

Samoizdavaštvo: rastući trend?

Dujić, Anto

Undergraduate thesis / Završni rad

2022

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Filozofski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:142:358532>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-12-25**



FILOZOFSKI FAKULTET
SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU

Repository / Repozitorij:

[FFOS-repository - Repository of the Faculty of Humanities and Social Sciences Osijek](#)



Sveučilište J. J. Strossmayera u Osijeku
Filozofski fakultet Osijek
Jednopredmetni preddiplomski studij Informatologije

Anto Dujčić

Samoizdavaštvo: rastući trend?

Završni rad

Mentor: prof. dr. sc. Zoran Velagić

Osijek, 2022.

Sveučilište J. J. Strossmayera u Osijeku
Filozofski fakultet Osijek
Odsjek za informacijske znanosti
Jednopredmetni preddiplomski studij Informatologije

Anto Dujić

Samoizdavaštvo: rastući trend?

Završni rad

Društvene znanosti, informacijske i komunikacijske znanosti, knjižničarstvo

Mentor: prof. dr. sc. Zoran Velagić

Osijek, 2022.

Prilog: Izjava o akademskoj čestitosti i o suglasnosti za javno objavljivanje

Obveza je studenta da donju Izjavu vlastoručno potpiše i umetne kao treću stranicu završnog odnosno diplomskog rada.

IZJAVA

Izjavljujem s punom materijalnom i moralnom odgovornošću da sam ovaj rad samostalno napravio te da u njemu nema kopiranih ili prepisanih dijelova teksta tuđih radova, a da nisu označeni kao citati s napisanim izvorom odakle su preneseni.

Svojim vlastoručnim potpisom potvrđujem da sam suglasan da Filozofski fakultet Osijek trajno pohrani i javno objavi ovaj moj rad u internetskoj bazi završnih i diplomskih radova knjižnice Filozofskog fakulteta Osijek, knjižnice Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku i Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu.

U Osijeku, datum

5. rujna 2022.

Anto Dujic 0122232056
ime i prezime studenta, JMBAG

Sadržaj

| | |
|---|----|
| 1. Uvod..... | 6 |
| 2. Izdavaštvo..... | 7 |
| 2.1. Posao izdavača..... | 7 |
| 2.2. Tržišni sektori u izdavaštvu..... | 8 |
| 2.3. Globalizacija izdavačke industrije..... | 9 |
| 3. Digitalizacija izdavaštva..... | 11 |
| 3.1. Digitalni tisak..... | 12 |
| 4. Samoizdavaštvo..... | 13 |
| 4.1. Veza između digitalnog tiska i samoizdavaštva..... | 13 |
| 4.2. Samoizdavačke tvrtke..... | 14 |
| 4.3. E-knjige..... | 14 |
| 4.4. Samoizdavaštvo i knjižnice..... | 15 |
| 5. Trendovi u samoizdavaštvu..... | 17 |
| 5.1. NFT-ovi i blockchain..... | 18 |
| 6. Zaključak..... | 20 |
| Literatura..... | 21 |

Sažetak

Razvojem informacijsko-komunikacijskih tehnologija, prije svega i najznačajnije razvojem računalne tehnologije i globalne računalne mreže (interneta), otvorile su se brojne nove mogućnosti za autore u pogledu samostalnog izdavanja autorskih djela. Tehnologija je autorima dala izbor da ne moraju nužno krenuti tradicionalnim putem izdavaštva, pri čemu autori sklapaju ugovor s izdavačima (nakladnicima) o izdavanju njihovih autorskih djela već imaju opciju samostalno izdati svoja autorska djela. Broj samostalno izdanih knjiga u svijetu u zadnjih desetak godina je porastao te se procjenjuje da se svake godine samostalno izda oko dva milijuna novih naslova. Cilj ovoga rada je pojasniti pojam izdavaštva (nakladništva), posao izdavača, razvoj i digitalizaciju izdavaštva kao industrije te izdavaštvo u današnjem vremenu. Nadalje objašnjava se pojam samoizdavaštva, trendovi vezani uz samoizdavaštvo, utjecaj koji je imala pandemija COVID-19 na trendove u samoizdavaštvu, povezanost knjiga, e-knjiga i samoizdavaštva. Svrha rada je također analizirati temeljne pojmove kao što su izdavaštvo i samoizdavaštvo te objasniti trendove vezane uz samoizdavaštvo i odgovoriti na pitanje u kojoj je mjeri samoizdavaštvo rastući trend.

