i njegovo dijeljenje putem nekoliko društvenih mreža. Ispod toga nalaze se podaci o autoru, opis proizvoda i podaci o njemu, a nakon tih podataka izdvajaju se neke knjige iz ponude Školske knjige koje se dinamično izmjenjuju. Na donjem lijevom kutu stranice uvijek se nalaze izbornici Pretprodaja kojim se otvara mali prozorčić koji ubrzava kupnju u pretprodaji i nudi mogućnost pregledavanja što se još nalazi u ponudi, dok se izbornikom Kako vam možemo pomoći otvara prozorčić za slanje poruke kontaktnom centru. Pregledom mrežne stranice Školska knjige može se utvrditi kako ne posjeduje osobinu interaktivnosti niti postoji upečatljiv način prezentacije građe koja je vezana uz hrvatsku kulturnu baštinu. Knjige su prezentirane na uobičajen način: pet knjiga po retku, može se birati broj prikazanih knjiga te se može se birati poredak prikaza (po nazivu, cijeni, poziciji ili popustu za Članove Kluba). Mrežna stranica Školske knjige, kao mrežna stranica Naklade Ljevka, obraća pozornost na lijep i moderan dizajn kojim se na dinamičan način prikazuje određena građa, te organiziranost građe. No, vidljivost građe koja se bavi hrvatskom baštinom nije ostvarena.

Primjer 5. Mrežna stranica Hrvatska sveučilišna naklada



Slika 10. Prikaz mrežne stranice nakladničke kuće Hrvatska sveučilišna naklada (Izvor: Hrvatska sveučilišna naklada. 2019.¹⁸⁷)

Dizajn mrežne stranice Hrvatske sveučilišne naklade je moderan i jednostavan, ali nije pretjerano atraktivan. No, sadržaj mrežne stranice je pregledan jer je organiziran prema izbornicima. Mrežna stranica Hrvatske sveučilišne naklade, kao stranice Naklade Ljevka i Školske knjige, ima mogućnost prijave korisnika, registracije i prijave na newsletter te kupnje (dodavanje u košaricu). Tražilica u gornjem desnom dijelu stranice omogućuje unos i pretraživanje željenog pojma što služi korisniku za lakše i jednostavnije dolaženje do informacija. Primjerice, pretraživanjem pojma „kulturna baština“ nije pronađen niti jedan rezultat no pretraga „kultura“ ipak donosi rezultate. Moguće je pronaći knjige vezane uz glagoljicu na mrežnoj stranici Hrvatske sveučilišne naklade, a neke od njih su: pretisak izdanja otisnutog iz 1561. godine *Glagoljična i ćirilična Tabla za dicu* koji je priredio Stjepan Damjanović, *Tisućljeće hrvatskoga glagoljaštva* autora Eduarda Hercigonja,

¹⁸⁷ Hrvatska sveučilišna naklada. URL: <https://www.hsn.hr/> (2019-08-30)

Glagoljaška muka Kristova: odabrane kulturološko-filološke studije urednika Antonije Zaradija Kiš i Matea Žagar, *Jezik hrvatskoglagoljskih Pazinskih fragmenata* autora Milana Mihaljević i Jasne Vince, te *Eshatološke vizije u hrvatskoglagoljskoj književnosti: Poetičke i žanrovske značajke* autorice Marije-Ane Dürriegl. Neke knjige za koje su korišteni drugi baštinski elementi su: *Otoci otoka Hvara* autorice Ane Perinić Lewis, *Filozofski rukopisi 18. stoljeća u franjevačkim samostanima Slavonije* autora Zlatka Posavac, izdanje na engleskom jeziku *Cultural heritage of Croatia in the war 1991/92* autora Stipe Botica, Miloš Judaš, Greta Pifat-Mrzljak, Vlado Šakić, *Vile s Učke: žanr, kontekst, izvedba i nadnaravna bića predaja* autorice Eveline Rudan, *Vrbnik: grad, ljudi i spomenici* autora Marijana Bradanović, te *Medij, kultura i nacija – poetika i politika Gajeve Danice* autorice Suzane Cohu. Odabere li se ikona naslovnice neke knjige prikazat će se samo slika njezine naslovnice, ali ne i njezin opis, podaci o njezinom autoru, ili pak recenzije. Potrebno je odabrati tekst naslova knjige kako bi se otvorila nova stranica sa podacima o odabranoj knjizi. Na desnoj strani nalazi se slika naslovnice knjige, a na lijevoj je njezin naslov, šifra artikla, cijena i online cijena, podatak o autoru, izdavaču, godina izdavanja, opće informacije i dostupnost. Ispod tih informacija nalazi se opis knjige, a nakon opisa postoji oznaka Pošaljite upit za ovu knjigu. Hrvatska sveučilišna naklada uložila je trud kako bi se svojom mrežnom stranicom na neki način razlikovala od drugih, a upravo se mogućnošću slanja upita o knjizi razlikuje od prethodno analiziranih mrežnih stranica nakladnika. Odabere li se slanje upita za knjigu, otvorit će se obrazac sa već ispunjenim nazivom knjige i njezinom šifrom, a ispod se nalazi polje za unos e-mail adrese na koju će stići odgovor na upit. Moguće je odabrati više informacija o raspoloživosti, o sadržaju ili o autoru/autorima, a moguće je odabrati i sve navedeno. Ispod toga, nalazi se polje za unos sadržaja upita. Nakon toga, potrebno je odgovoriti na anti spam pitanje i jednostavno odabrati opciju Obriši ili Pošalji. Time je omogućeno posjetiteljima stranice jednostavno dolaženje do željenih informacija, a ostvaruje se i dvosmjerna komunikacija. Tada nakladnik može saznati što još posjetitelji žele znati o građi, što bi ih moglo privući. Slika na kojoj je iskazana dobrodošlica korisniku jest zapravo slika naslovnice nove knjige Hrvatske sveučilišne naklade o kojoj se pružaju informacije na izbornik Detaljnije. Odabirom Detaljnije sa desne strane mrežne stranice dolazi se do podataka o knjizi na isti način kao što je već navedeno: na desnoj strani je slika naslovnice knjige, dok je na lijevoj strani njezin naslov, šifra artikla, oznaka Novo u ponudi!, cijena i online cijena, podatak o autoru, ISBN, izdavaču, godina izdavanja, opće informacije i dostupnost. Ispod tih informacija nalazi se opis knjige, a nakon opisa postoji oznaka Pošaljite upit za ovu knjigu. Na mrežnoj stranici Hrvatske sveučilišne naklade ispod slike sa ispisanom

dobrodošlicom, nalazi se nekoliko njezinih proizvoda koji su organizirani kategorijama Izdavamo iz ponude (moguće ih je sortirati prema cijeni, nazivu ili popustima) te Novosti i najave. Pregledom mrežne stranice Hrvatske sveučilišne naklade zaključuje se kako ne poseduje interaktivnost niti postoji drugačiji način prezentiranja korisniku sadržaja vezanih uz kulturnu baštinu koje ona posjeduje kako bi mu se približila i zainteresirala za njezino daljnje istraživanje i korištenje. Knjige su organizirane na uobičajen način: jedna pokraj druge, pet knjiga po retku u maksimalno četiri redaka po stranici. No, vidljivost knjiga sa elementima kulturne baštine nije naročito ostvarena.