Ključne riječi: izdavaštvo, samoizdavaštvo, e-knjiga, trendovi, digitalni tisak

1. Uvod

U svijetu izdavačke industrije postoji simbioza između izdavača i autora. Izdavači ne postoje bez autora, njihovih ideja, rukopisa i djela. Isto tako autori ne postoje bez izdavača, njihove materijalne, marketinške, financijske i druge pomoći. Ovo je nesavršena simbioza zbog toga što i jedni i drugi ponekad imaju razloga za nezadovoljstvo. Autori primjerice mogu biti nezadovoljni iznosom honorara za svoj rad, uredničkim intervencijama i zahtjevima nakladnika za izmjenama i dopunama rukopisa, lošom komunikacijom s izdavačem i slično. Izdavači mogu biti nezadovoljni kvalitetom rukopisa koje dobiju, brzinom pisanja rukopisa, nerealnim željama autora i slično. Međutim u današnjem svijetu to se sve više mijenja zbog rapidnog razvoja informacijsko-komunikacijske tehnologije. Autori su dobili priliku samostalno izdavati svoja autorska djela, najviše u obliku e-knjiga, bez pomoći i logistike tradicionalnih izdavača. Time se samoizdavaštvo sve više pojavljuje kao alternativa tradicionalnom načinu izdavaštva. Ovaj završni rad pružiti će definicije izdavaštva, samoizdavaštva, objasniti će koji su poslovi izdavačkih tvrtki, digitalizaciju izdavaštva kao industrije, digitalni tisak i trendove u samoizdavaštvu.

2. Izdavaštvo

Izdavaštvo i nakladništvo sinonimni su pojmovi. U ovome radu prevladavati će pojam izdavaštvo, ali će se koristiti i pojam nakladništvo tamo gdje je to potrebno i primjereno, primjerice kod citiranja. Postoji više definicija izdavaštva osobito u stranim izvorima, međutim jedna od najboljih definicija izdavaštva je definicija na mrežnom izdanju Hrvatske enciklopedije. Nakladništvo (izdavaštvo), djelatnost kojom pisano djelo postaje dostupno javnosti, a uključuje pribavljanje i odabir rukopisa, uređivanje, grafičko i likovno oblikovanje, organizaciju tiska, promidžbenu djelatnost te distribuiranje. Tradicijski se pod nakladništvom podrazumijevalo izdavanje knjiga i časopisa, a u suvremeno doba obuhvaća i elektroničko, tj. digitalno nakladništvo te, u širem smislu nakladništvo nosača zvuka i slike (odnosno glazbenih i filmskih djela i videoigara).¹

U stranim izvorima, primjerice jednom od najrenomiranijih rječnika engleskog jezika na svijetu, Merriem-Webster Dictionary, definicija izdavaštva je puno kraća. Posao ili profesija komercijalne produkcije i izdavanja književnosti, informacija, glazbenih partitura, snimki ili umjetnosti.² U Oxfordskom rječniku engleskog jezika izdavaštvo se definira kao struka ili posao pripreme i tiskanja knjiga, časopisa, CD-ROM-ova itd. i prodaja ili stavljanje na raspolaganje javnosti.³

Iz priloženog možemo zaključiti da se definicija izdavaštva (nakladništva) svodi na to da je izdavaštvo djelatnost koja se primarno bavi izdavanjem autorskih djela (knjiga, e-knjiga, časopisa itd.) na slobodnom tržištu u svrhu ostvarivanja financijske dobiti za izdavača, a samim time i za autora.

¹ Usp. s Nakladništvo. // Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2022. URL: <https://enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=42840> (2022-01-08)

² Usp. s Merriem Webster Dictionary. URL: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/publishing> (2022-01-08)

³Usp. s Oxford Learner's Dictionaries. URL: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/publishing?q=publishing> (2022-01-08)

2.1. Posao izdavača

Temeljni posao izdavača ukratko bi se mogao odrediti kao dodavanje vrijednosti nekom autorskom djelu i zaštita autorskih prava koje posjeduje neki autor. Uspješni izdavači podupiru autorske karijere i sami stvaraju tržište za svoje proizvode. Nakladnici nisu tek tiskari ili posrednici koji se ubacuju između autora i čitatelja da bi pokupili vrhnje.⁴ Nakladnici okupljaju autore (često i prije no što sam rukopis nastane), prenose autoritet nakladničkog brenda na autorska djela, upravljaju nakladničkim procesima, financiraju proizvodnju i marketing te djela prodaju u različitim formatima, na različitim medijima i na sve dostupne načine.⁵ Izdavač pri tome svemu mora moći ostvariti financijski dobitak kako bi mogao financirati svoje sadašnje poslovanje te razvoj svojih budućih aktivnosti.

Neke od aktivnosti koje u tom pogledu izdavač poduzima su sljedeće: spaja utržive ideje s uspješnim autorima, istražuje tržišta za koja se specijalizirao, procjenjuje kvalitetu autorskog djela, troškove proizvodnje i marketinga, koristi platforme za e-trgovinu. Odrađuje poslove dobavljača koji pomažu oko proizvodnje, tiskanja i distribucije publikacija, štiti djelo i brend od ilegalnih aktivnosti i dr. Navedeni se popis nakladničkih aktivnosti temelji na dvjema glavnim pretpostavkama. Prva je da nakladnik na vlastiti rizik i trošak preuzima proizvodnju, marketing i prodaju autorskog djela. Druga je da nakladnik pokušava ostvariti prihode od tržišne potražnje. Stoga je temeljna pretpostavka nakladništva da je ono servis i autorima i čitateljima.⁶

2.2. Tržišni sektori u izdavaštvu

Izdavačka industrija je kao i mnoge druge industrije podijeljena na razne tržišne sektore. Izdavači se generalno dijele na komercijalne (tržišno orijentirane) izdavače, specijalizirane izdavače, primjerice obrazovno izdavaštvo i školsko izdavaštvo. Postoje još i izdavači za visoko školstvo i izdavači za stručna tržišta. Tržišno orijentirani ili komercijalni nakladnici (tzv. „opći“ nakladnici) proizvode knjige za široku publiku. Tradicionalno se nazivaju „tržišnim“ nakladnicima jer im se posao uglavnom temeljio, i još uvijek se temelji, na prodaji knjiga.⁷ Obrazovno nakladništvo proizvodi udžbenike i ostale nastavne materijale

⁴ Usp. s Clark, Giles; Phillips, Angus. O nakladništvu iznutra. Zagreb, Osijek: Hrvatska sveučilišna naklada; Filozofski fakultet u Osijeku, 2017., str. 1.