9. Zaključak

Nakladnici danas imaju mogućnost korištenja Interneta pomoću kojeg mogu stvoriti vlastitu mrežnu stranicu. Pružanje sadržaja i prezentacija informacija tim putem omogućuje korisniku slobodan pristup u kojem ne vrijede prostorne niti vremenske granice koje bi ga mogle sputavati do dolaska do njemu potrebnih i željenih informacija. Nakladništvo je primorano osluškivati potrebe i želje korisnika koje se sve brže mijenjaju i postaju sve zahtjevnije. Stoga je potrebno i pratiti tržište, ali i sve promjene koje se događaju uključujući društvene, političke, tehnološke, ekonomske kako bi mogle reagirati u pravi trenutak i na način. Korisnici danas konzumiraju proizvod na drugačiji način, preferiraju sadržaj predstavljen na vizualan način i žele aktivnim putem doći do informacija i znanja. Stoga je cilj ovoga rada vidjeti jesu li nakladnici prepoznali tu promjenu uzevši to u obzir prilikom predstavljanja sadržaja vezanog uz hrvatsku kulturnu baštinu na svojim mrežnim stranicama.

Nakladnici su uglavnom uočili značaj online svijeta koji im pruža brojne mogućnosti, pa tako i dopiranje sve do međunarodne publike. Sada prevlada problem izobilja sadržaja stoga je uloga nakladnika usmjeriti korisnika na onaj kvalitetan. Korisnicima je sada najlakše dolaziti do željenih i potrebnih informacija putem pretraživanja internetskog sadržaja stoga se time najčešće i koriste. Nakladnici na to moraju obratiti pažnju kako bi prezentirali sadržaj na način koji će privući posjetitelje, educirati ih, navesti na daljnje istraživanje i korištenje, a potom i kupnju. Budući da nakladništvo ima i kulturnu ulogu, dužna je brinuti se o bogatoj kulturnoj baštini te ju pružiti čitateljima na njima odgovarajući način. To znači da postoji potreba za prezentiranjem sadržaja vezanog uz kulturnu baštinu na mrežnim stranicama nakladnika.

Istraživanje u ovome radu sastojalo se od odabranih pet mrežnih mjesta nakladničkih kuća u Hrvatskoj. Odabrane su one nakladničke kuće i njihova mrežna mjesta čiji je rad prepoznat kao kvalitetan i usmjeren je i na neprofitni dio poslovanja nakladništva koji se sastoji od brige za kulturu, umjetnost i znanost, očuvanja kulturnog identiteta, informiranja, odgajanja i obrazovanja čitatelja, identificiranja, očuvanja i korištenje bogate kulturne baštine kroz svoj rad za dobrobit cjelokupne zajednice Hrvatske, ali i šire te za opstanak i ostvarivanje prepoznatljivosti u vrijeme globalizacije.

Pregledom mrežnih mjesta nakladničkih kuća Matica hrvatska, Hrvatska akademija znanosti i umjetnosti, Hrvatska sveučilišna naklada, Školska knjiga i Naklada Ljevak moguće

je utvrditi kako je dizajnu i atraktivnosti mrežnog mjesta najmanje pažnje posvetila Matica hrvatska, a najviše Školska knjiga što nije iznenađujuće s obzirom na to da je među njezinim ciljevima navedena njezina težnja za zadržavanjem položaja vodećeg nacionalnog i regionalnog nakladnika. Svaka nakladnička kuća je na svome mrežnom mjestu nastojala pregledno organizirati svoj sadržaj i pružiti ga posjetitelju, a najatraktivnije mrežne stranice su ipak bile one što više teže ka ostvarivanju profita, a to su Školska knjiga i Naklada Ljevak. Također je svaka nakladnička kuća na svoje mrežno mjesto uvrstila tražilicu čiji je cilj omogućiti korisniku jednostavno i lako dolaženje do željenih informacija. Nažalost, ne može se reći niti za jednu mrežnu stranicu nakladničkih kuća da ju odlikuje interaktivnost niti drugačiji i poseban način prezentiranja sadržaja vezanih uz kulturnu baštinu Hrvatske.

Moguće je stoga utvrditi kako nakladničke kuće u Hrvatskoj nisu prepoznale niti iskoristile potencijal mrežnih stranica. Internet je omogućio brisanje gotovo svih granica, i jezičnih i prostornih, te stvaranje raznolikog sadržaja bez obzira na temu te njihovo otkrivanje i korištenje na inovativan način dostupnog svima. Nažalost, nakladničke kuće nisu posvetile dovoljno pažnje na prezentaciju sadržaja kulturne baštine kojom Hrvatska obiluje na svojim mrežnim mjestima niti se za njih može tvrditi kako privlače posjetitelje te ih pozivaju na istraživanje i korištenje sadržaja vezanih uz hrvatsku kulturnu baštinu. Nakladnici putem svojih mrežnih stranica nisu ostvarili zadovoljavajuću vidljivost građe vezana uz baštinu. Stoga na temelju obavljenog istraživanja može se istaknuti potreba za osvježavanjem nakladnika o važnosti mrežnog mjesta koje ono ima danas te ga iskoristiti u svrhu privlačenja posjetitelja i njihova korištenja mrežne stranice te kako bi se prepoznala, prezentirala i koristila, a time i sačuvala hrvatska kulturna baština na novi i inovativan način koji posjetitelje žele i u potpunosti im odgovara.

Mrežne stranice nakladnika na području Hrvatske ukazuju na potrebno osvježavanje nakladnika o važnosti mrežne stranice danas, potrebi za radu na mrežnim stranicama kako bi se ostvarila dobra prezentacija i vidljivost građe, ali i nužnosti analize virtualnih posjetitelja radi saznanja o njihovim preferencijama i navikama stranica kako bi ih mogli unaprijediti. Kulturnu baštinu ne treba izostavljati, već ju prihvatiti i uklopiti u mrežnu stranicu na vizualan, zanimljiv, aktivan način koji odgovara današnjim zahtjevima korisnika, a ne koji odgovara nakladniku.

Tržište danas obilježava sve brže i zahtjevnije promjene koje je potrebno uočiti i na njih pravovremeno i na pravi način odgovoriti. Korisnici danas nisu pasivni, ne žele „dosadno“ predstavljanje sadržaja samo kroz tekst, već žele doći do informacija i prikaza

sadržaja vizualnim putem, putem slika kroz interaktivnost i multimediju. Stoga je važno konačno osvijestiti nakladnike o tome i imati to na umu prilikom predstavljanja hrvatske kulturne baštine jer njezinim nekorisćenjem može doći do zaborava, a time i do njezina potpunog gubitka.

10. Popis literature

1.2 Ciljevi. Pisana baština. URL: <https://pisanabastina.unizd.hr/?cnt=goals> (2019-08-20)

Antoš, Zvezdana. Projekt Creapolis – Muzeji društva i urbana kreativnost: baština kao izvor inspiracije kulturnim i kreativnim industrijama. // Etnološka istraživanja, 23(2018), str. 9-25.

Bartolčić, Nenad...[et al.]. Knjiga u fokusu: potpora kreativnoj industriji – stručna analiza i preporuke za uređenje tržišta knjiga i širenje kulture čitanja u RH. Zagreb: Knjižni blok – Inicijativa za knjigu, 2013.

Biografija. Jasna Horvat. URL: <http://www.jasnahorvat.com/> (2019-08-26)

Blažević, Leonardo. Moć marketinga u knjižnom nakladništvu. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk, 2016.

Buljubašić, Ivana; Rebrina, Nikolina. Interdisciplinarni načini učenja i promidžbe glagoljskog pisma danas: neprofitni marketing glagoljice kao marke. // Hrvatistika: studentski jezikoslovni časopis 6, 6(2012), str. 9-27.

Cifrić, Ivan. Očuvanje baštine u kontekstu Europske Unije. // Adrias 20, (2014), str. 9-19.

Ciljevi Europske godine kulturne baštine 2018. URL: <http://www.eu.godina.kulturne-bastine.min-kulture.hr/ciljevi/8> (2019-08-25)

Clark, Giles; Phillips, Angus. O nakladništvu iznutra. Zagreb: Hrvatska sveučilišna naklada, 2017.

Convention concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage.