⁵ Usp. Isto.

⁶ Usp. Isto, str. 3.

⁷ Usp. Isto, str. 4.

za škole i sveučilišta, ali se najčešće dijeli na nakladništvo za osnovne i srednje škole.⁸ Školsko nakladništvo uglavnom nije međunarodnog tipa, već je usmjereno na pojedine države i regije.⁹ Školsko izdavaštvo može još biti i tržišno usmjereno. Tržišno usmjereno školsko izdavaštvo obuhvaća materijale za učenje kod kuće i reflektira konvergentnost školskog i kućnog učenja.¹⁰

Nakladnici za visoko školstvo i stručna tržišta međusobno se razlikuju iako im se sektori preklapaju. Nakladnici znanstvenih i stručnih knjiga aktivni su ili u području društvenih i humanističkih znanosti ili se bave izdavanjem knjiga iz područja prirodnih, tehničkih i medicinskih znanosti.¹¹ Dodatno se izdavači mogu podijeliti prema njihovoj veličini (veličina tvrtke, broju zaposlenika, udjelu na tržištu koji drže, financijskim resursima, itd.) na velike izdavače, srednje izdavače te manje izdavače. Trenutno najveći dio tržišnog udjela drže veliki izdavači te oni dominiraju u globalnom tržištu izdavaštva. Veliki izdavači danas su većinom sastavni dijelove neke veće korporacije, primjerice izdavač Random House dio je njemačke medijske tvrtke Bertelsmann, doke je Hachette Livre dio francuske medijske tvrtke Lagardere.

2.3. Globalizacija izdavačke industrije

Nakladništvo je kao industrija bilo usko zemljopisno definirano, ograničeno jezikom, državama i carstvima. U 19. stoljeću britanski su nakladnici knjige objavljene na engleskom jeziku počeli izvoziti diljem svog kolonijalnog carstva i u Sjevernu Ameriku, francuski su nakladnici izvozili u svoje kolonije u Africi i drugdje, a španjolski u Latinsku Ameriku.¹² Nakon Drugog svjetskog rata ekonomija Sjedinjenih Američkih Država opstala je kao najveća i najbogatija ekonomija na svijetu. Od toga su profitirali i američki izdavači koji su pomogli Sjedinjenim Američkim Državama da dominiraju u popularnoj kulturi, tehnologiji i znanosti. Iako su nacionalna i regionalna tržišta i dalje definirana jezikom (manje u znanosti i tehnologiji gdje je engleski svjetski jezik), međunarodni nakladnici šire poslovanje na sve veći broj država.¹³

⁸ Usp. s Clark, Giles; Phillips, Angus. O nakladništvu iznutra. Zagreb, Osijek: Hrvatska sveučilišna naklada; Filozofski fakultet u Osijeku, 2017., str. 4.

⁹ Usp. Isto, str. 4.

¹⁰ Usp. Isto, str. 4.

¹¹ Usp. Isto, str. 4.

¹² Usp. Isto, str. 12.

¹³ Usp. Isto, str. 12.

Globalizacijom izdavačke industrije i ekonomije općenito otvorila se nova mogućnost za tiskanje i proizvodnju knjiga primjerice u Kini, gdje je tiskanje i proizvodnja knjiga jeftinija nego u Sjedinjenim Američkim Državama ili europskim državama. Razvoj tehnologije otvorio je nove mogućnosti u pogledu digitalnog tiska u regionalnoj tiskari za regionalno tržište. Globalizacija je usko vezana uz digitalizaciju jer je digitalizacija izdavačke industrije omogućila i njenu globalizaciju.

3. Digitalizacija izdavaštva

Digitalizacija je sveprisutni i sve više neophodni trend u današnjem svijetu te postaje sve više neophodna za poslovanje bilo koje industrije pa tako i izdavačke industrije. Digitalizacija je megatrend koji utječe na sve nakladničke aspekt, od autora do čitatelja.¹⁴ Nakladnici digitalne procese već desetljećima koriste u svom poslovanju. Tijekom 1970-ih i 1980-ih slovoslagara su koristili računala i programsku podršku (preteču današnjih označiteljskih jezika) pri stvaranju knjiga, što je smanjilo proizvodne troškove.¹⁵ Mnogi digitalno izdavaštvo svode na samo puko objavljivanje e-knjiga, što je pogrešno jer digitalno izdavaštvo sadrži puno više komponenti od objavljivanja e-knjiga. Usponom digitalnog izdavaštva pojavila su se mišljenja da će tiskano izdavaštvo u budućnosti nestati, tj. doći će kraj izdavaštvu tiskanih knjiga.