UNESCO. URL: <http://whc.unesco.org/archive/convention-en.pdf> (2019-07-20)

Cvjetičanin, Biserka. Kultura u doba mreža: ogledi o kulturnoj politici. Zagreb: Hrvatska sveučilišna naklada, 2014.

Despot, Ivona; Ljevak Lebeda, Ivana; Tomašević, Nives. „Freemium“ poslovni model u nakladništvu: novo oblikovanje za potrebe čitatelja digitalnog doba. // Libellarium : časopis za povijest pisane riječi, knjige i baštinskih ustanova 8, 1(2015), str. 81-89.

Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske. Izdane knjige i brošure, novine i časopisi u 2010.: published books and brochures, newspapers and magazines, 2010. // Priopćenje 8.3.1. Zagreb, 2011. URL: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2011/08-03-01_01_2011.htm (2019-07-17)

Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske. Nacionalna klasifikacija djelatnosti 2007. - NKD 2007. URL: https://www.dzs.hr/App/klasu/Docs/NKD_2007_publikacija.pdf (2019-07-16)

Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske. Statistički ljetopis Republike Hrvatske 2018: Statistical Yearbook of the Republic of Croatia, 2018. URL: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/ljetopis/2018/sljh2018.pdf (2019-07-17)

Državni zavod za statistiku. Metodologija za statističku primjenu Nacionalne klasifikacije djelatnosti 2007. – NKD 2007. URL: https://www.dzs.hr/App/klasu/Docs/NKD_2007_Metodologija.pdf (2019-07-16)

Eagleton, Terry. Kultura. Zagreb: Naklada Ljevak, 2017.

Escarpit, Robert. Revolucija knjige. Zagreb: Prosvjeta, 1972.

European Commision. Creative Europe: Monitoring Report, 2018. URL: <https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/sites/creative-europe/files/library/creative-europe-monitoring-report-2018.pdf> (2019-08-28)

Europska godina kulturne baštine 2018. URL: <http://www.eu.godina.kulturne-bastine.min-kulture.hr/projekt/44#> (2019-08-25)

Franić, Ana. Knjiga kao suvenir: Herenda promovirao englesku verziju romana „1202.“. Zadarski.hr. 2018. URL: <https://zadarski.slobodnadalmacija.hr/zadar-plus/clanak/id/552407/herenda-promovirao-englesku-verziju-romana-1202> (2019-08-26)

Gfk Hrvatska. Istraživanje hrvatskog tržišta knjiga 2018. Moderna vremena. 2018. URL: <https://www.mvinfo.hr/clanak/pogledajte-prezentaciju-gfk-ovog-istrazivanja-trzista-knjiga-u-hrvatskoj-travanj-2018> (2019-08-29)

Godišnje izvješće Ministarstva kulture 2018. Ministarstvo kulture Republike Hrvatske. URL: https://www.min-kulture.hr/userdocsimages/2018%20poziv/obraci/godi%C5%A1njak_2019-02-20_023.pdf (2019-08-25)

Goldstein, Simona. Poduzetništvo u kreativnim industrijama. Zagreb: Hrvatska sveučilišna naklada, 2016.

Harni, Slavko. Kriteriji za utvrđivanje svojstva knjige kao kulturnog dobra. // Muzeologija, 48/49(2012), str. 9-26.

Hebrang Grgić, Ivana. Kratka povijest knjižnica i nakladnika: s kodovima i aplikacijom. Zagreb: Naklada Ljevak, 2018.

Horvat, Jasna; Mijoč, Josipa; Zrnić, Ana. Ars Andizetum: Riznica projekata kreativne industrije Instituta Andizet. Osijek: Andizet – Institut za znanstvena i umjetnička istraživanja u kreativnoj industriji, 2018.

Horvat, Jasna; Tomašević, Nives. Glagoljica kao tema knjige – kulturnog suvenira. // 14. seminar Arhivi, knjižnice, muzeji: mogućnosti suradnje u okruženju globalne informacijske infrastrukture: zbornik radova / Faletar Tanacković, Sanjica; Hasenay, Damir. Zagreb: Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2011. Str. 180-197.