Poznat je slučaj britanskog pisca kriminalističke fikcije Petera Jamesa koji je tisuću devetsto devedeset i treće godine objavio svoj roman *Host* na dvije diskete. Novinari i kolege pisci počeli su ga osuđivati zbog tog čina te su mu predbacivali da „ubija“ roman. On je istaknuo da roman već „umire“ i da će s rastom popularnosti e-knjiga tiskane knjige biti suočene s izumiranjem. Međutim iako je primjetan trend rasta prodaje e-knjiga za sada se ta predviđanja nisu ostvarila jer kupci još uvijek cijene tiskanu knjigu kao estetski predmet, vole čitati tiskane knjige, vide vrijednost tiskane knjige kao dar itd. Čak ni na početku 21. stoljeća veliki tržišni nakladnici u ponudi nisu imali digitalne inačice svojih knjiga.¹⁶ Od 2006. godine glavni su tržišni nakladnici počeli digitalizirati nova i odabrana starija izdanja.¹⁷

Razvoj digitalnog izdavaštva najviše je utjecao na tržišno orijentirano izdavaštvo. Mnoge velike korporacije kao što su Google, Sony i Amazon te druge velike tehnološke tvrtke počele su ulaziti na područje izdavaštva. Primjer su njihovi inovativni uređaji poput Kindla ili iPada koji su omogućili čitateljima brz i kvalitetan prijelaz na e-knjige. Jedan konkretan primjer ulaska tehnoloških tvrtki na područje izdavaštva je poznata Google-ova digitalna baza podataka Google Books u kojoj se nalaze skenirane knjige. Google je skenirao na desetke milijuna knjiga i pohranio ih u svoju digitalnu bazu podataka. Bilo je kontroverzi na početku projekta jer je Google skenirao knjige koje su bile zaštićene autorskim pravima kao i

¹⁴ Usp. s Clark, Giles; Phillips, Angus. O nakladništvu iznutra. Zagreb, Osijek: Hrvatska sveučilišna naklada; Filozofski fakultet u Osijeku, 2017., str. 16.

¹⁵ Usp. Isto, str. 16.

¹⁶ Usp. Isto, str. 16.

¹⁷ Usp. Isto, str. 16.

one kojima su istekla autorska prava. Google nije bio ponudio kompenzaciju autorima te su se vodile polemike da li Google pokušava privatizirati pristup znanju.

Današnji rezultat je to da korisnici Google Books-a mogu pristupiti radovima koji su u javnoj domeni dok je pristup knjigama zaštićenim autorskim pravom ograničen pristup samo uz suglasnost izdavača. Ovo je jedan dobra primjer inovativne i kreativne uloge tehnoloških tvrtki u izdavačkoj industriji.

3.1. Digitalni tisak

Digitalni tisak transformativna je tehnologija razvijena na prijelazu u 21. stoljeće. Razvila ju je tvrtka Lightning Source, vlasništvo američkog veletrgovca Ingrama. Knjige su se tradicionalno tiskale ofsetnim tiskom koji zahtijeva naklade od najmanje 1000 primjeraka. Nakladnik je uoči tiska nove knjige procijenio kolika bi naklada mogla biti prodana u recimo godinu dana, a zatim bi dogovarao narudžbu s tiskarom. Tiskani su primjerci skladišteni i otpremani u skladu s narudžbama korisnika, Nakladnik na taj način ulaže sredstva u zalihe koje mogu ostati neprodane ili ih se može oštetiti te plaća za njihovo skladištenje. Nasuprot tomu, digitalni tisak omogućuje proizvodnju samo jednog primjerka, a taj se primjerak može tiskati nakon što je narudžba primljena: pravi tisak na zahtjev (engl. *print on demand*, POD). Digitalni tisak također omogućuje ekonomične male naklade od 10 do 500 primjeraka.¹⁸

¹⁸ Usp. s Clark, Giles; Phillips, Angus. O nakladništvu iznutra. Zagreb, Osijek: Hrvatska sveučilišna naklada; Filozofski fakultet u Osijeku, 2017., str. 24.

4. Samoizdavaštvo

Samoizdavaštvo je čin izdavanja medija, posebice kreativnog djela, kao autor ili umjetnik, bez korištenja nakladničke kuće ili tvrtke.¹⁹ Pojam samoizdavaštvo se obično koristi u industriji izdavaštva te taj pojam koriste i sami autori, ali i drugi umjetnici mogu sami objaviti svoja umjetnička djela, primjerice glazbena ili vizualna djela (slike, fotografije, itd.). Što se tiče samostalnog izdavanja knjige, autor piše knjigu i sam dovršava cijeli proces objavljivanja, kao što je uređivanje, dizajn i formatiranje knjige, bez pomoći tradicionalnog izdavačkog poduzeća.²⁰

Era samoizdavaštva započinje tisuću devetsto devedesetih godina početkom prodaje e-knjiga na internetu. Tada se pojavljuje i nova tehnologija poznata kao tisak na zahtjev. Dvije tisuće i sedme godine pojavljuje se Kindle eReader koji je promijenio način na koji se mogu čitati knjige. Naime eReader je elektronički čitač koji služi za čitanje knjiga no mogu se čitati i novine te razni dokumenti. Pojava eReadera vrlo je olakšala čitanje e-knjiga te upravo od dvije tisuće i sedme godine i raste trend čitanja e-knjiga. Najnovija faza u razvoju samoizdavaštva bila bi direktna prodaja knjiga od strane autora prema čitatelju. Razvoj informacijsko-komunikacijske infrastrukture omogućio je lakšu i direktnu prodaju knjiga od strane autora prema čitateljima diljem svijeta, tj. globalnom čitatelju i to bez korištenja usluga tradicionalnih izdavača.

4.1. Veza između digitalnog tiska i samoizdavaštva

Razvojem digitalnog tiska postalo je moguće printanje samo jednog primjerka knjige, tj. nakon što je zaprimljena narudžba knjige, to bi bio tisak na zahtjev. Samoizdavaštvo i digitalni tisak idu vrlo dobro zajedno jer se uz pomoć digitalnog tiska enormno smanjuje financijski trošak tiskanja koji bi autor u slučaju samoizdavanja morao platiti za izdavanje svoje knjige. Neki od drugih benefita razvoja digitalnog tiska bili bi kraća naklada, optimizirano rukovanje zalihama knjiga, fleksibilnost narudžbi i skraćeno vrijeme do prodaje knjige. Kladjenje na nove neprovjerene autore više nije kockanje kao nekada. S modelom

¹⁹ Usp. s Hartgers, Angelica. Self-Publishing in 2022: A Beginner's Guide to Success, 11 ožujka 2022. URL: <https://selfpublishing.com/self-publishing/> (2022-08-24)

²⁰ Usp. s Hartgers, Angelica. Self-Publishing in 2022: A Beginner's Guide to Success, 11 ožujka 2022. URL: <https://selfpublishing.com/self-publishing/> (2022-08-24)

proizvodnje na zahtjev koji omogućuje ekonomičnu proizvodnju jednog naslova, čak i najneobičnije knjige mogu postati pristupačne prilike.²¹

4.2. Samoizdavačke tvrtke

Samoizdavačka tvrtka pomaže autorima da sami objavljuju knjige korištenjem tehnologije, usluga, obrzoavanja i drugih sredstava. Danas na tržištu postoje tri glavne vrste samoizdavačkih tvrtki, kao što su: izdavačke platforme, auroske usluge i samoizdavačke obrazovne tvrtke. Te su tvrtke uglavnom profitne, a ovisno o vrsti ponuđenih usluga. Mogu pomoći autorima i piscima u korištenju izdavačke platforme, pomoći pri uređivanju i drugim uslugama izdavanja te pomoći pri kretanju kroz izdavački proces i industriju.²² Jedna od najpoznatijih platformi za samoizdavanje e-knjiga je Kindle Direct Publishing. Kindle Direct Publishing omogućuje besplatno i brzo izdavanje knjiga globalnom čitatelju što privlači mnoge autore na tu platformu. Također omogućuje nezavisnu promociju knjige te veće prihode od prodaje knjige. Prema Publishers Weekly iznos koji autori zadrže nakon prodaje knjige na izdavačkim platformama variraju od šezdeset do osamdeset posto od cijene prodane knjige. Druge važne platforme koje autori često koriste osim Kindle Direct Publishing su Apple iBooks i Kobo.

4.3. E-knjige

E-knjiga (e-book) je kratica za elektronička knjiga (electronic book) je digitalna datoteka koja sadrži tekst i slike prikladne za elektroničku distribuciju i prikaz na ekran na način sličan tiskanoj knjizi.²³ Pojavom e-knjiga revolucionizirala se cijela izdavačka industrija. Prije pojave e-knjige sve izdavačke tvrtke prodavale su individualne kopije tiskanih knjiga. Nakon pojave e-knjiga mnoge izdavačke tvrtke počele su izdavati online verzije tiskanih knjiga. E-knjige također su omogućile pojavu samoizdavaštva kao nove pojave u izdavačkoj industriji i kao ozbiljne opcije za autore koji se ne mogu probiti preko tradicionalnih izdavača. Kako je postajalo sve lakše i jeftinije izdavati vlastite knjige online

²¹ Usp. s Wagelein, Timo. The rise and rise of self-publishing. URL: <https://www.canon-europe.com/business/insights/articles/rise-of-self-publishing/> (2022-08-24)

²² Usp. s Hartgers, Angelica. Self-Publishing in 2022: A Beginner's Guide to Success, 11 ožujka 2022. URL: <https://selfpublishing.com/self-publishing/> (2022-08-24)

²³ Usp. s Atwell, Atrhur. E-book. // Encyclopaedia Britannica Online. URL: <https://www.britannica.com/technology/e-book/E-books-and-publishing-companies> (2022-08-24)

bez korištenja usluga tradicionalnih izdavačkih tvrtki tako je i sve više rastao broj autora koji samooizdaju knjige. Razvojem interneta i sve veća tendencija društva da provodi više vremena na internetu je mnogo utjecala na poslovanje tradicionalnih izdavačkih tvrtki jer one više nisu mogle biti ograničene samo na fizičko tiskanje i prodavanje knjiga.