Horvat, Jasna; Tomašević, Nives; Lendić, Slaven. Semiotički marketing Konstantina Ćirila Filozofa: glagoljičko prezentiranje kršćanstva kao preteča suvremenog semiotičkog marketinga. // Libellarium : časopis za povijest pisane riječi, knjige i baštinskih ustanova 2, 2(2009), str. 161-180.

Hrovatin, Mirela. Procesi očuvanja i popisivanja nematerijalnih kulturnih dobara u Hrvatskoj. // Godišnjak zaštite spomenika kulture Hrvatske, 36(2012), str. 125-136.

Hrvatska akademija znanosti i umjetnosti. URL: <http://info.hazu.hr/hr/> (2019-08-30)

Hrvatska i Program Kreativna Europa (2014.-2020.). URL: http://mediadesk.hr/hr/potprogram_media/hrvatska_i_program_kreativna_europa_2014_2020 (2019-08-25)

Hrvatska kulturna baština. URL: <http://www.kultura.hr/> (2019-08-05)

Hrvatska sveučilišna naklada. URL: <https://www.hsn.hr/> (2019-08-30)

Hrvatski klaster konkurentnosti kreativnih i kulturnih industrija. Mapiranje kreativnih i kulturnih industrija u Republici Hrvatskoj. Zagreb: Ekonomski institut, 2015.

Jasna Horvat : Osvojski. Moderna vremena. URL: <https://www.mvinfo.hr/clanak/jasna-horvat-osvojski> (2019-08-26)

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

Katunarić, Vjeran. Tri lica kulture. // Društvena istraživanja : časopis za opća društvena pitanja 5, 5-6 (25-26)(1996), str. 831-858.

Kultura nova. Zaklada Kultura nova. URL: <https://kulturanova.hr/zaklada/o-zakladi> (2019-08-10)

Kultura. // Hrvatska enciklopedija. URL: <http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=34552> (2019-07-25)

Kultura. // Proleksis enciklopedija. URL: <http://proleksis.lzmk.hr/33149/> (2019-07-25)

Kultura. Ministarstvo kulture Republike Hrvatske. URL: <https://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=4642> (2019-08-01)

Kultura. Ministarstvo kulture Republike Hrvatske. URL: <https://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=4642> (2019-08-01)

Kulturna baština. Ministarstvo kulture Republike Hrvatske. URL: <https://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=6> (2019-07-19)

Kulturne i kreativne industrije, vrijedne više od 15 milijardi kuna, očekuju rast i u 2016. Hrvatska udruga poslodavaca. 2015. URL: <https://www.hup.hr/kulturne-i-kreativne-industrije-vrijedne-vise-od-15-milijardi-kuna-ocekiju-rast-i-u-2016.aspx> (2019-08-20)

Ljevak – Europea 2017-2018. Desk Kultura Hrvatska. URL: <http://deskkultura.hr/hr/projekti/natjecaj-knjizevni-prijevodiljevak-europea-2017-2018> (2019-08-31)

Mapiranje kreativnih i kulturnih industrija u Republici Hrvatskoj. Hrvatski klaster konkurentnosti kreativnih i kulturnih industrija. 2015. URL: <https://www.hup.hr/EasyEdit/UserFiles/JASMINKA/Mapiranje%20kreativnih%20i%20kulturnih%20industrija%20u%20Republici%20Hrvatskoj.pdf> (2019-08-20)

Marasović, Tomislav. Kulturna baština 1. Split: Veleučilište u Splitu, 2001.