E- knjige pojavile su se početkom tisuću devedesetih godina na internetu u obliku PDA (personal digital assistant) koji su bili preteča današnjih pametnih telefona i e čitača. Međutim nakon kraha dot-coma u razdoblju od 2000. do 2002. godine, e-knjige nisu naišle na široko prihvaćanje u izdavačkoj industriji a ulaganja u e-čitače i tehnologije za e-knjige su oslabila.²⁴ Tek se nakon pojave Kindle eReadera tržište počelo oporavljati i širiti te polako postajati sve prisutnije u izdavačkoj industriji.

E-knjige se obično distribuiraju na Internetu kao datoteka za preuzimanje koje se mogu čitati offline, kao web stranice koje se moraju čitati online ili kao web stranice koje web preglednik sprema u predmemoriju za čitanje izvan mreže.²⁵

4.4. Samoizdavaštvo i knjižnice

Porastom samoizdavaštva i e-knjiga knjižnice se suočavaju s važnim pitanjem trebaju li prikupljati zbirke samoizdanih knjiga i e-knjiga te ih uvrstiti u svoj knjižnični fond. Prvi koji su predložili da bi autori trebali ciljati knjižnice kao svoje potencijalne kupce bili su Marion Crook i Nancy Wise koji su još tisuću devedeset i četvrte godine dali taj prijedlog. Njihovi glavni argumenti bili su to što knjižnice imaju relativno malo predrasuda protiv samoizdanih knjiga te da su knjižničari prije svega informacijski specijalisti koji stalno traže nove naslove kako bi ih uvrstili u svoj knjižnični fond i ponudili ih na korištenje svojim korisnicima.

Protuargument Crook i Wise predstavio je Will Manley koji je ponudio svoj pogled na samoizdavaštvo i uključivanje samoizdanih knjiga u knjižnične fondove. Njegovi glavni argumenti bili su da su takve knjige loše napisane, često s istim temama, primjerice autor je spoznao Boga, ratovi, teorije zavjere itd. Te je zaključio da su takve knjige odbijene od strane tradicionalnih izdavača jer su loše napisane i nikoga nije briga za takve knjige osim samog

²⁴ Usp. s Atwell, Athur. E-book. // Encyclopaedia Britannica Online. URL: <https://www.britannica.com/technology/e-book/E-books-and-publishing-companies> (2022-08-24)

²⁵ Usp. s Atwell, Athur. E-book. // Encyclopaedia Britannica Online. URL: <https://www.britannica.com/technology/e-book/E-books-and-publishing-companies> (2022-08-24)

autora i autorove obitelji. Dok su Bartel, Herrada, Stoddart i Kiseristaknuli važnost osnivanja zbirki zina (malotiražna samostalna djela originalnih ili prisvojenih slika i tekstova) u narodnim i akademskim knjižnicama, efemeralna priroda zina-da ne spominjemo probleme katalogizacije i očuvanja koje oni predstavljaju-bio je faktor u nesklonosti mnogih knjižnica da ih počnu prikupljati. U širokim okvirima, suočeni s golemim brojem knjiga koje su objavili poznati korporativni i nezavisni izdavači, s jedne strane i sve strožih proračuna s druge strane, knjižničari možda neće smatrati samoizdavačke tvrtke i njihove proizvode vrijednima pozornosti.²⁶

Tijekom istraživanja koje su proveli Juris Dilevko i Keren Dali akademske i narodne knjižnice u Sjedinjenim Američkim Državama i Kanadi pokazale su se kao najsvjesnije naslova izdanih od strane samoizdavača. Akademske i narodne knjižnice te dvije tisuće i šeste godine imale su čak četrnaest tisuća i šezdeset i jedan naslov izdan od strane samoizdavača. Taj trend od tada pokazuje rast kako su samoizdane knjige sve više prihvaćene i nestaje stigma koja je prije bila vezana uz samoizdane knjige. Prema istraživanju koje je provela američka knjižničarska služba New Shelves Books, nevjerojatnih dvedeset i dva posto knjižničara izjavilo je da redovito kupuju naslove od strane samoizdavača (autora).

²⁶ Usp. s Dilevko, Juris; Dali Keren. The self-publishing phenomenon and libraries. //Library and Information Science Research 28, 2(2006.), str. 208-234. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0740818806000223> (2022-25-08)

5. Trendovi u samoizdavaštvu

Od dvije tisuće i desete godine broj samoizdanih naslova raste. Te godine bilo je približno 153 tisuće ISBN-ova (International Standard Book Number) dodijeljenih samoizdanim knjigama. Do 2018. godine, taj je broj narastao na više od 1.6 milijuna samoizdanih knjiga.²⁷ Naime iako je izdavaštvo kao industrija u stagnaciji, događa se eksplozivna potražnja za e-knjigama i audio knjigama. U nekoliko kratkih godina, nezavisni autori su nepovratno promijenili izdavačku industriju : sada čine 30-34% ukupne prodaje e-kniga na najvećim tržištima na engleskom jeziku, ovisno o tome koji izvor čitate (a nitko od njih ne govori cijelu priču) te pravi prodor na tržište audio knjiga.²⁸

Taj trend je od dvije tisuće i dvadesete godine ubrzala pandemija COVID-19 tijekom koje je popularnost e-knjiga i audio knjiga narasla te je samim time i narastao trend samoizdavaštva jer je velik broj e-knjiga samoizdan od strane njihovih autora. Smashwords, distributer koji prodaje gotovo polovicu svih samostalno objavljenih e-knjiga, izvijestio je o porastu od 5,3% u broj uusuženih autora i porastu od 5,7% u broju knjiga objavljenih smao prošle godine (2021.). Autore, osobito nove autore mami samoizdavaštvo jer sa svojom knjigom mogu učiniti točno ono što žele. Umjesto da izdavačka kuća bira dizajn naslovnice, upravlja uređivanjem i doređuje cijenu, autor preuzima punu odgovornost.²⁹

Posljednjih godina samoizdavaštvu su se okrenuli i autori koji su već uspješno objavljivali u tradicionalnoj izdavačkoj kući. Tako je primjerice pisac horora Adam Nevill već bio napisao 19 romana kada je 2019. godine samostalno objavio svoju prvu knjigu *The Reddening*.³⁰ Njegovi glavni razlozi, koji su često razlozi i zbog kojih se drugi autori odlučuju na samostalno izdavanje svojih djela, su bolja financijska dobit i veća kontrola nad kreativnim procesom izdavanja knjige (dizajn, formatiranje, marketing). Knjiga *The*

²⁷Usp. s Howart, Josh. 11 Key Publishing Trends for 2022-2024, 24. veljače 2022. URL: <https://explodingtopics.com/blog/publishing-trends> (2022-25-08)

²⁸ Usp. s Facts and Figures about Self-Publishing: The Impact and Influence of Indie Authors, 20. lipnja 2020. URL: <https://selfpublishingadvice.org/facts-and-figures-about-self-publishing-the-impact-and-influence-of-indie-authors/> (2022-25-08)

²⁹Usp. s Howart, Josh. 11 Key Publishing Trends for 2022-2024, 24. veljače 2022. URL: <https://explodingtopics.com/blog/publishing-trends> (2022-25-08)

³⁰Usp. s Howart, Josh. 11 Key Publishing Trends for 2022-2024, 24. veljače 2022. URL: <https://explodingtopics.com/blog/publishing-trends> (2022-25-08)

Reddening bila je čak bolje prodavana od nekih njegovih drugih knjiga koje su bile izdane od strane tradicionalnih izdavača.

Važan aspekt za autore koji samostalno objavljuju svoja autorska djela je i prisutnost na internetu. U današnjem “internet“ svijetu vrlo je važno biti prepoznat od strane čitatelja te dati razlog čitateljima da potraže samostalno izdana djela od strane autora. Autori koji samostalno izdaju svoja autorska djela sve više se pokušavaju promovirati uspostavljanjem vlastitih web stranica na kojima je moguće naći njihova djela, izradom i odražavanjem profila na društvenim mrežama, primjerice Instagram profil, TikTok itd., ti i drugi načini promoviranja su važni jer oni omogućuju autorima da budu prepoznati od strane čitatelja. Primejrice velika izdavačka kuća Barnes&Noble imaju vlastitu BookTok stranicu na kojoj su dostupne sve trenutno popularne knjige. BookTok je podzajednica na društvenoj mreži TikTok na kojoj kreatori izrađuju kratke videozapise u kojima recenziraju knjige, vode raspreve o njima, dijele svoja mišljenja o njima itd.

5.1. NFT-ovi i blockchain

Ako se pitate što digitalni tokeni imaju s samoizdavaštvom, odgovor leži u zaštiti intelektualnog vlasništva i digitalnih prava.³¹ Tradicionalno su se autori oslanjali na odvjetnike i izdavačke tvrtke ukoliko bi netko kršio njihova autorska prava. Autori koji samostalno izdaju knjige nemaju puno resursa na raspolaganju te su u nepovoljnijem položaju od onih autora koji ima više financijskih resursa i imaju zaštitu velikih izdavačkih tvrtki. Primjenom blockchain i NFT (Non fungible token) tehnologije, položaj autora koji samostalno izdaju svoja djela može se poboljšati bez potrebe za velikim financijskim i drugim resursima.

Blockchain je distribuirana baza podataka ili knjiga koja se dijeli između čvorova računalne mreže. Kao baza podataka, blockchain pohranjuje informacije elektronički u digitalnom formatu. Blockchain je najpoznatiji po svojoj ključnoj ulozi u sustavima kriptovaluta, kao što je Bitcoin, za održavanje sigurne i decentralizirane evidencije transakcija.³² NFT je kriptografsko sredstvo na blockchainu s jedinstvenim identifikacijskim

³¹ Usp. s Kuiken, Sarah. The Top 3 Self-Publishing Trends You Need to Know About, 6. lipnja 2022. URL: <https://www.draft2digital.com/blog/the-top-3-self-publishing-trends-you-need-to-know-about/> (2022-26-08)

³² Usp. s Hayes, Adam. Blockchain Facts: What Is It , How It Works, and How It Can Be Used, 24. lipnja 2022. URL: <https://www.investopedia.com/terms/b/blockchain.asp> (2022-26-08)

kodovima i metapodaicma koji se međusobno razlikuju.³³ U suštini blockchain i NFT omogućavaju autorima da na transparentan i siguran način dobivaju prihod od primjerice tantijema, dobiju bolju zaštitu svojih autorskih prava, bolju distribuciju svog sadržaja itd. Ovaj trend je tek u ranim fazama primjene te mnogi u izdavačkoj industriji ne vjeruju u njegovu korisnost, međutim ovo je svakako trend koji se sve više pojavljuje u izdvačkoj industriji i među autorima.