Matica hrvatska. URL: <http://www.matica.hr/> (2019-08-30)

Nagrada i odličja Matice hrvatske. Matica hrvatska. URL: <http://www.matica.hr/omatici/Nagrade%20i%20odli%C4%8Dja%20Matice%20hrvatske/> (2019-08-30)

Naklada Ljevak. // Hrvatska enciklopedija. URL: <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=69481> (2019-08-31)

Naklada Ljevak. URL: <https://www.ljevak.hr/> (2019-08-30)

Naprijed. // Hrvatska enciklopedija. URL: <http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=69482> (2019-08-31)

Nematerijalna dobra upisana na UNESCO-ov Reprezentativni popis nematerijalne kulturne baštine čovječanstva. Ministarstvo kulture Republike Hrvatske. URL: <https://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=5220> (2019-08-01)

Nepokretna kulturna baština. Ministarstvo kulture Republike Hrvatske. URL: <https://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=27> (2019-07-20)

Nikočević, Lidija. Kultura ili baština?: problem nematerijalnosti. // Etnološka tribina: godišnjak Hrvatskog etnološkog društva 35, 42(2012), str. 7-56.

O Hrvatskom klasteru konkurentnosti kreativnih i kulturnih industrija. Hrvatski klaster konkurentnosti kreativnih i kulturnih industrija. URL: <http://hkkkki.eu/index.php/o-hkkkki/> (2019-08-15)

O Matici hrvatskoj. Matica hrvatska. URL: <http://www.matica.hr/omatici/> (2019-08-30-)

O nama. Hrvatska sveučilišna naklada. URL: <https://www.hsn.hr/cd/13/povijesni-pregled-razvoja-hrvatske-sveucilisne-naklade> (2019-08-30)

O Školskoj knjizi. Školska knjiga. URL: <https://shop.skolskaknjiga.hr/o-nama> (2019-08-30)

Objava rezultata Javnog poziva za poticanje poduzetništva u kulturnim i kreativnim industrijama u 2018. godini. Ministarstvo kulture Republike Hrvatske. URL: <https://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=20106> (2019-08-25)

Povijest. Državni zavod za intelektualno vlasništvo. URL: <http://www.dziv.hr/hr/intelektualno-vlasnistvo/autorsko-pravo/povijest/> (2019-07-20)

Poziv za predlaganje programa javnih potreba u kulturi Republike Hrvatske za 2019. godinu. Ministarstvo kulture Republike Hrvatske. URL: <https://www.min-kulture.hr/default.aspx?ID=19966> (2019-08-25)

Primorac, Jaka. Od nesigurnosti do nesigurnosti: rad i zaposlenost u kulturnim i kreativnim industrijama. // Revija za sociologiju, 42(2012), str. 5-30.

Roman AZ (engleski jezik). Andizet. URL: <https://www.andizet.hr/roman-az-engleski-jezik/> (2019-08-20)

Sedam ministara potpisalo Izjavu o namjeri poticanja razvoja kreativnih i kulturnih industrija u Republici Hrvatskoj. Ministarstvo gospodarstva, poduzetništva i obrta, 2015. URL: <https://www.mingo.hr/page/sedam-ministara-potpisalo-izjavu-o-namjeri-poticanja-razvoja-kreativnih-i-kulturnih-industrija-u-republici-hrvatskoj> (2019-08-22)

Seiter-Šverko, Dunja. Nacionalni program digitalizacije arhivske, knjižnične i muzejske građe i projekt „Hrvatska kulturna baština“. // Vjesnik bibliotekara Hrvatske 55, 2(2012), str. 1-15.

Sporazum o jedinstvenoj cijeni knjige. Ministarstvo kulture Republike Hrvatske. URL: <https://www.min-kulture.hr/userdocsimages/novosti/SPORAZUM%20O%20JEDINSTVENOJ%20CIJENI%20KNJIGE.pdf> (2019-02-08)

Statistički ljetopisi. Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske. URL: https://www.dzs.hr/Hrv/Publication/stat_year.htm (2019-07-17)

Stipčević, Aleksandar. Sudbina knjige. Lokve: Naklada Benja, 2000.

Školska knjiga. URL: <https://shop.skolskaknjiga.hr/> (2019-08-30)

Šojat-Bikić, Maja. Hrvatska tradicijska baština online: stanje i mogućnosti. // Etnološka istraživanja, 16(2012), str. 103-128.

Šošić, Trpimir M. Pojam kulturne baštine: međunarodno pravni pogled. // Zbornik radova Pravnog fakulteta u Splitu 51, 4(2014), str. 833-860.

Što je nematerijalna kulturna baština. Ministarstvo kulture Republike Hrvatske. URL: <https://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=3639> (2019-08-01)

The Editors of Encyclopaedia Britannica. Knjiga. // Encyclopaedia Britannica. URL: <https://www.britannica.com/topic/book-publication> (2019-07-05)

Tomašević, Nives. Istraživanja stajališta o čitanju i njihov utjecaj na nakladništvo (ocjena zainteresiranosti za književne vrste). // Libellarium : časopis za povijest pisane riječi, knjige i baštinskih ustanova 1, 2(2008), str. 221 -241.

Tomašević, Nives. Kreativna industrija i nakladništvo. Zagreb: Naklada Ljevak, 2015.

Tomašević, Nives; Horvat, Jasna. Nevidljivo nakladništvo. Zagreb: Naklada Ljevak, 2012.

Tomašević, Nives; Kovač, Miha. Knjiga, tranzicija, iluzija. Zagreb: Naklada Ljevak, 2009.

Tomašević, Nives; Ljevak Lebeda, Ivana. Role of publishing in the cultural and creative industry. // Knygotyra, 62(2014), str. 47-59.

Tomić, Marijana. Hrvatskoglagoljski brevijari na razmeđu rukopisne i tiskane tradicije. Zagreb: Naklada Ljevak, 2014.

Tomić, Marijana. Projekt „Digitalizacija, bibliografska obrada i istraživanje tekstova zadarsko-šibenskog područja iz radoblja do kraja 19. st. pisanih glagoljicom, bosančicom i latinicom“. // @rhivi 1, 1(2017), str. 11-13.

Vilijun. Knjižara Ljevak. URL: <https://www.ljevak.hr/knjizevnost/20935-vilijun.html> (2019-08-26)

Vuković, Marinko. Pogled na međuodnos baštine, kulture i identiteta. // Arhivski vjesnik 54, 1(2011), str. 97-113.

World Heritage. UNESCO World Heritage Centre. URL:

<https://whc.unesco.org/pg.cfm?cid=160> (2019-07-05)

Zakon o autorskom pravu i srodnim pravima. Narodne novine. URL: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2003_10_167_2399.html (2019-07-15)

Zakon o autorskom pravu i srodnim pravima. Zakon.hr. URL:

<https://www.zakon.hr/z/106/Zakon-o-autorskom-pravu-i-srodnim-pravima> (2019-07-15)

Zakon o zaštiti i očuvanju kulturnih dobara. Zakon.hr. URL:

<https://www.zakon.hr/z/340/Zakon-o-za%C5%A1titi-i-o%C4%8Duvanju-kulturnih-dobara> (2019-07-20)

The role of publishers in the preservation of cultural heritage

Abstract

In this thesis the focus is placed at the work of publishers of preserving the cultural heritage and its presentation through their website. This thesis consists of two parts, the theoretical and the research part. The theoretical part seeks to define the publisher and its specific work in that it has two seemingly incompatible tasks, and that is to make a profit, but also to fulfill its cultural task, meaning to preserve cultural identity by preserving the national cultural heritage through its products. In addition the theoretical part defines the very concept of culture and cultural heritage of which it consists of, stating the importance carried by the cultural and creative industries and the position of publishing as a broader concept. The research part of this thesis gives the review and analysis of the websites of five publishers focused on the publishing efforts in preserving the cultural heritage in a virtual environment. The main purpose of this work is to recognize the work of the publishers concerning the presentation of Croatian cultural heritage through its presentation on the websites of the publishers, which provides getting to know and use the heritage by all users in a new, innovative, interesting and free way, as well as the disadvantages associated with non-recognition and non-exploitation the potential of web sites that allow the modern era.

Keywords: publishing, book, cultural heritage, cultural and creative industry