³³ Usp. s Sharma, Rakesh. Non-Fungible Token (NFT): What It Means and How It Works, 22. lipnja 2022. URL: <https://www.investopedia.com/non-fungible-tokens-nft-5115211> (2022-26-08)

6. Zaključak

Samoizdavaštvo je prestalo biti zanemariv i stigmatiziran dio izdavačke industrije. Umjesto toga samoizdavaštvo sve više raste te postaje prihvaćeno u izdavačkoj industriji i od strane samih autora. Prije se naime smatralo da autori koji samostalno izdaju knjige to rade zato što nisu uspjeli prodati svoj rukopis izdavačkoj tvrtki ili kući te da su takve knjige loše kvalitete i da ne vrijedi obraćati previše pozornosti na njih. Međutim razvojem informacijsko-komunikacijske infrastrukture, razvojem Interneta, e-knjiga, audio knjiga i drugih tehnologija to se mijenja te sve više čak i uspješnih autora počinje samostalno izdavati svoje knjige. Razlozi za to su najprije veći prihodi koji se mogu zaraditi od samostalnog izdavanja knjige te kompletna kontrola nad kreativnim procesom nastanka knjige. Naravno nije sve super u samoizdavaštvu te postoje rizici poput loše prodaje knjiga zbog nedostatka marketinga, velike konkurencije ili nedostatka financijskih resursa za dizajn same knjige itd. Unatoč tome samoizdavaštvo nezaustavljivo raste te broj samoizdanih naslova knjiga raste iz godine u godinu. Tome je pogotovo pridonijela pandemija COVID-19 kada je ogroman broj ljudi bio zatvoren u svojim kućama te su se okrenuli čitanju e-knjiga i audio knjiga. Upravo su e-knjige te koje se u najvećim postocima izdaju samostalno od strane njihovih autora. Primjenom najnovijih tehnologija poput blockchaina i NFT-ova moguće je riješiti i probleme koji se tiču sigurnosti i transparentnosti prihoda, zaštite autorskih prava itd. Samoizdavaštvo je promijenilo izdavačku industriju u cjelini te se izdavačke tvrtke moraju prilagoditi promjenama kako bi preživjele i ostale relevantne u budućnosti jer sve je podložno promjenama pa tako i izdavačka industrija, a samoizdavaštvo je definitivno rastući trend.

Literatura

1. Atwell, Arthur. E-book. // Encyclopaedia Britannica Online. URL: <https://www.britannica.com/technology/e-book/E-books-and-publishing-companies> (2022-08-24)
2. Clark, Giles; Phillips, Angus. O nakladništvu iznutra. Zagreb, Osijek: Hrvatska sveučilišna naklada; Filozofski fakultet u Osijeku, 2017.
3. Dilevko, Juris; Dali Keren. The self-publishing phenomenon and libraries. //Library and Information Science Research 28, 2(2006.), str. 208-234. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0740818806000223> (2022-25-08)
4. Facts and Figures about Self-Publishing: The Impact and Influence of Indie Authors, 20. lipnja 2020. URL: <https://selfpublishingadvice.org/facts-and-figures-about-self-publishing-the-impact-and-influence-of-indie-authors/> (2022-25-08)
5. Hartgers, Angelica. Self-Publishing in 2022: A Beginner's Guide to Success, 11 ožujka 2022. URL: <https://selfpublishing.com/self-publishing/> (2022-08-24)
6. Hayes, Adam. Blockchain Facts: What Is It , How It Works, and How It Can Be Used, 24. lipnja 2022. URL: <https://www.investopedia.com/terms/b/blockchain.asp> (2022-26-08)
7. Howart, Josh. 11 Key Publishing Trends for 2022-2024, 24. veljače 2022. URL: <https://explodingtopics.com/blog/publishing-trends> (2022-25-08)
8. Kuiken, Sarah. The Top 3 Self-Publishing Trends You Need to Know About, 6. lipnja 2022. URL: <https://www.draft2digital.com/blog/the-top-3-self-publishing-trends-you-need-to-know-about/> (2022-26-08)
9. Merriam Webster Dictionary. URL: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/publishing> (2022-01-08)
10. Nakladništvo. // Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2022. URL: <https://enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=42840> (2022-01-08)
11. Oxford Learner's Dictionaries. URL: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/publishing?q=publishing> (2022-01-08)
12. Sharma, Rakesh. Non-Fungible Token (NFT): What It Means and How It Works, 22. lipnja 2022. URL: <https://www.investopedia.com/non-fungible-tokens-nft-5115211> (2022-26-08)

13. Wagelein, Timo. The rise and rise of self-publishing. URL: <https://www.canon-europe.com/business/insights/articles/rise-of-self-publishing/> (2022-08-24)